



ISSN: 2985-2471 (Online)

วารสาร ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Journal of Liberal Arts, Maejo University

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568)

Vol. 13 No. 2 (July-December 2025)

วารสาร ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ Journal of Liberal Arts, Maejo University ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568)

Vol. 13 No. 2 (July-December 2025)



วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Journal of Liberal Arts Maejo University

เจ้าของผลงาน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Owner: Faculty of Liberal Arts, Maejo University

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้คณาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไปได้เผยแพร่ผลงานวิชาการงานวิจัย
2. เพื่อเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ข้อคิดเห็นทางวิชาการในสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาและภาษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และด้านการพัฒนาสุขภาพ
3. เพื่อเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
4. เพื่อเป็นการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม

Objectives:

1. To promote and distribute academic work and the research of academics, students and interested individuals.
2. To serve as a platform for the exchange of knowledge and academic findings in the Humanities, Social Sciences, Languages and Linguistics, Mass Communication and Health Science.
3. To publicise the Faculty of Liberal Arts, Maejo University.
4. To offer academic expertise to the general public.

ขอบเขต

องค์ความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาและภาษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และด้านการพัฒนาสุขภาพ

Areas of Interest

Humanities, Social Sciences, Languages and Linguistics, Mass Communication and Health Science

บรรณาธิการ (Editor)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปารดา เดชะประทุมวัน
Asst. Prof. Parada Dechapratumwan, Ph.D.

มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Maejo University

กองบรรณาธิการ (Editorial Board)

ศาสตราจารย์ ดร.ธนอมวงศ์ กฤษณ์เพชร
Prof. Thanomwong Kritpet, Ph.D.
ศาสตราจารย์ ดร.เอมอัชฌา วัฒนบุรานนท์
Prof. Aimutcha Wattanaburanon, Ph.D.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รองศาสตราจารย์ ดร.ชัชวดี ศรีลัมพ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Assoc. Prof. Chatchawadee Saralamba, Ph.D.	Thammasat University
รองศาสตราจารย์ ดร.เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์	มหาวิทยาลัยพะเยา
Assoc. Prof. Premwit Vivattanaset, Ph.D.	University of Phayao
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ เกษมผลกุล	มหาวิทยาลัยมหิดล
Assoc. Prof. Aphilak Kasempholkoon, Ph.D.	Mahidol University
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรี ฤกษ์จारी	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Assoc. Prof. Suwaree Rerkjaree, Ph.D.	Khon Kaen University
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Assoc. Prof. Narin Numcharoen, Ph.D.	Chiang Mai University
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนาพร ชันธบุตร	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Asst. Prof. Chanaporn Khantabudr, Ph.D.	Maejo University
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา จิตตคุตตานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Asst. Prof. Ladda Chittakuttanon, Ph.D.	Maejo University
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมธี เมธาสิทธิ สุขสำเริง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Asst. Prof. Metee Medhasith Suksumret, Ph.D.	Maejo University
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทร ค่ายอด	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Asst. Prof. Sunthron Khamyod, Ph.D.	Maejo University
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพร มโนวงศ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Asst. Prof. Supaporn Manowong	Maejo University

กำหนดออก (Publication Dates)

ปีละ 2 ฉบับ (ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม)

Two editions of the journal are published each year (issue 1: January – June; issue 2: July – December)

ออกแบบปก (Cover Design)

อาจารย์สุรัชย์ ศรีนรินทร์

Mr. Surachai Srinorajan

เลขานุการ (Secretary)

นางสาวหทัย คงจนารูอนันต์

Ms. Haruthai Kongtanajaruanun

ข้อความหรือบทความในวารสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนโดยเฉพาะ ไม่จำเป็นต้อง
สอดคล้องกับทัศนะของคณะผู้จัดทำ และมีใช้ความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ
All the articles in this journal are the sole property of their authors.
The editorial board accepts no responsibility for the contents thereof.

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
การสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ ชุด โพนื้อมศรีทธา จากแนวคิดประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ ในบริบททางความเชื่อของชาวพุทธล้านนา The Creation of Bodhi Nom Sattha, an Applied Folk Dance Based on The Bodhi Tree Crutches Procession Ritual in The Context of Lanna Buddhist Beliefs พัฒนัชิตา เดชครุธ	1
ข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยของชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก Thai Language Usage Errors of Chinese Speaking Thai as a Second Language on the TikTok Application หรั่งจื้อ เต็ง ดือนา คาซา	12
แนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน Guidelines for Developing Health Literacy in Youth อานนท์ สีดาเพ็ง ปิยะพันธุ์ นันทา เมธี วงศ์วีระพันธุ์ กัญจน์ จันทศรีสุคต จิตตรัตน์ ต้นเสนีย์ จิราดร ถิ่นอ้วน	27
ปัจจัยทำนายความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ Predictive Factors of Health Literacy among the Elderly at Rural Area in Chiang Mai Province Separation Behavior Through Waste Management Websites พิมพ์ดวงใจ ชัยชนะ เมธี วงศ์วีระพันธุ์ ปิยะพันธุ์ นันทา มธุรส สว่างบำรุง	44
“พบพรสวรรค์ แข็งแรง สมองไว”: ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในวาทกรรมโฆษณาสำหรับเด็ก “Discovering Talents, Strong Bodies, and Sharp Minds”: The Relationship Between Language and Ideologies in Children's Milk Advertising Discourse นิภาดา โพธิ์เรือง	58
รูปแบบเครื่องแต่งกายตามชั้นยศของพระยาพิชัยดาบหักในการเข้าเฝ้าฯและงานพระราชพิธี ในสมัยกรุงธนบุรี และความเชื่อที่ปรากฏ The Rank-Based Attire of Phraya Phichai Dap Hak in Royal Audiences and Ceremonies during the Thonburi Period and Its Associated Beliefs สุภัคกาญจน์ จิวาลักษณ์ เอกพงศ์ วรรณจักร ปิยะนารถ ริมทอง	74

บทความวิจัย

หน้า

หัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม – สยามยุทธ์ ค.ศ.1833 – 1846

87

Huamuang Khamen Padong and Annamese – Siamese War in 1833 – 1846

ปฐิมากรณ มาดี

ดาร์รัตน์ เมตตาริกานนท์

ณัฐหทัย มานาดี

อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ประเทศชาติในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ของผู้นำประเทศไทย

104

Conceptual Metaphors of The Nation in Thai Leader's New Year Speeches

จื้อเซา ชุย

ภาคภต เทียมทัน

Women's Empowerment in English Songs

123

Kulaya Pongpan

บทความวิชาการ

ชาวมะไข่มุก: จากสินค้าวัฒนธรรมสู่เครื่องดื่มทางการเมือง

143

Bubble Milk Tea: From a Cultural Commodity to a Political Beverage

แพรวา รัตนทยา

“แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง” และ “ปลายจวัก”: การสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของชาติพันธุ์

155

“Dae Jang Geum” and “Plai Jawak”: Communicating the Cultural Image of Ethnic Food

วิเชษฐชาย กมลสัจจะ

ชญานนท์ ชมดี

การสร้างสรรคานาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ ชุด โพนีน้อมศรัทธา จากแนวคิด
ประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในบริบททางความเชื่อของชาวพุทธล้านนา
The Creation of Bodhi Nom Sattha, an Applied Folk Dance
Based on The Bodhi Tree Crutches Procession Ritual in The Context of
Lanna Buddhist Beliefs

พัฒนชิตา เดชครุธ¹
Phunchita Detkhрут¹

Received: January 4, 2025

Revised: August 10, 2025

Accepted: August 26, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในบริบททางความเชื่อของชาวพุทธล้านนา 2) เพื่อสร้างสรรคานาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ ชุดโพนีน้อมศรัทธา จากประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีที่ศึกษาแนวคิดทางวัฒนธรรม ความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนา และการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์เป็นกรอบการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ ปราชญ์ชาวบ้าน นักวิชาการด้านวัฒนธรรม ผู้สืบทอดประเพณี และนักแสดงทางด้านนาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ จำนวน 20 คน ด้วยวิธีคัดเลือกแบบเจาะจง และใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสังเกตเป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า (1) ประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ เป็นประเพณีอันดีงามของผู้คนในชุมชนภาคเหนือของประเทศไทยที่ช่วยส่งเสริมและสืบทอดพระพุทธศาสนามาแต่อดีต ต่อมามีการพัฒนาและปรับตัวตามบริบทของสังคมผ่านกระบวนการการให้ความหมายใหม่ จากการเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงความศรัทธาในเชิงปัจเจกของผู้ที่ยกให้ต้นโพธิ์เป็นตัวแทนแห่งโพธิญาณ คือ พระปัญญาญาณอันประเสริฐเป็นเครื่องตรัสรู้ของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าที่ต้องคำนึงไว้ให้แก่คนรุ่นหลังสู่การพัฒนาเป็นกิจกรรมที่ชุมชนมีส่วนร่วมไปพร้อมกันจนเกิดเป็นประเพณีที่มีความหลากหลายของกิจกรรมทั้งด้านพระพุทธศาสนา ดนตรี นาฏศิลป์ วัฒนธรรม ประเพณี และการอนุรักษ์ธรรมชาติ ในแบบคณะบุคคลหรือชุมชน (2) กระบวนการสร้างสรรคานาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ ชุดโพนีน้อมศรัทธา เป็นการใช้คุณค่าเชิงสุนทรีย์สะท้อนแนวคิดของผู้คนในชุมชนบูรณาการผ่านผลงานสร้างสรรค์ทางด้านนาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ที่เชื่อมโยงกับการสืบทอดพระพุทธศาสนา ที่จะเป็นประโยชน์แก่การศึกษาในระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย และคงไว้ซึ่งความเข้มแข็งของพลังศรัทธาที่มีต่อพระพุทธศาสนาของชาวพุทธล้านนา

คำสำคัญ: นาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์, ขบวนแห่ไม้ค้ำโพธิ์, ความเชื่อทางศาสนา, การสื่อสารความเชื่อ, ศิลปะพุทธล้านนา

Abstract

This study aims to 1) examine the body of knowledge on the Bodhi Tree Crutches Procession Ritual in the context of Lanna Buddhist beliefs and 2) create an applied folk dance entitled Bodhi Nom Sattha based on the Bodhi Tree Crutches Procession Ritual. This mixed-method research employs cultural concepts, Buddhist beliefs, and the creation of dance works as its research framework. The sample group comprises 20 local scholars, cultural experts, tradition holders, and

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (Faculty of Fine Arts Srinakharinwirot University)
E-mail: phunchita@g.swu.ac.th

performers of applied folk dance, selected through a purposive sampling procedure. The research employed an observation form and an interview as tools for descriptive analysis of the data.

The research findings indicated that (1) the Bodhi Tree Crutches Procession Ritual is a valuable custom among the northern community that facilitated the promotion and transmission of Buddhism. It has been improved and contextualized within the social framework through the generating of new significance, developing from an image that demonstrated the personal faith of individuals who regard the Bodhi tree as emblematic of Bodhi, representing the profound wisdom and enlightenment of the Buddha, into a communal activity that fostered collective participation. Even before its establishment as a tradition, communities participated in various activities related to Buddhism, music, dance, culture, tradition, and environmental conservation. The creation of the Bodhi Nom Sattha applied folk dance incorporated aesthetic values that embody the community's concepts, merging them with creative elements in applied folk dance related to Buddhism. This will benefit both formal and informal education and strengthen the faith of Lanna Buddhists in Buddhism.

Keywords: Applied Folk Dance, Bodhi Tree Crutches Procession, Religious Belief, Faith Communication, Lanna Buddhist Art

บทนำ

ศิลปวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนความเชื่อ ความศรัทธา ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตของแต่ละชุมชน ซึ่งได้รับการสั่งสมและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น จนกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในภาคเหนือของประเทศไทย “ประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์” นับเป็นหนึ่งในพิธีกรรมทางศาสนาที่มีความสำคัญและเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับพระพุทธศาสนา ประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ของชาวล้านนา แสดงถึงความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนา โดยมีความเชื่อว่าต้นโพธิ์เป็นสัญลักษณ์แทนองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า การนำไม้ไปค้ำจุนต้นโพธิ์จึงเปรียบเสมือนการดำรงพระธรรมให้มั่นคง พิธีกรรมนี้จัดขึ้นในวันพญาวัน (15 เมษายน) ของทุกปี ชาวบ้านจะประดับไม้ค้ำด้วยกระดาษเงินกระดาษทองอย่างสวยงาม แล้วแห่ไปยังวัดเพื่อประกอบพิธีเป็นกิจกรรมที่สะท้อนพลังศรัทธาและการมีส่วนร่วมของชุมชนในเชิงสัญลักษณ์

การสร้างสรรค่านาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ชุด “โพธิ์น้อมศรัทธา” มีเป้าหมายเพื่อถ่ายทอดคุณค่าทางศาสนา ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านศิลปะการแสดงในรูปแบบร่วมสมัย โดยผสมผสานองค์ประกอบนาฏศิลป์พื้นบ้านภาคเหนือเข้ากับแนวคิดทางพระพุทธศาสนาและพิธีกรรมแห่ไม้ค้ำโพธิ์ กรอบแนวคิดในการออกแบบนาฏยประดิษฐ์เน้นการสื่อสาร “พลังศรัทธา” ผ่านภาษาท่าทางที่อิงจากลีลาท้องถิ่น ผสานกับท่วงทำนองดนตรีพื้นบ้านล้านนา การแสดงแบ่งออกเป็น 3 องค์ ได้แก่ (1) ปฐมบทแห่งโพธิญาณ (2) พิธีกรรมแห่งศรัทธา (3) การคำจุนพระธรรม โดยใช้เครื่องแต่งกาย โสทัดศนวัสดุ และสัญลักษณ์ทางศาสนา เช่น ใบโพธิ์และไม้ค้ำโพธิ์ เพื่อสื่อความหมายทางศิลปวัฒนธรรม การออกแบบนาฏยประดิษฐ์ในงานนี้ตั้งอยู่บนกรอบแนวคิดนาฏยศิลป์ในฐานะเครื่องมือสื่อสารทางวัฒนธรรม โดยมองว่าท่ารำไม่เพียงเป็นองค์ประกอบเชิงสุนทรียศาสตร์ แต่ยังสามารถถ่ายทอดสารและคุณค่าทางวัฒนธรรม ความเชื่อ และความรู้สึกของชุมชนได้อย่างลึกซึ้ง ทั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Schechner (2006) ที่เสนอว่านาฏศิลป์และการแสดงเป็นรูปแบบหนึ่งของ “performance as ritual” ซึ่งสามารถเชื่อมโยงความหมายระหว่างอดีต ปัจจุบัน และอนาคตได้

นอกจากนี้ยังประยุกต์ใช้แนวคิดการสื่อสารทางวัฒนธรรม (Cultural Communication) ที่เสนอว่าศิลปะการแสดงสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ ความศรัทธา และค่านิยมของสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง โดยใช้รหัสและสัญลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรมที่ผู้ชมสามารถเข้าใจได้ภายใต้บริบทสังคมนั้น ๆ รวมถึงแนวคิดการแสดงทางวัฒนธรรม (Cultural Performance) ซึ่งมองว่าการแสดงเป็นพื้นที่ในการแสดงบทบาททางสังคมและอัตลักษณ์วัฒนธรรมที่มีพลังในการสื่อสารข้ามรุ่นข้ามยุค (Turner, 1988) อีกทั้งยังประยุกต์แนวคิดการสื่อความหมายผ่านสัญลักษณ์ (Semiotics) ที่เสนอว่า ทุกองค์ประกอบของการแสดง เช่น ท่ารำ สี เครื่องแต่งกาย และเสียงดนตรี

ต่างมีความหมายในฐานะ “รหัสทางวัฒนธรรม” ซึ่งสามารถถอดความเพื่อเข้าถึงเนื้อหาทางความเชื่อและคุณค่าทางสังคม (Eco, 1976) แนวคิดเชิงสัญลักษณ์นี้ช่วยให้การออกแบบการแสดงสามารถถ่ายทอดความหมายที่ลึกซึ้งและเป็นระบบ โดยเฉพาะในการแสดงที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางศาสนาและมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น แนวคิดในการสร้างสรรค์นาฏศิลป์ชุดนี้ไม่เพียงมุ่งเน้นการอนุรักษ์และสืบสานประเพณีท้องถิ่น แต่ยังเป็นการพัฒนา นาฏศิลป์พื้นบ้านให้สอดคล้องกับยุคสมัย และเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ ส่งเสริมการศึกษา และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งยังสอดคล้องกับแนวทางการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ตามกรอบอนุสัญญาขององค์การยูเนสโก ทำให้นาฏศิลป์ชุด “โพธิ์น้อมศรัทธา” เป็นทั้งผลงานเชิงสุนทรียศาสตร์และเครื่องมือในการธำรงพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมล้านนาอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในบริบททางความเชื่อของชาวพุทธล้านนา
- 2) เพื่อสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ชุด โพธิ์น้อมศรัทธา จากประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในบริบททางความเชื่อของชาวพุทธล้านนา

บททวนวรรณกรรม

ประเพณีทางศาสนาและการเฉลิมฉลองนั้นได้แพร่หลายไปในหมู่ชนทุกระดับชั้น วัฒนธรรมของเมืองและชนบทผสมผสานกันมากขึ้น ในกระบวนการแพร่วัฒนธรรมทางศาสนาและเทศกาลรื่นเริง บางประเพณีนอกจากมีการวางระเบียบแบบแผนแล้ว ยังกลายเป็นเทศกาลประจำปีด้วย ดังปลายสมัยอยุธยา มีฤๅษณ์มัสการพระพุทธบาทแลพระพุทธรูปทุกปี พงศาวดารบันทึกว่า “สำหรับราษฎร กษัตริย์ประพาสสุขสำราญถึงปีนมัสการ บ ชาติ” และปุณณิภาตคำฉันท์ว่า “ทวารวดีพิภพกลั่น สนั่นลั่น ครื้นโครม ไพร่ฟ้าประชาชนก็โสมมน์สโดยเสด็จไคล” (ธิดา สารยา, 2545, น.327-328) อิทธิพลของพระพุทธศาสนาที่มีต่อคนไทยในด้านคติธรรม คติธรรม เป็นวัฒนธรรมแขนงหนึ่งซึ่งสภาวะวัฒนธรรมแห่งชาติ ที่ตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2555 ได้แบ่งไว้ 4 อย่างคือ 1. คติธรรม 2. เนติธรรม 3. สหธรรม 4. วัตถุประสงค์ คำว่า วัฒนธรรม แปลว่าธรรมที่ทำให้เจริญงอกงามขึ้น ดีขึ้น ประณีตขึ้น ไม่ว่าในด้านใดที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ ดังนั้น เมื่อว่าในความหมายทางสังคมวิทยา วัฒนธรรมก็คือครรลองแห่งวิถีชีวิตของชนชาตินั้น ๆ อันเกิดมาจากสิ่งแวดล้อมทุกอย่าง ไม่ว่าดินฟ้า อากาศ การดำรงชีวิต การศึกษาเล่าเรียน ความเชื่อถือ ตลอดจนอารยธรรมในด้านต่าง ๆ ซึ่งปกคลุมชนชาตินั้น ๆ แล้วชนชาตินั้น ๆ รับเข้ามาเป็นครรลองแห่งวิถีชีวิตจะโดยรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม เพื่อทำให้คนและสังคมเจริญขึ้น ก็ในบรรดาสิ่งแวดล้อมที่ก่อให้เกิดวัฒนธรรมนั้น ศาสนาเป็นเรื่องสำคัญที่สุด เพราะศาสนาเป็นรากฐานแห่งวัฒนธรรม พระพุทธศาสนาก็เช่นกัน เป็นรากฐานแห่งวัฒนธรรมไทย เพราะคนไทยนับถือพระพุทธศาสนามานาน พระพุทธศาสนาจึงมีอิทธิพลต่อคนไทยรอบด้าน ทั้งในด้านคติธรรม เนติธรรม สหธรรม และวัตถุประสงค์ ดังจะได้ขยายความต่อไป แต่ในบทนี้จะว่าด้วยคติธรรมเท่านั้น คติธรรมคือหลักธรรมที่เป็นคติ หรือหลักทางจิตใจได้ยึดเหนี่ยวเพื่อเป็นประทีปในการดำเนินชีวิต คนไทยได้รับอิทธิพลจากพระพุทธศาสนามาก (พิน ดอกบัว, 2561, น.54)

การแห่ไม้ก้ำสะหรี (ไม้ค้ำโพธิ์) ไม้ก้ำหรือไม้ค้ำ มีลักษณะเป็นท่อนไม้ยาวหลากหลายขนาดที่ปลายทำเป็นง่ามสำหรับค้ำกิ่งไม้ มีการประดับตกแต่งให้สวยงามด้วยการทาสีหรือหุ้มด้วยกระดาษเงินกระดาษทอง ส่วนสะหรีหรือสร้อย หมายถึง ต้นศรีมหาโพธิ์ ต้นไม้ที่เป็นสัญลักษณ์ของพระพุทธเจ้าและศาสนาพุทธ อาจารย์สนั่น ธรรมธิ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมล้านนา สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กล่าวว่าประเพณีการแห่ไม้ค้ำสะหรีน่าจะเริ่มต้นที่วัดพระธาตุศรีจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นที่แรกแล้วจึงเริ่มกระจายออกไปทั่วภาคเหนือในปัจจุบัน การแห่ไม้ค้ำสะหรีนิยมทำใน 2 พิธีกรรมหลัก ๆ ได้แก่ พิธีสืบชะตาและสงกรานต์ โดยการแห่ไม้ค้ำสะหรี นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ถวายไม้ค้ำได้รับพรสมอย่างที่ดีนปรารถนา สร้างเสริมสิริมงคลแก่ตนเอง คำจูนชีวิตให้เจริญรุ่งเรืองไม่ตกต่ำ และคำจูนพระพุทธศาสนา ในช่วงปีใหม่ของทุกปี ชุมชนที่มี

การแห่ไม้ค้ำสะหลีจะจัดขบวนแห่อย่างยิ่งใหญ่วนไปรอบชุมชนก่อนจะนำไปถวายที่วัด จัดเป็นขบวนแห่งานบุญใหญ่ ไม่แพ้งานปอยหลวงหรือขบวนแห่สลาภกัต (ตานก้วยสลาภ) เลยทีเดียว (พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เชียงใหม่, 2562)

ประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ เป็นประเพณีที่มีมาแต่โบราณ ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของอำเภอจอมทอง เป็นประเพณีวัฒนธรรมที่ได้กระทำสืบต่อกันมานานกว่า 100 ปี นับว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมชิ้นหนึ่งที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ประชาชนชาวเหนือโดยทั่วไปเฉพาะที่อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีความเชื่อว่าเทศกาลปีใหม่ (สงกรานต์) ทุกคนควรจะทำพิธีทำบุญสืบชะตาราศีของตนเพื่อเป็นการเฉลิมฉลองที่ตนเองได้มีชีวิตอย่างมีความสุข อีกในหนึ่งปีต่อกันด้วย อุปลักษณ์ส่วนหนึ่งในพิธีสืบชะตาราศีดังกล่าว คือ ไม้ที่มีง่ามขนาดต่าง ๆ สุดแล้วแต่ความพอใจแต่ขอให้เป็นไม้ที่ตัดมาใหม่ ๆ แล้วนำมาเข้าพิธีสืบชะตาราศี เสร็จแล้วจึงนำไปตั้งค้ำต้นโพธิ์ที่อยู่ใกล้บ้านส่วนมากจะนำไปค้ำต้นโพธิ์ต้นใหญ่ตามวัดต่าง ๆ จึงได้ชื่อว่า "ไม้ค้ำโพธิ์" ที่อำเภอจอมทอง นิยมนำไปค้ำต้นโพธิ์ที่วัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร และวัดต่าง ๆ ที่ตนทำบุญเป็นประจำการนำเอาไม้งามไปค้ำต้นโพธิ์ดังกล่าวเป็นความเชื่อทางบุคลาธิษฐานว่า

1. เป็นการค้าชีวิตตนเองให้ยืนนาน มีความร่มเย็นเป็นสุขเหมือนกับต้นโพธิ์ที่แผ่กิ่งก้านสาขา มีใบเขียวปกคลุมไปทั่ว ทำให้เกิดความร่มเย็นแก่ผู้เข้าไปพักพิงภายใต้ต้นโพธิ์นั้น
2. เป็นการช่วยค้ำจุนพระบวรศาสนาให้เจริญก้าวหน้าอยู่บนโลกต่อไปให้นานแสนนาน เพราะต้นโพธิ์เป็นต้นไม้ที่พระพุทธองค์ตรัสรับใช้ในการตรัสรู้ธรรม (กรมศิลปากร, 2566)

ประเพณีการค้ำโพธิ์นั้นมีความหมายทางด้านจิตใจต่อผู้สูงอายุให้มีกำลังใจในการต่อสู้กับการเจ็บไข้ต่าง ๆ มีความเคารพศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาไม่ประหวั่นพรั่นพรึงต่อมรณภัยที่จะมาถึง คุณค่าต่อครอบครัวคือทำให้ลูกหลานได้แสดงออกถึงความกตัญญูต่อผู้มีพระคุณ มีความรักความผูกพันต่อพ่อแม่ญาติพี่น้องที่ได้มาทำบุญร่วมกัน คุณค่าต่อสังคมและพระพุทธศาสนา พิธีกรรมค้ำโพธิ์ทำให้คนในสังคมได้ร่วมกันทำบุญในพระพุทธศาสนา ได้แสดงออกถึงความเห็นใจซึ่งกันและกัน ประชาชนได้เห็นความสำคัญของพระพุทธศาสนาว่าสามารถเป็นที่พึ่งได้ (พระครูวิศาลบุญญาภิรัต, 2558, น.48)

นาฏยประดิษฐ์ หมายถึง การคิด การออกแบบ และการสร้างสรรค์ แนวคิด รูปแบบ กลวิธีของนาฏศิลป์ชุดหนึ่ง ที่แสดงโดยผู้แสดงคนเดียวหรือหลายคน ทั้งนี้รวมถึงการปรับปรุงผลงานในอดีตนาฏยประดิษฐ์จึงเป็นการทำงานที่ครอบคลุม ปรัชญา เนื้อหา ความหมาย ท่ารำ ท่าเต้น การแปรแถว การตั้งซุ่ม การแสดงเดี่ยว การแสดงหมู่ การกำหนดดนตรี เพลง เครื่องแต่งกาย ฉาก และส่วนประกอบอื่น ๆ ที่สำคัญในการทำให้นาฏศิลป์ชุดหนึ่งสมบูรณ์ตามที่ตั้งใจไว้ ผู้ออกแบบนาฏศิลป์ เรียกกันโดยทั่วไปว่า ผู้อำนวยการฝึกซ้อม หรือ ผู้ประดิษฐ์ท่ารำ แต่ในที่นี้ขอเสนอคำใหม่ว่า นักนาฏยประดิษฐ์ ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า Choreographer นาฏยประดิษฐ์มีงานเป็นขั้นตอนดังนี้คือ 1. การคิดให้มีนาฏศิลป์ 2. การกำหนดความคิดหลัก 3. การประมวลข้อมูล 4. การกำหนดขอบเขต 5. การกำหนดรูปแบบ 6. การกำหนดองค์ประกอบอื่น ๆ 7. การออกแบบนาฏศิลป์ (สุพล วิรุฬห์รักษ์, 2547, น.211)

การสร้างสรรคผลงานในนาฏศิลป์ประเพณี เป็นรูปแบบการสร้างสรรคผลงานทางนาฏศิลป์ประเภทหนึ่งที่นำเอาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของนาฏศิลป์ในวัฒนธรรมเดิมมาประกอบสร้างใหม่ โดยอาจมีการจัดองค์ประกอบของการแสดงที่แตกต่างออกไปจากรูปแบบเดิม แต่ยังคงปรากฏนาฏลักษณ์ในนาฏศิลป์ประเพณีเดิมคงไว้เป็นส่วนสำคัญ แหล่งข้อมูลที่มีถูกนำมาใช้ในการสร้างสรรค์นาฏศิลป์ในแนวประเพณีมักมาจากความเชื่อ วิถีชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณี เรื่องราวในพงศาวดารประวัติศาสตร์ วรรณคดีหรือวรรณกรรมการแสดง นิทาน ตำนานหรือเรื่องเล่า เป็นต้น การสร้างสรรค์งานนาฏศิลป์ประเพณีบางลักษณะถูกสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ภายใต้แนวคิดการประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม (Culture invention) หรือประเพณีประดิษฐ์ (Invented traditional) โดยมีวัตถุประสงค์หลากหลายประการ เช่น การสร้างเอกลักษณ์ของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การสร้างกิจกรรมเพื่อเป็นจุดศูนย์รวมของชุมชนหรือการรื้อฟื้นวัฒนธรรมเพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนในชุมชน เป็นต้น (ศิริมงคล นาฏยกุล, 2565, น.11-12)

เนื้อหาการสร้างสรรคานาฏศิลป์ไทยประเพณี การสร้างสรรคานาฏกรรมไทยประเพณีมีเนื้อหาหลักแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวิถีชีวิต ดังรายละเอียดต่อไปนี้ 1. ประวัติศาสตร์ การสร้างสรรคานาฏกรรมไทยประเพณีโดยพิจารณาจากเนื้อหาทางด้านประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย ประวัติศาสตร์ พงศาวดาร ตำนาน นิทาน นิยาย การสร้างสรรคเป็นการนำเนื้อหาของบุคคล กลุ่มบุคคล สังคม ซึ่งเป็นผู้มีความสำคัญแก่สังคมนั้น 2. ความเชื่อ การสร้างสรรคานาฏกรรมไทยประเพณีโดยพิจารณาจากเนื้อหาทางด้านความเชื่อ ประกอบด้วย ความเชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ ศาสนา พิธีกรรม ประเพณี ข้อคิด ข้อปฏิบัติ นโยบายการปกครอง การสร้างสรรคเป็นการนำเนื้อหาของความเชื่อบุคคล กลุ่มบุคคล สังคม ซึ่งเป็นผู้มีความสำคัญแก่สังคมนั้น และ 3. วิถีชีวิต การสร้างสรรคานาฏกรรมไทยประเพณีโดยพิจารณาจากเนื้อหาทางด้านวิถีชีวิต ประกอบด้วย วิถีชีวิต สภาพความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ สถานการณ์สำคัญของสังคม การสร้างสรรคเป็นการนำเนื้อหาของความเชื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้มีความสำคัญแก่สังคมนั้น กลุ่มบุคคล สังคม (มณีสว วสินารมณ, 2565, น.46-49)

นราพงษ์ จรัสศรี ได้ให้แนวคิดไว้ว่า “การสร้างงานนาฏศิลป์สามารถพิจารณาได้ 8 ส่วนสำคัญ ถือเป็นองค์ประกอบนาฏศิลป์ คือ 1.บทการแสดงหรือแนวคิดการแสดง 2.นักแสดงหรือผู้แสดง 3.การเคลื่อนไหวหรือลีลา ท่าเต้น 4.อุปกรณ์การแสดง 5.ดนตรีหรือเพลงประกอบการแสดง 6.เครื่องแต่งกายหรือเสื้อผ้าประกอบการแสดง 7.พื้นที่ในการแสดง และ 8.แสงประกอบการแสดง” (ธรากร จันทะสาโร, 2563, น.117)

จากข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี พบว่าชนบประเพณีพิธีกรรมมีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนอย่างแนบแน่น ก่อให้เกิดประเพณีอันทรงคุณค่าผ่านความเชื่อความศรัทธาไปสู่การสืบสาน ถ่ายทอดส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น โดยองค์ประกอบทางด้านนาฏศิลป์สามารถเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงออกให้เห็นถึงความเชื่อ ภูมิปัญญา ประเพณี ของในแต่ละชุมชน อาศัยองค์ความรู้ผ่านการศึกษามาจากประวัติศาสตร์ ภูมิหลัง และข้อมูลในชุมชน ผู้วิจัยจึงนำไปสู่การศึกษาค้นคว้าความรู้และสร้างสรรค์องค์ประกอบนาฏศิลป์อันเป็นการสืบสาน อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านการประยุกต์และพัฒนา ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เข้ากับยุคสมัยโดยการสร้างสรรคานาฏศิลป์จากแนวคิดประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในบริบททางความเชื่อของชาวพุทธล้านนา

จากการสืบค้นเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นเรื่องประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และการสร้างสรรค์องค์ประกอบนาฏศิลป์ พบว่า มีการศึกษาที่หลากหลายเกี่ยวกับการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมเมืองและชนบท การสืบทอดคตินิยมในพระพุทธศาสนา และการสร้างสรรคานาฏศิลป์เพื่อสะท้อนความเชื่อ วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณี อย่างไรก็ตาม ยังคงมี “ช่องว่างของความรู้” (knowledge gap) ในประเด็นดังนี้

1. การบูรณาการประเพณีท้องถิ่นกับการสร้างสรรค์องค์ประกอบนาฏศิลป์

แม้ว่าจะมีการศึกษาคุณค่าและความเชื่อมโยงของประเพณี เช่น ประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ และการสร้างสรรคานาฏศิลป์แบบประเพณี แต่ขาดการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับการนำประเพณีท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรคานาฏศิลป์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนในยุคปัจจุบัน

2. การสืบสานและพัฒนาประเพณีผ่านองค์ประกอบนาฏศิลป์ร่วมสมัย

มีการกล่าวถึงการสร้างสรรคานาฏศิลป์ประเพณีจากประเพณีในอดีต แต่ยังไม่พบการศึกษาที่เจาะจงถึงวิธีการปรับเปลี่ยนรูปแบบขององค์ประกอบนาฏศิลป์เพื่อให้ตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของสังคมและผู้ชมในยุคปัจจุบัน

3. มุมมองของชุมชนต่อการฟื้นฟูและพัฒนาประเพณีผ่านศิลปะการแสดง

งานวิจัยส่วนใหญ่เน้นศึกษาประเพณีในเชิงความเชื่อและพิธีกรรม แต่ขาดการวิเคราะห์ถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาศิลปวัฒนธรรมที่สามารถตอบโจทย์ทั้งด้านการอนุรักษ์และการส่งเสริมเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การวิจัยครั้งนี้จะมุ่งเน้นการศึกษาการบูรณาการประเพณีท้องถิ่นเข้ากับองค์ประกอบนาฏศิลป์ โดยประยุกต์แนวคิดการสร้างสรรคที่เหมาะสมกับสภาพสังคมปัจจุบัน ทั้งในเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและการตอบสนองต่อกระแสความเปลี่ยนแปลงในยุคใหม่ ผ่านการวิเคราะห์ประเพณีสำคัญ เช่น การแห่ไม้ค้ำโพธิ์ และการสร้างองค์ประกอบนาฏศิลป์ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน รวมถึงการสำรวจความคิดเห็นของชุมชนในการมี

ส่วนร่วม ซึ่งจะช่วยให้เชื่อมโยงศิลปะการแสดงกับการพัฒนาสังคมในระยะยาวการจัดระบบและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเอกสารวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในประเด็นดังกล่าว จะช่วยแสดงให้เห็นภาพรวมของความรู้ที่มีอยู่ในปัจจุบัน พร้อมทั้งสร้างกรอบแนวคิดที่ชัดเจนสำหรับการวิจัยและการสร้างสรรค์องค์ความรู้ใหม่ในอนาคต

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี พื้นที่วิจัย คือ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ และวัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มประชาชนชาวบ้านจำนวน 5 คน กลุ่มนักวิชาการด้านวัฒนธรรมจำนวน 5 คน กลุ่มผู้สืบทอดจำนวน 5 คน และกลุ่มนักแสดงทางด้านนาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชนิด คือ 1) แบบสัมภาษณ์ (Interview) ใช้การสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม 4 กลุ่มตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง โดยการสนทนาแบบซึ่งหน้ากับผู้มีส่วนร่วม (Participants) ใช้คำถามปลายเปิด 2) แบบสังเกต (Observation) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ การวิจัยเอกสาร วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive analytics) ใช้เครื่องบันทึกเสียงและภาพ สำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ตรวจสอบพื้นที่ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยทำการประสานงานผ่านหน่วยงานรัฐในท้องถิ่น หัวหน้าชุมชน และประชาชนในพื้นที่เป้าหมาย โดยได้รับอนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์ และเฝ้าสังเกตแบบไม่เป็นทางการ และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมโดยเปิดเผยบทบาทของผู้วิจัย (Observer as Participant) ระหว่างเดือนสิงหาคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2567 เพื่อเสริมความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้เทคนิคการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่ง ทั้งจากเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสังเกต เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่สอง ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ชุด “โพธิ์น้อมศรัทธา” ได้ดำเนินการผ่านขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ (1) การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม เพื่อรวบรวมแนวคิดความเชื่อ พิธีกรรม และลีลานาฏศิลป์ท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ (2) การวิเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับนาฏศิลป์ เช่น ท่ารำ ดนตรี เครื่องแต่งกาย และสัญลักษณ์ทางศาสนา เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบนาฏศิลป์ประยุกต์ (3) การจัดประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงสร้างสรรค์กับนักแสดงนาฏศิลป์เพื่อทดลองร่างต้นแบบการแสดง (4) การสร้างต้นแบบการแสดงและทดลองแสดงในพื้นที่จริงเพื่อเก็บข้อมูลการรับรู้ของผู้ชมในชุมชน และ (5) การประเมินและปรับปรุงองค์ประกอบการแสดงจนได้รูปแบบที่เหมาะสมทั้งในเชิงวัฒนธรรมและเชิงสุนทรียศาสตร์

ขั้นตอนทั้งหมดนี้ดำเนินการควบคู่กับการสังเกตการณ์อย่างใกล้ชิดทั้งในบริบทพิธีกรรมจริงและการฝึกซ้อมของคณะนาฏศิลป์ พร้อมใช้เทคนิคการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น เอกสาร การสัมภาษณ์ และการแสดงจริง ผลลัพธ์ของกระบวนการดังกล่าวคือการออกแบบนาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ชุด “โพธิ์น้อมศรัทธา” ที่สะท้อนบริบทความเชื่อของชาวพุทธล้านนา และสามารถใช้เป็นสื่อสร้างสรรค์ในเชิงวัฒนธรรมได้อย่างแท้จริง

ผลการศึกษา

องค์ความรู้ประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในบริบททางความเชื่อของชาวพุทธล้านนา

จากการศึกษาพบว่า ประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในพื้นที่อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะบริเวณวัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร มีลักษณะเฉพาะที่แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการระหว่างหลักธรรมในพระพุทธศาสนา ความเชื่อพื้นบ้าน และวัฒนธรรมล้านนาได้อย่างกลมกลืนและมีเอกลักษณ์ ชาวบ้านในพื้นที่มีความเชื่อว่าต้นโพธิ์เปรียบเสมือนสัญลักษณ์ของพระพุทธองค์ การนำไม้ค้ำจุนต้นโพธิ์เป็นการแสดงออกถึงการ “คำชูพระพุทธศาสนา” ให้มั่นคงและเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต

พิธีกรรมในจอมทองมีความโดดเด่นด้านความร่วมมือของชุมชนอย่างเข้มแข็ง โดยชาวบ้านร่วมแรงร่วมใจกันจัดทำไม้ค้ำซึ่งมีทั้งไม้ท่อนธรรมดา และไม้ที่ได้รับการแกะสลักตกแต่งด้วยกระดาดเงินกระดาดทองอย่างประณีต มีการนำขึ้นแห่ในขบวนพร้อมด้วยดนตรีพื้นเมือง ขับซอ และพิณสวदनตีในแบบล้านนา ซึ่งทำให้บรรยากาศของงานแสดงให้เห็นถึงพลังศรัทธาและความยึดมั่นในขนบธรรมเนียม ลักษณะเฉพาะของการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในจอมทอง คือ การเน้นความวิจิตรในด้านศิลปะและการมีส่วนร่วมจากทุกกลุ่มวัย เช่น การตกแต่งไม้ค้ำด้วยลวดลายที่แสดงอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน การมีพิธีสืบทอดภายในงาน และการร่อนน้ำดำหัวผู้ใหญ่ ซึ่งผานแนวคิดเรื่องบุญคุณ ความกตัญญู และการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข นอกจากนี้ ในขบวนแห่ยังมีการใช้รถยนต์ประดับตกแต่งแทนเกวียนโบราณ โดยยังคงบรรเลงดนตรีพื้นเมืองผสมผสานกับเครื่องดนตรีร่วมสมัย ซึ่งเป็นการประยุกต์พิธีกรรมให้เข้ากับบริบทยุคใหม่อย่างสร้างสรรค์

จากการสัมภาษณ์ชาวบ้านในพื้นที่พบว่า การเข้าร่วมพิธีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ถือเป็นโอกาสของผู้คนในชุมชนจอมทองในการแสดงศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาได้อย่างเท่าเทียม โดยไม่จำกัดฐานะหรือสถานะทางสังคม แม้จะมีเพียงกิ่งไม้เล็ก ๆ ก็สามารถนำมาร่วมพิธีได้อย่างภาคภูมิใจ ทำให้พิธีกรรมนี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างพลังความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชน นอกจากนี้ การตีความใหม่ของ “ไม้ค้ำโพธิ์” ในพื้นที่จอมทองยังสะท้อนแนวโน้มการนำประเพณีมาประยุกต์ใช้ในเชิงสังคมและวัฒนธรรม เช่น การจัดกิจกรรมเชิงท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสร้างกิจกรรมเชิงสาธารณะสำหรับเยาวชนในพื้นที่ และการใช้เทคโนโลยีในการเผยแพร่คุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านช่องทางออนไลน์ของวัดหรือกลุ่มชาวบ้าน เป็นการยกระดับพิธีกรรมจากศรัทธาแบบปัจเจกสู่การเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมสู่คนรุ่นใหม่อย่างเป็นรูปธรรม

โดยรวมแล้ว ประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในจอมทองมิได้เป็นเพียงพิธีกรรมทางศาสนา หากแต่เป็นกลไกสำคัญในการธำรงไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรม สร้างความกลมเกลียวของชุมชน และพัฒนาเป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับสังคมร่วมสมัยได้อย่างเหมาะสม



ภาพที่ 1: ไม้ค้ำโพธิ์ ณ วัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร

การสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ ชุดโพธิ์น้อมศรัทธา จากประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในบริบททางความเชื่อของชาวพุทธล้านนา

แนวทางการสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ชุด “โพธิ์น้อมศรัทธา” ได้รับแรงบันดาลใจจากประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ของชาวอำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการธำรงพระพุทธศาสนาและ

เสริมสร้างพลังความศรัทธาในระดับชุมชน การสร้างสรรค์ผลงานครั้งนี้เน้นการถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านศิลปะการแสดง โดยเชื่อมโยงข้อมูลจากการศึกษาเชิงเอกสารและการเก็บข้อมูลภาคสนามอย่างลึกซึ้ง

แนวคิดการแสดง: โครงสร้างของการแสดงถูกออกแบบให้สะท้อนองค์ความรู้จากประเพณีแม่คำโพธิ์ โดยแบ่งออกเป็นสองช่วง ได้แก่ ช่วงที่ 1 นำเสนอภาพของความสามัคคีในการร่วมแรงร่วมใจของชุมชน สื่อถึงความเข้มแข็งในการรักษาวัฒนธรรม ช่วงที่ 2 แสดงถึงความศรัทธาในพระพุทธศาสนา โดยอาศัยต้นโพธิ์เป็นสัญลักษณ์ของพระโพธิญาณ ตามความเชื่อที่ปรากฏในพื้นที่วิจัย ข้อมูลเหล่านี้ได้รับการคัดกรองจากแหล่งข้อมูลภาคสนามในวัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหารและตำบลใกล้เคียง

การคัดเลือกผู้แสดง: นักแสดงได้รับการคัดเลือกจากผู้ที่มีทักษะด้านนาฏศิลป์ไทยและพื้นบ้านภาคเหนือ โดยต้องมีความเข้าใจในเนื้อหาและเจตนารมณ์ของงานวิจัย พร้อมทั้งแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของชุมชนจอมทองทั้งในด้านท่ารำ บุคลิก และความศรัทธาที่สื่อผ่านการแสดง

การออกแบบลีลาท่า: ท่ารำในชุดการแสดงได้นำรูปแบบจากทำนานาฏศิลป์พื้นบ้านภาคเหนือ เช่น ท่ารำซอ ท่ารำไม้ค้ำ มาประยุกต์กับจังหวะและการเคลื่อนไหวที่แสดงถึงพลังของศรัทธาและความสามัคคีของชุมชน โดยสื่อถึงการคำชูพระพุทธศาสนาและความเจริญของชุมชนจอมทอง

อุปกรณ์ประกอบการแสดง: ไม้ค้ำโพธิ์และพานขันดอกเป็นอุปกรณ์หลักในการแสดง โดยสะท้อนถึงความศรัทธาและพิธีกรรมท้องถิ่น การใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเหล่านี้ช่วยเน้นย้ำรากเหง้าทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในประเพณีของชุมชน

ดนตรีและเพลงประกอบ: ดนตรีที่ใช้ประกอบการแสดงเป็นเพลงพื้นบ้านภาคเหนือที่ได้รับการเรียบเรียงใหม่ โดยใช้เครื่องดนตรีล้านนา เช่น สะล้อ ซอ ซึง ขลุ่ยเพียงออ และกลองสะบัดชัย เพื่อสร้างบรรยากาศของงานบุญและสะท้อนอารมณ์ศรัทธาในแต่ละช่วงของการแสดง

เครื่องแต่งกาย: เครื่องแต่งกายถูกออกแบบให้สะท้อนอัตลักษณ์ของจอมทอง โดยผสมผสานสีเงิน สีทอง ลายปักดั้งเดิม และวัสดุจากผ้าท้องถิ่น เช่น ผ้าไหมและผ้าฝ้าย พร้อมเครื่องประดับที่มีความวิจิตร ช่วยเสริมความสง่างามขณะเคลื่อนไหว และเน้นเอกลักษณ์ของความเป็นล้านนา

พื้นที่การแสดงและฝึกซ้อม: การฝึกซ้อมดำเนินในพื้นที่เปิดโล่งใกล้วัด เพื่อให้เกิดบรรยากาศคล้ายพิธีกรรมจริง รวมถึงสามารถกำหนดระยะห่าง รูปแบบการแปรแถว และการประกอบตัวของนักแสดงได้เหมาะสมกับบริบทพื้นที่วัด และลานพิธีในจอมทอง การออกแบบพื้นที่แสดงจึงมีบทบาทในการสร้างสภาพแวดล้อมที่สะท้อนถึงบรรยากาศงานบุญของท้องถิ่น

โดยรวม การสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ชุดนี้นอกจากจะตอบสนองต่อการอนุรักษ์ประเพณีแล้วยังเป็นสื่อกลางเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความกลมกลืนระหว่างศรัทธา วิถีชีวิต และความงามทางศิลปะของชุมชนอำเภอจอมทองได้อย่างลึกซึ้ง

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้พบว่า ประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ เป็นพิธีกรรมที่ช่วยส่งเสริมการสืบทอดพระพุทธศาสนาในมิติของประเพณีอันดีงามของผู้คนในชุมชน โดยประเพณีมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตามบริบทของสังคมในปัจจุบัน แต่ยังคงไว้ซึ่งพลังแห่งความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อของชาวพุทธล้านนา ผ่านการให้ความหมายใหม่ที่แต่เดิมที่เป็นสัญลักษณ์แสดงออกถึงการแสดงความศรัทธาต่อศาสนาในรูปแบบส่วนตัว มาเป็นรูปแบบของชุมชนเพื่อความสามัคคี เพื่อการส่งต่อวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น และเพื่อการท่องเที่ยวในงานประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในปัจจุบัน แต่ “ไม้ค้ำโพธิ์” ยังคงเป็นสัญลักษณ์หรือวิธีการในการแสดงออกถึงความศรัทธาในพระพุทธศาสนาอยู่ไม่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธิดา สารยา (2545) ได้อธิบายว่า พุทธศาสนากลายเป็นความเชื่อหลักของสังคมสยามบูรณาการด้านขนบประเพณีเดิมในสังคมภาคพื้นนี้ มีขนบประเพณีหลายอย่างแตกต่างกัน แต่ค่านิยมเกี่ยวกับพุทธศาสนาทางด้านการบุญได้ค่อย ๆ กลายมาเป็นแนวทางปฏิบัติของพุทธศาสนิกชน มีทั้งประเพณีส่วนตนและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับสังคม เช่นเดียวกับงานวิจัยของพระครูวิศาลบุญญาภิรัต (2558) กล่าวว่า ประเพณีการคำโพธิ์นั้นมีคุณค่าทางด้านจิตใจต่อผู้สูงอายุให้หมั่นกำลังใจในการต่อสู้กับการเจ็บไข้ต่าง ๆ มีความเคารพศรัทธาต่อ

พระพุทธศาสนาไม่ประหวั่นพรั่นพรึงต่อมรณภัยที่จะมาถึง คุณค่าต่อครอบครัวคือทำให้ลูกหลานได้แสดงออกถึงความกตัญญูต่อผู้มีพระคุณ มีความรักความผูกพันต่อพ่อแม่ญาติพี่น้องที่ได้มาทำบุญร่วมกัน คุณค่าต่อสังคมและพระพุทธศาสนา พิธีกรรมคำโพธิ์ทำให้คนในสังคมได้ร่วมกันทำบุญในพระพุทธศาสนา ได้แสดงออกถึงความเห็นใจซึ่งกันและกัน ประชาชนได้เห็นความสำคัญของพระพุทธศาสนาว่าสามารถเป็นที่พึ่งได้ ดังนั้นจึงพบว่าท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง การพัฒนา หรือการให้ความหมายใหม่ของชุมชนที่มีต่อประเพณีแม่ไม้คำโพธิ์นั้น ความหมายเดิมของความศรัทธาต่อพุทธศาสนาในด้านคุณค่ายังคงอยู่ต่อไปอย่างเข้มแข็งและยังช่วยส่งเสริมบริบทรอบข้างทางวัฒนธรรมและความเชื่อให้เข้มแข็งตามไปด้วย

ผลงานสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ มีคุณค่าเชิงสุนทรียะและสามารถสะท้อนแง่คิด บทบาททางสังคม จากความศรัทธาของผู้คนในชุมชนผ่านมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมถูกสั่งสมและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนก่อให้เกิดประเพณีที่เชื่อมโยงกับการสืบทอดพระพุทธศาสนา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุรพล วิรุฬห์รักษ์ (2547) ได้อธิบายว่า นาฏศิลป์เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของชุมชน เป็นสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายให้เห็นชัดว่าชุมชนของตนมีลักษณะเฉพาะโดดเด่นและแตกต่างไปจากชุมชนอื่นอย่างไร ทำท่า เครื่องแต่งกาย และดนตรีอันเป็นลักษณะเฉพาะของถิ่นนี้เองทำให้คนในถิ่นนั้น ๆ ภูมิใจ เช่นเดียวกับงานวิจัยของธรากร จันทนะสาโร (2563) กล่าวว่าจากการศึกษา งานวิจัยสร้างสรรค์ทางด้านนาฏศิลป์ในประเทศไทยมากกว่า 30 เรื่องส่วนใหญ่พบว่ามักเป็นการสร้างสรรค์นาฏศิลป์ที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดในขอบประเพณีหรือกรอบจารีตดั้งเดิมโดยมีการปรับเปลี่ยนสาระสำคัญของนาฏศิลป์สร้างสรรค์นั้น ๆ ให้สอดคล้องกับมิติทางสังคมวิทยา มานุษยวิทยา และวัฒนธรรมในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น แม้กระทั่งการนำลักษณะเด่นทางวรรณกรรมวรรณคดีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นหรือความเชื่อทางคติชนวิทยามาใช้ในการสร้างแรงบันดาลใจให้กับนาฏศิลป์สร้างสรรค์ ดังนั้นจึงพบว่าการสร้างสรรค์ทางนาฏศิลป์ไทยจากในอดีตและปัจจุบันยังคงต้องให้ความสำคัญหรือได้รับอิทธิพลจากขนบเดิมของวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านสำนึกร่วมกันของชุมชนและผู้สร้างสรรค์ที่มีต่อประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเป็นสำคัญ

สรุปองค์ความรู้

องค์ความรู้/นวัตกรรมจากการวิจัย

งานวิจัยนี้สร้างองค์ความรู้ใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะโดยเชื่อมโยงพิธีกรรมทางวัฒนธรรม “ประเพณีแม่ไม้คำโพธิ์” กับกระบวนการสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ ผ่านการวิเคราะห์ด้วยกรอบแนวคิดทฤษฎีการแสดงทางวัฒนธรรม (Cultural Performance Theory) และทฤษฎีสัมพันธเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism) ซึ่งช่วยให้เข้าใจความหมายทางสังคมที่ผู้คนในชุมชนสร้างขึ้นผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรม

จากกรอบแนวคิด Cultural Performance ของ Singer (1959) และ Schechner (1985) พิธีกรรมแม่ไม้คำโพธิ์ถูกมองว่าเป็น “การแสดงทางวัฒนธรรม” ที่มีการจัดวาง บทบาท สัญลักษณ์ และจังหวะตามบริบทสังคม วัฒนธรรม และศาสนา โดยกระบวนการแสดงออกนี้ไม่ได้เป็นเพียงพิธีกรรมทางศาสนา แต่เป็นพื้นที่เชิงสัญลักษณ์ที่สังคมใช้สื่อสารค่านิยม ความเชื่อ และการรวมกลุ่มทางวัฒนธรรมผ่านการแสดงออกของบุคคลในชุมชน

ในขณะเดียวกัน ทฤษฎี Symbolic Interactionism โดย Mead (1934) และ Blumer (1969) ได้อธิบายพฤติกรรมของชาวบ้านในพิธีกรรมแม่ไม้คำโพธิ์ว่าเป็นการ “ให้ความหมายใหม่” (New Meaning) แก่วัตถุอย่าง “ไม้คำโพธิ์” ซึ่งแต่เดิมเป็นเครื่องมือค้ำยันกิ่งไม้ ได้ถูกตีความใหม่เป็นสัญลักษณ์แห่งการคำบูชาพระพุทธศาสนา ความศรัทธาและความสามัคคีของชุมชน โดยความหมายเหล่านี้เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ของผู้คนในการร่วมพิธี การแห่ การประดับตกแต่งไม้คำ และการสื่อสารผ่านการแสดงนาฏศิลป์พื้นบ้าน

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษานี้คือ กระบวนการสื่อสารคุณค่าทางศาสนาและวัฒนธรรมผ่านนาฏศิลป์พื้นบ้านที่ถูกออกแบบให้มีลักษณะเฉพาะของพื้นที่ (Contextualized Performance) โดยชุดการแสดง “โพธิ์น้อมศรัทธา” ได้หลอมรวมความเชื่อทางพุทธศาสนา พิธีกรรม ความร่วมมือของชุมชน และการตีความทางสังคมมาใช้เป็นโครงสร้างการแสดงในเชิงสัญลักษณ์และสุนทรียศาสตร์ การออกแบบลีลา เครื่องแต่งกาย ดนตรี และอุปกรณ์สะท้อนภาพความเชื่อแบบล้านนาอย่างลึกซึ้ง

การถ่ายทอดและการนำไปใช้ประโยชน์

ผลงานวิจัยนี้สามารถถ่ายทอดไปใช้ได้ทั้งในระบบการศึกษารูปแบบทางการ เช่น การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ในสาระภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะ หรือหน้าที่พลเมือง และในการศึกษาตามอัธยาศัยโดยใช้การแสดงเป็นเครื่องมือสื่อสารวัฒนธรรมในระดับชุมชน การนำนาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ไปใช้ในกิจกรรมของโรงเรียน วัด หรือองค์กรวัฒนธรรมท้องถิ่น จะช่วยกระตุ้นการตระหนักรู้เรื่องมรดกทางวัฒนธรรม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนกับผู้สูงวัยในกิจกรรมชุมชน นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาเป็นต้นแบบทางวัฒนธรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่ชุมชน และใช้ในการจัดแสดงนิทรรศการเพื่อเผยแพร่ศิลปะวัฒนธรรมล้านนาในเวทีสาธารณะในระดับชาติและนานาชาติได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่อง การสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ ชุดโพธิ์น้อมศรัทธา จากแนวคิดประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในบริบททางความเชื่อของชาวพุทธล้านนา ผู้วิจัยพบว่างานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ความเชื่อความศรัทธาเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนมาอย่างยาวนานสะท้อนผ่านประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ เป็นสัญลักษณ์ของการบูชาและสืบทอดพระพุทธศาสนา ควรได้รับการอนุรักษ์และสืบทอดผ่านระบบการศึกษาทั้งในระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยต่อไป
2. การสร้างสรรค์นาฏศิลป์จากแนวคิดประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในบริบททางความเชื่อของชาวพุทธล้านนาจะเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นที่สามารถนำไปพัฒนาเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรมเพื่อให้ผู้เรียนเกิดความตระหนักรู้วัฒนธรรมในท้องถิ่นของตน
3. ประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์เป็นประเพณีที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นของคนในชุมชนควรมีการศึกษาผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของประเพณีภายใต้บริบทสังคมในปัจจุบันที่มีต่อสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจในชุมชน

รายการอ้างอิง

- กรมศิลปากร. (2566). พระพุทธรูปปางสมาธิมหาโพธิ์. กรมศิลปากร. <https://www.finearts.go.th/promotion/view/26971-%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%9E%E0%B8%A4%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%B2%E0%B8%98%E0%B8%B4%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B5%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B9%82%E0%B8%9E%E0%B8%98%E0%B8%B4%E0%B9%8C>
- ธรากร จันทะสาโร. (2563). นาฏศิลป์จากวรรณคดีเรื่องความตายในศาสนาพุทธแบบวัชรยานของทิเบต. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 22(1), 112-125.
- ธิดา สารยา. (2545). *วัฒนธรรมไทย: มิติทางประวัติศาสตร์และความคิด*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พระครูวิสาละปัญญารัต. (2558). ศึกษาพิธีกรรมค้ำโพธิ์ของชาวพุทธอำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. *วารสารนวมภูองแหรพุทธศาสนปริทรรศน์*, 2(1), 48-55.
- พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เชียงใหม่. (2562). การแห่ไม้ค้ำโพธิ์—ไม้ค้ำโพธิ์. <https://www.finearts.go.th/chiangmaimuseum/view/33537>
- พิน ดอกบัว. (2561). *พระพุทธศาสนากับคนไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. ศิลปาบรรณาการ.
- มนิศา วชิราภรณ์. (2565). *การสร้างสรรค์นาฏกรรมไทยประเพณี*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริมงคล นาฏกุล. (2565). *การสร้างสรรค์งานทางนาฏศิลป์*. คลังนาฏวิทยา.
- สุรพล วิรุฬห์รักษ์. (2547). *หลักการแสดงนาฏศิลป์ปริทรรศน์*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. University of California Press.
- Eco, U. (1976). *A theory of semiotics*. Indiana University Press.

- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviorist* (C. W. Morris, Ed.). University of Chicago Press.
- Schechner, R. (1985). *Between theater and anthropology*. University of Pennsylvania Press.
- Schechner, R. (2006). *Performance studies: An introduction* (2nd ed.). Routledge.
- Singer, M. (1959). *Traditional India: Structure and change*. American Anthropological Association.
- Turner, V. (1988). *The anthropology of performance*. PAJ Publications.

ข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยของชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก¹ Thai Language Usage Errors of Chinese Speaking Thai as a Second Language on the TikTok Application

ทรงจื้อ เต็ง², ดีอานา คาซา³
Rongzhi Deng², Deana Kasa³

Received: March 14, 2025

Revised: July 22, 2025

Accepted: July 29, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยของชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ตามแนวคิดวิเคราะห์ข้อบกพร่องของ Corder (1981) โดยข้อมูลที่ใช้คือชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชัน (application) ติ๊กต็อก (TikTok) ที่มีผู้ติดตามบัญชีมากกว่า 100,000 บัญชี (100K) ทั้งหมด 10 ช่อง รวมทั้งหมด 100 คลิป ผลการวิจัยพบข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทย 3 ประเด็น โดยเรียงตามลำดับความถี่จากข้อบกพร่องที่พบมากไปน้อย ได้แก่ ข้อบกพร่องด้านการใช้คำพริ้วร้อยละ 92.99 ข้อบกพร่องด้านความหมายพริ้วร้อยละ 4.55 และข้อบกพร่องด้านโครงสร้างไวยากรณ์พริ้วร้อยละ 2.46 จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นได้ว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองมักพบข้อบกพร่องด้านการใช้คำมากที่สุด ซึ่งเกิดจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และการใช้ภาษาไทยของชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สอง โดยปัจจัยที่ทำให้เกิดข้อบกพร่องนี้ ได้แก่ การแทรกแซงจากภาษาแม่ การเหมารวมกฎไวยากรณ์ และการขาดการฝึกฝนในบริบทจริง

คำสำคัญ: ข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทย, ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สอง, แอปพลิเคชันติ๊กต็อก

Abstract

This research aims to study the language errors in Thai usage by Chinese Speaking Thai as a second language on the TikTok application. The study is based on Corder's (1981) error analysis theory, with data collected from 10 TikTok accounts, each having more than 100,000 followers, analyzing a total of 100 video clips. The results reveal three main types of Thai language errors, ranked in order of frequency from highest to lowest: lexical errors (92.99%), semantic errors (4.55%), and grammatical structure errors (2.46%). The study indicates that the most common error among Chinese Speaking Thai as a second language is lexical usage, which is influenced by factors related to their learning and use of Thai. These errors are mainly caused by first-language interference, overgeneralization of grammatical rules, and a lack of practice in real-life contexts.

Keywords: Thai Language Usage Errors, Chinese Speaking Thai as a Second Language, TikTok Application

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่องข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยของชาวจีนที่ใช้ภาษาไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาไทย) คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Student of Master of Arts Program in Thai Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University) E-mail: rongzhi.de@ku.th

³ อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Lecturer of Department of Thai Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University) E-mail: deana.k@ku.th

บทนำ

ประเทศไทยกับประเทศจีนมีสัมพันธ์ไมตรีและติดต่อค้าขายระหว่างกันมากกว่า 700 ปี จากข้อมูลของ “จีน ครองแชมป์ น.ศ.ต่างชาติ...” (2566) ได้ให้ข้อมูลว่าในปี 2566 นักศึกษาจีนที่เรียนในระดับอุดมศึกษาของไทยมีจำนวน 21,906 คน ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่มาจากพื้นที่ทางตอนใต้ของประเทศจีน แสดงให้เห็นถึงความสนใจของชาวจีนที่ต้องการเรียนหรือใช้ชีวิตด้านต่าง ๆ ในประเทศไทย เมื่อเราเรียนภาษาต่างประเทศก็จะสามารถเห็นได้ว่า เราอาจเกิดปัญหาหลายด้านในการใช้ภาษานั้น อาจเป็นปัญหาด้านการออกเสียงผิด การใช้คำผิด การเข้าใจความหมายผิด หรือการใช้ไวยากรณ์ผิด ตามที่ วิจิตรนัฏ ภาณุพงศ์ (2534) กล่าวว่า ความสลับซับซ้อนในการเปล่งเสียงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เราไม่สามารถเปล่งเสียงให้เหมือนกันได้ทุกครั้ง เสียงพูดที่ออกมาแต่ละครั้งจึงมีลักษณะต่าง ๆ กันไป

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ถือว่าเป็นสิ่งที่มีบทบาทในสังคมมาอย่างต่อเนื่องตามความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ดิจิทัล (TikTok) เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมสัญชาติจีน และเป็นบริการประเภทไมโครบล็อกกิง (micro-blogging) ในปัจจุบันแอปพลิเคชันดิจิทัล (TikTok) เป็นอีกหนึ่งสื่อสังคมที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย โดยเปิดให้ผู้ให้บริการสามารถลงคลิปวิดีโอบนแอปพลิเคชันได้อย่างอิสระ และยังสามารถเห็นได้ว่า นอกจากบัญชีผู้ใช้ดิจิทัล (TikTok) ที่เป็นคนไทยแล้ว ยังมีบัญชีผู้ใช้จากหลายคนที่เป็ชาวจีนและนำเสนอคลิปวิดีโอโดยใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร การเข้าถึงได้ของคนทุกชาติ ทุกภาษา ทุกเพศ ทุกวัย อาจส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ภาษาไทยของชาวจีนที่อาจจดจำนำไปใช้อย่างไม่เหมาะสม ดิจิทัล (TikTok) จึงเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่ช่วยให้นักวิจัยสามารถศึกษาการใช้ภาษาที่เกิดขึ้นในบริบทที่เป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะในบริบทของผู้พูดภาษาไทยที่สอง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกระบวนการเรียนรู้ การถ่ายโอนทางภาษา และข้อบกพร่องทางภาษาที่เกิดขึ้นจากการใช้ภาษาเป้าหมายในสถานการณ์จริง นอกจากนี้ ดิจิทัล (TikTok) ยังส่งเสริมต่อการพัฒนาทักษะทางภาษาในเชิงปฏิบัติ โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนหรือผู้พูดภาษาไทยที่สองมีส่วนร่วมผ่านการรับชม แสดงความคิดเห็น เลียนแบบ หรือสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยตนเอง ซึ่งเป็นวิธีการเรียนรู้อีกประเภทหนึ่งมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เรียนภาษาที่คุ้นเคยกับการใช้สื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคนจีนที่ใช้ภาษาไทยเป็นภาษาที่สองจะมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ได้หมายความว่า คนจีนทุกคนที่เรียนหรือใช้ภาษาไทยเป็นภาษาที่สองจะสามารถสื่อสารเหมือนกับคนไทยได้อย่างสมบูรณ์แบบ ดังที่ Corder (1981) กล่าวว่า ข้อบกพร่องส่วนใหญ่เกิดจากการแทรกแซง (interference) ดังนั้น ส่วนสำคัญของการวิจัยทางภาษาจึงให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบภาษาแม่และภาษาเป้าหมายเพื่อทำนายหรืออธิบายข้อบกพร่อง ที่ทำโดยผู้เรียนที่มีภูมิหลังทางภาษาเฉพาะ นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า เมื่อบัญชีผู้ใช้ชาวจีนที่สื่อสารผ่านคลิปวิดีโอโดยใช้ภาษาไทยนั้นมักเกิดข้อบกพร่องหลายด้าน เช่น

“วังนี้อยู่บ้านกินสุกี้ อันนี้มาจากจีนอร่อยมาก **จริง ๆ อร่อยมาก**”

จากตัวอย่างเห็นได้ว่า ผู้พูดมีข้อบกพร่องการใช้ภาษาด้านการออกเสียง ได้แก่คำว่า วัน /wan⁰/ กลายเป็นวัง /wan⁰/ บ้าน /ba:n²/ กลายเป็น ป้าน /pa:n²/ นอกจากนี้ ยังพบข้อบกพร่องด้านโครงสร้างไวยากรณ์คือ “จริง ๆ อร่อยมาก” ควรแก้เป็น “อร่อยมากจริง ๆ” เนื่องจากในภาษาไทยคำว่า “จริง ๆ” เป็นคำวิเศษณ์ที่ใช้ขยายคำนาม คำกริยา คำวิเศษณ์หรือวลี ที่ต้องการขยายตำแหน่งของคำว่า “จริง ๆ” จะอยู่ด้านหลังของคำที่ต้องการขยาย แต่ในทางกลับกัน ในภาษาจีนคำว่า “จริง ๆ” เป็นคำวิเศษณ์เช่นกัน แต่ตำแหน่งของคำจะวางไว้หน้าคำที่ต้องการขยาย ลักษณะเช่นนี้เป็นส่วนหนึ่งของการแทรกแซงทางภาษาแม่ที่ผู้พูดนำมาใช้ในภาษาไทย

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น จ้าว เฉวีย (2555) การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดและการรับรู้การเรียงลำดับคำขยายนามในภาษาไทยของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง Peng Hou (2019) ข้อผิดพลาดด้านการสะกดคำไทยของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ ชัยเชษฐ จิตต์ประสงค์ (2563) การศึกษาการใช้ภาษาไทยและข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยของพิธีกรชาวเกาหลีในรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีท่องเที่ยวพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นไปที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนหรือกลุ่มนักศึกษาแลกเปลี่ยน ซึ่งอยู่ในบริบทของ

ห้องเรียนหรือสถาบันการศึกษาอย่างเป็นทางการ ทั้งนี้ งานวิจัยเหล่านี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อบกพร่องในด้านคำ ความหมาย และโครงสร้างไวยากรณ์ อย่างไรก็ตามงานวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข้อบกพร่องในทักษะการเขียนมากกว่าทักษะการพูด อีกทั้งยังขาดการศึกษาที่เจาะลึกบริบทการใช้ภาษาในชีวิตจริง โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นบริบทที่มีความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมสูง ดังเช่นแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ที่กลายเป็นพื้นที่สำคัญในการแสดงออกทางภาษาอย่างกว้างขวางและเป็นธรรมชาติ

จากที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาข้อบกพร่องในการใช้ภาษาไทยของผู้พูดภาษาไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) โดยจะศึกษาว่า ผู้พูดภาษาไทยชาวจีนในแอปพลิเคชันนี้มีข้อบกพร่องในการใช้ภาษาไทยอย่างไร ประกอบกับงานวิจัยที่ผ่านมายังไม่พบการศึกษาข้อบกพร่องในการใช้ภาษาไทยของบัญชีผู้ใช้ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ทั้งนี้ ผลงานวิจัยนี้จะสามารถเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองสามารถช่วยลดข้อบกพร่องในการใช้ภาษา และสามารถพัฒนาต่อยอดให้กับผู้เรียนชาวต่างชาติในเรื่องของการสื่อสารภาษาไทยบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะชาวจีนที่มีจำนวนมากในประเทศไทยอีกด้วย

บททวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและบททวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยของชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) โดยนำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ข้อบกพร่องการใช้ภาษา

ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันมีนักภาษาศาสตร์หลายท่านศึกษาถึงชนิดของข้อบกพร่องซึ่งจำแนกตามสาเหตุที่เกิดขึ้น และได้เสนอแนวทางการเรียนการสอนภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศ โดยเก็บข้อมูลจากภาษาที่หลากหลาย ดังที่ Richards (1974) อ้างถึงใน เย่ หลู (2555, น. 7) ได้ระบุถึงชนิดและสาเหตุของข้อบกพร่องภายในภาษาและการพัฒนา (intralingual and developmental errors) ได้แก่ 1) ผู้เรียนที่ใช้กฎเกณฑ์ที่ได้เรียนมาจากภาษาเป้าหมายบางส่วนมาใช้ในภาษาเป้าหมายทั้งหมดแล้วเกิดข้อบกพร่องแบบสรุปเกินจริง (overgeneralization) 2) ผู้เรียนนำสิ่งที่รู้แล้วไปใช้ในสภาพการณ์ใหม่ได้ไม่ถูกต้อง หรือเกิดจากการท่องจำ หรือการเทียบเคียง (analogy) ที่ไม่ถูกต้อง (Ignorance of rule restriction) 3) การใช้ภาษาเบี่ยงเบนจากมาตรฐาน (Incomplete application of rules) 4) การเข้าใจข้อแตกต่างของกฎหรือหน่วยภาษาไม่ถูกต้อง (false concepts hypothesized)

การจัดกลุ่มข้อบกพร่องส่วนมากจะอิงตามส่วนประกอบของภาษาที่เกิดข้อบกพร่องในภาษานั้นซึ่งเป็นวิธีการจัดกลุ่มข้อบกพร่องตามแนวภาษาศาสตร์ โดยจัดประเภทข้อบกพร่องตามส่วนประกอบของภาษาที่เกิดข้อบกพร่องหรือเฉพาะส่วนประกอบของภาษาที่เกิดข้อบกพร่อง ทั้งนี้ Dulay, Burt and Krashen (1983) ได้แบ่งประเภทข้อบกพร่องตามส่วนประกอบของภาษา (language components) ประกอบด้วย 1) ระบบเสียง (phonology) 2) ระบบไวยากรณ์ (grammar) 3) ระบบความหมายและคำ (meaning and vocabulary) 4) การสื่อความ (discourse style)

อีกทั้ง Odlin (1989) ได้แบ่งประเภทข้อบกพร่องในทำนองเดียวกับ Dulay, Burt and Krashen (1983) ประกอบด้วย 1) ระดับไวยากรณ์ (grammatical level) 2) ระบบเสียง (phonetic level) คือ การใช้ระบบเสียงในภาษาเป้าหมายนั้นขาดความสมบูรณ์ 3) ระดับคำ (lexical level) และ 4) ระดับการสื่อความ (discourse level)

การเกิดข้อบกพร่องของผู้เรียนภาษาที่สองเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ตามธรรมชาติและไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ตามที่ Corder (1981) ได้กล่าวว่า “ข้อบกพร่องคือสิ่งที่สะท้อนกลวิธีการเรียนรู้ภาษาของผู้เรียน ข้อบกพร่องไม่ใช่สัญญาณของการยับยั้งการเรียนรู้” และ Corder (1981) ยังกล่าวอีกว่า “ข้อบกพร่องส่วนใหญ่เกิดจากการแทรกแซงจากภาษาแม่”

2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ทฤษฎีข้อบกพร่องของ Corder

Corder เป็นนักวิชาการคนแรกที่ได้เสนอขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อบกพร่องทางด้านภาษา และมีอิทธิพลต่อทฤษฎีการวิเคราะห์ข้อบกพร่อง (error analysis) ทั้งนี้ Corder (1974) อ้างถึงใน Ellis (1994, pp.47-71) ได้กล่าวถึง

ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อบกพร่องว่ามีทั้งหมด 5 ขั้นตอนได้แก่ 1) การรวบรวมตัวอย่างภาษาของผู้เรียน (collection of a sample of learner language) 2) การระบุลักษณะข้อบกพร่อง (Identification of errors) 3) การพรรณนาลักษณะข้อบกพร่อง (description of errors) 4) การอธิบายลักษณะข้อบกพร่อง (explanation of errors) และ 5) การประเมินลักษณะข้อบกพร่อง (evaluation of errors)

3. ภาษาที่สอง

ภาษาที่สอง (second language) หมายถึง ภาษาใด ๆ ก็ตามที่มีการเรียนรู้หลังจากภาษาที่หนึ่ง ดังที่ อรุณี วิริยะจิตรา (2532, น. 4) ให้คำจำกัดความของภาษาที่สองว่า ภาษาที่สองหมายถึงภาษาอื่นที่ผู้เรียนเรียนเพื่อใช้รองไปจากภาษาแรก ภาษาที่สองนี้อาจเป็นภาษาราชการหรือเป็นภาษาที่ใช้ในการสื่อสารในการเรียนการสอนในโรงเรียนในประเทศที่เป็นอาณานิคม อีกทั้ง สิริจิตต์ เดชมรรชัย (2556, น.3) กล่าวถึงความหมายของภาษาที่สองว่า ภาษาที่สองคือ การเรียนภาษาต่างประเทศ ในสภาพแวดล้อมหรือในบริบทที่ต้องใช้ภาษานั้น เช่น การเรียนภาษาอังกฤษในสหรัฐอเมริกา หรือในแคนาดา

4. ระบบภาษาไทยและจีน

ในการวิจัยนี้มุ่งศึกษาการใช้ภาษาไทยของผู้พูดภาษาไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชัน (Application) ตี๊กต็อก (TikTok) ผู้วิจัยจึงทบทวนลักษณะการใช้ภาษาของภาษาไทยและภาษาจีน ทั้งสองภาษามีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันหลายด้านตามองค์ประกอบทางภาษาศาสตร์ ได้แก่ ระบบเสียงตามแบบแนวคิดของ วิจิตรนัฏ ภาณุพงศ์ (2534) ระบบคำ และระบบประโยคตามแนวคิดของพระยาอุปกิตศิลปสาร (2546, น. 209-286) และระบบความหมายตามแนวคิดของ ศรีวิไล พลมณี (2545, น.42-43)

ส่วนภาษาจีนกลางเป็นภาษามาตรฐานที่ใช้อยู่ในประเทศจีน โดยส่วนใหญ่ใช้ภาษาภาคเหนือเป็นพื้นฐาน Huang & Liao (2017) เป็นนักภาษาศาสตร์ที่เชี่ยวชาญในการศึกษาภาษาจีนกลางและภาษาถิ่นในทางด้านเสียง คำ ความหมาย และไวยากรณ์ ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดทฤษฎีของ Huang & Liao (2017) มาเป็นแนวทางในการศึกษา ระบบภาษาจีน

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อบกพร่องในการใช้ภาษาพบว่า งานวิจัยที่ผ่านมาผู้สนใจข้อบกพร่องของ “ผู้เรียน” เป็นหลัก ได้แก่ ผู้เรียนจากเกาหลี จีน แต่มีเพียงงานของ ชัยเชษฐ์ จิตต์ประสงศ์ (2563) เท่านั้นที่สนใจ “ผู้พูดภาษาไทย” ซึ่งเป็น ชาวเกาหลี

จำ้ว เฉวีย (2555) ได้ศึกษาข้อผิดพลาดและการรับรู้การเรียงลำดับคำขยายนามในภาษาไทยของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง โดยศึกษาและจำแนกข้อผิดพลาดในการเรียงคำขยายนาม วิเคราะห์หาสาเหตุที่เกิดข้อผิดพลาดในการเรียงลำดับคำขยายนาม เก็บข้อมูลจาก นักศึกษาจีนจำนวน 54 คน และใช้แบบทดสอบการเรียงลำดับคำขยายนาม จำนวน 44 ข้อ ผลการทดสอบพบว่านักศึกษา ส่วนใหญ่สอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้กล่าวคือได้คะแนนต่ำสุด 10 คะแนน สูงสุด 38 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 28.41 คะแนน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.93 คะแนน

Peng Hou (2019) ได้ศึกษาข้อผิดพลาดด้านการสะกดคำไทยของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มาจากการเขียนบทความและการเขียนตามคำบอกของนักศึกษาจีนจำนวน 30 คนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ ผลการวิเคราะห์พบว่าปัญหาหลักของนักศึกษาจีนคือการสะกดสระไทย (37.5%) รองมาคือการสะกดพยัญชนะต้น (20.7%) พยัญชนะท้าย (20.4%) ตัวอักษรที่ไม่ออกเสียง (18.0%) วรรณยุกต์ (2.2%) และข้อผิดพลาดอื่น ๆ (1.2%) ผลวิจัยยังพบว่าความสลับซับซ้อนของภาษาไทยและการแทรกแซงจากระบบเสียงของภาษาจีนเป็นสาเหตุหลักสองประการที่ทำให้นักศึกษาจีนสะกดคำไทยผิดพลาด นอกจากนี้ยังมีข้อผิดพลาดจำนวนเล็กน้อยเกิดจากความประมาทในการเขียนความแตกต่างระหว่างระบบการเขียนของภาษาจีนกับภาษาไทย และการเลียนแบบวิธีการใช้คำของเจ้าของภาษาไทย

ชัยเชษฐ์ จิตต์ประสงศ์ (2563) ได้ศึกษาการใช้ภาษาไทยและข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยของพิธีกรชาวเกาหลีในรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลจากรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีท่องเที่ยวที่ออกอากาศในปี พ.ศ. 2559 และนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิเคราะห์ข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยพบว่ามี 3 ลักษณะซึ่งเรียงตามความถี่ที่ปรากฏจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ข้อบกพร่องด้านการออกเสียง

2) ข้อบกพร่องด้านไวยากรณ์ และ 3) ข้อบกพร่องด้านการเล่นคำ จากการวิเคราะห์ข้อบกพร่องทั้ง 3 ประการพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทย คือ การแทรกแซงจากภาษาแม่ (L1 interference) และความไม่สมบูรณ์ด้านพัฒนาการทางภาษา (Developmental errors)

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีวิธีการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาไทย การใช้ภาษาไทยเป็นภาษาที่สองและแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทย

2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแอปพลิเคชัน (application) ดิกต็อก (TikTok) ที่เป็นช่องบัญชีของผู้พูดภาษาไทยเป็นภาษาที่สองโดยใช้คำสืบค้นว่า “คนจีนที่พูดไทย” “แฟนคนจีน” “คนจีน” ทำให้พบช่องบัญชีที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 22 ช่อง ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการเลือกและบันทึกคลิปวิดีโอในดิกต็อกของชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สอง โดยมีเกณฑ์คัดเลือกข้อมูล ประกอบด้วย 1) เลือกช่องที่มีผู้ติดตามจำนวนไม่ต่ำกว่า 100,000 คน และ 2) เลือกเฉพาะช่องที่ผู้พูดชาวจีนที่ไม่มีเชื้อสายไทย โดยตรวจสอบคำแนะนำตัวจากหน้าโปรไฟล์ จากเกณฑ์ดังกล่าวทำให้เหลือช่องบัญชีผู้ใช้งานจำนวนมี 10 ช่องที่ตรงตามเกณฑ์ข้างต้น เก็บรวบรวมข้อมูลโดยเลือกเฉพาะคลิปวิดีโอที่ชาวจีนพูดภาษาไทยเป็นหลัก แล้วจึงบันทึกคลิปวิดีโอในดิกต็อก และพิมพ์ข้อความตามเสียงจากข้อมูลคลิปวิดีโอ จัดข้อมูลให้เป็นระเบียบตามหัวข้ออันได้แก่ ข้อบกพร่องด้านการออกเสียง ข้อบกพร่องด้านการใช้คำ ข้อบกพร่องด้านไวยากรณ์ และข้อบกพร่องด้านความหมาย

3. วิเคราะห์ข้อบกพร่องการใช้ภาษาของชาวจีนที่ใช้ภาษาไทยเป็นภาษาที่สองตามแนวคิดการวิเคราะห์ข้อบกพร่องของ Richards (1974) Corder (1981) Dulay Burt and Krashen (1983) และ Odlin (1989) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) วิเคราะห์ข้อบกพร่องด้านการใช้คำ ประกอบด้วย การเปลี่ยนเสียง การเพิ่มคำที่ไม่จำเป็น และการตัดคำ 2) วิเคราะห์ข้อบกพร่องโครงสร้างไวยากรณ์ และ 3) วิเคราะห์ข้อบกพร่องด้านการใช้คำที่ผิดความหมาย

4. วิเคราะห์ข้อบกพร่องการใช้ภาษาของชาวจีนที่ใช้ภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง โดยใช้สัญลักษณ์ n แทนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

5. นำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

การศึกษาข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยของชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันดิกต็อก ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ประเด็นใหญ่ โดยเรียงตามลำดับความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่ ข้อบกพร่องด้านการใช้คำ ข้อบกพร่องด้านความหมาย และข้อบกพร่องด้านโครงสร้างไวยากรณ์ ดังตาราง

ตารางที่ 1: แสดงความถี่ข้อบกพร่องแต่ละประเภท

ข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยของชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สอง	ความถี่ (n=528)	ร้อยละ
ข้อบกพร่องด้านการใช้คำ	491	92.99
ข้อบกพร่องด้านความหมาย	24	4.55
ข้อบกพร่องด้านโครงสร้างไวยากรณ์	13	2.46

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองมักมีปัญหาเกี่ยวกับคำศัพท์และการเลือกใช้คำที่เหมาะสมในบริบท ขณะที่ข้อบกพร่องด้านความหมายและไวยากรณ์พบน้อยกว่าซึ่งอาจเกิดจากลักษณะของภาษาไทยและภาษาจีนที่มีโครงสร้างประโยคคล้ายกัน แต่มีความแตกต่างในรายละเอียดของการใช้คำ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ข้อบกพร่องด้านการใช้คำ

ข้อบกพร่องด้านการใช้คำ คือ ลักษณะการใช้คำที่ต่างจากระบบคำภาษาไทย ดังนั้น ขอบเขตในการวิเคราะห์ข้อบกพร่องด้านการใช้คำในการวิจัยนี้จะพิจารณาตามระบบคำภาษาไทยเป็นบรรทัดฐาน ซึ่งประกอบด้วย การเปลี่ยนเสียง การเพิ่มคำที่ไม่จำเป็น และการตัดคำซึ่งสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2: ข้อบกพร่องด้านการใช้คำ

ข้อบกพร่องด้านการใช้คำ	ความถี่ (n=491)	ร้อยละ
1.1 การเปลี่ยนเสียง		
1.1.1 การออกเสียงพยัญชนะ		
1.1.1.1 พยัญชนะต้นเดี่ยว	39	7.95
1.1.1.2 พยัญชนะต้นควบ	26	5.29
1.1.1.3 พยัญชนะท้าย		
1.1.1.3.1 ข้อบกพร่องพยัญชนะท้าย	114	23.23
1.1.1.3.2 การตัดพยัญชนะท้าย	89	18.12
1.1.1.3.3 การเพิ่มพยัญชนะท้าย	4	0.81
1.1.2 การออกเสียงสระ		
1.1.2.1 การออกเสียงสระเสียงยาวเป็นสระเสียงสั้น	42	8.55
1.1.2.2 การออกเสียงสระเสียงสั้นเป็นสระเสียงยาว	40	8.14
1.1.2.3 การออกเสียงเปลี่ยนเสียงสระ	92	18.73
1.1.3 การออกเสียงวรรณยุกต์		
1.1.3.1 วรรณยุกต์สามัญ		
1.1.3.1.1 วรรณยุกต์สามัญเป็นวรรณยุกต์เอก	3	0.67
1.1.3.1.2 วรรณยุกต์สามัญเป็นวรรณยุกต์จัตวา	2	0.41
1.1.3.1.3 วรรณยุกต์สามัญเป็นวรรณยุกต์โท	1	0.20
1.1.3.1.4 วรรณยุกต์สามัญเป็นวรรณยุกต์ตรี	1	0.20
1.1.3.2 วรรณยุกต์เอก		

ข้อบกพร่องด้านการใช้คำ	ความถี่ (n=491)	ร้อยละ
1.1.3.2.1 วรรณยุกต์เอกเป็นวรรณยุกต์โท	2	0.41
1.1.3.2.2 วรรณยุกต์เอกเป็นวรรณยุกต์ตรี	1	0.20
1.1.3.3 วรรณยุกต์โท		
1.1.3.3.1 วรรณยุกต์โทเป็นวรรณยุกต์สามัญ	1	0.20
1.1.3.3.2 วรรณยุกต์โทเป็นวรรณยุกต์เอก	1	0.20
1.1.3.3.3 วรรณยุกต์โทเป็นวรรณยุกต์ตรี	1	0.20
1.1.3.3.4 วรรณยุกต์โทเป็นวรรณยุกต์จัตวา	1	0.20
1.1.3.4 วรรณยุกต์ตรี		
1.1.3.4.1 วรรณยุกต์ตรีเป็นวรรณยุกต์เอก	1	0.20
1.1.3.4.2 วรรณยุกต์ตรีเป็นวรรณยุกต์โท	1	0.20
1.1.3.4.3 วรรณยุกต์ตรีเป็นวรรณยุกต์จัตวา	1	0.20
1.1.3.5 วรรณยุกต์จัตวา		
1.1.3.5.1 วรรณยุกต์จัตวาเป็นวรรณยุกต์เอก	1	0.20
1.1.3.5.2 วรรณยุกต์จัตวาเป็นวรรณยุกต์โท	1	0.20
1.1.3.5.3 วรรณยุกต์จัตวาเป็นวรรณยุกต์ตรี	1	0.20
1.2 การเพิ่มคำที่ไม่จำเป็น	9	1.84
1.3 การตัดคำ	16	3.25

จากผลการวิจัยผู้วิจัยพบว่า ข้อบกพร่องด้านการออกเสียงเป็นปัญหาหลักของผู้ที่ใช้ภาษาจีนเป็นภาษาที่สอง ซึ่งเกิดจากความแตกต่างของระบบเสียงในภาษาไทยและภาษาจีน ส่วนการเพิ่มหรือตัดคำอาจเกิดจากการพยายามใช้ภาษาให้กระชับเหมือนภาษาแม่ผู้วิจัยจะยกตัวอย่างข้อบกพร่องด้านการใช้คำในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การเปลี่ยนเสียง

1.1.1 การออกเสียงพยัญชนะ ข้อบกพร่องด้านการออกเสียงพยัญชนะมี 3 ประเภท ได้แก่ การออกเสียงพยัญชนะต้นเดี่ยว การออกเสียงพยัญชนะต้นควบ และการออกเสียงพยัญชนะท้าย ดังจะยกตัวอย่างต่อไปนี้

1.1.1.1 การออกเสียงพยัญชนะต้นเดี่ยว ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 11 หน่วยเสียง เรียงตามความถี่ที่พบมากไปน้อย ได้แก่ หน่วยเสียง /r-/ คิดเป็นร้อยละ 46.15 หน่วยเสียง /d-/ คิดเป็นร้อยละ 23.07 หน่วยเสียง /b-/ คิดเป็นร้อยละ 7.69 หน่วยเสียง /ŋ-/ คิดเป็นร้อยละ 5.12 และหน่วยเสียง /t-/ , /ʔ-/ , /ph-/ , /m-/ , /n-/ , /s-/ , /h-/ ซึ่งแต่ละเสียงคิดเป็นร้อยละ 2.56

ตัวอย่างที่ 1 หน่วยเสียงพยัญชนะต้นเดี่ยว /r-/

เร็ว /rew⁰/ ออกเสียงเป็น /lew⁰/

อะไร /ʔa¹raj⁰/ ออกเสียงเป็น /ʔa¹laj⁰/

อะไร /ʔa¹raj⁰/ ออกเสียงเป็น /ʔa¹ja¹j⁰/

จากตัวอย่างที่ 1 ผู้วิจัยพบว่า ข้อบกพร่องการออกเสียงพยัญชนะต้นเดี่ยว คือ หน่วยเสียงพยัญชนะต้นเดี่ยว /r-/ ซึ่งมีฐานอยู่ที่ฟันและปุ่มเหงือก มีลักษณะเป็นเสียงรัว ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องการออกเสียงกลายเป็นเสียงพยัญชนะต้นเดี่ยว /j-/ และ /l-/ ซึ่ง /j-/ มีฐานอยู่ที่เพดานแข็ง มีลักษณะเป็นเสียงกึ่งสระ ส่วน /l-/ มีฐานอยู่ที่ฟันและปุ่มเหงือก มีลักษณะเป็นเสียงข้างลิ้น

1.1.1.2 พยัญชนะต้นควบ ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 7 หน่วยเสียง เรียงตามความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่ หน่วยเสียง /khr-/ คิดเป็นร้อยละ 23.10 หน่วยเสียง /pr-/ คิดเป็นร้อยละ 19.23 หน่วยเสียง /kl-/ กับ /tr-/ คิดเป็นร้อยละ 15.38 หน่วยเสียง /pl-/ คิดเป็นร้อยละ 11.53 และหน่วยเสียง /kr-/ กับ /phr-/ คิดเป็นร้อยละ 7.69

ตัวอย่างที่ 2 หน่วยเสียงพยัญชนะต้นควบ /khr-/

ห้องครัว /hɔ:ŋ² khru:a⁰/ ออกเสียงเป็น /hɔ:ŋ² khu:a⁰/

จากตัวอย่างที่ 2 ผู้วิจัยพบว่า ข้อบกพร่องการออกเสียงพยัญชนะต้นควบ คือ ผู้พูดออกเสียงพยัญชนะต้นควบ /khr-/ ที่รวมหน่วยเสียงที่หนึ่ง คือ /kh-/ และหน่วยเสียงที่สอง คือ /r-/ ไม่ชัดเจนกลายเป็นเสียงพยัญชนะต้นเดี่ยว /kh-/ ซึ่งมีฐานอยู่ที่เพดานอ่อน มีลักษณะเป็นเสียงระเบิด ไม่ก้อง ไม่มีลม

1.1.1.3 พยัญชนะท้าย

1.1.1.3.1 ข้อบกพร่องพยัญชนะท้าย ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 6 หน่วยเสียง เรียงตามความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่ หน่วยเสียง /-n/ คิดเป็นร้อยละ 49.14 หน่วยเสียง /-m/ คิดเป็นร้อยละ 19.29 หน่วยเสียง /-t/ คิดเป็นร้อยละ 14.91 หน่วยเสียง /-ŋ/ คิดเป็นร้อยละ 8.77 หน่วยเสียง /-p/ คิดเป็นร้อยละ 6.14 และหน่วยเสียง /-k/ คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตัวอย่างที่ 3 หน่วยเสียงพยัญชนะท้าย /-n/

จีน /ci:n⁰/ ออกเสียงเป็น /ci:ŋ⁰/

กิน /kin⁰/ ออกเสียงเป็น /kiŋ⁰/

จากตัวอย่างที่ 3 ผู้วิจัยพบว่า ข้อบกพร่องการออกเสียงพยัญชนะท้าย คือ หน่วยเสียงพยัญชนะท้าย /-n/ ซึ่งมีฐานอยู่ที่ฟันและปุ่มเหงือก มีลักษณะเป็นเสียงนาสิก ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องการออกเสียงกลายเป็นเสียงพยัญชนะท้าย /-ŋ/ ซึ่งมีฐานอยู่ที่เพดานอ่อน มีลักษณะเป็นเสียงนาสิก

1.1.1.3.2 การตัดพยัญชนะท้าย ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 7 หน่วยเสียง เรียงตามความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่ หน่วยเสียง /-t/ คิดเป็นร้อยละ 32.58 หน่วยเสียง /-k/ คิดเป็นร้อยละ 30.33 หน่วยเสียง /-p/ คิดเป็นร้อยละ 20.22 หน่วยเสียง /-ŋ/ คิดเป็นร้อยละ 6.74 หน่วยเสียง /-n/ คิดเป็นร้อยละ 5.62 หน่วยเสียง /-m/ คิดเป็นร้อยละ 3.37 และหน่วยเสียง /-w/ คิดเป็นร้อยละ 1.14

ตัวอย่างที่ 4 หน่วยเสียงพยัญชนะท้าย /-t/

ปิด /pit¹/ ออกเสียงเป็น /pi¹/

จากตัวอย่างที่ 4 ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องในการตัดเสียงพยัญชนะท้าย /-t/ ซึ่งมีฐานอยู่ที่ฟันและปุ่มเหงือก มีลักษณะเป็นเสียงระเบิด ไม่ก้อง ไม่มีลม

1.1.1.3.3 การเพิ่มพยัญชนะท้าย ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 4 หน่วยเสียง ได้แก่ /p/, /ŋ/, /j/ และ /m/ โดยแต่ละเสียงพบความถี่เท่ากันคือ คิดเป็นร้อยละ 25

ตัวอย่างที่ 5 หน่วยเสียงพยัญชนะท้าย /-p/

แต่ /tɛ:¹/ ออกเสียงเป็น /tɛ:p¹/

จากตัวอย่างที่ 5 ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองมีการเพิ่มเสียงพยัญชนะท้าย /-p/ เป็นพยัญชนะท้าย ซึ่งเป็นเสียงที่มีฐานอยู่ที่ริมฝีปาก มีลักษณะเป็นเสียงระเบิด ไม่ก้อง ไม่มีลม

1.1.2 การออกเสียงสระ

1.1.2.1 การออกเสียงสระเสียงยาวเป็นสระเสียงสั้น ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 6 หน่วยเสียง เรียงตามความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่ หน่วยเสียงสระ /a:/ คิดเป็นร้อยละ 78.58 หน่วยเสียงสระ /i:/ และ /u:/ คิดเป็นร้อยละ 7.14 และหน่วยเสียงสระ /e:/, /ɛ:/ และ /o:/ ซึ่งแต่ละเสียงคิดเป็นร้อยละ 2.38

ตัวอย่างที่ 6 หน่วยเสียงสระ /a:/

ย้ายบ้าน /ja:j³ba:n²/ ออกเสียงเป็น /jaj³ban²/

มาก /ma:k²/ ออกเสียงเป็น /mak²/

กว้าง /kwa:ŋ²/ ออกเสียงเป็น /kwaŋ²/

จากตัวอย่างที่ 6 ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องด้านการออกเสียงสระเสียงยาว /a:/ กลายเป็นสระเสียงสั้น /a/ ซึ่งหน่วยเสียงสระ /a:/ เป็นสระเสียงยาวที่มีลักษณะริมฝีปากไม่ห่อ ใช้ส่วนกลางของลิ้นและลิ้นระดับต่ำ ส่วนหน่วยเสียงสระ /a/ เป็นสระเสียงสั้นที่มีลักษณะริมฝีปากไม่ห่อ ใช้ส่วนกลางของลิ้นและลิ้นระดับต่ำ

1.1.2.2 การออกเสียงสระเสียงสั้นเป็นสระเสียงยาว ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 11 หน่วยเสียง เรียงตามความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่ หน่วยเสียงสระ /a/ คิดเป็นร้อยละ 75.00 หน่วยเสียงสระ /o/ คิดเป็นร้อยละ 7.50 หน่วยเสียงสระ /u/ คิดเป็นร้อยละ 5.00 และหน่วยเสียงสระ /i/, /ʊ/, /e/, /ɛ/, /ə/ แต่ละเสียงคิดเป็นร้อยละ 2.50

ตัวอย่างที่ 7 หน่วยเสียงสระ /a/

อรร้อย /ʔa⁰ro:j¹/ ออกเสียงเป็น /ʔa:⁰ro:j¹/

ฉั่น /chan³/ ออกเสียงเป็น /cha:n³/

จากตัวอย่างที่ 7 ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องด้านการออกเสียงสระเสียงสั้น /a/ กลายเป็นสระเสียงยาว /a:/ ซึ่งหน่วยเสียงสระ /a/ เป็นสระเสียงสั้นที่มีลักษณะริมฝีปากไม่ห่อ ใช้ส่วนกลางของลิ้นและลิ้นระดับต่ำ ส่วนหน่วยเสียงสระ /a:/ เป็นสระเสียงยาวที่มีลักษณะริมฝีปากไม่ห่อ ใช้ส่วนกลางของลิ้นและลิ้นระดับต่ำ

1.1.2.3 การเปลี่ยนเสียงสระ ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 13 หน่วยเสียง เรียงตามความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่ หน่วยเสียงสระ /o:/ คิดเป็นร้อยละ 23.91 หน่วยเสียงสระ /a/ คิดเป็นร้อยละ 15.21 หน่วยเสียงสระ /u:a/ คิดเป็นร้อยละ 9.79 หน่วยเสียงสระ /ʊ:a/, /ɛ:/ คิดเป็นร้อยละ 7.61 หน่วยเสียงสระ /i:a/ และ /o/ คิดเป็นร้อยละ 6.53 หน่วยเสียงสระ /ʊ/ และ /e/ คิดเป็นร้อยละ 5.43 หน่วยเสียงสระ /i/ คิดเป็นร้อยละ 4.35 หน่วยเสียงสระ /ʊ:/ คิดเป็นร้อยละ 3.26 และหน่วยเสียงสระ /i:/ และ /ə:/ คิดเป็นร้อยละ 2.17

ตัวอย่างที่ 8 หน่วยเสียงสระ /o:/

สอง /so:ŋ⁴/ ออกเสียงเป็น /suŋ⁴/

จากตัวอย่างที่ 8 ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องการออกเสียงแล้วเปลี่ยนเสียงสระจาก /o:/ ซึ่งเป็นสระเสียงยาวที่มีลักษณะริมฝีปากห่อ ใช้ส่วนหลังของลิ้นและลิ้นระดับต่ำ เปลี่ยนเป็น /u/ ซึ่งเป็นสระเสียงสั้นที่มีลักษณะริมฝีปากห่อ ใช้ส่วนหลังของลิ้นและลิ้นระดับสูง

1.1.3 การออกเสียงวรรณยุกต์

1.1.3.1 วรรณยุกต์สามัญ ผู้วิจัยพบข้อบกพร่อง ทั้งหมด 4 เสียงวรรณยุกต์ เรียงตามความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่ วรรณยุกต์เอก คิดเป็นร้อยละ 42.85 วรรณยุกต์จัตวา คิดเป็นร้อยละ 28.57 วรรณยุกต์โท คิดเป็นร้อยละ 14.29 และวรรณยุกต์ตรี คิดเป็นร้อยละ 14.29

ตัวอย่างที่ 9 ออกเสียงวรรณยุกต์สามัญเป็นวรรณยุกต์เอก

คุณ /khun⁰/ ออกเสียงเป็น /khun¹/

ตอน /to:n⁰/ ออกเสียงเป็น /to:n¹/

จากตัวอย่างที่ 9 ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องการออกเสียงวรรณยุกต์สามัญซึ่งเป็นเสียงวรรณยุกต์กลาง-ระดับกลายเป็นวรรณยุกต์เอกซึ่งเป็นเสียงวรรณยุกต์ต่ำ-ระดับ

1.1.3.2 วรรณยุกต์เอก ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 2 เสียงวรรณยุกต์ เรียงตามความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่ วรรณยุกต์โท คิดเป็นร้อยละ 66.67 และวรรณยุกต์ตรี คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตัวอย่างที่ 10 ออกเสียงวรรณยุกต์เอกเป็นวรรณยุกต์โท

กลืน /klin ¹ /	ออกเสียงเป็น	/klin ² /
แต่ /tɛ: ¹ /	ออกเสียงเป็น	/tɛ: ² /

จากตัวอย่างที่ 10 ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องการออกเสียงวรรณยุกต์เอกซึ่งเป็นเสียงวรรณยุกต์ต่ำ-ระดับ กลายเป็นวรรณยุกต์โทซึ่งเป็นเสียงวรรณยุกต์สูง-ตก

1.1.3.3 วรรณยุกต์โท ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 4 เสียงวรรณยุกต์ ได้แก่ วรรณยุกต์สามัญ วรรณยุกต์เอก วรรณยุกต์ตรี และวรรณยุกต์จัตวา โดยแต่ละเสียงพบความถี่เท่ากันคือ คิดเป็นร้อยละ 25

ตัวอย่างที่ 11 ออกเสียงวรรณยุกต์โทเป็นวรรณยุกต์สามัญ

ตอง /toŋ ² /	ออกเสียงเป็น	/to:ŋ ⁰ /
-------------------------	--------------	----------------------

จากตัวอย่างที่ 11 ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องการออกเสียงวรรณยุกต์โทซึ่งเป็นเสียงวรรณยุกต์สูง-ตก กลายเป็นวรรณยุกต์สามัญซึ่งเป็นเสียงวรรณยุกต์กลาง-ระดับ

1.1.3.4 วรรณยุกต์ตรี ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 3 เสียงวรรณยุกต์ ได้แก่ วรรณยุกต์เอก วรรณยุกต์โทและวรรณยุกต์จัตวา โดยแต่ละเสียงพบความถี่เท่ากันคือ คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตัวอย่างที่ 12 ออกเสียงวรรณยุกต์ตรีเป็นวรรณยุกต์เอก

นัก /nak ³ /	ออกเสียงเป็น	/nak ¹ /
-------------------------	--------------	---------------------

จากตัวอย่างที่ 12 ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องการออกเสียงวรรณยุกต์ตรีซึ่งเป็นเสียงวรรณยุกต์สูง-ระดับ กลายเป็นวรรณยุกต์เอกซึ่งเป็นเสียงวรรณยุกต์ต่ำ-ระดับ

1.1.3.5 วรรณยุกต์จัตวา ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 3 เสียงวรรณยุกต์ ได้แก่ วรรณยุกต์เอก วรรณยุกต์โทและวรรณยุกต์ตรี โดยแต่ละเสียงพบความถี่เท่ากันคือ คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตัวอย่างที่ 13 ออกเสียงวรรณยุกต์จัตวาเป็นวรรณยุกต์เอก

เหมือน /mwɛan ⁴ /	ออกเสียงเป็น	/mwɛan ¹ /
------------------------------	--------------	-----------------------

จากตัวอย่างที่ 13 ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องการออกเสียงวรรณยุกต์จัตวาซึ่งเป็นเสียงวรรณยุกต์ต่ำ-ขึ้น กลายเป็นวรรณยุกต์เอกซึ่งเป็นเสียงวรรณยุกต์ต่ำ-ระดับ

1.2 การเพิ่มคำที่ไม่จำเป็น

ตัวอย่างที่ 14 ขอบคุณคะ พี่คะ อันนี้ขุนใจดีจริงจิง

(ขอบคุณคะ พี่คะ อันนี้คุณใจดีจริง ๆ)

จากตัวอย่างที่ 14 ผู้วิจัยพบว่า ผู้พูดต้องการขอบคุณ โดยจะสื่อว่า คู่สนทนาเป็นคนใจดี แต่ใช้คำว่า “อันนี้” แทนคำนามที่อยู่ใกล้หรือชี้เฉพาะ ซึ่งเป็นการใช้คำที่ไม่จำเป็น ในประโยคนี้นควรแก้ไขเป็น “ขอบคุณคะ พี่ใจดีจริง ๆ” จึงจะเป็นประโยคที่เหมาะสม

1.3 การตัดคำ

ตัวอย่างที่ 15 ม่ายเอาสิบ เอาห่า

(ไม่เอาสิบ เอาห่า)

จากตัวอย่างที่ 15 ผู้วิจัยพบว่า คำที่ขาดไปในประโยคของผู้พูดชาวจีน คือคำว่า “ไม่” ซึ่งเป็นคำลักษณนามที่ต้องใช้ในบริบทที่ผู้พูดสื่อถึงลักษณะและจำนวนของอาหารที่ต้องการ ซึ่งในประโยคยังขาดคำที่ใช้บอกลักษณะของคำนาม ควรแก้ไขเป็น “ไม่เอาสิบไม้ เอาแค่ห้าไม้” จึงจะทำให้เป็นประโยคที่เหมาะสม

2. ข้อบกพร่องด้านความหมาย

จากการวิเคราะห์ข้อบกพร่องด้านการใช้คำที่ผิดความหมายของผู้พูดภาษาไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ผู้วิจัยพบว่ามัลักษณะการใช้คำที่มีความหมายคล้ายกันแต่ผิดคำและจัดเป็นการใช้คำผิดความหมาย โดยข้อบกพร่องนี้มักเกิดจากการแปลตรงตัวจากภาษาแม่และการใช้คำผิดความหมายก็อาจเกิดจากการเรียนรู้คำศัพท์จากบริบทที่จำกัด ดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 16

ผู้ชาย : แม่ค้า แม่ค้า อันนี้ผมกับจิงแล้วลู่
(ผู้ชาย : แม่ค้า แม่ค้า อันนี้ผมกลับจิงแล้วลู่)
แม่ : อ้อ ไปถึงแล้วเหอ
(แม่ : อ้อ ไปถึงแล้วเหอ)

จากตัวอย่างที่ 16 ปรากฏในบริบทที่ผู้ชายชาวจีนกำลังเดินทางกลับประเทศจีนพร้อมกับแฟนสาวคนไทย ระหว่างรอขึ้นเครื่องบินที่สนามบินสุวรรณภูมิ พวกเขาได้โทรศัพท์หาแม่ของแฟนสาวว่าตนเองนั้นจะกลับประเทศจีนในวันนี้ จากประโยคข้างต้นมีคำที่ตีความหมายทั้งหมด 2 คำ คำหนึ่งได้แก่คำว่า “แม่ค้า” ในสถานการณ์นี้ผู้พูดเป็นเพศชาย โดยปกติแล้วคนไทยจะมีคำลงท้ายที่บ่งบอกเพศชัดเจนได้แก่ “คะ” ใช้กับเพศหญิง และ “ครับ” ใช้กับเพศชาย ดังนั้นในกรณีนี้ผู้พูดควรพูดว่า “แม่ครับ” จึงจะเหมาะสม

คำที่สองคือคำว่า “อันนี้” ในบทสนทนานี้ ผู้พูดอยู่ที่สนามบินและกำลังจะบอกกับอีกฝ่ายว่าตอนนี้ตนเองกำลังจะกลับประเทศจีน แต่ใช้คำผิดจึงทำให้ความหมายผิดไปด้วย เนื่องจากคำว่า “อันนี้” เป็นคำวิเศษณ์บ่งบอกสิ่งที่ต้องการจะชี้แจง เช่น “อันนี้คือปากกา” ดังนั้นในกรณีนี้ผู้พูด จึงควรแก้คำว่า “อันนี้” เป็นคำว่า “ตอนนี้” จึงจะเหมาะสม

ตัวอย่างที่ 17 ลูกค้า: มีไรบ้างครับพี่
แม่ค้า: มีกล้วยเตี้ยวตั้มยา น้ำตก เย็นตาโฟ
ลูกค้า: อะ ที่นี้มีน้ำตกด้วยหรอครับ

จากตัวอย่างที่ 17 ผู้วิจัยพบว่า จากบริบทการสนทนาข้างต้น ลูกคำเกิดความสับสนในความหมายของคำว่า “น้ำตก” โดยลูกคำต้องการทราบว่ามีกวยเตี๋ยวประเภทใดบ้าง แม่คำจึงแจ้งให้ลูกคำได้ทราบ ซึ่งหนึ่งในประเภทของกวยเตี๋ยว คือ กวยเตี๋ยว “น้ำตก” ทำให้ลูกคำเข้าใจว่า แม่คำ หมายถึง “น้ำตก” ที่มีความหมายสื่อถึงสถานที่ทางธรรมชาติ จึงทำให้เกิดความเข้าใจผิดกันได้

3. ข้อบกพร่องโครงสร้างไวยากรณ์

จากการวิเคราะห์ข้อบกพร่องด้านโครงสร้างไวยากรณ์พบว่า แม้ว่าลักษณะโครงสร้างของภาษาไทย คือ ประธาน-กริยา-กรรม (S-V-O) เหมือนกับภาษาจีน แต่ก็ยังมีลักษณะบางประการที่ต่างกัน ภาษาไทยและภาษาจีน มีโครงสร้างพื้นฐานที่คล้ายกันในเรื่องของการใช้ประธาน กริยา กรรม และคำขยาย แต่มีความแตกต่างในตำแหน่งของ คำขยายและการใช้คำเชื่อมในภาษาจีน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้โครงสร้างประโยคทั้งสองภาษาไม่เหมือนกันทั้งหมด เช่น การใช้คำลักษณนาม ภาษาไทยต้องพูดว่า “หนังสือหนึ่งเล่ม” แต่ในภาษาจีนต้องพูดว่า “หนึ่งเล่มหนังสือ” ผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่อชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองกล่าวประโยคจะเกิดลักษณะข้อบกพร่องการเรียงลำดับ คำผิดตำแหน่ง ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าข้อบกพร่องด้านนี้เกิดขึ้นน้อยเพราะภาษาไทยและภาษาจีนมีโครงสร้างประโยค คล้ายกัน ทว่ายังมีความแตกต่างในตำแหน่งของคำอยู่ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 18 ชุณสาม่า ชุณห้าย เนินสุนฉาน ฉานห้ายสแกนคุณ
(คุณสามารุคุณ คุณให้เงินสดฉัน ฉันให้สแกนคุณ)

จากตัวอย่างที่ 18 ผู้วิจัยพบว่า ผู้พูดต้องการสื่อหมายความว่า ให้คู่สนทนานำเงินสดให้เขาและเขาจะสแกนคืนให้ จะเห็นว่า ผู้พูดสลับคำกริยาหลักและกริยาช่วยระหว่างคำว่า “ให้” กับ “สแกน” ซึ่งต้องเปลี่ยนเป็นการนำคำกริยา “สแกน” ขึ้นก่อนแล้วจึงตามด้วยคำว่า “ให้” สาเหตุที่ผู้พูดภาษาไทยชาวจีนใช้ถ้อยคำเช่นนี้เป็นเพราะกริยาช่วยในภาษาจีนจะอยู่ข้างหน้าและกริยาหลักจะอยู่ข้างหลังหรือหน้าก็ได้ แต่ภาษาไทยกริยาหลักต้องอยู่ข้างหน้า กริยาช่วยต้องอยู่ด้านหลัง ซึ่งควรแก้เป็น “คุณให้เงินสดกับฉันได้ไหม ฉันสแกน (โอนเงิน) คืนให้คุณ”

ตัวอย่างที่ 19 พี่คะ สองชามก้วยเตี๋ยวกลา
(พี่คะ สองชามก้วยเตี๋ยวปลา)

จากตัวอย่างที่ 19 ผู้วิจัยพบว่า คำว่า “สองชาม” เป็นคำลักษณะนามขยายคำว่า “ก้วยเตี๋ยว” แต่ในภาษาไทยคำลักษณะนามจะต้องตามหลังคำนาม จึงต้องแก้ไขเป็น “ก้วยเตี๋ยวสองชาม” แต่ในภาษาจีนคำลักษณะนามที่ขยายคำนามจะอยู่หน้าคำนามเสมอ เช่น “สองคนเด็กผู้ชาย” ในภาษาจีนจะอ่านเป็นภาษาไทยได้ว่า “เด็กผู้ชายสองคน” ซึ่งควรแก้เป็น “พี่คะ เอาก้วยเตี๋ยวปลาสองชาม”

ตัวอย่างที่ 20 วังนี้ อยู่บ้านกินสุกกี้ อันนี้มาจากจีน จริง ๆ อะหล่อยมาก
(วันนี อยู่บ้านกินสุกกี้ อันนี้มาจากจีน จริง ๆ อร่อยมาก)

จากตัวอย่างที่ 20 ผู้วิจัยพบว่า ตามโครงสร้างไวยากรณ์ของภาษาไทย ในประโยคนี้ “จริง ๆ อะหล่อยมาก” ควรแก้เป็น “อร่อยมากจริง ๆ” เนื่องจากคำว่า “จริง ๆ” เป็นคำวิเศษณ์ใช้ขยายคำกริยาหรือคำวิเศษณ์ด้วยกัน ซึ่งตามหลักไวยากรณ์แล้วคำวิเศษณ์จะต้องตามหลังคำกริยา เช่น เร็วจริง ๆ สวยจริง ๆ เยอะจริง ๆ หรือคำว่า “จริง ๆ ง่วงนอน” ที่ถูกต้องคือ “ง่วงนอนจริง ๆ”

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อบกพร่องการออกเสียงของชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันดิกต็อก จากข้อมูลทั้งหมด 528 ตัวอย่าง ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องทั้งหมด 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ข้อบกพร่องด้านการใช้คำ ข้อบกพร่องด้านความหมาย และข้อบกพร่องด้านโครงสร้างไวยากรณ์ ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองมักพบข้อบกพร่องด้านการใช้คำมากที่สุดเมื่อเทียบกับข้อบกพร่องด้านความหมายและด้านโครงสร้างไวยากรณ์ เนื่องจากความสับสนในการเลือกใช้คำที่เหมาะสมในบริบทต่าง ๆ อันมาจากความแตกต่างระหว่างภาษาไทยกับภาษาจีนในด้านโครงสร้างและการใช้คำ นอกจากนี้ การขาดความเข้าใจในเรื่องของความหมายและการใช้คำบางคำในภาษาไทย อาจทำให้เกิดการเลือกใช้คำที่ไม่ถูกต้องหรือไม่เหมาะสมกับบริบทได้ ส่งผลให้เกิดข้อบกพร่องในการสื่อสาร โดยปัจจัยที่ทำให้เกิดข้อบกพร่องนี้ ได้แก่ การแทรกแซงจากภาษาแม่ การเหมารวมกฎไวยากรณ์และการขาดการฝึกฝนในบริบทจริง ส่งผลให้เกิดข้อบกพร่องในการสื่อสารที่สอดคล้องกับ Corder (1981) ที่พบว่า “ข้อบกพร่องส่วนใหญ่เกิดจากการแทรกแซงจากภาษาแม่” และสอดคล้องกับวิจินต์ ภาณุพงศ์ (2534) กล่าวว่า ความสลับซับซ้อนในการเปล่งเสียงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เราไม่สามารถเปล่งเสียงให้เหมือนกันได้ทุกครั้ง เสียงพูดที่ออกมาแต่ละครั้งจึงมีลักษณะต่าง ๆ กันไป อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริย์รัตน์ บำรุงสุข (2554) และ ชัยเชษฐ์ จิตต์ประสงค์ (2563) อีกด้วย

ผู้วิจัยพบข้อน่าสังเกตจากการวิจัย ดังนี้

1. ข้อบกพร่องด้านการใช้คำ พบว่า ข้อบกพร่องด้านการเปลี่ยนเสียง คือ ลักษณะการออกเสียงที่ต่างจากระบบเสียงภาษาไทย ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อบกพร่องด้านหน่วยเสียงพยัญชนะ พบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองมักพบข้อบกพร่องในการออกเสียงหน่วยเสียงที่มีเสียงคล้ายกัน โดยอวัยวะที่ใช้ในการออกเสียงอาจเหมือนกัน แต่ลักษณะการออกเสียงอาจแตกต่างกันเล็กน้อย

1.1 จากการวิเคราะห์พยัญชนะต้นควบ ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองมักดัดหน่วยเสียงพยัญชนะที่สองออกไป เช่น กลิ่น /klin¹/ ออกเสียงเป็น /kin¹/ นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลตัวอย่างพบว่า ข้อบกพร่องมักเกิดขึ้นในกรณีที่พยัญชนะที่สองของพยัญชนะต้นควบเป็นหน่วยเสียง /l-/ และ /r-/ เนื่องจากในภาษาจีนกลางหน่วยเสียง /l-/ เช่น คำว่า 路 /lù/ เป็นเสียงข้างลิค [l] ส่วนหน่วยเสียง/r-/ เช่น คำว่า 人 /rén/ เป็นเสียงเสียดแทรก [ʐ] ไม่ใช่เสียงร่วแบบในภาษาไทย จึงเกิดการแทรกแซงระหว่างภาษา แม้จะมีเสียง /l-/ และ /r-/ อยู่ในภาษาจีน แต่การที่ภาษาจีนไม่มีการควบกล้ำพยัญชนะต้น ทำให้ผู้พูดชาวจีนไม่สามารถถ่ายทอดเสียงแบบภาษาไทยได้สมบูรณ์ ส่งผลให้เกิดข้อบกพร่องในการออกเสียงคำไทยที่มีพยัญชนะต้นควบกล้ำ ทั้งนี้ ไม่พบข้อบกพร่องในหน่วยเสียงต้นควบกล้ำที่มีหน่วยเสียง /kw-/ และ /khw-/ ผู้วิจัยคาดว่า สาเหตุที่ไม่พบข้อบกพร่องในหน่วยเสียง /kw-/ และ /khw-/ อาจเกิดจากลักษณะการใช้ภาษาแม่ของผู้พูดชาวจีนซึ่งไม่มีหน่วยเสียงที่คล้ายคลึงกับพยัญชนะต้นควบกล้ำประเภทนี้ในระบบเสียงของภาษาจีน จึงทำให้การรับรู้และการออกเสียงหน่วยเสียง /kw-/ และ /khw-/ ไม่ก่อให้เกิดความสับสนหรือข้อผิดพลาดเท่ากับหน่วยเสียงที่มีลักษณะคล้ายเสียงในภาษาจีน นอกจากนี้ หน่วยเสียง

/kw-/ และ /khw-/ เป็นหน่วยเสียงที่พบไม่บ่อยในคำศัพท์พื้นฐานหรือคำที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ทำให้โอกาสเกิดข้อบกพร่องในหน่วยเสียงเหล่านี้ลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยเสียง /l-/ และ /r-/ ซึ่งปรากฏบ่อยในภาษาไทย จึงมีแนวโน้มสูงที่จะเกิดข้อบกพร่องในหน่วยเสียงที่พบได้บ่อยกว่า

1.2 ระบบเสียงภาษาไทยมีพยัญชนะท้ายทั้งหมด 8 หน่วยเสียง /-k/, /-ŋ/, /-t/, /-n/, /-m/, /-p/, /-w/, /-j/ ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องของหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายทั้งหมด 6 หน่วยเสียง ซึ่ง 2 หน่วยเสียงที่ไม่พบข้อบกพร่องได้แก่ /-w/ และ /-j/ ผู้วิจัยเห็นว่า สาเหตุที่ไม่พบข้อบกพร่องในหน่วยเสียงพยัญชนะท้าย /-w/ และ /-j/ อาจเกิดจากลักษณะของหน่วยเสียงเหล่านี้มีความใกล้เคียงกับหน่วยเสียงในภาษาจีนกลาง ซึ่งเป็นภาษาแม่ของผู้พูดชาวจีน โดยในภาษาจีนกลางมีเสียงที่คล้ายกับ /-w/ และ /-j/ เช่น เสียงพยัญชนะกึ่งสระ /w/ และ /j/ ที่มักปรากฏในตำแหน่งต้นและท้ายคำในลักษณะคล้ายกับภาษาไทย ทำให้ผู้พูดชาวจีนสามารถรับรู้และออกเสียงหน่วยเสียงเหล่านี้ได้อย่างถูกต้องโดยไม่เกิดความสับสน นอกจากนี้ หน่วยเสียงพยัญชนะท้าย /-w/ และ /-j/ ยังมีลักษณะเป็นเสียงที่ไม่เปลี่ยนรูปอย่างเด่นชัดเมื่ออยู่ในตำแหน่งท้ายคำ ต่างจากพยัญชนะท้าย อื่น ๆ เช่น /-k/, /-ŋ/, /-p/ หรือ /-m/ ซึ่งต้องอาศัยการควบคุมอวัยวะในการออกเสียงที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น และอาจมีความแตกต่างจากระบบเสียงในภาษาแม่ ส่งผลให้ข้อบกพร่องมักเกิดในหน่วยเสียงที่มีความซับซ้อนหรือแตกต่างจากระบบเสียงเดิมของผู้พูดมากกว่า อีกปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องคือ คำที่มีพยัญชนะท้าย /-w/ และ /-j/ อาจพบได้บ่อยในคำที่ผู้พูดชาวจีนคุ้นเคยจากการเรียนภาษาไทย

1.3 ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองมักมีข้อบกพร่องในการออกเสียงพยัญชนะต้นเดียว พยัญชนะควบกล้ำ และพยัญชนะท้าย โดยเฉพาะในหน่วยเสียงที่ต้องใช้ฐานฟันและปุ่มเหงือก รวมถึงหน่วยเสียงที่ต้องออกเสียงแบบระเบิด ซึ่งสาเหตุเกิดจากความแตกต่างของระบบเสียงระหว่างภาษาไทยและภาษาจีน โดยในภาษาจีนไม่มีเสียงที่ต้องใช้การสัมผัสระหว่างฟันและปุ่มเหงือกอย่างชัดเจน อีกทั้งชาวจีนอาจไม่คุ้นเคยกับการควบคุมกล้ามเนื้อในช่องปากที่ซับซ้อน เช่น การควบคุมการปิดเปิดของลิ้น การไล่อากาศในลักษณะเฉพาะ หรือการเน้นเสียงหนักเบาที่ต่างจากภาษาแม่ อีกทั้งปัจจัยด้านการเรียนรู้ เช่น การไม่ได้รับการฝึกฝนที่เพียงพอหรือการไม่มีผู้สอนที่ช่วยแก้ไขข้อบกพร่องก็อาจส่งผลให้การออกเสียงผิดเพี้ยนและกลายเป็นข้อบกพร่องที่แก้ได้ยาก

1.4 จากการวิเคราะห์ข้อบกพร่องด้านการออกเสียงสระ ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองมักเกิดข้อบกพร่องการออกเสียงสระเสียงยาวเป็นสระเสียงสั้น ซึ่งหน่วยเสียงสระ /a:/ เกิดข้อบกพร่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.58 ข้อบกพร่องการออกเสียงสระเสียงสั้นเป็นสระเสียงยาว ซึ่งหน่วยเสียงสระ /a:/ พบข้อบกพร่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.00 ผู้วิจัยเห็นว่า เหตุผลที่ทำให้ชาวจีนเกิดข้อบกพร่องนี้ เกิดจากความแตกต่างในระบบเสียงของภาษาแม่ เพราะในภาษาจีนไม่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างสระเสียงสั้นและสระเสียงยาวเหมือนในภาษาไทย ทำให้ผู้พูดชาวจีนไม่คุ้นเคยกับการยืดเสียงสระเพื่อสร้างความแตกต่างในความหมายของคำในภาษาจีน ความแตกต่างของความหมายมักจะขึ้นอยู่กับเสียงวรรณยุกต์มากกว่า ดังนั้นผู้พูดชาวจีนอาจไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของเสียงยาวหรือเสียงสั้นของสระทั้งที่มีความสำคัญต่อความหมายของคำในภาษาไทย และผู้เรียนอาจไม่ได้รับการฝึกฝนที่เพียงพอในการแยกเสียงยาว และเสียงสั้นของสระในภาษาไทย หรือไม่ได้รับคำแนะนำในการออกเสียงอย่างถูกต้องในช่วงเริ่มต้นของการเรียน

1.5 ข้อบกพร่องด้านการแปรเสียงสระ ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันนี้มักมีลักษณะการพูดที่เบี่ยงเบนหรือแปรเปลี่ยนไปจากมาตรฐานภาษาไทย โดยส่วนใหญ่เกิดข้อบกพร่องจากความแตกต่างในลักษณะการใช้ริมฝีปาก ส่วนของลิ้น และระดับของลิ้นในการออกเสียง เช่น คือ /khw:⁰/ ออกเสียงเป็น /kha:⁰/ นอกจากนี้ยังพบว่า สระประสมอย่าง /u:a/ และ /wa:a/ มีความซับซ้อนและต้องใช้ความแม่นยำในการเปลี่ยนเสียง ทำให้ออกเสียงยากกว่าสระเดี่ยวอย่าง /o/ หรือ /ɔ/ ผู้พูดชาวจีนที่ไม่คุ้นเคยกับสระประสมในภาษาไทยจึงปรับเสียงให้เป็นสระเดี่ยวเพื่อให้ง่ายต่อการออกเสียงและสอดคล้องกับระบบเสียงในภาษาแม่

1.6 จากการวิเคราะห์การเพิ่มคำที่ไม่จำเป็น ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองมักเพิ่มคำที่ไม่จำเป็นชนิดคำสองคำที่มีความหมายคล้ายกัน เช่นคำว่า “กินชิม” “แล้วเลย” “ไม่ยัง” และยังมีแนวโน้มที่จะพูดคำเดิมซ้ำอีกครั้ง ผู้วิจัยเห็นว่า เหตุผลที่ทำให้ผู้พูดภาษาไทยเกิดข้อบกพร่องในการเพิ่มคำที่ไม่จำเป็น เนื่องจากความเคยชินจากภาษาแม่ ความไม่มั่นใจในการใช้ภาษาไทยการขาดความเข้าใจในโครงสร้างภาษาไทย หรือการพยายามทำให้ประโยคดูชัดเจนและมีน้ำเสียงมากขึ้น รวมถึงการขาดความเข้าใจในบริบทการใช้คำในภาษาไทยที่ไม่จำเป็นต้อง

เพิ่มคำที่มีความหมายคล้ายกัน ผู้พูดอาจใช้การเพิ่มคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันเพื่อเสริมความชัดเจนหรือความหนักแน่นในการสื่อสาร ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองอาจยังไม่เข้าใจในบริบทที่คำบางคำไม่จำเป็นต้องใช้ซ้ำหรือเพิ่มคำที่มีความหมายใกล้เคียง เช่น การพูด “กินชิม” หรือ “แล้วเลย” อาจไม่จำเป็นในภาษาไทย แต่การใช้คำเหล่านี้เป็นเพราะการถ่ายทอดจากภาษาจีนที่มีลักษณะการใช้คำคล้ายกัน

1.7 จากการวิเคราะห์การตัดคำ ผู้วิจัยพบว่า ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองมักเกิดข้อบกพร่องการตัดคำที่เป็นคำลักษณนาม คำวิเศษณ์ คำอนุภาค คำช่วยกริยา ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าเหตุผลที่ทำให้ชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองเกิดข้อบกพร่องในการตัดคำ เนื่องจากความแตกต่างในโครงสร้างภาษา ความไม่คุ้นเคยกับการใช้คำลักษณนาม คำวิเศษณ์ และคำช่วยกริยาในภาษาไทย รวมถึงการแปลตรงตัวจากภาษาแม่และความไม่มั่นใจ ในการใช้คำที่ซับซ้อนในภาษาไทย

2. การวิเคราะห์ข้อบกพร่องด้านการใช้คำผิดความหมายของผู้พูดภาษาไทยจีนเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ซึ่งพบข้อบกพร่องน้อยที่สุดนั้น พบว่าลักษณะการใช้คำที่มีความหมายคล้ายกันแต่ใช้ผิดคำ จัดเป็นการใช้คำผิดความหมาย เหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้พูดชาวจีนเกิดข้อบกพร่องนี้คือ ความคล้ายคลึงของคำในภาษาไทย การแปลตรงตัวจากภาษาจีน การขาดความคุ้นเคยกับภาษาไทย และผลกระทบจากภาษาแม่ ส่งผลให้การเลือกใช้คำไม่สอดคล้องกับบริบทหรือไม่ถูกต้องตามหลักภาษาไทย

3. จากการวิเคราะห์ข้อบกพร่องโครงสร้างไวยากรณ์ ผู้วิจัยพบว่า แม้ว่าลักษณะโครงสร้างของภาษาไทยคือ ประธาน-กริยา-กรรม (S-V-O) เหมือนกับภาษาจีน แต่ก็มีลักษณะบางประการที่ต่างกัน ภาษาไทยและภาษาจีนมีโครงสร้างพื้นฐานที่คล้ายกันในแง่ของการใช้ประธาน กริยา กรรมและคำขยาย แต่มีความแตกต่างในตำแหน่งของคำขยาย และการใช้คำเชื่อมในภาษาจีน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้โครงสร้างประโยคทั้งสองภาษาไม่เหมือนกันทั้งหมด เช่น การใช้ลักษณนาม ภาษาไทยต้องพูดว่า “หนังสือหนึ่งเล่ม” แต่ในภาษาจีนต้องพูดว่า “หนึ่งเล่มหนังสือ” ผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่อชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองพูดเป็นประโยคจะเกิดลักษณะข้อบกพร่องการเรียงลำดับคำผิดตำแหน่ง ซึ่งเหตุผลที่ทำให้ผู้พูดชาวจีนเกิดข้อบกพร่อง เนื่องจากความแตกต่างในโครงสร้างไวยากรณ์ระหว่างภาษาไทยและภาษาจีน โดยเฉพาะตำแหน่งของคำขยายและคำลักษณนาม ซึ่งในภาษาไทยคำขยายและลักษณนามมักอยู่หลังคำนาม แต่ในภาษาจีนคำเหล่านี้จะอยู่หน้าคำนาม อีกทั้งยังมีผลกระทบจากความเคยชินกับโครงสร้างภาษาจีนรวมถึงการขาดความเข้าใจและการฝึกฝนในโครงสร้างภาษาไทยอย่างเพียงพอ

จากการวิเคราะห์พบว่า ข้อบกพร่องด้านการใช้คำพบมากที่สุดเมื่อเทียบกับด้านความหมายและด้านโครงสร้างไวยากรณ์ เนื่องจากความสับสนในการออกเสียงที่เหมาะสมในบริบทต่าง ๆ อันมาจากความแตกต่างระหว่างภาษาไทยกับภาษาจีนในด้านโครงสร้างและการใช้คำ นอกจากนี้ การขาดความเข้าใจในเรื่องของความหมายและการใช้คำบางคำในภาษาไทย อาจทำให้เกิดการเลือกใช้คำที่ไม่ถูกต้องหรือไม่เหมาะสมกับบริบทได้ ส่งผลให้เกิดข้อบกพร่องในการสื่อสาร สอดคล้องกับวจินตัน ภาณุพงศ์ (2534) กล่าวว่า ความสลับซับซ้อนในการเปล่งเสียงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เราไม่สามารถเปล่งเสียงให้เหมือนกันได้ทุกครั้ง เสียงพูดที่ออกมาแต่ละครั้งจึงมีลักษณะต่าง ๆ กันไป อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุริย์รัตน์ บำรุงสุข (2554) และชัยเชษฐ์ จิตต์ประสงค์ (2563) ที่พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทย คือ การแทรกแซงจากภาษาแม่ (L1 interference) และความไม่สมบูรณ์ด้านพัฒนาการทางภาษา (Developmental errors)

ดังนั้น จากผลการศึกษาทั้งหมดนี้น่าจะนำไปสู่การพัฒนาสื่อการเรียนการสอนให้เหมาะกับผู้เรียนชาวจีนซึ่งควรเน้นในประเด็นข้อบกพร่องด้านการใช้คำและความหมายของคำในบริบทที่ต่างกัน อีกทั้งยังควรส่งเสริมการฝึกฝนภาษาไทยผ่านสื่อที่มีบริบทการสื่อสารในสถานการณ์จริงเพื่อให้เข้าใจการใช้ที่เหมาะสมกับบริบทรวมถึงการสนทนาแบบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภาษาไทยและภาษาจีนเพื่อช่วยลดข้อบกพร่องของผู้เรียนชาวจีน

รายการอ้างอิง

จำว, เฉวีย. (2555). การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดและการรับรู้การเรียงลำดับของคำขยายนามในภาษาไทยของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]
<https://shorturl.asia/JECya>

- จีน ครองแชมป์ น.ศ.ต่างชาติ มาเรียนมหาวิทยาลัยไทยมากที่สุด พบอยู่ ม.เอกชนกว่า 15,000 คน. (2566, 23 พฤศจิกายน).
มติชนออนไลน์. <https://shorturl.asia/wU0b5>
- ชัยเชษฐ์ จิตต์ประสงค์. (2563). การศึกษาการใช้ภาษาไทยและข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยของพหิกรชาวเกาหลีใน
รายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีท่องเที่ยว [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทร
วิโรฒ] <https://shorturl.asia/sLW9I>
- เย่, หลู. (2555). การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดในการใช้ประโยคคำถามของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษา
ต่างประเทศ [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่] <https://shorturl.asia/PXyF6>
- วิจิตรนั ภาณุพงศ์. (2534). เอกสารการสอนชุดวิชา ภาษาไทย 3. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศรีวิไล พลมณี. (2545). ภาษาและการสอน. (พิมพ์ครั้งที่ 4). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สิริจิตต์ เดชมรรชัย. (2556). การสอนภาษาฝรั่งเศสในฐานะภาษาต่างประเทศ: แนวคิดและวิธีการ. จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- สุริย์รัตน์ บำรุงสุข. (2554). ข้อบกพร่องในการเขียนภาษาไทยของนักศึกษาชาวต่างประเทศที่มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์ : กรณีศึกษานักศึกษาชาวเกาหลี. วารสารมนุษยศาสตร์. 18(1), 113-126. [https://www.tci-
thaijo.org/index.php/abc/index](https://www.tci-thaijo.org/index.php/abc/index)
- อรุณี วิริยะจิตรา. (2532). การเรียนการสอนเพื่อการสื่อสาร. อักษรเจริญทัศน์.
- อุปกิตศิลปสาร. (2546). หลักภาษาไทย. ไทยวัฒนาพานิช.
- Corder, S. P. (1981). *Error Analysis and Interlanguage*. Oxford University Press.
- Dulay, H., Burt, M., & Krashen, S. (1983). Language Two. *The Modern Language Journal*. 67(3), 273.
- Ellis, R. (1994). *The Study of Second Language Acquisition*. Oxford University Press.
- Huang, B., & Liao, X. (2017). *XIANDAI HANYU*. Higher Education Press.
- Odlin, T. (1989). *Language Transfer: Cross-linguistic influence in language learnin*. Cambridge
University Press.
- Peng Hou. (2019). Spelling Errors in Thai Made by Chinese Students Learning Thai as a Foreign
Language. *MANUSYA: Journal of Humanities*. 22(3), 358-374
- Richards, J.C. (1974). *Error Analysis: Perspectives on Second Language Acquisition*. Longman Group.

แนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน Guidelines for Developing Health Literacy in Youth

อานนท์ สีดาเพ็ง^{1*}, ปิยะพันธุ์ นันตา², เมธี วงศ์วีระพันธุ์³, กัญจน์ จันทศรีสุต⁴,
จิตตรัตน์ ตันเสนีย์⁵, จิราดร ถิ่นอ้วน⁶
Anon Seedapeng¹, Piyaphun Nunta², Matree Vongverapant³ Gunn Chansrisukot⁴,
Jittarat Tansenee⁵, Jiradon Tinuan⁶

Received: August 28, 2024

Revised: May 19, 2025

Accepted: July 9, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทของเยาวชน ดำเนินการวิจัยโดยใช้เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทของเยาวชน ควรพัฒนาทักษะและความสามารถตามแนวคิดด้านการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ ใน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ 2) ด้านการเข้าใจข้อมูลสุขภาพ 3) ด้านการประเมินข้อมูลและบริการด้านสุขภาพ และ 4) ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลและบริการสุขภาพ และในส่วนของปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ ควรปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามหลัก 3อ.2ส. ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) การบริโภคอาหาร 2) การออกกำลังกาย 3) การจัดการความเครียด 4) การสูบบุหรี่ และ 5) การดื่มสุราและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

คำสำคัญ: แนวทาง, การพัฒนา, ความรู้ด้านสุขภาพ, เยาวชน

Abstract

This research aimed to study appropriate guidelines for developing health literacy in the context of youth. The research was conducted using the EDFR (Ethnographic Delphi Future Research) technique. The data were collected from a group of 17 experts. Statistics used in data analysis were mean, standard deviation, median, and interquartile range. The research results found that the appropriate guidelines for developing health literacy in the context of youth should focus on activities

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาวิชาการพัฒนาสุขภาพเพื่อสังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Lecturer, Master of Art Program in Well Being Development for Society, Faculty of Liberal Arts, Maejo University) Email: kohanon@hotmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาวิชาการพัฒนาสุขภาพเพื่อสังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Lecturer, Master of Art Program in Well Being Development for Society, Faculty of Liberal Arts, Maejo University) Email: Piyaphun@mju.ac.th

³ อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาวิชาการพัฒนาสุขภาพเพื่อสังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Lecturer, Master of Art Program in Well Being Development for Society, Faculty of Liberal Arts, Maejo University) Email: Matree@mju.ac.th

⁴ อาจารย์กลุ่มวิชาพัฒนาสุขภาพ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Lecturer, Health Development Section, Faculty of Liberal Arts, Maejo University) Email: Gunn@mju.ac.th

⁵ อาจารย์กลุ่มวิชาพัฒนาสุขภาพ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Lecturer, Health Development Section, Faculty of Liberal Arts, Maejo University) Email: Jittarat@mju.ac.th

⁶ อาจารย์กลุ่มวิชาพัฒนาสุขภาพ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Lecturer, Health Development Section, Faculty of Liberal Arts, Maejo University) Email: Jiradon@mju.ac.th

* Corresponding Author

that develop skills and abilities according to the concept of developing health literacy in 4 components: 1) access to health information and services, 2) understanding health information, 3) evaluation of health information and services, and 4) application of health information and services and in terms of changing health behaviors. Regarding health behavior change, adhering to the principles of 3E-2S in 5 areas was recommended: 1) dietary consumption, 2) exercise, 3) stress management, 4) tobacco smoking, and 5) alcohol and substance use.

Keywords: Guidelines, Developing, Health Literacy, Youth

บทนำ

ความรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) เป็นทักษะทางปัญญาและสังคมของบุคคลที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจและสมรรถนะที่จะเข้าถึง เข้าใจและใช้ข้อมูลข่าวสารและบริการสุขภาพในการส่งเสริมและคงไว้ซึ่งสุขภาพที่ดี จากผลการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าบุคคลที่มีความรู้ด้านสุขภาพต่ำมักจะมีความรู้ด้านสุขภาพน้อย มีความล่าช้าในการแสวงหาการดูแลตนเองที่เหมาะสม มีปัจจัยเสี่ยงต่อการมีสุขภาพไม่ดี ไม่สามารถดูแลตนเองเพื่อป้องกันโรคได้อย่างเหมาะสม ไม่ไปตรวจร่างกาย รวมถึงเมื่อเจ็บป่วยก็ไม่ปฏิบัติตามแผนการรักษา เนื่องจากมีความลำบากในการทำความเข้าใจและการจดจำข้อมูลทางสุขภาพ รวมถึงการปฏิบัติตามคำแนะนำของทีมสุขภาพ ส่งผลเสียต่อสุขภาพและเสี่ยงต่อการเกิดโรคต่าง ๆ ได้ง่าย ดังนั้น การพัฒนาประชาชนและชุมชนให้มีความรู้ด้านสุขภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง (กองสุศึกษา, 2565; Jordan et al., 2010; McCarthy et al., 2012; Nutbeam et al., 2018) ประเทศไทยได้กำหนดเป้าประสงค์ในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อก้าวสู่สังคมอุดมปัญญา (Smart Thailand) และการเป็นคนไทยที่อุดมปัญญา (Smart Thai Citizens) กล่าวคือ คนไทยทุกกลุ่มวัยมีความรู้ด้านสุขภาพสูง มีการจัดการสุขภาพตนเองได้ และภาครัฐได้เสนอให้มีการยกระดับการปฏิรูปความรู้ด้านต่าง ๆ ของประชาชนเป็นวาระแห่งชาติ รวมถึงการกำหนดให้มีการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพของประชาชนอยู่ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี สนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยและสำรวจความรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพของประชาชนในทุก 3-5 ปี แต่จากผลการสำรวจความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มประชาชนอายุระหว่าง 15–59 ปี จำนวน 2,500 คน พบว่าส่วนใหญ่มีความรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับพอใช้ (ร้อยละ 47.10) รองลงมา คือ ระดับไม่ดี (ร้อยละ 39.70) สำหรับพฤติกรรมสุขภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมสุขภาพในระดับไม่ดี (ร้อยละ 47.90) รองลงมา คือ ระดับพอใช้ (ร้อยละ 27.50) และลำดับสุดท้าย คือ ระดับดีมาก (ร้อยละ 24.60) ผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ด้านสุขภาพในระดับพอใช้และมีพฤติกรรมสุขภาพอยู่ในระดับไม่ดี ซึ่งไม่เพียงพอต่อการมีพฤติกรรมสุขภาพที่ยั่งยืนส่งผลให้ไม่สามารถนำไปสู่การเป็นเมืองแห่งการมีสุขภาพดีถ้วนหน้าได้ ทุกภาคส่วนจึงต้องมุ่งพัฒนาให้ประชาชนมีความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพมากยิ่งขึ้น (อรรถพล แก้วสัมฤทธิ์, 2560; กองสุศึกษา, 2565)

ผลการสำรวจประชากรไทยในกลุ่มเยาวชน พบว่า เยาวชนไทยในยุคปัจจุบันมีวิถีชีวิตที่แตกต่างไปจากเดิมเนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว การดำเนินชีวิตและพฤติกรรมสุขภาพจึงเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงความเครียดสะสมจากการแข่งขันด้านการเรียน การสอบเข้าและรายได้ของครอบครัวที่ไม่มั่นคง ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้เยาวชนมีพฤติกรรมเสี่ยงด้านสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่เยาวชนต้องเลือกรับข้อมูลด้านสุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสม ภายใต้เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลจนกลายเป็นสังคมการสื่อสารที่ไร้พรมแดน ปัจจุบันข้อมูลด้านสุขภาพมีการสื่อสารกันอย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับอดีตโดยมีบทบาทเป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสารไปพร้อมกันส่งผลให้เยาวชนสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพผ่านหลากหลายช่องทาง แต่ในบางครั้งข้อมูลสุขภาพดังกล่าวยังมีความขัดแย้ง ให้ข้อมูลไม่ตรงกันและไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ จนอาจทำให้สร้างความสับสนและบางข้อมูลที่เผยแพร่เป็นข้อมูลที่ขาดการกลั่นกรองเมื่อนำมาใช้ก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมสุขภาพและเสี่ยงต่อการทำลายสุขภาพได้ และหากพิจารณาโดยละเอียด พบว่า ผลการศึกษาตามแบบวัดความรู้ด้านสุขภาพของกองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข โดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปยัง 1) กลุ่มวัยเด็กหรือนักเรียนที่อายุไม่เกิน 15 ปี 2) กลุ่มประชากรวัยทำงานที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป และ 3) กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ส่งผลให้ข้อมูลและแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพดังกล่าวอาจยังไม่ครอบคลุมถึงในกลุ่มของเยาวชน

ที่มีอายุระหว่าง 15-20 ปี เนื่องจากเป็นประชากรในกลุ่มช่วงอายุที่กำลังเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านสภาพร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและสภาพแวดล้อม (กองสุศึกษา, 2564; กองสุศึกษา, 2565; กองสุศึกษา, 2566)

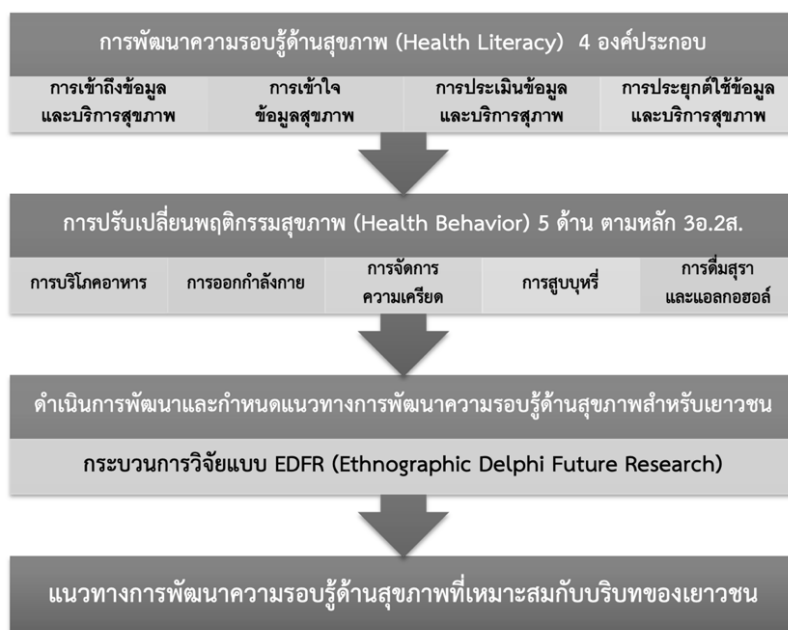
ดังนั้น การพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชนเพื่อให้เป็นไปตามแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ.2565-2569) จึงต้องอาศัยกระบวนการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้มีทักษะที่จำเป็นและจัดสิ่งแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพตามกลวิธีของงานสุศึกษา เนื่องด้วยการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพเป็นผลลัพธ์จากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้สุศึกษาที่ต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละสังคม (Nutbeam, 2008) ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดการยกระดับคุณลักษณะของคนไทยที่มีความรู้ด้านสุขภาพ รวมถึงโปรแกรมสุศึกษาเพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านสุขภาพตามสุขบัญญัติแห่งชาติ มาประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวทางตามแบบประเมินความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน เพื่อป้องกันโรคติดต่อและโรคเรื้อรังที่สำคัญของประชาชนในหมู่บ้านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ โดยปรับเนื้อหาและแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพให้มีความเหมาะสมกับบริบทของเยาวชน ประกอบด้วยการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพใน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ องค์ประกอบที่ 2 ด้านการเข้าใจข้อมูลสุขภาพ องค์ประกอบที่ 3 ด้านการประเมินข้อมูลและบริการด้านสุขภาพ และองค์ประกอบที่ 4 ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลและบริการสุขภาพ เพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพตามหลัก 3อ.2ส. ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริโภคอาหาร ด้านการออกกำลังกาย ด้านการจัดการความเครียด ด้านการสูบบุหรี่ และด้านการดื่มสุราและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (กองสุศึกษา, 2564; กองสุศึกษา, 2565; กองสุศึกษา, 2566) จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน” เพื่อการเสริมสร้างความรู้ด้านสุขภาพตามสุขบัญญัติแห่งชาติ และตอบสนองนโยบายการยกระดับความรู้ด้านสุขภาพของเยาวชนให้สามารถพึ่งพาตนเองด้านสุขภาพได้ โดยผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลสำคัญเพื่อนำไปกำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพที่มีความเหมาะสมกับบริบทของเยาวชนในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทของเยาวชน

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน ตามแนวคิดการยกระดับคุณลักษณะของคนไทยที่มีความรู้ด้านสุขภาพ และนำโปรแกรมสุศึกษาเพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านสุขภาพตามสุขบัญญัติแห่งชาติ มาประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวทางตามแบบประเมินความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน เพื่อป้องกัน โรคติดต่อและโรคเรื้อรังที่สำคัญของประชาชนในหมู่บ้านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ โดยปรับเนื้อหาและแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพให้มีความเหมาะสมกับบริบทของเยาวชน ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเสริมสร้างความรู้ด้านสุขภาพที่มุ่งเน้นเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพตามหลัก 3อ.2ส. ประกอบด้วยการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) ใน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ องค์ประกอบที่ 2 ด้านการเข้าใจข้อมูลสุขภาพ องค์ประกอบที่ 3 ด้านการประเมินข้อมูลและบริการด้านสุขภาพ และองค์ประกอบที่ 4 ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลและบริการสุขภาพ เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ (Health Behavior) ตามหลัก 3อ.2ส. ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริโภคอาหาร ด้านการออกกำลังกาย ด้านการจัดการความเครียด ด้านการสูบบุหรี่ และด้านการดื่มสุราและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (กองสุศึกษา, 2564; กองสุศึกษา, 2565; กองสุศึกษา, 2566)



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี เก็บข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยกระบวนการวิจัยแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Future Research) มีการดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลเบื้องต้น

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับ บริบทของการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดและแบบสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบเพื่อพิจารณาในภาพรวม ด้านเนื้อหาและความครอบคลุม

2. ขั้นตอนที่ 2 การสร้างแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน

การดำเนินการวิจัยในขั้นตอนที่ 2 ใช้กระบวนการวิจัยแบบ EDFR โดยการระดมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยคัดเลือกจากนักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิตามที่ ผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติเฉพาะโดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

2.1 อาจารย์ผู้สอนในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ หรือการพัฒนาสุขภาพ หรือการส่งเสริม สุขภาพ ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินการศึกษาวิจัย หรือปฏิบัติงานด้านการพัฒนาสุขภาพ หรือการส่งเสริมสุขภาพ สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาเอกหรือมีตำแหน่งทางวิชาการในระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ขึ้นไป และมีประสบการณ์ มากกว่า 5 ปี

2.2 สหวิชาชีพ หรือนักวิชาการ หรือนักวิจัย ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินการศึกษาวิจัยหรือปฏิบัติงานด้าน การพัฒนาสุขภาพ หรือการส่งเสริมสุขภาพ สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไปหรือมีตำแหน่งในระดับชำนาญ การขึ้นไป และมีประสบการณ์มากกว่า 5 ปี

ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่าง ๆ ภายในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีคุณสมบัติเฉพาะ ดังกำหนดไว้แยกตามหน่วยงาน ดังนี้

- 1) คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 คน
- 2) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 คน
- 3) วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนี จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 คน
- 4) คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 คน
- 5) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 คน
- 6) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 คน
- 7) กองสาธารณสุข องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 คน
- 8) โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 คน

เพื่อให้ได้รูปแบบที่มีความสมบูรณ์และความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ ด้วยการใช้แนวคิดจากการสัมภาษณ์รอบที่ 1 มาสร้างเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นในรอบที่ 2 และรอบที่ 3 เพื่อให้ได้ข้อคิดเห็นที่เป็นแนวทางเดียวกัน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และกำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทของเยาวชนสรุปขั้นตอนการวิจัย ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2: ขั้นตอนการวิจัย

เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม รายละเอียดดังนี้

ฉบับที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการ ทฤษฎี แนวคิด และวิธีการในการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ตรวจสอบเพื่อพิจารณาในภาพรวมด้านเนื้อหา ภาษาและความครอบคลุม จากนั้นนำไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญตามกระบวนการ EDFA ทั้ง 17 คน เพื่อให้เห็นความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

ฉบับที่ 2 และฉบับที่ 3 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของลิเคิร์ต (Likert scale) ที่พัฒนามาจากการผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิมโดยให้ผู้เชี่ยวชาญ

แต่ละคนให้น้ำหนักความสำคัญของแนวโน้มแต่ละข้อ และนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยหาค่าร้อยละ ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของกลุ่มเพื่อทำการจำแนกข้อมูลหาฉันทามติ โดยในฉบับที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนจะได้รับรู้ข้อมูลป้อนกลับเชิงสถิติเป็นของกลุ่มโดยรวม โดยหาค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของกลุ่มผนวกด้วยคำตอบเดิมของตนเองและเครื่องหมายแสดงตำแหน่งที่ผู้เชี่ยวชาญท่านนั้นตอบในแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 3 ครั้ง

1. ครั้งแรก (แบบสัมภาษณ์ ฉบับที่ 1) ดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อทราบแนวโน้มในการกำหนดแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ และนำไปสร้างแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ

2. ครั้งที่สอง (แบบสอบถาม ฉบับที่ 2) นำแบบสอบถามไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดียวกับที่สัมภาษณ์ทั้ง 17 คน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนให้น้ำหนักความสำคัญของแนวโน้มแต่ละข้อและนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของกลุ่ม

3. ครั้งที่สาม (แบบสอบถาม ฉบับที่ 3) นำแบบสอบถามไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญโดยให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนให้น้ำหนักความสำคัญของแนวโน้มแต่ละข้อ และนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยหาค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของกลุ่ม ในรอบนี้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนจะได้รับรู้ข้อมูลป้อนกลับเชิงสถิติเป็นของกลุ่มโดยรวม โดยหาค่าร้อยละ ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของกลุ่ม ผนวกด้วยคำตอบเดิมของตนเองรวมถึงเครื่องหมายแสดงตำแหน่งที่ผู้เชี่ยวชาญตอบในแบบสอบถาม

การรายงานผลการวิจัยของการวิจัยแบบ EDFR ยึดผลที่สรุปได้จากการทำ EDFR รอบที่สามเป็นเกณฑ์เมื่อได้ข้อสรุปจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแล้วจึงนำมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทของเยาวชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ขั้นตอนการสร้างแนวทางฯ ด้วยกระบวนการวิจัยแบบ EDFR

1. การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ในครั้งที่ 1 จำนวน 9 องค์กรประกอบ 46 ข้อคำถาม นำคำตอบที่ได้มาประมวลผลตัดทอนข้อความที่ซ้ำซ้อนหรือส่วนที่เกินไปจากขอบข่ายที่กำหนดไว้ ทำการสรุปเนื้อหาและนำผลที่ได้ไปสร้างแบบสอบถามในรอบที่ 2 จำนวน 9 องค์กรประกอบ 30 ข้อคำถาม

2. การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งที่ 2 จากแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของลิเคิร์ท นำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านที่ให้น้ำหนักความสำคัญของแนวโน้มแต่ละข้อมาวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของกลุ่มเพื่อทำการจำแนกข้อมูลหาฉันทามติ จำนวน 9 องค์กรประกอบ 30 ข้อคำถาม

3. การวิเคราะห์ข้อมูลในรอบที่ 3 จากแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 9 องค์กรประกอบ 30 ข้อคำถาม ที่ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านให้น้ำหนักความสำคัญของแนวโน้มแต่ละข้อมาวิเคราะห์ด้วยสถิติ โดยหาค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของกลุ่มทำการจำแนกข้อมูลเพื่อหาฉันทามติ ในรอบนี้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านจะได้รับรู้ข้อมูลป้อนกลับเชิงสถิติเป็นของกลุ่มโดยรวมผนวกด้วยคำตอบเดิมของตนเอง และเครื่องหมายแสดงตำแหน่งที่ผู้เชี่ยวชาญท่านนั้นตอบในรอบที่ผ่านมา

4. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิด้วยกระบวนการวิจัยแบบ EDFR โดยการรายงานผลการวิจัยของการวิจัยแบบ EDFR ยึดผลที่สรุปได้จากการทำ EDFR รอบที่ 3 เป็นเกณฑ์ ซึ่งจะเลือกแนวโน้มที่มีความเป็นไปได้สูงคือ ค่ามัธยฐานมากกว่า 3.5 ขึ้นไป และคำตอบของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน โดยพิจารณาจากค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ที่เป็นการคำนวณค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 1 กับควอไทล์ที่ 3 ถ้าค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

ที่คำนวณได้มีค่าตั้งแต่ 1.50 ลงมา แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน หากค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ มีค่าเท่ากับหรือมากกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นไม่สอดคล้องกัน จากนั้นจึงนำเอาข้อความที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันมาสรุปเป็นความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 องค์ประกอบ 30 ข้อคำถาม

สรุปผลการวิจัย

การรายงานผลการวิจัยของการวิจัยแบบ EDFR ยึดผลที่สรุปได้จากการทำ EDFR รอบที่ 3 เป็นเกณฑ์ ซึ่งจะเลือกแนวโน้มที่มีความเป็นไปได้สูง คือ ค่ามัธยฐาน 3.50 ขึ้นไป และคำตอบของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน คือ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ที่คำนวณได้มีค่าตั้งแต่ 1.50 ลงมา สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน ในด้านการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ 4 องค์ประกอบ ตามข้อมูลที่ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของแนวทางการพัฒนาทักษะและความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน 4 องค์ประกอบ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจาก EDFR รอบที่ 3

ด้านการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ 4 องค์ประกอบ	ระดับความคิดเห็น			
	Mdn.	ระดับความเห็นด้วย	I.R.	ระดับความสอดคล้อง
ด้านการเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ				
1. การค้นคว้าหาแหล่งข้อมูล เมื่อต้องการข้อมูลด้านสุขภาพและวิธีป้องกันตนเองได้โดยทันที	5	มากที่สุด	1	สอดคล้อง
2. การเสาะหาแหล่งบริการสุขภาพที่จะให้การช่วยเหลือด้านสุขภาพ เมื่อเกิดความเจ็บป่วยหรือจำเป็นได้	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
3. การติดต่อเบอร์สายด่วนสุขภาพที่จะให้การช่วยเหลือด้านสุขภาพ เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินหรือเกิดปัญหาสุขภาพได้	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
4. การตรวจสอบข้อมูลและแหล่งข้อมูลด้านสุขภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นจริง	5	มากที่สุด	1	สอดคล้อง
การเข้าใจข้อมูลสุขภาพ				
5. การอ่านข้อมูลด้านสุขภาพและวิธีการป้องกันตนเองด้วยความเข้าใจวิธีการปฏิบัติตามคำแนะนำในคู่มือหรือเว็บไซต์	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
6. การอ่านฉลากอาหารและยาที่ได้รับ วิธีการรับประทาน การใช้ การเก็บรักษาและผลข้างเคียง	5	มากที่สุด	1	สอดคล้อง
7. การเข้าใจข้อมูลสุขภาพที่นำเสนอในรูปแบบของสัญลักษณ์ คำศัพท์ ตัวเลข หรือเครื่องหมายในสถานพยาบาลได้	5	มากที่สุด	0	สอดคล้อง
8. กล้าในการซักถามผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ เพื่อเพิ่มความเข้าใจวิธีการดูแลสุขภาพให้มีความเข้าใจที่ถูกต้อง	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง

ด้านการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ 4 องค์ประกอบ	ระดับความคิดเห็น			
	Mdn.	ระดับความเห็นด้วย	I.R.	ระดับความสอดคล้อง
ด้านการประเมินข้อมูลและบริการด้านสุขภาพ				
9. การประเมินข้อมูลการปฏิบัติตนกับผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพก่อนที่จะปฏิบัติตาม	5	มากที่สุด	1	สอดคล้อง
10. การพิจารณาข้อดีข้อเสียของข้อมูลสุขภาพที่ได้รับด้วยเหตุผล ก่อนที่จะปฏิบัติตาม	5	มากที่สุด	0	สอดคล้อง
11. การทบทวนข้อมูลสุขภาพจากหลายแหล่งจนพบทางเลือกที่เหมาะสม ก่อนที่จะปฏิบัติ	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
12. การพิจารณาไตร่ตรองข้อมูลสุขภาพที่ได้รับด้วยเหตุผล ก่อนที่จะปฏิบัติตามถึงแม้จะมีคนที่ใช้แล้วได้ผล	5	มากที่สุด	1	สอดคล้อง
ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลและบริการสุขภาพ				
13. การนำข้อมูลความรู้ด้านสุขภาพ ไปใช้ในการส่งเสริมสุขภาพตนเองให้ดียิ่งขึ้น	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
14. การสังเกตความผิดปกติของร่างกายและอารมณ์ของตนเองเพื่อป้องกันการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นได้	5	มากที่สุด	0	สอดคล้อง
15. การวางแผนหรือทำกิจกรรมที่จำเป็น เช่น ชั่งน้ำหนัก หรือตรวจสุขภาพประจำปี หรือการมองโลกในแง่บวก หรือไม่รับประทานอาหารที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ หรือการออกกำลังกายเป็นประจำเพื่อสุขภาพที่ดีของตนเอง	5	มากที่สุด	1	สอดคล้อง
16. การตั้งเป้าหมายอย่างชัดเจนในการปฏิบัติตน เพื่อลดหรือหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพ	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง

จากตารางที่ 1 สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชนในด้านการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ 4 องค์ประกอบ จำนวน 16 ข้อ ในรอบที่ 3 ได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านการเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ จำนวน 4 ข้อ ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นสามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางได้ในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐานเท่ากับ 5.00 ทุกข้อ และมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) ของข้อความเท่ากับ 1.00 จำนวน 2 ข้อ และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) เท่ากับ 0.50 จำนวน 2 ข้อ ซึ่งทุกข้อมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) น้อยกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน

องค์ประกอบที่ 2 ด้านการเข้าใจข้อมูลสุขภาพ จำนวน 4 ข้อ ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นสามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางได้ในระดับมากที่สุดโดยมีค่ามัธยฐานเท่ากับ 5.00 ทุกข้อ และมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) ของข้อความเท่ากับ 1.00 จำนวน 1 ข้อ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) เท่ากับ 0.50 จำนวน 2 ข้อ และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) เท่ากับ 0.00 จำนวน 1 ข้อ ซึ่งทุกข้อมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) น้อยกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน

องค์ประกอบที่ 3 ด้านการประเมินข้อมูลและบริการด้านสุขภาพ จำนวน 4 ข้อ ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นสามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางได้ในระดับมากที่สุดโดยมีค่ามัธยฐานเท่ากับ 5.00 ทุกข้อ และมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) ของข้อความเท่ากับ 1.00 จำนวน 2 ข้อ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) เท่ากับ 0.50 จำนวน 2 ข้อ และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) เท่ากับ 0.00 จำนวน 1 ข้อ ซึ่งทุกข้อมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) น้อยกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลและบริการสุขภาพ จำนวน 4 ข้อ ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นสามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางได้ในระดับมากที่สุดโดยมีค่ามัธยฐานเท่ากับ 5.00 ทุกข้อ และมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) ของข้อความเท่ากับ 1.00 จำนวน 1 ข้อ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) เท่ากับ 0.50 จำนวน 2 ข้อ และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) เท่ากับ 0.00 จำนวน 1 ข้อ ซึ่งทุกข้อมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) น้อยกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน

สรุปความคิดเห็นในด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ (Health Behavior) ใน 5 ด้าน ตามหลัก 3อ.2ส. ได้แก่ ด้านการบริโภคอาหาร ด้านการออกกำลังกาย ด้านการจัดการความเครียด ด้านการสูบบุหรี่ และด้านการดื่มสุรา และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ตามข้อมูลที่ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชนในด้านการปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ 5 ด้าน ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจาก EDFR รอบที่ 3

ด้านการปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ 5 ด้าน	ระดับความคิดเห็น			
	Mdn.	ระดับ ความเห็นด้วย	I.R.	ระดับ ความ สอดคล้อง
ด้านการบริโภคอาหาร				
1. ควรรับประทานผักและผลไม้สดที่ไม่หวานจัดอย่างน้อยวันละครึ่งกิโลกรัม	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
2. ควรรับประทานอย่างหลากหลาย ครบ 5 หมู่ และไม่ควรรับประทานอาหารแบบเดิมซ้ำๆ	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
3. ควรลดการรับประทานอาหารที่มีไขมันสูง เช่น อาหารทอด แกงกะทิ เนื้อติดมัน เป็นต้น	5	มากที่สุด	0	สอดคล้อง
4. ควรลดการรับประทานอาหาร ขนม ผลไม้ ที่มีรสหวาน หรือมีปริมาณน้ำตาลสูง	4	มาก	1	สอดคล้อง
5. ควรลดการดื่มเครื่องดื่มที่มีรสหวาน เช่น น้ำอัดลม น้ำหวาน น้ำปั่น เป็นต้น	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
6. ควรลดการรับประทานอาหารรสเค็ม หมักดอง หรือเติมเครื่องปรุงรสเพิ่มในอาหาร	5	มากที่สุด	1	สอดคล้อง
ด้านการออกกำลังกาย				
7. ควรออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง ครั้งละ 30 นาที จนรู้สึกเหนื่อยหรือมีเหงื่อออก สัปดาห์ละ 3-5 ครั้ง	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
8. ควรเพิ่มการเคลื่อนไหวร่างกายต่อเนื่องจากการทำกิจวัตรประจำวันประมาณ 30 นาที ในทุกวัน	5	มากที่สุด	0	สอดคล้อง

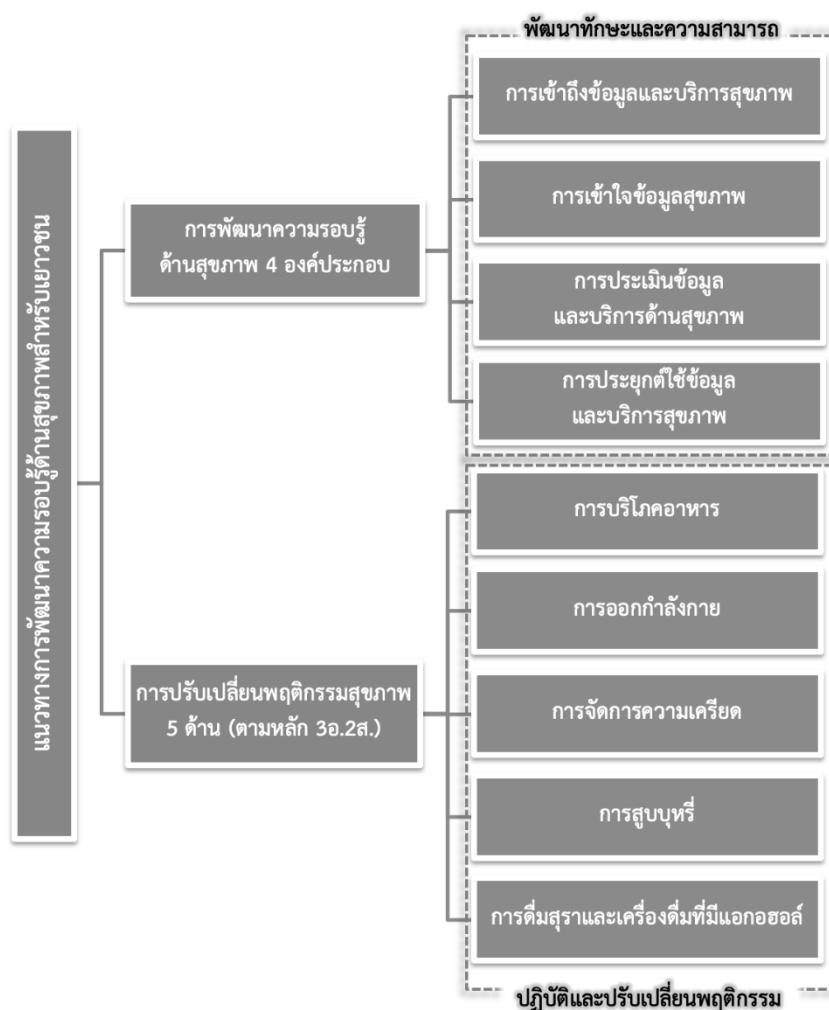
ด้านการปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ 5 ด้าน	ระดับความคิดเห็น			
	Mdn.	ระดับ ความเห็นด้วย	I.R.	ระดับความ สอดคล้อง
ด้านการจัดการความเครียด				
9. มีการจัดการความเครียดของตนเองอย่างเหมาะสมเมื่อเกิดความเครียดหรือมีความวิตกกังวล จนทำให้นอนไม่หลับหรือหลับมากเกินไป	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
10. มีการควบคุมปริมาณการรับประทานอาหารอย่างเหมาะสม เมื่อเกิดความเครียดหรือมีความวิตกกังวล	4	มาก	1	สอดคล้อง
ด้านการสูบบุหรี่				
11. ควรหลีกเลี่ยงหรืองดการสูบบุหรี่ ยาสูบ บุหรี่ไฟฟ้า	5	มากที่สุด	1	สอดคล้อง
12. ควรหลีกเลี่ยงการอยู่ใกล้ชิดกับบุคคลที่สูบบุหรี่ ยาสูบ บุหรี่ไฟฟ้าด้านการดื่มสุราและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
13. ควรหลีกเลี่ยงหรืองดการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	5	มากที่สุด	0.5	สอดคล้อง
14. การโน้มน้าวให้บุคคลใกล้ชิด ลดหรือเลิกพฤติกรรมในการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	3	ปานกลาง	1	สอดคล้อง

จากตารางที่ 2 สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน ในด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ 5 ด้าน จำนวน 14 ข้อ ในรอบที่ 3 ได้ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นสามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางได้ในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐานเท่ากับ 5.00 จำนวน 11 ข้อ ระดับมาก มีค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.00 จำนวน 2 ข้อ ยกเว้นประเด็นการโน้มน้าวให้บุคคลใกล้ชิดลดหรือเลิก พฤติกรรมในการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีค่ามัธยฐานเท่ากับ 3.00 (ระดับปานกลาง) แสดงว่าข้อความนี้ไม่สามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางได้ ส่วนประเด็นที่เหลือสามารถกำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชนได้

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) ของข้อความเท่ากับ 1.00 จำนวน 5 ข้อ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) เท่ากับ 0.50 จำนวน 7 ข้อ และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (I.R.) เท่ากับ 0.00 จำนวน 2 ข้อ ซึ่งทุกข้อมีค่าน้อยกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน

ภายหลังการวิเคราะห์ข้อมูลจากกระบวนการวิจัยแบบ EDRF ผู้วิจัยได้นำข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาสังเคราะห์ เพื่อสร้างเป็นแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพที่ควรคำนึงถึง ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3: สรุปแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทของเยาวชน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่า ควรดำเนินการพัฒนาทักษะและความสามารถตามแนวคิดด้านการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพใน 4 องค์ประกอบ และในส่วนของ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ ควรมีการปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามหลัก 3อ.2ส. ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy)

แนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทของเยาวชน ในด้านการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพควรคำนึงถึงการพัฒนาทักษะและความสามารถใน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ องค์ประกอบที่ 2 ด้านการเข้าใจข้อมูลสุขภาพ องค์ประกอบที่ 3 ด้านการประเมินข้อมูลและบริการด้านสุขภาพ และองค์ประกอบที่ 4 ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลและบริการสุขภาพ สอดคล้องกับแนวทางตามแบบประเมินความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน เพื่อป้องกันโรคติดต่อและโรคเรื้อรังที่สำคัญของประชาชนในหมู่บ้านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ (กองสุศึกษา, 2566) และแนวทางตามชุดกิจกรรมเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพสำหรับกลุ่มวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงาน (กองสุศึกษา, 2564)

1.1 องค์ประกอบที่ 1 ด้านการเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ

ควรคำนึงถึงการพัฒนาทักษะและความสามารถในการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านสุขภาพ และวิธีป้องกันตนเอง ด้านการเสาะหาแหล่งบริการสุขภาพ ด้านการติดต่อเบอร์สายด่วนสุขภาพ และด้านการตรวจสอบข้อมูลและแหล่งข้อมูลด้านสุขภาพ

ทั้งนี้ เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปปฏิบัติ ซึ่งหากได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องจะทำให้ปฏิบัติไม่ถูกต้องตามไปด้วย โดยช่องทางเข้าถึงข้อมูลมีความสำคัญในการตัดสินใจในการเลือกรับข้อมูลหากมีขั้นตอนในการเข้าถึงยุ่งยากจะทำให้ไม่ยากเข้ารับข้อมูลนั้น (กองสุศึกษา, 2565) สอดคล้องกับ วิชาพร เขยสุวรรณ (2560) อธิบายว่าต้องมีการจัดให้มีแหล่งข้อมูลสุขภาพที่ถูกต้องและเชื่อถือ สามารถเข้าถึงได้ง่าย และสะดวก และมีการสร้างความร่วมมือแบบภาคีเครือข่ายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการเฝ้าระวังตรวจสอบข้อมูลข่าวสารความรู้ที่ไม่ถูกต้องและเป็นภัยกับประชาชน สอดคล้องกับแนวทางตามชุดกิจกรรมเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพสำหรับกลุ่มวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงาน (กองสุศึกษา, 2564) และแนวทางการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (เบญจวรรณ สอนอาจ, 2562) ที่ได้เสนอแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพิ่มช่องทางการในการเข้าถึงข้อมูล โดยให้ง่ายต่อการเข้าถึง รวมถึงให้ข้อมูลผ่านสื่อคนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ รวมถึงสร้างจุดสนใจในสื่อที่ต้องการนำเสนอรวม และคำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลและนำไปปฏิบัติอย่างถูกต้อง

1.2 องค์ประกอบที่ 2 ด้านการเข้าใจข้อมูลสุขภาพ

ควรคำนึงถึงการพัฒนาทักษะและความสามารถในการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการอ่านข้อมูลด้านสุขภาพและวิธีการป้องกันตนเอง ด้านการอ่านฉลากอาหารและยา ด้านการเข้าใจข้อมูลสุขภาพที่นำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ และด้านการซักถามผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพถึงวิธีการดูแลสุขภาพที่ถูกต้อง

ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจด้านสุขภาพ ต้องนำความรู้ความเข้าใจด้านสุขภาพไปปฏิบัติใช้อย่างเหมาะสม ซึ่งหากมีความรู้ความเข้าใจด้านสุขภาพแต่ไม่นำไปปฏิบัติหรือนำไปใช้ไม่ถูกต้องจะส่งผลต่อพฤติกรรมสุขภาพ ดังนั้นโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาควรจัดกิจกรรมให้ความรู้ที่สอดคล้องกับบริบทและวิถีชีวิตของกลุ่มนั้น ๆ มีการจัดกิจกรรมที่ฝึกปฏิบัติสามารถเข้าใจได้ง่ายและสามารถปฏิบัติได้ทุกที่ทุกเวลา เพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างยั่งยืน (กองสุศึกษา, 2565) ทั้งนี้ควรมีการจัดทำสื่อในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น แผ่นป้าย แผ่นพับ หอกระจายข่าวในหมู่บ้าน วิทยุ โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต ให้ครอบคลุมพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ควรจัดกิจกรรมให้เห็นความสำคัญด้านสุขภาพ โดยมีบุคคลต้นแบบร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ ทำให้สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ เนื่องจากแบบอย่างของพฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Pender, Murdaugh & Parsons, 2006) สอดคล้องกับแนวทางตามชุดกิจกรรมเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพสำหรับกลุ่มวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงาน (กองสุศึกษา, 2564) และแนวทางการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (เบญจวรรณ สอนอาจ, 2562) ที่เสนอว่า ควรจัดกิจกรรมการส่งเสริมความตระหนักรู้และเห็นคุณค่าด้านสุขภาพ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพที่ถาวรต่อไป โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมความสามารถในการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางการมีพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง ควรมีการจัดกิจกรรมให้ความรู้อย่างสม่ำเสมอ ข้อมูลที่นำเสนอต้องมีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจ พร้อมทั้งมีการปรับปรุงให้ทันสมัย เพื่อให้ได้รับความรู้ที่ถูกต้อง และจัดกิจกรรมการส่งเสริมความตระหนักรู้และเห็นคุณค่าเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพที่ถาวรต่อไป

1.3 องค์ประกอบที่ 3 ด้านการประเมินข้อมูลและบริการด้านสุขภาพ

ควรคำนึงถึงการพัฒนาทักษะและความสามารถในการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการประเมินข้อมูลการปฏิบัติตัวกับ ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ ด้านการพิจารณาข้อดีข้อเสียของข้อมูลสุขภาพที่ได้รับก่อนที่จะปฏิบัติ ด้านการทบทวนข้อมูล สุขภาพจากหลายแหล่งก่อนที่จะปฏิบัติ และด้านการไตร่ตรองข้อมูลสุขภาพที่ได้รับก่อนที่จะปฏิบัติ

ทั้งนี้เนื่องจากการประเมินข้อมูลและบริการด้านสุขภาพ เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพต่อไป โดยพื้นฐานการสื่อสารเป็นสื่อสำคัญในการนำเสนอและ ส่งต่อ หรือตอบรับข้อมูลต่าง ๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจเพื่อให้มีพฤติกรรมสุขภาพที่ดี (กองสุศึกษา, 2565) สอดคล้องกับแนวทางตามชุดกิจกรรมเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพและ พฤติกรรมสุขภาพสำหรับกลุ่มวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงาน (กองสุศึกษา, 2564) และแนวทางการสร้างความรอบรู้ด้าน สุขภาพเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (เบญจวรรณ สอน อาจ, 2562) ที่เสนอว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมให้แต่ละบุคคลมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเพื่อ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันในด้านสุขภาพ และควรส่งเสริมความสามารถในการสนับสนุนให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม พฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องควรเลือกใช้โปรแกรมหรือวิธีสื่อสารที่เข้าใจได้ง่ายมีความถูกต้องและเหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย จะช่วยในการส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจด้านสุขภาพและสามารถนำมาปฏิบัติรวมถึงปรับปรุง พฤติกรรมสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีกิจกรรมการพัฒนาทักษะการสื่อสารด้านสุขภาพอย่างง่าย ควรสร้าง เครือข่ายในการดูแลด้านสุขภาพโดยอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วน ทั้งเจ้าหน้าที่ด้านสาธารณสุข ผู้นำชุมชน ประชาชนในชุมชนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ปัญหา ร่วมคิดและปรับใช้ให้สอดคล้องบริบท วิถีชีวิตและความเชื่อ รวมถึง ควรมีนโยบายในการพัฒนาทักษะเพื่อรู้เท่าทันและสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลง และควรจัดให้มีเวทีหรือพื้นที่ในการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านสุขภาพทั้งในสถานที่ทำงานและในชุมชน

1.4 องค์ประกอบที่ 4 ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลและบริการสุขภาพ

ควรคำนึงถึงการพัฒนาทักษะและความสามารถในการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการนำข้อมูลความรู้ด้านสุขภาพไป ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพตนเอง ด้านการสังเกตความผิดปกติของร่างกายและอารมณ์ของตนเอง ด้านการวางแผน ทำกิจกรรมที่จำเป็นเพื่อการมีสุขภาพที่ดีของตนเอง และด้านการตั้งเป้าหมายในการปฏิบัติตนเพื่อลดหรือหลีกเลี่ยง พฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพ

ทั้งนี้เนื่องจากการประยุกต์ใช้ข้อมูลและบริการสุขภาพ เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ เนื่องจากสามารถแก้ไขปัญหาลดต้นเหตุของปัญหาที่เกิดจากพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตได้ และส่งผลให้มีการ จัดการ และวางแผนการดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงส่งผลดีต่อทั้งด้านพฤติกรรมสุขภาพและการ ดำเนินชีวิต (กองสุศึกษา, 2565) สอดคล้องกับแนวทางตามชุดกิจกรรมเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพสำหรับกลุ่มวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงาน (กองสุศึกษา, 2564) และแนวทางการสร้างความรอบรู้ ด้านสุขภาพ เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (เบญจวรรณ สอนอาจ, 2562) ที่เสนอแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมการกำหนดเป้าหมายและวางแผนการ ส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงทบทวนพฤติกรรมสุขภาพให้เป็นไปตามเป้าหมายและควรมีแนวทางการปฏิบัติเพื่อการส่งเสริม สุขภาพที่ชัดเจนให้เกิดการใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ต้องมีการกำหนดเป้าหมายที่มีความเป็นไปได้ มีการติดตาม ความก้าวหน้าในการปฏิบัติเพื่อไปสู่เป้าหมาย และการสร้างแรงจูงใจเพื่อไปถึงเป้าหมายที่กำหนด โดยหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องควรมีกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพที่ชัดเจน สอดคล้องกับ กฤษฎี เกิดศรี และสงวน ลือเกียรติ บัณฑิต (2560) ที่พบว่า ผู้ที่มีความตระหนักรู้ด้านสุขภาพที่สูงกว่าจะสามารถคุ้มครองตนเองได้มากกว่า หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้บุคคลเกิดความตระหนักรู้ด้านสุขภาพและส่งเสริมการวิเคราะห์และตัดสินใจในทางเลือก และ ลงมือปฏิบัติตามพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสมนำไปสู่การพัฒนาสุขภาพ ดังนั้นจึงควรสร้างโอกาสให้ประชาชนได้

เรียนรู้ทางเลือกในการปฏิบัติที่เหมาะสมจากบุคคลต้นแบบ หรือจัดให้มีการศึกษาดูงาน หรือจัดกิจกรรมเสริมทักษะ การวิเคราะห์และตัดสินใจในการเลือกและลงมือปฏิบัติตามพฤติกรรมที่เหมาะสม

2. ด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ (Health Behavior) ตามหลัก 3อ.2ส.

แนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทของเยาวชน ในด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ (Health Behavior) ควรมีการปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ตามหลัก 3อ.2ส. ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริโภคอาหาร ด้านการออกกำลังกาย ด้านการจัดการความเครียด ด้านการสูบบุหรี่ และด้านการดื่มสุราและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับแนวทางตามแบบประเมินความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน เพื่อป้องกันโรคติดต่อและโรคเรื้อรังที่สำคัญของประชาชนในหมู่บ้านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ (กองสุศึกษา, 2566)

2.1 ด้านการบริโภคอาหาร ควรมีการปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ได้แก่ ด้านการรับประทานผักและผลไม้ ด้านรูปแบบและลักษณะของการรับประทานในแต่ละวัน ด้านการรับประทานอาหารที่มีไขมัน ด้านการรับประทานอาหาร ขนมหและผลไม้ที่มีรสหวาน ด้านการดื่มเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล และด้านการรับประทานอาหารรสเค็มหมักดอง หรือเติมเครื่องปรุงรส

เนื่องจากพฤติกรรมการรับประทานอาหารในสมัยใหม่ที่นิยมอาหารสำเร็จรูป อาหารฟาสต์ฟูด เครื่องดื่มรสหวาน และขนมกรุบกรอบประเภทต่าง ๆ ซึ่งมีปริมาณน้ำตาล ไขมัน และเกลืออยู่ในปริมาณที่มากทำให้เสี่ยงต่อการเกิดโรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคไต โรคหัวใจ โรคเส้นเลือดอุดตัน โรคความดันโลหิตสูงและโรคมะเร็ง (กองสุศึกษา, 2564) สอดคล้องกับคู่มือการดูแลสุขภาพตามหลัก 3อ.2ส. สำหรับแกนนำสุขภาพ ตามแนวปฏิบัติพฤติกรรมกาารกินที่พึงประสงค์ (กองสุศึกษา, 2565) ดังนี้ 1) กินอาหารครบ 5 หมู่ มีความหลากหลายทุกวัน 2) กินผักและผลไม้หลากหลายสี อย่างน้อยคนละ 5 ชนิดต่อวัน 3) กินน้ำตาลวันละไม่เกิน 6 ช้อนชา รวมน้ำตาลในชา กาแฟ น้ำหวานอัดลม ขนมหหวาน 4) กินไขมันวันละไม่เกิน 6 ช้อนชา รวมหนังหมู ไขมัน ครีม 5) กินเกลือวันละไม่เกิน 1 ช้อนชา 6) กินอาหารได้มาตรฐาน สุก สะอาด ไม่หมดอายุ ดูปฉลากโภชนาการ อาหารธรรมชาติมากกว่าอาหารดัดแปลง และ 7) ใช้อุปกรณ์ประกอบอาหาร ภาชนะบรรจุ ที่ถูกสุขลักษณะ

แนวทางปฏิบัติที่สำคัญ คือ การฝึกรับประทานอาหารโดยรู้ตัวเพื่อควบคุมสิ่งที่จะหยิบเข้าปากเลือก รับประทานสิ่งที่มีประโยชน์ซึ่งอาจไม่ชอบรสชาติ และจำกัดปริมาณการรับประทานของที่ไม่มีประโยชน์ซึ่งอาจติด ในรสชาติและมีแนวโน้มในการรับประทานมากเกินไป

2.2 ด้านการออกกำลังกาย ควรมีการปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ได้แก่ ด้านการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง และด้านการเคลื่อนไหวร่างกายอย่างต่อเนื่องจากการทำกิจวัตรประจำวัน

เนื่องจาก ผู้ที่ไม่ได้ออกกำลังกายและมีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอ จะเพิ่มโอกาสเสียชีวิตโดยรวม โรคอ้วนลงพุง และเพิ่มโอกาสเกิดโรคอีก 7 โรค ได้แก่ โรคหลอดเลือดหัวใจตีบ กล้ามเนื้อหัวใจตาย โรคอัมพฤกษ์อัมพาต โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ โรคมะเร็งเต้านมและโรคมะเร็งปากช่องปาก (กองสุศึกษา, 2566) สอดคล้องกับคู่มือการดูแลสุขภาพตามหลัก 3อ.2ส. สำหรับแกนนำสุขภาพ ตามแนวปฏิบัติพฤติกรรมกาารออกกำลังกายที่พึงประสงค์ (กองสุศึกษา, 2565) ดังนี้ 1) ออกกำลังกายแบบแอโรบิกอย่างเพียงพอ สม่ำเสมอ สัปดาห์ละอย่างน้อย 3-5 วัน วันละอย่างน้อย 30 นาที ให้เหมาะสมกับสุขภาพและวิถีชีวิต 2) ลดเวลาการนั่งอยู่กับที่ในทุก ๆ ชั่วโมง ชั่วโมงละอย่างน้อย 10 นาที 3) ออกกำลังกายแบบฝึกความแข็งแรงกล้ามเนื้อหลักอย่างน้อย 1 ชนิด สัปดาห์ละ 3 วันหรือวันเว้นวัน โดยฝึกกล้ามเนื้อ 3 เซท เซทละ 8-12 ครั้ง และ 4) ออกกำลังกายแบบฝึกความยืดหยุ่นกล้ามเนื้อ ข้อต่อทุกส่วนของร่างกายอย่างน้อย 1 ชนิด สัปดาห์ละ 3 วัน หรือวันเว้นวัน โดยยืดเหยียด 3-5 ครั้ง ครั้งละ 10-30 วินาที

แนวทางปฏิบัติที่สำคัญ คือ การวางแผนจัดตารางเวลาเพื่อการออกกำลังกายและการฝึกความรู้สึกขี้เกียจให้ลุกขึ้นมาเคลื่อนไหวให้นานพอ เมื่อได้ออกกำลังกายไปสักพักจะเริ่มรู้สึกสดชื่นและมีพลังมากขึ้น

2.3 ด้านการจัดการความเครียด ควรมีการปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ได้แก่ ด้านการจัดการความเครียดหรือความวิตกกังวล และด้านปริมาณการรับประทานอาหารที่เกี่ยวข้องจากความเครียด

เนื่องจาก การที่บุคคลขาดทักษะการเผชิญกับปัญหาและขาดทักษะการจัดการกับความเครียด มักจะก่อให้เกิดโรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคเมรัง และโรคซึมเศร้า โดยจากการศึกษาพบว่า บุคคลที่มีแรงสนับสนุนทางสังคมจะเผชิญกับความเครียดได้ดี เช่น บุคคลที่แต่งงานมีคู่ชีวิตจะมีอายุยืนยาวขึ้น 1 ปี ในขณะที่ผู้ชายที่เคยแต่งงานแล้วหย่า หรือแยกกับภรรยา และต้องอยู่คนเดียวจะมีอายุสั้นลง 9 ปี แต่หากไม่ได้อยู่คนเดียวอายุจะสั้นลงเพียง 4 ปี ส่วนผู้หญิงที่หย่า หรือแยกทางกับสามี และอยู่คนเดียวจะมีอายุสั้นลง 4 ปี แต่หากไม่ได้อยู่คนเดียวจะมีอายุสั้นลง 2 ปี และยังพบว่าผู้สูงอายุที่มีสุขภาพแข็งแรงจะเป็นผู้ที่ติดต่อกับเพื่อนเป็นประจำมากกว่าผู้สูงอายุที่มีสุขภาพไม่แข็งแรง (กองสุศึกษา, 2566) สอดคล้องกับคู่มือการดูแลสุขภาพตามหลัก 3อ.2ส. สำหรับแกนนำสุขภาพตามแนวปฏิบัติพฤติกรรมจัดการความเครียดที่พึงประสงค์ (กองสุศึกษา, 2565) โดยมีความสามารถในการหาวิธีการจัดการความเครียดให้กับตนเองได้อย่างน้อย 1 วิธีทุกครั้งเมื่อมีความเครียด เช่น 1) การออกกำลังกาย 2) กิจกรรมการพักผ่อน เช่น กิจกรรมบันเทิง ดูหนัง ฟังเพลง 3) การนั่งสมาธิ 4) การนวดไทย และ 5) การมีกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น

แนวทางปฏิบัติที่สำคัญ คือ การมีสติ รู้ทันความรู้สึกนึกคิดและอาการทางกายที่เกิดขึ้นในแต่ละขณะ โดยเฉพาะเมื่อมีความเครียดเกิดขึ้น และมีวิธีสร้างความสุขขึ้นในชีวิตอย่างเหมาะสม

2.4 ด้านการสูบบุหรี่ ควรมีการปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ดังนี้ ด้านการสูบบุหรี่ ยาสูบ หรือบุหรี่ไฟฟ้า และด้านความใกล้ชิดกับบุคคลที่สูบบุหรี่ ยาสูบ หรือบุหรี่ไฟฟ้า

เนื่องจากการสูบบุหรี่เป็นสาเหตุของการเกิดโรคต่าง ๆ มากกว่า 25 ชนิด และทำให้อัตราเสี่ยงของการเกิดโรคหัวใจสูงขึ้นเป็น 2 เท่า อัตราเสี่ยงของการเกิดโรคถุงลมโป่งพองสูงขึ้นเป็น 6 เท่า และอัตราเสี่ยงของการเกิดโรคเมรังปอดสูงขึ้นเป็น 10 เท่า การสูบบุหรี่ทำให้ผู้สูบบุหรี่อายุสั้นลงโดยเฉลี่ย 5-8 ปี ผู้สูบบุหรี่ที่เริ่มสูบบุหรี่ตั้งแต่วัยรุ่นและไม่หยุดสูบ ร้อยละ 50 จะเสียชีวิตด้วยโรคที่เกิดจากการสูบบุหรี่ และครึ่งหนึ่งของจำนวนนี้จะเสียชีวิตในวัยกลางคนก่อนอายุ 70 ปี (กองสุศึกษา, 2566) สอดคล้องกับคู่มือการดูแลสุขภาพตามหลัก 3อ.2ส. สำหรับแกนนำสุขภาพตามแนวปฏิบัติพฤติกรรมลด ละ เลิกบุหรี่ที่พึงประสงค์ (กองสุศึกษา, 2565) ดังนี้ 1) การไม่ทดลองสูบบุหรี่ในทุกสถานการณ์ ทั้งถูกชักชวนจากคนอื่นและไม่ได้ถูกชักชวน 2) ลดปริมาณการสูบบุหรี่ การลดจำนวนมวนในการสูบแต่ละครั้งในหนึ่งวัน 3) ลดความถี่สูบบุหรี่ การลดความบ่อยในการสูบจากทุกวันเป็นทุกสัปดาห์ และ 4) เลิกการสูบบุหรี่ การไม่กลับไปสูบและปฏิเสธการสูบทุกครั้งเมื่อถูกชักชวนเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 30 วัน

แนวทางปฏิบัติที่สำคัญ คือ นำเทคนิคของการเลิกสูบบุหรี่ใน 5 วัน มาปฏิบัติโดยหลักการ คือ "การเลิกโดยเด็ดขาด ทันที ทันใด" หากไม่ทำเช่นนี้การอดบุหรี่จะไม่ได้ผล เหตุผลคือ ทนทรมานได้สำเร็จ ใน 2-3 วัน ยังดีกว่าทรมานอย่างช้า ๆ และช่วงเวลา 3 วันแรก เป็นช่วงที่ยากลำบากที่สุด หลังจากผ่านพ้นไปได้โอกาสเลิกบุหรี่จะเป็นไปได้สูงมาก

2.5 ด้านการดื่มสุราและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ควรมีการปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยควรหลีกเลี่ยงหรืองดการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เนื่องจากเมื่อแอลกอฮอล์ถูกนำเข้าสู่ร่างกาย โดยผ่านจากปากเข้าสู่ลำคอลงสู่ระบบการย่อยอาหาร แล้วแอลกอฮอล์จะถูกดูดซึมเข้าสู่กระแสเลือดโดยผ่านผนังของกระเพาะอาหาร และลำไส้เล็กโดยไม่ต้องมีการย่อยอีก หากดื่มเข้าไปเป็นจำนวนมากจะกระตุ้นหรือทำลายระบบการทำงานของร่างกาย เช่น สมอง หัวใจ กระเพาะอาหาร ทำให้สมองฝ่อ ความจำเสื่อม เป็นแผลในกระเพาะอาหาร ตับแข็ง สูญเสียสติสัมปชัญญะและบันทึกสุขภาพเมื่อดื่มเป็นประจำและต่อเนื่องในระยะยาว (กองสุศึกษา, 2566) สอดคล้องกับคู่มือการดูแลสุขภาพตามหลัก 3อ.2ส. สำหรับแกนนำสุขภาพ ตามแนวปฏิบัติพฤติกรรมลด ละ เลิกสุรา หรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่พึงประสงค์ (กองสุศึกษา, 2565) ดังนี้ 1) ในกลุ่มไม่ดื่ม ให้หลีกเลี่ยงการทดลองดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์โดยไม่ทดลองดื่ม และปฏิเสธการดื่มทุกครั้งเมื่อถูกชักชวนในทุกกรณีเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี

ติดต่อกัน และ 2) ในกลุ่มดื่มประจำหรือกลุ่มดื่มเป็นครั้งคราว ให้ลดและเลิกการดื่มสุรา ดังนี้ ลดปริมาณการดื่มคือ ลดจำนวนแก้วหรือหน่วยภาชนะในการดื่มแต่ละครั้ง ลดความถี่คือ ลดความบ่อยในการดื่มจากทุกวันเป็น 5-6 วัน ไปจนถึงไม่ดื่มในสัปดาห์/เฉพาะโอกาสสำคัญในรอบปี และเลิกการดื่มคือ การเลิกหรือไม่ดื่มและปฏิเสธการดื่มทุกครั้ง เมื่อถูกชักชวนในทุกกรณีไม่น้อยกว่า 1 ปีติดต่อกัน

ดังนั้น การพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดี ซึ่งผู้ที่มีความรอบรู้ด้านสุขภาพจะมีการพัฒนาหรือปรับปรุงพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพให้ดีขึ้นตามระดับความรู้ นั้น สามารถนำความรู้ไปปฏิบัติใช้ซึ่งมีผลทั้งผู้ที่เจ็บป่วยให้สามารถลดความรุนแรงของโรค ในผู้ที่มีสุขภาพดีสามารถลดโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคและทำให้มีสุขภาพร่างกายที่ดีขึ้นจากเดิม (กองสุศึกษา, 2565) หากผู้มีความรู้ด้านสุขภาพแต่ขาดการนำไปปฏิบัติใช้จะส่งผลกับพฤติกรรมสุขภาพของบุคคลที่แย่ง จึงควรกำหนดมาตรการในการกระตุ้นการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากสถานที่ทำงานหรือสถานศึกษามีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติ เช่น กำหนดเป็นตัวชี้วัดด้านสุขภาพซึ่งมีผลต่อการประเมินเงินเดือนของพนักงาน หรือเพิ่มคะแนนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน และควรมีมาตรการปฏิบัติที่ชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เนื่องจากแรงสนับสนุนทางสังคมเป็นแหล่งประโยชน์ในการคงพฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพ (Pender et al., 2006) สอดคล้องกับแนวทางตามชุดกิจกรรมเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพสำหรับกลุ่มวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงาน (กองสุศึกษา, 2564) และแนวทางการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (เบญจวรรณ สอนอาจ, 2562) ที่เสนอแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการกำหนดเป้าหมายและวางแผนการส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงทบทวนพฤติกรรมสุขภาพให้เป็นไปตามเป้าหมาย และมีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดการใส่ใจสุขภาพมากขึ้น

จากผลการวิจัยสรุปว่า ความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดสถานะสุขภาพของบุคคล เมื่อบุคคลมีความรอบรู้ด้านสุขภาพน้อยและมีพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่ถูกต้องจะส่งผลให้บุคคลนั้นไม่สามารถดูแลสุขภาพตนเองได้ ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคและปัญหาสุขภาพเพิ่มขึ้น ในทางกลับกันหากบุคคลใดมีความรอบรู้ด้านสุขภาพดีก็จะส่งผลให้มีพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องแม้อยู่ในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง ดังนั้น การพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องให้แก่เยาวชน จึงเป็นกลวิธีที่สำคัญในการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคเป็นการลดความเสี่ยงต่อโรคและภัยคุกคามด้านสุขภาพทั้งโรคติดต่อและโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ส่งผลถึงการช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลของประเทศได้

แนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทของเยาวชน ควรคำนึงถึงการพัฒนากทักษะและความสามารถในการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ องค์ประกอบที่ 2 ด้านการเข้าใจข้อมูลสุขภาพ องค์ประกอบที่ 3 ด้านการประเมินข้อมูลและบริการด้านสุขภาพ และองค์ประกอบที่ 4 ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลและบริการสุขภาพ และในด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ ควรปฏิบัติตามหลัก 3อ.2ส. ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริโภคอาหาร ด้านการออกกำลังกาย ด้านการจัดการความเครียด ด้านการสูบบุหรี่ และด้านการดื่มสุราและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมพัฒนาความรู้ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพแก่ตนเองและคนในชุมชนอย่างยั่งยืน ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมประเมิน เฝ้าระวังพฤติกรรมเสี่ยงต่อโรคติดต่อและโรคไร้เชื้อ 2) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการทำแผนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมให้ความรู้และการป้องกันโรคติดต่อและโรคไร้เชื้อ 4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมชมรมเพื่อเสริมสร้างทักษะทางด้านสุขภาพและ 5) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการกำหนดและบังคับใช้มาตรการทางสังคมในการดูแลสุขภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรดำเนินการวิจัยเชิงทดลองโดยนำแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดรูปแบบหรือกิจกรรมส่งเสริมและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชน เพื่อการวิเคราะห์เปรียบเทียบถึงแนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพว่าจะสามารถส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของเยาวชน

รายการอ้างอิง

- กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2564). ชุดกิจกรรมเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพสำหรับกลุ่มวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงาน. กระทรวงสาธารณสุข.
- กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2565). คู่มือการดำเนินงานสุศึกษาหมู่บ้านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ. กระทรวงสาธารณสุข.
- กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2566). แบบประเมินความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน เพื่อป้องกันโรคติดต่อและโรคเรื้อรังที่สำคัญของประชาชนในหมู่บ้านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ. กระทรวงสาธารณสุข.
- กฤษณี เกิดศรี และสงวน ลือเกียรติบัณฑิต. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างความแตกฉานด้านสุขภาพกับความสามารถในการคุ้มครองตนเองของผู้บริโภคในเรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ. วารสารเภสัชกรรมไทย, 1(1), 239-248.
- เบญจวรรณ สอนอาจ. (2562). แนวทางการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร] <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2756/1/61260304.pdf>
- วิชราพร เขยสุวรรณ. (2560). ความรอบรู้ด้านสุขภาพ: แนวคิดและการประยุกต์สู่การปฏิบัติการพยาบาล. วารสารแพทยธานี. 44(3), 183-197.
- อรรถพล แก้วสัมฤทธิ์. (2560). การขับเคลื่อนความรู้ด้านสุขภาพและการสื่อสารสุขภาพ. กรมอนามัย. <http://www.anamai.moph.go.th/ppf2017/>
- Jordan, J., Buchbinder, R., & Osborne, R. (2010). Conceptualizing health literacy from the patient perspective. *Patient and Education Counseling*, 79(1), 36-42.
- McCarthy, D., Waite, K., Curtis, L., Engel, K., Baker, D., & Wolf, D. (2012). What did the doctor say? Health literacy and recall of medical instructions. *Medicare*. 50(4), 277-282.
- Nutbeam, D. (2008). The evolving concept of health literacy. *Social Science & Medicine*. 67(12), 2072-278.
- Nutbeam, D., McGill, B., & Premkumar, P. (2018). Improving health literacy in community population: a review of progress. *Health Promot Int*. 33(5), 901-911.
- Pender, N. J., Murdaugh, C. L., & Parsons, M. A. (2006). *Health promotion in nursing practice*. 5th ed. Pearson Education.

ปัจจัยทำนายความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่
Predictive Factors of Health Literacy among the Elderly
at Rural Area in Chiang Mai Province

พิมพ์ดวงใจ ชัยชนะ¹, เมธี วงศ์วีระพันธุ์^{2*}, ปิยะพันธุ์ นันตา³, มธุรส สว่างบำรุง⁴
Phimduengjai Chaichana¹, Matree Vongverapant^{2*}, Piyapun Nunta³, Maturose Sawangbumrung⁴

Received: September 10, 2024

Revised: September 15, 2025

Accepted: October 14, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษากลุ่มตัวอย่าง ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้น เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ และแบบสอบถามความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งผ่านการทดลองใช้แล้วก่อนดำเนินการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ เชิงบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.10$, S.D. = 0.78) 2) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบทจังหวัด เชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านชีวสังคม ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาที่มีโรคประจำตัว ปัจจัยด้านระบบ บริการสุขภาพ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความผัน แปรความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ ได้ร้อยละ 56.40 (Adjusted $R^2 = 0.564$, $F = 85.380$, $p < 0.01$)

ข้อเสนอแนะสำหรับการสร้างเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพให้ผู้สูงอายุในเขตชนบทนั้น ควรพัฒนาการมีส่วนร่วม ของครอบครัว ชุมชน เจ้าหน้าที่และเครือข่ายสุขภาพในชุมชน รวมทั้งการเพิ่มพูนทักษะในด้านการเข้าถึงบริการ สุขภาพและสิทธิการรักษา ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านจิตวิทยา และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้เกิดความ รอบรู้ด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ความรอบรู้ด้านสุขภาพ, ผู้สูงอายุ, เขตชนบท

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการพัฒนาสุขภาพชุมชน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Master of Art in Community Health Development, Faculty of Liberal Arts, Maejo university) E-mail: pimdoaw2510@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Asst. Prof. Ph.D., Faculty of Liberal Arts, Maejo university)
E-mail: matree@gmaejo.mju.ac.th

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Asst. Prof. Ph.D., Faculty of Liberal Arts, Maejo university)
E-mail: piyapun@mju.ac.th

⁴ รองศาสตราจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Assoc. Prof. Faculty of Liberal Arts, Maejo university)
E-mail: marosesom@yahoo.com

* Corresponding author

Abstract

This study aims to investigate the level of health literacy and important factors influencing health literacy among the elderly living in rural areas of Chiang Mai Province. A cross-sectional survey was conducted with a sample of 400 elderly individuals using a questionnaire about health literacy of the elderly and a questionnaire regarding important factors influencing health literacy of the elderly, which includes bio-social factors, health service system factors, social and cultural factors and psychological factors. Data were analyzed using descriptive statistics, Pearson's Product - Moment correlation coefficient and multiple regression analysis.

The study found that the overall health literacy of the elderly was moderate-level ($\bar{X} = 2.10$, S.D. = 0.78). In the meantime, the important factors influencing health literacy of the elderly in rural areas in Chiang Mai were found that the bio-social factors including age, occupation, monthly income, and length of being congenital disease, health service system factors, social and cultural factors, and psychological factors could explain the variations in health literacy among the elderly in rural areas of Chiang Mai with 56.40 percent (Adjusted R Square = 0.564, $F = 85.380$, $p < 0.01$).

The findings highlight the importance of strengthening health communication, expanding access to healthcare services and encouraging community involvement to enhance health awareness among the elderly. Effective collaboration among families, communities, and healthcare providers is significant for improving health literacy and promoting overall well-being in aging populations.

Keywords: Health Literacy, Elderly, Rural Area

บทนำ

ปัจจุบันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรไปสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super Aged Society) เป็นสิ่งที่กำลังเกิดขึ้น การเพิ่มจำนวนประชากรผู้สูงอายุเป็นปรากฏการณ์ที่พบได้ในหลายประเทศทั่วโลก การเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากรเป็นการเปลี่ยนผ่านจากยุคที่มีประชากรอัตราการเกิดมากกว่าอัตราการตาย ไปสู่ยุคที่มีอัตราการเกิดลดลงและจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น สำหรับประเทศไทยคำว่า ผู้สูงอายุ ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ให้ความหมายว่า บุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่า 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ได้แบ่งระดับการเข้าสู่สังคมสูงอายุไว้ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 คือระดับการก้าวสู่สังคมสูงอายุ (Aging society) มีประชากรอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ ระดับที่ 2 คือระดับสังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) มีประชากรอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ และระดับที่ 3 คือสังคมสูงอายุระดับสุดยอด (Super Aged Society) มีประชากรอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งประเทศ (WHO, 1996)

ประเทศไทยมีประชากรผู้สูงอายุเป็นอันดับที่สองรองจากประเทศสิงคโปร์ และก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างรวดเร็ว โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ประเทศไทยการก้าวสู่สังคมสูงอายุระดับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2553 กลายเป็นสังคมสูงอายุระดับที่ 2 ในปี พ.ศ. 2564 และประเทศไทยกลายเป็นสังคมสูงอายุระดับที่ 3 ในปี พ.ศ. 2574 เมื่อมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไปสูงถึงร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ สำหรับสถิติผู้สูงอายุจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จำนวนผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนผู้สูงอายุ คิดเป็นร้อยละ 21.14 ของประชากรทั้งจังหวัด โดยส่วนใหญ่จะอาศัยในเขตชนบท มากกว่าเขตเมือง (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564) ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่เป็นสังคมผู้สูงอายุระดับที่ 2 คือระดับสังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) ตามคำนิยามขององค์การอนามัยโลก (WHO) เนื่องจากมีอัตราผู้สูงอายุเกินร้อยละ 20 ของประชากรทั้งจังหวัด และจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนผู้สูงอายุสูงเป็นอันดับที่ 3 ของประเทศ ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มประชากรที่เปราะบางเป็นกลุ่มที่ต้องได้รับการดูแล

เป็นพิเศษ เนื่องจากปัญหาสุขภาพอันเนื่องมาจากการเสื่อมของร่างกายมากขึ้น ปัญหาด้านสุขภาพที่สำคัญของผู้สูงอายุที่พบบ่อย ได้แก่ กลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non Communicable Diseases: NCDs) การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ (Psychological Aging) นอกจากนี้ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านสมรรถภาพปัญญาด้วย เช่น ความจำ การรับรู้และเรียนรู้เริ่มลดถอยลง เป็นต้น

ปัจจุบันการสาธารณสุขไทยให้ความสำคัญกับความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชน (Health Literacy: HL) มากขึ้น การสร้างเสริมสุขภาพด้วยการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพเป็นกระบวนการที่จะส่งผลให้สุขภาพของบุคคลดีขึ้นและเป็นกระบวนการที่จะทำให้ประชาชนสามารถจัดการกับสุขภาพของตนเอง รวมทั้งปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดสุขภาพด้วย การให้ความสำคัญกับการสร้างเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชนทุกช่วงวัย โดยเฉพาะวัยสูงอายุ ซึ่งเป็นวัยที่ควรจะต้องได้รับการดูแลและพัฒนาทักษะการดูแลสุขภาพตนเองอย่างใกล้ชิด การที่จะพัฒนาให้มีศักยภาพและหน้าที่ในการดูแลสุขภาพตนเองได้นั้น ควรเน้นการพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) ในการจัดการดูแลสุขภาพตนเอง เช่น มาตรการส่งเสริมความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันและดูแลตนเองเบื้องต้น มาตรการส่งเสริมด้านการทำงานและการหารายได้ของผู้สูงอายุ มาตรการการให้การศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นต้น (กรมอนามัย, 2566) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเชิงนโยบายขององค์การอนามัยโลก ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมสุขภาพเพื่อพัฒนาให้ผู้สูงอายุมีความรอบรู้ด้านสุขภาพ ดูแลตนเองได้มีศักยภาพ และเป็นผู้ที่รู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สามารถทำประโยชน์แก่ตนเอง ครอบครัวและสังคม (WHO, 2024)

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความรอบรู้ด้านสุขภาพผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำความรู้เกี่ยวกับความรอบรู้ด้านสุขภาพและปัจจัยมีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบทจังหวัดเชียงใหม่ ไปใช้ในการส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพผู้สูงอายุในเขตชนบทอย่างเหมาะสมกับบริบท อันจะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีภาวะสุขภาพที่ดี มีคุณภาพในการดำเนินชีวิตและสามารถดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสมต่อไป ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีการสูงอายุ

การรวบรวมแนวคิดเพื่อใช้อธิบายกระบวนการชราของมนุษย์ ประกอบด้วยทฤษฎี 3 กลุ่ม (Phipps, 1999) ได้แก่

1) ทฤษฎีทางชีววิทยา (Biological Theory) โดยในทฤษฎีนี้ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลง โครงสร้างของร่างกายมนุษย์แบ่งเป็น 3 แนวทาง คือ ทฤษฎีด้านพันธุกรรม (Genetic Theory) ทฤษฎีอวัยวะ (Organ Theory) และทฤษฎีสรีรวิทยา (Physiological Theory)

2) ทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychological Theory) ทฤษฎีทางจิตวิทยา เชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ และพฤติกรรมของผู้สูงอายุนั้นเป็นการปรับตัวเกี่ยวกับความนึกคิด ความรู้ ความเข้าใจ แรงจูงใจ การเปลี่ยนแปลงไปของอวัยวะรับสัมผัสทั้งหลาย ตลอดจนสังคมที่ผู้สูงอายุนั้นอาศัยอยู่

3) ทฤษฎีทางสังคมวิทยา (Sociological Theory) ทฤษฎีทางสังคมเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงแนวโน้มบทบาทสัมพันธภาพและการปรับตัวในสังคมของผู้สูงอายุ ซึ่งพยายามวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ผู้สูงอายุต้องมีการเปลี่ยนแปลงสถานภาพทางสังคมไป และพยายามที่จะช่วยให้ผู้สูงอายุ มีการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

การทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุสรุปได้ว่า เมื่อบุคคลเข้าสู่วัยสูงอายุจะต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เสื่อมลงหลายด้านทั้งในด้านร่างกายที่เกิดจากความเสื่อมของอวัยวะต่าง ๆ ในรูปของลักษณะและหน้าที่ ที่ส่งผลต่อจิตใจ อารมณ์ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงลักษณะ

และโครงสร้างทางสังคม การสูญเสียบทบาทหน้าที่ในสังคม การสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน รวมทั้งส่งผลถึงสุขภาพของผู้สูงอายุที่ผู้สูงอายุจะต้องดูแลตัวเองเพื่อรักษาสุขภาพกาย และจิตใจ

2. การส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2566) มีภารกิจหลักในการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพของประชากรตามกลุ่มอายุตั้งแต่แรกเกิดจนถึงวัยสูงอายุ กิจกรรมของการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุนั้นเป็นกระบวนการเพิ่มสมรรถนะให้ผู้สูงอายุมีศักยภาพในการดูแลตนเองเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการควบคุมปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดสุขภาพและเป็นผลให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพดีขึ้นทั้งทางด้านร่างกายจิตใจและสังคม โดยมีกลวิธีของงานส่งเสริมสุขภาพกลุ่มผู้สูงอายุ ได้แก่

- 1) พัฒนาคูณภาพบริการเพื่อส่งเสริม เฝ้าระวัง ป้องกันสุขภาพผู้สูงอายุ
- 2) เผยแพร่ความรู้ให้ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง สามารถดูแลตนเอง
- 3) พัฒนาบุคลากรทุกระดับในการให้บริการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ
- 4) พัฒนาและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการดูแลประชากรผู้สูงอายุเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ
- 5) ส่งเสริมการศึกษาวิจัยเพื่อหารูปแบบการดำเนินงานเกี่ยวกับผู้สูงอายุทั้งในด้านการส่งเสริมการป้องกันการเฝ้าระวังสุขภาพและการประเมินผล
- 6) ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น และภาคเอกชนในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ
- 7) สนับสนุนให้ครอบครัวและชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลผู้สูงอายุ และยอมรับว่าผู้สูงอายุเป็นหน่วยหนึ่งของสังคม
- 8) สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มของผู้สูงอายุในชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ โดยประสานงานกันเป็นเครือข่าย เพื่อเอื้ออำนวยให้ผู้สูงอายุได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และความรู้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต
- 9) พัฒนาระบบสารสนเทศการบริหารจัดการให้เอื้อต่องานส่งเสริมสุขภาพตามกลุ่มเป้าหมาย

3. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพ

กองสุศึกษา กระทรวงสาธารณสุข (2561) ได้ให้ความหมายของความรอบรู้และความสามารถด้านสุขภาพที่จะทำให้อุคนสามารถที่จะกลั่นกรอง มีการประเมิน การตัดสินใจ เพื่อจะเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การเลือกใช้บริการทางสุขภาพได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นความรู้ด้านสุขภาพ จึงเป็นความสามารถในการรับรู้เข้าใจข้อมูลต่าง ๆ ในกรณีนี้คือ ความรู้ความเข้าใจ การตัดสินใจ การรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งส่งผลต่อการวิเคราะห์ ประเมินสุขภาพ การปฏิบัติ และการจัดการตนเอง การสื่อสารเพื่อเป็นการดูแลสุขภาพ และแนะนำเรื่องสุขภาพให้แก่บุคคลอื่นในครอบครัว และชุมชน เพื่อการมีสุขภาพที่ดี

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) หมายถึง เป็นความสามารถของผู้สูงอายุในการเข้าถึง เข้าใจในการใช้ข้อมูลทางด้านสุขภาพ รวมถึงการตัดสินใจ ส่งเสริม และรักษาสุขภาพที่ดีของตนเองไว้ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถประเมินได้จากองค์ประกอบ 1) ทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ 2) ทักษะความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสุขภาพและการป้องกันโรค 3) ทักษะการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ 4) ทักษะการจัดการตนเอง 5) ทักษะการตัดสินใจ และ 6) ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Nutbeam, 2008 อ้างถึงใน กนกวรรณ อังกะสิทธิ์, 2564)

4. ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ

ผลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพนั้น พบว่า มีการศึกษาหลายงานได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยหลาย ๆ ด้าน รวมทั้งได้เล็งเห็นความสำคัญของการใช้ความรู้ด้านสุขภาพเพื่อเป็นพื้นฐานในการนำสู่สุขภาพที่ดีต่อไป สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะดำเนินการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ด้านสุขภาพดังนี้

1) ด้านชีวสังคม หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สิทธิการรักษา การพักอาศัย และจำนวนสมาชิกครอบครัว

2) ด้านระบบบริการสุขภาพ หมายถึง การเข้าถึงบริการสุขภาพ สิทธิการรักษา การเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพ การรับรู้ข้อมูลด้านสุขภาพ และการใช้บริการสถานที่เพื่อส่งเสริมสุขภาพ

3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสังคมและนันทนาการ การมีส่วนร่วมทางสังคม และการที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคม

4) ด้านจิตวิทยา หมายถึง ความสุข ความรับผิดชอบต่อสังคม การแสดงออกทางอารมณ์และการควบคุมอารมณ์ของตนเอง

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประไพพิศ สิงห์เสมอ และคณะ (2562) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพกับพฤติกรรมสุขภาพตาม 3อ. 2ส. ของผู้สูงอายุ ตำบลหนองตาด จังหวัดตรัง ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความรู้ด้านสุขภาพตาม 3อ.2ส. อยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 51.70 ส่วนพฤติกรรมสุขภาพอยู่ในระดับดีมาก ร้อยละ 53.06 และความรู้ด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมสุขภาพในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กรรณิการ์ การีสรณ์ และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุนอกเขตเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมการดูแลสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาค้นคว้าชี้ให้เห็นว่า ความรู้ด้านสุขภาพเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ทีมสุขภาพจึงควรหาวิธีในการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ความรู้ที่มีวิจารณ์ญาณในการเลือกปฏิบัติพฤติกรรมการดูแลสุขภาพที่พึงประสงค์ได้อย่างเหมาะสม

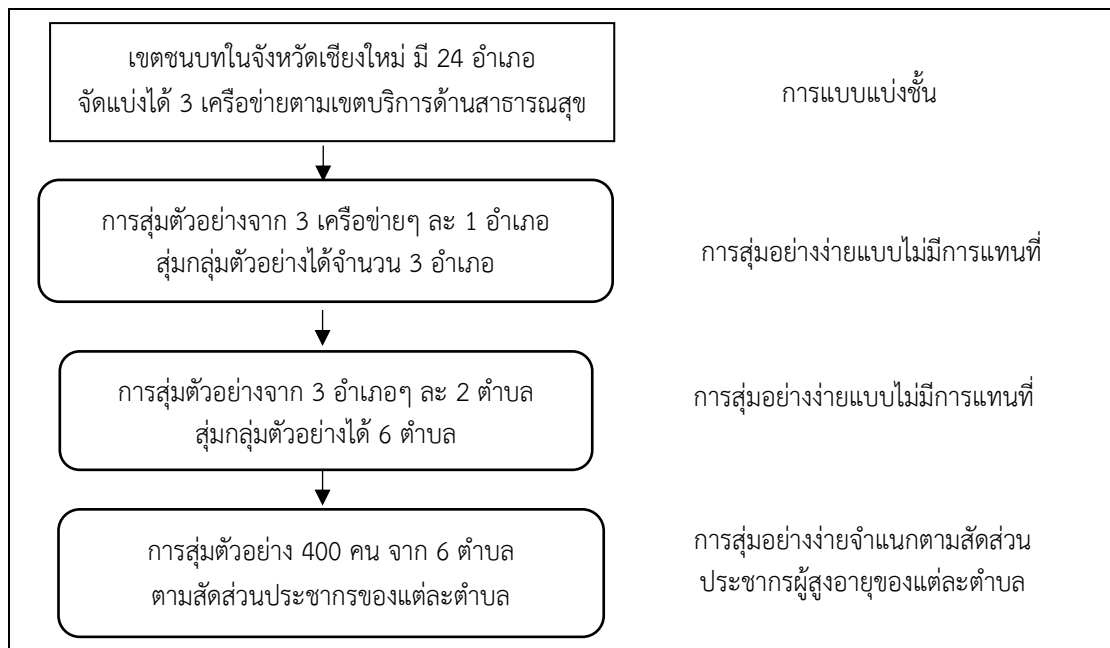
นฤมล ใจดี และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ระดับของความรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากผู้สูงอายุที่อ่านออกหรือเขียนได้บ้างเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้สูงอายุมีความรู้ในระดับปานกลาง โดยเมื่อพิจารณารายด้านออกเป็น ด้านความรู้ ความเข้าใจสุขภาพและป้องกันโรคผู้สูงอายุ มีความรู้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 57.65

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ตามปฎิทิน และอาศัยอยู่ในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ อย่างน้อย 1 ปี จำนวน 333,408 คน (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ 5% โดยสูตร $n = N / (1 + Ne^2)$ โดย N = ประชากร e = 0.05 เมื่อคำนวณแล้วได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และเพื่อให้การศึกษาเชิงสำรวจมีประสิทธิภาพมากขึ้น ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 1: การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน

1.3 เพื่อให้การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์คัดเข้าและเกณฑ์คัดออกของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.3.1 เกณฑ์คัดเข้า

- 1) อายุ 60 ปีขึ้นไปตามปฏิทิน และอาศัยอยู่ในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ อย่างน้อย 1 ปี และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน
- 2) สามารถฟัง พูด และติดต่อสื่อสารภาษาไทยได้ปกติ โดยประเมินจากการพูดคุยและการแนะนำตัวของผู้สูงอายุ
- 3) มีการคัดกรองโดยใช้แบบทดสอบสภาพสมองเบื้องต้นฉบับภาษาไทย MMSE (Thai 2002) และผลการพิจารณาไม่มีสงสัยภาวะสมองเสื่อม (Cognitive Impairment)
- 4) มีความยินดีในการเข้าร่วมการศึกษาวิจัย

1.3.2 เกณฑ์คัดออก

1) หากกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถเข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรมได้ เช่น มีการย้ายที่อยู่อาศัยหรือพำนักนอกเหนือพื้นที่ ผู้วิจัยจะทำการคัดออก เพราะสามารถตรวจสอบจากฐานข้อมูลประวัติของผู้เข้าร่วมวิจัยจากเวชระเบียนของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในพื้นที่ มาเป็นฐานข้อมูลรายชื่อของผู้สูงอายุที่เข้าข่ายและสมัครใจเข้าร่วมคัดกรองการวิจัยในครั้งนี้ได้

2) หากกลุ่มตัวอย่างมีภาวะเจ็บป่วยเฉียบพลันหรือมีปัญหาด้านสุขภาพ ผู้วิจัยจะหยุดการสัมภาษณ์ทันที โดยให้การช่วยเหลือและนำส่งการดูแลรักษาในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหรือโรงพยาบาลชุมชนที่อยู่ในพื้นที่บริการ เพื่อให้ได้รับการดูแลที่เหมาะสมต่อไป

2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุจากเอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ประกอบด้วย

- 1) ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยที่มีผลต่อความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านชีวสังคม ด้านระบบบริการสุขภาพ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านจิตวิทยา

2) ตัวแปรตาม คือ ความรอบรู้ด้านสุขภาพ ประกอบด้วย 6 ทักษะ ได้แก่ ทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ ทักษะความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพและการป้องกันโรค ทักษะการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ ทักษะการตัดสินใจ ทักษะการจัดการตนเอง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

3. การพัฒนาและสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับการศึกษาระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ และปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ รวม 51 ข้อ แยกเป็นข้อคำถามด้านชีวสังคม 9 ข้อ ด้านระบบบริการสุขภาพ 6 ข้อ ด้านสังคมและวัฒนธรรม 12 ข้อ ด้านจิตวิทยา 24 ข้อ สำหรับแบบสอบถามระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ พัฒนาจากเครื่องมือวัดระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพผู้สูงอายุ ของกนกวรรณ อังกะสิทธิ์ (2564) จากแนวคิดความรอบรู้ด้านสุขภาพของ Nutbeam (2008) ประกอบด้วย 6 ด้าน รวมทั้งหมด 33 ข้อ ได้แก่ ทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ จำนวน 4 ข้อ ทักษะความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสุขภาพและการป้องกันโรค จำนวน 7 ข้อ ทักษะการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ จำนวน 5 ข้อ ทักษะการตัดสินใจ จำนวน 7 ข้อ ทักษะการจัดการตนเอง จำนวน 5 ข้อ และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ จำนวน 5 ข้อ โดยการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ 1) ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทางด้านสุขภาพ จำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาความสมบูรณ์ ถูกต้อง และตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ผลการทดสอบมีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.98 2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบประเมินชุดนี้ไปตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ นอกพื้นที่ ซึ่งไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการถดถอยพหุคูณ

5. การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ผ่านการอบรมจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ ณ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และยื่นเสนอโครงร่างวิจัย เครื่องมือวิจัย ต่อคณะกรรมการจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เพื่อขอรับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ ได้รับอนุมัติเลขที่รับรอง HE - 018 - 2566 ลงวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 หลังจากผ่านการรับรองและได้รับใบรองแล้ว ผู้วิจัยเริ่มเก็บข้อมูลโดยได้อธิบายให้กลุ่มตัวอย่างทราบรายละเอียด รวมถึงความปลอดภัย และลงนามในใบยินยอมเพื่อเข้าร่วมการวิจัย ซึ่งเมื่อสิ้นสุดการทำวิจัยแล้วจะมีการทำลายข้อมูลทิ้งและนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

ผลการศึกษา

1. ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 1: ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ (n = 400)

ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ	ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ			
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	ลำดับ
1. ด้านทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ	2.22	0.70	ปานกลาง	2
2. ด้านทักษะความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสุขภาพและการป้องกันโรค	2.60	0.65	ดี	1
3. ด้านทักษะการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ	2.04	0.75	ปานกลาง	4
4. ด้านทักษะการตัดสินใจ	2.18	0.85	ปานกลาง	3

ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ	ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ			
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	ลำดับ
5. ด้านทักษะการจัดการตนเอง	1.90	0.85	ปานกลาง	5
6. ด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	1.64	0.85	ปานกลาง	6
ภาพรวมความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ	2.10	0.78	ปานกลาง	

ผลการศึกษา ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.10$, S.D. = 0.78) และองค์ประกอบทั้ง 6 ด้านพบว่า 1) ด้านทักษะความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพและการป้องกันโรค อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 2.60$, S.D. = 0.65) 2) ด้านทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.22$, S.D. = 0.70) 3) ด้านทักษะการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.18$, S.D. = 0.85) 4) ด้านทักษะการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.04$, S.D. = 0.75) 5) ด้านทักษะการจัดการตนเอง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 1.90$, S.D. = 0.85) และ 6) ด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.64$, S.D. = 0.85) เรียงตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

1) ปัจจัยด้านชีวสังคม พบว่า ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.0 มีอายุระหว่าง 60-69 ปี ร้อยละ 68.50 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 68.25 ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 84.75 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 37.75 โดยมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 91.25 มีสิทธิการรักษาจากบัตรสวัสดิการของรัฐ/บัตรทอง ร้อยละ 86.25 ส่วนใหญ่มีโรคประจำตัวมาแล้ว 6-10 ปี ร้อยละ 28.25 และเป็นโรคความดันโลหิตสูง ร้อยละ 43.71 การพักอาศัยอยู่กับคู่สมรส ร้อยละ 42.29 โดยมีจำนวนสมาชิก 1-3 คน ร้อยละ 65.25

2) ปัจจัยด้านระบบบริการสุขภาพ ค่าคะแนนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 1.59$, S.D. = 0.98) โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การเข้าถึงบริการสุขภาพและสิทธิการรักษา ($\bar{X} = 1.80$, S.D. = 0.94) รองลงมา คือ การรับรู้ข้อมูลด้านสุขภาพ ($\bar{X} = 1.63$, S.D. = 0.98) และการใช้บริการสถานที่เพื่อส่งเสริมสุขภาพมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.35$, S.D. = 1.01)

3) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ค่าคะแนนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 1.89$, S.D. = 0.88) โดยที่ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ กิจกรรมนันทนาการ ($\bar{X} = 2.04$, S.D. = 0.85) รองลงมา คือ การสนับสนุนทางสังคม ($\bar{X} = 2.03$, S.D. = 0.83) และ การมีส่วนร่วมทางสังคม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.61$, S.D. = 0.97)

4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ค่าคะแนนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.18$, S.D. = 0.62) โดยที่ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การแสดงออกทางอารมณ์ ($\bar{X} = 2.34$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ความสุข ($\bar{X} = 2.28$, S.D. = 0.55) ถัดมา คือ ความรับผิดชอบต่อสังคม ($\bar{X} = 2.27$, S.D. = 0.59) และการควบคุมอารมณ์ของตนเอง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.82$, S.D. = 0.75)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านชีวสังคมที่มีผลต่อระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย อายุ ($F = 5.076$, p-value = 0.007) อาชีพ ($F = 4.075$, p-value = 0.001) รายได้ต่อเดือน ($F = 6.195$, p-value = 0.002) มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนระยะเวลาที่มีโรคประจำตัว ($F = 3.006$, p-value = 0.030)) มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

ส่วนเพศ สถานภาพสมรส การศึกษา สิทธิการรักษา และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ไม่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยด้านระบบบริการสุขภาพ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ทดสอบด้วยการถดถอย

พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยผู้วิจัยได้กำหนดชื่อตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ด้านระบบบริการสุขภาพ (System_H) 2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social_C) และ 3) ด้านจิตวิทยา (Psycho_L) การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว (Bivariate Relationship) ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ทำให้ได้เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 3 ด้าน โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทุกค่าเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.470 ถึง 0.687 โดยตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เชิงบวก คือ คู่ที่ 1 ตัวแปรด้านระบบบริการสุขภาพกับด้านสังคมและวัฒนธรรม คู่ที่ 2 ตัวแปรด้านระบบบริการสุขภาพกับ ด้านจิตวิทยา คู่ที่ 3 ตัวแปรด้านสังคมและวัฒนธรรมกับด้านจิตวิทยา โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.687, 0.470 และ 0.540 ตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 2 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ไม่มีตัวแปรคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันเกิน 0.800 ดังนั้นถือว่าตัวแปรเหล่านี้ไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Multicollinearity) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2552)

ตารางที่ 2: เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ ด้านระบบบริการสุขภาพ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ (n = 400)

ตัวแปร	System _H	Social _C	Psycho _L	$\bar{x}$	S.D.
System _H	1.000	0.687	0.470	1.59	0.82
Social _C		1.000	0.540	1.89	0.88
Psycho _L			1.000	2.18	0.62

ตารางที่ 3: การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 3 ด้าน ที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ (n = 400)

ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่							
ตัวแปรพยากรณ์	b	SE	β	t	p-value	Tolerance	VIF
Constant	1.036	0.092		11.289**	0.000		
System _H	0.187	0.023	0.464	8.235**	0.000	0.411	2.433
Social _C	0.068	0.030	0.136	2.255*	0.025	0.359	2.786
Psycho _L	0.252	0.047	0.291	6.209**	0.000	0.793	1.261
F			85.380**				
R			0.756				
R Square (R ²)			0.572				
Adjusted R Square (Adjusted R ²)			0.564				
SE _{Est}			0.219				
Durbin - Watson			1.721				

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p < 0.01)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p < 0.05)

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านระบบบริการสุขภาพ (System_H) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psycho_L) มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social_C) มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ในระดับปานกลาง ($R = 0.756$) มีค่าอำนาจการพยากรณ์ในการอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบทร้อยละ 56.40 (Adjusted $R^2 = 0.564$) และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.219 ($SE_{est} = 0.219$)

ปัจจัยด้านที่มีอิทธิพลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ด้านจิตวิทยา ($Psycholo$, $b = 0.252$, $\beta = 0.291$) รองลงมา คือ ด้านระบบบริการสุขภาพ ($System_H$, $b = 0.187$, $\beta = 0.464$) และด้านสังคมและวัฒนธรรม ($Social_C$, $b = 0.068$, $\beta = 0.136$) ตามลำดับ โดยเขียนสมการการถดถอยพหุคูณได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) $\hat{Y} = 1.036 + 0.252(Psycholo) + 0.187(System_H) + 0.068(Social_C)$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) $\hat{Z} = 0.291(Psycholo) + 0.464 (System_H) + 0.136(Social_C)$

จากสมการดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่สามารถอธิบายได้จากปัจจัยทั้ง 3 ด้านโดยมีค่าเท่ากับ (0.291) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ร่วมกับ (0.464) ปัจจัยด้านระบบบริการสุขภาพ และร่วมกับ (0.136) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ทั้งนี้ด้านจิตวิทยา มีอิทธิพลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านระบบบริการสุขภาพ และด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งทั้ง 3 ด้าน สามารถร่วมกันทำนายหรือพยากรณ์ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุได้ถึงร้อยละ 56.40

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้นำมาผลการศึกษามาอภิปรายผล เพื่อเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอประเด็นหลักดังต่อไปนี้

1. ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประไพพิศ สิงห์เสน, พอเพ็ญ ไกรนรา และวรารัตน์ ทิพย์รัตน์ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความรอบรู้ด้านสุขภาพกับพฤติกรรมสุขภาพตาม 3อ.2ส. ของผู้สูงอายุ ตำบลหนองตาด จังหวัดตรัง ผลการศึกษาพบว่า ความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน รวมทั้งงานวิจัยของ ฉันทิพย์ พลอยสุวรรณ และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในชุมชนหนองปรือ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความรอบรู้ด้านสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง รวมถึงยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิการ์ การีสรพร และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรอบรู้สุขภาพและพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุนอกเขตเมือง จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า คะแนนเฉลี่ยความรอบรู้สุขภาพของผู้สูงอายุโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่งานวิจัยของ นฤมล ใจดี และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่องความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดกำแพงเพชร กรณีศึกษา: ผู้สูงอายุในเขตอำเภอโกสุมพิสัย ผลการศึกษาพบว่าระดับของความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ผลของระดับความรอบรู้ที่อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้สูงอายุเริ่มมีความเสื่อมถอยของระบบต่างๆ ในร่างกาย อาทิเช่น ปัญหาการมองเห็น การได้ยินลดลง การเคลื่อนไหวที่เริ่มเชื่องช้า การคิด การจดจำ การฟัง การอ่าน การเขียน ที่เริ่มเสื่อมถอยลงตามวัยที่เพิ่มขึ้น เป็นข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ในทักษะความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพและการป้องกันโรค ทักษะการตัดสินใจ ทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการ ทักษะการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ ทักษะการจัดการตนเอง และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งเป็นองค์ประกอบรวมของความรอบรู้ด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จึงส่งผลให้ความรอบรู้ด้านสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านด้านทักษะความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสุขภาพและการป้องกันโรค ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับดี ในขณะที่ ฉันทิพย์ พลอยสุวรรณ และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในชุมชนหนองปรือ จังหวัดสมุทรปราการ มีผลการศึกษาสอดคล้องกันในประเด็นของความรอบรู้ด้านสุขภาพในรายด้าน คือ ด้านความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสุขภาพและการป้องกันโรค รวมทั้ง นฤมล ใจดี และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดกำแพงเพชร กรณีศึกษา:

ผู้สูงอายุในเขตอำเภอโกสัมพีนบุรี ผลการศึกษาพบว่าสอดคล้องกันในประเด็นด้านความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสุขภาพและการป้องกันโรคด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจ ในการเลือกรับประทานอาหารที่ย่อยง่าย มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ยังคำนึงถึงการตรวจสอบสุขภาพประจำปีย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดความเสี่ยงการเกิดโรคต่าง ๆ และยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับการนอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ อย่างน้อยวันละ 6-8 ชั่วโมง เป็นต้น เมื่อได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญทางสาธารณสุขในเนื้อหาสาระสำคัญด้านสุขภาพ สามารถอธิบายถึงความเข้าใจในประเด็นเนื้อหาสาระด้านสุขภาพในการที่จะนำไปปฏิบัติ เกิดการวิเคราะห์ เปรียบเทียบเนื้อหา แนวทางการปฏิบัติด้านสุขภาพได้อย่างมีเหตุผล เพื่อให้ในประเด็นเหล่านี้อยู่ในระดับดีขึ้นกว่าเดิม

สำหรับองค์ประกอบด้านทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ อติเทพ ดารดาช (2565, น.65) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่าสอดคล้องกันในประเด็นของการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการ อยู่ในระดับปานกลางอีกด้วย ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังสามารถติดต่อสอบถามหรือขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานบริการสุขภาพในชุมชนเพื่อรับข้อมูลการดูแลสุขภาพที่ถูกต้องได้อยู่บ้าง เมื่อต้องการข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพก็ยังสามารถที่จะค้นหาหรือสอบถามจากผู้รู้หรือแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น หนังสือ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขในชุมชน เป็นต้น แต่ยังไม่เพียงพอที่จะให้เข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้ประเด็นทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง หากต้องการให้ทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพดีขึ้นอาจจะต้องเพิ่ม ยุทธศาสตร์ หรือพัฒนาการเข้าถึง ความเข้าใจที่จะสามารถเลือกแหล่งข้อมูลสุขภาพ รู้วิธีการค้นหา การเลือกใช้อุปกรณ์ในการค้นหา สามารถตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่งได้ เพื่อยืนยันความเข้าใจของตนเอง ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือสำหรับนำไปใช้ในการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง จนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและแรงจูงใจในการปฏิบัติเรื่องการดูแลสุขภาพได้มากยิ่งขึ้น

ส่วนองค์ประกอบด้านทักษะการตัดสินใจ ผลการศึกษาพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ ฉันททิพย์ พลอยสุวรรณ และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในชุมชนหนองปรือ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาสอดคล้องกันในประเด็นของความรอบรู้ด้านสุขภาพในรายด้าน คือ ด้านทักษะการตัดสินใจ ที่อยู่ระดับปานกลาง เช่นกัน ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีทักษะการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพเพื่อลดความเสี่ยงต่างๆ เช่น หากเป็นโรคเบาหวาน ก็จะเลือกที่จะไม่เติมน้ำตาลลง งดรับประทานอาหารรสชาติเค็มจัดเพื่อลดความเสี่ยงเรื่องสุขภาพที่มีโรคประจำตัวเป็นความดันโลหิตสูง เมื่อมีการเจ็บป่วยเกิดขึ้นเลือกที่จะไปพบแพทย์มากกว่าที่จะซื้อยามารับประทานด้วยตนเอง สามารถติดต่อขอความช่วยเหลือจากแหล่งที่สามารถช่วยเหลือได้เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน และมีวิธีการจัดการความเครียดได้ด้วยตัวเอง โดยประเด็นดังกล่าวนี้มีการปฏิบัติในเฉพาะบางกลุ่มของผู้สูงอายุเท่านั้น หากมีการเพิ่มพูนหรือให้ความรู้โดยตรงเกี่ยวกับด้านทักษะการตัดสินใจจากผู้เชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุข แพทย์ พยาบาล อาสาสมัครประจำหมู่บ้าน (อ.ส.ม.) เป็นต้น เพื่อให้สามารถกำหนดทางเลือกหรือปฏิเสธ หลีกเลี่ยงเลือกวิธีการปฏิบัติเพื่อให้มีสุขภาพที่ดี ใช้เหตุผลหรือวิเคราะห์ผลเสียในการปฏิเสธ หลีกเลี่ยง เลือกวิธีปฏิบัติที่จะก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดต่อตนเองและผู้อื่น ก็จะส่งผลให้ในประเด็นดังกล่าวมีระดับที่ดีขึ้นกว่าเดิมได้

สำหรับองค์ประกอบด้านทักษะการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ อติเทพ ดารดาช (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า สอดคล้องกันในประเด็นด้านการสื่อสารข้อมูลสุขภาพและสารสนเทศ ที่อยู่ระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้สูงอายุเมื่อได้รับคำแนะนำเรื่องสุขภาพจากเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องด้านสาธารณสุข เอกสารเรื่องการดูแลสุขภาพ แล้วมีความเข้าใจดีพอใช้ ทั้งนี้แล้วยังนำเอาความรู้หรือข้อมูลสุขภาพที่ได้ไปแนะนำ ชักชวน โน้มน้าว ให้กับคนใกล้ชิดหรือผู้อื่น ได้ทำตามเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมดูแลสุขภาพให้ดีขึ้น แต่มีบางส่วนที่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ในประเด็นเหล่านี้อยู่ ส่งผลให้ทักษะการสื่อสารข้อมูลสุขภาพยังอยู่ในระดับปานกลาง หากได้รับความรู้หรือความเข้าใจจนสามารถสื่อสารข้อมูลความรู้ด้านสุขภาพด้วยวิธีการพูด อ่าน เขียน ให้บุคคลอื่นเข้าใจ หรือโน้มน้าวให้บุคคลอื่นเข้าใจและยอมรับข้อมูลด้านสุขภาพก็จะทำให้ทักษะการสื่อสารข้อมูลสุขภาพมีระดับที่ดีขึ้น

องค์ประกอบด้านทักษะการจัดการตนเองผลการศึกษาพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งฉันทิพย์ พลอยสุวรรณ และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในชุมชนหนองปรือ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาสอดคล้องกันในประเด็นของความรอบรู้ด้านสุขภาพในรายด้าน คือ ด้านทักษะการจัดการตนเอง ที่อยู่ระดับปานกลาง เช่นกัน นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับ ประไพพิศ สิงหเสม และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความรอบรู้ด้านสุขภาพกับพฤติกรรมสุขภาพตาม 30.2ส. ของผู้สูงอายุ ตำบลหนองตาด จังหวัดตรัง ผลการศึกษาพบว่าสอดคล้องกันในประเด็นรายด้านย่อย คือ ด้านการจัดการตนเอง อยู่ในระดับปานกลาง อีกด้วย ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่เริ่มหันมาปรับเปลี่ยนวิธีการดูแลสุขภาพให้ดีขึ้นจากเดิมตามกำลัง ตามความสามารถ หรือตามความรู้ที่มีอยู่จากเดิม ได้คำนึงถึงการกำหนดเป้าหมายเรื่องดูแลสุขภาพตนเอง และทำตามแผนการดูแลสุขภาพที่วางไว้ได้ เช่น การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยครั้งละ 30 นาที โดยทำเป็นประจำสม่ำเสมอ 3 วัน ต่อสัปดาห์ เป็นต้น จากนั้นได้ทบทวนแผนการดูแลสุขภาพซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายตามที่วางไว้ แต่มีการปฏิบัติในประเด็นเหล่านี้เฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุเท่านั้น เนื่องจากผู้สูงอายุยังไม่สามารถแบ่งเวลาในการจัดการตนเองเรื่องของการเอาใจใส่การดูแลสุขภาพได้ดีเท่าที่ควร จึงส่งผลให้ด้านทักษะการจัดการตนเองอยู่ในระดับปานกลางตามมาด้วย หากผู้สูงอายุได้รับการเพิ่มทักษะการจัดการตนเองเรื่องสุขภาพ อาจจะเริ่มจากการกำหนดเป้าหมาย วางแผนการปฏิบัติ แล้วนำกลับมาทบทวนเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติหรือพฤติกรรมตนเองที่จะช่วยให้สุขภาพแข็งแรง มีอายุที่ยืนยาว ก็จะส่งผลให้ประเด็นด้านทักษะการจัดการตนเองดีขึ้นตามลำดับ

องค์ประกอบด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ผลการศึกษาพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ ฉันทิพย์ พลอยสุวรรณ และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในชุมชนหนองปรือ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาสอดคล้องกันในประเด็นของความรอบรู้ด้านสุขภาพในรายด้าน คือ ด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ที่อยู่ระดับปานกลาง เช่นกัน ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญเกี่ยวกับข้อมูลจากสื่อเกี่ยวกับสุขภาพอยู่บ้าง โดยจะมีการนำสื่อสุขภาพที่ได้มานำไปตรวจสอบกับผู้รู้หรือตำราจากหลาย ๆ แหล่งสื่อ จากนั้นก็นำสื่อข้อมูลที่ได้มาอย่างถูกต้องนั้นไปปฏิบัติตาม อีกทั้งยังมีการนำไปแนะนำ บอกต่อ ให้ผู้อื่นได้ปฏิบัติตามอีกด้วย จึงส่งผลให้ด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง หากมีการเพิ่มทักษะการรู้เท่าทันสื่อจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้กับผู้สูงอายุได้ตรวจสอบความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของข้อมูลสุขภาพที่สื่อนำเสนอ แล้วนำมาเปรียบเทียบวิธีการเลือกรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับตนเองและผู้อื่น สามารถประเมินข้อความสื่อเพื่อใช้ชี้แนะแนวทางให้กับคนในชุมชนหรือสังคมรอบข้างได้ปฏิบัติตนเองในการดูแลสุขภาพที่ถูกต้องก็จะทำให้ประเด็นทักษะดังกล่าวมีระดับที่ดีขึ้น

2. ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่

ด้านชีวสังคมพบว่าอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อติเทพ ดารดาช (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ส่วนประเด็นของระยะเวลาที่มีโรคประจำตัว มีอิทธิพลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพ สอดคล้องกับ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (2565) ที่ได้อธิบายไว้ว่า ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมาเป็นระยะเวลายาวนาน อาจมีความรู้ ความเข้าใจในการดูแลสุขภาพของตนเองได้ดีกว่าผู้สูงอายุที่เพิ่งเริ่มมีโรคประจำตัว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเข้าพบแพทย์ตามนัดหมายอย่างสม่ำเสมอ รับประทานยาตามที่แพทย์สั่งอย่างเคร่งครัด การออกกำลังกาย เลือกรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อลดปัจจัยเสี่ยงทางอ้อมที่จะก่อให้เกิดอาการข้างเคียงของโรคประจำตัวที่มีอยู่

ปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่ามีอิทธิพลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด กล่าวคือ หากต้องการเพิ่มระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้นจากเดิม ผู้สูงอายุจะต้องมีพฤติกรรมด้านจิตวิทยาและแนวทางในการปฏิบัติตนเองเพื่อให้มีสุขภาพจิตที่ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไขตามความเหมาะสม เพื่อให้ผู้สูงอายุมีทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพบริการสุขภาพ ทักษะความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสุขภาพและการป้องกันโรค ทักษะการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ ทักษะการตัดสินใจ ทักษะการจัดการตนเอง และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ มากขึ้นตามมาด้วย

ปัจจัยด้านระบบบริการสุขภาพ พบว่ามีอิทธิพลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาจากปัจจัยด้านจิตวิทยา สอดคล้องกับแนวคิดของ กล้าณรงค์ วงศ์พิทักษ์ (2562) ที่ได้อธิบายถึง

ระบบบริการสุขภาพไว้ว่า หมายถึง ระบบดูแลสุขภาพที่มีการจัดการบริการที่ส่งเสริม ป้องกัน รักษาฟื้นฟูสุขภาพอย่างมีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ครอบคลุมสิทธิประโยชน์ทางการแพทย์และสาธารณสุข การให้ความสำคัญต่อการสร้างหน่วยบริการระดับปฐมภูมิ ทติยภูมิ ตติยภูมิ ที่เข้มแข็ง เพื่อให้เกิดความรอบรู้ด้านสุขภาพ ผ่านการมีระบบสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพจากหน่วยบริการที่อยู่สูงขึ้นไป รวมทั้งควรสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการและชุมชน

ด้านสังคมและวัฒนธรรม ยังมีอิทธิพลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ ด้วย ความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อสุขภาพของผู้สูงอายุเป็นการรับรู้ด้านความสัมพันธ์ของตนเองกับบุคคลอื่น การรับรู้ถึงการได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นในสังคม เช่น บุคคลคนในครอบครัว คนรอบข้าง เป็นต้น รวมทั้งเรื่องของสุขภาพกับการดูแลตนเองเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของด้านระบบบริการสุขภาพ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา มีอิทธิพลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านระบบบริการสุขภาพ และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งทั้ง 3 ด้าน สามารถร่วมทำนายหรือพยากรณ์ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุได้ถึงร้อยละ 56.40 กล่าวคือ หากต้องการเพิ่มระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้นจากเดิม ผู้สูงอายุต้องมีพฤติกรรมด้านจิตวิทยา มีการเข้าถึงระบบบริการสุขภาพให้ถูกต้อง รวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้อยู่ร่วมกับสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้สูงอายุมีทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพบริการสุขภาพ ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสุขภาพ การป้องกันโรค การสื่อสารข้อมูลสุขภาพ การตัดสินใจ การจัดการตนเอง การรู้เท่าทันสื่อ มากขึ้นตามมาด้วยต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรมีการพัฒนาแบบการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพให้กับผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นการสร้างเสริม สนับสนุนการมีส่วนร่วมของครอบครัว ชุมชน เจ้าหน้าที่ด้านสาธารณสุข หรือภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในชุมชน
2. ควรมีการศึกษาแนวทางในการพัฒนาด้านระบบบริการสุขภาพ การจัดสถานที่หรือสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการส่งเสริมสุขภาพและความรอบรู้ด้านสุขภาพให้กับผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำไปสู่ระบบบริการสุขภาพที่มีประสิทธิภาพ
3. จากผลการศึกษาด้านปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่ ควรเน้นการมีส่วนร่วมในชุมชนของผู้สูงอายุ โดยการเพิ่มพูนทักษะหรือกิจกรรมในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงบริการสุขภาพและสิทธิการรักษา ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านจิตวิทยาความสุข และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก เพื่อให้เกิดความรอบรู้ด้านสุขภาพให้กับผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กนกวรรณ อังกะสิทธิ์. (2564). การวิจัยและพัฒนาโปรแกรมการสร้างเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้] <https://shorturl.at/dWWHg>
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564). รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย ปี พ.ศ. 2564. กรมกิจการผู้สูงอายุ.
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2566). แนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ. สำนักส่งเสริมสุขภาพ.
- กรณีการ การีสรพ, พรทิพย์ มาลาธรรม และนุชนาฏ สุทธิ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุนอกเขตเมือง จังหวัดปทุมธานี. วารสารโรงพยาบาลสิงห์บุรี. 31(2), 95-105.
- กล้าณรงค์ วงศ์พิทักษ์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อด้านสุขภาพกับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากโรคโควิด-19 ของวัยรุ่น จังหวัดนครราชสีมา. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน. 28(4), 14.

- กองสุศึกษา กระทรวงสาธารณสุข. (2561). *การเสริมสร้างและประเมินความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพ*.
<https://www.scribd.com/document/406967113/220120180914085828-linkhed-pdf>
- คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. (2565). *การดูแลผู้ป่วยที่มีโรคเรื้อรัง*. <http://med.buu.ac.th/research-academic-medicine-buu>
- ฉันททิพย์ พลอยสุวรรณ, พรณี ปานเทวัญ, ฐานิตา พึ่งฉิ่ง, ชวิศา รัตนกมลกานต์ และสุพร วงศ์ประทุม. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในชุมชนหนองปรือ จังหวัดสมุทรปราการ* (รายงานการวิจัย) มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2552). *วิจัยและสถิติ : คำคมชวนตอบ*. ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤมล ใจดี, รัฐธา ระมั่ง, นวลจันทร์ กรินวานิช และราตรี โพธิ์ระวัช. (2562, 20 ธันวาคม). *ความฉลาดด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัด กำแพงเพชร* [Poster Presentation]. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ครั้งที่ 6. คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ประไพพิศ สิงห์เสม, พอเพ็ญ ไกรนรา และวรารัตน์ ทิพย์รัตน์. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างความรอบรู้ด้านสุขภาพกับพฤติกรรมสุขภาพตาม 3อ. 2ส. ของผู้สูงอายุ ตำบลหนองตรุด จังหวัดตรัง*. *วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครคีรี*. 11(1), 37-51.
- อดิเทพ ดารดาษ. (2565). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุนอกเขต อำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร] <http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/5172>
- Nutbeam, D. (2008). The evolving concept of health literacy. *Social Science & Medicine*. 67(12), 2072-2078.
- WHO. (2024). *Health Literacy*. <https://www.who.int/teams/health-promotion/enhanced-wellbeing/ninth-global-conference/health-literacy>

“พบพรสวรรค์ แข็งแรง สมองไว”: ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์
ในวาทกรรมโฆษณาสำหรับเด็ก
“Discovering Talents, Strong Bodies, and Sharp Minds”: The Relationship Between
Language and Ideologies in Children's Milk Advertising Discourse

นิภาดา โพธิ์เรือง¹
Nipada Phorueang¹

Received: June 9, 2025

Revised: November 5, 2025

Accepted: November 10, 2025

บทคัดย่อ

โฆษณามีบทบาทในการหล่อหลอมค่านิยมทางสังคม ถ่ายทอดอุดมการณ์ และกำหนดวิธีคิดของผู้คนในสังคม ข้อความโฆษณามสำหรับเด็กมักเชื่อมโยงการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์นมบางยี่ห้อกับความแข็งแรง ความฉลาด และพรสวรรค์ของเด็กซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคเชื่อว่าคุณภาพชีวิตของลูกขึ้นอยู่กับทางเลือกผลิตภัณฑ์นั้น ๆ งานวิจัยนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในวาทกรรมโฆษณามสำหรับเด็กในบริบทสังคมไทยโดยใช้แนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของแฟร์คล็อท (Fairclough) โดยนำข้อความและภาพในโฆษณาผลิตภัณฑ์นมยี่ห้อ 3 ยี่ห้อ ได้แก่ Enfagrow, Hi-Q และ S-26 ในช่วงปีพ.ศ. 2560 – 2566 จำนวน 30 คลิปโฆษณา มาเป็นข้อมูลในการศึกษา ผลการศึกษาพบว่าโฆษณาใช้ภาพและกลวิธีทางภาษาอย่างหลากหลาย เช่น การใช้คำศัพท์ที่มีความหมายเชิงบวกกับคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ การเลือกใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์ การใช้ประโยคแสดงเหตุผล การใช้ภาพกิจกรรมของชนชั้นกลาง-บนในเมือง เพื่อนำเสนออุดมการณ์แม่และเด็กที่พึงประสงค์ว่า แม่ที่ดีคือแม่ที่พร้อมจะทุ่มเทและรู้จักเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูก ส่วนเด็กที่พึงประสงค์นั้นต้องแข็งแรง สมองไว มีศักยภาพพิเศษ ร่าเริง และพร้อมเรียนรู้ตลอดเวลา ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมที่มีผลต่อการประกอบสร้างและสื่ออุดมการณ์ดังกล่าว ได้แก่ การให้คุณค่ากับความเป็นแม่ที่ดี ค่านิยมเรื่องพัฒนาการและความสำเร็จของเด็ก ความนิยมเรื่องแนวคิดทางวิทยาศาสตร์ และแนวคิดบริโภคนิยมและภาพชนชั้นทางสังคม ผลทางอุดมการณ์ดังกล่าวอาจผลิตซ้ำอุดมการณ์แม่ในอุดมคติ เพิ่มแรงกดดันหรือความหวงเกี่ยวกับคุณลักษณะเด็กที่พึงประสงค์ ทั้งยังสร้างแนวคิดการเลี้ยงลูกเชิงการแข่งขันและเป็นการตอกย้ำความไม่เท่าเทียมทางชนชั้นที่โฆษณากำหนดภาพให้เด็กที่ได้รับนมสูตรพิเศษต่าง ๆ ดังกล่าวเป็นเด็กที่เก่ง และมาจากครอบครัวที่พร้อมกว่าเด็กกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม

คำสำคัญ: โฆษณามสำหรับเด็ก, อุดมการณ์, ภาษากับอุดมการณ์, วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

Abstract

Advertising plays a crucial role in shaping social values, transmitting ideologies, and influencing the ways of thinking within society. In particular, advertisements for infant and child formula milk frequently associate the consumption of specific brands with children's physical strength, intelligence, and special talents. Such representations lead consumers to believe that the quality of their children's lives depends on choosing these products. This study examines the relationship between language and ideology in the discourse of child formula milk advertisements in the Thai social context, drawing on Fairclough's framework of Critical Discourse Analysis. The data for this study comprise 30 advertising texts and visual images from commercials of three leading

¹ นักวิชาการอิสระ, กรุงเทพมหานคร (Independent scholar, Bangkok) Email: nipadapr@gmail.com

milk brands: Enfagrow, Hi-Q, and S-26—released between 2017 and 2023. The findings reveal that these advertisements employ a variety of linguistic and visual strategies, such as the use of positively connoted vocabulary to highlight nutritional values, the incorporation of scientific terminology, and the deployment of reasoning structures, and the depiction of middle-and upper-class urban lifestyles, to construct and promote desirable maternal and child ideologies. The “ideal mother” is portrayed as one who is dedicated and capable of making the best choices for her child, while the “ideal child” is characterized as physically strong, cognitively advanced, gifted, cheerful, and continuously eager to learn. Sociocultural factors underlying these ideological constructions include the valorization of good motherhood, the cultural emphasis on child development and achievement, the prestige of scientific discourse, as well as consumerist values and class representations. The ideological effects of these advertisements potentially reinforce idealized notions of motherhood, heighten parental pressure and expectations concerning desirable child attributes, and foster competitive child-rearing practices. Furthermore, they perpetuate class inequality by depicting children who consume specialized formula milk as superior, belonging to families that are more privileged than others within society.

Keywords: Children’s Milk Advertising, Ideology, Language and Ideology, Critical Discourse Analysis

บทนำ

โฆษณาเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่ผู้ผลิตสินค้าใช้นำเสนอคุณประโยชน์ด้านต่าง ๆ ของสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญคือต้องการให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม โฆษณาก็ไม่ได้เป็นเพียงสื่อที่ใช้ในการส่งเสริมการขายเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมค่านิยมทางสังคมและกำหนดวิธีคิดบางประการให้กับคนในสังคมด้วย

นมสำหรับเด็กเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้โฆษณาเพื่อกำหนดค่านิยมและความเชื่อของสังคม โฆษณามักนำเสนอภาพของความเป็นแม่ที่ดีและการต้องเลี้ยงลูกให้แข็งแรง ฉลาด คับพพรสวรรค์ และเติบโตอย่างสมบูรณ์ โดยผูกโยงสิ่งเหล่านี้เข้ากับการเลือกใช้นมชนิดใดชนิดหนึ่ง เช่น

ตัวอย่างที่ 1 - “สฟิงโก ไมอีลิน ที่ช่วยสร้างไมอีลิน ไมอีลิน ช่วยให้พวกเราสมองไว บิ่ง ๆ ๆ” (S Mom Club, 2566a)

ตัวอย่างที่ 2 - “นมเอพลัสนี่คือส่วนสำคัญเลยคะ MFGM นะคะ จะมีส่วนในการเสริมสร้างและปกป้องภูมิคุ้มกันของลูกให้แข็งแรง แล้วก็ยังเป็นจุดเริ่มต้นของพัฒนาการทางสมอง ให้ลูกเติบโตขึ้นอย่างแข็งแรงแล้วก็พร้อม กับทุกสถานการณ์ นี่เป็นเวลาของเราคะ นมเอพลัส เพื่อหัวใจและหัวใจที่แม่ภูมิใจ” (Enfa Smart Club, 2563a)

ตัวอย่างที่ 3 - “พัฒนาสิ่งที่รักให้เป็นพรสวรรค์ S-26 Gold Progress สูตรเฉพาะที่มีสฟิงโกไมอีลิน” (S Mom Club, 2563)

จากตัวอย่างโฆษณาดังกล่าว ส่งผลให้ผู้บริโภคจำนวนมากเกิดความเชื่อว่าคุณภาพชีวิตของลูกไม่ว่าจะเป็นความฉลาดหรือความแข็งแรงขึ้นอยู่กับการใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ นอกจากนี้โฆษณายังสร้างและตอกย้ำอุดมการณ์ทางสังคมเกี่ยวกับบทบาทของความเป็นแม่ ความสำเร็จในอนาคตของเด็ก และมาตรฐานการเลี้ยงดูที่เชื่อว่าดีหรือการเลี้ยงดูในอุดมคติในสังคมปัจจุบัน โดยมีการบริโภคผลิตภัณฑ์นมเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกด้วย เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษานมสำหรับเด็กที่ได้รับความนิยมสูงสุดในสังคมไทย โดยอ้างอิงข้อมูลจากเว็บไซต์ my-best.com ปี 2023 ซึ่งจัดอันดับให้นมยี่ห้อ Enfagrow, Hi-Q และ S-26 เป็นนมยอดนิยม 3 อันดับแรก จากนั้นผู้วิจัยเก็บรวบรวมโฆษณาของทั้ง 3 ยี่ห้อจากช่อง YouTube ของผลิตภัณฑ์ยี่ห้อดังกล่าวที่เผยแพร่อย่างเป็นทางการ โดยคัดเลือกคลิปที่มียอดผู้เข้าชมสูงสุดตามลำดับจำนวนช่องละ 10 คลิป รวมทั้งสิ้น 30 คลิป เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นกรณีศึกษาในงานวิจัยนี้

การศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) ของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995a) เป็นแนวทางสำคัญอีกแนวทางหนึ่งที่เหมาะสมนำมาใช้ศึกษาภาษาในโฆษณามสำหรับเด็ก เนื่องจากโฆษณาดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงการใช้ภาษาเพื่อจูงใจผู้บริโภคให้เกิดการซื้อสินค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ของการผลิตและเผยแพร่อุดมการณ์ ค่านิยม และความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคม วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จะแสดงให้เห็นการใช้กลวิธีทางภาษาอย่างมีเจตนาและการสร้างความหมายบางอย่าง โดยเฉพาะการสร้างอุดมการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันและเป็นสิ่งที่เอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มผู้มีอำนาจในสังคมในการกำหนดความคิดบางอย่างเพื่อควบคุมคนกลุ่มอื่น ๆ ที่อยู่ในสังคม ซึ่งในที่นี้คือการกำหนดภาพของ “แม่ที่ดี” และ “เด็กที่พึงประสงค์” ซึ่งต้องเติบโต แข็งแรง ฉลาด และค้นพบพรสวรรค์เฉพาะตัวผ่านโฆษณา

จากการศึกษาข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมเด็กและครอบครัว พบงานวิจัยเรื่อง “ความเป็นเด็ก” ในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการในนิตยสารครอบครัว (พิชญา เชี่ยวภาษา, 2559) ที่ศึกษาชุดความคิดเกี่ยวกับความเป็นเด็กที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการในนิตยสารครอบครัวตามแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ผลการศึกษาพบชุดความคิดเกี่ยวกับความเป็นเด็กว่า เด็กจะต้องมีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ มีพัฒนาการที่รอบด้าน มีสติปัญญาเฉลียวฉลาด เรียนเก่ง สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ในสังคม ทั้งยังจะต้องมีทักษะที่ดีรอบด้าน และมีอนาคตที่ดี มั่นคงอีกด้วย และงานวิจัยเรื่องการนำเสนออุดมการณ์ความเป็นแม่ในวาทกรรมโฆษณาในนิตยสารสำหรับครอบครัว (สุคนธ์รัตน์ สร้อยทองดี, 2552) พบกลวิธีทางภาษาต่าง ๆ ที่สะท้อนความคิดเกี่ยวกับความเป็นแม่ว่า แม่คือผู้ที่เหมาะสมกับหน้าที่ดูแลลูกมากที่สุด แม่ต้องเลี้ยงดูลูกอย่างดีที่สุด แม่ต้องเฝ้าหาความรู้ ต้องเก่งรอบด้าน และต้องสวยอ่อนเยาว์อยู่เสมอ ความคิดเกี่ยวกับความเป็นแม่ดังกล่าวสามารถเติมเต็มได้ด้วยกลวิธีทางภาษาตามโฆษณาในนิตยสาร

ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับวาทกรรมนมสำหรับเด็ก พบงานวิจัยเรื่อง Critical Discourse Analysis of Children’s Powdered Milk Commercials in Indonesia using Fairclough’s Three Dimensional Model (Susanti, 2022) ที่ศึกษาโฆษณานมผงทางโทรทัศน์ในประเทศอินโดนีเซียจำนวน 5 เรื่อง ตามกรอบมิติทั้ง 3 ของวาทกรรมของแฟร์คลัฟ ทั้งนี้ ผู้วิจัยยังพบว่ายังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาวาทกรรมโฆษณานมสำหรับเด็กในประเทศไทย โดยใช้กรอบแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งศึกษาการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและอุดมการณ์ในวาทกรรมโฆษณานมสำหรับเด็กในบริบทของสังคมไทย ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจและรู้เท่าทันอุดมการณ์และความสัมพันธ์เชิงอำนาจของโฆษณาเหล่านี้ได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในโฆษณานมสำหรับเด็กตามแนวทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์
2. เพื่อศึกษาวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมและวิถีปฏิบัติทางสังคมของวาทกรรมโฆษณานมสำหรับเด็ก

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดสำคัญที่ใช้ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็นวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis: CDA) ซึ่งเป็นแนวทางการวิเคราะห์ภาษาในฐานะที่เป็นทั้งเครื่องมือในการสื่อสารและกลไกทางอำนาจในสังคม โดยมีวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยความสัมพันธ์เชิงอำนาจ อุดมการณ์ และโครงสร้างทางสังคมที่แฝงอยู่ในข้อความหรือการใช้ภาษา นอร์แมน แฟร์คลัฟ (Norman Fairclough) ได้กล่าวถึงวาทกรรมว่า วาทกรรมครอบคลุมทั้งการใช้ภาษาพูดและภาษาเขียน รวมถึงกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์อื่น ๆ ที่ก่อให้เกิดความหมาย และมองว่าวาทกรรมเป็นภาษาในฐานะวิถีปฏิบัติทางสังคมรูปแบบหนึ่ง (Fairclough, 1995b, p.54)

วาทกรรมไม่ได้เป็นเพียงถ้อยคำหรือข้อความที่ปรากฏเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกหนึ่งที่ทำหน้าที่ผลิตและส่งต่ออุดมการณ์อย่างแนบเนียน แฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995a: 17) กล่าวถึงอุดมการณ์ในทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ว่า อุดมการณ์เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจในลักษณะอำนาจที่เหนือกว่า ดังนั้นอุดมการณ์จึงเป็นเรื่องของความไม่เท่าเทียมและเป็นสิ่งที่เอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มผู้มีอำนาจในสังคม อุดมการณ์จึงเป็นเหมือนระบบ

ความคิดความเชื่อที่กลุ่มคนมีอำนาจกำหนดขึ้นเพื่อใช้ในการควบคุมคนกลุ่มอื่น ๆ ที่อยู่ในสังคม อย่างไรก็ตาม ฟาน ไดก์ (van Dijk, 1998, p.11) มีความเห็นเรื่องอุดมการณ์ที่ต่างจากแฟร์คลัฟ เพราะฟาน ไดก์ มองว่า อุดมการณ์ไม่ได้เป็นเครื่องมือที่มีขอบเขตเฉพาะกลุ่มคนผู้มีอำนาจในสังคมเท่านั้น แต่หมายถึงระบบความคิดความเชื่อของกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งระบบความคิดความเชื่อดังกล่าวเอื้อประโยชน์ให้คนกลุ่มนั้น ๆ ทั้งนี้ บลอมมาร์ท (Blommaert, 2005, p.163) ได้ให้แนวคิดเรื่องอุดมการณ์ว่า ความคิดต่าง ๆ ไม่อาจเป็นอุดมการณ์ได้ด้วยตัวเอง แต่จะเป็นอุดมการณ์ได้ก็ต่อเมื่อเกี่ยวเนื่องกับกระบวนการของสถาบันที่มีอำนาจในสังคม เช่น สื่อ สถาบันการเมือง สถาบันการศึกษาด้วย ดังนั้นแล้ว อุดมการณ์จึงไม่ใช่ความคิดโดยทั่วไป แต่ต้องมีบริบททางสังคมและความสัมพันธ์เชิงอำนาจเป็นตัวกำหนดหรือสนับสนุนความคิดนั้นให้มีผลในระดับสังคมด้วย

จากแนวคิดดังกล่าว เพื่อทำความเข้าใจวาทกรรมในฐานะเครื่องมือในการผลิตสร้างอุดมการณ์ ผู้วิจัยจึงได้ใช้กรอบแนวคิดการวิเคราะห์วาทกรรมที่เรียกว่ากรอบมิติทั้งสามของวาทกรรมของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995b, p.59) ประกอบด้วยมิติข้อความ (text) คือ การวิเคราะห์โครงสร้างทางภาษา เช่น การใช้คำศัพท์ โครงสร้างประโยค วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice) คือ การศึกษาวิธีการผลิต เผยแพร่และตีความข้อความในบริบทของผู้ผลิตและผู้รับสาร และวิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (Socio-cultural practice) ที่วิเคราะห์ปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อการผลิตและบริโภคข้อความ ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในวาทกรรมโฆษณาสำหรับเด็ก การวิเคราะห์มิติทั้งสามนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะช่วยให้เห็นว่า ข้อความมิได้ดำรงอยู่อย่างโดดเดี่ยว หากแต่ถูกสร้างและตีความผ่านกระบวนการทางวาทกรรมที่สัมพันธ์กับโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม มิติข้อความสะท้อนอุดมการณ์ผ่านการใช้อรรถาภิธาน วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมทำให้เข้าใจถึงกลไกการผลิตและการสื่อสารที่ทำให้ข้อความแพร่กระจายไปสู่ผู้รับสาร ขณะที่วิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการสร้างและการยอมรับอุดมการณ์นั้น ๆ ความเชื่อมโยงกันของทั้งสามมิติทำให้การวิเคราะห์วาทกรรมมีความครอบคลุมและลุ่มลึก ช่วยให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างครอบคลุมทั้งในระดับของการใช้อรรถาภิธานและโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรมที่แฝงอยู่เบื้องหลังข้อความ ซึ่งล้วนมีบทบาทในการผลิตซ้ำหรือสร้างอุดมการณ์เกี่ยวกับแม่และเด็กในสังคมไทย

วิธีการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ และงานวิจัยที่ใช้แนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ศึกษาเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวในวาทกรรมโฆษณา
2. ผู้วิจัยสำรวจข้อมูลสำหรับเด็กที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปี พ.ศ. 2566 จากเว็บไซต์ my-best.com พบว่า นม 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือยี่ห้อ Enfagrow Hi-Q และ S-26 ตามลำดับ จากนั้นเก็บข้อมูลโฆษณาผลิตภัณฑ์จากช่องยูทูบ (YouTube) ทางช่องผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ยี่ห้อดังกล่าว จำนวนช่องละ 10 คลิป โดยเลือกจากคลิปที่มียอดผู้เข้าชมสูงสุด 10 อันดับแรกตามลำดับ แหล่งข้อมูลดังกล่าวเป็นโฆษณาที่เริ่มเผยแพร่ระหว่างปี พ.ศ. 2560 – 2566 รวมทั้งสิ้น 30 คลิป
3. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กรอบมิติทั้ง 3 ของวาทกรรม (the three dimensional framework) ของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) ได้แก่ การวิเคราะห์ตัวบท (text) การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (discourse practice) และการวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (socio-cultural practice)
4. สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลตัวอย่างโฆษณาผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็กจำนวน 30 คลิปโฆษณา ผู้วิจัยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในโฆษณานมสำหรับเด็ก ส่วนที่ 2 วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม และส่วนที่ 3 วิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับอุดมการณ์ในโฆษณานมสำหรับเด็ก

ในหัวข้อความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับอุดมการณ์ในโฆษณานมสำหรับเด็ก ผู้วิจัยนำเสนอเป็นหัวข้อกลวิธีทางภาษาในการนำเสนออุดมการณ์แม่และเด็กที่พึงประสงค์ในโฆษณานมสำหรับเด็ก การใช้ภาพในการนำเสนออุดมการณ์แม่และเด็กที่พึงประสงค์ในโฆษณานมสำหรับเด็ก และอุดมการณ์แม่และเด็กที่พึงประสงค์ในโฆษณานมสำหรับเด็ก ดังนี้

1.1 กลวิธีทางภาษาในการนำเสนออุดมการณ์แม่และเด็กที่พึงประสงค์ในโฆษณานมสำหรับเด็ก

จากการศึกษาวาทกรรมโฆษณานมสำหรับเด็กพบกลวิธีทางภาษาที่ใช้เพื่อนำเสนออุดมการณ์แม่และเด็กที่พึงประสงค์จำนวน 6 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำ การใช้ประโยค การใช้อุปลักษณ์ การใช้มูลบท การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ และการใช้สหพจน์ ดังนี้

1.1.1 การเลือกใช้คำและวลี พบกลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์แบบต่าง ๆ ดังนี้

1) การใช้คำและวลีที่สร้างภาพให้ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งพิเศษ เช่น สิ่งล้ำค่า สารอาหารล้ำค่า ช่วย สร้าง สูตรเฉพาะ เอกสิทธิ์เฉพาะ ในการสร้างความหมายให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าพิเศษและแตกต่างจากนมทั่วไปดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 4 “แม่พร้อมส่งผ่านสิ่งล้ำค่าที่ดีที่สุดให้กับลูก ตั้งแต่วินาทีแรก และต่อเนื่องในทุก ๆ วัน เพื่อสร้างพื้นฐานที่ดีให้ลูกแข็งแรงและฉวยแว แม่เลือกโภชนาการที่มีแลคโตเฟอร์รีน สารอาหารล้ำค่าที่พบมากในน้ำนมเหลือง” (Enfa Smart Club, 2566c)

จากตัวอย่างข้างต้นมีการกล่าวถึงสารอาหารที่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์นมที่โฆษณามีแลคโตเฟอร์รีน ซึ่งกล่าวอ้างว่าเป็นสารที่พบได้ในน้ำนมเหลืองหรือน้ำนมช่วงแรกของแม่หลังคลอด ร่วมกับการใช้วลีที่มีความหมายเชิงบวกว่า “สิ่งล้ำค่าที่ดีที่สุด” และ “สารอาหารล้ำค่า” การใช้คำว่าสิ่งล้ำค่า ทำให้ผู้เป็นแม่รู้สึกว่าการไม่เลือกผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ถือเป็นการละเลย “คุณค่าที่ดีที่สุด” ต่อบุตรของตนเอง

ตัวอย่างที่ 5 “สฟิงโกไมอีลิน มีอยู่ในนมแม่ ในนมแม่ ช่วยให้เราเรามองไว ปังๆๆ ช่วยให้เราเรามองไว สฟิงโกไมอีลิน สมองไวสร้างได้นะ S-Mom club” (S mom club, 2566b)

จากตัวอย่าง พบคำศัพท์ที่บ่งบอกการเป็นตัวช่วยของผลิตภัณฑ์นมในการสร้างเสริมลักษณะบางประการที่พึงประสงค์ของเด็ก ได้แก่ “ช่วย” “สร้าง” ซึ่งเป็นคำในความหมายเชิงบวกพร้อมกับคำศัพท์ “สมองไว” และเสียงเลียนแบบเชิงบวก “ปังๆๆ” ซึ่งมีความแพนตาซีเพื่อสร้างภาพของเด็กที่เฉลียวฉลาด กระตือรือร้น และมีพัฒนาการดี ที่สามารถเสกสรรได้ คำศัพท์เหล่านี้จึงทำหน้าที่แปลงผลิตภัณฑ์ให้กลายเป็นผู้ช่วยพิเศษของแม่ โดยสร้างภาพว่าเด็กที่พัฒนาได้ดีต้องมีการสนับสนุนจากสินค้าเหล่านี้

เมื่อวิเคราะห์ด้วยกรอบใจความหลัก ใจความรอง (theme-rheme) จะเห็นได้ว่าคำกริยา “ช่วย” และ “สร้าง” มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความหมายให้ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งพิเศษ ดังประโยค “สฟิงโกไมอีลิน มีอยู่ในนมแม่ ในนมแม่ ช่วยให้เราเรามองไว ปังๆๆ” มีใจความหลัก คือ “สฟิงโกไมอีลิน” ซึ่งแสดงถึงสารอาหารที่สำคัญบางอย่างที่มีในนมแม่ และใช้คำว่า “ช่วย” มาสร้างความหมายว่าสารอาหารในผลิตภัณฑ์มีบทบาทเป็นผู้กระทำการพัฒนาความฉลาดของเด็ก ขณะที่ประโยค “สฟิงโกไมอีลิน สมองไวสร้างได้นะ” ใช้ใจความรองว่า “สมองไวสร้างได้นะ” คำว่า “สร้าง” มากำหนดบทบาทของผลิตภัณฑ์ให้เป็นผู้สร้างพัฒนาการทางสมองของเด็ก กล่าวได้ว่าคำว่า “ช่วย” และ “สร้าง” เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพผลิตภัณฑ์ให้มีความพิเศษและอยู่ในฐานะสิ่งสำคัญที่แม่ต้องเลือกใช้หากต้องการให้ลูกมีคุณลักษณะตามอุดมคติของสังคม

ตัวอย่างที่ 6 “พัฒนาสิ่งที่รักให้เป็นพรสวรรค์ S-26 Gold Progress สูตรเฉพาะที่มีสฟิงโกไมอีลิน พบอีกหลายพรสวรรค์ที่เกิดจากความชอบได้ที่เฟซบุ๊ก S-Mom club” (S mom club, 2563)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกถึงคุณสมบัติพิเศษของผลิตภัณฑ์ คือ “สูตรเฉพาะ” ร่วมกับการที่นำเสนอคุณลักษณะของเด็กที่พึงประสงค์ว่าต้องมี “พรสวรรค์” ซึ่งมีความหมายสื่อถึงความพิเศษเพื่อชี้แนะให้ผู้เป็นแม่รู้สึกว่าการผลิตภัณฑ์นี้ไม่ใช่แค่อาหาร แต่เป็น “เครื่องมือพัฒนาอนาคตลูก” ช่วยให้ลูกสร้างคุณลักษณะที่เหนือกว่าขึ้นได้ สะท้อนว่าเป้าหมายสูงสุดของการเลี้ยงดูเด็กคือการให้เด็กมีศักยภาพเหนือผู้อื่น

2) การใช้คำและวลีที่แสดงถึงความสนใจและเอาใจใส่ในการสรรหาสิ่งที่มีคุณค่าให้ลูก เช่น การใช้คำว่า เลือก ใส่ใจ ไม่ลืม อย่าลืม มอบ คำและวลีเหล่านี้มิได้เป็นเพียงคำกริยาหรือวลีทั่วไป แต่มีนัยทางอุดมการณ์ในการกำหนดบทบาทของแม่ในฐานะผู้ที่ต้องทุ่มเทและทำหน้าที่อย่างไม่บกพร่องเพื่อพัฒนาการของลูก ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 7 “เพราะเด็กเล็กมีระบบการย่อยที่ยังไม่สมบูรณ์ ใส่ใจกับอาการไม่สบายท้อง ท้องอืด ร้องกวน แหวะนม เลือก PHP โปรตีนนมที่ผ่านการย่อยบางส่วน เพื่อการย่อยที่สมบูรณ์ขึ้นของลูกน้อย” (Enfa Smart Club, 2563b)

ตัวอย่างที่ 8 “สมองของเด็กพัฒนาได้ตลอดทั้งวัน ชมจึงให้เขาเรียนรู้อย่างเต็มที่ และไม่ล้มที่จะเสริมด้วย สารอาหาร MFGM ทุกคืนก่อนนอน เพราะกลางคืนก็เป็นอีกช่วงเวลาที่เขาได้ถูกสร้างและเชื่อมต่อกัน ชมมั่นใจ MFGM เสริมพัฒนาการสมอง ทั้ง IQ และ EQ ได้ต่อเนื่องตลอดเวลา ให้ลูกพร้อมต่อยอดการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้ทุกวัน อย่าล้มเสริมด้วย MFGM ทุกคืนก่อนนอน เพื่อพัฒนาการสมองที่ต่อเนื่อง” (Enfa Smart Club, 2566a)

ในข้อความโฆษณาดังกล่าว พบการใช้รูปปฏิเสธ 2 ลักษณะที่แตกต่างกัน วลี “ไม่ลืม” เป็นการใช้รูปปฏิเสธในประโยคบอกเล่าที่แสดงว่าการลืมนั้นอาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ แต่นักแสดงในโฆษณายืนยันว่าเป็นสิ่งที่ตนไม่ทำ การใช้วลี “ไม่ลืม” ในที่นี้จึงทำหน้าที่สร้างภาพแม่ผู้ใส่ใจและรอบคอบในรายละเอียดเล็กน้อยของการเลี้ยงดูบุตร ในขณะที่ “อย่าลืม” เป็น การใช้รูปปฏิเสธในประโยคคำสั่ง ทำหน้าที่สื่อสารคำสั่งอย่างตรงไปตรงมาเพื่อชี้แนะผู้ฟังที่เป็นแม่คนอื่น ๆ ว่าการลืมเสริมด้วยสารอาหาร MFGM เป็นสิ่งที่จะต้องไม่เกิดขึ้น การจัดวางรูปปฏิเสธทั้งสองรูปแบบนี้ไว้เคียงกันจึงเป็นการกำหนดบทบาทของแม่ว่าต้องมีความสนใจและเอาใจใส่สรรหาสิ่งที่มีคุณค่าให้ลูก นั่นคือมมยี่ห้อที่โฆษณา

ตัวอย่างที่ 9 ที่จริงก็ไม่ต้องกังวลเกินไปนะครับ ถ้าแม่**มอบ**โภชนาการที่มี MFGM ก็จะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ (Enfa Smart Club, 2563c)

กล่าวโดยสรุป คำกริยาและวลีเหล่านี้ถูกใช้เพื่อกำหนดอุดมการณ์แม้ที่ดีตามอุดมคติที่ต้องมีความเอาใจใส่รอบด้าน ไม่พลาดแม้รายละเอียดเล็กน้อย และพร้อมเสียสละเพื่อให้ลูกได้รับสิ่งที่ดีที่สุดอยู่เสมอ เป็นกลวิธีทางภาษาหนึ่งที่ทำให้การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็กถูกทำให้มีความหมายบางอย่าง มากกว่าจะเป็นการเลือกซื้อเพื่อบริโภคสินค้าตามธรรมดา

3) การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อสื่อให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็กถูกคิดค้นมาเป็นพิเศษเพราะมีสารอาหารบางอย่างซึ่งบางชนิดเป็นคำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์ที่ผู้บริโภคอาจไม่รู้สีก่อนเคยเป็นส่วนประกอบอยู่ และสารอาหารเหล่านั้นอาจมีประสิทธิภาพบางอย่างที่เอื้อประโยชน์ให้แก่ลูกได้ มีความเหนือกว่าได้ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 10 “ใหม่ ! S – 26 GOLD PRO-C3 เพิ่ม สฟิงโกไมอีลิน ผสมบี แล็กทิส S – 26 GOLD PRO-C3 เหนือกว่าเดิมไปอีกขั้นด้วยสฟิงโกไมอีลิน และ บี แล็กทิส ลองเลย” (S mom club, 2566c)

จากตัวอย่างที่ 10 พบคำว่า “สฟิงโกไมอีลิน” และ “บี แล็กทิส” ลักษณะการใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์ดังกล่าวอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีประโยชน์ และจะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างทักษะและคุณลักษณะบางอย่างของเด็กที่พิเศษกว่าเด็กทั่วไปได้ และการใช้คำศัพท์เหล่านี้ร่วมกับการบอกว่าสารอาหารดังกล่าวเป็นสูตรที่เหนือกว่าเดิมไปอีกขั้นก็เป็นการเปรียบเทียบให้แม่รู้สึกว่าจะถ้าไม่เลือกสิ่งนี้อาจกำลังเลือก “สิ่งที่ด้อยกว่า” ได้

1.1.2 การใช้ประโยชน์

จากการศึกษา พบการใช้ประโยชน์ 2 ชนิด ได้แก่ การใช้ประโยชน์แสดงเหตุผล และการใช้ประโยชน์แสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างการกระทำของแม่ นั่นคือการเลือกผลิตภัณฑ์นม เข้ากับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับลูก นั่นคือสุขภาพที่แข็งแรง ดังนี้

1) **การใช้ประโยชน์แสดงเหตุผล** ใช้เพื่อทำหน้าที่วางโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความรักของแม่กับการเลือกผลิตภัณฑ์ให้ดูเป็นตรรกะที่ถูกต้อง ทำให้ผู้ฟังเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่มีความเหมาะสมในการเลือกมาบริโภค ประโยคลักษณะนี้ อธิบายว่าเหตุใดผู้เป็นแม่จึงมีความจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็กเหล่านี้กับลูก ไม่ว่าจะเป็นเหตุผลด้านศักยภาพของเด็กหรือเหตุผลด้านการแสดงความรักของแม่ที่มีต่อลูก

ตัวอย่างที่ 11 “ถึงจะเหนื่อยแค่ไหน ลูก คือที่หนึ่งเสมอ ก็จึงให้ภูมิคุ้มกันตั้งแต่ต้น ด้วยซินไบโอติกในนมแม่ให้เขาพร้อมกับทุกก้าวในชีวิต” (Hi-family club, 2566a)

ตัวอย่างที่ 11 พบการใช้ประโยชน์แสดงเหตุผล เพื่อเชื่อมโยงความรักและความทุ่มเทของแม่กับการเลือกผลิตภัณฑ์นมที่มีสารอาหารเทียบเคียงได้กับนมแม่ การใช้ประโยชน์แสดงเหตุผลดังกล่าวมีศักยภาพในการทำให้การกระทำของแม่ดูเป็นการกระทำที่สมเหตุสมผลและหลีกเลี่ยงไม่ได้จากเงื่อนไขหรือความคาดหวังทางสังคม กล่าวคือความเหน็ดเหนื่อยของแม่ถูกทำให้กลายเป็นเหตุแห่งข้อพิสูจน์ความรักและความทุ่มเท นำมาซึ่งผลของการพิสูจน์ด้วยการเลือกผลิตภัณฑ์ที่โฆษณา การใช้เหตุผลจึงไม่เพียงการแสดงตรรกะที่ดูเหมือนถูกต้อง แต่แฝงไปด้วยการช่วยทำให้การกระทำนั้นดูสมเหตุสมผลและชอบธรรม หากแม่ละเลยการเลือกผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ก็อาจถูกตีความว่าขาดความทุ่มเทหรือไม่ปฏิบัติตามบทบาทแม่ที่ดี โฆษณาจึงใช้รูปประโยคเหตุผลเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับผู้บริโภค

2) **การใช้ประโยชน์แสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข** ทำหน้าที่สร้างเงื่อนไขกึ่งบังคับว่า หากแม่ไม่เลือกตามที่โฆษณาเสนอ ก็อาจนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์สำหรับลูก เป็นการโน้มน้าวผู้เป็นแม่ว่าหากไม่ยอมให้ลูกประสบสภาวะที่ไม่พึงประสงค์บางอย่างควรทำตามคำแนะนำของโฆษณา ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 12 คุณชมพู่ อารยา: สถานการณ์ทุกวันนี้ทำให้แม่ ๆ หลายคน อุดหวังเรื่องสุขภาพของลูกไม่ได้เลยนะคะ บุคคลแต่งกายคล้ายแพทย์: ที่จริงก็ไม่ต้องกังวลเกินไปนะคะ ถ้าแม่มอบโภชนาการที่มี MFGM ก็จะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยได้ เพราะ MFGM เป็นสารอาหารที่พบในนมแม่ อุดมด้วยโปรตีนและไขมัน มีผลวิจัยรองรับว่าสามารถช่วยเสริมสร้างและปกป้องระบบภูมิคุ้มกันให้เด็กแข็งแรงครับ (Enfa Smart Club, 2563c)

จากตัวอย่างที่ 12 แสดงให้เห็นการใช้ประโยชน์แสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข ด้วยการใช้รูปประโยคว่า “ถ้า...ก็” ตามด้วยการแสดงเหตุผลสนับสนุนเงื่อนไข การเลือกใช้ประโยชน์แสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไขลักษณะนี้มีศักยภาพในการสร้างสถานการณ์ที่ทำให้การเลือกผลิตภัณฑ์ดูเป็นทางเลือกที่ไม่ควรละเลย เพราะเงื่อนไขถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนว่า หากแม่ “มอบ” สิ่งทีโฆษณาเสนอ ลูกก็จะได้รับประโยชน์ แต่หากไม่ทำเช่นนั้นก็อาจตีความได้ว่าเด็กอาจขาดปัจจัยสำคัญที่จะช่วยปกป้องสุขภาพ นอกจากนี้ ประโยคยังมีความสมเหตุสมผลมากขึ้น เพราะตามด้วยการอ้างอิงเชิงวิชาการว่า MFGM เป็นสารอาหารที่มีผลวิจัยรองรับ การวางเงื่อนไขลักษณะนี้จึงไม่ใช่เพียงการกระตุ้นให้แม่บริโภคผลิตภัณฑ์ แต่ยังเป็นการสร้างความชอบธรรมที่ทำให้รู้สึกว่าการปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวคือความถูกต้องและเป็นหน้าที่ของแม่ที่ดีในฐานะผู้ปกป้องสุขภาพลูก

กล่าวโดยสรุป การใช้ประโยชน์ต่าง ๆ เหล่านี้แสดงถึงการใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อสร้างความสมเหตุสมผล และความชอบธรรมให้กับการบริโภคผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็ก การซื้อผลิตภัณฑ์จึงไม่ได้เป็นเพียงการเลือกซื้อ แต่เป็นการตัดสินใจที่มีเหตุผลหรือตรรกะรองรับ และยังเป็นหน้าที่ของแม่ที่จะต้องทำเพื่อปกป้องและพัฒนาลูก

1.1.3 การใช้อุปลักษณ์

อุปลักษณ์เป็นการเปรียบเทียบว่าสิ่งหนึ่งเหมือนกับอีกสิ่งหนึ่ง โดยที่ทั้งสองสิ่งนั้นอยู่ต่างวงความหมายกัน (Lakoff & Johnson, 1980) ในโฆษณาสำหรับเด็กพบการใช้อุปลักษณ์เพื่อนำเสนอความคิดว่านมสำหรับเด็กมีสารอาหารบางชนิดที่เทียบเท่าสารอาหารในน้ำนมแม่หลังคลอด จึงช่วยปกป้องเด็กจากอาการป่วยต่าง ๆ ได้ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 13 “แม่เลือกโภชนาการที่มีแลคโตเฟอร์ริน สารอาหารล้ำค่าที่พบมากในน้ำนมเหลือง เสมือนวัคซีนธรรมชาติ ช่วยเสริมภูมิคุ้มกันและลดความเสี่ยงในการเจ็บป่วย เพื่อเป็นพื้นฐานที่ดีตั้งแต่วันแรก และศักยภาพของลูกที่ไม่สิ้นสุด เลิร์ซ แลคโตเฟอร์ริน” (Enfa Smart Club, 2566c)

ตัวอย่างนี้ เป็นการเปรียบถึงสารอาหารแลคโตเฟอร์รินในนมสำหรับเด็กที่โฆษณาด้วยการใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ว่า “วัคซีนธรรมชาติ” เป็นการเปรียบเทียบการดื่มนมสำหรับเด็กดังกล่าวเป็นเหมือนเวชกรรมทางการแพทย์ที่จะช่วยปกป้องเด็กจากการเจ็บป่วยได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต่อเด็ก เพื่อให้เด็กมีสุขภาพแข็งแรงตามลักษณะที่พึงประสงค์ การใช้อุปลักษณ์จึงเป็นการลดช่องว่างทางความรู้ที่ผู้เป็นแม่ไม่จำเป็นต้องเข้าใจรายละเอียดทางวิทยาศาสตร์ของแลคโตเฟอร์ริน เพียงแต่เข้าใจว่าสิ่งนี้คือวัคซีนธรรมชาติก็รู้สึกถึงความปลอดภัยของลูกได้ เป็นการเชื่อมโยงความรักของแม่เข้ากับการเลือกบริโภค

1.1.4 การใช้มูลบท

มูลบทเป็นการแนะนำความหรือความเชื่อเบื้องต้นที่มีอยู่ก่อนโดยที่ไม่ต้องกล่าวถึงนั้นออกมา การใช้มูลบทในโฆษณานมสำหรับเด็กเป็นไปเพื่อการแนะนำว่าเด็กส่วนใหญ่มีปัญหาสุขภาพอยู่แล้วและการเจ็บป่วยของเด็กมีความเสี่ยง แต่ผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็กสามารถป้องกันหรือแก้ปัญหาเหล่านี้ได้ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 14 “รู้ไหมคะว่า ชินโบโอดิกช่วยเสริมสร้างเซลล์ภูมิคุ้มกันต้านทานนับล้านภายในลำไส้ให้แข็งแรง ซึ่งมีงานวิจัยยืนยันว่าสูตรชินโบโอดิกช่วยลดความเจ็บป่วยในเด็กอย่างหนูได้ 1 ใน 4 เลย” (Hi-family club, 2562)

จากตัวอย่างที่ 14 พบการใช้มูลบทจากข้อความว่า “ลดความเจ็บป่วยในเด็กอย่างหนู” เพื่อแนะนำว่าเด็กเป็นวัยที่ต้องประสบกับปัญหาการเจ็บป่วยไม่สบายอยู่เป็นทุนเดิม การใช้มูลบทดังกล่าวจึงเป็นการใช้ประโยชน์จากความกลัวของแม่ กระตุ้นให้รู้สึกว่า “การไม่เลือก” อาจเท่ากับ “การปล่อยให้ลูกเสี่ยง”

1.1.5 การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ เป็นการใช้การถามคำถามโดยที่ไม่ต้องการคำตอบ แต่ผู้อ่านเกิดการตั้งคำถามและหาคำตอบนั้นด้วยตนเองโดยที่ผู้ที่ไม่ได้แสดงความคิดเห็นของตนแบบตรงไปตรงมา จากการวิเคราะห์พบการใช้คำถาม 2 ลักษณะ ได้แก่ คำถามเพื่อนำเสนอความรู้ทางวิทยาศาสตร์ และคำถามกระตุ้นความกังวลของผู้เป็นแม่ ดังนี้

1) **คำถามเพื่อนำเสนอความรู้ทางวิทยาศาสตร์** เป็นการใช้คำถามในเชิงวาทศิลป์เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความสงสัยในข้อมูลความรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่ตนเองมี เพื่อชักนำให้ผู้ฟังตั้งคำถามกับตนเองว่านมสำหรับเด็กที่ตนเองเลือกให้ลูกมีคุณสมบัติที่เพียงพอหรือไม่ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 15 “รู้ไหมคะว่าชินโบโอดิกช่วยเสริมสร้างเซลล์ภูมิคุ้มกันต้านทานนับล้านภายในลำไส้ให้แข็งแรง” (Hi-family club, 2562)

จากตัวอย่างที่ 15 พบการตั้งคำถามแบบไม่ต้องการคำตอบจากโฆษณาว่า “รู้ไหมคะว่า” ตามด้วยข้อมูลโภชนาการทางวิทยาศาสตร์ที่ชื่อชินโบโอดิกว่าเป็นสารอาหารที่ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันต้านทานในลำไส้ การใช้คำถามร่วมกับข้อมูลดังกล่าว เป็นการกระตุ้นผู้ฟังให้ทบทวนความรู้ทางวิทยาศาสตร์ของตนเองและคุณสมบัติของนมที่ตนเองเลือกให้เด็กว่ามีคุณค่าเพียงพอหรือไม่ ซึ่งอาจทำให้ผู้เป็นแม่รู้สึกว่าการตนเองอาจ “รู้น้อยไป” จึงควรเชื่อคำแนะนำจากโฆษณา

2) คำถามเพื่อกระตุ้นความกังวลของผู้เป็นแม่ ชวนให้ผู้ฟังทบทวนปัญหาคุณภาพการดูแลลูกของตนเอง สิ่งที่น่ามาเป็นข้อชวนกังวลของผู้เป็นแม่คือพฤติกรรมที่อาจเกิดขึ้นได้กับเด็ก เช่น การร้องไห้ อาการท้องผูก ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 16 “ร้องไม่หยุดกว่า 3 ชั่วโมง ท้องผูกถึง 3 วัน เสียพัฒนาการลูกไปเท่าไร” (Hi family club, 2560)

จากตัวอย่าง พบการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ในลักษณะกระตุ้นความกังวลของผู้เป็นแม่เชื่อมโยงกับการชี้ชวนให้คำนึงถึงคุณภาพการเลี้ยงลูกว่าการที่ลูกร้องไห้ไม่หยุดและท้องผูกจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาการการเจริญเติบโตมากกว่าจะชี้ชวนให้คำนึงถึงประเด็นอื่น ทำให้ผู้เป็นแม่เกิดความกังวลว่าหากเกิดอาการลักษณะดังกล่าวจะเป็นปัญหาและส่งผลกระทบต่อลูกเป็นอย่างมาก จึงต้องเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะมาช่วยป้องกันหรือแก้ปัญหาดังกล่าวได้

1.1.6 การใช้สัทบท

การใช้สัทบทคือการใช้ตัวบทหนึ่งแทรกในตัวบทอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบทที่กำลังกล่าวถึงกับตัวบทที่แทรกมา (Fairclough, 1992) ในโฆษณาสำหรับเด็ก พบการใช้สัทบท 4 ลักษณะ ดังนี้

1) การอ้างอิงวิจัยหรือข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ เป็นการที่ใช้สัทบทที่นับว่าสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้ฟัง เนื่องจากงานวิจัยและข้อมูลทางวิทยาศาสตร์เป็นข้อมูลที่คนส่วนใหญ่เชื่อว่าถูกต้อง เป็นการตอกย้ำให้ผู้ฟังรู้สึกวามน่าเชื่อถือสำหรับเด็กดังกล่าวสามารถทำให้เกิดพัฒนาการเชิงบวกด้านต่าง ๆ กับเด็กได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่านมทั่วไป ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 17 “5 ขวบแล้ว Happy birthday ชมภูมิใจที่ได้ดูแลและเห็นเขามี IQ และ EQ ที่เหนือกว่า ตั้งแต่เด็ก ชมเลือกโภชนาการที่มี MFGM เท่านั้นให้เขาดื่ม เพราะมีผลวิจัยรองรับว่าช่วยให้ลูกมีพัฒนาการที่ดี ทั้ง IQ และ EQ ที่เหนือกว่าอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ 5 ขวบแรก เพื่อความได้เปรียบในวัยเข้าเรียน อยากรู้เรื่อง IQ ที่เหนือกว่าใน 5 ปีแรก เลิร์ช MFGM” (Enfa Smart Club, 2566b)

จากตัวอย่าง มีการกล่าวอ้างงานวิจัยว่า “มีผลวิจัยรองรับว่าช่วยให้ลูกมีพัฒนาการที่ดี ทั้ง IQ และ EQ ที่เหนือกว่าอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ 5 ขวบแรก” การอ้างถึงงานวิจัยลักษณะดังกล่าวจึงช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ชวนให้คิดว่าหากเลือกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะช่วยสร้างความพิเศษให้เด็กดีกว่าเด็กคนอื่นได้ เพราะมีงานวิจัยรับรอง

2) การอ้างถึงความนิยมของผลิตภัณฑ์ การกล่าวอ้างประเภทนี้เป็นการใช้คำพูดกล่าวถึงปริมาณยอดขาย เพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้รู้สึกวามน่าเชื่อถือสินค้านั้นมีความน่าเชื่อถือ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่คนส่วนใหญ่ก็เลือกใช้ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 18 “แบรนด์อันดับ 1 ที่แม่ผ่าคลอดเลือก เพราะสิ่งที่ใช้ต้องได้ทั้งภูมิคุ้มกันและสมอง ไฮคิว 1 พลัส ซูเปอร์โกลด์ พลัส ซี” (Hi-family club, 2566b)

จากตัวอย่าง พบการกล่าวอ้างความนิยมของผลิตภัณฑ์ว่าเป็น “แบรนด์อันดับ 1 ที่แม่ผ่าคลอดเลือก” การกล่าวอ้างนี้เป็นการชักจูงให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อใจในตัวผลิตภัณฑ์ดังกล่าวและลดความลังเลใจของผู้เป็นแม่ เพราะเด็กที่เกิดด้วยวิธีการผ่าคลอดถูกทำให้เชื่อว่าเด็กอาจไม่สมบูรณ์เท่าเด็กที่คลอดตามวิธีธรรมชาติ ดังนั้นเมื่อผลิตภัณฑ์นมที่โฆษณาได้รับความนิยมสูงสุดจากแม่ผ่าคลอดด้วยกันจึงน่าจะไว้วางใจได้ในการเลือกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตนเองใช้

3) การกล่าวอ้างแบบเหมารวม เป็นการกล่าวอ้างว่ายอดขายของผลิตภัณฑ์ที่โฆษณาเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กลุ่มเดียวกัน มักมีการใช้คำว่า หลายคน ทุกคน ในการกล่าวอ้าง ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 19 “สำหรับชมและแม่อีกหลายคนนะคะ นมเอพลัสนี่คือส่วนสำคัญเลยคะ” (Enfa Smart Club, 2563a)

จากตัวอย่าง พบการกล่าวอ้างที่แสดงการเหมารวมว่า “แม่อีกหลายคน” เพื่อชี้ชวนให้ผู้บริโภคเห็นว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นเรื่องทั่ว ๆ ไปที่คนอื่นในสังคมก็ใช้กัน และหากผลิตภัณฑ์เป็นที่เลือกกันมาก ก็แปลว่าผลิตภัณฑ์นั้นดี

4) การกล่าวอ้างความเห็นของนักแสดงผู้นำเสนอสินค้า เป็นการใช้นักแสดงที่ได้รับความนิยมในขณะนั้นเป็นผู้กล่าวว่าเป็นผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์นมดังกล่าวให้แก่ลูก ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 20 “นมที่ก็เลือกเพื่อลูกวัยเรียนรู้ ต้องไฮคิว ยูเอชที สูตรที่คิดมาอย่างดี ก็ปล่อยให้เขาได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้เจอเรื่องท้าทาย นมไฮคิวยูเอชที ก็ว่าใช้ลูกว่าชอบ” (Hi-family club, 2565)

จากตัวอย่างพบการกล่าวอ้างของคุณมาร์กี้ ราศรี บาเล็นซิเอก้า นักแสดงคนดังกล่าวเป็นดาราระดับนางเอกที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม การใช้การกล่าวอ้างของนักแสดงดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่าผลิตภัณฑ์นมที่โฆษณาเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าใช้และน่าเชื่อถือ เพราะดาราที่มีชื่อเสียงก็เลือกให้ลูกของตนดื่มเช่นเดียวกัน

1.2 การใช้ภาพในการนำเสนออุดมการณ์แม่และเด็กที่พึงประสงค์ในโฆษณามนสำหรับเด็ก

นอกจากการใช้กลวิธีทางภาษาแล้ว ในโฆษณามนสำหรับเด็กยังปรากฏการใช้ภาพชนชั้นกลาง-บนในเมืองที่เด็กและแม่ล้วนแต่งกายดี ได้ทำกิจกรรมหลากหลาย ภาพเหล่านี้ล้วนมาประกอบให้กลวิธีทางภาษามีพลังมากขึ้น เพราะไม่เพียงชี้ให้เห็นว่านมสูตรเหล่านี้มีคุณค่าทางโภชนาการหรือมีความพิเศษอย่างไรเท่านั้น แต่ยังผูกโยงการเลือกผลิตภัณฑ์เข้ากับภาพลักษณ์ของการเป็นครอบครัวที่พร้อมเพราะมีฐานะมั่นคงและการเป็นแม่ที่ดีในอุดมคติ ดังภาพตัวอย่าง



ภาพที่ 1: เด็กได้เดินบัลเลต์กับผู้เป็นแม่
ที่มา: Enfa Smart Club, 2566c



ภาพที่ 2: เด็กได้ขึ้นเวทีแสดงความสามารถโดยมีผู้ปกครองคอยให้กำลังใจ
ที่มา: Enfa Smart Club, 2566c



ภาพที่ 3: เด็กวาดรูประบายสีลงบนเฟอร์นิเจอร์ในบ้านโดยที่ผู้เป็นแม่ยิ้มและแสดงท่าทางชื่นชม
ที่มา: Enfa Smart Club, 2566c

การที่โฆษณานำเสนอภาพเด็กทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการได้เต้นบัลเลต์กับผู้เป็นแม่ การขึ้นเวทีแสดงความสามารถโดยมีผู้ปกครองคอยให้กำลังใจ การวาดรูประบายสีลงบนเฟอร์นิเจอร์ในบ้านหรือการร้องของใช้ต่าง ๆ ในบ้านโดยที่ผู้เป็นแม่ยิ้มชอบใจแทนการตำหนิและไม่รู้สึกเบื่อหน่าย ทั้งยังมีข้อความประกอบว่าเป็นพรสวรรค์ ล้วนสะท้อนภาพของเด็กและครอบครัวฐานะชนชั้นกลางถึงชนชั้นสูงในสังคมไทย ที่จะสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำเสนอว่าเป็นสิ่งพิเศษเหล่านี้ได้ กิจกรรมอย่างบัลเลต์หรือการแสดงบนเวทีเป็นกิจกรรมสำหรับผู้มีทุน เพราะมีทั้งค่าใช้จ่ายในการเรียนพิเศษ ค่าชุด ค่าอุปกรณ์ รวมไปถึงการมีเวลาในการสนับสนุนจากผู้ปกครอง หรือการที่ผู้ปกครองสามารถยอมให้เด็กวาดรูประบายสีบนเฟอร์นิเจอร์ได้โดยไม่รู้สึกเบื่อหน่าย ยังแสดงถึงครอบครัวที่มีฐานะมั่นคง เพราะสามารถแปลงพฤติกรรมที่อาจถูกตีความว่า “ลูกชน” จนของเสียหาย ให้กลายเป็น “ลูกมีพรสวรรค์” ได้อีกด้วย

ภาพที่ปรากฏในโฆษณามสำหรับเด็กทำหน้าที่เสริมสร้างอุดมการณ์แม่และเด็กที่พึงประสงค์ควบคู่ไปกับการใช้ภาษา ภาพเหล่านี้ทำหน้าที่กำหนดคุณลักษณะของ “เด็กที่พึงประสงค์” ว่าควรเป็นเด็กที่มีความสามารถ มีพรสวรรค์ ร่าเริง และกล้าแสดงออก ขณะเดียวกันยังสะท้อนภาพของ “แม่ที่พึงประสงค์” ในฐานะผู้สนับสนุนและเอาใจใส่ที่พร้อมทุ่มเททรัพยากรเพื่อส่งเสริมศักยภาพของลูก จึงเชื่อมโยงกับบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่ให้คุณค่ากับการเลี้ยงลูกเชิงแข่งขันและความพร้อมด้านทุนทางเศรษฐกิจของครอบครัวซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดบริโภคนิยมและภาพชนชั้นทางสังคมในสังคมไทย

1.3 อุดมการณ์แม่และเด็กที่พึงประสงค์ในโฆษณามสำหรับเด็ก

ผลการศึกษาในหัวข้อนี้ ประกอบด้วยอุดมการณ์แม่ที่ดีคือแม่ที่พร้อมจะเสียสละและรู้จักเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูก และอุดมการณ์เด็กที่พึงประสงค์ต้องแข็งแรง สมองไว และมีศักยภาพพิเศษ ดังนี้

1.3.1 อุดมการณ์แม่ที่ดีคือแม่ที่พร้อมจะทุ่มเทและรู้จักเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูก

วาทกรรมโฆษณามสำหรับเด็กได้นำเสนอความคิดดังกล่าวด้วยกลวิธีที่หลากหลาย เช่น การใช้ประโยคเหตุผลที่เชื่อมโยงความรักและความทุ่มเทของแม่กับการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ “การบริโภค” กลายเป็น “รูปแบบหนึ่งของความรัก” ที่เป็นการแสดงออกถึงความเป็นแม่ที่ดี และการใช้ประโยคแสดงเงื่อนไขเพื่อโน้มน้าวให้แม่เลือกผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก โดยเชื่อมโยงความห่วงใยในสุขภาพของลูกกับการมอบโภชนาการที่มีสารอาหารเฉพาะ กลวิธีเหล่านี้ช่วยให้โฆษณาดูสมเหตุสมผล มีตรรกะ แต่แท้จริงแล้วเป็นกลไกทางวาทกรรมที่ทำให้การบริโภคกลายเป็นหน้าที่ของแม่ในการพิสูจน์ความรักและความรับผิดชอบด้านสุขภาพและโอกาสทางอนาคตของลูก

การนำเสนอแง่มุมดังกล่าวนี้เอื้อประโยชน์ให้บริษัทผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ด้วยการทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่าการที่แม่ให้ลูกดื่มนมที่มีสารอาหารพิเศษก็เป็นหน้าที่หนึ่งของแม่เช่นเดียวกัน เพราะนมที่โฆษณาช่วยแก้ปัญหาอาการไม่แข็งแรงของเด็ก ช่วยเสริมพัฒนาการทั้งด้านสมองและอารมณ์ กลวิธีทางภาษาต่าง ๆ กระตุ้นให้ผู้เป็นแม่ต้องทำหน้าที่บางอย่างเพื่อแสดงความเป็นแม่ที่ดี นั่นคือการรู้จักเลือกสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูกดื่ม การรู้จักเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแสดงให้เห็นถึงความเป็นแม่ผู้ใส่ใจต่อโภชนาการของลูกอย่างเต็มที่ที่พึงกระทำ ความเป็นแม่จึงถูกผูกโยงกับสินค้าจนกลายเป็นว่าความรักที่มีต่อลูกวัดได้จาก “สิ่งที่แม่ซื้อ” ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กกลายเป็น “เครื่องมือ” หรือ “ตัวแทนความรักความใส่ใจ” ของแม่ การเป็นแม่ที่ดีจึงต้อง “แสดงความรักผ่านการเลือกสินค้า” นอกจากนี้ อุดมการณ์นี้ยังสะท้อนให้เห็นว่า แม่ต้อง “รู้มากกว่า” และ “เลือกสิ่งดีกว่า” แม่คนอื่น หากไม่เลือกผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กที่เชื่อว่าดี เป็นแบรนด์อันดับ 1 หรือเป็นแบรนด์ที่นักแสดงชื่อดังในฐานะแม่ต้นแบบเลือก อาจกลายเป็นแม่ที่ “ไม่ทันสมัย” และอาจเป็นแม่ที่ “ล้าหลัง” วาทกรรมโฆษณามสำหรับเด็กจึงทำให้การเลี้ยงลูกกลายเป็นสนามแข่งขันทางสังคมของผู้เป็นแม่

1.3.2 อุดมการณ์เด็กที่พึงประสงค์ต้องแข็งแรง สมองไว และมีศักยภาพพิเศษ

อุดมการณ์ดังกล่าวนำเสนอว่าเด็กที่พึงประสงค์ต้องมีสุขภาพที่แข็งแรง ไม่มีความเจ็บป่วยอย่างอาการแน่นท้อง ท้องอืด ทั้งยังต้องสมองไว รู้จักคิดนอกกรอบ ร่าเริง พร้อมเรียนรู้ตลอดเวลา และมีพรสวรรค์หรือความสามารถพิเศษบางอย่าง เพื่อสร้างความคาดหวังให้ผู้เป็นแม่ว่าเด็กที่สมบูรณ์ควรต้องมีคุณลักษณะดังที่โฆษณากำหนด ด้วยการใช้อย่างหลากหลาย เช่น การใช้คำศัพท์ “ช่วย” “สร้าง” ร่วมกับคำบรรยายลักษณะเด็กที่พึงประสงค์เพื่อเน้นคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเหมือนตัวช่วย การใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกถึงความสามารถพิเศษของผลิตภัณฑ์ เช่น “อย่างดี” “สูตรเฉพาะ” ก็แสดงให้เห็นว่าหากผู้เป็นแม่ต้องการให้ลูกมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์

ก็ควรให้ลูกดื่มนมสูตรพิเศษที่จะเสริมสร้างคุณลักษณะดังกล่าวได้ การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์ เช่น “ดีเอชเอ” “กอสแอลซีฟอส” “สฟิงโกไมอีลิน” เพื่อบ่งบอกว่านมในโฆษณาเป็นอาหารจำเป็นที่ช่วยเสริมสร้างให้เด็กมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ได้ การใช้มูลบทเพื่อเน้นให้เห็นความเชื่อเกี่ยวกับเด็กว่าเด็กส่วนใหญ่มีปัญหาด้านสุขภาพและจะมีความเสี่ยงเมื่อมีความเจ็บป่วย นมสำหรับเด็กจะช่วยลดความเสี่ยงนั้นและช่วยให้ผู้เป็นแม่วางใจเรื่องสุขภาพของลูกได้ การกล่าวถึงงานวิจัยหรือข้อมูลทางวิทยาศาสตร์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์นั้นว่าสามารถช่วยให้เด็กสร้างพัฒนาการเชิงบวกด้านต่าง ๆ ที่เหนือกว่าได้ กลวิธีทางภาษาดังตัวอย่างดังกล่าวนี้จึงประกอบสร้างเป็นความคิดเด็กที่พึงประสงค์ว่าต้องแข็งแรง สมอว และมียุทธภาพพิเศษ ซึ่งคุณสมบัติต่าง ๆ สามารถสร้างได้ด้วยการให้เด็กดื่มผลิตภัณฑ์นมสำหรับเด็กที่โฆษณา

นอกจากนี้ อุดมการณ์เด็กที่พึงประสงค์ดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นว่า เด็กที่ดื่มนมควรต้องเติบโตมาอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องมีครบทั้งร่างกายและสติปัญญา คุณค่าของเด็กจึงถูกนำไปผูกกับความสามารถและความสำเร็จในอนาคต เด็กจึงไม่ได้เป็นเพียงชีวิตที่ต้องได้รับการดูแลให้เติบโต แต่เป็น “สิ่งมีชีวิตที่สามารถปรับ แต่ง เสริม” ให้เป็นไปตามที่ต้องการได้ด้วยผลิตภัณฑ์ เมื่อนำไปเชื่อมโยงกับอุดมการณ์ความเป็นแม่ที่ดีแล้ว เด็กยังกลายเป็นภาพสะท้อนและผลผลิตของผู้เป็นแม่ด้วยว่าเด็กที่ฉลาด แข็งแรง มาจากแม่ที่เก่งและรู้จักเลือกด้วย

2. วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม

วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม คือ กระบวนการผลิต เผยแพร่ และตีความข้อความหรือเนื้อหาในวาทกรรมโดยพิจารณาถึงบริบทของผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และช่องทางการสื่อสาร ซึ่งช่วยให้เข้าใจว่าเนื้อหานั้นถูกสร้างและเข้าใจอย่างไรในสังคม วาทกรรมโฆษณานมสำหรับเด็กถูกผลิตขึ้นโดยบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารประเภทนมผงสำเร็จรูปและนมยูเอชทีชั้นนำ ได้แก่ บริษัท มีด จอห์นสัน นิวทริชั่น (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ดูนิกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เนสท์เล่ (ประเทศไทย) จำกัด โฆษณาผลิตภัณฑ์ของบริษัทรายใหญ่เหล่านี้จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความน่าเชื่อถือของโฆษณา เพราะโฆษณาดังกล่าวจะถูกผลิตออกมาในฐานะ “ผู้เชี่ยวชาญ” ด้านโภชนาการสำหรับเด็ก อีกทั้งการเลือกใช้บุคคลต้นแบบอย่างคุณแม่ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงและสังคมเชื่อว่าเป็นแม่ที่ประสบความสำเร็จในการเลี้ยงดูบุตร บุคคลแต่งกายคล้ายแพทย์ มาเป็นผู้สื่อสารข้อความ ทำให้ตัวบทโฆษณามีน้ำหนักทางวิชาการและดูน่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มผู้รับสารหลักคือพ่อแม่ที่ชมโฆษณา

การกระจายตัวบทดำเนินผ่านช่องทางสื่อสารมวลชนต่าง ๆ ทั้งการออกอากาศทางโทรทัศน์และช่องทางออนไลน์อย่าง Youtube โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์นี้เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย ทำให้เกิดการรับชมตัวบทซ้ำ ๆ และกระจายตัวบทในวงกว้าง เห็นได้จากการมียอดผู้เข้าชมแต่ละคลิปหลายล้านครั้ง อีกทั้งช่องทางออนไลน์ลักษณะนี้ผู้บริโภคยังสามารถส่งต่อตัวบทไปยังผู้ชมอื่น ๆ ต่อไปได้อีกด้วย

ส่วนการบริโภคและตีความตัวบทนั้น ผู้บริโภคในที่นี้หมายถึงผู้ปกครองโดยเฉพาะผู้เป็นแม่ ตัวบทโฆษณาที่ปรากฏไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลเชิงโภชนาการ แต่ยังมียุทธศาสตร์บางอย่างเกี่ยวกับหน้าที่ของความเป็น “แม่ที่ดี” ผู้ซึ่งต้องเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูก ชุดความคิดที่โฆษณานำเสนอผ่านกลไกทางภาษาอาจมีศักยภาพในการกำหนดความคิดบางประการของผู้บริโภคซึ่งเป็นแม่ผ่านการตีความตามทีโฆษณานำเสนอ โดยเฉพาะความคาดหวังต่อพัฒนาการของเด็ก นำไปสู่ความเชื่อที่ว่าผลิตภัณฑ์นมที่โฆษณาสามารถทดแทนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการเลือกซื้อนมสำหรับเด็กราคาแพงหรือเปลี่ยนวิธีการเลี้ยงลูกให้สอดคล้องกับภาพอุดมคติในโฆษณาเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ

3. วิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม

ในวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม ผู้วิจัยจะแบ่งเป็นหัวข้อปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมที่มีผลต่อการประกอบสร้างและสื่ออุดมการณ์และผลทางอุดมการณ์ที่อาจมีต่อสังคมไทย ดังนี้

3.1 ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมที่มีผลต่อการประกอบสร้างและสื่ออุดมการณ์

3.1.1 การให้คุณค่ากับความเป็นแม่ที่ดี สังคมไทยให้คุณค่าภาพของ “แม่ที่ดี” อย่างมาก เห็นได้จากตัวอย่างคุณสมบัติหนึ่งของผู้รับรางวัลแม่ดีเด่นแห่งชาติว่า ต้องเป็นผู้อบรมเลี้ยงดูลูกด้วยความรัก ความเอาใจใส่ เสียสละ และด้วยความมานะอดทน (สภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2568) โฆษณานมสำหรับเด็กจึงใช้ประโยชน์จากค่านิยมนี้ในการสื่อสารว่าหากเป็นแม่ที่ดี ต้องเลี้ยงดูลูกด้วยความรักความเอาใจใส่ ดังนั้นต้องเลือกนมที่มีคุณค่าสูงสุด มีสารอาหารเสริมพิเศษให้แก่ลูก ทำให้ผลิตภัณฑ์นมเหล่านี้ถูกยกระดับเป็นตัวแทน

ของความรัก ความทุ่มเท และความรับผิดชอบของแม่ สภาว่ดั่งกล่าวทำการเปลี่ยน “ความรักของแม่” และ “สุขภาพของลูก” ให้กลายเป็นสินค้า ผู้เป็นแม่จึงรู้สึกว่าจะต้องใช้สินค้าที่โฆษณาเพื่อให้มีภาพลักษณ์ของการเป็นแม่ที่ดี

3.1.2 ค่านิยมเรื่องพัฒนาการและความสำเร็จของเด็ก ในสังคมไทย ความสำเร็จของเด็กมักถูกเชื่อมโยงกับความฉลาดทางปัญญาและความสามารถพิเศษ ดังที่มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กลักษณะนี้ในสังคมไทย เช่น รายการ SUPER10 อัจฉริยะพันธุ์จิ๋ว รายการ The Voice Kids นอกจากนี้ผู้ปกครองยังมีความนิยมว่าเด็กที่ประสบความสำเร็จคือเด็กที่เรียนเก่งแล้วได้ประกอบอาชีพที่สังคมยอมรับ เช่น แพทย์ ดังตัวอย่างที่สำนักข่าวผู้จัดการออนไลน์ รายงานข่าวว่า “ความทุกข์ของเด็กเก่ง พ่อ-แม่ฝันลูกจะต้องเป็นหมอ เพื่อดึงเผยแพร่ศรัทธาต้องวิ่งวนเด็กได้ทำตามฝัน” (ความทุกข์ของเด็กเก่ง..., 2567) ดังนั้นหากลูกฉลาด สติปัญญาดี หรือมีคุณสมบัติพิเศษที่เหนือกว่าเด็กในวัยเดียวกัน จึงเป็นสิ่งที่ผู้เป็นพ่อและแม่ต้องการเพื่ออนาคตที่คาดหวัง โฆษณาจึงเน้นการสร้างความสำเร็จสำหรับเด็กช่วยเพิ่มไอคิว พัฒนาการทางสมอง และยังสร้างอนาคตที่ดีให้แก่ลูก เหล่านี้จึงเป็นสิ่งที่สะท้อนค่านิยมและความคาดหวังของพ่อแม่ที่ต้องการให้ลูกมีพัฒนาการและความสำเร็จตั้งแต่ยังเริ่มต้นในลักษณะของการแข่งขัน

3.1.3 ความนิยมเรื่องแนวคิดทางวิทยาศาสตร์ อาจกล่าวได้ว่าความรู้จากวิชาการตะวันตกเข้ามา มีอิทธิพลอย่างมากต่อการใช้ชีวิตของคนในสังคมไทย การอ้างอิงหลักการต่าง ๆ ทางวิทยาศาสตร์แสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตในแบบผู้มีความรู้ โฆษณานี้สำหรับเด็กจึงมักกล่าวอ้างคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผ่านงานวิจัย ชื่อสารอาหารที่ดูเป็นวิทยาศาสตร์ เช่น MFGM สฟิงโกไมอีลิน ที่แสดงถึงความเป็นวิทยาศาสตร์และความเหนือกว่านมทั่ว ๆ ไป สะท้อนภาพสังคมไทยยุคปัจจุบันที่วิทยาศาสตร์ถูกทำให้กลายเป็น “ตรารับรอง” คุณภาพสินค้า

3.1.4 แนวคิดบริโภคนิยมและภาพชนชั้นทางสังคม กล่าวได้ว่า แนวคิดบริโภคนิยมกับภาพชนชั้นทางสังคมนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เนื่องจากการบริโภคในสังคมสมัยใหม่ไม่ได้เป็นเพียงการตอบสนองต่อความจำเป็นพื้นฐานเท่านั้น แต่สินค้าต่าง ๆ ยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการแสดงออกถึงสถานะทางสังคม รสนิยม และอัตลักษณ์ทางชนชั้นด้วย การบริโภคสินค้าบางประเภท โดยเฉพาะสินค้าที่มีภาพลักษณ์ว่าเป็นสินค้าพรีเมียมหรือสินค้าที่พิเศษกว่า จึงกลายเป็นกลไกการแบ่งแยกและสร้างความแตกต่างระหว่างชนชั้น ดังนั้นการเลือกบริโภคสินค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น นมที่กล่าวอ้างว่าช่วยเสริมพัฒนาการ จึงกลายเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรที่ “เหนือกว่า” และความเป็นแม่ที่มีคุณภาพ โฆษณานี้สำหรับเด็กสื่อภาพว่าแม่ที่ดีคือแม่ที่เลือกนมที่ดีที่สุดให้ลูก แม่จึงไม่ได้เป็นเพียงผู้ที่ให้น้ำนม แต่เป็นผู้เลือกบริโภคนมที่ “ถูกต้อง” ด้วย อีกทั้งโฆษณาเหล่านี้ มักเสนอภาพครอบครัวชนชั้นกลาง-บนในเมือง ที่ผู้เป็นแม่แต่งตัวดี อยู่บ้านกับลูก มีเวลาให้ลูก ส่วนลูกก็แต่งกายดี ฉลาด มีไหวพริบ ได้ประกอบกิจกรรมทั้งกีฬา ดนตรี ที่แสดงถึงการเป็นผู้มีฐานะไม่ลำบาก องค์กรประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ประกอบสร้างภาพของแม่ที่สมบูรณ์แบบและเด็กที่พึงประสงค์ตามอุดมคติที่สามารถเข้าถึงทรัพยากรที่ดีอย่างผลิตภัณฑ์นมที่โฆษณาได้ และแม่ที่ดีคือ “แม่ที่มีทุน” เพราะสามารถเลือกนมสูตรเฉพาะต่าง ๆ ที่พิเศษ เพื่อแสดงถึงความรักความใส่ใจต่อลูกของแม่ที่สมบูรณ์แบบ เป็นกลไกของแนวคิดบริโภคนิยมในการเลี้ยงลูกที่ผลักดันให้แม่ต้องเลือกสิ่ง “ดีที่สุด” ด้วยการ “ซื้อ”

3.2 ผลทางอุดมการณ์ที่อาจมีต่อสังคมไทย

3.2.1 การผลิตซ้ำอุดมการณ์แม่ในอุดมคติ โฆษณานี้สำหรับเด็กมีแนวโน้มที่จะผลิตซ้ำอุดมการณ์เกี่ยวกับ “ความเป็นแม่ที่ดี” โดยเฉพาะการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้า เช่นเดียวกับการนำเสนออุดมการณ์ความเป็นแม่ในวาทกรรมโฆษณาในนิตยสารสำหรับครอบครัว (สุคนธ์รัตน์ สร้อยทองดี, 2552) ที่ผลการศึกษพบว่า การเลือกใช้สินค้าตามวาทกรรมโฆษณานำเสนอ สามารถเติมเต็มบทบาทความเป็นแม่ได้อย่างสมบูรณ์ โฆษณาเหล่านี้ อาจทำให้ผู้หญิงจำนวนมากรู้สึกกดดันหรือรู้สึกผิดหากไม่กำลังในการจับจ่ายสินค้าที่เชื่อว่ามีความคุณภาพสูงที่สุดหรือไม่สามารถทำตามภาพอุดมคตินั้นได้

3.2.2 การเพิ่มแรงกดดันหรือความหวังเกี่ยวกับเด็กที่พึงประสงค์ วาทกรรมโฆษณานี้สำหรับเด็ก มักเน้นว่าเด็กที่พึงประสงค์คือเด็กที่ฉลาด เรียนรู้เร็ว มีพัฒนาการสมองดี มีไอคิวสูง ลักษณะดังกล่าวมีผลทำให้พัฒนาการทางสติปัญญากลายเป็นศูนย์กลางของความเป็นเด็กที่มีคุณภาพ ขณะที่พัฒนาการด้านอื่น เช่น จิตใจ อารมณ์ ศิลธรรม ถูกลดความสำคัญลง อีกทั้งเด็กที่พึงประสงค์ในโฆษณาก็มักถูกสร้างให้เป็น “เด็กฉลาด” ที่จะเติบโตไปเป็น “คนเก่ง” หรือประสบความสำเร็จในเชิงวิชาการหรืออาชีพในอุดมคติ เช่น หมอ วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ ซึ่งอาจ

ส่งผลให้เกิดการจำกัดความหลากหลายทางอาชีพในอนาคตของเด็ก ขณะที่วาทกรรมอื่น ๆ เช่น ในงานวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในหนังสือเรียนรายวิชาภาษาไทยตามหลักสูตรประถมศึกษา พ.ศ. 2503-2544 (วิสันต์ สุขวิสิทธิ์, 2554) จะนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับเด็กว่าเด็กดีหรือไม่ดีผ่านการแสดงออกด้านจริยธรรมหรือกระทำของเด็กที่กระทำต่อผู้มีคุณหรือส่วนรวม

3.2.3 การสร้างแนวคิดการเลี้ยงลูกเชิงแข่งขัน ซึ่งแม่ต้อง “เลือกให้เหนือกว่า” เพื่ออนาคตที่ “เหนือกว่า” ของลูก โฆษณานมสำหรับเด็กทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เฉพาะทางอย่างนมสูตรพิเศษเป็นทางเลือกที่ถูกต้อง โดยเฉพาะการเน้นความเป็นเลิศของลูกที่ขึ้นอยู่กับทางเลือกที่ถูกต้องของแม่ ซึ่งส่งผลให้การเลี้ยงลูกไม่ใช่เพียงการดูแลให้ปลอดภัยหรือเติบโตแบบทั่วไป แต่เป็น “สนามแข่งขันทางพัฒนาการ” ถ้าแม่ไม่เลือกผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยเสริมพัฒนาการอาจทำให้ลูกตามไม่ทันเด็กคนอื่น ๆ นมสูตรพิเศษจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเอาชนะพัฒนาการของลูก

3.2.4 การตอกย้ำความไม่เท่าเทียมทางชนชั้น โฆษณานมสำหรับเด็กกำหนดภาพให้เด็กที่ได้รับนมสูตรพิเศษต่าง ๆ ดังกล่าวเป็นเด็กที่เก่งและพร้อมกว่าเด็กคนอื่น ๆ จึงสร้างความรู้สึกแก่ผู้บริโภคว่า หากรักลูกก็ต้องเลือกสิ่งที่ดีที่สุด แม้ว่าจะมีราคาสูงก็ตาม การกำหนดภาพลักษณะนี้อาจส่งผลให้ครอบครัวที่มีรายได้น้อยรู้สึกผิดหรือกังวลว่าครอบครัวของตนจะไม่สามารถมอบสิ่งที่ดีให้กับลูกได้เท่ากับครอบครัวอื่น เป็นการตอกย้ำความรู้สึกเหลื่อมล้ำอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในวาทกรรมโฆษณานมสำหรับเด็กตามแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ พบว่า โฆษณานมสำหรับเด็กมีบทบาทสำคัญในการประกอบสร้างและตอกย้ำอุดมการณ์เกี่ยวกับ “แม่ที่ดี” และ “เด็กที่พึงประสงค์” ผ่านกลวิธีทางภาษาที่หลากหลาย โฆษณานำเสนอภาพของแม่ที่พึงประสงค์ในฐานะผู้ที่พร้อมจะทุ่มเทและรู้จักเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกผลิตภัณฑ์นมที่มีสารอาหารพิเศษ แสดงให้เห็นการเชื่อมโยงหน้าที่ของแม่เข้ากับพฤติกรรมกรรมการบริโภค จนนำไปสู่ความคิดความเชื่อว่าการเลี้ยงดูเด็กที่ดีต้องอาศัย “ทุน” และการแสดงออกผ่านการบริโภคสินค้าคุณภาพบางประเภทเท่านั้น ขณะเดียวกันโฆษณาก็ได้ประกอบสร้างภาพของ “เด็กที่พึงประสงค์” ให้มีลักษณะบางประการตามที่กำหนดไว้ ได้แก่ สุขภาพดี สมองไว ร่าเริง พร้อมเรียนรู้ และมีศักยภาพพิเศษ โดยมีผลิตภัณฑ์นมเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างคุณลักษณะเหล่านั้นเพื่อให้เป็น “เด็กที่ไม่ธรรมดา” ผลการศึกษาดังกล่าวมีส่วนที่สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง Critical Discourse Analysis of Children’s Powdered Milk Commercials in Indonesia using Fairclough’s Three Dimensional Model (Susanti, 2022) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ผลิตโฆษณาใช้กลวิธีทางภาษาต่าง ๆ มาโน้มน้าวใจผู้บริโภค และทำให้ผู้ปกครองเชื่อว่าผลิตภัณฑ์นมเป็นสิ่งเดียวที่สามารถตอบสนองความต้องการทางโภชนาการของเด็กได้ และผู้ปกครองจะเกิดความรู้สึกกังวลว่าจะไม่สามารถเป็นพ่อแม่ที่ดีหากไม่จัดหาผลิตภัณฑ์ที่โฆษณาให้กับลูก จะเห็นได้ว่าโฆษณานมสำหรับเด็กในสังคมไทยทำหน้าที่ประกอบสร้างและผลิตซ้ำอุดมการณ์แม่และเด็กเช่นเดียวกัน ทั้งยังสะท้อนความไม่เท่าเทียมทางชนชั้นผ่านภาพของครอบครัวชนชั้นกลาง-บนที่สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่เชื่อว่ามีคุณภาพสูงได้ จะเห็นได้ว่า โฆษณานมสำหรับเด็กในสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ได้ทำหน้าที่ในการสร้างอุดมการณ์ที่มีผลกระทบระดับสังคม อันเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้บริโภคควรตระหนักรู้เท่าทัน

รายการอ้างอิง

ความทุกข์ของเด็กเก่ง! พ่อ-แม่ฝันลูกจะต้องเป็นหมอ เพจดังเผยแชต “ครู” ต้องวิงวอนเด็กได้ทำตามฝัน. MGR online. (2567, 13 พฤษภาคม). <https://mgronline.com/onlinesection/detail/9670000041244>
พิชญา เชี่ยวภาษา. (2559). “ความเป็นเด็ก” ในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการในนิตยสารครอบครัว [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย] <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/55403>

- วิสันต์ สุขวิสิทธิ์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในหนังสือเรียนรายวิชาภาษาไทย ตามหลักสูตร
ประถมศึกษา พ.ศ. 2503-2544: การศึกษาตามแนวทฤษฎีการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษ
บัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย] <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/22213>
- สภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. (2568, 25 มีนาคม). หลักเกณฑ์การคัดเลือกแม่ดีเด่น
แห่งชาติในโอกาสวันแม่แห่งชาติประจำปี 2568. [https://www.ncswt.or.th/news68/images/M68/
หลักเกณฑ์.pdf](https://www.ncswt.or.th/news68/images/M68/หลักเกณฑ์.pdf)
- สุนทรรัตน์ สร้อยทองดี. (2552). การนำเสนออุดมการณ์ความเป็นแม่ในวาทกรรมโฆษณาในนิตยสารสำหรับครอบครัว
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/18058>
- Blommaert, J. (2005). *Discourse: A Critical Introduction*. Cambridge University Press.
- Enfa Smart Club. (2563a, 15 พฤษภาคม). แม่ชมเลือกนมเสริม MFGM เท่านั้น เพื่อหัวใจและหัวใจที่แม่ภูมิใจ
[YouTube Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=hn4AguGLX6I>
- Enfa Smart Club. (2563b, 31 กรกฎาคม). เลือกนมสูตรย่อยง่ายให้ลูกน้อย เพื่อระบบย่อยอาหารที่ดี [YouTube
Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=CCG4mftv9KQ>
- Enfa Smart Club. (2563c, 29 ธันวาคม). MFGM เสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้ลูกแข็งแรง ไม่ป่วยง่าย [YouTube
Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=z1NeVLS56Q0>
- Enfa Smart Club. (2566a, 9 มกราคม). ชมเลือก MFGM เพื่อพัฒนาการสมองที่ต่อเนื่องแม้ยามหลับ [YouTube
Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=8Tscyo1p18>
- Enfa Smart Club. (2566b, 20 กรกฎาคม). ชมเลือก MFGM ให้ลูก เพื่อ 5 ปีที่เหนือกว่า [YouTube Channel]. ยู
ทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=C6gAujskikU>
- Enfa Smart Club. (2566c, 25 กรกฎาคม). ส่งผ่านน้ำนมเหลืองที่มีแลคโตเฟอร์รินให้ลูกน้อยภูมิคุ้มกันดี [YouTube
Channel]. ยูทูป. https://www.youtube.com/watch?v=-rNi_riiwwA
- Fairclough, N. (1992). Discourse and text: Linguistic and Intertextual Analysis within Discourse
Analysis. *Discourse & Society*, 3(2), 193-217. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/095792659203002004>
- Fairclough, N. (1995a). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman.
- Fairclough, N. (1995b). *Media Discourse*. Arnold.
- Hi-Family Club. (2560, 3 กันยายน). รู้ทันเหตุ แก่ตรงจุด [YouTube Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=ufsLWQORCMA>
- Hi-Family Club. (2562, 22 กุมภาพันธ์). เสริมภูมิต้านทานด้วยนมสูตรซินไบโอติก ช่วยให้เด็ก 1 ใน 4 ไม่เจ็บป่วย
ตลอดทั้งปี [YouTube Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=8ysj6dJum-4>
- Hi-Family Club. (2565, 11 กรกฎาคม). นมไฮคิว ยูเอชที สูตรที่คิดมาเฉพาะเพื่อลูกวัยเรียนรู้ การันตีด้วยยอดขาย
อันดับ 1 ท้าป๊อชั่น [YouTube Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=0w-SwuahD4A>
- Hi-Family Club. (2566a, 21 มีนาคม). ไม่ว่าแม่จะเหนื่อยแค่ไหน ลูกคือที่หนึ่งเสมอ [YouTube Channel]. ยูทูป
<https://www.youtube.com/watch?v=G0Ht7-7tz0Y>
- Hi-Family Club. (2566b, 29 กันยายน). แบรนต์อันดับ 1 ที่แม่ผ่าคลอดเลือก ไฮคิว1 พลัส ซูเปอร์โกลด์ พลัส ซี
[YouTube Channel]. ยูทูป. https://www.youtube.com/watch?v=uBtG8SBnN_0
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- S mom club. (2563, 1 มีนาคม). ถ้าลูกชอบอะไร ที่ไม่เหมือนใคร...แม่ยุคใหม่ ต้องรับมืออย่างไร? [YouTube
Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=HU2g6li7-XE>
- S mom club. (2566a, 12 มกราคม). คุณแม่รู้มั๊ย? สปีโกไมโอลิน ช่วยสร้างไมโอลิน ช่วยให้ลูกสมองไว! คลิก S-Mom
Club เลย! [YouTube Channel]. ยูทูป. https://www.youtube.com/watch?v=KOU_uPqVrYM

- S mom club. (2566b, 3 พฤษภาคม). สฟิงโกไมอีลินใจ ที่ช่วยให้ลูกสมองไว [YouTube Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=uAclRhle08>
- S mom club. (2566c, 1 กรกฎาคม). ใหม่! S – 26 GOLD PRO-C3 เหนือกว่าเดิมไปอีกขั้น เพิ่ม สฟิงโกไมอีลินและ บี แก๊ส... ลองเลย! [YouTube Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=RPGYZtuZcRs>
- Susanti, A. (2022). Critical Discourse Analysis of Children's Powdered Milk Commercials in Indonesia using Fairclough's Three Dimensional Model. *International Journal of Systemic Functional Linguistics*. 5(2), 66-71. <https://www.researchgate.net/publication/371960181>
- van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. Sage.
- van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Power*. Palgrave Macmillan.

รูปแบบเครื่องแต่งกายตามชั้นยศของพระยาพิชัยดาบหักในการเข้าเฝ้าฯและงานพระราชพิธี ในสมัยกรุงธนบุรี และความเชื่อที่ปรากฏ¹

The Rank-Based Attire of Phraya Phichai Dap Hak in Royal Audiences and Ceremonies during the Thonburi Period and Its Associated Beliefs

สุภัคกาญจน์ จิวาลักษณ์^{2*}, เอกพงศ์ วรรณจักร³, ปิยะนารถ รีมทอง⁴
Suphakkan Chiwalak^{2*}, Acapong Wanajuck³, Piyanart Rimthong⁴

Received: April 9, 2025

Revised: October 18, 2025

Accepted: November 5, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบเครื่องแต่งกายตามชั้นยศของพระยาพิชัยดาบหักในการเข้าเฝ้าฯ งานพระราชพิธีในสมัยกรุงธนบุรีและความเชื่อที่ปรากฏ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจากเอกสารและการสัมภาษณ์วิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญตามคุณสมบัติที่กำหนดในงานวิจัย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาขณะที่ท่านดำรงตำแหน่งเป็นพระยาพิชัยในสมัยกรุงธนบุรี

ผลการศึกษา ได้จากการวิเคราะห์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ เห็นควรให้สืบค้นเครื่องแต่งกายและเครื่องยศเทียบเท่าศักดิ์นา 5,000 ตามศักดิ์นาของเมืองพิชัย ทั้งอ้างอิงจากภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ไล่ลำดับจากศีรษะลงไป พบว่า พระยาพิชัยดาบหักควรได้รับพระราชทานเครื่องแต่งกาย ได้แก่ ลอมพอกเสวียนนากหรือลอมพอกเกี้ยวมาก เสื้อครุยเสื้อผ้าโปร่งตัวยาวสีขาวที่แหวกเปิดข้างหน้าตัวเสื้อคลุมถึงเข่า ผ้าลายอย่างเชิงกรวยชั้นเดียว เสื้อเข็มขาบแบบเสื้ออย่างน้อยรัดประคดหนามขนุน ที่จัดทำภายใต้คติความเชื่อว่าพระมหากษัตริย์คือเขาพระสุเมรุและสมมติเทพ อันอนุมานได้ว่าเครื่องแต่งกายที่ได้รับพระราชทานจากพระมหากษัตริย์ก็ย่อมเปรียบความเชื่อการดำรงศักดิ์บวรแห่งเทพเช่นเดียวกัน

คำสำคัญ: พระยาพิชัยดาบหัก, พิชัย, เครื่องแต่งกาย, ความเชื่อ

Abstract

This qualitative research aims to examine the official attire of Phraya Phichai Dap Hak during in royal audiences and ceremonies in the Thonburi period and the associated belief systems. Data were collected through document analysis and interviews with the selected experts. The study focuses on the period when Phraya Phichai served as a high-ranking official under King Taksin the Great.

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง รูปแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องยศของพระยาพิชัยดาบหักในงานพระราชพิธีในสมัยกรุงธนบุรี (Costume pattern and insignia of Praya Pichai Dabhak in the royal ceremony in the Thonburi period) ได้รับทุนสนับสนุนงบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ (Ph.d., Major of Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Uttaradit Rajabhat University) E-mail: suphakkan.chi@uru.ac.th

³ อาจารย์สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ (LL.M., Major of Laws Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Uttaradit Rajabhat University) E-mail: acapong@uru.ac.th

⁴ นักวิชาการศึกษาปฏิบัติการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ (Academic Officer, Uttaradit Rajabhat University)
E-mail: nart2521@gmail.com

*Corresponding Author

Findings indicate that his attire corresponds to the status of a governor with a sakdina (rank) of 5,000. Based on mural paintings and historical references, the appropriate regalia would have included a lomphok adorned with naga motifs, a white open-front robe extending to the knees, a single-layer lai yang patterned cloth, a dark indigo inner shirt in yaang noi style, and a jackfruit-thorn-patterned prakhot sash. These elements reflect cosmological beliefs that equate the king with Mount Meru and a divine being. Consequently, royal garments not only signify social rank but also affirm the recipient's sacred role within the royal and cosmic order.

Keywords: Praya Pichai Dabhak, Pichai, Costume Pattern, Beliefs

บทนำ

พระยาพิชัยดาบหัก เป็นขุนพลคู่พระทัยในสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้รั้งเมืองพิชัยและปรากฏวีรกรรม “การรบจนดาบหัก” ซึ่งจากวีรกรรมดังกล่าวส่งผลต่อจัดสร้างอนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก โดยใช้รูปแบบเครื่องแต่งกายเป็นชุดทหารศึก ซึ่งสนั่น ศิลากร เจ้าหน้าที่กรมศิลปากร เป็นผู้รับผิดชอบการจัดสร้าง และเป็นผู้ค้นคว้าสันนิษฐานรูปแบบเครื่องแต่งกายตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์และภาพเขียนร่วมสมัย เพื่อกำหนดรูปแบบเสื้อผ้า เครื่องประดับ และอาวุธ

ต่อมา ในงานประจำปีของจังหวัดมีการจัดขบวนสักการะพระยาพิชัยดาบหัก จึงทำให้มีความสนใจค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพระยาพิชัยดาบหักมากขึ้น และปรากฏข้อมูลจากสำเนาท้องตราปีมะเมีย พ.ศ.2317 คราวที่สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีฯ พระราชทานเครื่องแต่งกายคือ เสื้อเข้มขาบ ให้กับพระยาพิชัยดาบหักเพื่อให้เป็นแม่ทัพไปตีเมืองเชียงใหม่ ดังความว่า “...ครั้งนี้ แลให้พระราชทานพระยาพิชัย (คือ) เสื้อเข้มขาบผืน 1 คาบศิลากรองทรงบอก 1 ปืนใหญ่หน้าเรือกินดิน (หนัก) 15...” (พินิจนันทนาศ (เจิม), 2479)

ซึ่งตามจารีตที่ดำรงอยู่ในราชสำนักแล้ว ขุนนางทุกคนจะต้องมีเครื่องแต่งกายตามลำดับชั้นยศที่ได้รับพระราชทานไว้ เพื่อใช้สำหรับงานการเข้าเฝ้าฯ และพระราชพิธี ซึ่งหมายความว่านอกจากเสื้อเข้มขาบแล้วช้างต้นพระยาพิชัยดาบหักจะต้องมีเครื่องแต่งกายประจำชั้นยศขึ้นอื่น ๆ อีกด้วย ซึ่งยังไม่พบการค้นคว้าข้อมูลดังกล่าว

ด้วยประเด็นนี้ งานวิจัยนี้จึงสนใจศึกษารูปแบบการแต่งกายตามชั้นยศของพระยาพิชัยดาบหักในบริบทของการเข้าเฝ้าฯ และพระราชพิธี ในสมัยกรุงธนบุรี รวมถึงความเชื่อที่ปรากฏ เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการจัดขบวนสักการะฯ พระยาพิชัยดาบหักของจังหวัด และการจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ที่แสดงเรื่องราวเกี่ยวกับพระยาพิชัยดาบหัก ตลอดจนใช้เป็นต้นแบบในการจัดทำของที่ระลึก รวมไปถึงการต่อยอดในมิติอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบเครื่องแต่งกายตามชั้นยศของพระยาพิชัยดาบหักในการเข้าเฝ้าฯ และงานพระราชพิธีในสมัยกรุงธนบุรีฯ และความเชื่อที่ปรากฏ

บททบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยสังเขปเอกสารและงานวิจัยที่จะนำมาประกอบการศึกษารูปแบบเครื่องแต่งกายของพระยาพิชัยดาบหักในการเข้าเฝ้าฯและงานพระราชพิธีในสมัยกรุงธนบุรีฯ ซึ่งใช้ข้อมูลเรื่องเครื่องแต่งกายสมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลซึ่งกันและกัน ดังต่อไปนี้

เครื่องแต่งกายสมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น

จุลทรรศน์ พยาฆรานนท์ (2543, น. 76-89) กล่าวถึงการแต่งกายของคนไทยในสมัยอยุธยาตอนต้นไว้ว่า เริ่มจากสมัยพระเจ้าอู่ทองหรือสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 หลักฐานสำคัญที่ทำให้เราทราบถึงลักษณะการแต่งกายของคนในสมัยอยุธยา คือ กฎมณเฑียรบาล ในบานแพนฆาตรา 1 ระบุว่า “อันหนึ่งผู้ใดลักเงินทอง ถ้าว่อนท่อนแพรแลพระขับออกไปจากประตูไซ้ ให้ฆ่าผู้ลักและนายประตุเสียด้วยกัน” ในบทอัยการซึ่งกำหนดรูปแบบการนุ่งห่มของคนตามฐานะว่า “อนึ่ง ผู้ใดตัดดอกไม้ และนุ่งผ้าแดง ชมพู ไพเราะระกำหาเชิงมิได้ ห่มผ้านอกเสื้อ ห่มผ้าบาเดียว นุ่งผ้าเหม็นหน้า

หิ้วขยอลอยขย เข้าในฉนวนประตู ผ่านฉนวนใน ฉนวนตะพาน รั้วไก่ กะลาบัต แลหน้าประตูที่นั่ง ประตูท่าเรือก็ดี ผ้าเสื้อไซให้ฉีกเสีย ดอกไม้ไซให้คลุกฝุ่นโพกหัว ตามโทษหนักและโทษเบา”

อภิโชค แซ่ควั (2542, น. 21-23) กล่าวถึงเครื่องแต่งกายในสมัยอยุธยาไว้ว่า อยุธยาในช่วง พ.ศ. 1893 ถึง 2091 ผู้หญิง นุ่งขึ้นจีบหน้าเหมือนกับสมัยสุโขทัย เสื้อแขนกระบอกคอกลม ผ่าอก ตัวเสื้อเข้ารูป มีผ้าคลุมสะโพกไว้ ด้านในตัวเสื้อ แต่ปล่อยชายยาวออกมาข้างนอก ส่วนอยุธยาในช่วง พ.ศ. 2091 ถึง 2163 ผู้หญิงนุ่งกางเกงหรือโจงกระเบน สวมเสื้อแขนกระบอก คอกลมผ่าอก ไม่นิยมสไบ ตัดผมสั้นเพื่อดูเป็นชายแต่จะทวิเสียขึ้นไป ผู้ชาย นุ่งกางเกง ขาวยาวลงมาถึงหน้าแข้ง ปลายขาเรียวเล็ก มีผ้าห้อยข้างแบบเขมร ซ้อนทับตัวกางเกง แต่ชายผ้ายาวเสมอเข่า นิยมใช้ผ้าคาดเอว สวมเสื้อคอแหลมยาวจรดข้อมือผ่าอก สบายชายทับสบขวามีผ้ากั้นตรงปลายแขน คอ สบหน้าและชายเสื้อ ผู้ชายมหาดเล็กและคนรับใช้ตัดผมสั้น วิวัฒนาการรูปแบบของเครื่องแต่งกายจากสมัยหนึ่งไปสู่อีกสมัยนั้นยังบ่งบอกถึง สถานภาพทางสังคมของผู้สวมใส่ เช่น กษัตริย์ ขุนนาง ขนชั้นสูง ชาวบ้าน ไพร่ และทาสอีกด้วย

รินบุญ นุชน้อมบุญ (2549) วิจัยเรื่อง “เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง: กรณีศึกษาเครื่องแต่งกายในงาน ภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์เรื่อง สุริโยทัย” พบว่า ทรงผมที่ปรากฏในภาพยนตร์ซึ่งตรงกับสมัยอยุธยา เมื่อเทียบเคียงกับข้อมูลประวัติศาสตร์ทั้งในส่วนข้อมูลศิลปกรรม ภาพจิตรกรรม ประติมากรรมและข้อมูลเชิงเอกสาร ทางประวัติศาสตร์นั้นพบมีความสอดคล้องกับยุคสมัย นอกจากนี้ยังมีทรงผมบางแบบซึ่งได้รับอิทธิพลจากล้านนาซึ่งไม่ สอดคล้องกับข้อมูลตามยุคสมัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยวิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจาก เอกสารหรือการศึกษาเชิงเอกสาร งานวิจัย จดหมายเหตุ เอกสารทางประวัติศาสตร์ รวมถึงการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) รายละเอียดดังนี้

1. การศึกษาจากเอกสารหลักฐานต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ คือ สำนักหอสมุดแห่งชาติ หอสมุด มหาวิทยาลัยศิลปากร หอสมุดกรมพระยาดำรงราชานุภาพ และหอสมุดกลางจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตลอดจน เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยหลักฐานสำคัญ ได้แก่ ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่บันทึกในสมุดข่อยจากหอสมุด แห่งชาติที่เขียนในสมัยกรุงธนบุรี พ.ศ.2311-2325

2. การสัมภาษณ์เจาะลึก แบ่งวิธีการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การสัมภาษณ์รายบุคคล และสัมภาษณ์ แบบวิธีการจัดเวที

3. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) คือผู้ที่มีความรู้ในข้อมูลที่มาและความเชื่อเครื่องแต่งกายตามลำดับชั้นยศ ตลอดจนประวัติศาสตร์สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลายถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น อันเป็นที่รู้จักและยอมรับเป็นพิเศษ ได้แก่

- 1) ศ.ดร.สุนทร ชูตินธรรานนท์ นักประวัติศาสตร์ ประธานกรรมการศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การ มหาชน) อดีตอาจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และที่ปรึกษาบท ภาพยนตร์ เช่น ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช เป็นต้น

- 2) ผศ.ดร.พิพัฒน์ กระแจะจันทร์ อาจารย์สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ และที่ปรึกษารายการประวัติศาสตร์นอกตำรา

- 3) ปรามินทร์ เครือทอง นักวิชาการอิสระด้านประวัติศาสตร์ไทยที่เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์สมัยกรุงศรี อยุธยาถึงสมัยรัชกาลที่ 4

- 4) ยงยศ ชูชีพ ศิลปินและช่างหัตถกรรมไทย โดยมีบทบาทสำคัญในฐานะนักออกแบบเครื่องแต่งกาย โบราณ เช่น เครื่องแต่งกายในละครเรื่องศรีอยุธยา ลายกิมรี่ เป็นต้น

4. การนำเสนอผลการศึกษาแสดงผลการวิเคราะห์โดยการพรรณนาวิเคราะห์พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบการ วิเคราะห์ เมื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์แล้วจึงสรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิจัย

พระยาพิชัยดาบหักเป็น “พระยาพิชัยในสมัยกรุงธนบุรี” ซึ่งตามกฎหมายเกียรติยศกล่าวถึงผู้รั้งเมืองพิชัยที่ยึดตามสมัยกรุงศรีอยุธยาสืบมา คือ “ออกญาศรีสุริยราชไชยอภัยพิริยาหะ เมืองพิไชย เมืองตรี นา 5,000 ขึ้นประแดงเสนาภูวนา” จึงสืบค้นเครื่องแต่งกายเทียบเท่าศักดินา 5,000 ตามศักดินาของเมืองพิชัย ซึ่งเครื่องแต่งกายที่ปรากฏในงานพระราชพิธีสมัญธนบุรีนั้นไม่ปรากฏหลักฐานมากนัก เนื่องจากอาณาจักรธนบุรีมีระยะเวลาเพียง 12 ปี อย่างไรก็ตาม กองบรรณาธิการศิลปวัฒนธรรม (2567) แสดงความเห็นเกี่ยวกับการแต่งกายสมัยกรุงธนบุรี ที่มีความเหมือนคล้ายกับสมัยกรุงศรีอยุธยาที่ส่งอิทธิพลมาถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ไว้ดังนี้ “...เมื่อมาถึงสมัยกรุงธนบุรี เชื่อว่า การแต่งกายน่าจะยังไม่เปลี่ยนแปลงไปจากสมัยกรุงศรีอยุธยามากนัก จากที่กรุงธนบุรีมีระยะเวลาประมาณ 12 ปี และเวลาผ่านไปมาถึงยุครัตนโกสินทร์ตอนต้นก็ยังพบเห็นลักษณะการแต่งกายที่ใกล้เคียงกับกรุงศรีอยุธยา...” หมายความว่า ขนบของกรุงธนบุรีคงใช้ตามแบบของกรุงศรีอยุธยา และยังคงยึดเรื่อยไปจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ผู้วิจัยจึงเลือกหลักฐานที่ปรากฏในสมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นเป็นหลักในการสันนิษฐานวิเคราะห์ โดยเครื่องแต่งกายนั้นทุกลำดับชั้นอ้างอิง “คติ” ที่เชื่อมโยงกับคติพระมหากษัตริย์ที่ทรงเปรียบเป็น “สมมติเทพ” จึงอนุมานได้ว่าเครื่องแต่งกายที่ขุนนางได้รับพระราชทานจากพระมหากษัตริย์ก็ย่อมเปรียบเหมือนขุนนางเป็นบวรแห่งเทพ ดังนั้น เครื่องแต่งกายของข้าราชการบริพารจึงได้รับการออกแบบให้เป็นไปตามจินตนาการในเรื่องที่เกี่ยวกับเทพ โดยเมื่อข้าราชการบริพารเข้าเฝ้าฯ พระมหากษัตริย์ ก็ให้ความรู้สึกเหมือนเทพบริวารเข้าเฝ้ามหาเทพ สอดคล้องกับคำให้การวัดประดู่ทรงธรรม (2554, น. 32) กล่าวถึงการกำหนดให้ขุนนางเป็นเทพบริวาร ซึ่งในพระราชพิธีลงสรงเจ้าฟ้า ในการจัดกระบวนแห่โดยให้บุตรขุนนางต่าง ๆ แต่งกายเข้ากระบวนแห่ ความว่า “...จัดเอาบุตรพระยา พระหลวง 200 คน แต่งตัวพรรณนุ่งสองปีกลายทองขาว เสื้อครุยสำริดทอง สวมพอกเกี้ยว แต่งเป็นท้าวเสนาเดินกระบวน...”

อย่างไรก็ตาม การสันนิษฐานรูปแบบเครื่องแต่งกายตามชั้นยศของพระยาพิชัยดาบหักในการเข้าเฝ้าฯ และงานพระราชพิธีในสมัยกรุงธนบุรีจำเป็นต้องใช้ภาพจิตรกรรมฝาผนังตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้นเนื่องจากภาพจิตรกรรมฝาผนังจะนำทางให้มองเห็นรายละเอียดของเครื่องแต่งกายได้มากที่สุด

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัย โดยจะกล่าวถึงเครื่องแต่งกายแต่ละชั้นที่ไล่ลำดับจากศิระลงไปพร้อมแสดงความเชื่อที่ปรากฏ และคงรูปแบบการเขียนตามต้นฉบับวิจัยเพื่อให้เห็นการแสดงหลักฐานที่ชัดเจน ซึ่งหลักฐานลำดับแรกคือภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ได้บันทึกไว้ในสมุดข่อยจากหอสมุดแห่งชาติ ที่ระบุเขียนในสมัยกรุงธนบุรี พ.ศ. 2311-2325



ภาพที่ 1: ภาพเขียนสมัยกรุงธนบุรี แสดงการแต่งกายของข้าราชการบริพารที่เดินตามเสด็จราชยานของพระมหากษัตริย์
ที่มา: คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ กรมศิลปากร (2552)

ในที่นี้ผู้วิจัยนำเสนอรูปแบบเครื่องแต่งกายตามชั้นยศของพระยาพิชัยดาบหักในการเข้าเฝ้าฯและงานพระราชพิธีในสมัยกรุงธนบุรี และความเชื่อที่ปรากฏ โดยอันดับแรกอ้างอิงจากภาพจิตรกรรมฝาผนัง ซึ่งจะเห็นได้ว่าขุนนางที่เดินตามเสด็จราชยานของพระมหากษัตริย์แต่งกายไล่ลำดับจากศีรษะลงไป ปรากฏรายละเอียดต่อไปนี้

1. หมวกมียอดแหลมสีขาว เรียกว่าลอมพอก ซึ่งลาลูแบร์ (2510, น.114-115) กล่าวถึงลักษณะของลอมพอก ความว่า

“...เครื่องสวมศีรษะสีขาว ทรงสูงและปลายแหลมดังที่เราเคยเห็นเอกอัครราชทูตแห่งพระเจ้ากรุงสยามสวมนั้น เป็นศิราภรณ์สำหรับใช้ในงานพระราชพิธี ซึ่งองค์สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และขุนนางของพระองค์ก็ทรงแต่งและแต่งเหมือน ๆ กัน ต่างแต่ว่าพระลอมพอกของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวนั้นประดับขอบ หรือเสวียนเกล้าด้วยพระมหามงกุฎเพชรรัตน์ ส่วนของขุนนางนั้นประดับเสวียนทองคำ เงินหรือกาไหล่ทองมากน้อยตามยศ...”

ซึ่งหากตามศักราช 5,000 ในกฎมณเฑียรบาลที่ว่า “นา 5,000 กลอมนาก” (สถาบันปรีดี พนมยงค์, 2548ก) จากความ มีการสันนิษฐานว่า “กลอม” คือ “ลอมพอก”

จากความ ตีความได้ว่าข้าราชการที่สวมหมวกมียอดแหลม ซึ่งในที่นี้คือ ลอมพอก ต้องคำนึงถึงความสำคัญในฐานะของเทพทุกนัยยะที่กล่าวมา ทั้งนี้ความที่ลาลูแบร์ได้กล่าวถึงลอมพอกนั้น เรียกสิ่งที่ใช้ประดับขอบว่า “เสวียน” อันเป็นเครื่องแสดงชั้นยศของขุนนาง ซึ่งแซร์แวส, (2550, น. 208) กล่าวถึงสิ่งที่ใช้ประดับขอบของลอมพอกว่า “เกี้ยว” ดังความว่า “...ลอมพอก เป็นหมวกสำหรับขุนนาง เรียกว่า พอกหรือพอกเกี้ยว เป็นเครื่องแต่งกายชนิดหนึ่งที่ช่วยกันกำหนดลำดับชั้นยศของขุนนางเป็นหมวกมียอดคล้ายขลุ่ย ขอบหมวกมีสมรต สีเหลืองหรือ ดิ้นทองคาดเพื่อความสวยงาม เหนือสมรต ขึ้นไปอีกชั้นหนึ่งมีเกี้ยวเป็นรูปวงกลม ระดับด้วยดอกไม้ไหวทองคำ มีปลายแหลม...” โดยภาพจิตรกรรมฝาผนังในพิพิธศักราชที่ใกล้เคียงกันกับภาพที่ 1 คือ พ.ศ. 2275-2310 ที่ปรากฏเสวียนหรือเกี้ยว (ที่เป็นขอบโลหะอยู่ระหว่างส่วนที่สวมศีรษะกับยอดแหลม) ของลอมพอกของขุนนางที่เดินตามเสด็จพระมหากษัตริย์ที่ประทับบนหลังช้าง มาแสดงเพื่อความชัดเจนยิ่งขึ้น ดังภาพ



ภาพที่ 2: ภาพจิตรกรรมฝาผนังแสดงลอมพอกที่ปรากฏเสวียนหรือเกี้ยวของขุนนาง
ที่มา: หอสมุดแห่งชาติ (2567)

โดยลอมพอกตามศักราช 5,000 ในกฎมณเฑียรบาลที่ว่า “นา 5,000 กลอมนาก” ย่อมหมายถึง ลอมพอกเสวียนนาก หรือลอมพอกเกี้ยวนาก

ความเชื่อที่ปรากฏ

ความเชื่อที่ 1 เป็นความเชื่อที่ปรากฏเกี่ยวกับเครื่องตกแต่งศีรษะของเทวดาที่ทำมาจากดอกไม้สด เมื่อมาในเมืองมนุษย์จะเหี่ยวแห้ง จึงทำเครื่องตกแต่งศีรษะเป็นรูปแบบต่าง ๆ (สถาบันปรีดี พนมยงค์, 2548ก)

ความเชื่อที่ 2 เนื่องจากลอมพอกเป็นหมวกมียอดแหลม ปรากฏความเชื่อว่าลอมพอกได้รับอิทธิพลจากยอดเจดีย์หรือยอดปราสาท ทั้งภายในเจดีย์หรือปราสาทยังเป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับภูเขาและถ้ำศักดิ์สิทธิ์ เนื่องจากเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ (เชษฐ ดิงสัญลี, 2562)

ความเชื่อที่ 3 ลอมพอกเปรียบเหมือนปราสาท มาจากภาษาสันสกฤตมีความหมายว่า อาคารที่มีเรือนยอดซ้อนชั้น เป็นที่ทราบกันว่าลักษณะซ้อนชั้นนี้แสดงถึงความหมายของการเป็นภูเขาหรือวิมานที่สถิตของเทพเจ้าอย่างชัดเจน ฉะนั้นห้องคูหาภายในตัวปราสาทอันอยู่ใต้เรือนยอดของปราสาท จึงมีความหมายเปรียบดุจถ้ำที่อยู่ภายใต้ภูเขา โดยคติเช่นนี้มีรากฐานอยู่ก่อนแล้วในอินเดีย ในคัมภีร์พระเวท เชื่อว่า ถ้ำก็คือครุฑของภูเขา ฉะนั้นทั้งปราสาทและเจดีย์จึงเป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับภูเขาและถ้ำศักดิ์สิทธิ์เช่นเดียวกัน แนวคิดนี้ยังเชื่อมโยงได้ดีกับการให้ความสำคัญต่อเขาพระสุเมรุอันเป็นศูนย์กลางจักรวาลตามคติไตรภูมิของพุทธศาสนาด้วย (สุรัชย์ จงจิตงาม, 2548)

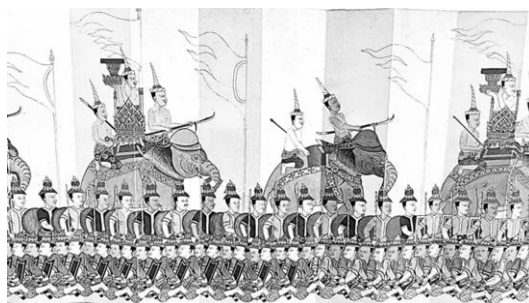
2. **เสื้อครุย** ซึ่งเห็นจากภาพที่ 2 ว่าขุนนางที่สวมลอมพอก จะสวมเสื้อคลุมที่มีสีแตกต่างกัน ซึ่งลอมพอกและเสื้อครุยจะเป็นชุดที่ใช้คู่กัน ดังตำราราชเสวกครั้งกรุงเก่า (กรมหมื่นไชนนาทเรนทร, 2459, น.14) ได้กำหนดการแต่งกายของขุนนางแต่ละชั้นยศในงานพระราชพิธีต่าง ๆ ดังความว่า “...สำหรับฝ้านุ่งของชายนั้น ชายที่เป็นมหาดเล็กในวังถ้าจะเชิญพระบรมศพออกไปสู่เมรุ ให้มหาดเล็กนุ่งลาย ห่มเสื้อครุยใส่พอกเกี้ยว ...นายเวรจำ ห่มแพร นุ่งสมปัก ห่มเสื้อครุย ใส่พอก ตะพายดาบแห่ ... ถ้ามีการโสกันต์ ลงสรง เจ้ากรมปลัดกรม นุ่งสมปักลาย ห่มเสื้อครุย ใส่พอกเกี้ยวตามบรรดาศักดิ์...” ซึ่งจะพบว่าการสวมลอมพอกคู่กับสวมเสื้อครุยเป็นการแต่งกาย “เต็มยศ” ของขุนนางทุกครั้งที่เข้าเฝ้าพระมหากษัตริย์และในงานพระราชพิธีต่าง ๆ

หากพิจารณาจากภาพที่ 2 ประกอบกับสิ่งที่ตำราราชเสวกครั้งกรุงเก่ากล่าวไว้สอดคล้องกัน คือเสื้อครุยเป็นเสื้อที่แหวกเปิดข้างหน้า ตัวเสื้อคลุมถึงเข่า แต่จากภาพเห็นว่ามีหลายสี ซึ่งหลักฐานในเอกสารทางประวัติศาสตร์ในสมัยกรุงศรีอยุธยาที่เกี่ยวกับการกำหนดการแต่งกายขุนนางของไทยไม่ได้แสดงเกี่ยวกับสีของครุยไว้ แต่พบว่าในพงสาวดารเชมรศักราช 1550 (เข้าใจว่าเป็นมหาศักราช) จะตรงกับพุทธศักราช 2171 ต้นกรุงศรีอยุธยา กล่าวถึงการกำหนดเครื่องแต่งกายที่แสดงสีของครุยในพงสาวดารเชมร ซึ่งกล่าวไว้ว่าให้ทำเสื้อครุย“เอาอย่างไทย” (ศานติ ภัคดีคำ, 2549) ต่อมาเมื่อศักราช 1157 (ตรงนี้ควรเป็นจุลศักราช) จะตรงกับพุทธศักราช 2338 ตรงกับสมัยกรุงธนบุรีพอดี ซึ่งกษัตริย์เชมรได้ขอพระราชทานเชื้อพระวงศ์และครอบครัวขุนนางเชมรที่เคยอาศัยในกรุงศรีอยุธยาให้กลับสู่เชมรและได้บัญญัติจัดตั้งบ้านเมือง โดยจะเห็นการกำหนดเครื่องแต่งกายและเครื่องยศของขุนนางศักดินาแต่ละระดับ และโดยเฉพาะสีของครุย ดังความต่อไปนี้

“...ลค์ศักราช 1157 ศกเถาะนักษัตร พระบาทบรมบพิตรเสด็จขึ้นสถิตอยู่บนพระราชมนเทียรมุกลด...เมื่อเดือนเจ็ดปีเถาะนั้น พระองค์บัญญัติจัดการบ้านเมือง ตั้งจุตศตมภ์เอก 4 นายถือศักดินา 10,000 ให้กันร่มห่มแพรแดงมีระบาย 3 ชั้น สรวมเสื้อครุยแดง ถือถุงเครื่องยศ 6 เหลี่ยมเข้าเฝ้า ตั้งจุตศตมภ์โท ถือศักดินา 8,000 ให้กันร่มแพรสีตองมีระบาย 2 ชั้น สรวมเสื้อเสื้อครุยสีตอง ขุนนางที่มีศักดินา 6,000 ให้กันร่มสีม่วงมีระบายชั้นเดียว สรวมเสื้อครุยสีม่วง ขุนนางที่มีศักดินา 5,000-4,000 ให้กันร่มญวน สรวมเสื้อครุยพื้นเขียว ขุนนางที่มีศักดินาตั้งแต่ 3,000 ลงมาให้สรวมเสื้อครุยสีขาว...”(ศานติ ภัคดีคำ, 2549)

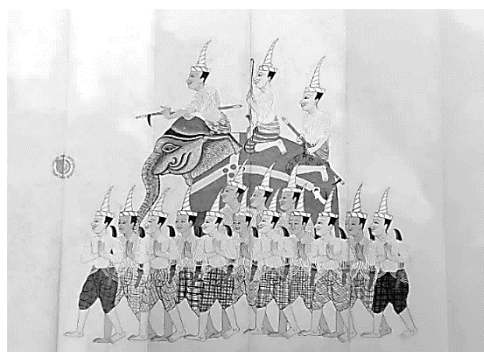
จากความมีการกำหนดสีครุยและลักษณะร่มเป็นไปตามศักดินา แต่ไม่พบการใช้ร่มสีตองหรือสีม่วงจากเอกสารหรือภาพจิตรกรรมใดของไทย จึงสันนิษฐานว่าการบัญญัติการแต่งกายของเชมรคงเป็นกำหนดตามความเหมาะสมและความเห็นชอบพระมหากษัตริย์

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากตัวอย่างภาพที่ 2 ขุนนางไทยที่สวมครุยสีเป็นขุนนางที่ดูเหมือนว่าจะต้องตามเสด็จพระมหากษัตริย์อย่างใกล้ชิดและเป็นการเสด็จพระราชดำเนินการเป็นการเฉพาะ เนื่องจากจำนวนของขุนนางมีจำนวนน้อย ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดยม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังภาพนี้



ภาพที่ 3: กระบวนพยุหยาตราทางสถลมารคถวายผ้าพระกฐินครั้งแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์ฯ
ในภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดยม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงลักษณะของขุนนางไทยที่สวมครุยนั่งบนหลังช้าง
ที่มา: หอสมุดแห่งชาติ (2544)

ในภาพที่ 3 เป็นภาพกระบวนพยุหยาตราฯ แสดงภาพข้าราชการในกระบวนทุกหมู่เหล่าในชุดเต็มยศ โดยผู้วิจัยเลือกภาพที่เป็นกระบวนของทหารที่จะเห็นภาพขุนนางชั้นยศสูงที่สวมลอมพอกมีเกี้ยวหรือเสวียน สวมครุยสีขาว นั่งบนหลังช้าง และปรากฏการแต่งกายเต็มยศด้วยการสวมเฉพาะลอมพอกและครุยในกระบวนของขุนนางอีกภาพหนึ่ง ดังนี้



ภาพที่ 4: กระบวนพยุหยาตราทางสถลมารคถวายผ้าพระกฐินครั้งแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์ฯ
ในภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดยม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงลักษณะของเสือครุย
ที่มา: หอสมุดแห่งชาติ (2544)

จากตัวอย่างเสือครุยในภาพที่ 4 และ 5 อยู่ในกระบวนพยุหยาตราฯ ซึ่งเป็นพระราชพิธีที่สำคัญและมีข้าราชการบริพารทุกหมู่เหล่าร่วมกระบวน “สวมครุยสีขาวทั้งสิ้น” ดังนั้นในฐานะที่พระยาพิชัยดาบหักขณะดำรงตำแหน่งเจ้าเมืองพิชัย ไม่ได้เป็นขุนนางที่ตามเสด็จใกล้ชิดพระมหากษัตริย์ เมื่อเข้าร่วมพระราชพิธีใด ๆ จึงควรสวมเสือครุยสีขาว

ความเชื่อที่ปรากฏ เป็นเชื่ออย่างรูกษเทวดาในจิตรกรรมฝาผนัง

3. ผ้าลายอย่าง จากหลักฐานที่แสดงข้างต้นพบว่าการสวมลอมพอกคู่กับการสวมเสือครุยเป็นการแต่งเต็มยศ ซึ่งก็พบว่ามีภาพการแต่งกายแบบไม่เต็มยศในบางงานพระราชพิธี คือสวมแต่เสือครุย ดังตำราราชเสวกครั้งกรุงเก่า (กรมหมื่นไชยนาทนเรนทร, 2459, น.14) แสดงการกำหนดการแต่งกายของขุนนางแต่ละชั้นยศในงานพระราชพิธีอื่น ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

... ถ้าเสด็จไปทอดพระเนตรการมหรสพ เจ้ากรม(ตำรวจ) ปลัดกรม นุ่งสมปักลาย ห่มเสือครุย ...
การบวชนาคหลวงนั้น ให้นุ่งสมปักลาย ใส่เสือครุย ถ้าเสด็จไปทอดพระเนตรการแห่ใด ๆ เจ้ากรมปลัดกรม
นุ่งสมปักลาย ใส่เสือครุย

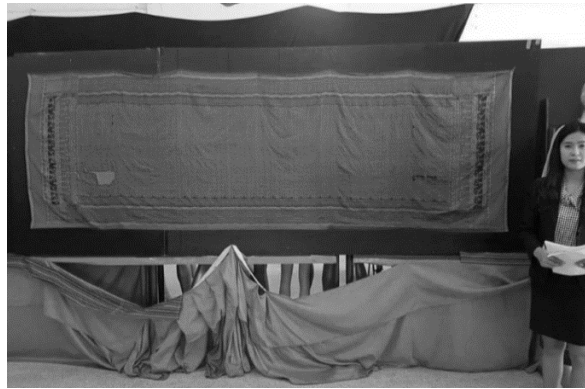
จากข้อความข้างต้น จะเห็นว่าไม่ว่าจะเป็นการแต่งแบบเต็มยศหรือไม่ สิ่งหนึ่งที่ขุนนางนุ่งเหมือนกันก็คือการนุ่งสมปักลาย ซึ่งเป็นชนิดของผ้าที่ใช้สำหรับนุ่ง โดยศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (2558, น. 7) อธิบายถึงคำว่าสมปักและสมปักลาย ดังนี้ “คำว่า “สมปัก” หรือ “สองปัก” สันนิษฐานว่าน่าจะมาจากคำว่า “สมพด” หรือ “ซั่มปัด” ในภาษาเขมร มีความหมายถึงผ้าหรือสิ่งทอที่ใช้สำหรับนุ่ง ไม่ได้จำกัดว่าเป็นผ้าที่ทอด้วยกรรมวิธีและวัสดุชนิดใด... สมปักลาย เป็นผ้าที่มีการสร้างลวดลายเพื่อตกแต่งบนผืนผ้าด้วยกรรมวิธีการพิมพ์ลาย หรือการเขียนลายและการแต้มสี บางครั้งเรียกว่าผ้าลาย หรือผ้าลายอย่าง...” หมายความว่า สมปัก เรียกอีกอย่างว่า สองปัก ส่วนสมปักลาย เรียกได้อีก 2 อย่าง คือ ผ้าลาย และ ผ้าลายอย่าง ซึ่งทั้งสมปักและสมปักลายนี้ปรากฏในการกำหนดการแต่งกายขุนนางในตำราราชเสวกครั้งกรุงเก่า ซึ่งมีลักษณะคือเป็นการพิมพ์ลายลงบนผืนผ้าเช่นเดียวกัน ในที่นี้ขอพิจารณาพร้อมกับภาพจิตรกรรมจากสมุดภาพไตรภูมิ ฉบับกรุงศรีอยุธยา-ฉบับกรุงธนบุรี ภาพนี้



ภาพที่ 5: สัญลักษณ์และพญายมโลกสอบถามเรื่องบุญบาป แสดงลักษณะของการนุ่งผ้าของขุนนาง
ที่มา: คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ กรมศิลปากร (2552)

จากภาพแสดงภาพที่ขุนนางที่ทำหน้าที่ต่าง ๆ นุ่งผ้าสมปักลายหรือผ้าลายอย่าง ซึ่งภาพนี้เขียนขึ้น สมัยกรุงธนบุรี หมายความว่าพระยาพิชัยดาบหักก็ควรได้รับพระราชทานผ้าลายอย่างเช่นเดียวกัน โดยประภัสสร โพธิ์ศรีทอง (2561, น.69-70) อธิบายถึงผ้าลายอย่างไว้ว่า “ผ้าลายอย่าง คือ ผ้าที่ทำตามลายตัวอย่างที่สยามออกแบบส่งไปผลิต มีทั้งรูปเทพในศาสนาฮินดู รูปเทวดา ลายตัวภาพในท่าต่าง ๆ และลายพันธุ์พฤกษา มีความปราณีตของลวดลาย ส่วนท้องผ้า ส้มเวียง และลายกรวยเชิงมีหลายชั้น ซึ่งจำกัดการใช้เฉพาะพระมหากษัตริย์ พระบรมวงศานุวงศ์ และใช้เป็นสิ่งของพระราชทานแก่ขุนนางชั้นผู้ใหญ่...” แต่อย่างไรก็ตาม มีกำหนดในการใช้สีผ้าเฉพาะพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ เช่น ในกฎหมายตราสามดวงส่วนของกฎหมายเทียบบาล (สถาบันปรีดี พนมยงค์, 2548, น.74) กล่าวถึงการห้ามข้าราชการที่ไม่ใช่ขุนนาง “...ห้ามนุ่งผ้าสีแดง ผ้าชมพูไพร่...” โดยสีของผ้านี้ แม้แต่ขุนนางเองก็ไม่ควรสวมสีแดง เนื่องจากพบว่าเมื่อเวลาถึงงานพระราชพิธี พระมหากษัตริย์จะฉลองพระองค์และทรงพระภูษาพื้นแดง เช่น คำให้การวัดประดู่ทรงธรรม (2554, น.80) กล่าวถึงการทรงพระภูษาด้วยสีแดงปักทอง ไว้ว่า “...ครั้นพร้อมแล้วพระองค์จึงสระสรงทรงเครื่อง แล้วจึงทรงพระภูษาพื้นแดงปักทอง...” ดังนั้นขุนนางเองจึงควรหลีกเลี่ยงการแต่งกายด้วยสีแดงและสีทอง

ทั้งนี้ปราชญ์ เครือทอง (การสื่อสารส่วนบุคคล, 24 มีนาคม 2567) ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าพระยาภิรมย์ภักดีเมืองนคร จะใช้ผ้าลายอย่างที่มีกรวยเชิงชั้นเดียว (กรวยเชิงคือลายขอบรอบนอกของผ้า) ทั้งยังกรุณาส่งภาพผ้าจากวัดโพธิ์มาให้เห็นเป็นตัวอย่าง ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 6: ผ้าลายอย่างที่มีกรวยเชิงชั้นเดียวจากวัดโพธิ์
ที่มา: ปรามินทร์ เครือทอง (2567)

ดังนั้น พระยาพิชัยดาบหัก จึงควรใช้ผ้าลายอย่างหรือสมปักลายที่ไม่ใช่สีแดงหรือชมพูไพร้า โดยลายที่สามารถใช้ได้และมีจัดทำในสมัยกรุงศรีอยุธยาถึงกรุงธนบุรี คือ ลายราชวัติ ลายประจำยาม ลายก้านแย่ง ลายกนก ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ ฯลฯ มีกรวยเชิงชั้นเดียว

ความเชื่อที่ปรากฏ มาจากการเลือกลายที่พิมพ์บนผ้าต้องหลีกเลี่ยงลายที่เป็นลายเทพหรือสัตว์ในป่าหิมพานต์ เพราะลายดังกล่าวจะปรากฏใช้สำหรับพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ เช่น ความจากคำให้การวัดประดู่ทรงธรรม (2554, น. 54-55) ในพิธีโสกันต์เจ้าฟ้า พบว่า ลายผ้าสำหรับเจ้าฟ้านั้นจะต้องปรากฏเป็นลายราชสีห์มีเทพชุมนุม ดังนี้ “...รุ่งขึ้นเวลาเช้าพระฤกษ์ได้โสกันต์... เนื้อผ้าที่ปักเป็นรูปราชสีห์มีเทพชุมนุม...” ทั้งนี้ที่ลายผ้าในพิธีโสกันต์เจ้าฟ้าต้องมีเทพและสัตว์ในป่าหิมพานต์ก็เป็นเพราะว่าในพระราชพิธีเป็นการจำลองเขาไกรลาส ซึ่งเป็นที่ประทับของเทพเทวดาต่าง ๆ เสมือนเจ้าฟ้าที่เข้าพิธีเป็นดังเทพนั่นเอง

4. เลื้อยเขมขาบ จากหลักฐานที่แสดงข้างต้นพบว่าผ้าสมปักลายหรือผ้าลายอย่างนอกจากนุ่งกับเสื้อครุยแล้วยังใช้ร่วมกับเสื้อด้วย ซึ่งเสื้อนี้ปรากฏว่าสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีฯ พระราชทานให้พระยาพิชัยดาบหัก คราวที่พระราชทานเครื่องยศเพื่อให้เป็นแม่ทัพไปตีเมืองเชียงใหม่ ดังความว่า “...ครั้งนี้ แลให้พระราชทานพระยาพิชัย (คือ) **เลื้อยเขมขาบผืน 1 คาบ** ศิลารองทรงบอก 1 ปืนใหญ่หน้าเรือกินดิน (หนัก) 15...” (สำเนาท้องตราปีมะเมีย พ.ศ.2317, (พันจันทนุมาศ (เจิม), 2479) ซึ่งเขมขาบเป็นลักษณะของผ้า โดยผ้าพิมพ์ลายโบราณในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ, (ณัฐภัทร จันทวิช, 2545, น.81-82) อธิบายถึงผ้าเขมขาบไว้ว่า “...ผ้าทอด้วยไหมยกดอกด้วยไหมทอง คือเอากะไหล่ทองแผ่บาง แล้วหุ้มเส้นไหมทอควบกับไหมสีกเป็นลายริ้ว เห็นลายทองกับลายพื้นเท่ากัน และบางที่มีไหมเงินทอแซมด้วย ในภาษาเปอร์เซียมีคำว่า kimkhab แปลว่า ผ้าทอง...”

ซึ่งจากภาพที่ 5 ขุนนางที่สวมเสื้อด้วยผ้าเขมขาบคือขุนนางที่ถือสมุดไทยนั่งแยกไปคนเดียว ส่วนแบบของเสื้อที่เป็นคอตั้งและแขนยาวนั้น ในสมัยกรุงศรีอยุธยาไม่พบข้อมูลว่าเมื่อพระมหากษัตริย์พระราชทานแล้วบอกให้ตัดเย็บออกมาด้วยชื่อที่ชัดเจน เพียงพบที่ระบุว่า “เสื้อสนอบ” ดังตัวอย่างในกฎหมายตราสามดวงส่วนกฎหมายเถียรบาล (สถาบันปรีดี พนมยงค์, 2548, น.77) กล่าวว่า “...อนึ่งพระเจ้าอยู่หัวประสาธ ผ้า **เสื้อสนอบ** แก่ทหารพ่อเรือนทั้งหลาย เมื่อแขกเมืองมาแลเบิกเข้าไปถวายบังคม บ่ มิได้นุ่งห่มเสื้อสนอบ ซึ่งพระราชทานนั้น แล นุ่งห่มเสื้อผ้าอื่นควรให้มาดูร้าย...” จากความแสดงให้เห็นว่าการใช้เสื้อสนอบเป็นไปในการสำคัญต่าง ๆ ทั้งสิ้น และมีบทลงโทษหากแขกเมืองมาแล้วขุนนางไม่สวมเสื้อสนอบ

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้พบแบบเสื้อคอตั้งแขนยาวลักษณะเดียวกับภาพจิตรกรรมฝาผนังดังกล่าวในห้องอิสริยยศตราภูษาภัณฑ์ ณ พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ พระนคร โดยเรียกว่า “เสื้ออย่างน้อย” ซึ่งเสื้อเขมขาบที่พระยาพิชัยดาบหักได้รับพระราชทานควรจะเป็นแบบเสื้ออย่างน้อยและแขนยาว ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 7: เสื้ออย่างน้อย ในพิพิธภัณฑ์แห่งชาติ พระนคร
ที่มา: สุภัคกาญจน์ จิวลักษณ์ (2567)

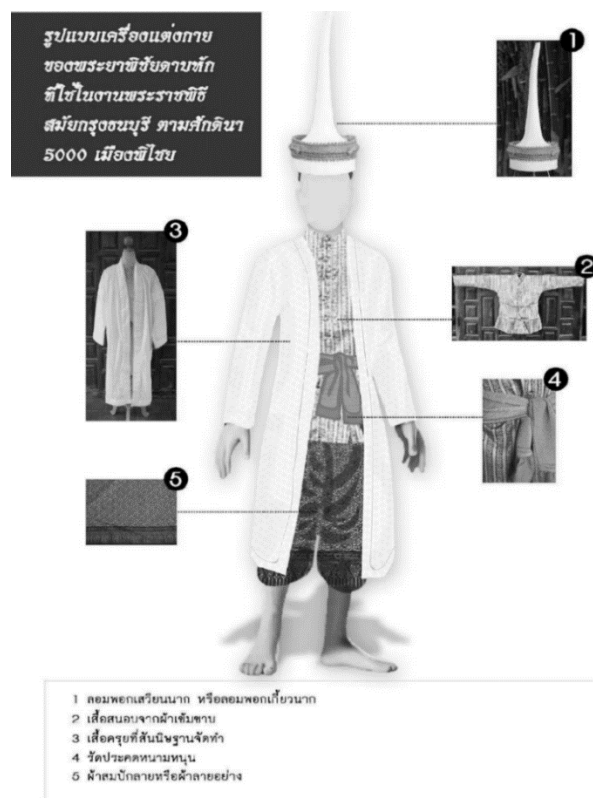
ความเชื่อที่ปรากฏ เป็นความเชื่อเรื่องเสื้อพระอินทร์และเสื้อพระมเหสมัด ไว้ว่า “... เจ้าแซกที่เมืองขวา เขาเคยเชื่อกันว่า เขามีเสื้อของพระอินทร์อยู่ตัวหนึ่ง เสื้อตัวนี้เอาไฟเผาไม่ไหม้ เวลาจะซักฟอกเอาลงซักในน้ำก็ไม่สะอาด ต้องเอาไฟเผาจึงสะอาด นอกจากเสื้อพระอินทร์ เขายังว่า มีเสื้อพระมเหสมัดอีกด้วย เวลาทำพิธีราชาภิเษกต้องใส่และเป็นการเสี่ยงทายด้วย ถ้าแขนสั้นไปแปลว่าจะอายุสั้น ถ้ายาวก็จะเสวยราชย์ได้นาน...” (ส.พลายน้อย, 2565) ด้วยความหมายนี้จึงทำให้เสื้อของขุนนางเป็นแขนยาว

5. รัดประคดนามขนุน ซึ่งจากภาพที่ 5 ยังพบว่าขุนนางคาดผ้าคาดเอวด้วย ซึ่งคณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ (2542, น. 215) อ้างถึง สมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ กล่าวถึงการใช้ผ้าคาดเอวว่า “ผืนหนึ่งนุ่งโจงกระเบนสนับเพลา อีกผืนหนึ่งคาดพุง...เข้าใจว่าผืนที่นุ่งคงเรียกว่าผ้านุ่ง ผืนที่คาดคงเรียกว่าผ้าเกี้ยว...” หมายความว่า ผ้าที่ใช้คาดพุงเรียกว่า ผ้าเกี้ยว ซึ่งผ้าเกี้ยวของขุนนางซึ่งพบในกฎหมายตราสามดวงเล่ม 2 (สถาบันปรีดี พนมยงค์, 2548ข, น.48-50) กล่าวถึงผ้าเกี้ยวแบบที่ใช้ในงานพระราชพิธีในแผ่นดินของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช โปรดให้ออกพระราชบัญญัติว่าด้วยการแต่งกายใน โดยอ้างถึงการแต่งกายที่สืบต่อมาและกำหนดต่อไป โดยในที่นี้กล่าวถึงผ้าเกี้ยวด้วย ดังความว่า “...ธรรมเนียมแต่ก่อนสืบมาจะนุ่งผ้าสมปักท้องนาก และใส่เสื้อครุยกรองคอ กรองต้นแขน กรองปลายแขน จะคาดรัดประคดนามขนุน...แต่นี้สืบไปเมื่อหน้า ให้ข้าราชการและราษฎรทำตามอย่างธรรมเนียมแต่ก่อน...” โดยรัดประคดนามขนุนมีลักษณะดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 8: รัดประคดนามขนุน
ที่มา: mountainstudio (2567)

จากภาพจะเห็นความเป็นนามชนบนบรัดประคด คือมีหนามเล็ก ๆ เต็มพื้นผ้า มีลักษณะนุ่มและยืดหยุ่น ทำให้เมื่อเวลารัดคาดไม่หลุดง่าย ด้วยเหตุนี้ ผ้าเกี่ยวของพระยาพิชัยดาบหักจึงควรเป็นรูปแบบบรัดประคดนามชนุน ทั้งนี้เพื่อให้เห็นภาพการแต่งกายและเครื่องยศตามที่ได้สันนิษฐานของพระยาพิชัยดาบหัก ผู้วิจัยจึงได้จัดทำภาพประกอบ ดังนี้



ภาพที่ 9: รูปแบบเครื่องแต่งกายของพระยาพิชัยดาบหักที่ใช้ในงานพระราชพิธีสมัยกรุงธนบุรี
ที่มา: สุกคภาณูจน์ จิวาลักษณ์ (2568)

อภิปรายผล

จากการศึกษารูปแบบเครื่องแต่งกายตามชั้นยศของพระยาพิชัยดาบหักในการเข้าเฝ้าฯและงานพระราชพิธีในสมัยกรุงธนบุรี และความเชื่อที่ปรากฏ ได้ศึกษารูปแบบการแต่งกายและความเชื่อที่ปรากฏ โดยใช้ข้อมูลในสมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น

ซึ่งในด้านรูปแบบการแต่งกายและความเชื่อ ในการแต่งกาย อันได้แก่ ทรงผม เครื่องประดับ เครื่องแต่งกายกับวิธีการแต่งกาย รวมถึงลักษณะของการใช้ผ้าและการใช้สี มีการอ้างอิงข้อมูลในเชิงประวัติศาสตร์ ทั้งข้อมูลจากภาพจิตรกรรมประติมากรรม ข้อมูลจากพงศาวดารและจดหมายเหตุที่เกี่ยวข้อง ทั้งคติความเชื่อทั้งแบบพราหมณ์และพุทธ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ รินบุญ นุชน้อมบุญ (2549, น.81-214) ศึกษาเรื่องเครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง: กรณีศึกษาเครื่องแต่งกายในงานภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์เรื่องสุริโยทัย และสอดคล้องกับ ชลัมพ์ ประคองทรัพย์ (2558, น.96-135) ศึกษาเรื่องการสืบสานภูมิปัญญาการปักชุดโขนไทย ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ รินบุญ นุชน้อมบุญ (2561, น.223-235) เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง: กรณีศึกษาเครื่องแต่งกายในงานภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์เรื่อง “ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช”

ทั้งนี้จังหวัดอุดรธานีได้ให้ความสำคัญของเครื่องแต่งกายตลอดจนเครื่องยศ และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงการเทิดทูนพระยาพิชัยดาบหัก โดยการจัดขบวนแห่ในงานพระยาพิชัยดาบหักและกาชาดของจังหวัดทุกปี รวมไปถึงการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ของจังหวัดและพื้นที่แหล่งเรียนรู้

ข้อเสนอแนะ

หากมีการต่อยอดไปถึงการศึกษาเปรียบเทียบขนานอื่น ๆ ในยุคเดียวกัน อาจช่วยแสดงให้เห็นความโดดเด่นของรูปแบบเครื่องแต่งกายของพระยาพิชัยดาบหักได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กรมหมื่นไชนนาทเรนทร. (2459). *ตำราราชเสวกครั้งกรุงเก่า*. โรงพิมพ์ไทย.
- กองบรรณาธิการศิลปวัฒนธรรม. (2567, 9 ตุลาคม). ประวัติ “เครื่องแต่งกาย” เปลือยอกถึงเสื้อลูกไม้ และที่มาสมัย ร.3 “สวมเสื้อเข้ามาก็ไม่โปรด” ศิลปวัฒนธรรมออนไลน์. https://www.silpa-mag.com/culture/article_35511
- คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. (2552). *สมุดภาพไตรภูมิสมุดภาพไตรภูมิ ฉบับกรุงศรีอยุธยา - ฉบับกรุงธนบุรี เล่ม 2*. กรมศิลปากร.
- คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. (2542). *การแต่งกายไทย: วิวัฒนาการจากอดีตสู่ปัจจุบัน เล่ม 1*. สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ.
- คำให้การขุนหลวงวัดประดู่ทรงธรรม เอกสารจากหอหลวง. (2554). (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จุลทรรศน์ พยาฆรานนท์. (2543). *ร้อยคำร้อยความ: รวมประวัติและผลงานด้านศิลปวัฒนธรรมไทย*. สถาบันไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลัมพ์ ประคองทรัพย์. (2558). *การสืบสานภูมิปัญญาการปักชุดโขนไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร) <https://lib.rmutp.ac.th/bibitem?bibid=b00096712>.
- เชษฐ ดิงสัญลักษณ์. (2562). *บทบาทของศิลปะอันเดียวต่อเครื่องแต่งกายประติมากรรมบุคคลในเอเชียอาคเนย์*. มติชน.
- แซร์แอส นิโกลาส. (2550). *ประวัติศาสตร์ธรรมชาติและเมือง แห่งราชอาณาจักรสยาม*. ศรีปัญญา.
- ณัฐภัทร จันทวิช. (2545). *ผ้าพิมพ์ลายโบราณในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ*. สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ.
- ประภัสสร โพธิ์ศรีทอง. (2561). *ผ้าลายในสยาม =Chintz in Thai history*. โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.
- ปารามินทร์ เครือทอง. (2567, 24 มีนาคม). *ผ้าลายอย่างที่มีกรวยเชิงชั้นเดียวจากวัดโพธิ์*. (ภาพถ่าย).
- พันจันทนุมาศ (เจิม). (2479). *ประชุมพงศาวดาร ภาคที่ 64 พงศาวดารกรุงศรีอยุธยา ฉบับพันจันทนุมาศ (เจิม)*. ไสภณพิพรพจนานุกร.
- รินบุญ นุชน้อมบุญ. (2549). *เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง: กรณีศึกษาเครื่องแต่งกายในภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ เรื่อง “สุริโยไท”* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ). https://tdc.thailis.or.th/tdc/dccheck.php?Int_code=96&RecId=7163&obj_id=18537&showmenu=no.
- รินบุญ นุชน้อมบุญ. (2561). *เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง : กรณีศึกษาเครื่องแต่งกายในงานภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์เรื่อง “ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช”*. *วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคม*. 6(2), 223-235.
- ลาลูแบร์, ซีมอง เดอ. (2510). *Du Royaume de Siam [จดหมายเหตุ ลา ลูแบร์: ราชอาณาจักรสยาม]*. ก้าวหน้า
- ศานติ ภักดีคำ. (2549). *ประชุมพงศาวดาร ฉบับกาญจนาภิเษก เล่ม 12*. กรมศิลปากร.
- ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน). (2558). *สมบัติภูมิปัญญาไทย จากราชสำนักสู่สามัญชน*. เนติกุลการพิมพ์.
- ส.พลายน้อย. (2565). *เกร็ดโบราณคดีประวัติศาสตร์ไทย*. รวมสาส์น.

- สถาบันปรีดี พนมยงค์. (2548ก). *กฎหมายตรา 3 ดวง ฉบับพิมพ์มหาวิทยาลัยวิชาธรรมศาสตร์และการเมือง แก้ไขปรับปรุงใหม่ เล่ม 1*. สุขภาพใจ.
- สถาบันปรีดี พนมยงค์. (2548ข). *กฎหมายตรา 3 ดวง ฉบับพิมพ์มหาวิทยาลัยวิชาธรรมศาสตร์และการเมือง แก้ไขปรับปรุงใหม่ เล่ม 2*. สุขภาพใจ.
- สุภัคกาญจน์ จิวาลักษณ์. (2567, 19 มกราคม). เลื้อยอย่างน้อยในพิพิธภัณฑ์แห่งชาติพระนคร. (ภาพถ่าย).
- สุภัคกาญจน์ จิวาลักษณ์. (2568, 29 เมษายน). รูปแบบเครื่องแต่งกายของพระยาพิชัยดาบหักที่ใช้งานพระราชพิธีสมัยกรุงธนบุรี. (ภาพถ่าย).
- สุรัชย์ จงจิตงาม. (2548). แนวคิดเรื่องความเป็นจริงในงานจิตรกรรมฝาผนังสมัยรัตนโกสินทร์ = *The concept of reality as portrayed in Thai Mural of the Rattanakosin period* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) https://elibrary.tsri.or.th/fullP/RDG4610011/RDG4610011V2/RDG4610011_V2_full.pdf
- สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ. (2542). *การแต่งกายไทย : วิวัฒนาการจากอดีตสู่ปัจจุบัน เล่ม 1*. อัมรินทร์พรินติ้ง.
- หอสมุดแห่งชาติ. (2544). *กระบวนพยุหยาตราทางสถลมารคจากภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดยวมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. ศิลปบรรณาคาร.
- หอสมุดแห่งชาติ. (2567). *ภาพจิตรกรรมฝาผนังแสดงลอมพอกที่ปรากฏเสวียนหรือเกี้ยวของขุนนาง*. (ไมโครฟิล์ม).
- อภิโชค แซ่ไคว้. (2542). *การแต่งกายไทย*. คอมแพคท์พรินท์.
- Mountainstudio. (2567). *รัดประคดหนามขุนน. (ภาพถ่าย)*. <https://thaistylestudio1984.com/>

หัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม – สยามยุทธ์ ค.ศ.1833 – 1846¹ Huamuang Khamen Padong and Annamese – Siamese War in 1833 – 1846

ปฏิมากรณ์ มาดี², ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์³, ณัฐหทัย มานาดี⁴
Patimakorn Madee², Dararat Mattariganond³, Nathatai Manadee⁴

Received: March 9, 2025

Revised: August 21, 2025

Accepted: August 26, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม - สยามยุทธ์ ในช่วง ค.ศ.1833 – 1846 โดยใช้วิธีการศึกษาทางประวัติศาสตร์ เน้นศึกษาจากเอกสารชั้นต้นประเภท ใบบอก จดหมายเหตุ รายงานการเดินทัพ ฯลฯ ของไทย เขมร เวียดนาม และเอกสารประเภทงานวิจัย วิทยานิพนธ์ ฯลฯ มาประกอบ ผลการศึกษาพบว่า หัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม - สยามยุทธ์ ค.ศ.1833 – 1846 มีความเกี่ยวข้องกับการเป็นกำลังพลสำคัญในการรบทางบกให้กับกองทัพของสยาม โดยเฉพาะการรบในปี ค.ศ.1840 – 1841 และ ค.ศ.1845 หัวเมืองเขมรป่าดงเป็นกำลังพลหลักในการรบ รักษาค่าย ลาดตระเวนสืบข่าวในพื้นที่เขมรและญวน รวมถึงการใช้กำลังพลช้างในการรบจนได้รับชัยชนะในสงคราม และยังเป็นพื้นที่รองรับครัวที่ถูกกวาดต้อนอีกด้วย ปัจจัยที่ทำให้หัวเมืองเขมรป่าดงมีความสำคัญในการสงครามนี้ ได้แก่ 1. สภาพภูมิศาสตร์ที่มีอาณาเขตติดกับเมืองเขมร 2. ทรัพยากรธรรมชาติที่มีทั้งกำลังคนและช้าง 3. ภาษา วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ของผู้นำหัวเมืองเขมรป่าดง มีข้อเสนอแนะคือควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับหัวเมืองลาวตะวันออกกับอันนัม - สยามยุทธ์และรวมถึงการใช้ช้างกับการสงครามในกลุ่มน้ำโขง เพื่อให้นักศึกษามีความสมบูรณ์และรอบด้านมากขึ้น

คำสำคัญ: หัวเมืองเขมรป่าดง, อันนัม - สยามยุทธ์, การสงครามในกลุ่มน้ำโขง

Abstract

This study aims to explore the role of Huamuang Khamen Padong and the Annamese-Siamese War during 1833 – 1846 with historical research methods. The study employs primary documents such as royal commands, historical records, and military campaign reports from Thailand, Cambodia, and Vietnam, supplemented with data from research papers and dissertations. The findings indicate that Huamuang Khamen Padong was integral to providing military support on land for the Siamese army, particularly during the conflicts of 1840 –1841 and 1845. Huamuang Khamen Padong played critical roles in combat, camp defense, patrol, and intelligence operations within Khmer and Vietnamese territories. Additionally, the use of elephants as a military resource

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษาเรื่อง “อีสานกับการสงครามในกลุ่มน้ำโขง พ.ศ.2369 – 2389” สาขาลุ่มน้ำโขงศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (Graduate Student, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University) Email: Patimakorn_m@kkumail.com

³ รองศาสตราจารย์ ดร. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (Associate Professor Dr., Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University) Email: darmaat@kku.ac.th

⁴ อาจารย์ ดร. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (Lecturer Dr., Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University) Email: nathama@kku.ac.th

significantly contributed to the victories in these wars, and these areas also served as logistical bases for displaced troops. The significance of Huamuang Khamen Padong in this conflict stemmed from several factors: 1. geographical proximity to Cambodia, 2. natural resources including manpower and elephants, and 3. the language, culture, and relationships of the leaders of these frontier towns. Recommendations for further study include examining the role of the eastern Lao towns in the Annamese-Siamese War and the utilization of elephants in warfare along the Mekong River to provide a more comprehensive and multifaceted understanding of the regional conflicts.

Keywords: Huamuang Khamen Padong, Annamese – Siamese War, Warfare in the Greater Mekong Subregion

บทนำ

“หัวเมืองเขมรป่าดง” จากเอกสารสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว หมายถึงพื้นที่บริเวณเมืองสุรินทร์ สังขะ ขุขันธ์ ศรีสะเกษและเดชอุดม (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2394) ตั้งอยู่ในแอ่งโคราชบริเวณลุ่มน้ำมูล-ชีตอนล่าง มีอาณาเขตที่ติดกับเส้นทางต่าง ๆ ในเทือกเขาพนมดงเร็กไปสู่กัมพูชา (ธิดา สารยา, 2546 น.19 - 20) เหตุผลที่พื้นที่และผู้คนในบริเวณนี้ถูกเรียกว่า “เขมรป่าดง” ธวัช ปุณโณทก (2542 น.560-568) ได้อธิบายว่า เนื่องจากชนพื้นเมืองส่วนใหญ่ที่อยู่บริเวณนี้ไม่ใช่เขมรกัมพูชาและมีความแตกต่างทางด้านภาษาซึ่งก็คือพวกกูย (หรือส่วย ที่ทำหน้าที่ส่งส่วยให้แก่ราชสำนัก) อย่างไรก็ตามหัวเมืองเขมรป่าดงในพื้นที่ดังกล่าวพบว่ามีทั้งกลุ่มชาติพันธุ์กูย เขมร และมีส่วนบางส่วนที่อพยพเข้ามาภายหลังในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ (สุทัศน์ กองทรัพย์, 2536 น.21) ส่วนผู้คนในบริเวณนี้จากหลักฐานทางโบราณคดีพบว่ามีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับอารยธรรมเขมรและจากหลักฐานเขมรในพงศาวดารเมืองละแวก จ.ศ.1158 (ค.ศ.1796) ตรงกับสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก (รัชกาลที่ 1) ยังพบความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าเมืองเขมรได้มาลี้ภัยสงครามอยู่ในบริเวณเมืองเขมรป่าดง และได้มีสัมพันธ์อันดีกับเจ้าเมืองกวย (สันนิษฐานว่าคือกลุ่มกูย) และกลุ่มนี้ได้ช่วยเหลือส่งกองทัพและเกณฑ์ผู้คนไปตีเมืองคืนได้สำเร็จ (กรมศิลปากร, 2549ก น.58) จึงน่าจะเห็นว่าหัวเมืองเขมรป่าดงมีความสำคัญและสัมพันธ์กับเมืองเขมรจึงเป็นที่น่าสนใจในช่วงที่สยามเกิดการสงคราม “อันนัม-สยามยุทธ์” หัวเมืองเขมรป่าดงมีความสำคัญอย่างไร

อันนัม – สยามยุทธ์ หมายถึงการสงครามระหว่างสยามกับญวน (เวียดนาม) ที่เกิดขึ้นในช่วง ค.ศ.1833 – 1846 รวมเวลาทั้งหมด 13 ปี ตรงกับสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (ค.ศ.1824 - 1851) ของสยาม ส่วนเวียดนามตรงกับสมัยพระเจ้ามินห์หม่าง (ค.ศ.1820 - 1841) และพระเจ้าเตียวตริ (ค.ศ.1841-1847) สำหรับเขมรตรงกับสมัยสมเด็จพระอุทัยราชาธิราชรามาริบัติ (ค.ศ.1806-1834) และสมเด็จพระหริรักษ์รามาริบัติ (ค.ศ.1840-1860) สำหรับพื้นที่การสงครามส่วนใหญ่อยู่ในบริเวณประเทศกัมพูชาปัจจุบันคือ พื้นที่ตอนเหนือของโดนเลสาบบริเวณเมืองเสียมราฐ ชีแครง กำพงสวาย กำพงธม สโตงและมโนไพร ส่วนพื้นที่ตอนล่างของโดนเลสาบคือพื้นที่บริเวณเมืองพระตะบอง โพธิสัตว์ อุดงฤชัย พนมเปญ บาพนม กำปอด บันทายมาศ และบริเวณพื้นที่ ฮาเตียน โจฎก แสดก (อยู่ในเวียดนามปัจจุบัน) ซึ่งจะเห็นได้ว่าพื้นที่การสงครามส่วนใหญ่อยู่ในเขมร ผลของการสงครามสยามชนะทางบก 2 ครั้ง (ในพื้นที่ของเขมร) แพ้ทางเรือ 2 ครั้ง (ในพื้นที่ของเขมรและญวนอย่างละครึ่ง) (วรินันท์ วารวิชนนท์, 2513 น.91-161) จึงเป็นที่น่าสนใจว่าหัวเมืองเขมรป่าดงมีความเกี่ยวพันอย่างไรกับการสงคราม “อันนัม – สยามยุทธ์” (ค.ศ.1833 – 1846)

จากการทบทวนวรรณกรรมแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ 1. งานศึกษาหัวเมืองเขมรป่าดง พบว่างานส่วนใหญ่เน้นศึกษาเรื่องประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ของเขมรป่าดง เช่น Seidenfaden (1952) Mikusol (1984) ประจวบ จันทรหมื่น (2556) เป็นต้น 2. งานศึกษาเกี่ยวกับอันนัม – สยามยุทธ์ พบว่ามี 3 กลุ่มคือ 1. งานศึกษาประวัติศาสตร์อันนัม-สยามยุทธ์คือ งานบุกเบิกของวรินันท์ วารวิชนนท์ (2513) ศานติ ภักดีคำ (2554) เป็นต้น 2. งานศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสยาม ญวนและเขมร ดังเช่น ถนอม อานามวัฒน์ (2514) ธิดา สารยา (2533) สุเจน กรรพฤทธิ์ (2560)

Dang (2003) Duong (2006) และ Duong (2008) ฯลฯ 3. งานศึกษาประวัติศาสตร์นิพนธ์การสงครามอันนัม-สยามยุทธ์ เช่น ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์ (2550) มรกตวงศ์ ภูมิพล (2556) ศานติ ภัคดีคำ (2550) เป็นต้น

จากข้างต้นบทความนี้จึงต้องการบุกเบิกการศึกษาหัวเมืองเขมรป่าดงว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการสงครามอันนัม - สยามยุทธ์ ในช่วง ค.ศ.1833 – 1846 อันจะทำให้การศึกษาการสงครามครั้งนี้มีความลุ่มลึกและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสำคัญของหัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม – สยามยุทธ์ ค.ศ.1833 - 1846

ทบทวนวรรณกรรม

งานศึกษาหัวเมืองเขมรป่าดง แบ่งได้เป็น 2 ประเด็นคือ (1) กลุ่มที่เน้นศึกษาประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ งานเรื่อง The Kui people of Cambodia and Siam ของ Seidenfaden (1952) เป็นงานบุกเบิกการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์กวยในอีสาน งานในยุคต่อมาที่ได้รับอิทธิพลจากงานชิ้นนี้ เช่นงานของ Mikusol (1984) ที่ศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรมของหัวเมืองเขมรป่าดง โดยเน้นดำเนินเรื่องจากผู้คนที่ย้ายมาในบริเวณนี้อย่าง กวย เขมร และลาว ในขณะที่งานรุ่นหลัง เช่น ประจวบ จันทร์หมั่น (2556) และ ธนพล วิทยาสิงห์ (2564) เป็นงานที่ศึกษาถึงการนิยามตัวตนของชาวกวยในปัจจุบัน (2) กลุ่มที่เน้นศึกษาความเป็นมาและความสำคัญของเมืองในพื้นที่เขมรป่าดง เช่น สุทัศน์ กองทรัพย์ (2536) ศึกษาความสำคัญของหัวเมืองคูขันธ สังฆะ และสุรินทร์ ในช่วง ค.ศ.1759 - 1907 และส่งอิทธิพลต่องานอันยพงค์ สารรัตน์ (2564) ที่ศึกษาฐานะของเมืองคูขันธในประวัติศาสตร์ศรีสะเกษ เป็นต้น

งานที่ศึกษาเกี่ยวกับอันนัม – สยามยุทธ์ แบ่งได้ 3 ประเด็น คือ (1) งานศึกษาศึกษาประวัติศาสตร์อันนัม – สยามยุทธ์ งานบุกเบิกเกี่ยวสงครามอันนัม-สยามยุทธ์ คือ วีรพันธ์ วารวิชนนท์ (2513) เน้นศึกษาความสำคัญของอันนัม-สยามยุทธ์ ที่มีต่อสยาม เขมร และญวน งานในยุคต่อมาอย่างศานติ ภัคดีคำ (2554) เน้นศึกษาประวัติศาสตร์ของการสงคราม และศานติ ภัคดีคำ (2557) เน้นศึกษาเส้นทางการเดินทัพของเจ้าพระยาบดินทรเดชาในช่วงที่มีอันนัม-สยามยุทธ์ (2) งานศึกษาประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างสยาม ญวน และเขมร ธนอม อานามวัฒน์ (2514) ศึกษาความสัมพันธ์ของสยามเขมรและญวนในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ธิดา สารเยา (2533) ที่ศึกษาพัฒนาการและความสัมพันธ์ของรัฐในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 6 – 12 และสุเจน กรรพฤทธิ (2560) เน้นศึกษาความสัมพันธ์สยาม-เวียดนามในช่วงก่อน ค.ศ.1833 ส่วน Dang (2003) Duong (2006) และ Duong (2008) งานกลุ่มนี้เป็นงานที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสยาม เขมร และเวียดนามตั้งแต่ ค.ศ.1802 – 1848 (3) งานประวัติศาสตร์นิพนธ์เกี่ยวกับอันนัม – สยามยุทธ์ มีงานของ ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์ (2550) และมรกตวงศ์ ภูมิพล (2556) งานทั้ง 2 ชิ้นมุ่งวิเคราะห์การเขียนประวัติศาสตร์เกี่ยวกับการสงครามอันนัม-สยามยุทธ์ช่วงก่อน ค.ศ.1833 ส่วนศานติ ภัคดีคำ (2550) ศึกษาบทเพลงโบราณที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์อันนัม-สยามยุทธ์ในปี ค.ศ.1833 เพื่อวิเคราะห์ประวัติศาสตร์ความทรงจำจากบทเพลง

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น งานชิ้นนี้จึงต้องการศึกษานำร่องเกี่ยวกับหัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม-สยามยุทธ์ (ค.ศ.1833 - 1846) ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 3 พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งเป็นมหาสงครามครั้งใหญ่และยาวนานของสยามกับญวนที่มีพื้นที่การรบอยู่ในเขมรและญวนบางส่วน

วิธีการวิจัย

ใช้วิธีการศึกษาทางประวัติศาสตร์ (Historical Approach) โดยศึกษาจากหลักฐานชั้นต้น ได้แก่ ใบบอกจดหมายเหตุ รายงานการเดินทัพ พงศาวดาร เป็นต้น จากเอกสารไทย เขมร และญวน ซึ่งมีทั้งที่เป็นเอกสารเก่ายังไม่ได้ตีพิมพ์ และที่ตีพิมพ์แล้ว หลักฐานที่นำมาใช้ส่วนใหญ่เป็นหลักฐานร่วมสมัยที่เกิดเหตุการณ์อันนัม-สยามยุทธ์ ดังเช่น

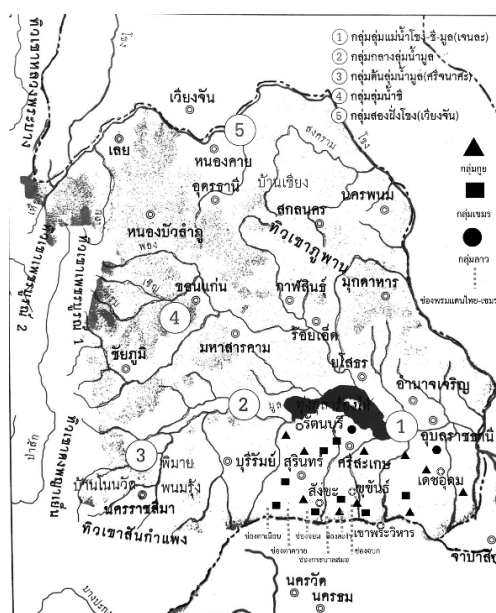
บันทึกใบบอกเรื่องราวการทัพญวน จ.ศ.1201 จดหมายเหตุเกี่ยวกับเขมรและญวนในรัชกาลที่ 3 พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 3 เป็นต้น ซึ่งหลักฐานดังกล่าวเป็นการบันทึกร่วมสมัยของเหตุการณ์สงคราม ส่วนหลักฐานของเขมรใช้พงศาวดารที่ได้รับการแปลเป็นภาษาไทย เช่น ราชพงศาวดารกรุงกัมพูชา (พงศาวดารฉบับนี้มีผู้แต่งหลายคนหลายรัชกาล แต่แต่งขึ้นครั้งแรกในสมัยพระหริรักษ์รามธิบดี (ค.ศ.1840-1860) ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 3 - 4 ของไทย ซึ่งถือว่าเป็นประวัติศาสตร์ร่วมสมัยของอันนัม-สยามยุค พงศาวดารเมืองละแวก จ.ศ.1158 (แต่งในสมัยสมเด็จพระนารายณ์รามาธิบดี (ค.ศ.1674-1678) ตรงกับรัชกาลที่ 1 ของไทย) เป็นต้น และยังมีหลักฐานของฝ่ายญวนที่เป็นหลักฐานร่วมสมัยคือ ĐAI NAM THỰC LỤC ซึ่งเป็นพงศาวดารที่เขียนขึ้นในต้นรัชกาลพระเจ้ามินห์หม่าง (ค.ศ.1820-1841) (ตรงกับรัชกาลที่ 2 - 3 ของไทย) ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีหลักฐานชั้นรอง ประเพณีวิทยานิพนธ์ งานวิจัย บทความ เป็นต้น โดยมีแหล่งที่มาของข้อมูลคือ สำนักหอสมุดแห่งชาติ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ เป็นต้น และฐานข้อมูลออนไลน์เช่น Thailis Thaijo คลังปัญญาจุฬาฯ คลังสารสนเทศดิจิทัลมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คลังปัญญามหาวิทยาลัยศิลปากร National library of Vietnam เป็นต้น ส่วนขอบเขตของงานชิ้นนี้ได้กำหนดขอบเขตทางด้านเวลา โดยถือเอาปี ค.ศ.1833 ซึ่งเป็นปีของการเกิดสงครามอันนัม - สยามยุคครั้งแรก ส่วนปีที่สิ้นสุดการศึกษาถือเอาปี ค.ศ.1846 ที่มีการให้สัตยาบันยุติสงคราม (รวมเวลาทั้งสิ้น 13 ปี)

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่องหัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม- สยามยุค ช่วง ค.ศ.1833 – 1846 แบ่งได้ 2 ประเด็น ได้แก่
1. หัวเมืองเขมรป่าดง – เขมรในบริบทของรัฐสยาม ช่วง ค.ศ.1833 – 1846 2. หัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม- สยามยุค ค.ศ.1833 – 1846

1. หัวเมืองเขมรป่าดง - เขมรในบริบทของรัฐสยาม ช่วง ค.ศ.1833 – 1846

หัวเมืองเขมรป่าดง ตั้งอยู่ในที่ราบสูงโคราช มีเทือกเขาพนมดงเร็กกั้นระหว่างพื้นที่หัวเมืองเขมรป่าดงกับเขมร (ประสิทธิ์ คุณรัตน์, 2530 น.33) และมีช่องเขาในการติดต่อกับเขมรดังเช่น จังหวัดสุรินทร์มีช่องจอม-โอสเม็ค ช่องตาเมื่อน ช่องดอนแก้ว ฯลฯ ศรีสเกษมมีช่องสะง่า-จวม ช่องพระพลัย เป็นต้น ซึ่งเส้นทางเหล่านี้สามารถใช้เดินทางเพื่อไปต่ออย่างเสียมิได้ (อัครพงษ์ คำคุณ, 2554 น.367-373) ส่วนทรัพยากรหัวเมืองเขมรป่าดงมีช้าง, ม้า, แก่นสน, ยางสน, ปักนก, นอรมาด, งาช้าง, ขี้ผึ้งที่ส่งให้ราชสำนักตั้งแต่สมัยอยุธยา (กรมศิลปากร, 2545 น.299) นอกจากนี้จากการสำรวจของ เอเจียน แอมมอนิเย ที่เข้ามาในหัวเมืองเขมรป่าดง ค.ศ.1897 พบว่าพื้นที่นี้มีสินค้าส่งออกพวกควาย ครั้ง ใหม่ เขาสัตว์และหนังสัตว์ บางชุมชนมีการผลิตเหล็กและเกลือขายอีกด้วย (เอเจียน แอมมอนิเย, 2541, น.9-21)



ภาพที่ 1: ภาพแสดงภูมิศาสตร์หัวเมืองเขมรป่าดง กลุ่มชาติพันธุ์และพรมแดน
ที่มา: ปรับปรุงจาก สุนทรีย วังเขต, 2550 น.56, Seidenfaden, 1952 p.181

สำหรับผู้คนที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้คือกลุ่มกวย เขมร และลาว (Seidenfaden, 1952 p.169) ทางด้านวัฒนธรรมพบว่ามีการก่อตั้งชุมชนมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ต่อเนื่องจนถึงยุคประวัติศาสตร์ มีชุมชนขนาดใหญ่สมัยทวารวดี (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2540 น.478-479) จนถึงสมัยเจนละ (สมัยก่อนเมืองพระนคร) พบโบราณสถานและจารึก เช่น ปราสาทภูมิโปน (จังหวัดสุรินทร์) จารึกสุรินทร์ (วัดชุมพล จังหวัดสุรินทร์) เป็นต้น (ธิดา สารยา, 2546 น.41) สำหรับสมัยเมืองพระนคร มีอิทธิพลที่เข้มข้นอย่างมากในบริเวณนี้ (กุลวดี สมัครไทย และคณะ, 2565 น.106) พบแหล่งอารยธรรมเขมรกระจายอยู่ทั่วไปทั้งศาสนสถาน อโรคยาศาล บ้านพักคนเดินทาง ฯลฯ โดยเฉพาะในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 (ค.ศ.1181-1221) ได้มีการสร้างอโรคยาศาลมากถึง 102 แห่งทั่วอาณาจักร และพบในประเทศไทย 31 แห่ง ส่วนใหญ่อยู่พื้นที่อีสาน 29 แห่ง กระจายหนาแน่นอยู่ในพื้นที่แถบเขมรป่าดงและนครราชสีมามากที่สุด รวม 18 แห่ง (นครราชสีมา 7 แห่ง สุรินทร์ 5 แห่ง บุรีรัมย์ 4 แห่ง และศรีสะเกษ 2 แห่ง) ซึ่งศาสนสถานประจำโรงพยาบาลเหล่านี้ตั้งอยู่บนเส้นทางโบราณมีระยะทางของแต่ละชุมชนห่างกันประมาณ 15 – 30 กิโลเมตร (ทิพย์วรรณ วงศ์อัสสัปปุญญ์, 2555 น.396-423) เส้นทางโบราณนี้ใช้ติดต่อกันระหว่างชุมชนไปยังเมืองพระนคร เช่น เส้นทางพิมาย – พระนครศรีอยุธยา (เป็นเส้นทางตัดตรงจากเมืองพิมาย (จังหวัดนครราชสีมา) เข้าสู่เมืองพมรุ้ง (จังหวัดบุรีรัมย์) ผ่านกลุ่มปราสาทตาเมือน (จังหวัดสุรินทร์) และมุ่งตรงไปสู่เมืองพระนครศรีอยุธยาในประเทศไทยกัมพูชาปัจจุบัน (ศานติ ภักดีคำ, 2557 น.65-68)

ครั้นต่อมาในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช (ค.ศ.1656-1688) อยุธยาได้เข้ามามีอิทธิพลเหนือเมืองนครราชสีมาและในสมัยสมเด็จพระที่นั่งสุริยาศน์อมรินทร์ (ค.ศ.1758-1767) หัวเมืองเขมรป่าดงได้มีส่วนสำคัญในการตามจับพระยาช้างเผือกแดงออกจากกรุงศรีอยุธยากลับคืนในปี ค.ศ.1759 หลังจากนั้นราชสำนักอยุธยาได้เข้ามามีอิทธิพลเหนือผู้นำชุมชนหัวเมืองเขมรป่าดงและได้ส่งส่วยให้กับราชสำนักอยุธยา ได้แก่ เมืองขุขันธ์ สังขะ รัตนบุรีและปะทายสมัน (เมืองสุรินทร์) (กรมศิลปากร, 2545 น.298-306) โดยมีเมืองนครราชสีมาและเมืองพิมายคอยปกครองและควบคุมอีกทอดหนึ่ง (ขจรรัตน์ ไอรำวัฒนัน, 2532 น.45) ต่อมาในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ ค.ศ.1806 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าให้แยกเมืองศรีสะเกษออกจากเมืองขุขันธ์ ในค.ศ.1782 และแยกเมืองเดชอุดมออกจากศรีสะเกษ ค.ศ.1845 (เดิม วิชาญพจนกิจ, 2546 น.141-143)

ส่วนเขมรเคยเป็นรัฐที่มีอาณาจักรเก่าแก่สำคัญหลายอาณาจักรคือ ฟูนัน (คริสต์ศตวรรษที่ 1 - 6) เจนละ (สมัยก่อนเมืองพระนคร คริสต์ศตวรรษที่ 6 - 9) และสมัยเมืองพระนคร (คริสต์ศตวรรษที่ 9 - 12) (ยอร์ช เซเดสส์, 2556 น.90-95) หลังสิ้นพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 (ค.ศ.1181-1221) อาณาจักรเหล่านี้ได้เสื่อมอำนาจลง ถูกโจมตีโดยอาณาจักรสุโขทัยตรงกับสมัยพ่อขุนรามคำแหง (ค.ศ.1270-1317) (ดี.จี.อี. ฮอลล์, 2526 น.150-156) ต่อมาสมัยอยุธยา พระรามาธิบดีที่ 1 ได้ยกทัพไปล้อมเมืองพระนครในปี ค.ศ.1352 นานถึง 1 ปีถึงตีเมืองได้แต่ก็ยังไม่ได้ปกครองเขมร ครั้งนี้ได้กวาดต้อนชาวเขมรราว 90,000 คนมาไว้ที่กรุงศรีอยุธยา (หลวงเรืองเดชอนันต์ (ทองดี ธนรัชต์), 2563 น.81) ต่อมาในสมัยสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 (เจ้าสามพระยา ค.ศ.1418 - 1434) ยกทัพตีเมืองพระนครหลวงได้ในปี ค.ศ.1431 (“พระราชพงศาวดาร ฉบับพระราชหัตถเลขา”, 2564 น.291) หลังจากนั้นอยุธยาจึงได้มีบทบาททางการเมืองต่อราชสำนักเขมร (ธิเบติ บัวคำศรี, 2547 น.14) ในช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 15 ราชสำนักเขมรก็ได้ละทิ้งเมืองพระนครแล้วย้ายไปอยู่ที่พนมเปญ (ยอร์ช เซเดสส์, 2556 น.93) กระทั่งในปี ค.ศ.1659 ญวนที่ขยายลงมาทางใต้ได้เข้ามามีอำนาจในเขมรจากการผลักดันพระปทุมราชาที่ 2 เป็นกษัตริย์ปกครองเขมร (ค.ศ.1659-1672) ตรงกับสมัยพระนารายณ์มหาราช (ค.ศ.1656-1688) นับตั้งแต่นั้นเขมรก็ส่งบรรณาการให้กับทางญวนด้วย (สุริยา คำหว่าน, 2554 น.81-83) สยามมีอำนาจเหนือเขมร อีกครั้งในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสิน ได้แต่งตั้งพระรามราชาธิบดีที่สยามสนับสนุนเป็นกษัตริย์ปกครองเขมร ค.ศ.1775 (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2559 น.182)

ต่อมาในสมัยรัตนโกสินทร์ สยามยังคงสนับสนุนเจ้าเขมรขึ้นเป็นกษัตริย์ ดังเช่นพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก (ค.ศ.1782-1809) ได้แต่งตั้งสมเด็จพระนารายณ์รามาธิบดี (ค.ศ.1794-1798) และต่อมาได้แต่งตั้งสมเด็จพระอุทัยราชาธิราชรามาธิบดี (ค.ศ.1806-1834) ในสมัยนี้ได้เมืองพระตะบอง เสียมราฐมาอยู่ใต้ปกครองของสยามอีกด้วย (เจ้าพระยาทิพากรวงศ์, 2545 น.73-100) ครั้นต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (ค.ศ.1809-1824) พระอุทัยราชาได้ไปฝึกฝายญวนมากกว่าสยาม หลังจากนั้นญวนก็มีบทบาททางการเมืองในเขมรมากกว่าสยาม (ถนอม อานามวัฒน์, 2514 น.42-109) ขณะเดียวกันเขมรก็มีปัญหาการเมืองภายในฝ่ายหนึ่งฝั่งสยามอีกฝ่ายหนึ่งฝั่งญวน เขมรในช่วงก่อนเกิดสงครามอินทิม-สยามยุทธกลายเป็นรัฐสองฝ่ายฟ้าที่ต้องส่งบรรณาการให้ทั้งสยามและญวน (วอลเตอร์, 2530 น.175-176) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสยาม ญวน เขมร ดำเนินไปภายใต้การแข่งขันระหว่างอาณาจักรใหญ่ทั้งสองกล่าวคือ สยามต้องการความจงรักภักดีจากเขมร ส่วนญวนต้องการดินแดนที่จะเป็น “รั้ว” กันกระหนาบ ภาพของความสัมพันธ์ระหว่างสยาม ญวน และเขมรจึงเป็นการดิ้นรนต่อสู้ระหว่างสองมหาอำนาจ (สยามและญวน) เพื่อได้สิทธิในการดูแลเขมร (แซนด์เลอร์, 2546 น.172-176)

2. หัวเมืองเขมรป่าดงกับอินทิม - สยามยุทธ ค.ศ.1833 – 1846

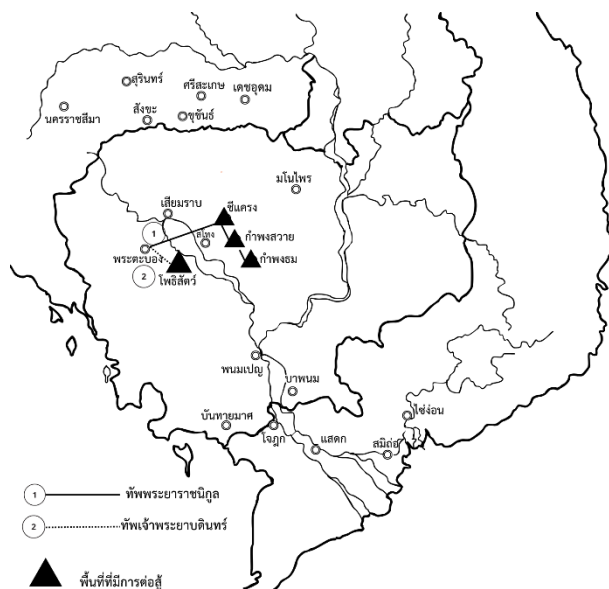
สงครามอินทิม - สยามยุทธ เกิดขึ้นตั้งแต่ ค.ศ.1833 – 1846 ในพื้นที่กัมพูชา (เมืองพนมเปญ, อุดงกุฎไทย ฯ) และบางส่วนของเวียดนามปัจจุบัน (โจ๊ก, ฮาเตียน) การสงครามมี 4 ครั้งใหญ่ คือ (1) ช่วง ค.ศ.1833 – 1834 (2) ช่วงค.ศ.1840 – 1841 (3) ช่วง ค.ศ.1842 และ (4) ช่วง ค.ศ.1845 จากการศึกษาพบว่าหัวเมืองเขมรป่าดงมีความสำคัญกับการสงครามในช่วง ค.ศ.1840 – 1841 และ ค.ศ.1845 ซึ่งเป็นการรบทางบกตั้งรายละเอียด

2.1 หัวเมืองเขมรป่าดงกับอินทิม - สยามยุทธ (ช่วง ค.ศ.1840 – 1841): กำลังพลในการรบลาดตระเวนและรักษาค่าย

จากการศึกษาสงครามอินทิม - สยามยุทธครั้งแรก ค.ศ. 1833 – 1834 พบว่าพื้นที่การทำสงครามครั้งแรกเน้นอยู่ที่เมืองบันทายมาศ เมืองโจ๊กและที่คลองวามะนาว (ปัจจุบันอยู่ประเทศเวียดนาม เขตจังหวัดอานซาง (An Giang)) เน้นการรบทางเรือร่วมกับทัพบก ผลการสงครามครั้งนี้ สยามเป็นฝ่ายพ่ายแพ้ ส่วนหัวเมืองเขมรป่าดงพบว่ามีส่วนเกี่ยวพันในแง่ของกำลังในกองทัพของเจ้านครราชสีมา (กรมศิลปากร, 2562 น.160) แต่เจ้าพระยานครราชสีมาเดินทางไปไม่ถึงโขงผ่านเขมรก็ทราบข่าวความพ่ายแพ้ของสยาม เจ้าพระยานครราชสีมาได้รับคำสั่งจากเจ้าพระยาบดินทร์เดชาที่มำตั้งหลักอยู่ที่เมืองโพธิสัตว์ ให้กวาดต้อนครัวเขมรและลาวจากเมืองสะโทง เมืองกำพงสวายและเมืองพนมมาศ ไปไว้ที่เมืองสุรินทร์ เมืองสังขะ เมืองขุขันธ์ เมืองอัตปือและเมืองอื่น ๆ ที่ขึ้นกับเมือง

นครราชสีมา (โดยไม่ได้ระบุจำนวนคนที่ถูกกวาดต้อน) เพื่อทดแทนกำลังพลที่สูญเสียไปจากการสงครามครั้งนี้ (เจ้าพระยาบดินทรเดชา, 2550 น.296) ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าหัวเมืองเขมรป่าดงมีส่วนสำคัญในฐานะเป็นกำลังพลให้กับ เจ้าพระยานครราชสีมา และเป็นที่สำหรับการกวาดต้อนครัวเขมรและลาวเข้ามาไว้ในหัวเมืองเขมรป่าดงนี้

ความสัมพันธ์กับภาษาและวัฒนธรรมความเชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์เขมรและกวยที่อยู่ในบริเวณนี้เป็นหลัก



ภาพที่ 2: เส้นทางการเดินทางอพยพ - สยามยุทธ์ ช่วง ค.ศ.1840 – 1841
ที่มา: วีรพันธ์ วาวิชิชนนท์, 2513 น.130 และ Sok, 1991

จากการศึกษาเอกสารพบว่าสงครามอันนัม – สยามยุทธครั้งต่อมา ในช่วง ค.ศ.1840 – 1841 มี 2 สาเหตุ คือ (1) การที่เจ้าเขมร (นังกองอิม) ไปเข้าข้างกับญวนในวันที่ 2 มกราคม ค.ศ.1840 พร้อมกวาดต้อนผู้คนเมืองพระตะบองไปด้วย พวกกรรมการเมืองพระตะบองที่เหลืออยู่จึงมีหนังสือมาแจ้งทางสยาม (เจ้าพระยาทิพากรวงศ์มหาโกษาธิบดี 2547 น.84) (2) เกิดการจลาจลกลางเขมร (เป็นสงครามระหว่างชาวเขมรกับชาวญวน) ช่วงเดือนสิงหาคมถึงตุลาคม ค.ศ.1840 ผลทำให้พระยาสังขโลกเจ้าเมืองโพธิสัตว์ที่พาครอบครัวตลอดจนขุนนางเขมรเมืองอื่น ๆ มาขอสวามิภักดิ์ และต้องการให้ช่วยเหลือเนื่องจากได้ข่าวว่าญวนจะยกทัพมาตีเมืองพระตะบอง เมืองนครเสียมราบในเดือนพฤศจิกายน เจ้าพระยาบดินทรเดชาจึงสั่งให้เกณฑ์กองทัพเพื่อมาจัดการเรื่องนี้ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 1840 (หลวงเรืองเดช อนันต์ (ทองดี ธนรัชต์), 2563 น.241) ส่วนพื้นที่ในการสงครามอยู่ที่ดินแดนของเขมร คือ เมืองสระโทง เมืองกะพงสวาย เมืองซีแครงและเมืองโพธิสัตว์ เป็นการรบทางบกมาถึงพระตะบอง ในวันที่ 7 พฤศจิกายน ค.ศ.1840 มีการจัดทัพให้ไปที่เมืองกำพงสวายเพื่อช่วยเจ้าเมืองตีค่ายกำพงทมและค่ายเมืองซีแครง นำทัพโดยพระยาราชนิกุลและแม่ทัพนายกองที่มาจากพระราชวังบวรศรมกำลังไทยลาว 2,000 คน และเขมรป่าดง 11,000 รวม 13,000 คนตีค่ายญวนที่ซีแครงจนสำเร็จ (กรมศิลปากร, 2504 น.92-93) ในส่วนนี้จะได้เห็นแล้วว่ากำลังส่วนใหญ่ในทัพครั้งนี้คือหัวเมืองเขมรป่าดงมีส่วนร่วมในการเข้าตีเมืองซีแครงและจุดมุ่งหมายต่อไปคือการเข้าตีเมืองโพธิสัตว์ ในขณะที่กำลังตีเมืองโพธิสัตว์ก็ได้ยื่นข่าวจากทางเมืองซีแครงว่าถูกญวนตีแตก เจ้าพระยาบดินทรเดชาจึงใช้อุปายยุญวนเมืองโพธิสัตว์ให้ยอมแพ้โดยให้ทำหนังสือสงบศึกไปถึงแม่ทัพใหญ่ว่าญวนจะยอมเลิกทัพกลับไป เนื่องจากสยามยกทัพมามากมายจึงพากันถอยทัพกลับไปอยู่ที่เมืองโจ๊ก ทำให้สยามได้เมืองโพธิสัตว์มาให้นังกองคัด้วงประทับเป็นเจ้าเขมรปกครอง (แต่หลังจากนั้นได้มีการย้ายไปตั้งเมืองที่ออดก๊าย) (กรมศิลปากร, 2562 น.164)

ในสงครามอันนม-สยามยุทธ์ครั้งที่ 2 หัวเมืองเขมรป่าดงมีส่วนร่วมในการเป็นกำลังหลักของกองทัพบกในการรบและลาดตระเวน โดยใน “บันทึกบอกเรื่องราวราชการทัพญวน” จ.ศ.1201 เลขที่ 1 ได้แสดงให้เห็นถึงการใช้กำลังหัวเมืองเขมรป่าดงที่ถูกใช้ในการตระเวนและรักษาค่าย (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2382ก) โดยในช่วงเดือนมกราคมของ ค.ศ.1840 ภายหลังจากนักกองอิมไปเข้ากับญวนและกวาดต้อนผู้คนไปด้วย ทางสยามจึงมีการส่งกำลังเข้าไปเพื่อลาดตระเวนรักษาความสงบ จะพบว่ากำลังของหัวเมืองเขมรป่าดงนั้นเข้าไปดูแลรักษาค่ายที่เมืองเสียมราบ ในขณะที่ทัพใหญ่ของเจ้าพระยาบดินทรเดชาขึ้นรักษายู่ที่เมืองพระตะบอง ดังรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ 1: ตารางแสดงหัวเมืองที่ถูกเกณฑ์มาเขมรในเดือนมกราคม ค.ศ.1840

หัวเมืองที่เกณฑ์ไปพระตะบอง (ทัพเจ้าพระยาบดินทรเดชา)	จำนวน (คน)	หัวเมืองเขมรป่าดงที่ถูกเกณฑ์ไปเสียมราบ (หลวงรักษาทะ, หลวงหัตสนันณรงค์)	จำนวน (คน)
1. พระราชวังหลวง	1,080	1. เมืองขุขันธ์	1,500
2. พระราชวังบวร	1,087	2. สุรินทร์	1,000
3. กรุงเทพมหานคร	2,167	3. เมืองสังขะ	500
		4. เมืองศรีสะเกษ	1,000
		5. เมืองเดชอุดม	300
นอกจากนี้ยังมีเกณฑ์จากหัวเมืองอื่น ๆ เช่น เมืองนนทบุรี เมืองอ่างทอง เมือง สุพรรณ ฯลฯ			
รวม	4,334		4,300

ที่มา: สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2382ก จมท.ร.3 จ.ศ. 1201 เลขที่ 1

จากตารางข้างต้นจะพบว่ากำลังพลที่ถูกเกณฑ์จากหัวเมืองเขมรป่าดงก็มีจำนวนไม่น้อยกว่าจากกองกำลังของพระราชวังหลวงและพระราชวังบวร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าหัวเมืองเขมรป่าดงถูกเกณฑ์ไปเป็นจำนวนมากในราชการสงครามที่เมืองเขมร นอกจากนี้กำลังพลที่ถูกเกณฑ์ไปนั้นถูกคุมโดยหลวงรักษาทะและหลวงหัตสนันณรงค์ซึ่งอยู่ในสังกัดพระราชวังบวร ได้ถูกส่งให้ไปลาดตระเวนแถบเมืองเสียมราบเป็นหลักได้การบังคับบัญชาของพระยาราชนิกุล (เสือ) ข้าหลวงกำกับทัพ และลาดตระเวนสืบข่าวญวนที่เมืองโพธิสัตว์ (เจ้าพระยาทิพากรวงศ์มหาโกษาธิบดี, 2547 น.85) ข้อสังเกต การสงครามครั้งนี้กำลังพลจากหัวเมืองเขมรป่าดงไม่ได้ได้อยู่ภายใต้บังคับบัญชาจากเมืองนครราชสีมา แต่อยู่ภายใต้การควบคุมของพระราชวังบวรและเจ้าพระยาราชนิกุลที่เคยกำกับทัพไปกับเจ้าพระยานครราชสีมา ในปี ค.ศ.1833 เนื่องจากเจ้าพระยานครราชสีมาป่วยหนักจึงกลับไปรักษาที่บ้านเมือง (กรมศิลปากร, 2512 น.256) อีกทั้งเมื่อพิจารณาภาพที่ 2 ร่วมกับตารางที่ 1 ยังพบว่ากองกำลังของหัวเมืองเขมรป่าดงมักไปประจำการอยู่ที่เมืองเสียมราบและเมืองที่อยู่ทางตอนเหนือของโดนเลสาบ ในขณะที่กองกำลังจากภาคกลางจะประจำการอยู่ที่เมืองพระตะบองและเมืองอื่น ๆ ที่อยู่ทางตอนใต้ของทะเลสาบ สันนิษฐานว่ามาจากเส้นทางโบราณที่หัวเมืองเขมรป่าดงใช้ในการติดต่อไปยังเมืองพระนครในการเดินทัพไปยังเมืองเสียมเรียบและทางตอนเหนือของโดนเลสาบ (ปานใจ ธารทัศน์วงศ์ และคณะ, 2550 น.36) ส่วนกองกำลังจากภาคกลางจะใช้เส้นทางภาคตะวันออกจากกรุงเทพฯ ปากน้ำโยทะกา เมืองปราจีนบุรี เมืองประจันตคาม (ด่านกบเจาะ) เมืองกบินทร์บุรี (ด่านหนุมาน) สระแก้ว เมืองวัฒนานคร (ทุ่งเขยง) แล้ววกทัพเข้าเขมรไปทางเมืองศรีโสภณ เมืองมณฑลบุรี จนถึงเมืองพระตะบองซึ่งเป็นที่ตั้งทัพใหญ่ก่อนจะยกทัพลงไปยังเมืองอุดงค์มิชัยและพนมเปญ เนื่องจากเป็นเส้นทางที่สะดวกและไม่ต้องอ้อมทะเลสาบเพื่อไปยังเมืองหลวงที่ย้ายลงไปทางใต้ (ศานติ ภักดีคำ, 2557 น.89-94)

นอกจากนี้ใน “บันทึกบอกเรื่องราวราชการทัพญวน” จ.ศ.1201 เลขที่ 3 จากการศึกษาพบว่านอกจากมีการส่งกองกำลังเข้ามารักษาค่ายและลาดตระเวนที่เมืองเสียมราบและโพธิสัตว์ ขณะเดียวกันก็พบว่าได้มีการส่งกำลังพล

จากหัวเมืองเขมรป่าดงกลับภูมิลำเนาเดิม (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2382ข) สะท้อนถึงการผลัดเปลี่ยนกำลังพลในการรักษาค่ายและลาดตระเวนในเขมร

ต่อมาในปลาย ค.ศ.1840 พบว่าหัวเมืองเขมรป่าดงก็ยังคงถูกเกณฑ์มาเป็นกำลังพลสำคัญที่เขมร โดยพบว่ามีคัดบอกข้าราชการทัพญวนทูลถวาย จ.ศ.1202 (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2383) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2: ตารางแสดงกำลังพลที่ถูกเกณฑ์จากหัวเมืองเขมรป่าดงในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ.1840

เมืองที่เกณฑ์มารักษามือง เสียมราบ	จำนวน(คน)	กองกำลังหัวเมืองเขมรป่าดงที่ถูกเกณฑ์	จำนวน(คน)
1. เมืองสุรินทร์	2,900	1. เขมรป่าดงเมืองขุนันธ์	4,000
2. เมืองสังขะ	1,500	2. เมืองศรีสะเกษ	3,300
		3. เมืองเดชอุดม	1,500
		4. เขมรป่าดงจากหัวเมืองลาวฝั่งซ้าย แม่น้ำโขงและเขมร	5,200
รวม	4,400		14,000

ที่มา: สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2383 จม.ร.3 จ.ศ.1202 เลขที่ 43/ก6,กรมศิลปากร, 2504 น.92, เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ มหาโกษาธิบดี, 2547 น.87 และ เจ้าพระยาบดินทรเดชา, 2550 น.355

จากตารางข้างต้นจากการตรวจสอบเอกสารพบว่าข้อมูลที่มีการเกณฑ์กำลังพลจากหัวเมืองเขมรป่าดงในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ.1840 เอกสารจากจดหมายเหตุแห่งชาติรัชกาลที่ 3 คัดบอกข้าราชการทัพญวนทูลถวาย เรื่อง “คัตหนังสือเจ้าพระยาบดินทรเดชาที่สมุหนายก ถึงพระยามหาอำมาตย์ได้นำขึ้นกราบบังคมทูลฯ เรื่องเกณฑ์กองทัพเมืองนครราชสีมา หัวเมืองลาว หัวเมืองเขมรป่าดงฝ่ายตะวันออกให้ลงมารักษาเมืองปัตบองเมือง นครเสียมราบล้อมเมืองซีแครง (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2383) กับหนังสือประวัติเจ้าพระยาบดินทรเดชาและ พงศาวดารรัชกาลที่ 3 ของเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ ข้อมูลตรงกันในเรื่องกำลังพลจากหัวเมืองเขมรป่าดงที่ถูกเกณฑ์ไปรบ ในเขมรมีจำนวน 14,000 คน และอีก 4,400 คนให้ไปรักษาค่ายที่เมืองเสียมราบ

นอกจากนี้ในจดหมายเหตุเกี่ยวกับเขมรและญวนในรัชกาลที่ 3 พบว่าหลังจากการโจมตีที่เมืองซีแครง ได้มีการจัดกำลังของเมืองสุรินทร์ เมืองสังขะ เมืองศรีสะเกษ เมืองเดชอุดม จำนวน 1,000 คน ไว้กับพระราชนิกุล (ที่ถอยมาตั้งอยู่ด้านพรมศกแขวงเมืองเสียมราบ) ส่วนเมืองกำพงสวาย เมืองสะโทง เมืองซีแครงในเขมรฝ่ายสยามก็มีการกำลังพลรักษาการ (กรมศิลปากร, 2549ข น.733) นอกจากนี้ในจดหมายเหตุเกี่ยวกับญวนและเขมร พบว่ากลุ่ม ขุนนางที่ทำหน้าที่ประสานการเจรจาครั้งแรกระหว่างสยามและญวนนั้นมีหลวงอนุรักษ์ภูเบศร์ พระฤทธิพิชัยและพระ ยาสังขะ (เจ้าเมืองสังขะ) ไปประสานกับองคตเวียงญวน อนุถัน (ฝ่ายญวน) ส่วนครั้งที่สองเป็นพระภักดีสุนทรน้องพระยา เสนาราชกุเซิน พระวงษาประเทศ ยกกระบัตรเมืองสังขะไปฟังราชการที่ค่ายญวน (กรมศิลปากร, 2481 น.32) จะเห็น ได้ว่าในสงครามครั้งนี้หัวเมืองเขมรป่าดงมีส่วนทั้งที่เป็นกำลังในการรบ การรักษาค่าย และการประสานงานการเจรจากับฝ่ายญวน เป็นที่น่าสนใจว่าอะไรที่ทำให้เมืองสังขะมีบทบาทในครั้งนี้ และจากการศึกษา “พงศาวดารเมืองชลำเภา” พบว่า กรมการเมืองสังขะในเวลานั้นเป็นบุตรเขยของพระยาเดโช เจ้าเมืองกำพงสวาย (กรมศิลปากร, 2549ค น.838) จากความสัมพันธ์นี้น่าจะมีส่วนทำให้เมืองสังขะเข้ามามีส่วนร่วมในการประสานงานระหว่างสยามกับญวน

จากการศึกษาหัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม-สยามยุทธ์ ในช่วง ค.ศ.1840 – 1841 จะเห็นได้ว่าพื้นที่การสงครามที่เขมรคือ เมืองกำพงสวาย สะโทง ซีแครง และโพธิสัตว์นั้น ผลของการสงครามครั้งนี้จบลงด้วยการเจรจาของฝ่ายญวน เนื่องจากกำลังพลมีน้อยกว่าฝ่ายสยาม ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าหัวเมืองเขมรป่าดงมีส่วนสำคัญในการสงครามครั้งนี้ ซึ่งมี

กำลังพลที่ถูกเกณฑ์เข้ามามากเกือบสองหมื่นคนและมีส่วนสำคัญในการเป็นกำลังรบ การรักษาค่าย การต่อเรือ การลาดตระเวนสืบข่าวร่วมกับกำลังพลจากส่วนกลางของสยามและจากเขมร อีกทั้งกรมการเมืองของหัวเมืองเขมร ปาดงก็มีส่วนร่วมในประสานงานการเจรจากับทางญวน

2.2 หัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม – สยามยर्थ ช่วง ค.ศ.1845: กำลังพลข้างในการรบ

จากการศึกษาอันันท์ - สยามยุทธ์พบว่าหัวเมืองเขมรป่าดงกับอันันท์-สยามยุทธ์ ช่วง ค.ศ.1845 นั้น ได้มีสงครามในช่วง ค.ศ.1842 ซึ่งเป็นการรบครั้งที่ 3 ระหว่างสยามกับญวน ในพื้นที่เมืองบันทายมาศ (กัมพูชาในปัจจุบัน) และเมืองโจก (อยู่ในเวียดนามปัจจุบัน) มีสาเหตุมาจากฝ่ายสยามต้องการถมคลองวิญเต (เมืองฮาเตียน เวียดนาม) ซึ่งเป็นคลองที่ขุดเมื่อ ค.ศ.1819 เพื่อเชื่อมระหว่างเมืองโจกและฮาเตียนให้เป็นเส้นทางคมนาคมสำคัญของญวนและเขมร (Vien Su hoc, 2002 p.997) สงครามครั้งนี้ฝ่ายสยามเน้นทัพเรือเป็นหลัก ผลของสงครามสยามเป็นฝ่ายแพ้ หัวเมืองเขมรป่าดงมีความเกี่ยวพันในฐานะเป็นกำลังพลให้กับการรบทางบกโดยร่วมกับกำลังไทยลาวเขมรโคราชรวม 11,900 คน (เจ้าพระยาทิพากรวงศ์มหาโกษาธิบดี, 2547 น.104) แต่ไม่ปรากฏหลักฐานที่มาของจำนวนกำลังพลว่ามาจากหัวเมืองเขมรป่าดงเท่าใด ส่วนที่ปรากฏหลักฐานชัดเจนคือการรบในช่วง ค.ศ.1845



ภาพที่ 3: เส้นทางการเดินทัพอั้งฉี่ - สยามยุทธ์ ช่วง ค.ศ.1845
ที่มา: ปรับปรุงจาก วีรพันธ์ วาริชนนท์, 2513 น.174 และ Sok, 1991

จากการศึกษาอันันม – สยามยุทธในช่วง ค.ศ.1845 พบว่ามีสาเหตุจากการที่มีขุนนางเขมร (17คน) คิดกบฏต่อนักองค์ด้วง (ซึ่งเป็นฝ่ายสยาม) โดยไปเข้ากับญวนขอให้ญวนยกทัพมาจัดการนักองค์ด้วง นักองค์ด้วงจึงทำใบบอกให้สยามยกทัพมาช่วยเหลือ (หลวงเรืองเดชอนันต์ (ทองดี ธนรัชต์), 2563 น.247-249) ส่วนพื้นที่ในการสงครามครั้งนี้อยู่ที่เมืองพนมเปญและเมืองอุดงจาย โดยฝ่ายญวนยกเป็นกองทัพเรือเข้ามาในพนมเปญเดือนกันยายน ค.ศ.1845 ผลคือ ฝ่ายญวนตีค่ายสยามที่พนมเปญแตก แต่ฝ่ายญวนต้องมาพ่ายแพ้ที่เมืองอุดงจายเพราะสยามใช้กองทัพช้างบุกจนญวนแตกหนีไป (กรมศิลปากร, 2562 น.167) การสงครามครั้งนี้ทำให้ฝ่ายญวนเปิดการเจรจาขอเป็นไมตรีกับสยาม (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2388) ซึ่งจะต่างกับหลักฐานของญวนที่กล่าวว่าแม่ทัพฝ่ายสยามเป็นคนส่งสารขอเจรจามาก่อนเนื่องจากญวนได้ล้อม กรุงอุดงจายและทำการสู้รบกับสยามหลายครั้งซึ่งยังไม่ได้รับชัยชนะกันอย่างเด็ดขาดทั้งสองฝ่าย (Vien Su hoc, 2007 p.833-855) การเจรจาได้รับสัตยาบันในเดือนมิถุนายน ค.ศ.1846 (วีรพันธ์ วารวิชนนท์, 2513 น.184) โดยทั้งสองฝ่ายจะได้รับบรรณาการจากเขมรและนักองค์ด้วงจะได้รับการแต่งตั้งเป็นกษัตริย์จากทั้งสองฝ่าย (หลวงเรืองเดชอนันต์ (ทองดี ธนรัชต์), 2563 น.260 - 270)

สำหรับหัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม-สยามยุคนี้ ในช่วงนี้ จากการศึกษาพบว่าพื้นที่การรบอยู่ที่เมืองอุดงฤชัย (จังหวัดอุดรธานี กัมพูชาปัจจุบัน) ส่วนการรบครั้งนี้พบว่าการรบทางบกมีการใช้กองกำลังช้าง ซึ่งจากการศึกษาเอกสารจะพบว่ามีช้างใช้ในการสงครามในลุ่มน้ำโขงมานาน นับตั้งแต่ ค.ศ.1044 โดยพระเจ้าอานูรุธแห่งอาณาจักรพุกาม ซึ่งเป็นวิธีการรบที่มีอานุภาพรุนแรงเท่ากับการใช้รถถังของทางตะวันตก (หม่องทินอ่อง, 2551 น.32) ส่วนเขมรพบการใช้ช้างในขบวนพยุหยาตราของพระเจ้าศรีสุริยวรมันที่ 2 (พระเจ้าสุริยวรมันที่ 2 ค.ศ.1113 - หลังค.ศ.1144) จากภาพจำหลักบนกระเบื้องของนครวัด (จิตร ภูมิศักดิ์, 2554 น.140) ส่วนในสยามมีการทำสงครามโดยใช้ช้างหลายครั้ง สมัยอยุธยาเช่น การทำยุทธหัตถี เป็นต้น (“พระราชพงศาวดาร ฉบับพระราชหัตถเลขา”, 2564 น.412-419) สำหรับสงครามอันนัม-สยามยุคนี้ ในสมัย ต้นรัตนโกสินทร์ พบว่าช้างยังคงมีส่วนสำคัญในการรบทางบก จากอานามสยามยุทธ ว่าด้วยการสงครามระหว่างไทยกับลาว เขมรและญวน (เจ้าพระยาบดินทรเดชา, 2550) ได้กล่าวถึงการใช้ช้างจากกองกำลัง 3 ส่วน คือ ฝ่ายนครราชสีมา พระราชวังหลวง และพระราชวังบวร (วังหน้า) ดังความว่า

“ฝ่ายเจ้าพระยาบดินทรเดชาทราบว่ายญวนยกทัพใหญ่มาทางเรือและบกเป็นอันมาก เห็นว่าทางเรือมาช้าเพราะทางอ้อม ทพบกญวนที่ขึ้นเรือเดินบกใกล้ปามานั้น เห็นว่าจะถึงเมืองอุดงฤชัยก่อนเป็นแน่ จึงสั่งให้พระยาประสิทธิ์ศุภลักษณ์จากวางกองช้างเมืองนครราชสีมา จัดทัพช้างและไพร่พลเมืองนครราชสีมาไว้ให้พร้อม ช้างพลายหลายค่าย 100 เชือก ช้างพังเพน 50 เชือก ให้พระยาภุชญะรักษ์ พระศุภกิติ พระศรีทะวัง กรมช้างในพระราชวังบวรฯ 100 เชือก ทั้งพังพลาย แต่งเป็นช้างแพนช้างแล่นช้างโถมช้างปืนใหญ่ด้วย ให้พระกำแพง หลวงคชศักดิ์ หลวงคชสิทธิ์ คู่มไพร่พลและทัพช้างในพระราชวังหลวง 100 เชือก ทั้งพังพลาย แต่งเป็นช้างค่ายค้ำ และช้างเขมรมีปืนหลักตั้งบนสัปคับหลังช้างทุกเชือก รวมทัพช้างทั้งสามกอง 300 เชือก...พอกองทัพญวนยกมาถึงขานเมืองอุดงฤชัย กองทัพช้างไทยก็ยกมาทันเข้าที่นั้น ทัพช้างพลายเมืองนครราชสีมาเป็นช้างตกน้ำนั้นมาก เป็นกองหน้าก็เข้าบุกบันตะลุยไล่แทงถีบฟาด ไพร่พลญวนกองหน้าล้มตายลงเป็นอันมาก...”

(เจ้าพระยาบดินทรเดชา, 2550 น.458-459)

จากข้างต้นจะพบว่ากองกำลังช้างมาจากเมืองนครราชสีมา เป็นกำลังหลักและเป็นทัพหน้าในการบุกโจมตีของสงครามครั้งนี้ สำหรับหัวเมืองเขมรป่าดงนั้นจากการศึกษาเอกสารจะพบว่าเมืองนครราชสีมาเป็นเมืองสำคัญที่ทำให้หน้าที่ปกครองและควบคุมหัวเมืองเขมรป่าดง (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2540 น.498-499) และหัวเมืองเขมรป่าดงยังเป็นพื้นที่สำคัญของช้างมาตั้งแต่สมัยอยุธยาจนกระทั่งปัจจุบันก็ยังคงมีชุมชนที่ยังเลี้ยงช้างอีกหลายชุมชน (สันติ ปานน้อย, เขาวลิต สิมสวย และบุญแสน ตรีวิเศษ, 2550 น.8) ส่วนกลุ่มคนที่มีความชำนาญในการจับช้างอาศัยอยู่ในบริเวณแถบเขาพนมดงรักคือกลุ่มชาติพันธุ์กูย โดยปรากฏอยู่ในจารึกสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 2 ราวคริสต์ศตวรรษที่ 9 (ธิดา สารยา, 2546 น.25) ซึ่งในเขตเขมรเองก็มีกลุ่มชาติพันธุ์นี้เช่นกัน และมีชื่อเรียกหลายชื่อ (เช่น สำเหร์ สำแระ เป็นต้น) แต่พวกที่มีความชำนาญเรื่องช้างมากเป็นพิเศษชาวเขมรเรียกว่ากูดำเรย (ดำเรยแปลว่าช้างในภาษาเขมร) อาศัยอยู่ในแถบเมืองเสียบราบจนถึงพรมแดนสยาม (จิตร ภูมิศักดิ์, 2562 น.379-380) ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าช้างและความรู้ช้างจากหัวเมืองเขมรป่าดง น่าจะมีส่วนสำคัญให้กับกองกำลังช้างของเมืองนครราชสีมาในการนำชัยมาสู่สยามในครั้งนี้

นอกจากนี้การสงครามครั้งนี้ยังพบว่าการปลงศพจากหัวเมืองเขมรป่าดงยังมีส่วนสำคัญในการรบบนพื้นที่เขมรและญวน โดยพบว่าหลวงบุรินทรานุรักษ์ (เมืองนครราชสีมา) คู่มพระยาจัตรงคัณรินทรวิชัย คู่มกำลังทัพเมืองขุขันธ์ (หัวเมืองเขมรป่าดง) เมืองลาดปะเอีย ไปตั้งค่ายที่เมืองไพรกะบาทริมน้ำทางเมืองโจฎก (กรมศิลปากร, 2504 น.150) และมีกองทัพจากหัวเมืองลาวและหัวเมืองเขมรป่าดง ได้แก่ เมืองหนองหาร เมืองนครพนม เมืองสุนทร เมืองสังขะ (หัวเมืองเขมรป่าดง) รวมกำลังได้ 2,600 คน ไปเป็นกองโจรกระจายเป็น 8 กอง ยกออกไปตั้งตามคลองวามะนาวจนถึงลำน้ำเกาะน้ำเต้าและปากน้ำเกสเสแดงและคลองสามแยกสมิถ่อ (เป็นพื้นที่ของญวน) คอยตีเรือรบญวนที่ไปมาทางนั้น (เจ้าพระยาบดินทรเดชา, 2550 น.461-462) และในหนังสือประวัติเจ้าพระยาบดินทรเดชาได้กล่าวถึงการส่งกำลังบางส่วนกลับภูมิลำเนาหลังสงครามยุติในค.ศ.1847 โดยมีเมืองขุขันธ์ เมืองศรีสะเกษเป็นส่วนหนึ่งในกองทัพ ดังความว่า

“กองทัพที่เกณฑ์ลงมาเข้ากระบวนทัพที่ได้ให้ไปตั้งค่ายด้านทางหลายตำบลขัดสนกำลังเสบียงจึงให้เลิก คนเมืองร้อยเอ็ด เมืองสุวรรณภูมิ เมืองขุขันธ์ เมืองศรีสะเกษ เมืองเขมราฐ เมืองนครราชสีมา เมืองปราจีน 7 เมือง เป็นคน 7,328 คน ให้กลับไปบ้านเมืองต้นทำไร่นา คนในกองทัพที่ยังอยู่ที่อุดมมีชัย เมืองโพธิ์สัตว์ 6,462 คน”

(กรมศิลปากร, 2504 น.81)

เมื่อพิจารณาพร้อมกับหลักฐานของญวนอย่าง ĐAI NAM THỰC LỰC ที่บันทึกว่าญวนส่งกำลังพลกว่า 1,000 คน พร้อมปืนใหญ่เพื่อมาจัดการกับกองกำลังช้างโดยเฉพาะ อีกทั้งการที่สยามตั้งค่ายแถว Thuyét Nột (อยู่ในสมัยก่อน) ส่งกองกำลังมาปล้นสะดมในเมือง Giang Thành เมือง Hoà Di และเมือง Bát Ca (ทั้งหมดอยู่ในเวียดนามปัจจุบัน) สร้างความลำบากให้แก่ญวนอย่างมาก (Vien Su hoc, 2007 p.767-875) พบว่าสอดคล้องกับหลักฐานสยามในเรื่องของการใช้กำลังช้างและตั้งค่ายส่งคนเข้าไปในพื้นที่ของญวน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าในการสงคราม ค.ศ.1845 นี้ หัวเมืองเขมรป่าดงยังคงเป็นกำลังพลที่สำคัญส่วนหนึ่งของฝ่ายสยามทั้งกำลังพลช้าง (จากนครราชสีมา) และคน (สังขะ ขุขันธ์ และศรีสะเกษ) ในการทำสงครามในเขมร

2.3 ปัจจัยที่ทำให้หัวเมืองเขมรป่าดงมีความสำคัญต่ออันนัม – สยามยุทธ์ (ค.ศ.1833-1846) พบว่ามีอย่างน้อย 3 ปัจจัยคือ **ประการแรก** สภาพภูมิศาสตร์ หัวเมืองเขมรป่าดงมีอาณาเขตที่ติดกับเขมร และมีช่องทางธรรมชาติหลายช่องทางที่ติดต่อกันตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ ช่องจอม-โอสเม็ค ช่องตาเมื่อน ช่องคอนแก้ว ช่องสะง่า-จวม ช่องพระพลัย และยังมีเส้นทางโบราณจากพิมาย-เสียมราฐ เป็นต้น ทำให้กองกำลังของหัวเมืองเขมรป่าดงได้ไปประจำการที่เสียมราฐ และเมืองอื่น ๆ ที่อยู่เหนือทะเลสาบไปเนื่องจากเป็นกลุ่มเมืองที่มีเส้นทางในการติดต่อที่เข้ามาแต่โบราณอยู่แล้ว **ประการที่สอง** ทรัพยากร (ธรรมชาติ ช้าง) หัวเมืองเขมรป่าดงเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญเกี่ยวกับการสงครามอย่างมากคือ ช้างและม้าที่ส่งเป็นส่วยตั้งแต่สมัยอยุธยา (กรมศิลปากร, 2545 น.299) และยังมีแก่นสน ยางสน ปักนก นอระดง งาช้าง ขี้ผึ้ง ควาย ครั่ง ไหม เขาสัตว์และหนังสัตว์ บางชุมชนมีการผลิตเหล็กและเกลือขาย ดังจะเห็นได้จากการส่งส่วยในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ หัวเมืองเขมรป่าดงยังคงส่งส่วยสำคัญให้ส่วนกลาง เช่น ผลเร็ว ควาย (สุวิทย์ ธีรศาสตร์, 2549 น.135-136) **ประการที่สาม** ภาษา วัฒนธรรมในเขตหัวเมืองเขมรป่าดงที่มีวัฒนธรรมร่วมกับเขมรน่าจะมีผลต่อการสื่อสารและการใช้ชีวิตในช่วงสงคราม ทำให้อุปสรรคในการดำรงชีวิตระหว่างสงครามน่าจะน้อยกว่ากำลังพลที่มาจากพื้นที่อื่น ๆ ของสยาม นอกจากนี้หัวเมืองเขมรป่าดงยังมีความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับฝ่ายหัวเมืองเขมรดังกรณีกรมการเมืองสังขะมีความพันธ์ทางเครือญาติกับเจ้าเมืองกำพงสวาย เป็นต้น ผลจากปัจจัยทั้ง 3 ประการน่าจะมีส่วนที่ทำให้หัวเมืองเขมรป่าดงมีความสำคัญในการรบทางบกในสงครามอันนัม-สยามยุทธ์

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหัวเมืองเขมรป่าดงมีความสำคัญอย่างไรกับอันนัม - สยามยุทธ์ ในช่วง ค.ศ.1833 – 1846 โดยเน้นศึกษาจากเอกสารชั้นต้นประเภทใบบอก จดหมายเหตุ พงศาวดารไทย เขมร และเวียดนาม เป็นต้น ผลการศึกษาพบว่า หัวเมืองเขมรป่าดงเป็นหัวเมืองที่มีความสำคัญตั้งแต่ก่อนประวัติศาสตร์ต่อเนื่องมาจนถึงยุคประวัติศาสตร์มีวัฒนธรรมสมัยทวารวดี สมัยเจนละ และสมัยเมืองพระนครกระจายอยู่ตามเส้นทางระหว่างหัวเมืองเขมรป่าดงและเมืองพระนคร แสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ของคนในบริเวณนี้ที่มีการเดินทางไปมาอยู่ตลอด ทั้งประชาชนยังมีความเชื่อ วัฒนธรรมและภาษาที่คล้ายคลึงกันอีกด้วย หัวเมืองเขมรป่าดงอยู่ใต้การปกครองของสยามในสมัยอยุธยา (ค.ศ.1759) นับตั้งแต่นั้นหัวเมืองเขมรป่าดงก็ได้รับใช้ราชสำนักของสยามอีกหลายครั้งในสมัยธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ สำหรับหัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม – สยามยุทธ์ ค.ศ.1833 – 1846 พบว่าหัวเมืองเขมรป่าดงมีความสำคัญในการสงครามครั้งนี้คือการเป็นกำลังพลสำคัญในการรบทางบกบนพื้นที่เขมรและญวน กำลังของหัวเมืองเขมรป่าดงถูกเกณฑ์ไปเป็นพลรบ ลาดตระเวนสืบข่าวและรักษาค่าย โดยเฉพาะในช่วง ค.ศ.1840 - 1841 และ ค.ศ.1845 ที่เป็นการรบทางบกเป็นหลักทำให้สยามได้รับชัยชนะ จำนวนไพร่พลที่เกณฑ์ไปจากหัวเมืองเขมรป่าดงมี

มากกว่าสองหมื่นทั้งยังมีกำลังช้างที่เป็นตัวแปรสำคัญในการรบครั้งที่ 4 ที่ทำให้สยามได้ชัยชนะ นอกจากนี้หัวเมืองเขมรป่าดงยังเป็นพื้นที่รองรับครัวที่ถูกกวาดต้อนจากเขมรในช่วงสงครามอีกด้วย

ส่วนปัจจัยที่ทำให้หัวเมืองเขมรป่าดงมีความสำคัญพบ 3 ปัจจัย คือ 1. สภาพภูมิศาสตร์ ที่หัวเมืองเขมรป่าดงมีอาณาเขตติดกับเขมร มีเส้นทางโบราณและช่องเขาติดต่อกับเขมร 2. ทรัพยากร (ธรรมชาติ ช้างและคน) และหัวเมืองเขมรป่าดงยังมีทรัพยากรคนที่มีความชำนาญเกี่ยวกับช้างซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการสงคราม และ 3. ภาษา วัฒนธรรมและความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำให้ผู้คนที่มาจากหัวเมืองเขมรป่าดงและเขมรมีความใกล้ชิดกัน จึงมีการใช้กำลังคนจากหัวเมืองแถบนี้เข้าไปทำสงครามในเขมรและญวน

จากการศึกษาข้างต้นพบว่างานชิ้นนี้ต่อยอดจากงานของวีรพันธ์ วารวิชนนท์ (2513) “ความสำคัญของอันนัม-สยามยุคต่อไทย กัมพูชา และญวน” ศานติ ภักดีคำ (2554) “เขมรรบไทย” ทั้ง 2 ชิ้นนี้เน้นศึกษาประวัติศาสตร์ของการสงครามอันนัม-สยามยุคระดับมหภาค บทความนี้ได้ต่อยอดและเจาะลึกในระดับจุลภาคด้วยการศึกษาหัวเมืองเขมรป่าดง (เมืองสุรินทร์ สังขะ ขุขันธ์ ศรีสะเกษและเดชอุดม) โดยพบหัวเมืองเขมรป่าดงที่มีความสำคัญในอันนัม-สยามยุคทางด้านกำลังพลในรบ การสืบข่าว ลาดตระเวน การสร้างค่ายรักษาเมืองสำคัญ ๆ ในเขมร โดยเฉพาะการรบทางบกในครั้งที่ 2 (ค.ศ.1840-1841) และครั้งที่ 4 (ค.ศ.1845) และเป็นบทความนี้ได้บุกเบิกในการศึกษาหัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม – สยามยุค ซึ่งต่างจากงานของ Mikusol (1984) และ สุทัศน์ กองทรัพย์ (2536) ที่เน้นศึกษาประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ สังคมของหัวเมืองเขมรป่าดง

ส่วนข้อเสนอแนะเชิงวิจัยในการศึกษาต่อไปมี 3 ประเด็นที่น่าสนใจในสมัยรัตนโกสินทร์คือ 1. การศึกษาหัวเมืองลาวตะวันออกกับอันนัม – สยามยุคว่าเป็นอย่างไร เนื่องจากการศึกษาประเด็นนี้ยังไม่มีการศึกษา 2. การใช้ช้างกับการสงครามในกลุ่มน้ำโขง และ 3. กลุ่มชาติพันธุ์กับการสงครามในกลุ่มน้ำโขง ซึ่งการศึกษาทั้ง 3 ประเด็นนี้จะทำให้การศึกษาอันนัม – สยามยุคมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กรมศิลปากร. (2481). *ประชุมพงศาวดารภาคที่ 67 จดหมายเหตุเกี่ยวกับเขมรและญวนในรัชกาลที่ 3 ตอนที่ 1*. โรงพิมพ์พระจันทร์.
- กรมศิลปากร. (2504). *ประวัติเจ้าพระยาบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) สมุหนายก*. ใน อนุสรณ์งานประชุมเพลิงศพ คุณหญิงดุ่ม ประเสริฐสุนทราศรัย ณ เมรุวัดจักรวรรดิราชาวาส (30 เมษายน น.1-182). ม.ป.ท.
- กรมศิลปากร. (2512). *ประชุมพงศาวดารภาคที่ 67 – 68 จดหมายเหตุเกี่ยวกับเขมรและญวนในรัชกาลที่ 3 ตอนที่ 1 (ต่อ) และตอนที่ 2*. องค์การค้าของคุรุสภา ศึกษาภัณฑ์พาณิชย์.
- กรมศิลปากร. (2545). *พงศาวดารหัวเมืองมณฑลอีสาน*. ใน สุทธิพันธุ์ ขุทรานนท์ และวัฒนา อุ่นทรัพย์ (บ.ก.) *ประชุมพงศาวดารฉบับกาญจนาภิเษก เล่ม 9*. (น. 281-419). สำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร.
- กรมศิลปากร. (2549ก). *พงศาวดารเมืองลพบุรี จ.ศ.1158*. ใน วรณยุพา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, ก่องแก้ว วีระประจักษ์, จรรยา มาณะวิท, พรเพ็ญ อันตระกูล, ถัทธยา ยิมเรวัต, ศานติ ภักดีคำ, ศิริรัตน์ บุญศิริ และ อรรวรณ ทรัพย์พลอย (บ.ก.), *ประชุมพงศาวดารฉบับกาญจนาภิเษกเล่ม 12*. (น.58). สำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร.
- กรมศิลปากร. (2549ข). *จดหมายเหตุเกี่ยวกับเขมรและญวนในรัชกาลที่ 3*. ใน วรณยุพา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, ก่องแก้ว วีระประจักษ์, จรรยา มาณะวิท, พรเพ็ญ อันตระกูล, ถัทธยา ยิมเรวัต, ศานติ ภักดีคำ, ศิริรัตน์ บุญศิริ และ อรรวรณ ทรัพย์พลอย (บ.ก.), *ประชุมพงศาวดารฉบับกาญจนาภิเษกเล่ม 12*. (น.601-765). สำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร.

- กรมศิลปากร. (2549ค). *พงศาวดารเมืองเซล้าเกา*. ใน วรณยุพา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, ก่องแก้ว วีระประจักษ์, จรรยา มาณะวิท, พรเพ็ญ ฮั่นตระกูล, ถัทธยา ยิมเรวัต, ศานติ ภักดีคำ, ศิริพันธ์ บุญศิริ และ อรวรรณ ทรัพย์พลอย (บ.ก.), *ประชุมพงศาวดารฉบับกาญจนาภิเษก เล่ม 12*. (น.835-839). สำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร.
- กรมศิลปากร. (2562). *ประวัติศาสตร์กรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 1 – รัชกาลที่ 3 พ.ศ.2325 – 2394*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรมศิลปากร.
- กุลวดี สมศรีไทย,ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์ และเวียงคำ ขวนอุดม. (2565). พัฒนาการทางวัฒนธรรมของชุมชนโบราณสมัยล้านช้าง บริเวณพื้นที่ลุ่มแม่น้ำเลยถึงห้วยน้ำโสม ช่วงพ.ศ.1896-2102. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. 10(2), 104-126. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalartsjournal/article/view/254340/176063>
- ขจีรัตน์ ไอรากันวัฒน์. (2532). *ความสำคัญทางการเมืองของเมืองนครราชสีมา: บทบาทของเจ้าเมืองตระกูล ณราชสีมาระหว่าง พ.ศ.2325-2388* [วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศิลปากร] <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/8953>
- จิตร ภูมิศักดิ์. (2554). *ตำนานแห่งนครวัด*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). อมรินทร์.
- จิตร ภูมิศักดิ์. (2562). *ความเป็นมาของคำสยาม, ไทย ลาว และขอม และลักษณะทางสังคมของชื่อชนชาติฉบับสมบูรณ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). บริษัท ไทยคอลลีตบุ๊กส์.
- ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์. (2550). การเขียนประวัติศาสตร์การสงครามระหว่างสยามกับเตี้ยเซิน ค.ศ.1783-1785. *ศิลปวัฒนธรรม*. 30(9), 86-105.
- ดี.จี.อี.ฮอลล์. (2526). *A History of South-East Asia. [ประวัติศาสตร์เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เล่ม 1]*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- แซนด์เลอร์ เดวิด. (2546). *A History of Cambodia. [ประวัติศาสตร์กัมพูชา]*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- เดิม วิชาญพจนกิจ. (2546). *ประวัติศาสตร์อีสาน*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- ถนอม อานามวัฒน์. (2514). *ความสัมพันธ์ระหว่างไทยเขมรและญวนในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น* [วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. <https://shorturl.at/t7RSO>
- ทิพากรวงศ์, เจ้าพระยา. (2545). *พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 1*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กองวรรณคดีและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร.
- ทิพากรวงศ์มหาโกษาธิบดี, เจ้าพระยา. (2547). *พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 3*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). สำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร.
- ทิพย์วรรณ วงศ์อัสสโพบูลย์. (2555). *การศึกษาร่องรอยของบ้านเมืองโบราณบริเวณใกล้เคียงศาสนสถานประจำโรงพยาบาล สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ในเขตจังหวัดนครราชสีมา สุรินทร์และบุรีรัมย์* [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/1388>
- ธนพล วิทยาลัย. (2564). การรับรู้และทัศนคติของชาวกูยต่อคำว่า กูย กวย หรือส่วย : กรณีศึกษา ชาวกูย ในจังหวัดศรีสะเกษ. *มจร การพัฒนาสังคม*. 6(3), 218-227. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMSD/article/view/253344>
- ธวัช ปุณโณทก. (2542). *เขมรป่าดง(กูย),หัวเมือง*. ใน ธวัช ปุณโณทก, พัฒน์ น้อยแสงศรี, บุญจิตต์ ชูทรงเดช, ไพฑูรย์ มีกุล, พิษณุ สมพงษ์ และ พจนีย์ เพ็งเปลี่ยน (บ.ก.), *สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคอีสาน เล่ม 2*. (น. 560-568). มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.

- ฉันทพงศ์ สารรัตน์. (2564). ฐานะของเมืองขุขันธ์ในประวัติศาสตร์ศรีสะเกษระหว่าง พ.ศ. 2306 - พ.ศ. 2481. *วารสารมนุษยศาสตร์กับสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 6(2), 125-150.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husocjournal/article/download/242493/168902>
- จิตา สารยา. (2533). พัฒนาการของรัฐ ในภาคพื้นทวีปสยาม พุทธศตวรรษที่ 12-18 (คริสต์ศตวรรษที่ 6-12). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตา สารยา. (2546). อาณาจักรเจนละ ประวัติศาสตร์อีสานโบราณ. มติชน.
- จิตติ บัวคำศรี. (2547). ประวัติศาสตร์กัมพูชา. เมืองโบราณ.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2559). การเมืองไทยสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี. (พิมพ์ครั้งที่ 12). มติชน.
- บดินทร์เดชา, เจ้าพระยา. (2550). อาณานิคมสยามยุคทอง ว่าด้วยการสงครามระหว่างไทยกับลาว เขมรและญวน. (พิมพ์ครั้งที่ 3). โฉมจิต.
- ประจวบ จันทรหมื่น. (2556). ส่วยและกฏ: ความหลากหลายในการนิยามตัวตน. มุลินธิโตโยต้าประเทศไทย, มุลินธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- ประสิทธิ์ คุณรัตน์. (2530). ภูมิศาสตร์กายภาพภาคอีสาน. ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปานใจ ธารทัศน์วงศ์, สุรัตน์ เลิศล้ำ, พงศ์ธันว์ สำเนาเงิน และ Sokrithy, I. (2550). โครงการค้นหาและพัฒนาสารสนเทศของราชมรรคา สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7: รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พระราชพงศาวดาร ฉบับพระราชหัตถเลขา. (2564). (พิมพ์ครั้งที่ 10). ศรีปัญญา.
- มรกตวงศ์ ภูมิพล. (2556). แส็กเกม-ส่วยมั่ว: ประวัติศาสตร์การรับรู้หายทอสยามพ่ายในมุมมองของเวียดนาม. *วารสารสังคมวิทยามานุษยวิทยา*. 32(1), 87-113. <https://socanth.tu.ac.th/wp-content/uploads/2015/02/JSA-32-1-moragotwong.pdf>
- ยอร์ช เซเดสส์. (2556). ANGKOR: An Introduction. [เมืองพระนคร นครวัด นครธม]. (พิมพ์ครั้งที่ 9). มติชน.
- เรื่องเดชนันต์ (ทองดี ธนรัชต์), หลวง. (2563). ราชพงษาวดารกรุงกัมพูชา. ไทยควอลิตี้บุ๊กส์ (2006).
- วอลเตอร์ ฟรานซิส เวลลา. (2530). *Siam Under Rama III*. [แผ่นดินพระนั่งเกล้าฯ]. กองวรรณคดีและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร.
- วีรพันธ์ วารวิชนนท์. (2513). ความสำคัญของอันนัม-สยามยุคทอง ต่อไทย กัมพูชา และญวน [วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย] <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/25769>
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2540). แอ่งอารยธรรมอีสาน : แฉกหลักฐานโบราณคดี พลิกโฉมหน้าประวัติศาสตร์ไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). มติชน.
- ศานติ ภักดีคำ. (2550). อาณานิคมสยามยุคทอง : ความทรงจำในเพลงโบราณกัมพูชา. *ศิลปวัฒนธรรม*. 29(1), 134-143.
- ศานติ ภักดีคำ. (2554). เขมรรบไทย. มติชน.
- ศานติ ภักดีคำ. (2557). ยุทธมรรคา เส้นทางเดินทัพไทย – เขมร. มติชน.
- สันติ ปานน้อย, เขวลิต สิมสวย และ เสนอ ตริวิเศษ. (2550). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานตอนใต้ เพื่อการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวแบบอื่นๆ: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2550). แผนที่ประวัติศาสตร์ (สยาม) ประเทศไทย. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม.

- สุเจน กรรพฤทธิ์. (2560). ความสัมพันธ์เวียดนาม-สยามในเอกสารยุคต้นราชวงศ์เหงวียน ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 ถึงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 [วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]
<http://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2017.1034>
- สุทัศน์ กองทรัพย์. (2536). ความสำคัญของหัวเมืองคูซันห์ สังฆะ และสุรินทร์ พ.ศ.2302-2450 [ปริญญาานิพนธ์หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม] <http://khoon.msu.ac.th/full86/suthat8691/titlepage.pdf>
- สุรียา คำหว่าน. (2554). เขตแดนระหว่างประเทศเวียดนาม กัมพูชา และลาว. ใน ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, พิภพ อุดร, ศุภลักษณ์ เลิศแก้วศรี, อานันท์ บัวแสงธรรม, กิตสุณี รุจิขานันท์กุล, สุริยาพร โสกันต์, ฉัตรศิริ เพียรพยุห์เขตต์ และพยงค์ ทับสกุล (บ.ก.), เขตแดนเวียดนาม-จีน-กัมพูชา-ลาว. (น.71-127). มุลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- สุวิทย์ อิศาศวัต. (2549). รายงานการวิจัย ประวัติศาสตร์อีสาน 2322-2488. ศูนย์วิจัยพหุลักษณะสังคมผู้นำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- หม่องทินอ่อง. (2551). *A History of Burma*. [ประวัติศาสตร์พม่า]. (พิมพ์ครั้งที่ 3). มุลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (2382ก). จดหมายเหตุนครกาลที่ 3 จ.ศ.1201 เลขที่ 1 บันทึกใบบอกเรื่องราวราชการทัพญวน. ม.ป.ท.
- สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (2382ข). จดหมายเหตุนครกาลที่ 3 จ.ศ.1201 เลขที่ 3 บันทึกใบบอกเรื่องราวราชการทัพญวน. ม.ป.ท.
- สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (2383). จดหมายเหตุนครกาลที่ 3 จ.ศ.1202 เลขที่ 43/ก6 คัดบอกข้อราชการทัพญวนทูลถวาย. ม.ป.ท.
- สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (2388). จดหมายเหตุนครกาลที่ 3 จ.ศ.1207 เลขที่ 11 คัดบอกเจ้าพระยาบดินทร์เดชาถึงพระยามหาอำมาตย์ขึ้นกราบบังคมทูลเรื่องญวนขอเป็นไมตรี. ม.ป.ท.
- สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (2394). จดหมายเหตุนครกาลที่ 4 จ.ศ.1213 เลขที่ 159 ร่างสมุดค่าธรรมเนียม ตำแหน่งไทย ลาว เขมร กฎหมายอย่างธรรมเนียมการใช้ตราประจำกรมมหาดไทย กลาโหมท่าและกรมอื่น ๆ. ม.ป.ท.
- อักรพงษ์ คำคุณ. (2554). เขตแดน พรมแดน และชายแดน ระหว่างประเทศไทยกับกัมพูชา. ใน ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, พิภพ อุดร, ศุภลักษณ์ เลิศแก้วศรี, อานันท์ บัวแสงธรรม, กิตสุณี รุจิขานันท์กุล, สุริยาพร โสกันต์, ฉัตรศิริ เพียรพยุห์เขตต์ และพยงค์ ทับสกุล (บ.ก.), เขตแดนสยามประเทศไทย-มาเลเซีย-พม่า-ลาว-กัมพูชา. (น.295-395). มุลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- เอเจียน แอมมอนิเย. (2541). *Voyage Dans Le Laos, Tome Deusieme 1897*. [บันทึกการเดินทางในลาว ภาคสอง พ.ศ.2440]. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทบวงมหาวิทยาลัย.
- Dang, V.C. (2003). *The Relationships between Siam and Vietnam from 1782 to 1847* (Quan hệ Xiêm-Việt từ 1782 đến 1847) [Doctoral dissertation, University of Pedagogy Hanoi]. <https://shorturl.at/qfejL>
- Duong, D.B. (2006). Relation between Vietnam – Cambodia – Siam in 1802-1834 (Quan hệ giữa Việt nam – Campuchia – Xiêm giai đoạn 1802-1834). *Journal of Southeast Asian Studies*. 4, 17-26. <https://shorturl.at/hDeW7>
- Duong, D.B. (2008). Relation between Vietnam – Cambodia – Siam in 1834-1848 (Quan hệ giữa Việt nam – Campuchia – Xiêm giai đoạn 1834 – 1848) . *Journal of Southeast Asian Studies*. 3, 20-30. <https://shorturl.at/TUTDv>

- Mikusol, P. (1984). *Social and cultural history of Northeastern Thailand from 1868-1910: a case study of the Huamuang Khamen Padong (Surin, Songkha and Khukhan)* [Unpublished Doctoral dissertation]. University of Washington.
- Seidenfaden, E. (1952). The Kui people of Cambodia and Siam. *Journal of Siam Society*. XXXIX(2), 144-181. https://thesiamsociety.org/wp-content/uploads/1952/03/JSS_039_2c_Seidenfaden_KuiPeopleOfCambodiaAndSiam.pdf
- Sok, K. (1991). *Cambodia between Siam and Vietnam, from 1775 to 1860* (Le Cambodge Entre Le Siam Et Le Vietnam de 1775 á 1860). Efeo.
- Vien Su hoc. (2002). *Veritable Records of Đại Nam Volume 1* (Đại Nam Thực Lục Tập 1). Education Publishing House.
- Vien Su hoc. (2007). *Veritable Records of Đại Nam Volume 6* (Đại Nam Thực Lục Tập 6). Education Publishing House.

อุปลักษณเชิงมนโพนทศนประเทศชาติในคําลํวสุนทรพนน
เนองในโอกาสวนขนปีใหมของผู้นําประเทศไทย¹
Conceptual Metaphors of The Nation in Thai Leader's New Year Speeches¹

จื้อเชา ชุย², ภคกต เทียมทน³
Zhichao Cui², Pakapot Thiamthan³

Received: March 11, 2025

Revised: July 27, 2025

Accepted: August 5, 2025

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอุปลักษณเชิงมนโพนทศนประเทศชาติในคําลํวสุนทรพนนเนองในโอกาสวนขนปีใหมของผู้นําประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์รัฐบาลไทย ROYAL THAI GOVERNMENT และเพลย์ลิสต์ “คําลํวสุนทรพนน” ของช่อง “ไทยคูป้า ทำเนียบรัฐบาล” จาก YouTube จำนวน 9 ฉบับ และอาศัยแนวคิดอุปลักษณเชิงมนโพนทศนของเลคอฟและจอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980) ผลการวิจัยพบว่า ถ้อยคำอุปลักษณที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศชาติในคําลํวสุนทรพนนเนองในโอกาสวนขนปีใหม พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2566 ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทรโอชา สะท้อนอุปลักษณเชิงมนโพนทศนทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] [ประเทศชาติ คือ ผู้เดินทาง] [ประเทศชาติ คือ สมรภูมิ] [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง] และ [ประเทศชาติ คือ เครื่องจักร] โดยสะท้อนให้เห็นถึงมุมมองต่าง ๆ ที่มีต่อประเทศชาติของผู้นําประเทศไทย เช่น มองว่าประเทศชาติเป็นครอบครัวใหญ่ที่มีความรัก ความสามัคคี และความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างประชาชนกับผู้นําประเทศ เป็นผู้เดินทางที่ต้องฝ่าฟันอุปสรรคและมุ่งสู่เป้าหมายแห่งสันติสุขและความเจริญรุ่งเรือง เป็นสมรภูมิที่ต้องเผชิญหน้าและต่อสู้กับภัยคุกคามและความท้าทาย เป็นสิ่งก่อสร้างที่ต้องได้รับการร่วมกันสร้าง บูรณะ ฟื้นฟู และพัฒนาให้มีความมั่นคงและยั่งยืน และเป็นเครื่องจักรที่ต้องอาศัยการทำงานอย่างสอดประสานของชิ้นส่วนต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนประเทศชาติไปข้างหน้า ทั้งนี้ การใช้อุปลักษณเชิงมนโพนทศนในคําลํวสุนทรพนนดังกล่าวไม่เพียงสะท้อนแนวคิดในการบริหารประเทศของผู้นําประเทศไทยเท่านั้น หากยังเป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการเมืองที่มีพลังในการปลุกเร้าอารมณ์และความรู้สึกรวมของประชาชนในการมีส่วนร่วมกับการกิจเพื่อชาติ รวมทั้งเสริมสร้างภาพลักษณของผู้นําประเทศไทย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในกลวิธีทางภาษาที่สื่ออุดมการณ์ในคําลํวสุนทรพนนดังกล่าว

คำสำคัญ: อุปลักษณเชิงมนโพนทศน, ประเทศชาติ, สุนทรพนน, ประยุทธ์ จันทรโอชา

Abstract

This article aims to examine conceptual metaphors of the nation in New Year speeches delivered by Thai leader. The data comprise nine speeches collected from the Royal Thai

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “ภาษาและอุดมการณ์ในคําลํวสุนทรพนนเนองในโอกาสวนขนปีใหมของผู้นําประเทศไทยและจีน” (This article is part of the thesis entitled “Language and Ideology in Thai and Chinese Leaders' New Year Speeches”).

² นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (Graduate Student, Department of Thai, Faculty of Humanities, Chiang Mai University) E-mail: zhichao_cui@cmu.ac.th

³ อาจารย์ ดร. ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (Ph.D., Lecturer, Department of Thai, Faculty of Humanities, Chiang Mai University) E-mail: pakapot.th@cmu.ac.th

Government's official website and the “คำกล่าวสุนทรพจน์” playlist on the “ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล” YouTube channel, analyzed using the conceptual metaphor theory proposed by Lakoff and Johnson (1980). The findings reveal that metaphorical expressions used to convey the concept of the nation in the New Year speeches by General Prayut Chan-o-cha from 2015 to 2023 reflect five types of conceptual metaphors: 1) THE NATION IS A FAMILY, 2) THE NATION IS A TRAVELER, 3) THE NATION IS A BATTLEFIELD, 4) THE NATION IS A CONSTRUCTION, and 5) THE NATION IS A MACHINE. These metaphors embody various perspectives of the Thai leader on the nation. For example, the nation is depicted as a large family characterized by love, unity, and strong bonds between citizens and the leader; a traveler overcoming obstacles to achieve peace and prosperity; a battlefield confronting threats and challenges; a construction requiring collaborative building, restoration, and sustainable development; and a machine relying on the harmonious functioning of its components to move forward. The use of conceptual metaphors in these speeches not only reflects the leader's vision for governance but also serves as a powerful political communication tool, evoking emotional resonance and fostering a sense of collective responsibility among citizens. Furthermore, it enhances the public image of the Thai leader and constitutes a linguistic strategy for conveying ideologies embedded in these speeches.

Keywords: Conceptual Metaphor, Nation, Speech, Prayut Chan-o-cha

บทนำ

ธีรยุทธ บุญมี (2547, น. 49) ได้กล่าวว่า “ชาติ” เป็นเครื่องมือในการสร้างความเป็นหนึ่งเดียว (homogeneity) และความเป็นมาตรฐานเดียวกัน พร้อมมีหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ปลุกเร้าความรู้สึกผูกพัน ทำให้รู้สึกเป็นกลุ่มเดียวกัน จนเกิดพลังในการแข่งขันที่เข้มข้นในระบบการเมืองระหว่างประเทศ สำหรับการบริหารราชการแผ่นดินและผู้ได้บังคับบัญชาของผู้นำประเทศ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศชาติให้กับประชาชนไปตามเจตจำนงทางการเมืองในลักษณะดังกล่าวจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากไม่ได้เป็นเพียงการอธิบายสภาพของประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นการสะท้อนถึงยุทธศาสตร์และความปรารถนาที่จะพัฒนาประเทศชาติอย่างยั่งยืนในอนาคต จนนำไปสู่การส่งเสริมความสามัคคีระหว่างประชาชน สร้างความชอบธรรมทางการเมือง และสร้างภาพลักษณ์ของประเทศชาติต่อมนุษยชนภายใต้อุดมการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังข้อความต่อไปนี้

“ประชาชนทุกคน คือ พันธุ์เดียวกันที่ร่วมกันขับเคลื่อนประเทศให้เจริญรุดหน้าในทุกด้าน เพื่อก้าวสู่การเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถ มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีความพร้อม มีศักยภาพในการร่วมกันดูแลบ้านเมืองของเราให้มีเสถียรภาพ มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และมีความสุข”

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2559)

เมื่อพิจารณาข้อความที่ปรากฏในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ พ.ศ. 2559 ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา อดีตนายกรัฐมนตรีไทยข้างต้น สังเกตได้ว่า พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา มีทัศนคติต่อประเทศชาติว่า ประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสันติสุขและความเจริญรุ่งเรืองให้แก่ประเทศชาติ ซึ่งคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ในลักษณะดังกล่าวถือเป็นถ้อยแถลงในวาระสำคัญระดับชาติที่ผู้นำประเทศมักใช้เป็นโอกาสในการสะท้อนภาพรวมของประเทศ ถ่ายทอดวิสัยทัศน์ แนวคิด และค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศชาติ อีกทั้งยังเป็นการพูดต่อหน้าสาธารณชนในวงกว้าง ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับสถานการณ์ของประเทศชาติและชักจูงประชาชนให้คล้อยตาม ร่วมมือ และลงมือกระทำในสิ่งที่เป็นการคล่องตัวและเป็นประโยชน์กับประเทศชาติ โดยมีลักษณะเป็นแบบแผนและมีความประณีตทั้งเนื้อหาและภาษาที่ใช้

เมื่อพิจารณาลักษณะการใช้ภาษาของข้อความดังกล่าว พบว่าปรากฏการใช้อุปลักษณ์ที่เปรียบเทียบกับ “ประชาชนทุกคน” เป็นเหมือน “พื้นเพือง” พร้อมปรากฏถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “ขับเคลื่อน” ที่ใช้กับ “ประเทศ” ต่างแสดงให้เห็นถึงอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ เครื่องจักร] ซึ่ง พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีคนที่ 29 ของประเทศไทย เป็นผู้หนึ่งที่สืบทอดอำนาจต่อเนื่องมานานถึง 9 ปีผ่านกลไกรัฐธรรมนูญและวุฒิสภาแต่งตั้ง โดยมีพื้นเพเป็นทหารและมีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูและรักษาความสงบของประเทศชาติภายหลังรัฐประหารของปี พ.ศ. 2557 พร้อมทั้งนำประเทศไทยกลับสู่ระบอบประชาธิปไตยอย่างเหมาะสมและเติบโตไปได้ อย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนด้วยความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์และความยึดมั่นในผลประโยชน์ของประชาชน และประเทศชาติเป็นสำคัญ ทั้งนี้ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา มีลักษณะเฉพาะในการใช้ภาษาที่แตกต่างจากนายกรัฐมนตรีในระบอบประชาธิปไตยที่มักเน้นการใช้ภาษาทางการเมืองในเชิงการมีส่วนร่วมของประชาชน ในขณะที่ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา มักใช้ภาษาที่สะท้อนแนวคิดเชิงอำนาจ การควบคุม และการสั่งการ ซึ่งเป็นลักษณะของผู้นำในบริบทหลังรัฐประหาร ทำให้ถ้อยแถลงมีลักษณะเฉพาะที่สามารถสะท้อนอุดมการณ์ทางการเมืองและรูปแบบภาวะผู้นำในบริบทพิเศษของสังคมไทย นอกจากนี้ วาสนา นาน่วม (2558) ยังกล่าวถึงความสามารถอันโดดเด่น ในด้านการพูด การสอน การเขียนการเรียงความ และการวิพากษ์วิจารณ์อย่างตรงไปตรงมาของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา โดยมีการใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่ายในการสื่อสารกับประชาชน โดยเฉพาะการใช้อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์อันหลากหลายที่ช่วยให้ผู้ฟังประชาชนสามารถสร้างจินตภาพและเกิดความเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการจะสื่อได้อย่างเป็นรูปธรรม ทำให้การสื่อแทนความคิดของตนมีสีสันมากยิ่งขึ้น จนเกิดพลังในการถ่ายทอดความคิด เปลี่ยนมุมมองของผู้ฟังประชาชน สื่ออุดมการณ์ จนกระทั่งสามารถโน้มน้าวชักจูงใจผู้ฟังประชาชนให้คล้อยตาม

เลคอฟและจอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980) ได้กล่าวไว้ว่า อุปลักษณ์ (metaphor) เป็นการเปรียบเทียบความเหมือนกันของสองสิ่งที่เป็นสมาชิกของต่างกลุ่มความหมาย โดยสิ่งที่นำมาเป็นแบบเปรียบมักเป็นสิ่งที่มีความเป็นรูปธรรม ใกล้เคียง และเป็นที่คุ้นเคยหรือเคยมีประสบการณ์เกี่ยวข้องมาก่อน เพื่อใช้ในการอธิบายหรือทำความเข้าใจอีกสิ่งหนึ่งที่ถูกเปรียบที่เป็นนามธรรม ซ้ำซ้อน ใกล้เคียง หรือไม่เคยมีประสบการณ์ร่วมมาก่อน โดยอุปลักษณ์ไม่ได้ปรากฏเพียงในภาษาเชิงวาทศิลป์เท่านั้น แต่ปรากฏทั่วไปในชีวิตประจำวัน ซึ่งพื้นฐานของระบบความคิดของมนุษย์ก็มีลักษณะเป็นแบบอุปลักษณ์ เรียกว่า อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ (conceptual metaphor) โดยมีบทบาทสำคัญในการทำ ความเข้าใจโลก รวมไปถึงการควบคุมความคิด การกระทำ จนกระทั่งรายละเอียดต่าง ๆ ที่ธรรมดาที่สุดในชีวิตประจำวัน เพราะฉะนั้น อุปลักษณ์ต่าง ๆ จึงสามารถเกิดขึ้นภายใต้ประสบการณ์ที่ผู้ใช้ภาษาได้รับรู้ สังเกต และสร้างขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งในโลก รวมทั้งความคิด ความเชื่อ และสังคมวัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษาด้วย

เมื่อพิจารณางานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์แล้ว พบว่า มีงานวิจัยในมิติด้านการเมืองอยู่หลายชิ้น เช่น งานวิจัยเรื่อง “รูปภาษาแสดงอุปลักษณ์ในข่าวการเมือง” ของพิษณุ บางเขียว (2544) เรื่อง “การศึกษา อุปลักษณ์เรื่องการเมืองในภาษาไทยตามแนววรรณศาสตร์ปริชาน” ของอุษา พงษ์ชัยวิบูลย์ (2544) เรื่อง “อุปลักษณ์ที่ นักการเมืองไทยใช้: การศึกษาตามแนววรรณศาสตร์ปริชานและวัจนปฏิบัติศาสตร์” ของรัชนิยา กลิ่นน้ำหอม (2551) เรื่อง “มนทัศน์การเมืองในบทกวีรางวัลพานแว่นฟ้า” ของบุญยเสนา ตรีวิเศษ (2560) เรื่อง “[ชาติ คือ มนุษย์]: อุปลักษณ์เชิงวิพากษ์ในวาทกรรมของหลวงวิจิตรวาทการ” ของอุมาวัลย์ ชาติไอยรานนท์ (2560) เรื่อง “เปรียบเทียบ อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์การเมืองไทย: กรณีศึกษาจากการเลือกตั้งใน พ.ศ. 2544 พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2566” ของธีรวิภา แสงอินทร์ (2566) เรื่อง “อุปลักษณ์ในวาทกรรมการเมืองไทยในการหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2562: การวิเคราะห์อุปลักษณ์เชิงวิพากษ์” ของนิภาดา โพธิ์เรือง (2566)

อนึ่ง เมื่อพิจารณางานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับสุนทรพจน์ของผู้นำประเทศแล้ว พบงานวิจัยทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับสุนทรพจน์ของผู้นำประเทศ เช่น งานวิจัยเรื่อง “แนวคิดในการบริหารประเทศ ของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์: การศึกษาวิเคราะห์สุนทรพจน์ของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ พ.ศ. 2501 – 2506” โดย ยุทธยา หมั่นสาย (2546) เรื่อง “A Comparative Study between Chinese and Thai Leaders’ New Year Speeches” โดย เจียง (Jiang, 2016) เรื่อง “วาทกรรมเกี่ยวกับประชาธิปไตย : กรณีศึกษาสุนทรพจน์ของนายกรัฐมนตรีไทย” โดย ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว (2556) เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่มาจากการยึดอำนาจภายใต้วิกฤตความขัดแย้งทางการเมือง” โดย ภาคิน โชติเวชย์ศิลป์ (2562)

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาทั้งงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับอุปลักษณะเชิงมนทัศน์และงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับสุนทรพจน์ของผู้นำประเทศแล้ว ยังไม่ปรากฏงานวิจัยที่ศึกษาอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ที่เกี่ยวกับประเทศชาติในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ของผู้นำประเทศไทย

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ที่เกี่ยวกับประเทศชาติในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา โดยมุ่งเน้นศึกษาว่าผู้นำประเทศไทยมีการนำแบบเปรียบหรือมนทัศน์ที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมประเภทใดบ้างมาใช้ในการอธิบายหรือทำความเข้าใจเรื่องประเทศชาติ ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงลักษณะการใช้อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ที่สร้างจินตภาพของประเทศชาติ และสะท้อนมุมมองหรือระบบความคิดเบื้องหลังของผู้นำประเทศไทยในบริบทที่ต้องการสื่อความหมายให้กับประชาชน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ และความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชนผ่านอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในกลวิธีทางภาษาที่สามารถสื่ออุดมการณ์ทางการเมืองและสังคมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ที่เกี่ยวกับประเทศชาติในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2566 ของผู้นำประเทศไทย

วิธีการวิจัย

1. สืบค้น ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปลักษณะเชิงมนทัศน์และสุนทรพจน์ของผู้นำประเทศ
2. เก็บรวบรวมข้อมูลถ้อยคำอุปลักษณะที่เกี่ยวกับประเทศชาติจากคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2566 ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา อดีตนายกรัฐมนตรีไทย จากเว็บไซต์รัฐบาลไทย ROYAL THAI GOVERNMENT และเพลย์ลิสต์ “คำกล่าวสุนทรพจน์” ของช่อง “ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล” จาก YouTube จำนวน 9 ฉบับ โดยจะพิจารณาเฉพาะถ้อยคำอุปลักษณะที่ปรากฏอย่างน้อย 5 ครั้ง หรือมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 5 ถ้อยคำอุปลักษณะในอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ที่เกี่ยวกับประเทศชาติแต่ละประเภท
3. วิเคราะห์อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ที่เกี่ยวกับประเทศชาติที่สะท้อนจากถ้อยคำอุปลักษณะดังกล่าว โดยอาศัยแนวคิดอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ของเลคอฟและจอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980)
4. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย

เมื่อวิเคราะห์ถ้อยคำอุปลักษณะที่ปรากฏในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ของผู้นำประเทศไทยที่ถูกเลือกมาเพื่อสร้างความเข้าใจที่เกี่ยวกับมนทัศน์ประเทศชาติแล้ว พบว่า พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา อดีตนายกรัฐมนตรีไทย มีการเลือกใช้ถ้อยคำอุปลักษณะที่จัดอยู่ในวงความหมายของครอบครัว การเดินทาง การต่อสู้ การก่อสร้าง และเครื่องจักร สามารถแสดงอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ที่เกี่ยวกับประเทศชาติทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] [ประเทศชาติ คือ ผู้เดินทาง] [ประเทศชาติ คือ สมรภูมิ] [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง] และ [ประเทศชาติ คือ เครื่องจักร] ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว]

อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] เป็นการนำมนทัศน์ที่เกี่ยวกับครอบครัวมาใช้เป็นแบบเปรียบหรือมนทัศน์ต้นทางเพื่ออธิบายหรือทำความเข้าใจมนทัศน์ประเทศชาติซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบหรือมนทัศน์ปลายทาง จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบถ้อยคำอุปลักษณะที่จัดอยู่ในวงความหมายของครอบครัว ได้แก่ “พี่น้อง” “เรา” “รักและหวงแหนชาติบ้านเมืองของเรา” “ผดุงประเทศไทยไว้ให้ลูกหลานต่อไป” “พลังแห่งความรัก ความสามัคคีที่ยิ่งใหญ่” “พลังจิตอาสา” “ความรักและความเอื้ออาทร” “พวกเราชาวไทย” “ส่งมอบกำลังใจ” “ยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือคนไทยด้วยกัน” “ความสามัคคีปรองดอง” “น้ำหนึ่งใจเดียวกัน” “ช่วยเหลือ” “ดูแล” “พระเจ้าแผ่นดินผู้เป็นที่รักเทิดทูนของพวกเราชาวไทย” “พระมหากษัตริย์คุณ” “คนไทยทั้งชาติ” “พร้อมใจกันถวายความจงรักภักดี” “ความรัก ความผูกพัน และความจงรักภักดี” “พสกนิกร” และ “มีขวัญร่มเกล้า” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ผมขอให้ปีใหม่นี้คือการเริ่มต้นชีวิตใหม่ของพี่น้องคนไทยในการทำสิ่งที่ดีเพื่อประเทศไทยของเรา ทุกท่านต้องช่วยกัน ขอให้พี่น้องนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ได้พระราชทานให้แก่ปวงชนชาวไทยมาเป็นหลักในการดำเนินชีวิต ด้วยความเรียบง่าย ไม่ประมาท ไม่ฟุ้งเฟ้อ รักและหวงแหนชาติบ้านเมืองของเรา เพื่อผดุงประเทศไทยไว้ให้ลูกหลานต่อไป

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2558)

ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “พี่น้อง” “เรา” “รักและหวงแหนชาติบ้านเมืองของเรา” และ “ผดุงประเทศไทยไว้ให้ลูกหลานต่อไป” ที่ปรากฏในตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นถึงอุปลักษณ์เชิงโน้มน้าว [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] โดยสะท้อนความพยายามของผู้นำประเทศไทยในการสร้างความเข้าใจที่เกี่ยวกับประเทศชาติที่ว่า ประเทศไทยเปรียบเสมือนครอบครัวใหญ่ของประชาชนชาวไทยทุกคน และทุกคนเปรียบเสมือนสมาชิกของครอบครัวนี้ ซึ่งมีความสัมพันธ์แบบญาติพี่น้องและต่างมีหน้าที่ในการช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน ร่วมกันดูแลและรักษาความเป็นอยู่ของครอบครัวด้วยความรัก ความห่วงใย และความเสียสละ โดยผู้นำประเทศไทยเลือกใช้คำสรรพนามร่วมกันระหว่างตนเองและประชาชนคำว่า “เรา” เพื่อสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมและแสดงความเป็นเจ้าของร่วมกันของประเทศชาติ ซึ่งจะทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกว่าเป็นผู้มีบทบาทในการใช้ความรัก ความหวงแหนเพื่อดูแลและขับเคลื่อนประเทศร่วมกับผู้นำประเทศมากกว่าผู้รับคำสั่งจากผู้มีอำนาจ ขณะที่ถ้อยคำที่ว่า “ลูกหลาน” ยังแสดงให้เห็นถึงภาพของประชาชนชาวไทยในอนาคตว่าเป็นสมาชิกครอบครัวรุ่นต่อไปที่ต้องได้รับการปกป้องและดูแล ซึ่งช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจทางอารมณ์ให้ประชาชนเกิดความสำนึกในหน้าที่ต่อประเทศชาติในฐานะมรดกของครอบครัวที่ต้องถ่ายทอดสู่ลูกหลาน อันมีผลในการกระตุ้นจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบข้ามรุ่นของประชาชน นอกจากนี้ ในตัวอย่างข้างต้นยังปรากฏการชักชวนให้ประชาชนปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งเปรียบเสมือนการให้คำแนะนำแก่สมาชิกในครอบครัวในการดำรงชีวิตในฐานะผู้นำครอบครัว โดยมีเป้าหมายเพื่อความมั่นคงและความยั่งยืนของครอบครัวประเทศชาติ ทั้งนี้ การใช้อุปลักษณ์ในลักษณะดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างความรักชาติ ความสามัคคี และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้กับประชาชนเท่านั้น หากยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำประเทศกับประชาชนให้อยู่บนพื้นฐานของความห่วงใยและความรับผิดชอบร่วมกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาประเทศชาติอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ในปีพุทธศักราช 2561 ที่ผ่านมา ประเทศไทยได้เกิดเหตุการณ์ขึ้นมากมาย บางเหตุการณ์ทำให้เราได้เห็นถึงพลังแห่งความรัก ความสามัคคีที่ยิ่งใหญ่ และพลังจิตอาสาของพี่น้องประชาชนคนไทย ซึ่งเป็นพื้นฐานจิตใจของคนไทยที่มีความรักและความเอื้ออาทรต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน รวมถึงความต้องการที่จะมีส่วนร่วมให้สังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นปกติสุข ในวันขึ้นปีใหม่นี้จึงเป็นนิมิตหมายที่ดีในการเริ่มต้นไปสู่สิ่งใหม่ด้วยจิตใจที่อิ่มเอมไปด้วยความสุข ความสดชื่น โดยนำสิ่งดี ๆ ในปีที่ผ่านมาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2561)

ข้อความในตัวอย่างดังกล่าวปรากฏการใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “พี่น้องประชาชนคนไทย” พร้อมปรากฏด้วย “พลังแห่งความรัก ความสามัคคีที่ยิ่งใหญ่” “พลังจิตอาสา” รวมถึง “ความรักและความเอื้ออาทร” ล้วนแสดงให้เห็นถึงอุปลักษณ์เชิงโน้มน้าว [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] ซึ่งในมุมมองของผู้นำประเทศไทย ประเทศชาติมีลักษณะเหมือนครอบครัวใหญ่ที่สมาชิกทุกคนมีความรัก ความสามัคคี และความปรารถนาดีต่อกัน รวมถึงการร่วมแรงร่วมใจเพื่อความสงบสุขและความมั่นคงของส่วนรวม ทั้งนี้ ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมของสังคมไทยที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์แบบเครือญาติและการดำรงอยู่ร่วมกันอย่างสมัคคีปรองดองในลักษณะของครอบครัวเดียวกัน ซึ่งมีผลในการเสริมสร้างพลังของการมีส่วนร่วมในสังคมและกระตุ้นให้เกิดความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน

ในปีพุทธศักราช 2564 ที่ผ่านมา พวกเราชาวไทยต้องพบกับเหตุการณ์ต่าง ๆ หลายอย่าง เราต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น เราต้องประสบกับอุทกภัยในหลายพื้นที่ ผมขอขอบคุณในความร่วมมือร่วมใจของข้าราชการ บุคลากร เจ้าหน้าที่ภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน อาสาสมัคร และ พี่น้องชาวไทยทุกคน ที่มีส่วนร่วมในการแก้ไข บรรเทาเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้ง ส่งมอบกำลังใจและยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือคนไทยด้วยกัน ทำให้ได้เห็นถึงพลังแห่งความรักและความสามัคคีที่มีอยู่อย่างเต็มเปี่ยมในจิตใจคนไทยทุกคน จนวันนี้พวกเราสามารถเดินหน้าก้าวพ้นอุปสรรคต่าง ๆ มาได้ด้วยดี (ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2565)

การใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “พวกเราชาวไทย” และ “พี่น้อง” บ่งชี้ให้เห็นถึงการทำความเข้าใจมโนทัศน์ประเทศชาติผ่านมโนทัศน์ที่เกี่ยวกับครอบครัว ซึ่งเป็นลักษณะของอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] โดยมองว่าครอบครัวใหญ่นั้นมีสมาชิกที่เป็นพี่น้องร่วมสายเลือด และมีความสัมพันธ์ในครอบครัวอันใกล้ชิดและผูกมัด การที่ “ส่งมอบกำลังใจ” และ “ยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือคนไทยด้วยกัน” จึงไม่ใช่เพียงการช่วยเหลือทางสังคมหรือหน้าที่พลเมืองทั่วไปเท่านั้น แต่เป็นพฤติกรรมที่แฝงด้วยความรัก ความห่วงใย และความสามัคคี เสมือนความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวที่ต้องร่วมแรงร่วมใจกันฝ่าฟันอุปสรรคไปด้วยกัน ซึ่งการใช้อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ในลักษณะดังกล่าวมีส่วนช่วยในการส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของประเทศและมีจิตสำนึกร่วมในการดูแลช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายใต้สถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ

ในศักราชใหม่นี้ ถือเป็นการเริ่มต้นสิ่งใหม่ โดยนำเอาประสบการณ์ในปีที่ผ่านมาเป็นบทเรียน ในการปรับวิถีชีวิต เพื่อที่จะได้ดำรงตนอยู่ด้วยความมีสติ รอบคอบ ไม่ประมาท และตั้งมั่นใน ความสามัคคีปรองดอง เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน อันจะเป็นประโยชน์แก่ตนเองและประเทศชาติ โดยรวม

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2565)

ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “ความสามัคคีปรองดอง” ถือเป็นลักษณะสำคัญที่คาดหวังจากสมาชิกในครอบครัวซึ่งต้องพึ่งพา เข้าใจ และให้อภัยซึ่งกันและกัน ขณะเดียวกันถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “น้ำหนึ่งใจเดียวกัน” ยังเป็นถ้อยคำที่สะท้อนให้เห็นถึงภาพของความสัมพันธ์อันดีและการมีจิตใจเป็นหนึ่งเดียวกันของประชาชน ซึ่งสามารถเปรียบเทียบได้กับความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวที่มีความผูกพันแน่นแฟ้นและพร้อมที่จะช่วยเหลือเกื้อกูลกันในทุกสถานการณ์ เมื่อนำมาใช้ในการอธิบายมโนทัศน์ประเทศชาติ จึงแสดงมุมมองของผู้นำประเทศไทยที่ว่า ประเทศชาติมีลักษณะเป็นเหมือนครอบครัวที่สมาชิกต้องมีความปรองดอง ไม่แตกแยกหรือขัดแย้งกัน และดำรงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างกลมกลืน ซึ่งจะช่วยรักษาความมั่นคงและสันติสุขของประเทศชาติโดยรวม

ในโอกาสนี้ ผมขอขอบคุณเจ้าหน้าที่พลเรือน ตำรวจ ทหาร และอาสาสมัครทุกท่าน ที่ปฏิบัติงานอยู่ตามแนวชายแดนหรือพื้นที่รุกรันดารห่างไกลและพื้นที่ประสบภัยต่าง ๆ ทั่วประเทศ ในการ ช่วยเหลือ ดูแล ชีวิตและทรัพย์สินของ พี่น้องประชาชนให้อยู่ในความปลอดภัยเป็นอย่างดีตลอดทั้งปีที่ผ่านมา

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2566)

ตัวอย่างข้างต้นปรากฏถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “ช่วยเหลือ” “ดูแล” และ “พี่น้อง” ที่ถูกเลือกมาใช้ในการทำความเข้าใจประเทศชาติ สะท้อนให้เห็นถึงอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] ซึ่งเปรียบเทียบให้ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น พลเรือน ตำรวจ และทหาร กับประชาชนเป็นเหมือนสมาชิกร่วมเชื้อสายใน

ครอบครัวที่มีหน้าที่ดูแลและห่วงใยกัน ซึ่งในสายตาของผู้นำประเทศไทย การสร้างความสัมพันธ์ภายในประเทศให้เปรียบเสมือนครอบครัวที่อบอุ่น แข็งแรง และมีความสุขนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาประเทศ จึงมุ่งมั่นส่งเสริมให้คนในสังคมรวมเป็นหนึ่งเดียวอย่างกลมเกลียว มีความสัมพันธ์ทางอารมณ์และหน้าที่ดูแลซึ่งกันและกัน ตั้งครอบครัวใหญ่ โดยเฉพาะผู้ปกครองมีหน้าที่ปกป้อง ดูแล และรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของสมาชิกทุกคนในครอบครัวเดียวกัน

อนึ่ง อุปลักษณ์เชิงมนโฑสน์ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] มิได้ปรากฏเฉพาะตัวอย่างในระดับของประชาชนเท่านั้น หากยังสามารถสังเกตได้จากตัวอย่างที่สะท้อนมนโฑสน์ที่เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ของผู้นำประเทศไทยอีกด้วย เนื่องจากสถาบันพระมหากษัตริย์เป็นหนึ่งในสามสถาบันหลักที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาติไทย โดยประเทศไทยมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขมาโดยตลอด นับตั้งแต่ยุคเริ่มก่อรูปความเป็นชาติในสมัยสมบูรณาญาสิทธิราชย์ จนถึงปัจจุบันที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข สังคมไทยจึงมีความผูกพันกับสถาบันพระมหากษัตริย์ในฐานะศูนย์รวมจิตใจของพสกนิกรชาวไทยสืบเนื่องมาจนถึงทุกวันนี้ อีกทั้งสถาบันพระมหากษัตริย์ยังมีบทบาทสำคัญต่อประเทศชาติทั้งในด้านการเมือง การปกครอง ศาสนา และสังคมวัฒนธรรม ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยของเราได้ประสบเหตุการณ์ต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระเจ้าแผ่นดินผู้เป็นที่รักเกิดขุนของพวกเราชาวไทย ได้เสด็จสวรรคต ซึ่งนำความโศกเศร้าอาลัยกันทั่วทั้งประเทศ แม้พระองค์ท่านได้เสด็จสู่สวรรคาลัยแล้ว แต่พวกเราชาวไทยแต่ยังคงรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้ และมีความเศร้าอาลัยตราบนิรันดร์ ดังนั้น เพื่อเป็นการแสดงความสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้ ผมขอให้พี่น้องประชาชนชาวไทยได้ดำเนินการตามแนวทางพระราชดำริเรื่องความพอเพียง เพื่อความเป็นสิริมงคลและความเจริญของตัวเอง และร่วมขับเคลื่อนประเทศไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองตลอดไป

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2560)

จากตัวอย่างข้างต้น นอกจากปรากฏถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “พี่น้อง” แล้ว ยังแสดงให้เห็นถึงการใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “พระเจ้าแผ่นดินผู้เป็นที่รักเกิดขุนของพวกเราชาวไทย” และ “พระมหากรุณาธิคุณ” ซึ่งสามารถสะท้อนอุปลักษณ์เชิงมนโฑสน์ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] ได้อย่างชัดเจน โดยผู้นำประเทศไทยมองว่า ในครอบครัวแห่งราชอาณาจักรไทย พระมหากษัตริย์เปรียบเสมือนพ่อของแผ่นดินหรือหัวหน้าครอบครัวที่เป็นที่เคารพรัก ในขณะที่ประชาชนเปรียบเสมือนลูกหลานที่พร้อมใจกันแสดงความอาลัยและรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณ ความสัมพันธ์ระหว่างพระมหากษัตริย์และประชาชนจึงถูกอธิบายในลักษณะเดียวกันกับความสัมพันธ์ทางสายเลือดที่ลึกซึ้งและเปี่ยมด้วยความผูกพันทางอารมณ์

ในปีพุทธศักราช 2562 ที่ผ่านมา ถือได้ว่าเป็นปีมหามงคล และปีแห่งความปลื้มปิติยินดีของ คนไทยทั้งชาติ ที่ได้พร้อมใจกันถวายความจงรักภักดี เเลื่อมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในการพระราชพิธีบรมราชาภิเษกตามพระราชประเพณี นับเป็นสวัสดิมงคลของประเทศชาติและประชาชน แสดงให้เห็นถึงความรัก ความผูกพันและความจงรักภักดีของประชาชนชาวไทยที่มีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์มาอย่างยาวนาน

(ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2562)

ในตัวอย่างข้างต้น ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “คนไทยทั้งชาติ” ที่ได้ “พร้อมใจกันถวายความจงรักภักดี” และแสดง “ความรัก ความผูกพัน และความจงรักภักดี” ต่อสถาบันพระมหากษัตริย์นั้น แสดงให้เห็นถึงภาพของประเทศชาติในฐานะครอบครัวหนึ่งเดียวที่มีความรัก ความภักดี และความรู้สึกผูกพันต่อผู้นำทางจิตวิญญาณของครอบครัว คือ

พระมหากษัตริย์ ภายใต้สัญลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] โดยมองว่าประชาชนเป็นเหมือนสมาชิกในครอบครัวที่มีความรู้สึกร่วมและยึดโยงอยู่กับสถาบันหลักอย่างเหนียวแน่น ซึ่งสัญลักษณ์นี้มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในประเทศชาติ อีกทั้งยังสื่อถึงความภาคภูมิใจร่วมกันในฐานะสมาชิกในครอบครัวเดียวกันที่ได้เฉลิมฉลองช่วงเวลาสำคัญของ “บ้านเรา” หรือ “ประเทศชาติของเรา”

เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ พุทธศักราช 2564 ผมขอส่งความปรารถนาดีมายังพี่น้องประชาชนทุกท่าน และขอเชิญชวนพี่น้องประชาชนชาวไทยทุกหมู่เหล่าพร้อมใจกันตั้งจิตอธิษฐานอาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัย สิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสากล และทวยอำนาจทั้งมวล โปรดอภิบาลประทานพรให้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง และพระบรมวงศานุวงศ์ทุกพระองค์ ทรงพระเจริญด้วยพระพลานามัยสมบูรณ์แข็งแรง ทรงพระเกษมสำราญ พระบรมเดชานุภาพแผ่ไพศาลทั่วทุกทิศานุทิศ สถิตเป็นมิ่งขวัญร่มเกล้าแก่เหล่าพลสกนิกรชาวไทยตราบนาน

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2564)

กระบวนการการใช้สัญลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] ในตัวอย่างข้างต้น แสดงออกผ่านถ้อยคำอุปลักษณ์ เช่น “พี่น้อง” “พลสกนิกร” และ “มิ่งขวัญร่มเกล้า” โดยถ้อยคำเหล่านี้สะท้อนวิธีทำความเข้าใจประเทศชาติด้วยมนทัศน์ที่เกี่ยวกับครอบครัวของผู้นำประเทศไทย ซึ่งผู้นำประเทศไทยในฐานะหัวหน้าครอบครัวหรือผู้ปกครองได้แสดงความปรารถนาอันดีต่อประชาชนและสถาบันพระมหากษัตริย์ โดยวางบทบาทให้ประชาชนชาวไทยเป็นดังสมาชิกในครอบครัวเดียวกันที่มีพุทธศาสนา ความเชื่อ และสถาบันพระมหากษัตริย์เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจด้วยกัน ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “พลสกนิกร” และ “มิ่งขวัญร่มเกล้า” ยังสื่อถึงความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์แบบในครอบครัว โดยเฉพาะการเปรียบพระมหากษัตริย์เป็นเหมือนร่มโพธิ์ร่มไทรที่คุ้มครองประชาชนซึ่งเป็นเหมือนลูกหลานให้ดำรงชีวิตด้วยความร่มเย็นเป็นสุข

ทั้งนี้ ตัวอย่างอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] ที่เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ทั้ง 3 ตัวอย่างข้างต้นช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของผู้นำประเทศไทยในการส่งเสริมความเคารพและความจงรักภักดีของประชาชนที่มีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ อันเป็นหน้าที่สำคัญของรัฐบาลในการปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์และการธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงทางสังคมและจิตใจของประชาชน

2. อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ผู้เดินทาง]

อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ผู้เดินทาง] เป็นการนำมนทัศน์ที่เกี่ยวกับการเดินทางมาใช้เป็นแบบเปรียบเทียบมนทัศน์ต้นทางเพื่ออธิบายหรือทำความเข้าใจมนทัศน์ประเทศชาติซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบมนทัศน์ปลายทาง จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบถ้อยคำอุปลักษณ์ที่จัดอยู่ในวงความหมายของการเดินทาง ได้แก่ “เข้าสู่” “ไปตามโรดแมป” “ไปสู่” “บรรลุเป้าหมาย” “เดินทางสู่” “ก้าวสู่” “กลับไป” และ “เดินทางก้าวพ้นอุปสรรคต่าง ๆ ” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ในปี 2559 ที่กำลังจะเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จำเป็นต้องมีความร่วมมือกันในด้านต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วโลกได้ ในส่วนของการดำเนินการไปตามโรดแมประยะที่ 1 และ 2 ในปัจจุบัน เพื่อจะไปสู่ระยะที่ 3 ที่จะมีรัฐบาลเลือกตั้งที่มีธรรมาภิบาล รัฐบาลมีความตั้งใจที่จะดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายในการเดินทางสู่การเลือกตั้ง ทั้งการร่างรัฐธรรมนูญและการทำประชามติ เพื่อสร้างความพร้อมที่จะก้าวสู่สังคมประชาธิปไตยอย่างแท้จริง ไม่อยากให้ทุกอย่างกลับไปที่เดิม

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2559)

ตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นถึงการใช้อุปลักษณ์ที่ปรากฏในวงความหมายของการเดินทาง ได้แก่ “เข้าสู่” “ไปตาม” “โรดแมป” “ไปสู่” “บรรลุเป้าหมาย” “เดินทางสู่” “ก้าวสู่” และ “กลับไป” เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศชาติในรูปแบบอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ผู้เดินทาง] โดยผู้นำประเทศไทยมองว่า การบริหารประเทศที่มีแผนขั้นตอนดำเนินการของรัฐบาลมีลักษณะเป็นเหมือนการเดินทางตามโรดแมปหรือแผนที่นำทางที่เป็นเครื่องมือทางภูมิศาสตร์ที่สามารถแสดงถนนเส้นทางที่นำทางไปแต่ละขั้นก่อนที่จะไปถึงเป้าหมายการเดินทาง ได้แก่ การเลือกตั้งที่มีธรรมาภิบาล ซึ่งต้องผ่านจุดพักระหว่างทางหรือด้านต่าง ๆ เช่น การร่างรัฐธรรมนูญและการทำประชามติ ก่อนที่จะไปถึงจุดหมายปลายทาง ได้แก่ สังคมประชาธิปไตยอย่างแท้จริง นอกจากนี้ ถ้อยคำที่ว่า “ก้าวสู่” ยังสะท้อนถึงความเคลื่อนไหวไปข้างหน้า แทนที่จะหยุดนิ่งหรือถอยหลัง ซึ่งสอดคล้องกับถ้อยคำที่ว่า “ไม่ยากให้ทุกอย่างกลับไปเหมือนเดิม” ที่แสดงถึงการปฏิเสธการเดินทางย้อนอดีตที่นำไปสู่ความขัดแย้งและสภาพบ้านเมืองอันไม่พึงประสงค์ ทั้งนี้ อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์นี้จึงทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการอธิบายนโยบายของรัฐบาล โดยทำให้มนทัศน์ที่เป็นนามธรรม เช่น การปฏิรูปประเทศหรือการพัฒนาสังคมประชาธิปไตย สามารถเข้าใจได้ง่ายผ่านภาพของการเดินทางที่จับต้องได้ พร้อมสะท้อนถึงอุดมคติของความก้าวหน้าและการไม่ย้อนกลับซึ่งเป็นแนวคิดหลักที่อยู่เบื้องหลังของการบริหารประเทศภายใต้การนำของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา

ประชาชนทุกคน คือ พันเพื่องสำคัญที่ร่วมกันขับเคลื่อนประเทศให้เจริญรุดหน้าในทุกด้าน เพื่อ ก้าวสู่การเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถ มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีความพร้อม มีศักยภาพในการร่วมกันดูแลบ้านเมืองของเราให้มีเสถียรภาพ มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และมีความสุข

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2559)

ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “ก้าวสู่” ของตัวอย่างข้างต้นแสดงถึงการก้าวเท้าเคลื่อนไปยังจุดหมายปลายทางซึ่งปรากฏในวงความหมายของการเดินทาง พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นำรูปภาษาดังกล่าวมาใช้เพื่ออธิบายการพัฒนาประเทศชาติผ่านอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ผู้เดินทาง] กล่าวคือ ในมุมมองของผู้นำประเทศไทยประเทศชาติเปรียบเสมือนผู้เดินทางที่กำลังดำเนินการเดินทางไปข้างหน้า ส่วนการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นประเทศที่มีขีดความสามารถ มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ ความพร้อม และศักยภาพในการร่วมกันสร้างประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และมีความสุขนั้นเปรียบเสมือนจุดหมายปลายทางที่ต้องไปให้ถึงบนเส้นทางแห่งการพัฒนา โดยประเทศชาติต้องเคลื่อนไหวอย่างมีจังหวะและต่อเนื่อง จึงจะสามารถไปถึงจุดหมายปลายทางนั้นได้ ทั้งนี้ อุปลักษณ์ดังกล่าวช่วยสร้างจินตภาพของประเทศชาติในฐานะผู้เดินทางที่ต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการเคลื่อนตัวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของผู้นำประเทศไทยที่จะนำพาประเทศชาติมุ่งหน้าไปสู่อนาคตที่ดีอีกด้วย

ในปีพุทธศักราช 2564 ที่ผ่านมา พวกเราชาวไทยต้องพบกับเหตุการณ์ต่าง ๆ หลายอย่าง เราต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น เราต้องประสบกับอุทกภัยในหลายพื้นที่ ผมขอขอบคุณในความร่วมมือร่วมใจของข้าราชการ บุคลากร เจ้าหน้าที่ภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน อาสาสมัคร และพี่น้องชาวไทยทุกคน ที่มีส่วนร่วมในการแก้ไข บรรเทาเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งส่งมอบกำลังใจและยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือคนไทยด้วยกัน ทำให้ได้เห็นถึงพลังแห่งความรักและความสามัคคีที่มีอยู่อย่างเต็มเปี่ยมในจิตใจคนไทยทุกคน จนวันนี้พวกเราสามารถเดินทางก้าวผ่านอุปสรรคต่าง ๆ มาได้ด้วยดี

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2565)

ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “เดินทางก้าวพ้นอุปสรรคต่าง ๆ ” ที่ปรากฏในตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นถึงอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ผู้เดินทาง] ซึ่งเป็นถ้อยคำที่ปรากฏในวงความหมายของการเดินทางและมีความหมายว่าเคลื่อนผ่านอยู่นอกเขตใดเขตหนึ่ง อธิบายได้ว่า สถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และอุทกภัยที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่ ถูกผู้นำประเทศไทยเปรียบเทียบให้เหมือนสิ่งกีดขวางระหว่างเส้นทางของผู้เดินทาง ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับโคลนตมที่ทำให้ผู้เดินทางติดตัวอยู่นั้น ยากที่จะหลุดพ้นออกมาได้ และเคลื่อนที่ไปข้างหน้า การที่ประเทศชาติสามารถเดินทางก้าวพ้นอุปสรรคเหล่านี้ได้จึงเปรียบเสมือนความสำเร็จในการฟันฝ่าปัญหาระหว่างทาง นอกจากนี้ พลังแห่งความร่วมมือร่วมใจ ความรัก และความสามัคคีของประชาชนทุกภาคส่วนยังเปรียบเสมือนแรงผลักดันให้ผู้เดินทางหลุดพ้นจากพื้นที่ติดขัดและสามารถเคลื่อนต่อไปสู่เส้นทางใหม่ได้อย่างมั่นคง ดังนั้น จึงสะท้อนให้เห็นถึงระบบความคิดของผู้นำประเทศไทยที่มองว่า ประเทศชาติเป็นหน่วยที่มีชีวิตเคลื่อนไหวได้ และสามารถเผชิญอุปสรรคหรือความท้าทายได้เช่นเดียวกับบุคคล ซึ่งต้องการพลังใจและความร่วมมือจากประชาชนในการก้าวเดินต่อไป การใช้อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่สามารถสื่อสารให้ประชาชนเห็นภาพของสถานการณ์ที่ยากลำบากของประเทศชาติอย่างเข้าใจได้ง่ายเท่านั้น แต่ยังเป็นการเชิญชวนให้ประชาชนเกิดความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของประเทศ และมีบทบาทร่วมในการนำพาประเทศชาติก้าวพ้นอุปสรรคไปสู่เป้าหมายร่วมกันในอนาคต

3. อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สมรภูมิ]

อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สมรภูมิ] เป็นการนำมโนทัศน์ที่เกี่ยวกับการต่อสู้มาใช้เป็นแบบเปรียบเทียบหรือมโนทัศน์ต้นทางเพื่ออธิบายหรือทำความเข้าใจมโนทัศน์ประเทศชาติซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบมโนทัศน์ปลายทางจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบถ้อยคำอุปลักษณ์ที่จัดอยู่ในวงความหมายของการต่อสู้ ได้แก่ “ยืนหยัดต่อสู้” “ลุกขึ้นสู้” “อาวุธ” “ชัยชนะ” “ชัยชนะเหนือสงคราม” และ “เอาชนะอุปสรรคนานัปการ” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

องค์ประกอบสำคัญในการสร้างความมั่นคงของประเทศชาตินั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ ภาคการเมือง ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน ที่จะ **ยืนหยัดต่อสู้** กับปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อความสำเร็จในการพัฒนาประเทศให้มีความมั่นคงอย่างยั่งยืนตลอดไป

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2559)

จากตัวอย่างข้างต้น ปรากฏถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “ยืนหยัดต่อสู้” ที่จัดอยู่ในวงความหมายของการต่อสู้สะท้อนให้เห็นถึงอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สมรภูมิ] ได้อย่างชัดเจน โดยในสายตาของผู้นำประเทศไทยการพัฒนาประเทศและการรับมือกับปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ มีลักษณะเป็นเหมือนการต่อสู้ในสมรภูมิที่ต้องอาศัยความอดทนและความกล้าหาญของนักรบแต่ละคน ปัญหาอุปสรรคจึงถูกมองว่าเป็นศัตรูหรือภัยคุกคามที่ต้องให้ทุกภาคส่วนร่วมแรงร่วมใจยืนหยัดต่อสู้อย่างแข็งแกร่ง ขณะที่ความมั่นคงของประเทศเปรียบเสมือนชัยชนะหรือผลสำเร็จหลังการสู้รบ ผู้ที่มีบทบาทในการสร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศชาติจึงไม่ได้เป็นเพียงผู้ร่วมมือทั่วไป แต่ถูกเปรียบเทียบกับนักรบที่ยืนหยัดอยู่แนวหน้าในสมรภูมิแห่งการต่อสู้ ทั้งนี้ อุปลักษณ์ในลักษณะนี้มีส่วนช่วยในการทำให้ผู้ฟังประชาชนตระหนักถึงความจริงจังของสถานการณ์ และกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวในการต่อสู้เพื่อประเทศชาติ

ปี 2563 ที่กำลังจะผ่านพ้นไปถือเป็นปีที่ท้าทายและยากลำบากที่สุดปีหนึ่งของทั้งโลกและของประเทศไทย ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน เศรษฐกิจ และสังคมอย่างสาหัส ... ผมขอให้เราคนไทยทุกคนร่วมแรงร่วมใจกัน **ลุกขึ้นสู้** กับการแพร่ระบาดของโรคร้ายนี้อีกครั้ง ทำหน้าที่ของตัวเองให้ดีที่สุด และทำด้วยความภูมิใจว่าแม้เพียงสิ่งเล็กน้อยที่เราทำในทุกวัน ทั้งการใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา หมั่นล้างมืออยู่เสมอ และรักษาระยะห่างทางสังคม เหล่านี้คือภารกิจเพื่อชาติและเพื่อพี่น้องร่วมชาติไทยของเรา

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2564)

ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “ลูกชิ้นสู้” ที่ปรากฏในวงความหมายเกี่ยวกับการต่อสู้ในตัวอย่างข้างต้นสามารถแสดงให้เห็นถึงการใช้อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สมรภูมิ] ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา โดยผู้นำประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศชาติมีลักษณะเป็นเหมือนสมรภูมิ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เข้ามาแพร่ระบาดในประเทศไทยนั้นจึงเป็นเหมือนศัตรู เนื่องจากว่าเป็นโรคร้ายที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน เศรษฐกิจ และสังคมอย่างแสนสาหัส ผู้นำประเทศไทยจึงพยายามร้องขอให้ประชาชนชาวไทยทุกคนไม่เพิกเฉย แต่กลายเป็นนักรบลุกขึ้นมาต่อสู้กับโรคร้ายดังกล่าวเพื่อเอาชนะ โดยใช้ความร่วมมือร่วมใจ ความรับผิดชอบ และความรักชาติเป็นอาวุธในการต่อสู้กับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

อาวุธที่สำคัญของเรา คือความเป็นหนึ่งเดียวกันของคนไทยทั่วประเทศ ผมเชื่อมั่นว่า หากคนไทยทุกคนร่วมมือกันเต็มที่เหมือนที่ผ่านมาเราจะสามารถผ่านพ้นสถานการณ์ที่ยากลำบากนี้ได้ ด้วยพลังที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย นั่นคือความแข็งแกร่งของคนไทยที่พร้อมจะทำงานร่วมกัน เคารพและรับฟังซึ่งกันและกัน มีความรักห่วงใยกัน คนไทยที่พร้อมเสียสละความสะดวกสบายส่วนตัวเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2564)

ตัวอย่างข้างต้นปรากฏถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “อาวุธ” ซึ่งเป็นถ้อยคำที่จัดอยู่ในวงความหมายของการต่อสู้ ช่วยแสดงให้เห็นถึงการใช้อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สมรภูมิ] โดย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา เปรียบเทียบให้ความเป็นหนึ่งเดียวกันของคนไทยทั่วประเทศเป็นเหมือนอาวุธที่เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการป้องกันหรือการต่อสู้เมื่อประเทศไทยกำลังเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่ยากลำบาก ประชาชนในฐานะเจ้าของประเทศมีหน้าที่เป็นเหมือนนักรบในการฟันฝ่าต่อสู้กับสถานการณ์ที่ยากลำบากนั้น ๆ ที่เปรียบเสมือนศัตรูในสมรภูมิแห่งประเทศชาติ โดยต้องทำงานร่วมกัน มีความเคารพรักต่อกัน และรับฟังซึ่งกันและกันด้วยความสามัคคีกลมเกลียว เพื่อร่วมใจป้องกันบ้านเกิดเมืองนอนจากสถานการณ์ที่ยากลำบาก พร้อมทั้งสร้างประเทศชาติให้มีความแข็งแกร่งในทุกสถานการณ์ของวันข้างหน้า ซึ่งผู้นำประเทศไทยเชื่อว่าการหลอมรวมคนไทยทั่วประเทศให้เป็นหนึ่งเดียวนั้นจะมีความรักชาติเป็นจุดร่วม โดยสามารถทำให้ผู้ฟังประชาชนเกิดความยินยอมพร้อมใจในการเสียสละความสะดวกสบายส่วนตัวเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม

*ชัยชนะแรก คือ ชัยชนะเหนือสงครามโควิดด้วยความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนทั้งชาติ
เอาชนะอุปสรรคนานัปการ เสียสละ อดทน และร่วมมือกันทำตามคำแนะนำ และมาตรการ
ด้านสาธารณสุข จนสามารถกลับมาประกอบอาชีพ ใช้ชีวิต และไปมาหาสู่กันได้แบบ New
normal*

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2566)

สำหรับตัวอย่างข้างต้น แสดงให้เห็นถึงวิธีการสร้างความเข้าใจประเทศชาติของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผ่านกระบวนการการคิดในรูปแบบอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สมรภูมิ] โดยปรากฏการเลือกใช้รูปภาษาที่จัดอยู่ในวงความหมายของการต่อสู้ต่าง ๆ ได้แก่ “ชัยชนะ” “เหนือ” “สงคราม” และ “เอาชนะอุปสรรคนานัปการ” เนื่องจากว่าในระบบความคิดของผู้นำประเทศไทย อุปสรรคนานัปการที่รวมถึงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีลักษณะเป็นเหมือนศัตรูที่จ้องทำร้ายมนุษย์และส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของประชาชนชาวไทย เพราะฉะนั้น ประชาชนชาวไทยทั้งชาติจึงมีลักษณะเป็นเหมือนนักรบที่ลุกขึ้นมาต่อสู้กับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในสมรภูมิแห่งนี้ โดยใช้ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันเป็นอาวุธ จนสามารถเอาชนะสงครามโควิดและกลับมาใช้ชีวิตตามปกติได้

4. อุปลักษณเชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง]

อุปลักษณเชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง] เป็นการนำมนทัศน์ที่เกี่ยวกับการก่อสร้างมาใช้เป็นแบบเปรียบเทียบมนทัศน์ต้นทางเพื่ออธิบายหรือทำความเข้าใจมนทัศน์ประเทศชาติซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบมนทัศน์ปลายทาง จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบถ้อยคำอุปลักษณที่จัดอยู่ในวงความหมายของการก่อสร้าง ได้แก่ “สร้างความมั่นคง” “สร้างความเข้มแข็ง” “พัฒนาบ้านเมืองให้มีความเข้มแข็งอย่างถาวร” “สร้างชาติไทยให้แข็งแกร่ง” “เปิดประเทศ” และ “เจ้าบ้าน” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สำหรับการบริหารงานในยุคปัจจุบันนี้ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในประเทศไทยเท่านั้น แต่ต้องดูสภาพแวดล้อมของประเทศเพื่อนบ้านและสถานการณ์ของโลกเป็นองค์ประกอบด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ระหว่างประเทศ กลุ่มประชาคมต่าง ๆ ซึ่งอาจไม่เข้าใจบริบทของการเมืองและสังคมไทยมากนัก ... ทั้งนี้ องค์ประกอบสำคัญในการ**สร้างความมั่นคง**ของประเทศชาตินั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ ภาคการเมือง ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน ที่จะยืนหยัดต่อสู้กับปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อความสำเร็จในการพัฒนาประเทศให้มีความมั่นคงอย่างยั่งยืนตลอดไป

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2559)

การใช้ถ้อยคำอุปลักษณที่ว่า “สร้างความมั่นคง” ของตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นถึงอุปลักษณเชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง] โดย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา เปรียบประเทศชาติเป็นเหมือนอาคารหรือสิ่งก่อสร้างที่สามารถสร้างขึ้นได้ และต้องมีการวางแผนและลงมือทำ พร้อมทั้งอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการวางรากฐานและโครงสร้างอาคารให้แข็งแรงและยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคการเมือง ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชนล้วนเปรียบเสมือนผู้ร่วมก่อสร้างที่จะสร้างสรรค์ประเทศชาติให้มีความมั่นคง เสถียรภาพทางการเมืองและเศรษฐกิจภายใต้สภาพแวดล้อมทั้งในและต่างประเทศที่เปรียบเสมือนสภาพภูมิอากาศหรือสภาพแวดล้อมของสถานที่ก่อสร้างซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการก่อสร้างอาคาร ทั้งนี้ สภาพแวดล้อมทั้งในและต่างประเทศต่างสามารถส่งผลต่อการพัฒนาและความมั่นคงของประเทศชาติได้ การบริหารงานของรัฐบาลจึงต้องพิจารณาปัจจัยเหล่านี้เพื่อปรับกลยุทธ์และแผนการบริหารประเทศให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

ผมขอให้ปีใหม่ 2559 ที่กำลังจะมาถึง เป็นปีแห่งอนาคต ปีแห่งความร่วมมือด้วยความเข้าใจ ปีแห่งการ**สร้างความเข้มแข็ง**ของพวกเราชาวไทย ปีแห่งความรักความสามัคคีกัน และเป็นปีที่สร้างสรรค์และ**พัฒนาบ้านเมืองให้มีความเข้มแข็งอย่างถาวร**

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2559)

ตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นถึงการใช้ถ้อยคำอุปลักษณที่จัดอยู่ในวงความหมายของการก่อสร้าง ได้แก่ สร้างความเข้มแข็ง” และ “พัฒนาบ้านเมืองให้มีความเข้มแข็งอย่างถาวร” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอุปลักษณเชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง] โดยมีการเปรียบบ้านเมืองหรือประเทศชาติเสมือนเป็นสิ่งก่อสร้างหรือโครงสร้างทางกายภาพที่สามารถสร้าง พัฒนา และทำให้เข้มแข็งได้ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของวัตถุทางกายภาพหรือสิ่งก่อสร้าง เช่น บ้าน อาคาร หรือโครงสร้างพื้นฐาน ในขณะที่ประชาชนชาวไทยมีลักษณะเป็นเหมือนเสา คาน หรือฐานรากจึงมีความจำเป็นในการเสริมโครงสร้างดังกล่าวให้มั่นคงแข็งแรง เพื่อให้ประเทศชาติที่เปรียบเสมือนสิ่งก่อสร้างนั้นสามารถทนทานต่อแรงกระแทกหรือปัญหาจากภายนอก นอกจากนี้ ผู้นำประเทศไทยยังมองว่า ประเทศชาติไม่เพียงแต่ต้อง สร้างเท่านั้น แต่ต้องดูแล ปรับปรุง ซ่อมแซม และพัฒนาให้คงอยู่ได้อย่างมั่นคงถาวร เหมือนการดูแลอาคารที่อยู่อาศัยให้อยู่ได้ในระยะยาว

ในพุทธศักราชใหม่ 2564 ที่กำลังจะมาถึง ขอให้ทุกคนทำหน้าที่ของตนให้บังเกิดประโยชน์
สูงสุดทั้งต่อตนเองและส่วนรวม เพื่อร่วมใจสร้างชาติไทยให้แข็งแกร่งในทุกสถานการณ์
(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2564)

ถ้อยคำอุปมาอุปไมยที่ว่า “สร้างชาติไทยให้แข็งแกร่ง” ในตัวอย่างข้างต้นถูก พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นำมาใช้ เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศชาติเช่นเดียวกัน แสดงถึงอุปมาอุปไมยเชิงมนต์ [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง] กล่าวคือ ในสายตาของผู้นำประเทศไทย ประเทศชาติมีลักษณะเป็นเหมือนสิ่งก่อสร้าง ขณะที่ประชาชนมีบทบาทเป็นเหมือนผู้ร่วมก่อสร้างที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ของตนให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทั้งตนเองและส่วนรวม ซึ่งประโยชน์เหล่านี้ก็เปรียบเสมือนวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่มีความคงทนจนสามารถร่วมกันสร้างอาคารแห่งประเทศชาติให้แข็งแกร่งได้ ไม่ว่าจะต้องเผชิญกับสภาพภูมิอากาศเช่นใดก็ตาม

ชัยชนะแรก คือ ชัยชนะเหนือสงครามโควิดด้วยความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคน ทั้งชาติ
เอาชนะอุปสรรคนานัปการ เสียสละ อดทน และร่วมมือกันทำตามคำแนะนำ และมาตรการ
ด้านสาธารณสุข จนสามารถกลับมาประกอบอาชีพ ใช้ชีวิต และไปมาหาสู่กันได้แบบ New
normal ซึ่งทั่วโลกให้การยอมรับและถือเป็นโมเดลแห่งความสำเร็จหนึ่งของโลก รวมทั้ง
สามารถเปิดประเทศ ต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่าเป้าหมาย 10 ล้านคน ยิ่งกว่านั้น
เรายังสามารถสร้างความเชื่อมั่น และประสบความสำเร็จอย่างสูงในการเป็นเจ้าภาพจัด
การประชุมสุดยอดผู้นำเขตเศรษฐกิจเอเปค 2022 ตลอดจนการประชุมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ
เวทีการประชุม และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของชาวไทยทั่วประเทศที่ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศที่ดี
ต่อการแสวงหาความร่วมมือระหว่างกันในทุกมิติ อีกทั้งยกระดับบทบาทของไทยในเวทีโลกให้
โดดเด่นขึ้น

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2566)

ตัวอย่างข้างต้นมีการใช้ถ้อยคำอุปมาอุปไมยที่ว่า “เปิด” ซึ่งเป็นถ้อยคำที่มักปรากฏในความหมายของ สิ่งก่อสร้าง พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา เลือกใช้คำนี้เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศชาติด้วยอุปมาอุปไมยเชิงมนต์ [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง] โดยเปรียบเทียบประเทศไทยให้เหมือนสิ่งก่อสร้างที่มีประตู และถ้อยคำที่ว่า “เปิดประเทศ” จึงถูกนำมาเพื่อเปรียบเทียบกับ การเปิดประตูหรือช่องทางของสิ่งก่อสร้างเพื่อให้ผู้คนสามารถเข้ามาใช้งานหรือมีส่วนร่วมได้ ในกรณีนี้หมายถึงการเปิดประเทศให้ชาวต่างชาติหรือผู้มาเยือนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับประเทศไทยทั้งในด้านการท่องเที่ยว การลงทุน และการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของผู้นำประเทศไทยที่จะยกระดับบทบาทของประเทศไทยบนเวทีโลก พร้อมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นประเทศที่มีความมั่นคง ความพร้อม และความสามารถในการท่องเที่ยวและความร่วมมือระหว่างประเทศในทุกมิติ ขณะเดียวกัน ถ้อยคำอุปมาอุปไมย “เจ้าบ้าน” ที่ถูกนำมาเปรียบเทียบกับประชาชนชาวนั้นสะท้อนให้เห็นถึงอุปมาอุปไมยเชิงมนต์ [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง] เช่นกัน โดยมองว่าประเทศไทยเปรียบเสมือนบ้านหลังหนึ่ง ส่วนประชาชนชาวไทยทุกคนเปรียบเสมือนเจ้าของบ้านหรือเจ้าบ้าน ซึ่งมีหน้าที่ในการเปิดบ้านต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง รวมถึงการร่วมกันจัดระเบียบและดูแลบ้านให้น่าอยู่ เพื่อสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการต้อนรับและสร้างความประทับใจแก่แขกผู้มาเยือน อุปมาอุปไมยเชิงมนต์ดังกล่าวจึงช่วยตอกย้ำถึงบทบาทของประชาชนชาวไทยในฐานะเจ้าของร่วมของประเทศชาติที่ต้องมีความรับผิดชอบร่วมกันในการดูแลภาพลักษณ์ของประเทศชาติและร่วมมือกันรับมือกับสถานการณ์ระดับนานาชาติ จนยกระดับสถานะของประเทศไทยในเวทีโลก อันเป็นการส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาประเทศชาติโดยรวม

5. อุปมาอุปไมยเชิงมนต์ [ประเทศชาติ คือ เครื่องจักร]

อุปมาอุปไมยเชิงมนต์ [ประเทศชาติ คือ เครื่องจักร] เป็นการนำมนต์ที่เกี่ยวกับเครื่องจักรมาใช้เป็นแบบเปรียบเทียบมนต์ต้นทางเพื่ออธิบายหรือทำความเข้าใจมนต์ประเทศชาติซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบมนต์

ปลายทาง จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบถ้อยคำอุปลักษณ์ที่จัดอยู่ในวงความหมายของเครื่องจักร ได้แก่ “ฟันเฟือง” “ขับเคลื่อน” “แรงผลักดัน” และ “พลัง” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ประชาชนทุกคน คือ **ฟันเฟือง**สำคัญที่ร่วมกัน**ขับเคลื่อน**ประเทศให้เจริญรุดหน้าในทุกด้าน เพื่อ
ก้าวสู่การเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถ มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีความพร้อม มี
ศักยภาพในการร่วมกันดูแลบ้านเมืองของเราให้มีเสถียรภาพ มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และมี
ความสุข

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2559)

ตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นถึงการใช้อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ เครื่องจักร] ผ่านถ้อยคำ
อุปลักษณ์ที่ว่า “ฟันเฟือง” และ “ขับเคลื่อน” กล่าวคือ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา เปรียบเทียบให้ประเทศชาติเป็น
เหมือนเครื่องจักรที่เคลื่อนไหวได้และประชาชนชาวไทยทุกคนเป็นเหมือนฟันเฟืองที่เป็นชิ้นส่วนเครื่องจักรและมี
บทบาทหน้าที่ในการรับส่งกำลัง ซึ่งเพียงแต่ต้องมีฟันเฟืองสองตัวหรือสองตัวขึ้นไปประกบเข้าหากันและทุกตัวทำงาน
ร่วมกัน จึงจะสามารถรับส่งกำลังจนขับเคลื่อนเครื่องจักรทำงานได้ ดังนั้น ประชาชนแต่ละคนในฐานะที่เป็นสมาชิกของ
สังคมมีคุณสมบัติที่คล้ายคลึงกันกับฟันเฟืองที่มีหน้าที่ในการพัฒนาตนเองให้มีคุณภาพ ความพร้อม และศักยภาพ
มีความรับผิดชอบต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม เพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติภารกิจเพื่อประโยชน์ของ
ประเทศชาติ

ขอให้พี่น้องประชาชนชาวไทยได้นำความรู้และประสบการณ์ในปีที่ผ่านมา ปรับใช้ในการดำเนิน
ชีวิตในปีใหม่ 2560 นี้ ด้วยสติปัญญาและความไม่ประมาท ตลอดจนใช้ความสามัคคีและ
ความร่วมมือร่วมใจกันเป็น**แรงผลักดัน**ในการนำพาตัวเองและประเทศชาติอันเป็นที่รักของเรา
ไปสู่อนาคตที่ดียิ่งขึ้น

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2560)

ในตัวอย่างข้างต้น พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชาเลือกใช้อุปลักษณ์ที่ว่า “แรงผลักดัน” ซึ่งหมายถึงพลัง
หรือกำลังกลที่ใช้ในการดันให้เครื่องจักรเคลื่อนไปข้างหน้า จึงเป็นถ้อยคำที่จัดอยู่ในวงความหมายของเครื่องจักร
การนำถ้อยคำดังกล่าวมาสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับมนทัศน์ประเทศชาติแสดงให้เห็นถึงอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์
[ประเทศชาติ คือ เครื่องจักร] โดยประเทศชาติถูกมองว่าเป็นระบบกลไกที่ต้องอาศัยพลังภายนอกหรือพลังร่วมกันของ
ประชาชนในการขับเคลื่อน เช่นเดียวกับเครื่องจักรที่ไม่อาจทำงานได้หากไม่มีพลังงานหรือแรงขับเคลื่อนให้กลไก
ต่าง ๆ เคลื่อนไหว นอกจากนี้ การเปรียบเทียบให้ความสามัคคีและความร่วมมือร่วมใจของประชาชนเป็นเหมือน
แรงผลักดันนั้นยังแสดงให้เห็นถึงมุมมองของผู้นำประเทศไทยที่ว่า ประเทศเป็นระบบที่ต้องการการทำงานประสานกัน
อย่างมีระเบียบและประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับชิ้นส่วนในเครื่องจักรที่ต้องทำงานสอดประสานกันเพื่อให้เครื่องจักร
ทำงานได้อย่างราบรื่น ซึ่งอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ดังกล่าวไม่เพียงแต่สร้างจินตภาพของประเทศที่ต้องการพลัง
ในการเคลื่อนไหวเท่านั้น แต่ยังตอกย้ำถึงบทบาทของประชาชนในฐานะชิ้นส่วนสำคัญในระบบเครื่องจักรแห่งชาติด้วย

ผมเชื่อมั่นว่า หากคนไทยทุกคนร่วมมือกันเต็มที่เหมือนที่ผ่านมาเราจะสามารถผ่านพ้น
สถานการณ์ที่ยากลำบากนี้ไปได้ ด้วย**พลัง**ที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย นั่นคือความแข็งแกร่ง
ของคนไทยที่พร้อมจะทำงานร่วมกัน เคารพและรับฟังซึ่งกันและกัน มีความรักห่วงใยกัน คน
ไทยที่พร้อมเสียสละความสละสลวยส่วนตัวเพื่อประโยชน์ส่วนรวม ผมขอให้**พลัง**ที่สำคัญของ
ประเทศไทยทวีคูณและแข็งแกร่งยิ่ง ๆ ขึ้น

(ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล, 2564)

ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ว่า “พลัง” ที่ปรากฏในวงความหมายของเครื่องจักรของตัวอย่างข้างต้นถูก พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นำมาเป็นแบบเปรียบเทียบเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศไทยผ่านกระบวนการการใช้อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ เครื่องจักร] โดยมองว่าประเทศไทยเสมือนเครื่องจักรที่ต้องอาศัยพลังงาน เพื่อให้ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพลังที่สำคัญที่สุดสำหรับประเทศไทยนั่นก็คือคุณสมบัติอันดีของคนไทยทุกคน ซึ่งประชาชนชาวไทยทุกคนเปรียบเสมือนชิ้นส่วนแหล่งพลังงานหรือกลไกขับเคลื่อนที่หล่อเลี้ยงการทำงานของเครื่องจักรแห่งประเทศชาติ หากประชาชนร่วมมือและประสานกันอย่างกลมกลืน ประเทศไทยก็จะมีพลังงานเพียงพอในการหมุนล้อเครื่องจักรให้ข้ามผ่านวิกฤตไปได้ ดังนั้น การเน้นการวิถุคุณและความแข็งแกร่งของพลังจึงบ่งชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการมีแรงส่งอย่างมั่นคง ไม่หยุดชะงัก เปรียบเสมือนการเติมเชื้อเพลิงให้ระบบขับเคลื่อนของเครื่องจักรทำงานได้อย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยจึงจะสามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิภาพ ไม่ว่ากำลังเผชิญกับความท้าทายอย่างไรก็ตาม

สรุปผลการวิจัย

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ที่เกี่ยวกับประเทศไทยในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2566 ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา อดีตนายกรัฐมนตรีไทยจากการวิเคราะห์ถ้อยคำอุปลักษณ์ต่าง ๆ ที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศไทยในคำกล่าวสุนทรพจน์ดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ที่เกี่ยวกับประเทศไทยทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] [ประเทศชาติ คือ ผู้เดินทาง] [ประเทศชาติ คือ สมรภูมิ] [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง] และ [ประเทศชาติ คือ เครื่องจักร] ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงมุมมองต่าง ๆ ที่มีต่อมนทัศน์ประเทศไทยของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา

สำหรับอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] ผู้นำประเทศไทยมีการใช้มนทัศน์ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดและอบอุ่นอย่างครอบครัวในการอธิบายโครงสร้างของสังคมไทย โดยประเทศไทยถูกเปรียบเสมือนครอบครัวใหญ่ที่ประชาชนทุกคนเป็นสมาชิกที่มีสายใยเดียวกัน ผูกพันกันด้วยวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อทางศาสนา และสถาบันพระมหากษัตริย์ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจร่วมกัน รัฐบาลในฐานะผู้ปกครองครอบครัวจึงมิใช่เพียงผู้บริหาร แต่เป็นผู้ที่ต้องดูแล ร่มทุกชั่ววอมสุข และหล่อเลี้ยงสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนให้ครอบครัวใหญ่แห่งนี้มีความรัก ความเข้าใจ และความสามัคคี ดังนั้น อุปลักษณ์นี้จึงทำหน้าที่ในการส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของประเทศของประชาชน และกระตุ้นจิตสำนึกในการเสียสละเพื่อส่วนรวม เสมือนคนในครอบครัวที่ต้องช่วยกันประคับประคองบ้านหลังเดียวกันให้อยู่รอดและเข้มแข็ง

สำหรับอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ผู้เดินทาง] ผู้นำประเทศไทยมีการเปรียบเทียบการบริหารประเทศเป็นเหมือนการเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางที่ต้องอาศัยความพากเพียร วิสัยทัศน์ และความร่วมแรงร่วมใจระหว่างผู้นำประเทศกับประชาชน โดยการเดินทางสื่อถึงกระบวนการของการเปลี่ยนผ่าน การเคลื่อนไปข้างหน้า และการเผชิญอุปสรรคที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น โรคระบาดหรือภัยธรรมชาติ ที่ถูกเปรียบเทียบเป็นสิ่งกีดขวางที่ต้องก้าวผ่าน ผู้นำประเทศไทยจึงเลือกสื่อสารผ่านอุปลักษณ์ในลักษณะนี้เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนมีความหวัง มีเป้าหมายร่วมกัน และตระหนักถึงบทบาทของตนในฐานะผู้ร่วมเดินทางที่ต้องมีความรัก ความสามัคคี เพื่อรวบรวมเป็นแรงผลักดันให้ประเทศไทยสามารถเคลื่อนไปสู่อนาคตที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

สำหรับอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สมรภูมิ] ผู้นำประเทศไทยเลือกใช้มนทัศน์การต่อสู้เพื่อสร้างแรงกระตุ้นในเชิงจิตวิทยา โดยเฉพาะในช่วงที่ประเทศไทยเผชิญวิกฤต เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งถูกเปรียบเทียบให้เป็นเหมือนศัตรูหรือภัยคุกคามที่ต้องต่อสู้เอาชนะ เนื่องจากส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อสุขภาพของประชาชน เศรษฐกิจ และสังคม ผู้นำประเทศไทยจึงมีการร้องขอให้ประชาชนลุกขึ้นมาเป็นนักรบ โดยใช้ความสามัคคี ความเสียสละ ความรับผิดชอบ และความรักชาติเป็นอาวุธสำคัญในการป้องกันและฟันฝ่าวิกฤตการณ์ ทั้งนี้ อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ประเภทนี้มีบทบาทในการทำให้เกิดความรู้สึกร่วมอย่างเข้มข้นในเชิงอารมณ์ ทั้งความกลัว ความฮึกเหิม และความพร้อมใจในการต่อสู้เพื่อปกป้องประเทศชาติ เปรียบเสมือนการปลุกพลังแห่งความเป็นนักรบในตัวประชาชน เพื่อรับมือกับวิกฤตการณ์ทุกรูปแบบอย่างไม่มีย่อท้อ

สำหรับอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง] ประเทศชาติถูกผู้นำประเทศไทยเปรียบเทียบกับเป็นเหมือนสิ่งก่อสร้างที่มีโครงสร้างมั่นคง มีองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ฐานราก เสาเข็ม และประตู ซึ่งล้วนเป็นส่วนสำคัญที่ต้องอาศัยความร่วมมือของประชาชนในการก่อร่างสร้างขึ้นมา โดยประชาชนทุกคนไม่เพียงแต่มีบทบาทในฐานะผู้ร่วมก่อสร้างที่ช่วยกันหล่อหลอมวัสดุต่าง ๆ ให้กลายเป็นอาคารที่มั่นคงเท่านั้น หากยังมีสถานะเป็นเจ้าของสิ่งก่อสร้างแห่งนี้ด้วย โดยมีหน้าที่ในการดูแล บำรุงรักษา และเปิดประตูบ้านเพื่อต้อนรับแขกจากต่างแดนด้วยความเอื้อเฟื้อ มีน้ำใจ และมีความรับผิดชอบร่วมกันในภาพลักษณ์ของประเทศ รวมทั้งยังเกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติซึ่งประโยชน์นั้นก็เป็นเหมือนวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่มีคุณภาพและความคงทน สามารถประสานกันจนกลายเป็นสิ่งก่อสร้างที่แข็งแรงรองรับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ในทุกสภาพแวดล้อม สะท้อนให้เห็นว่าความร่วมมือร่วมใจของประชาชนคือรากฐานสำคัญที่ทำให้ประเทศชาติเข้มแข็งและยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคง

ส่วนสำหรับอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ เครื่องจักร] ประเทศชาติถูกมองในฐานะเครื่องจักรขนาดใหญ่ที่ต้องขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่อง และมีระบบภายในที่ซับซ้อนซึ่งต้องอาศัยการทำงานของชิ้นส่วนทุกชิ้นอย่างสอดคล้องประสานและมีประสิทธิภาพ โดยประชาชนแต่ละคนเปรียบเสมือนฟันเฟืองที่มีบทบาทเฉพาะตัวในการส่งต่อพลังงานประสานจังหวะ และขับเคลื่อนระบบโดยรวมให้ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งเผยให้เห็นถึงความคิดของผู้นำประเทศไทยที่แฝงอยู่ภายใต้อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ในลักษณะนี้ กล่าวคือ ผู้นำประเทศไทยมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยประชาชนต้องมีคุณภาพ มีศักยภาพ พัฒนานตนเองอย่างต่อเนื่อง และพร้อมทำงานร่วมกันอย่างมีวินัย เพื่อร่วมมือกันขับเคลื่อนภารกิจของชาติด้วยความรักชาติและความสมัครสมาน

อภิปรายผลการวิจัย

บทความฉบับนี้ได้ศึกษาถ้อยคำอุปลักษณะที่ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา อดีตนายกรัฐมนตรีไทย เลือกใช้ในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2566 สะท้อนให้เห็นถึงระบบความคิดของผู้นำประเทศไทยที่มีต่อประเทศชาติ กล่าวคือ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา มีการใช้วาทศิลป์ด้านทางที่มีลักษณะเรียบง่ายและสื่อความหมายได้ชัดเจนในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศชาติ เช่น ครอบครัวยุคใหม่ การเดินทาง การต่อสู้ การก่อสร้าง และเครื่องจักร ซึ่งสอดคล้องกับบุคลิกภาพด้านการใช้ภาษาของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชาที่เรียบง่ายและตรงไปตรงมาแบบทหารดังที่वासนา นาน่วม (2557, 2558) ได้กล่าวไว้ เพื่อให้ผู้ฟังประชาชนสามารถรับรู้และเกิดความเข้าใจแนวคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนนำไปสู่การส่งเสริมความรักชาติ ความสามัคคีของประชาชนและความสงบสุข ความเจริญรุ่งเรืองของประเทศชาติ

เมื่อพิจารณาการปรากฏของถ้อยคำอุปลักษณะในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ของแต่ละปีพบว่าบริบททางสังคมมักส่งผลต่อการเลือกใช้ถ้อยคำอุปลักษณะ กล่าวคือ ถ้อยคำอุปลักษณะการต่อสู้ที่แสดงอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สมรภูมิ] ปรากฏในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ พ.ศ. 2564 และ พ.ศ. 2566 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เกิดการระบาดทั่วของโควิด-19 กำลังแพร่ระบาดในสังคมไทย และผู้นำประเทศไทยเลือกใช้อุปลักษณะดังกล่าวเพื่อสร้างความตระหนักรู้และปลุกกระแสความสามัคคี ความรับผิดชอบ และความเสียสละให้กับผู้ฟังประชาชนในประเทศชาติ ทั้งนี้ สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์แบบวิภาษระหว่างวาทกรรมกับสังคมที่แฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) เสนอไว้ กล่าวคือ วาทกรรมประกอบสร้างสังคม ในขณะที่วาทกรรมก็ถูกกำหนดโดยสังคม

เมื่อพิจารณาผลลัพธ์ทางความคิดของอุปลักษณะ โกทลี (Goatly, 1997) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของอุปลักษณะ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ หน้าที่ด้านถ่ายทอดความคิด หน้าที่ด้านบุคคลสัมพันธ์ และหน้าที่ด้านการเรียบเรียงความ และณัฐพรพานโพธิ์ทอง (2556, น.99) ยังชี้ให้เห็นถึงหน้าที่ในการถ่ายทอดความคิดและพลังในการโน้มน้าวใจ เปลี่ยนมุมมองผู้รับสาร ตลอดจนสื่ออารมณ์ของอุปลักษณะ ซึ่งมักเป็นที่สนใจของนักวิจัยปฏิบัติศาสตร์และนักวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ดังนั้น การวิเคราะห์อุปลักษณะเชิงมนทัศน์จึงมีส่วนช่วยในการเปิดเผยความคิดชุดต่าง ๆ ของผู้นำประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นความปรารถนาในการสร้างพลเมืองที่รักชาติ สามัคคี เสียสละ อดทน มีคุณภาพและศักยภาพเพื่อพัฒนาประเทศชาติที่สะท้อนออกจากอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ที่เกี่ยวกับประเทศชาติทั้ง 5 ประเภท ซึ่งสอดคล้องกับความมุ่งมั่นในการเร่งจัดระเบียบสังคมและผลักดันค่านิยมหลักของคนไทยของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ดังที่อัศวินโตะกลม (2566) ได้กล่าวไว้ว่า พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา เห็นว่าคนหรือทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุด

ของประเทศ และการกำหนดค่านิยมหลักของสังคมไทยให้ชัดเจนเพื่อสร้างคนที่เข้มแข็งเป็นสิ่งแรกที่คนไทยและประเทศไทยยังเป็นปัญหาและต้องการพัฒนาอย่างเร่งด่วน โดยต้องมีความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ในฐานะที่เป็นหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ จึงมีการประกาศนโยบายการสร้างค่านิยมหลัก 12 ประการของคนไทย หรือความปรารถนาในการสร้างชาติไทยให้มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน รวมถึงการสร้างประเทศให้มีความสามารถ ความเข้มแข็ง เสถียรภาพ สันติสุขและการยกระดับบทบาทของประเทศไทยบนเวทีโลกที่สะท้อนออกจากอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ผู้เดินทาง] และ [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง] นอกจากนี้ ยังสังเกตได้ว่าอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ ครอบครัว] และ [ประเทศชาติ คือ ผู้เดินทาง] ยังช่วยแสดงให้เห็นถึงความพยายามของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในการสร้างภาพลักษณ์ของรัฐบาลให้เป็นรัฐบาลที่มีความรับผิดชอบ ร่วมทุกข์สุขกับประชาชน และมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการบริหารประเทศ รวมไปถึงการเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ อีกทั้งยังปรากฏการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นประเทศที่มีความมั่นคง ความพร้อม และความสามารถในการท่องเที่ยวและความร่วมมือในทุกมิติทางเศรษฐกิจและการเมืองระหว่างประเทศผ่านอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [ประเทศชาติ คือ สิ่งก่อสร้าง]

ยิ่งไปกว่านั้น การใช้อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ทั้ง 5 ประเภทต่างมีบทบาทในการสะท้อนภาพลักษณ์ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา กล่าวคือ อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ที่เกี่ยวกับการเดินทาง การต่อสู้ และการก่อสร้างช่วยสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำประเทศไทยในฐานะผู้มีความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนประเทศชาติผ่านพันธกิจอุปสรรคและวิกฤตการณ์ต่าง ๆ จนบรรลุเป้าหมายของการพาประเทศชาติกลับสู่ความสงบเรียบร้อย มีเสถียรภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขัน การลงทุน และสามารถพัฒนาต่อไปอย่างสมดุลและยั่งยืนภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนผัน ดังที่ ภาคิน โชติเวทย์ศิลป์ (2562) บ่งชี้ให้เห็นว่า หนึ่งในภาพลักษณ์ที่ปรากฏชัดของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชาคือความเข้มแข็ง มั่นใจและความมุ่งมั่นในการแก้ไขปัญหาทางการเมืองที่หมักหมมมาเป็นเวลานานและฟื้นฟูประเทศชาติ ภายใต้บริบทที่ผู้นำหลายคนในอดีตไม่สามารถคลี่คลายได้ ความเข้มแข็งดังกล่าวทำให้ภาพลักษณ์ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชามีความน่าเชื่อถือในฐานะผู้กอบกู้ประเทศและนำพาให้กลับคืนสู่ภาวะปกติ แม้ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชาจะมีภาพลักษณ์ที่เคร่งขรึมและแข็งแกร่งตามลักษณะของผู้นำทหาร แต่อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์เกี่ยวกับครอบครัว เช่น การเรียกประชาชนว่า “พี่น้อง” หรือ “ลูกหลาน” ยังมีบทบาทในการลดความตึงเครียดและสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นกันเอง ทำให้ประชาชนรู้สึกใกล้ชิดและไว้วางใจได้ ภาคินเองก็ระบุว่าภาพลักษณ์ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชายังประกอบด้วยความอารมณ์ขันและความรักชาติจริงใจ ซึ่งแสดงออกผ่านภาษากายและภาษาพูดที่เป็นกันเอง แม้จะมีอำนาจแบบเบ็ดเสร็จก็ตาม อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ในเชิงลบที่ภาคินเสนอ เช่น “เผด็จการหรืออหังการ” และ “ไม่เกรงกลัวสื่อมวลชน” ซึ่งมักปรากฏในบริบทการสื่อสารเชิงสั่งการหรือการตอบโต้สื่อมวลชนไม่ได้สะท้อนออกมาในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ เนื่องจากสุนทรพจน์ดังกล่าวตั้งอยู่บนศุภวาระที่เต็มไปด้วยความปรารถนาดี การให้กำลังใจ และการสร้างความหวังแก่ประชาชน จึงมีลักษณะของการร้องขอหรือการเชิญชวนมากกว่าการสั่งการแบบในบริบทการปกครองเชิงทหาร ภาษาที่ใช้จึงแฝงด้วยความนุ่มนวลและอ่อนโยน ดังที่แสดงในอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์เกี่ยวกับเครื่องจักร

อนึ่ง ชุดความคิดดังกล่าวก่อตัวขึ้นมาเป็นอุดมการณ์ที่ปรากฏในสังคมไทยในช่วงเวลาที่ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี โดยอุดมการณ์เหล่านี้มีบทบาทหน้าที่ในการจัดการและควบคุมการกระทำ วิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม จนกระทั่งทัศนคติของประชาชนชาวไทย เพื่อให้คล้อยตามในสิ่งที่เอื้อประโยชน์แก่ประเทศชาติ ดังที่ฟาน ไดก์ (van Dijk, 1998) เสนอว่า อุดมการณ์เป็นระบบความคิดความเชื่อของคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของคนกลุ่มนั้น ๆ ทั้งนี้ ไม่เพียงแต่แนวคิดอุปลักษณ์ ฌีร์พอร์ ทอง (2556) ยังเสนอแนวคิดทางภาษาศาสตร์อื่นที่แฟร์คริฟและฟาน ไดก์กล่าวถึงและเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ตัวบทเพื่อนำไปสู่การเปิดเผยอุดมการณ์ที่แฝงเร้นอยู่เบื้องหลังภาษา ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวาทกรรมประเภทอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

บทความฉบับนี้เป็นการศึกษาอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ที่ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา อดีตนายกรัฐมนตรีไทย ใช้ในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ ยังมีประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาเพิ่มเติม เช่น หน้าที่ของอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ในคำกล่าวสุนทรพจน์ของผู้นำประเทศเนื่องในโอกาสอื่น ๆ อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ในคำกล่าวสุนทรพจน์ของผู้นำประเทศอื่น ๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ซึ่งอาจช่วยเปิดเผยให้เห็นถึงกลวิธีในการสร้างความเข้าใจเฉพาะบุคคล บทบาทของอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ในบริบทที่หลากหลาย และยุทธศาสตร์การบริหารประเทศของผู้นำประเทศ รวมถึงการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างผู้นำประเทศต่าง ๆ เพื่อแสดงความแตกต่างทางสังคมวัฒนธรรมและอุดมการณ์ทางการเมือง

รายการอ้างอิง

- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). *วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์: แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล. (2558, 2 มกราคม). *คำปราศรัย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เนื่องในศุภวาระดิถีขึ้นปีใหม่ พุทธศักราช ๒๕๕๘* [Video]. ยูทูป. https://youtu.be/jKBcZqM-rb8?si=wVx3J_864PNTVA_
- ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล. (2559, 8 มกราคม). *สารอวยพรเนื่องในศุภวาระขึ้นปีใหม่ พ.ศ. 2559 ของนายกรัฐมนตรี* [Video]. ยูทูป. https://youtu.be/B4PYyEF_dfm?si=751Vet25kz4dXSS_
- ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล. (2560, 1 มกราคม). *นายกรัฐมนตรีกล่าวอวยพรปีใหม่ 2560* [Video]. ยูทูป. <https://youtu.be/UFL-pNQeiVQ?si=lg9emZ6ZSTICFk3N>
- ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล. (2561, 1 มกราคม). *คำกล่าวอวยพร นายกรัฐมนตรี เนื่องในวันปีใหม่ 2561* [Video]. ยูทูป. <https://youtu.be/Zuq2hAxH3z8?si=Ne7G7id1iJlgrVsP>
- ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล. (2561, 31 ธันวาคม). *คำปราศรัย นายกรัฐมนตรี เนื่องในโอกาส “วันขึ้นปีใหม่” ประจำปี 2652* [Video]. ยูทูป. <https://youtu.be/HQPr24t4dh0?si=0Mbqd4x4mJVE3zo3>
- ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล. (2564, 1 มกราคม). *คำปราศรัย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ พุทธศักราช ๒๕๖๔* [Video]. ยูทูป. <https://youtu.be/3cSpCK0NLTo?si=9dgDLzbYl7eKllgF>
- ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล. (2565, 1 มกราคม). *คำปราศรัย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ พุทธศักราช 2565* [Video]. ยูทูป. https://youtu.be/c1jb9_SPHaw?si=BkAOG7XxNGkAqS7F
- ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล. (2566, 1 มกราคม). *คำปราศรัยพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เนื่องในโอกาส “วันขึ้นปีใหม่” ประจำปีพุทธศักราช 2566* [Video]. ยูทูป. https://youtu.be/pN-nF9xHzzY?si=rQUuJO4wC6B_abOs
- ธีรยุทธ บุญมี. (2547). *ชาตินิยม และหลังชาตินิยม* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สายธาร.
- ธีรวิรา แสงอินทร์. (2566). เปรียบเทียบอุปลักษณะเชิงมนทัศน์การเมืองไทย: กรณีศึกษาก่อนการเลือกตั้งใน พ.ศ. 2544 พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2566. *วารสารอักษรศาสตร์*. 52(2), 91-109.
- นิภาดา โพธิ์เรือง. (2566). *อุปลักษณะในวาทกรรมการเมืองไทยในการหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2562: การวิเคราะห์อุปลักษณะเชิงวิพากษ์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/84172>
- บุญยเสนอ ตรวิเศษ. (2560). มโนอุปลักษณะการเมืองในบทกวีรางวัลพานแว่นฟ้า. *รมยสาร*. 15(1), 73-91.

- ประยุทธ์ จันทร์โอชา. (2562, 31 ธันวาคม). คำกล่าวอวยพร พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ พุทธศักราช ๒๕๖๓. รัฐบาลไทย. <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/25554>
- พิษณุ บางเขียว. (2544). รูปภาพแสดงอุปลักษณะในข่าวการเมือง. ใน อัครวิทย์ เรืองรอง (บ.ก.), มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์: พลังปัญญา (น.81-90). คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- ภาคิน โชติเวศย์ศิลป์. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่มาจากการยึดอำนาจภายใต้วิกฤตความขัดแย้งทางการเมือง. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*. 8(1), 15-25.
- ยุธยา หมั่นสาย. (2546). แนวคิดในการบริหารประเทศของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์: กรณีศึกษาวิเคราะห์สุนทรพจน์ของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ พ.ศ. 2501-2506 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. Central Library Srinakharinwirot University. http://search.swu.ac.th/permalink/f/1hfh9m/ALEPH_MONO000071378
- รัชนิยา กลิ่นน้ำหอม. (2551). อุปลักษณะที่นักการเมืองไทยใช้: การศึกษาตามแนววรรณศาสตร์ปริชานและงานปฏิบัติศาสตร์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/14787>
- วาสนา นาน่วม. (2557). เส้นทางพหุศาสตร์ ประยุทธ์ จันทร์โอชา จาก “ทหารเสือ” สู่ “หลังเสือ”. มติชน.
- วาสนา นาน่วม. (2558). “บิ๊กตู่” นายกฯ โหด มั่น ฮา. มติชน.
- ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว. (2556). วาทกรรมเกี่ยวกับประชาธิปไตย : กรณีศึกษาสุนทรพจน์ของนายกรัฐมนตรีไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร] <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/11591>
- อัศวินโตะกลม. (2566). ผู้นำ. จี-เลน.
- อุมาวัลย์ ขาดีไอยรานนท์. (2560). [ชาติ คือ มนุษย์]: อุปลักษณะเชิงวิพากษ์ในวาทกรรมของหลวงวิจิตรวาทการ. ใน การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8 (น.725-739). มหาวิทยาลัยมหาดไทย.
- อุษา พงษ์ชัยวิบูลย์. (2544). การศึกษาอุปลักษณะเรื่องการเมืองในภาษาไทยตามแนววรรณศาสตร์ปริชาน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:116304
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. Arnold.
- Goatly, A. (1997). *The Language of Metaphors*. Routledge.
- Jiang, Z. (2016). *A Comparative Study between Chinese and Thai Leaders' New Year Speeches* [中泰国家领导人新年演讲语篇对比研究] [Doctoral dissertation, Jilin University]. CNKI. <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CDFDLAST2017&filename=1017014201.nh>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. The University of Chicago Press.
- Van Dijk, T.A. (1998). *Ideology: a multidisciplinary approach*. SAGE Publications.

Women's Empowerment in English Songs

Kulaya Pongpan¹

Received: January 19, 2025

Revised: August 18, 2025

Accepted: September 2, 2025

Abstract

The qualitative and comparative research analyzes the lyrics of 30 popular English songs by female artists released between 2010 and 2023. The three objectives are 1) to explore the English used in the songs, 2) to examine the rhetorical message of women's empowerment in the lyrics, and 3) to investigate the social context and perspectives of the lyrics, focusing on contemporary social views and issues that affect and involve women, particularly in terms of power relations, ideologies, and more. The investigation relies on language and discourse analysis, with an emphasis on symbolism and metaphors. A feminist lens is an approach employed to reveal the thematical feminist expressions, highlighting female power and voice within the context of 'women's empowerment,' especially in the face of today's gender inequality. As a result, the songs reflect modern English usage, and English grammatical elements relevant to the contemporary world. The prevalent empowering techniques include narratives of positive transformation and occasional use of sarcasm and dark humor. Importantly, the songs are embedded with explicit and implicit meanings, centered around the rhetorical theme of 'women's empowerment'—a theme arguably shaped by the current global feminist movement. The women's empowerment can be understood through the proposed categories with themes and sub-themes showcasing the complexity and diversity of female-empowering messages. From a more sophisticated perspective, these notable characteristics suggest that the music can be viewed as 'feminist resistance' to patriarchy and gender inequality while addressing broader social issues that women face, such as political challenges, mental health, sexual violence, and the COVID-19 pandemic. These findings provide valuable insights from the selected set of songs, emphasizing women's power, the connection between music and social reality, and the profound social and cultural significance of music.

Keywords: English, English Songs, Feminist Thoughts, Women's Empowerment

Introduction

Since the late 2010s, 'women's empowering songs,' known by the names of 'feminist anthems' or 'girl power songs,' have significantly grown in the American and global popular music industry. Primary singers within this genre are female soloists who represent women's empowerment messages through personal and critical narratives. Addressed in this music are also individual experiences, including political and social issues such as patriarchy, LGBTQI+ exclusion, mental health, the COVID-

¹ Lecturer, Faculty of Liberal Arts, Maejo University
E-mail: kulaya@mju.ac.th, kulayapongpan@gmail.com

19 pandemic, and challenges women face. Consequently, this music genre has risen in popularity, audience number, as well as recognition at music awards (Franke, 2024; Fuentes & Williams, 2023; Logan, 2021). Outstanding examples of the female-empowering artists are Alessia Cara, Ariana Grande, Avril Lavigne, Demi Lovato, Katy Perry, Meghan Trainor, Miley Cyrus, MLICK, Rachel Platten, Sia, and Taylor Swift (Franke, 2024; Fuentes & Williams, 2023; Logan, 2021). In addition to those soloists is Disney Music—an entertainment source that influences young female audiences worldwide with its female-empowering representations (Barber, 2016). In recognition of the rise of these ‘women’s empowering songs,’ this research investigates the phenomenon.

Methodology

The qualitative research was conducted in response to the following objectives of:

1. To examine the English language used in the songs.
2. To explore rhetorical English discourse as a reflection of women’s empowerment.
3. To investigate the social context and perspectives within the lyrics in relation to contemporary social outlooks and issues affecting and involving women.

The primary data consisted of 30 female empowering pop songs by female artists. These tracks with a theme of female empowerment were produced between 2010 and 2023 and available on YouTube as accessed on June 1, 2024. YouTube was chosen due to its status as a leading video-sharing platform (Ceci, 2021). Another selection criterion was over one million views rationalizing for popularity, cultural value, and relevancy. Within the total number of 30 songs, there were 24 songs from 5 female artists well-known for their series of female-empowering tracks (4 songs from each artist), 4 songs from Disney Music recognized for fostering empowerment to young females, and an additional 6 songs were from other female artists.

The secondary data included a variety of sources such as websites, online articles, reviews, and critiques. The songs’ popularity was also confirmed by investigating their existence in two reliable sources: 'Billboard Global 200' and 'Hot 100 Billboard Chart.'

The language and discourse analysis method, with a focus on symbolism and metaphor allowed the researcher to observe the English language usage and explore the themes/sub-themes conveyed in the narratives, particularly those related to the feminist voice—a prominent global movement. The process primarily involved a thorough examination of lyrical representations, and secondary to it was an investigation of their visual representations from YouTube for deeper interpretation.

Literature Review

The research relies on these following theoretical and conceptual frameworks, which are essential context and background to the approach: 1) Language and discourse analysis, 2) Feminist thoughts, and 3) Women’s empowerment.

1. Language and Discourse Analysis Devices

In literary studies, these devices facilitate the understanding of the rhetorical meanings of themes and underlying messages the texts attempt to communicate and convey. To comprehend the lyrics and bring them into deeper discussion, the researcher utilizes these three major devices in the interpretation.

Sign: A unit that contains meanings or stands for something with absolute meaning. Sign signifies or reminds readers of certain things, objects, and issues. Content in signs are varieties of words, images, objects, shapes, sounds, acts, etc. However, a sign itself does not have a meaning, and it requires interpretation from readers (Chandler, 2002, pp. 13–17, 260; Gee, 1999, pp. 20–21).

Symbol/symbolic: Words, phrases, clauses, or sentences in language that signify certain things to readers or imply/provide clues to meanings, ideas, and beliefs. They demand complex interpretation, common knowledge, and shared experiences for readers to understand and are attached with multiple levels of meanings (Chandler, 2002, pp. 36–38, 262).

Metaphor: A figure of speech that has symbolic meaning to something else, usually in an abstract or indirect manner, implying meanings and/or making comparisons between things. Metaphors can be observed in pieces of literature or text where writers carefully craft words or sentences to signify something in an indirect way. The use of metaphor adds pleasure to readers because it requires quite complex literal and artistic sense and imagination to interpret and comprehend (Chandler, 2002, pp. 126–129, p. 253).

2. Feminist Thoughts

Since the 18th century, feminisms have been a social movement that empowers women against ‘patriarchy’ and ‘gender inequality.’ Although in recent years, these movements have evolved into more varied and complex forms of understanding and complex policies (exemplified by the #Metoo movement and Women’s March movement, Murphy, 2019), patriarchy and gender inequality central concerns for feminists (Fileborn & Loney-Howes, 2019, pp. 4–45; Gillis, Howie, & Munford, 2004; Lorber, 1997, pp. 4–45; Murphy, 2019, pp. 63–65; Walker, 1994, pp. 401–409; “Women’s March,” 2024). The logic behind most feminist theories is built on the argument that ‘patriarchy’ is a social institution that leads to ‘gender inequality.’ Patriarchy is a set of beliefs in men’s superiority, where men have superior power over women. Consequences of patriarchal systems and practices are gender hegemony and the marginalization of female populations, where women become disadvantaged. These advantages appear in many aspects such as rights, security, abilities, opportunities, and experiences including politically, socially, physically, and economically. Moreover, patriarchal power legitimates maltreatments in all myriads of women’s lives, such as domestic violence, prostitution, pornography, unequal pay rates, and discrimination against women (Fileborn & Loney-Howes, 2019, pp. 4–45; Leigh, 1997, pp. 225–231; Women’s March, 2024).

For feminists, it is impossible to completely eradicate patriarchy and gender inequality and so to counter women’s subordination, they offer several suggestions, strategies, and solutions. One of the most common policies is ‘women’s empowerment,’ which can be done by supporting women in self-worth, abilities, and freedom of making personal choices. Meanwhile, law and social structure adjustment are also advised. Although women’s empowerment is not a complete answer to gender injustice, the policy enriches the life of women by supporting them to reach their full

potential (Gillis, Howie, & Munford, 2004; Lorber, 1997, pp. 4–45; Walker, 1994, pp. 401–409; “Women’s March,” 2024).

3. Women’s Empowerment

Women’s empowerment is the most shared ground among feminists which can be implemented in multiple aspects. The examples are women’s uniting and supporting each other, celebrating female individualism, supporting a sense of value, self-worth, and self-love, encouraging women, creating a chance for women to develop confidence, independence, and a feeling of strength and power, and recognizing personal potential (Kalsem & Williams, 2010, p. 131; Steinem, 2015; “Women’s March,” 2024). The understanding of women’s empowerment through feminist lens is a significant approach in this study and next are previous studies.

Previous Studies

The research is built on the recognition that in a global historical context, the value of music is beyond entertainment because humans have used it to mobilize socio-politics in several themes and create cultural transformations and new cultural identities (Eyerman & Jamison, 1998, pp. 6–25; Post & Rhodes, 2019, p. 5). This view can be understood in two following aspects of 1) music and social movements, and 2) feminist movements in music.

1. Music and Social Movements

Eyerman and Jamison (1998) suggest music and songs are unique media for social movements. Examining folk-country music, Black music, music of the 1960s movements, and European music of progressive movements, the songs embody non-traditional values and are socially demanded (pp. 6–25). Special responsibilities of music and songs are: 1) to construct, deliver, and circulate content of social movements with various key messages of protest, resistance, and disagreement, 2) to inform people about the issues and supply doubts, questions, and frustrations leading to solutions or main advocacies 3) to form public knowledge and interests about the social issues and advocacy and sustain public recognition and continuity of the movements 4) to open a door to new approaches with inventive disciplines as well as intellectual and practical activities. In short, music and songs do not only reflect social problems, but they also have power in mobilizing social movements in response to ongoing social debates and issues (Eyerman & Jamison, 1998, pp. 6–25). Music and songs have been a place where people have shown their socio-political thoughts by various means of opposing, resisting, disapproving, disagreeing, questioning, and so on. Next, among all the social movements, ‘feminist movements’ is one of the significant song themes that have arisen in the past 80 years.

2. Feminist Movements in Music

The following existing studies confirm the close relationship between feminist movements and popular music. Each of them has categorized feminist values/themes/variations in accordance with their specific sources. The section will end with a previous study that brings significant questions regarding songs in the genre of whether they are empowering or exploitative to women. This knowledge is applied to develop related but distinctive findings on the selected songs and respond to the question of women’s empowerment.

First, in *Lyrical Geographies and the Topography of Social Resistance in Popular Music in the United States*, Post and Rhodes (2019) raise that those popular English songs in the USA present

unique socio-political structures and social resistance. Examining 80 American pop songs since the beginning of the American pop music industry until 2019, the analysis uses a meta-analysis method relying on software. Consequently, they discover the FOUR shared global and transnational contemporary values: 1) Antiwar (freedom VS forces), 2) Feminism (men VS women), 3) Environmental awareness (conscious VS neglected), and 4) Civil rights (privilege VS underprivilege) (Post & Rhodes, 2019, pp. 5-7). The researchers present the themes through a metaphor of the human ‘body’ where bodies in the lyrics metaphorize humans’ abilities in coping with contemporary issues. These findings are divided into THREE challenges: 1). Mobility 2). Positionality of power, and 3). Violence (pp. 12-17). Importantly, the study suggests that feminism is one of the core values in popular music that should be brought into more discussion.

Second, the *Popular Music Lyrics and Musician’s Gender over Time: A Computational Approach* (2019) by Anglada-Tort, Krause, & North (2021, pp. 426-444) supports alternative views on music and their societal factors (p. 427–429, 439–440). The researchers investigate 4,222 songs in the UK weekly top 5 sales charts from March 1960 to December 2015. By using a computational approach with DICTION software, the results show 36 lyrical themes and variations as follows: “total words, numerical terms, ambivalence, self-reference, tenacity, leveling, collectives, praise, satisfaction, inspiration, blame, hardship, aggression, accomplishment, communication, cognitive terms, passivity, spatial awareness, familiarity, temporal awareness, present concern, human interest, concreteness, past concern, centrality, rapport, cooperation, diversity, exclusion, liberation, denial, motion, insistence, embellishment, variety, and complexity” (pp. 426–431). The researchers add that the UK popular music industry at that time lacked gender diversity and was dominated by male artists (pp. 427–429, 440). Therefore, the growth of ‘female artists’ was continually on the rise since 1980, crucially owing to feminist movements and women’s social involvements in many spheres such as economics, sciences, education, and politics (particularly Margaret Thatcher as a prime minister) (pp. 439–440).

The increase of female popular artists has been supported by feminist movements and is confirmed by Emma Mayhew (2001) in *The Representation of the Feminine, Feminist and Musical Subject in Popular Music Culture*. Unlike the previous studies limited to the USA and UK, Mayhew analyzes the phenomenon on a global level and associates it with the peak of feminist music in the 1980s-1990s. Focused on ‘women’s subjectivity’ in popular music culture, the researcher utilizes the concepts of discourse and deconstruction upon THREE sources, 1) music texts 2) narratives of women in fan talk, and 3) mainstream press (pp. 12–23). Mayhew’s discussion is divided into TWO aspects: 1) the popular music industry reflects patriarchy; however, 2) the music demonstrates feminist power (pp. 28–41, 96–11, 171–180). To highlight the perpetual gender inequality in the popular music industry, Mayhew (2001) raises that male manipulation is shown in the representation of FOUR ‘femininity stereotypes’: 1) the mother 2) the child 3) the femme fatale/whore, and 4) androgyny (pp. 96–132, 188–206). On another aspect, the feminist movements influence a negotiation, and resistance to the patriarchal culture reinforces. As a result, the THREE feminist identities are: 1) riot grrls/rebel grrls 2) angry women, and 3) girl power (pp. 188–206). Despite the negative labels, Mayhew argues that the identities strengthen feminist movements—they are inclusive and empower women in general. Owing to these identities, women have secured a place in the industry and fostered hope for female empowerment and gender equality (pp. 188–206).

The ambiguity of female representations in popular music continues, and Glantz J. (2013) attempts to justify it. In *Women in Popular Music Media: Empowered or Exploited*, Glantz conducts an interview based on whether popular music empowers or exploits women (p. 8, pp. 1–31). After interviewing 70 participants who were female students at an American university, the researcher discovered two opposite opinions among the young female interviewees: 1) the hypersexual representations of women in music media betray women's equality resonating with deep-rooted patriarchal culture (pp. 19–26), and 2) women's hypersexualized representations can be empowering but only when the productions present women as androgynous figures (pp. 26–28).

These previous studies demonstrate an essential influence of feminist movements toward songs by female artists shown in the history of the USA, UK, and global music industry. Therefore, they left room regarding the value of 'women's empowerment' in resources. Besides, there is a lack of updated analysis for recent female popular songs in relevance to women's empowerment, an essence in feminist points of view. Consequently, this research attempts to fill the gap.

Results and Discussion

The analysis will be presented alphabetically, beginning with female artists with multiple female-empowering songs, followed by those in the Disney Music category, and then female singers with only one song represented. It is important to note that full research, including an extensive examination and analysis, has already been conducted. However, due to the limitations of the paper, only a conclusive discussion of each song will be presented. Afterwards, the analysis will be brought into an overview conclusion. In the upcoming presentation, the terms 'empowerment theme' and 'empowerment sub-theme' will be used to indicate the intensity of the female empowering message. An 'empowerment theme' refers to the key messages, goals and central challenges addressed in the songs. In contrast, an 'empowerment sub-themes' refer to the subtle undertones, supporting elements, and contextual factors such as related realities, settings, incidents, or events that enhance the songs' message.

1. Ariana Grande (2018a) (*God Is a Woman*, 400 million views) relies on a major metaphor of women being 'God,' a male-oriented highest figure in various religious beliefs who is the creator and sustainer of human beings and nature. The metaphor challenges patriarchal culture and its conventional gender norms and social expectations that limit the roles and capabilities of women. Enriched with female empowerment, its theme celebrates 'female power' with the sub-themes of 'women's sexual power' and 'femininity,' representing women as strong role models. Not only does the song challenge cultural and societal norms about stereotypes of women but also fosters inclusivity among female audiences.

2. Ariana Grande (2018b) (*No Tears Left to Cry*, 1.1 billion views) symbolically raises awareness of gender discrimination, inspired by the gender-based terrorist attack Grande experienced in 2017 (Leszkiewicz, 2018; Snapes, 2018). The song conveys a sense of hope rather than an accusatory or scornful tone, strengthening the empowering theme of 'strength' and 'resilience.' Its sub-themes include 'sexism,' 'mental well-being awareness,' 'female power,' 'women's solidarity,' 'individuality,' 'positivity,' and 'courage.' To combat these challenges of sexism and women's mental well-being and promote female power, the lyrics emphasize women's solidarity with an inclusive tone. Women's

solidarity is crucial in opposing patriarchal suppression as well as in fostering womanhood and sisterhood, which uplift one another through difficult times. Consequently, overall representation fosters individuality, positivity, and fearlessness to live life.

3. Ariana Grande (2018c) (*Thank You Next*, 809 million views) speaks to the bravery of accepting what life offers, embracing both sorrow and joy, and having the courage to start anew with pride. Inspired by Grande's failed love relationship (Comunale, 2019), the major metaphor is the term 'next' that identifies a welcoming note to the next lover. Grande's openness and acceptance over the failures offer the empowering themes of 'strength,' 'resilience,' 'independence,' and 'self-love,' which position it as a representation of 'post-breakup recovery' (identified as a sub-theme). The music video adds more value to its female empowerment and should be a good source of optimism for anyone who is seeking it.

4. Ariana Grande (2019) (*7 Rings*, 1.3 billion views) contains complex, empowering connotations in both the lyrics and depiction, extending beyond the obsessions with material possessions suggested by its title. Its empowerment is deeply rooted in symbols and metaphors, with the central metaphor being '7 rings'—gifts Grande purchased for herself and her six close friends after a breakup (Comunale, 2019). The song empowers women by celebrating the themes of 'female power' and 'women's financial independence.' The sub-themes encourage 'self-love,' emphasizing positive actions in prioritizing and nurturing oneself. Also included in the sub-themes are 'sexual independence,' as the song challenges taboos surrounding women's sexual freedom, along with an encouragement to 'kindness' and 'gratitude' toward those who support them—friends and family.

5. Demi Lovato (2011) (*Skyscraper*, 289 million views) provides a sense of empowerment by reflecting on a journey to an achievement of recovery. 'Strength' and 'resilience' are the key empowering themes the song conveys. The lyrics combine an interesting metaphoric use of 'skyscraper' (e.g., "Like I'm made of glass," "All my windows") and its construction, describing an ability to ascend. To that extent, the sub-theme suggests 'emotional recovery'—the ability to heal, overcome obstacles, and reach beyond one's boundaries. Although the music video does not utilize a skyscraper as a key symbol, its representation still conveys essential related meanings to empowerment.

6. Demi Lovato (2014) (*Warrior*, 34 million views) is set within the empowering themes of 'strength' and 'resilience' and unlike other songs in this study, it addresses 'sexual violence' (identified as a primary sub-theme), drawing from Lovato's personal experience (Demi Lovato, 2021). The lyrics contain meaningful metaphors, portraying a 'warrior,' who overcomes 'mental health issues caused by past emotional traumas,' and in turn, focuses on 'personal growth' and 'self-love' (the last three sub-themes). The structural dynamic unfolds as Lovato speaks up, breaks the silence, and reaches an empowered stage where she fully embraces her own strength as a warrior. The visual representation also provides compelling meaning to its lyrics.

7. Demi Lovato (2015) (*Confident*, 261 million views) is a self-empowerment song supporting 'individuality' with insecurity to reach beyond their limits by promoting one's 'strength,' 'resilience,' and 'confidence,' all of which are key themes. Strategies to the embracement of a stronger self are the acceptance of 'authenticity' (a sub-theme) leading up to assertion of power and defying societal norms. A major metaphor is the question, "What's wrong with being confident?" which is repeated

throughout to support confidence in non-conforming actions and embracing uniqueness. An additional empowering message is the confidence to challenge past misjudgments and take charge of one's own life.

8. Demi Lovato (2020) (*I Love Me*, 59 million views) contains an empowering message with a centric theme of 'self-love' with its sub-themes of 'body positivity,' 'self-acceptance,' and 'authenticity.' The lyrics reflect that there are no supreme standards for how a person should behave. Further is the appreciation over non-mainstream body images, which is drawn from Lovato's struggle with eating disorders and victimization caused by beauty standards, as highlighted by "Way too good at camouflage," "I'm guilty 'bout everything that I eat," and more. The sub-themes are 'self-love' and embracing 'authenticity,' stemming from appreciating oneself in all aspects, forming a solid foundation for pushing boundaries with passion.

9. Katy Perry (2010) (*Firework*, 14 billion views) empowers listeners through a profound symbolic use of 'firework' and its related empowering terms and expressions. Once the song has enticed listeners on the shared intense emotional dilemma, its dynamic shifts into empowerment, symbolized by the 'firework'—encouraging listeners to exhibit their hidden qualities of positive energy, vibrancy, and beauty. The lyrics and visual representation empower the audience with the themes of 'strength,' 'resilience,' and a celebration of 'self-worth' and 'individuality,' which inspire us to rise above a state of pessimism and embrace our uniqueness. Additionally, its sub-theme highlights the importance of 'self-love' and 'authenticity,' which are essential in the pursuit of a happy life.

10. Katy Perry (2012) (*Part of Me*, 970 million views) is a symbolic representation under the themes of 'female power' and 'gender equality.' These essences are reflected in a symbolic lyrical expression of positive transformation, while gender equality can apparently be observed through the music video. Especially, the portrayal of Perry is in reference to the film *G.I. Jane*, a strong female who champions her power. Examples of the metaphoric expressions are 'your sticks and your stones' and 'your bombs and your blows,' which refer to life adversity. Consequently, the sub-themes can be understood as 'post-breakup recovery' and 'self-discovery,' with 'strength' and 'resilience' serving as idealized qualities in this process.

11. Katy Perry (2013) (*Roar*, 4 billion views) celebrates self-empowerment to a broad audience with supportive themes of 'strength' and 'resilience.' The lyrical and visual expressions contribute to the 'self-revolution' sub-theme, reinforcing the idea of transformation as a means of becoming a stronger version of oneself. Metaphorical terms and expressions related to wild animals such as 'tiger' and 'lion,' and their roaring are heavily used. These animals represent an innate strength that is both born with and without force. English metaphorical terms for the possessed fighting spirit are 'fighter' and 'champion,' emphasizing the powerful capacity.

12. Katy Perry (2016) (*Rise*, 215 million views) delivers a self-empowerment message under the themes of 'strength,' 'resilience,' and 'self-belief.' The sub-theme tone of 'self-recovery' evokes an inherent ability and the existing power for personal triumph. As examined, the song makes extensive use of metaphorical language surrounded by the word 'rise' to demonstrate the ability to hold on to individuality, resist conformity, and express the intense passion to overcome pressure. The

song and its visual representation are well-suited for the intended purpose, offering meaningful empowerment for a broad audience.

13. Meghan Trainor (2014) (*All About That Bass*, 2.6 billion views) empowers listeners, especially female audiences, through the themes of ‘self-acceptance’ and ‘confidence.’ With the sub-themes of ‘body positivity,’ ‘femininity,’ and ‘self-pride.’ The song uses the metaphors to plus-size women to convey the appreciation to women’s voluptuous figures (drawn from Trainor’s personal experience and personality (Cyprus, 2017; McKinney, 2014; Raymer, 2014). The appreciation is symbolically reinforced through the sounds of ‘bass,’ ‘junk,’ and ‘booty,’ highlighting the empowerment and confidence. The lyrics and the music video emphasize the importance of embracing one’s own beauty with pride despite criticism. The specific empowering connotation hardly exists in the American pop music industry, which makes the song stand out.

14. Meghan Trainor (2016a) (*Me Too*, 766 million views) metaphorically conveys the audience to themes of ‘self-love,’ ‘self-confidence,’ ‘self-worth,’ and ‘self-reliance.’ The sub-themes are ‘individuality,’ ‘inclusivity,’ and ‘diversity.’ Individuality is presented as a value to be embraced and celebrated, while the inclusive and diversified tone resonates with people of various shapes, sizes, genders, races, and ethnicities. The English unreal conditional ‘if-clause’ is found in “If I was you, I’d wanna be me too.” The phrase strongly conveys a message of self-worth—highlighting admiration for everyone’s uniqueness and suggesting that such distinctive qualities are worthy of being embraced. The English use and metaphors (e.g., ‘V.I.P’ symbolizes privileges, ‘Tom Cruise’ symbolizes adventure) are effectively constructed and fit its message.

15. Meghan Trainor (2016b) (*No*, 657 million views) is relevant today in the context of ‘gender equality,’ strongly embodying an empowerment message centered on ‘women’s sexual consent’—respect associated with women’s sexual rights’ (identified as key themes). The metaphor ‘No’ addresses personal boundaries by explaining the decision for sexual intimacy is a fundamental right of individuals. Through this, the song conveys sub-theme meanings to ‘patriarchal culture’ and ‘personal boundaries,’ suggesting women should not feel pressured to comply with men’s demands or engage in a relationship against their will. Although the lyrics seem to communicate with male counterparts, their meaning can expand to anyone. When all the connotations are considered, the song highly contains feminist voice and statement.

16. Meghan Trainor (2017) (*I’m a Lady*, 78 million views) celebrates the theme of ‘female power’ by embodying ‘authenticity’ and portraying ‘modernized women’ (also identified as key themes). Through these qualities, the song reinforces the evolving image of women, contrasting with traditional representations while highlighting sub-themes of ‘individuality,’ ‘respectfulness,’ ‘lovingness,’ ‘strength,’ and ‘resilience.’ As a result, every woman can become ‘a lady’—an iconic and symbolic figure who owns her unique identity and pursues her path with pride. Being a soundtrack of *Smurfs: The Lost Village* (Kelly, 2017), the song well matches the liberal depiction of the animation and the female character Smurfette as a courageous, intelligent, and loving individual.

17. Taylor Swift (2014) (*Shake It Off*, 3.4 billion views) incorporates an empowerment message in its lyrics and visual representation under the themes of ‘self-acceptance’ and ‘confidence.’ Inspired by Swift’s experience (Songfact; n.d.-a), the song demonstrates that personal growth can be built from biases, criticism, or negative comments. Compelling metaphors and language

are thoroughly present, with a particular focus on the phrase “Shake It Off,” which is used repeatedly. This metaphor conveys sub-themes of ‘positivity’ and ‘liberation,’ stemming from the acceptance of reality and confidence, which pave the way to moving forward with a pressure-free mind. Interestingly, the song employs metaphoric personality archetypes from contemporary English, such as ‘players,’ ‘haters,’ ‘heartbreakers,’ and ‘fakers,’ to describe undesirable individuals.

18. Taylor Swift *Do* (2017) (*Look What You Made Me*, 1.4 billion views) contains an empowerment message on the themes of ‘female power,’ ‘gender equality,’ and ‘gender discrimination.’ Through Swift’s perspective, the song reflects her past experiences of exploitation by men, including being verbally and publicly assaulted by Kanye West in 2009 and sexually harassed by DJ David Mueller in 2013 (Acuna, 2017; Wilson, 2020). The sub-themes of the ‘rejection of victimhood of patriarchal culture,’ ‘strength,’ and ‘resilience’ are presented through a metaphoric narrative of triumph over ‘the little game.’ The visual representation adds a sub-theme of a celebration of ‘wealth’—a symbolic award bestowed upon women who overcome such traumatic and unfair treatments. The overall metaphors, including prominent sarcasm and dark humor in both lyrics and visuals, offer emotional support to women and beyond.

19. Taylor Swift (2019) (*You Need to Calm Down*, 345 million views) presents a high level of empowering message under the themes of ‘gender equality focusing on women and the LGBTQI+ community,’ as well as the celebration of ‘individuality,’ ‘inclusivity,’ and ‘diversity’ in both lyrical and visual representations. Irony is the key approach of the lyrics, with several creative uses of symbolic and metaphoric expressions. The question “You need to calm down?” serves as a major satire, conveying the righteousness of the female victims of gender inequality to fight back and reclaim what belongs to them. Through this satirical empowerment, the sub-theme of the ‘rejection of the anti-LGBTQI+ movement’ emerges. A prominent highlight of this aspect is the question, “When you could be GLAAD?”—where GLAAD stands for the Gay & Lesbian Alliance Against Defamation Organization—explicitly supports the community.

20. Taylor Swift (2020) (*The Man*, 1000 million views) is empowering on the themes of ‘gender equality’ and ‘patriarchal culture’ because of its direct protest against male superiority, which forces, manipulates, and exploits women as incompetent counterparts. Through sarcasm and metaphors, both the lyrics and visual representation convey a sub-theme narrative of ‘male superiority,’ alongside sub-themes of ‘gender double standards,’ ‘gender stereotypes,’ and ‘gender biases.’ Included in the lyrical and visual portrayal is how men abuse their privileges in personal and professional life, including within partnerships. The term ‘the man’ metaphorically refers to men who are entitled to the dominant, manipulative nature. The unreal if-clause statement “If I was a man” stands for women’s resentment towards such hegemony and encourages a fairer perspective on gender dynamics.

21. Disney Music (2013) (*Let It Go*, 630 million views/Sing-along version, 34 billion views) from Disney animation *Frozen* (Buck & Lee, 2013) is centered around empowerment theme of ‘female power,’ which is equally demonstrated through the themes of ‘self-acceptance,’ ‘individuality,’ and ‘freedom.’ The lyrics and visual representation convey their meanings through symbolic vocabulary and expressions of frozen atmosphere, such as ‘snow,’ ‘fractals,’ and ‘swirling storm,’ which imply the above empowering messages. The description relies on Elsa’s transformation (the protagonist)

from the feeling of unbelonging and loneliness to the full trust of her competencies. Consequently, the song supports a sense of ‘courage’ to embody ‘strength’ and navigate personal paths with ‘resilience’ and ‘authenticity,’ all of which serve as sub-themes.

22. Disney Music (2016) (*How Far I’ll Go*, 286 million views /Sing-along version, 1.3 billion views) from Disney animation *Moana* (Clements, Musker, Hall & Williams, 2016) presents metaphoric lyrics embedded with symbols that conveys empowering themes of ‘courage,’ ‘strength,’ ‘resilience,’ ‘self-discovery,’ and ‘self-worth.’ The sub-themes of ‘independence,’ ‘determination,’ and ‘positivity’ are highlighted in Moana’s character, especially her unwavering will to embark on a solitary journey, symbolized by ‘the edge of water’ and ‘the sea.’ All these qualities are in contrast with the unfavorable judgment of an immoral, selfish, or irresponsible person, as the storyline may lead her to be misperceived. The portrayal of personal conflicts makes the character more relatable, highlighting that self-doubt and questions about one’s worthiness are common struggles. Listeners are assured that they are not alone and encouraged to find the courage to embark on personal journeys.

23. Disney Music (2019) (*Speechless*, 378 million views) from Disney live-action film *Aladdin* (Ritchie, 2019) is based on the empowering theme of ‘female power’ by conveying a resistance to ‘patriarchal culture’ and empowering women to strive for ‘gender equality’ in the form of justice. Not only does the song represent and reinforce female power, but it also inspires the importance of standing up for oneself and speaking out for what one deserves. By realizing one’s power (demonstrated through Jasmine, the protagonist), subsequently, the song complies with the sub-themes of ‘determination,’ ‘courage,’ ‘independence,’ ‘strength,’ and ‘resilience.’ The use of the metaphoric words ‘speechless’ and ‘silenced’ highlights female agency as a resistance to male supremacy, which compels women to submit to its power.

24. Disney Music (2020) (*Reflection*, 47 million views/Sing-along version 28 million views) from Disney live-action film *Mulan* (Caro, 2020), through the perspective of Mulan (the protagonist), conveys the concept of self-examination, which further encourages one to embrace oneself and live life to one’s own standards. Beyond this, this feminist, positive, and liberating voice strongly encourages women to prioritize their goals over societal demands. Subsequently, the central theme of women’s empowerment focuses on ‘self-acceptance’ and ‘individuality’ in opposition to a ‘patriarchal culture’ (identified as a sub-theme) where women are expected to conform to restricted roles of a good daughter and wife. The metaphoric lyrics focusing on ‘reflection’ eventually communicate a sense of ‘hopefulness’ and ‘liberation’ (identified as additional sub-themes) in which guilt and regret are unneeded.

25. Rachel Platten (2015) (*Fight Song*, 648 million views) is a feminist-empowering song under the themes of ‘strength’ and ‘resilience.’ Its main narrative technique relies on the use of symbols that serve as a declaration of one’s inner power (e.g., ‘a small boat on the ocean’ symbolizes a vulnerable individual). Among the moments of mind-struggling, the song’s empowerment is metaphorically centralized by the term and concept of ‘Fight Song,’ a self-empowering anthem for encouragement. The sub-themes of ‘hopefulness’ and ‘determination’ support individuals who struggle with loneliness in our modern society, as conveyed through the lyrical and visual

representation. The narration of everyday situations and common mixed frustrations holds the key to its relatable quality.

26. Miley Cyrus (2023) (*Flowers*, 792 million views) is inspired by Cyrus's reality of past divorce (Songfact: n.d.-b). The song honors women through the central theme of 'female power,' while also conveying symbolic meanings of 'self-worth,' including 'strength' and 'resilience' in overcoming a strained relationship (also identified as themes). By celebrating women's power, the portrayal focuses on sub-themes of 'women's abilities and achievements' symbolically expressed through other sub-themes of 'independence' and 'women's financial independence,' including 'self-indulgence,' such as the ability to buy oneself 'flowers' and accomplish many things by one's own capability. The overall production (lyrics and music video) positions the song as a 'post-breakup recovery' (another sub-theme), offering emotional support to those who seek a sense of agency, self-worth, and pride.

27. MLICK (2017) (*Quiet*, 1.5 million views) celebrate 'female power' and promote 'gender equality' in the face of 'patriarchal culture,' with all of these being key themes in both the lyrics and visual representation. The narrative involves overcoming adversity under a belief of change, subtly incorporating a political agenda as a part of the Anti-Trump Movement by Women's March during the 2017 US election (Blair, 2019; McDermott, 2018). While the key message advocates speaking up against patriarchal oppression and injustice, the song can be seen as a 'symbolic resistance' to the male-dominated culture. Examples of metaphoric terms are 'monster' (refers to female individual who chooses to speak the inconvenient truth) and 'dry blue pill' is in reference to the action sci-fi film *The Matrix* (Wachowski, 1999) (refers to the necessity to accept the problematic social structures, particularly impacts of male supremacy). Subsequently, its sub-themes can be understood as 'politics,' 'belief in social change,' and promoting 'women's solidarity and mutual support.'

28. Alessia Cara (2016) (*Scars to Your Beautiful*, 141 million views) conveys the empowering themes of 'self-acceptance' and 'body positivity,' while also celebrating a sub-theme of 'individuality' through authentic identity and self-worth. The song stands as an opposition to beauty standards that restrict female individuals to the freedom of being themselves. As offered, it narrates an alternative interpretation of 'scars,' imbuing them with a symbolic meaning as presentations of uniqueness rather than irreversible damage that must be covered or forgotten. The lyrics and music video work in harmony to communicate the key messages, liberating listeners with an alternative concept of beauty. Considering the overall components of the production, the song indeed embodies feminist essence, empowering women of all backgrounds while also reaching out to include a wider range of individuals.

29. Sia (2021) (*Unstoppable*, 388 million views) provides empowerment with the themes of 'strength,' 'resilience,' and 'confidence.' Lyrics rely on many compelling metaphors, convincing the audience to embrace their own power, centralized by the meaning of 'unstoppable'—something or someone that cannot be stopped, hindered, or defeated. To determine a high-power level, some of the metaphors involved the symbolism of warriors (e.g., 'armor') and machine engines (e.g., "Porsche with no brakes," "I don't need batteries to play"). Distinctively, the song conveys that concealing one's emotion is an act of 'courage,' a trait commonly associated with fighters, which is interpreted as a sub-theme. The lyrics and visuals are aligned representing the powerful message of the song.

30. Avril Lavigne (2020) (*We Are Warriors*, 12 million views) unlike other songs in this study, embodies the empowering theme of the ‘COVID-19 crisis,’ emphasizing ‘strength,’ ‘resilience,’ and ‘unity’—reinforcing the power of humanity in overcoming the pandemic (the latter three also interpreted as key themes). The song employs an extensive metaphor of ‘warriors,’ where a reference to warriors is applied with symbolic words such as ‘soldiers,’ ‘Vikings,’ and ‘army,’ along with war-related imagery such as ‘steel,’ ‘shield and sword,’ ‘armor,’ and ‘saddle.’ Therefore, the song fosters a sense of ‘hopefulness’ and ‘optimism’ toward a victory and new beginning (identified as sub-themes). Its representation and message offer a fresh perspective on women’s empowerment in English songs.

After demonstrating the conclusive discussion of each song (30 songs in total), next, the researcher will present **an overview discussion** in TWO parts: 1) Responding to the research objectives and 2) In relevance to the previous studies.

For PART ONE, in response to the FIRST research objective of examining English use, the selected songs are combined with both explicit and implicit English meanings, which require interpretation according to the contexts, backgrounds, and settings of the songs. These elements are likely to contribute to creating a sense of relatability and prepare the audience for the content within context. Audiences who know the artists’ backgrounds and their stories get an advantage in comprehension. Nevertheless, a lack of previous knowledge does not necessarily affect the empowering impact the audience could possibly derive.

The language choice of contemporary English is a main strategy in the communication. Common English grammatical components in today’s world can be found, such as nouns, verbs, adjectives, and language patterns (if-clause, active and passive voice.) Contemporary English idiomatic expressions and sayings are often utilized to communicate meanings such as ‘sticks and your stones’ (*Part of Me*, 2012), ‘wrecking balls’ (*Fight Song*, 2015), ‘dry blue pill’ (*Quiet*, 2017), and ‘Jedi’ (*I Love Me*, 2020), ‘Porsche with no brakes’ (*Unstoppable*, 2021). Relatively, most language use is modern English in the West, widespread in the USA in accordance with the location of the artists. Additionally, the contemporary quality is likely to enhance the sense reliability for the audience, offering emotional connection and impact while further conveying the empowering message.

Regarding narrative style, some of the songs employ a transformation technique of ‘from problem to solution’ or ‘victim to victory’ where the audience can comprehend the speaker’s transition and feel increasingly empowered. Examples of this format can be obviously witnessed in *Skyscraper* (2011), *Part of Me* (2012), *Let It Go* (2013), *Roar* (2013), *Rise* (2016), *Flowers* (2023), and more. Interestingly, some songs rely on sarcasm and dark humor attacking patriarchy and social injustice. A sarcastic tone is heavily presented by Taylor Swift in *Look What You Made Me Do* (2017), *You Need to Calm Down* (2019), and *The Man* (2020).

Toward the SECOND objective, the researcher puts forward that all the English songs are rhetorically driven by and resonate with the concept of feminism and its ‘women’s empowerment.’ It has been clearer that English popular music has been a place for women to express their voice and thoughts where they can be heard and represent their agency, experiences, and perspectives. Having women’s power explored and promoted is in line with feminist thoughts. As explored in the literature review, feminism promotes women’s power in all spheres due to the common belief that

women are vulnerable groups to men's power and gender inequality. The fact that women today can seize a pivotal role in speaking up against men and tackling other social issues underlines female power and that women are powerful in today's social and cultural contexts.

In addition, the 'themes' and 'sub-themes' demonstrate the intensity of the women's empowerment, highlighting significant variations, with some of the empowering terms appearing in both columns, in accordance with their established meanings (see appendix for details). Through this deeper and more complex concept of 'women's empowerment,' the researcher argues that the selected sources represent "female music artists' empowering expressions that empower listeners on humanity and individuality." Beyond patriarchy and gender inequality, the songs speak to the broad human experience, encourage diverse audience (including non-female population) and likely to impact positive changes in a wide scale.

To respond to the THIRD objective of understanding the social context and perspectives within the lyrics, with a focus on contemporary social views and issues that affect and involve women, the concept of 'female power' emerges as a central theme that drives various related topics in contemporary society. Thus, the concept of 'female power' is not just a singular concept; it can be understood through the explicit and implicit expression. Firstly, although all the songs are embedded with this essence, only 10 songs explicitly express the female power by containing extreme intensity, which has been labeled as 'female power'—to identify their intensively explicit and solid celebration of 'female power. The female power message is centralized by the idea of women's strength, capabilities which highlights the opposition to male supremacy and contributes to positive change and the reduction of gender inequality. Moreover, the 'female power' songs offer an extra assertive and advocative tone, representing women with dignity and respect as equal members of society. The 10 songs are *Part of Me* (2012), *Flowers* (2013), *Let It Go* (2013), *I'm a Lady* (2017), *Look What You Made Me Do* (2017), *Quiet* (2017), *God is a Woman* (2018), *No Tears Left to Cry* (2018), *7 Rings* (2019), and *Speechless* (2019).

The secondary support to the meaning of 'female power' used in the empowerment are themes and sub-themes in the realm of the advocacy against patriarchy and gender inequality identified by the words: 'gender equality' (6 places), 'gender double standards' (1 place), 'gender biases' (1 place), 'gender discrimination' (1 place), 'gender stereotypes' (1 place), 'patriarchal culture' (5 places), and 'rejection of victimhood of patriarchal culture' (1 place). Moreover, 'sexism' (1 place) and 'sexual violence' (1 place) also appear as sub-themes to signify that they reflect the past traumas related to gender injustice. In addition, 'women's sexual consent,' which is associated with the respect of sexual rights in *No* (2016), aligns with contemporary feminist politics such as in #MeToo movement. Included in this view is the theme 'gender equality focusing on women and the LGBTQI+ community' (1 place) where the recognition of gender equality extends beyond women, but also to the LGBTQI+ community. Interestingly, two songs offer a solution to the patriarchy through 'women's solidarity and mutual support,' as seen in *No Tears Left to Cry* (2018) and *Quiet* (2017). Subsequently, these words relevant to patriarchal oppression and gender hierarchy, reflect the underlining cause of 'patriarchy'—a deeply rooted culture with a long-standing tradition of male-superiority, compounded by a series of suppressions imposed upon women. From this evidence, the researcher argues that their shared opposition to patriarchal norms not only demonstrates the female power and its

empowerment but can also be interpreted as acts of ‘feminist resistance’—a form of protest expression advancing gender equality.

Related to the view of female power are the themes and sub-themes of ‘body positivity’ shown in 3 songs: *All About that Bass* (2014), *Scars to Your Beautiful* (2016), and *I Love Me* (2020). Produced by different artists in different years, these songs protest the body-shaming culture influenced by male-dominated culture. Their basic ground is to promote self-acceptance and self-pride for a female audience and celebrate individualism with a hint of alternative femininity.

Another relevant context of female power is female sexual freedom identified as ‘women’s sexual power’ (sub-theme of *God is a Woman*, 2018) and ‘women’s sexual independence’ (sub-theme of *7 Rings*, 2019). These songs are considered groundbreaking for challenging social conventions around gender norms of women under patriarchal rules. The songs reflect this essence as a fundamental component of gender equality, where women have choices over their bodies, including sexual expressions.

Adding to the female power—a feminist voice against patriarchal power and gender injustice are the concepts of ‘independence’ (4 places) and ‘women’s financial independence’ (2 places). The songs support women’s abilities to fulfill their lives and achieve financial stability without relying on men, in contrast to the conventional norms. The self-reliant principles also empower women in other areas of life, both personally and professionally, assisting them to achieve a greater sense of happiness in the long term.

Among other key words that reinforce female power, ‘strength’ and ‘resilience’—both are themes and sub-themes—are the most frequently occurring, appearing together a total of 18 places. From this, the researcher argues that these two words have a close connection to empowerment that cannot be presented alone or separated. While the duo character determines one’s composure in the face of adversity, ‘resilience’ adds volume to the strength of an individual. The latter suggests an ability to become stronger as an aftermath, signifying personal growth and contributing to a sense of control over future challenges.

Other than the mentioned qualities, these following female power themes and sub-themes are found to serve a sense of empowerment, such as authenticity, courage, determination, diversity, freedom, gratitude, hopefulness, inclusivity, individuality, kindness, liberation, lovingness, optimism, personal growth, positivity, respectfulness, self-acceptance, self-belief, self-confidence, self-discovery, self-indulgence, self-love, self-pride, self-reliance, self-revolution, self-worth, and unity. The definitions given are specifically made to represent the up-to-date female empowering message. As observed, they often appear in the popular and frequently utilized discourse on women’s empowerment in other media and public arenas and are relevant to today’s social and cultural context.

Apart from the above, the following also reflect female power, such as ‘post-breakup recovery,’ giving emotional support to women over a failed relationship and encouraging them to move forward (3 places) and ‘modernized women’ (1 place), offering a newfound idealized image of women centralized by her authenticity. Moreover, female power and its empowerment represented through social issues is shown, such as ‘mental health issues caused by past emotional traumas’ (2 places), the ‘COVID-19 crisis’ (1 place), American ‘politics’ (1 place), and ‘rejection of the anti-LGBTQI+ movement’ (1 place).

Comparing all these songs in relation to their socio-complexity, the chosen songs of Ariana Grande, Taylor Swift, and Disney contain the most intensive meanings, regarding patriarchy and gender inequality. The background stories, lyrics, and music videos demonstrate women's socio-complex issues and highlight women's notable power in overcoming them.

In short, we can see the English use in songs supports the centric feminist thought of women's empowerment by advocating against patriarchy and gender inequality and supporting women's lives in many aspects. A close examination of these messages leads us to an understanding that, over the chronological timeline of 2010-2023 (13 years span), these songs essentially communicate various social issues women have faced and experienced, all centered around the emphasis of female power. Additionally, the intensity of empowering messages and the variety of subjects addressed have increased. This leads to an argument that the strong, consistent advocacy and awareness regarding women discovered represent the feminist movement in the 21st century and exist in the form of 'feminist resistance,' a growing non-violent phenomenon. The collective actions of female artists and music producers become advanced by their solidarity and shared ground to strengthen women's power. Consequently, the musical expressions work as they reflect and reinforce women's agenda, oppose injustice, and navigate social interests into ongoing problems women are facing.

PART 2 will demonstrate the connection between the finding and previous studies in the literature review. Firstly, the specific examples confirm the cultural understanding regarding the value of music for being more than an entertainment source but promoting and fostering social and cultural movements. Music has the potential to mobilize society by drawing the attention of the audience to the issues, informing them, sustaining public recognition, and creating new approaches to the subjects (Eyerma & Jamison, 1998, pp. 6–25; Post & Rhodes, 2019, p. 5). This connotation has been witnessed in the chosen songs being a part of feminist movement for promoting women's power, known as 'feminist resistance.' Although their potential regarding social mobility cannot be precisely measured, we can comprehend their progressive progress by sophisticated themes and sub-themes motivated by the core value of gender equality.

Secondly, the study has expanded an understanding about feminism and femininity reflected through songs that were presented with limited categories and timelines in the previous studies (Anglada-Tort, Krause, & North., 2021; Mayhew 2001; Post & Rhodes 2019). This research continues to analyze songs after 2019 as studied. As a result, more various themes and sub-themes relevant to women's representations are found, including in the music videos. Significantly, unlike Mayhew, the researcher avoids putting artists or songs into categories with descriptions of female personalities. The themes and sub-themes rather have been presented with language relevant to the contemporary interests of feminist discussion, compelled with women's empowerment and power, showcasing women's abilities and potential. By doing this, the research is responding to the most current feminist discourse, and at the same time, it has filled in the academic gap.

Lastly, in response to Glantz (2013), who leaves the meaning of women's portrayals in popular music open to interpretation—whether they are exploitative or empowering—while pointing to a potentially degrading representation of women as sex objects to men. From the analysis of these updated sources, the researcher perceives that the songs are not exploitative to women but rather become a celebration of women's sexual power. These songs, on the other hand, are portrayed as a positive dynamic of female power being worthy of and respect women's agency, to the extent that

they liberate women from patriarchal oppressive norms. However, regarding all the discussion, the researcher is aware that the research relies on different sources, different timelines, approaches, and points of view from the earlier studies that have been cited. This distinction can cause the tone of the conversation to vary.

Conclusion

The study has advanced new knowledge about current English language use in the feminist movement in the form of popular music. Taking a feminist point of view as a key approach, the study has unlocked that the songs are not just reflections for anecdotes of personal stories, traumas, or serve an entertaining purpose. Beyond that is a rhetorical understanding that the music is imbued with ‘women’s empowerment’ and can be taken as a reference to contemporary social and cultural topics concerning women in modern transnational society. In essence, considering that the women’s empowering songs are all performed and/or produced by female artists, they could be viewed as representing feminist perspectives and female power. Essentially, the concept of ‘women’s empowerment’ extends beyond speaking on behalf of women; or supporting women. It is an attempt to support humanity and the society they live in. More to this phenomenon is the increase in number, variety, and intensifying female-empowering messages that represent ‘feminist resistance’ against patriarchal culture and gender inequality, and other issues women care about and are involved in.

In hope, the study should, little of less, remark on the significance of female empowerment and the women’s movement in the early 21st century, an important time when women rise to be equally respected members of society in the face of all oppressions. The researcher hopes that the research will benefit those who are English learners, educators, and anyone who is interested because feminism is relevant to everyone, regardless of gender. The evidence demonstrates that the essence of the feminist movement deserves to be heard and further studied. For future research, it is recommended to explore a broader variety of songs within the themes, considering the current timeline. A more comprehensive examination, comparing a wider sample of songs through a more complex and comparative approach, would be valuable. The subject of the study could also be further explored in related fields and in an interdisciplinary manner, such as media studies, cultural studies, gender studies, politics, and history studies, in recognition of their values and to raise awareness of the issues represented.

References

- Acuna, K. (2017, August 29). *Taylor Swift’s new music video has a clever reference to her recent court win*. Business Insider. <https://www.insider.com/taylor-swift-look-what-you-made-me-do-dollar-2017-8>
- Alessia Cara. (2016, July 11). *Scars to your beautiful (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=MWASeaYuHZo>
- Anglada-Tort, M., Krause, A. E., & North, A. C. (2021). Popular music lyrics and musicians’ gender over time: A computational approach. *Psychology of Music*. 49(3), 426-444.
- Ariana Grande. (2018a, July 13). *Ariana Grande – God is a woman (official video)*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=kHLHSLExFis>

- Ariana Grande. (2018b, April 20). *Ariana Grande – no tears left to cry (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ffxKSjUwKdU>
- Ariana Grande. (2018c, December 1). *Ariana Grande – thank u, next (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=gl1aHhXnN1k>
- Ariana Grande. (2019, January 18). *Ariana Grande – 7 rings (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QYh6mYIJG2Y>
- Avril Lavigne. (2020, April 30). *We are warriors (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3tBk7ONm95Q>
- Barber, M. (2016). *Disney's female gender roles: The change of modern culture* (Doctoral dissertation). Indiana State University.
- Blair, E. (2019, January 14). *A song called 'Quiet' struck a chord with women*. NPR. <https://www.npr.org/2019/01/14/683694934/milck-quiet-womens-march-american-anthem>
- Buck, C., & Lee, J. (Directors). (2013). *Frozen* [Film]. Walt Disney Pictures.
- Caro, N. (Director). (2020). *Mulan* [Film]. Walt Disney Pictures.
- Ceci, L. (2021, April 29). YouTube – statistics & facts. *Statista*. https://www.statista.com/topics/2019/youtube/#topicHeader__wrapper
- Chandler, D. (2002). *Semiotics: the basics*. Routledge.
- Clements, R., Musker, J., Hall, D., & Williams, C. (Directors). (2016). *Moana* [Film]. Walt Disney Pictures.
- Comunale, P. (2019, January 22). *Ariana Grande embodies women empowerment*. The Globe. <https://ppuglobe.com/2019/01/ariana-grande-embodies-women-empowerment/>
- Cyprus, J. (2017, March 24). *How Meghan Trainor empowered an entire generation of females*. Digital Music News. <https://www.digitalmusicnews.com/2017/03/24/meghan-trainor-empower-female/>
- Demi Lovato. (2011, July 15). *Demi Lovato – Skyscraper (official video)* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=r_8ydghbGSg
- Demi Lovato. (2014, March 18). *Demi Lovato – Warrior (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=74aOxH4R5Ow>
- Demi Lovato. (2015, October 10). *Demi Lovato – Confident (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=cwLRQn61oUY>
- Demi Lovato. (2020, March 6). *Demi Lovato – I love me (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vlmvzQCb0o8>
- Demi Lovato. (2021, April 2). *Dancing with the devil (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EA69LaLlS0>
- DisneyMusicVEVO. (2013, December 18). *Idina Menzel – Let it go (from Frozen) (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YVVTZgwYwVo>
- DisneyMusicVEVO. (2016, December 12). *Auli'i Cravalho – How far I'll go (from Moana/official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=cPAbx5kgCJo>
- DisneyMusicVEVO. (2019, May 23). *Naomi Scott – Speechless (from Aladdin) (Official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=mw5VIEIvuMI>
- DisneyMusicVEVO. (2020, August 28). *Christina Aguilera – Reflection (2020) (from "Mulan")* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=RNprQYHenNI>

- Eyerman, R., & Jamison, A. (1998). *Music and social movements: Mobilizing traditions in the twentieth century*. Cambridge University Press.
- Fileborn, B., & Loney-Howes, R. (Eds.). (2019). *# MeToo and the politics of social change*. Springer Nature.
- Franke, K. (2024, February 3). *30 best women empowerment songs to inspire you during Women's History Month and beyond*. Woman's Day. <https://www.womansday.com/life/g46299636/women-empowerment-songs/>
- Fuentes, T., & Williams, K. (2023, March 9). *70 best girl power songs you need to add to your next playlist*. Seventeen. <https://www.seventeen.com/celebrity/music/g22878449/girl-power-songs/>
- Gee, J. P. (1999). *An introduction to discourse analysis: Theory and method*. Routledge.
- Gillis, S., Howie, G., & Munford, R. (Eds.). (2004). *Third wave feminism*. Palgrave Macmillan.
- Glantz, J. (2013). Women in popular music media: Empowered or exploited? *The Spectrum: A Scholars Day Journal*. 2(1), 5.
- Kalsem, K., & Williams, V. L. (2010). Social justice feminism. *UCLA Women's LJ*. 18(1), 131-193.
- Katy Perry. (2010, October 29). *Katy Perry – Firework (official music video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QGJuMBdaqlw>
- Katy Perry. (2012, March 22). *Katy Perry – Part of me (official)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=uuwfgXD8qv8>
- Katy Perry. (2013, September 6). *Katy Perry – Roar* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=CevxZvSJLk8>
- Katy Perry. (2016, August 5). *Katy Perry – Rise (official)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hdw1uKiTI5c>
- Kelly, K. (Director). (2017). *Smurfs: The lost village* [Film]. Sony Pictures Animation; Columbia Pictures.
- Leigh, C. (1997). Inventing sex work. In J. Nagle (Ed.), *Whores and other feminists* (pp. 225-231). Routledge.
- Leszkiewicz, A. (2018, May 22). *One year on, we must recognise the misogyny of the Manchester bombing*. New Statesman. <https://www.newstatesman.com/2018/05/manchester-bomb-attack-anniversary-misogyny-targeted-women-girls>
- Logan, E. (2021, April 30). *53 best women empowerment songs for your next feminist karaoke night*. Glamour. <https://www.glamour.com/story/best-women-empowerment-songs>
- Lorber, J. (1997). *The variety of feminisms and their contributions to gender equality*. BIS verlag.
- Mayhew, E. (2001). *The representation of the feminine, feminist and musical subject in popular music culture*. [Doctoral Thesis]. University of Wollongong.
- McDermott, M. (2018, January 19). *How MLICK's Women's March anthem 'Quiet' found its purpose in #METOO*. USA Today. <https://www.usatoday.com/story/life/entertainthis/2018/01/19/womens-march-anthem-2018-quiet-singer-milck-found-its-purpose-metoo/1047355001/>
- McKinney, K. (2014, September 12). *"All about that bass" isn't actually body-positive*. Vox. <https://www.vox.com/2014/9/12/6126429/ban-meghan-trainor>
- Meghan Trainor. (2014, June 11). *Meghan Trainor – All about that bass (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7PCkvCPvDXk>

- Meghan Trainor. (2016a, May 10). *Meghan Trainor – Me too* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=qDRORgoZxZU>
- Meghan Trainor. (2016b, March 21). *Meghan Trainor – No* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=cMTAUr3Nm6l>
- Meghan Trainor. (2017, March 4). *Meghan Trainor – I’m a lady (from the motion picture Smurfs: The Lost Village)* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=XyL3YKK_1BI
- Miley Cyrus. (2023, January 13). *Miley Cyrus – Flowers (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=G7KNmW9a75Y>
- MLICK. (2017, November 3). *MLICK – Quiet (official video)* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=TL_Qfj8780M
- Murphy, M. (2019). Introduction to “#MeToo Movement”. *Journal of Feminist Family Therapy*. 31(2-3), 63-65.
- Post, C. W., & Rhodes, M. (2019). Lyrical geographies and the topography of social resistance in popular music in the United States. In S. D. Brunn & R. Kehrein (Eds.), *Handbook of the changing world language map* (pp. 2535–2558). Springer.
- Rachel Platten. (2015, May 19). *Rachel Platten – Fight song (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xo1Vlnw-SKc>
- Raymer, M. (2014, August 1). Pop phenomenon Meghan Trainor talks her viral hit ‘All About That Bass’. *Entertainment Weekly*. <https://ew.com/article/2014/08/01/meghan-trainor-all-about-that-bass/>
- Ritchie, G. (Director). (2019). *Aladdin* [Film]. Walt Disney Pictures.
- Sia. (2021, September 28). *Unstoppable (official video – Live from the Nostalgic for the Present Tour)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YaEG2aWJnZ8>
- Songfacts. (n.d.-a). *Shake it off by Taylor Swift*. <https://www.songfacts.com/facts/taylor-swift/shake-it-off>
- Songfacts. (n.d.-b). *Flowers by Miley Cyrus*. <https://www.songfacts.com/facts/miley-cyrus/flowers>
- Snapes, L. (2018, May 18). *Ariana Grande discusses Manchester attack: ‘It’s the absolute worst of humanity’*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/music/2018/may/18/ariana-grande-manchester-arena-attack-worst-humanity-time>
- Steinem, G. (2015). *My life on the road*. Oneworld Publications.
- Taylor Swift. (2014, August 19). *Taylor Swift – Shake it off* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=nfWlot6h_JM
- Taylor Swift. (2017, August 28). *Taylor Swift – Look what you made me do* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3tmd-ClpJxA>
- Taylor Swift. (2019, June 17). *Taylor Swift – You need to calm down* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Dkk9gvTmCXY>
- Taylor Swift. (2020, February 27). *Taylor Swift – The man (official video)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=AqAJLh9wuZ0>
- Wachowski, L. (Directors). (1999). *The Matrix* [Film]. Warner Bros.
- Walker, A. (1994). *In search of our mothers' gardens*. Duke University Press.
- Wilson, L. (Director). (2020). *Miss Americana* [Film]. Netflix. <https://www.netflix.com>
- Women’s March. (2024). *Women’s March*. <https://womensmarch.com>

ชาวมะขาม: จากสินค้าวัฒนธรรมสู่เครื่องดื่มทางการเมือง Bubble Milk Tea: From a Cultural Commodity to a Political Beverage

แพรวา รัตนทยา¹
Praewa Rattanataya¹

Received: May 2, 2025
Revised: October 6, 2025
Accepted: October 14, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง ชาวมะขาม: จากสินค้าวัฒนธรรมสู่เครื่องดื่มทางการเมือง ได้ศึกษาถึงพัฒนาการของชาวมะขาม โดยเริ่มจากการเป็นกระแสของชาวมะขามในไต้หวันในช่วงแรกในราวปี ค.ศ.1990 ต่อมาเกิดการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม ส่งผลให้ชาวมะขามได้รับความนิยมไปยังในหลาย ๆ ภูมิภาคของโลก แต่เมื่อถึงช่วงเวลาที่กระแสการบริโภคชาวมะขามกลับลดลง อันเนื่องมาจากคุณภาพของสินค้ารวมถึงกระแสการรักษาสุขภาพ แต่แล้วในปี ค.ศ. 2017 ชาวมะขามก็ได้กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งและกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมของไต้หวัน ด้วยนโยบายมุ่งใต้ใหม่ ที่มุ่งสร้างความสัมพันธ์กับประเทศต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และในเวลาต่อมาชาวมะขามได้กลายเป็นสัญลักษณ์ทางการเมืองในนามของพันธมิตรชาวมะขาม (Milk Tea Alliance) กับการต่อสู้ทางออนไลน์เพื่อเรียกร้องประชาธิปไตย

คำสำคัญ: ชาวมะขาม พันธมิตรชาวมะขาม

Abstract

The academic article “Bubble Milk Tea: From a Cultural Commodity to a Political Beverage” studies the development of bubble milk tea. It starts with the trend of bubble milk tea in Taiwan around 1990. Later, bubble milk tea spread culturally and became popular in many regions around the world. However, at one point, the trend of consuming bubble milk tea declined due to concerns about product quality and the growing trend of health consciousness. Then, in 2017, bubble milk tea regained its popularity and became a cultural product of Taiwan, supported by the New Southbound Policy, which aimed to build relationships with other countries and promote tourism. Later on, bubble milk tea became a political symbol through the "Milk Tea Alliance," an online movement advocating for democracy.

Keyword: Bubble Milk Tea, Milk Tea Alliance

¹ อาจารย์ประจำกลุ่มภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Lecturer in the Thai and Eastern Languages Division, Faculty of Liberal Arts, Maejo University) Email: praewa_rtnty@hotmail.com

บทนำ

การดื่มชาเป็นวัฒนธรรมของไต้หวันที่ได้รับอิทธิพลมาจากจีน โดยชาวจีนรู้เทคนิคการนำใบชามาบริโภคตั้งแต่ประมาณ 2,700 ปีก่อนคริสตกาล ชาได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะมีสรรพคุณทำให้ร่างกายอบอุ่น ผ่อนคลาย และสดชื่นได้เป็นอย่างดี ถัดมาในยุคราชวงศ์ชิงชาวจีนแผ่นดินใหญ่ได้อพยพมายังเกาะไต้หวัน และมีการขนส่งต้นชาจากมณฑลฝูเจี้ยนของจีนมาด้วย ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นในการเพาะปลูกชาในไต้หวัน ต่อมาไต้หวันอยู่ภายใต้การปกครองของญี่ปุ่นเป็นระยะเวลากว่า 50 ปี ซึ่งญี่ปุ่นก็ได้สนับสนุนการเพาะปลูกชา ขณะเดียวกันภูมิศาสตร์ของไต้หวันเองมีลักษณะเป็นภูเขาสูง ทำให้ชาที่ได้มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ และส่งผลให้ชาไต้หวันได้รับความนิยมอย่างมาก (วริศรา บัวสอน, 2566)

ชาวมัชู่กือ ถือได้ว่าเป็นผลผลิตของวัฒนธรรมการดื่มชาของชาไต้หวันและเป็นสินค้าวัฒนธรรมของไต้หวันที่นานาประเทศรู้จักกันเป็นอย่างดี ในฐานะเครื่องดื่มแสนอร่อยที่มีองค์ประกอบพื้นฐานเป็นชา นมและ “มัชู่กือ” ซึ่งโดยส่วนใหญ่นิยมทำจากแป้งมันสำปะหลังหรือเจลลี่ผลไม้ (“เปิดประวัติธุรกิจ...”, 2567) โดยชาวมัชู่กือถือกำเนิดที่ประเทศไต้หวันเมื่อราวปี ค.ศ. 1987 และค่อย ๆ ได้รับความนิยมมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากบริเวณถนนซือเหว่ยซึ่งเป็นย่านแรกที่ขายชาวมัชู่กือ มีร้านขายชาวมัชู่กือเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก และขยายต่อไปทั่วภาคกลาง จนในที่สุดร้านชาวมัชู่กือก็ได้รับความนิยมไปทั่วไต้หวัน (Zi Mu Jun Xin Zhi, 2019) ต่อมาในช่วงทศวรรษ 90 ชาวมัชู่กือได้แพร่กระจายสู่ประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นจีน ญี่ปุ่น ฮองกง อินโดนีเซีย เวียดนาม และอเมริกา (Content ep.279..., ม.ป.ป.) จนอาจกล่าวได้ว่าช่วงเวลาดังกล่าวเป็นยุคทองของชาวมัชู่กือ แต่ทว่าเมื่อเข้าสู่ช่วงปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมากระแสความนิยมของชาวมัชู่กือกลับแผ่วลง สาเหตุเกิดจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนร้านชาวมัชู่กือ นำมาซึ่งการแข่งขันที่สูงขึ้น และมักใช้วัตถุดิบที่ไม่ได้คุณภาพเพื่อลดต้นทุนการผลิต ส่งผลให้รสชาติของชาวมัชู่กือไม่ได้มาตรฐาน ประกอบกับกระแสการดูแลสุขภาพเริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น ชาวมัชู่กือซึ่งถูกตีตราจากทางการแพทย์ว่าเป็นเครื่องดื่มที่ไม่ดีต่อสุขภาพ จึงยังได้รับความนิยมน้อยลงไปอีก (โตมร ศุขปรีชา, 2561)

จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2016 ประธานาธิบดีไซ อิงเหวิน ได้ประกาศนโยบายมั่งคั่งใหม่ (New Southbound Policy) ซึ่งเป็นนโยบายต่างประเทศที่ต้องการสานสัมพันธ์ และส่งเสริมเศรษฐกิจของไต้หวัน ผ่านการสร้างความร่วมมือกับประเทศเป้าหมายที่สำคัญทางยุทธศาสตร์ของไต้หวัน ทั้ง 18 ประเทศ สิ่งตามมาคือเกิดการลงทุนภาคธุรกิจและทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนไต้หวันมากขึ้น (ณัชพล สังข์โท, 2564, น.8-9) ขณะเดียวกันประธานาธิบดีไซ อิงเหวิน ก็มักนำเสนอชาวมัชู่กือผ่านสื่อต่าง ๆ อยู่เสมอ เช่น เมื่อครั้งที่สมาชิกของสมาคมรัฐสภาไต้หวัน - สวีเดน พร้อมด้วยคณะผู้แทนร่วมของสมาชิกสภายุโรปเดินทางมาเยือนไต้หวัน ประธานาธิบดีไซ อิงเหวิน ซึ่งทำการกักตัวในขณะนั้น ได้เตรียมชาวมัชู่กือและขนมผักกาดซึ่งเป็นของว่างที่มีชื่อเสียงของไต้หวันไว้ให้เป็นพิเศษ เพื่อแสดงการต้อนรับการมาเยือน และท่านยังได้กล่าวอีกว่า “หวังว่ารสชาติแท้ ๆ ของไต้หวันและวัฒนธรรมอันหลากหลาย จะทำให้คณะผู้มาเยือนมีการเดินทางที่สวยงาม” (Chen, 2022) ชาวมัชู่กือจึงได้ฟื้นคืนชีพอีกครั้งในฐานะที่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมอย่างเป็นทางการของไต้หวัน และทั่วโลกก็รู้จักชาวมัชู่กือมากขึ้นกว่าเดิม ต่อมาในปี ค.ศ. 2022 เกิดกระแสการเรียกร้องทางการเมืองของฮ่องกง ไต้หวัน และไทย ซึ่งทั้ง 3 ประเทศนี้ได้รวมตัวกันในนาม “พันธมิตรชาวมัชู่กือ” (Milk Tea Alliance) เป็นขบวนการเคลื่อนไหวในโลกออนไลน์ เพื่อเรียกร้องประชาธิปไตยและต่อต้านเผด็จการในเอเชีย จึงเท่ากับว่าชาวมัชู่กือได้ถูกทำให้เป็นเครื่องดื่มที่มีนัยยะของการเรียกร้องทางการเมือง จากปรากฏการณ์ดังกล่าวจึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาว่า เหตุใดชาวมัชู่กือซึ่งเป็นเครื่องดื่มแห่งชาติและสินค้าวัฒนธรรมของประเทศไต้หวันจึงกลายมาเป็นเครื่องดื่มที่ขับเคลื่อนทางการเมือง มีปัจจัยและบริบทอะไรที่ทำให้เป็นเช่นนั้น ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ย่อมทำให้เห็นบทบาททางเศรษฐกิจและการเมืองของชาวมัชู่กือได้อย่างแจ่มชัดมากขึ้น

ชาวมัชู่กือยุคแรกเริ่ม

การเกิดขึ้นของชาวมัชู่กือนั้นยังค่อนข้างคลุมเครือ เพราะมีความเป็นมาจาก 2 แหล่ง ซึ่งต่างก็อ้างกรรมสิทธิ์ในการเป็นผู้ให้กำเนิดชาวมัชู่กือ โดยร้านชาซุนฮ่วยกลางกล่าวว่าทางร้านเป็นผู้บุกเบิกชาวมัชู่กือ ซึ่งหลิว ฮั่นเจีย ได้เปิด

ร้านชาชื่อ ร้านน้ำชาหยางเสียน (Yangxian Tea Shop) (ภายหลังได้เปลี่ยนชื่อร้านเป็นซุนสุ่ยถาง) เมื่อปี ค.ศ. 1983 ในช่วงแรกร้านชาแห่งนี้ได้จำหน่ายเครื่องดื่มชาแบบเย็นซึ่งไม่เคยมีมาก่อนในอุตสาหกรรมชาของไต้หวัน และยังบุกเบิกเทคโนโลยีการแช่ชาด้วยเซ็คเกอร์เพื่อเปลี่ยนชาร้อนให้เป็นชาแบบเย็น (Origin, n.d.) ต่อมาในปี ค.ศ. 1987 หลิน ชิวฮุย ผู้จัดการร้านในขณะนั้น ได้คิดค้นสูตรชานมไข่มุก โดยนำนมหวานที่ทำจากแป้งมันสำปะหลังใส่ลงในชาเย็น และพบว่ารสชาติอร่อยลงตัว จากนั้นเขาได้แบ่งให้เพื่อนร่วมงานและลูกค้าประจำได้ลิ้มลอง ต่อมาจึงได้ปรึกษากับเจ้าของเพื่อบริการชาแบบนี้เป็นทางการ ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก (Zi Mu Jun Xin Zhi, 2019) ในขณะเดียวกันทางร้านน้ำชาอันหลิน (Hanlin Tea Room) แห่งเมืองไถหนาน ก็อ้างว่าเป็นผู้บุกเบิกชานมไข่มุก โดยเผยว่าในปี ค.ศ. 1986 ตู ซงเหอ ผู้ก่อตั้งร้านน้ำชาอันหลินเป็นผู้คิดค้นไข่มุกขึ้น โดยก่อนหน้านี้มีการนำแป้งมันสำปะหลังมาต้มเชื่อมกับน้ำตาล อันเป็นวิธีการทำนมหวานที่ชาวไต้หวันรับประทานกันอยู่แล้ว ตู ซงเหอ ก็เลยเกิดไอเดียเอาของหวานดังกล่าวมาผสมกับชาที่เขายาย จนได้ออกมาเป็นชานมไข่มุก (ชานมไข่มุก: วัฒนธรรม..., 2563) แม้จะไม่ทราบแน่ชัดว่าร้านใดเป็นผู้บุกเบิกชานมไข่มุกในไต้หวัน แต่ร้านทั้ง 2 ก็ทำให้กระแสความนิยมชานมไข่มุกแพร่หลายมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากในช่วงแรก ถนนชื่อเหว่ยซึ่งเป็นย่านแรกที่ขายชานมไข่มุกและมีเพียงไม่กี่ร้าน ต่อมาย่านนี้ก็เต็มไปด้วยร้านขายชานมไข่มุก และขยายต่อไปทั่วภาคกลาง จนในที่สุด ค.ศ. 1990 - 1991 ร้านชานมไข่มุกก็ได้รับความนิยมไปทั่วไต้หวัน (Zi Mu Jun Xin Zhi, 2019) โดยใน ค.ศ. 1991 ร้านชาซุนสุ่ยถางได้ขยายสาขาเพิ่มในไถจงซึ่งอยู่ทางตอนกลางของไต้หวัน จนใน ค.ศ. 1999 ได้มีการขยายสาขาก่อไปยังเมืองเกาสงทางตอนใต้ของไต้หวัน และในปี ค.ศ. 2000 สาขาของร้านชาซุนสุ่ยถางก็ได้ขยายไปทั่วในทางตอนกลางของไต้หวัน อีกทั้งยังได้เปิดสาขาในต่างประเทศด้วย นั่นก็คือ เชียงไฮ้ ญี่ปุ่น และฮ่องกง ตามลำดับ (Timeline of Major..., n.d.)

จากทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (The Diffusion Theory of Cultural) ของ Ralph Linton เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกิดจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งสู่สังคมหนึ่ง โดยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่วนใหญ่แล้วเกิดจากการแพร่กระจายของวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามาในสังคม หรือเกิดจากการนำเอาสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาผสมกับของที่มีอยู่ก่อนแล้วทำให้เกิดสิ่งใหม่ ซึ่งสังคมที่เจริญกว่าอาจจะรับวัฒนธรรมบางอย่างจากสังคมที่ด้อยกว่า หรือสังคมที่ด้อยกว่าอาจจะรับวัฒนธรรมบางอย่างจากสังคมที่เจริญกว่าก็ได้ ดังตัวอย่างการนิยมดื่มชาในยุโรป เกิดจากบริษัทการค้าข้ามชาติของฮอลันดาได้อพยพย้ายซึ่งมีการนำเข้าชาจีนเป็นสถานีกกลางในการนำชาจีนเข้าไปทำการค้าในยุโรป (กาพล จำปาพันธ์, 2558, น.179-180) ซึ่งในทำนองเดียวกัน ชานมไข่มุกที่โด่งดังมาจากไต้หวันก็ได้ค่อย ๆ แพร่กระจายไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ในประเทศไทยชานมไข่มุกได้เข้ามาในช่วงทศวรรษ 1990 โดยชานมไข่มุกเจ้าแรกในประเทศไทย ชื่อว่า Mr. Shake เปิดสาขาแรกอย่างเป็นทางการที่ Center Point สยามสแควร์ เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม ค.ศ. 1999 (Mr.Shake Official, 2562) และในช่วงเวลาที่ไล่เลี่ยกันนั้นก็มีชานมไข่มุก P&P มาเปิดบริการ โดยแบรนด์นี้ถือเป็นแฟรนไชส์ชานมไข่มุกไต้หวันเจ้าแรกในประเทศไทยอีกด้วย (P&P แฟรนไชส์ชา..., 2563)

อินโดนีเซียถือเป็นอีกหนึ่งประเทศที่ได้รับอิทธิพลของชานมไข่มุกเช่นกัน ซึ่งกระแสชานมไข่มุกในอินโดนีเซียเริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 2000 โดยการเปิดตัวของร้าน Quickly ร้านชานมไข่มุกเจ้าแรกในประเทศ ทำให้ชาวอินโดนีเซียต่างพากันมาต่อแถวซื้อชานม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Taro Milk Tea กลายเป็นเมนูยอดนิยมและยังคงเป็นที่ชื่นชอบจนถึงปัจจุบัน (BUBBLE TEA..., 2020) ในช่วงเวลาไล่เลี่ยกันนั้น ชานมไข่มุกก็เข้าไปเกี่ยวข้องกับวงการเครื่องดื่มในเวียดนามเช่นกัน โดยกระแสความนิยมในการเปิดร้านชานมไข่มุกในเวียดนามคล้ายกับกระแสการเปิดร้านกาแฟในอดีต ธุรกิจชานมไข่มุกเริ่มเปิดดำเนินการในเวียดนามในปี ค.ศ. 2002 และกลายเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมในขณะนั้น (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์, 2562, น.6) ส่วนในมาเลเซียกระแสความนิยมชาไข่มุกเริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 2010 เมื่อ Chatime ผู้ผลิตชาไข่มุกสัญชาติไต้หวันเปิดร้านแห่งแรกในกัวลาลัมเปอร์ ซึ่งถือเป็นการเปิดประตูให้แบรนด์อื่น ๆ เข้ามาทำตลาด โดย Chatime ใช้กลยุทธ์ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนให้ลูกค้าแชร์เครื่องดื่มเหล่านี้บนโซเชียลมีเดีย จึงทำให้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น (Why is Boba..., 2022)

ยุคร่วงโรยของชาวมะขาม

จากกระแสของชาวมะขามที่เฟื่องฟูไปทั่วโลกล้วนจนถึงช่วงเวลาหนึ่งกระแสความนิยมในการบริโภคชาวมะขามเหล่านั้นก็กลับลดน้อยลง ดังสถานการณ์ความนิยมที่ลดลงของชาวมะขามในประเทศไทยนั้นสันนิษฐานว่าอาจเป็นเพราะ

1. คุณภาพของชาวมะขามที่ลดลง ด้วยความความโด่งดังของชาวมะขามในยุคนั้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการเข้ามายึดอาชีพนี้เป็นจำนวนมาก จึงก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงภายในอุตสาหกรรม โดยผู้ประกอบการมุ่งเน้นการลดต้นทุนและลดราคา ทำให้คุณภาพของสินค้าลดลง ความน่าดึงดูดใจของตลาดชาวมะขามจึงค่อย ๆ ซาลง (วาสนา เทียงกระโทก และวอนชนก ไชยสุนทร, 2562, น.184) อีกทั้งธุรกิจชาวมะขามที่เคยผุดขึ้นเป็นดอกเห็ดต้องล้มหายไปเป็นจำนวนมาก เหลืออยู่เพียงแค่เจ้าใหญ่ ๆ ที่มีทุนพอที่จะทำการแข่งขันในตลาดนี้ต่อไป (“ชาวมะขาม” พีเวอร์..., 2556)
2. กระแสการรักสุขภาพ จากข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการรับประทานอาหารของคนไทยในปี 2004 และ 2009 พบว่าสัดส่วนผู้รับประทานอาหารที่อาจส่งผลต่อสุขภาพ เช่น น้ำอัดลม ขนมทานเล่น หรืออาหารไขมันสูง เริ่มมีความถี่ในการบริโภคต่อสัปดาห์ลดน้อยลง ขณะเดียวกัน การรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เช่น ผักหรือผลไม้ และการออกกำลังกายเพิ่มขึ้น (เอกสิทธิ์ กาญจนานิธิกุล, 2554) ซึ่งในระยะเวลาใกล้เคียงกันนั้น ก็เกิดกระแสการบริโภคชาเขียวเข้ามาาร่วมด้วย โดยมีการนำเสนอว่า ชาเขียวเป็นเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ ช่วยลดไขมันในเส้นเลือด ต้มแล้วไม่อ้วน (ลักขณา ก่อวานิชกุล, 2548, น.4) ซึ่งแตกต่างจากกับชาวมะขามที่มีปริมาณน้ำตาลสูง เสี่ยงต่อโรคเบาหวาน โรคอ้วน และโรคหลอดเลือดและหัวใจ (ชาวมะขาม เมนูฮิต..., 2566) โดยจะเห็นได้ว่าตลาดชาเขียวเติบโตขึ้นจากเดิมที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพียง 5-6 % เพิ่มขึ้น 25% ในปี 2545 และในปี 2546 คาดว่าเพิ่มขึ้น 40% เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคหันมาใส่ใจในเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้น (พิชิต เอี่ยมแสงจันทร์, 2546) แม้ว่ากระแสชาวมะขามจะแผ่วลง ก็ไม่ได้หมายความว่าหายไจากตลาด โดยจะเห็นได้ว่าในประเทศไทยมีแบรนด์ชาวมะขามทั้งที่มีเจ้าของเป็นคนไทยและแฟรนไชส์จากต่างประเทศเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น แบรนด์ Ochaya ก่อตั้งขึ้นในปี 2007 โดยเริ่มต้นเปิดเพียง 2 สาขา ต่อมาจึงได้เปิดเป็นธุรกิจระบบแฟรนไชส์ และขยายสาขาได้มากถึง 350 สาขาในปัจจุบัน (เกี่ยวกับเรา, ม.ป.ป.) แบรนด์ Dakasi เป็นแบรนด์ชาวมะขามจากไต้หวันเจ้าแรกที่เข้ามาเปิดสาขาในประเทศไทย โดยเปิดสาขาแรกที่สยามสแควร์ ราวปี 2009 (ทำไม DAKASI..., 2021) และแบรนด์ Kamu Tea ก่อตั้งขึ้นในปี 2011 โดยผู้ก่อตั้งชาวไทย โดยเปิดสาขาแรกที่อาคารอินเตอร์เซนจ์ 21 อโศก สู้ กว่า 140 สาขา ในประเทศไทยและอาเซียน (กรุงเทพธุรกิจ, 2565) เป็นต้น จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้เห็นว่าชาวมะขามแม้จะยังมิได้หายไปจากธุรกิจเครื่องดื่มของไทย แต่ก็ไม่ได้มีสภาพคล่องเหมือนช่วงทศวรรษ 90

ขณะที่ในประเทศไทย ธุรกิจชาวมะขามก็ต้องเผชิญสถานการณ์ที่ไม่ต่างจากประเทศไทย โดยในปี ค.ศ. 2009 เวียดนามมีข้อมูลเชิงลบเกี่ยวกับแหล่งที่มาและคุณภาพของชาวมะขามปรากฏอย่างต่อเนื่องในสื่อมวลชน ทำให้ชาวมะขามเผชิญกับช่วงเวลาที่ยากลำบาก เนื่องจากผู้ประกอบการหลายคนเปลี่ยนทัศนคติและไม่ให้เงินลูก (วัยประถม) เพื่อซื้อชาวมะขามอีกต่อไป (Phan, 2022, p.998)

นโยบายมุ่งใต้และการคืนชีพของชาวมะขาม

นโยบายมุ่งใต้ใหม่ (New Southbound Policy - NSP) เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับชาติของรัฐบาลไต้หวัน ซึ่งเริ่มดำเนินโครงการมาตั้งแต่ต้นปี ค.ศ. 2017 โดยมุ่งสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไต้หวันกับประเทศเป้าหมาย 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย อินเดีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม รวมถึงออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ในด้านเกษตรกรรม ธุรกิจ วัฒนธรรม การศึกษา การท่องเที่ยวและการค้าขาย โดยรัฐบาลไต้หวันได้ดำเนินการหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการจัดงานการท่องเที่ยวไต้หวันในต่างประเทศ การส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวสู่เมืองทางภาคใต้และชายฝั่งตะวันออก และการอนุมัติต่อวีซ่าให้ผู้ถือหนังสือเดินทางบรูไน ฟิลิปปินส์ และไทย (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในไต้หวัน, 2562) เหตุนี้จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ดังกล่าวเดินทางเข้ามาสู่ไต้หวันมากขึ้น ทำให้ชาวมะขามซึ่งมี

ต้นกำเนิดจากไต้หวันได้ถูกพูดถึงอีกครั้ง ส่งผลให้ในเวลาต่อมาชาวมะกอกเขียวเปรียบเสมือนเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมของไต้หวันไปโดยปริยาย รังสรรค์ ณะพรพันธุ์ (2546) ได้อธิบายไว้ว่า วัฒนธรรมจะแปรสภาพเป็นสินค้าได้ก็ต้องเมื่อมีความต้องการซื้อ และเมื่อเราซื้อสินค้ามาบริโภค สิ่งที่ได้มานั้นไม่ได้มีเฉพาะแต่ตัวสินค้าเท่านั้น หากยังได้ “วัฒนธรรม” ที่ฝังอยู่ในตัวสินค้าด้วย โดยสินค้าแต่ละประเภทมีนัยเกี่ยวพันถึงวัฒนธรรม ดังนั้น สินค้าทางวัฒนธรรมจึงหมายถึงสินค้าและบริการที่มีวัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งของสินค้านั้น (รังสรรค์ ณะพรพันธุ์, 2546: น.18-36) ดังตัวอย่างเช่น การทานอาหารจีน นอกจากจะได้รับการรสชาติและความอร่อยของอาหารจีนแล้ว ยังได้เข้าใจถึงวัฒนธรรมในการทานอาหารของจีนด้วย เช่น การใช้ตะเกียบคีบอาหาร และให้ผู้ใหญ่ที่อยู่ร่วมโต๊ะคีบอาหารรับประทานก่อน ในทำนองเดียวกัน เมื่อหวนกลับมามองที่เครื่องดื่มชาวมะกอก เมื่อเราซื้อชาวมะกอกมาดื่ม นอกจากจะได้รับการรสชาติและความอร่อยของชาวมะกอกแล้ว ยังได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมการดื่มชาของไต้หวันด้วย ในขณะที่สำนักข่าว The Standard แห่งอังกฤษ ได้นำเสนอว่า ชาวมะกอก เป็น 1 ใน 10 เหตุผลที่ควรไปเยือนไต้หวัน ซึ่งได้รับการคัดเลือกจากผู้ก่อตั้งร้านอาหารไต้หวัน ชื่อ XU Teahouse & Restaurant ย่านโซโห กรุงลอนดอน โดยให้เหตุผลไว้ว่า ชาวมะกอกมีต้นกำเนิดมาจากไต้หวัน แม้ว่าในปัจจุบันมีจำหน่ายทุกที่รวมถึงในประเทศไทยด้วย แต่ชาวมะกอกที่ดีที่สุดต้องอยู่ที่ไต้หวัน (Chung et al., 2017)

อีกทั้ง โซ อิงเหวิน ประธานาธิบดีไต้หวัน ก็มักจะนำเสนอชาวมะกอกผ่านสื่ออยู่บ่อยครั้ง เช่น ในการสัมภาษณ์กับรายการทีวีญี่ปุ่น (NHK) ได้เตรียมชาวมะกอกของไต้หวันให้กับผู้ประกาศข่าวชาวญี่ปุ่นด้วย อีกทั้งในอินสตาแกรมของโซ อิงเหวิน ยังโพสต์ภาพถือแก้วชาวมะกอก พร้อมกล่าวว่า “...ปีที่แล้วจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในไต้หวันแต่ละระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 11 ล้านคน เรายังคงทำงานอย่างหนักเพื่อการท่องเที่ยวและยินดีต้อนรับทุกคนมาดื่มชาวมะกอกทั่วไต้หวัน” (Zhang, 2019) ส่วนในช่องยูทูบส่วนตัวของประธานาธิบดีโซ อิงเหวิน ที่ใช้ชื่อว่า “蔡英文” ช่องยูทูบดังกล่าวได้ทำคอนเทนต์ในรูปแบบรายการ ชื่อว่า “เสี่ยวอิง ทำอะไร ” ซึ่งใน Ep. ที่ 4 รายการได้นำเสนออาหารและผลไม้ของไต้หวัน รวมถึงชาวมะกอกด้วยอีกด้วย (Cai, 2019) นอกจากนั้น โจเซฟ อู๋ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศของไต้หวัน ได้โพสต์ภาพการพบปะกับ อีโรยาสู อูซุมิ เอกอัครราชทูตญี่ปุ่นคนใหม่ประจำไต้หวัน พร้อมติดแฮชแท็ก #BubbleTeaDiplomacy ซึ่งเป็นภาพในขณะที่เขายกแก้วชาวมะกอก เครื่องดื่มประจำชาติของไต้หวันด้วย ที่เมื่อไม่นานมานี้ได้กลายเป็นที่นิยมในประเทศญี่ปุ่นอย่างล้นหลาม โดยมีร้านเปิดขึ้นทั่วเมืองใหญ่ของญี่ปุ่น (Huang Tzu-ti, 2019)

และเมื่อชาวมะกอกได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเป็นทางการ ทำให้ได้รับความนิยมมากขึ้นทั้งในประเทศแถบเอเชียและยุโรป โดยผลการศึกษาของ โมเมนตัม เวิร์คส์ (Momentum Works) บริษัทผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี ร่วมกับ qlub บริษัทผู้ให้บริการชำระเงินผ่านระบบดิจิทัลในสิงคโปร์ เผยตัวเลขการใช้จ่ายเงินของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไปกับเครื่องดื่มยอดนิยมอย่างชาวมะกอก พบว่า ตลาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียน คือ อินโดนีเซีย ซึ่งมีการใช้จ่ายซื้อชาวมะกอกอยู่ที่ราว ๆ 1.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี หรือราว 56,688 ล้านบาท และสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) จาการ์ดา เผยข้อมูลจากแกร็บ ฟู้ด (Grab Food) ว่า อาหารว่างและขนมที่ได้รับความนิยมอย่างมากในอินโดนีเซีย ซึ่งอยู่ในอันดับต้น ๆ ของสินค้าที่มีการสั่งซื้อมากที่สุดผ่านแอปพลิเคชันแกร็บ ฟู้ด คือ กาแฟและชาวมะกอก โดยชาวมะกอกเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอินโดนีเซียในหลายปีที่ผ่านมา และสามารถหาร้านชาวมะกอกจำนวนมากในห้างสรรพสินค้า โดยแกร็บจัดส่งชาวมะกอก 1.5 ล้านรายการ ในช่วง 11 เดือนของปี 2561 (“ชาวอินโดนีเซียนิยม สั่งชาวมะกอกผ่านแกร็บ”, 2562) ในขณะที่ประเทศไทยตามมาเป็นอันดับที่สอง ที่มีการใช้จ่ายเงินกับชาวมะกอก โดยเป็นเงินอยู่ที่ 749 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือราว 26,553 ล้านบาทต่อปี ผ่านร้านขายชาวมะกอกที่มีมากกว่า 31,000 ร้าน และช่องทางจำหน่ายอื่น ๆ ส่วนเวียดนามตามมาเป็นอันดับ 3 ด้วยมูลค่าการใช้จ่าย 362 ล้านดอลลาร์หรือราว 12,832 ล้านบาท และสิงคโปร์อันดับ 4 ที่ 342 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 12,123 ล้านบาท (Andres, 2022)

ตลาดชาวมในเวียดนามก็เติบโตไม่แพ้กันในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เห็นได้จากร้านชาแฟรนไชส์ที่อยู่ในทุกมณฑล ไปจนถึงในห้างสรรพสินค้า ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเข้าถึงของต่างชาติ ที่เข้ามาขยายกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามเมืองใหญ่ต่าง ๆ และจากรายงานของบริษัท Kantar Worldpanel บริษัทวิจัยตลาด ระบุว่า ชาพร้อมดื่มและพร้อมเสิร์ฟ ได้รับความนิยมจากประชากรในนครโฮจิมินห์ มากกว่ากาแฟถึง 2 เท่า โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งของชาวไซ่ง่อนบริโภคเครื่องดื่มที่ทำจากชา และมีเพียง 1 ใน 3 ที่บริโภคกาแฟ (“ฮิตไม่แพ้ไทย งานวิจัยพบ...”, 2561)

ชาวฟิลิปปินส์ก็มีความนิยมในการบริโภคชาไม่มูกน้อย ที่เป็นเช่นนั้นเพราะชาวฟิลิปปินส์มีธรรมเนียมในการบริโภคเครื่องดื่มที่ให้ความสดชื่นเป็นประจำอยู่แล้ว เช่น การดื่มน้ำมะพร้าวอ่อนหรือในภาษาท้องถิ่น “Buko Juice” และเครื่องดื่มหวานเย็นที่เรียกว่า “Samalamig” ที่มีวางขายริมถนนโดยทั่วไป ดังนั้นชาไม่มูกจึงเข้ามาเป็นเครื่องดื่มที่ครองใจคนฟิลิปปินส์ได้ไม่ยาก ดังจะเห็นได้จากรายงานพิเศษประจำเดือนมีนาคม 2564 ของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา ได้ให้ข้อมูลว่า มหาวิทยาลัยฟิลิปปินส์ (University of Philippines) ได้เคยทำการศึกษาวิเคราะห์และสุ่มตัวอย่างโพสต์กว่า 23,000 โพสต์ ในสื่อโซเชียลมีเดียจาก Twitter และ Instagram ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม 2557 – มิถุนายน 2562 ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในเขตเมโทรมะนิลา เพื่ออธิบายเกี่ยวกับการแข่งขันของแบรนด์ชามยอตนิยมในฟิลิปปินส์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย โดยผลการสำรวจพบว่า ความแพร่หลายของชาไม่มูกในฟิลิปปินส์มาจากปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งก็คือโซเชียลมีเดีย เพราะโซเชียลมีเดียช่วยให้แบรนด์ชาต่าง ๆ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ได้มากขึ้น (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา, 2564)

ด้านประเทศญี่ปุ่น ชาไม่มูกก็เป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม โดยข้อมูลจากเว็บไซต์ Live Japan Perfect Guide ได้ให้ข้อมูลว่า “ชาไม่มูก” ได้รับการตัดสินให้เป็น “Dish of the Year” จากงาน “Japan's Dish of the Year” ประจำปี 2019 ของญี่ปุ่น โดยกระบวนการคัดเลือกลักษณะนี้ กระทำโดยการคัดเลือกคำสำคัญจำนวน 40 คำจากข้อมูลร้านอาหาร 500,000 แห่งบนเว็บไซต์ Gurunavi ร่วมกับประวัติการค้นหาและพฤติกรรมของสมาชิก Gurunavi จำนวน 17.96 ล้านคน (ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2019) และผู้ใช้งานที่ไม่ซ้ำกันจำนวน 61 ล้านคน (ณ เดือนธันวาคม 2018) โดยใช้คำสำคัญเหล่านี้เป็นตัวเลือก ในการออกแบบสอบถามให้กับสมาชิก Gurunavi และใช้ผลที่ได้จากแบบสอบถามจำกัดคำสำคัญเหลือ 30 คำ จากนั้นใช้คะแนนโหวตจากสื่อที่มีส่วนร่วมในการตัดสิน ซึ่งชาไม่มูกก็ได้รับคะแนนโหวตสูงสุด (Kamiguchi, 2019)

และจากการสำรวจตลาดจัดทำโดย Growth Capital บริษัทที่ปรึกษาที่เชี่ยวชาญด้านการเงินทุนและธุรกรรมทางการเงินขององค์กรสำหรับสตาร์ทอัพและ SME ได้เปิดเผยข้อมูลจากรายงานตลาดชาไม่มูกปี 2566 (Bubble Tea Market Report 2023) เนื่องในโอกาสวันชาไม่มูก “Bubble Tea Day” (30 เมษายน) ว่าหากดูจากปริมาณจุดขายตลาดใหญ่ที่สุดอยู่ในซีกโลกตะวันออก คือ จีน มีจุดขายกว่า 480,000 แห่ง ส่วนตลาดซีกโลกตะวันตก คือ สหรัฐอเมริกา คาดการณ์ว่าจะมีจุดขายถึง 5,000 แห่ง โดยสหรัฐอเมริกาอยู่ในอันดับที่สอง โดยมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่า 35% ในขณะที่ยุโรปมีมูลค่าการค้า 300 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็น 11% ของตลาดโลก ส่วนอิตาลี มีมูลค่าถึง 42 ล้านยูโร หรือมากกว่า 15% ของตลาดยุโรป และคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยที่ 18% ต่อปี ในอีก 5 ปีข้างหน้า และจะมีมูลค่าถึง 98 ล้านยูโร ภายในปี 2570 ในเวลาไม่ถึงสองปีที่ผ่านมา จากการสำรวจจุดขายในอิตาลี จำนวนร้านชาไม่มูกเพิ่มขึ้นอย่างมาก (+51%) โดยในเดือนธันวาคม 2564 มีจำนวน 156 ร้าน โดยส่วนใหญ่กระจายอยู่ในเมืองใหญ่ที่สุดของประเทศประมาณ 30 เมือง (มิลาน โรม โบโลญญา และตูริน) และเพิ่มจำนวนเป็น 236 ร้าน ในเดือนมีนาคม 2566 (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน, 2566)

จากปรากฏการณ์ที่กล่าวมาทั้งหมดได้แสดงให้เห็นว่า ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016 เป็นต้นมา ที่รัฐบาลได้หันประกาศนโยบายมุ่งได้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนานาประเทศในหลากหลายมิติ ได้ส่งผลให้ชาไม่มูกที่กำลังชบเซาในหลาย ๆ ประเทศ กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง และรัฐบาลได้หันมาพยายามทำให้ชาไม่มูกเป็นสินค้าวัฒนธรรมของไต้หวันอย่างเป็นทางการ โดยการเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

ชาวม้งไม่มุกกับการเป็นเครื่องดื่มเชิงสัญลักษณ์ทางการเมือง

พัฒนาการของชาวม้งไม่มุกในช่วงต้น ได้ทำให้เห็นถึงบทบาทของชาวม้งไม่มุกในเชิงเศรษฐกิจ โดยการเข้าไปกระตุ้นวงการเครื่องดื่มของประเทศต่าง ๆ แต่ในเวลาถัดมา ชาวม้งไม่มุกอันเป็นสินค้าวัฒนธรรมของไต้หวันที่ถูกจับไปทั่วโลก ได้กลายเป็นเครื่องดื่มเชิงสัญลักษณ์ของกลุ่มที่เรียกร้องประชาธิปไตย ในนามพันธมิตรชาวม้ง (Milk Tea Alliance) อีกด้วย โดยกลุ่มพันธมิตรชาวม้ง (Milk Tea Alliance) เป็นขบวนการเคลื่อนไหวเรียกร้องประชาธิปไตยในโลกออนไลน์ ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของผู้คนในโลกออนไลน์จากประเทศฮ่องกง ไต้หวัน และไทย โดยมีจุดเริ่มต้นจากความขัดแย้งทางออนไลน์ระหว่างชาวเน็ตไทยและจีนในเดือนเมษายน ค.ศ. 2020 ประเด็นที่จุดชนวนก็คือ นักแสดงหนุ่มชาวไทยที่กำลังมีผลงานในจีน รีทวีตภาพถ่ายตลกสูงจาก 4 ประเทศ ของช่างภาพชาวไทย และมีฮ่องกงเป็นหนึ่งในภาพนั้นด้วย (บกข ตันติวิชญ์โสภิต, 2564) พร้อมโพสต์ข้อความว่าฮ่องกงเป็นประเทศทำให้แฟนคลับชาวจีนไม่พอใจเป็นอย่างมาก เพราะการนับฮ่องกงเป็นประเทศ ถือว่าขัดต่อนโยบาย One China ของจีน ชาวเน็ตจีนจึงไม่พอใจและออกมาโจมตีดาราคณดังกล่าว ชาวเน็ตไทยก็เลยออกไปปกป้อง ต่อมาความขัดแย้งเริ่มขยายวงกว้างมากขึ้นเมื่อมีนักการเมืองฮ่องกงและนักการเมืองไต้หวันที่เคลื่อนไหวเรียกร้องประชาธิปไตยเข้ามาสนับสนุนชาวม้งไม่มุก ดังตัวอย่างของนายโจชัว หว่อง เลขาธิการพรรคเดโมแครตและแกนนำเรียกร้องประชาธิปไตยในฮ่องกง ได้ออกมาทวีตสนับสนุนฝ่ายไทยว่า “ชาวฮ่องกงยืนหยัดเคียงข้างเพื่อนผู้รักเสรีภาพในไทยต่อต้านการรังแกจากจีน (Wong,J.@joshuawongcf, 2020) ขณะที่นักการเมืองไต้หวันที่เป็นฝั่งประชาธิปไตย ซึ่งมีความขัดแย้งกับจีน เพราะไม่ต้องการให้ไต้หวันกลับไปรวมเป็นหนึ่งกับจีน ก็เข้ามาร่วมสนับสนุนชาวม้งไม่มุกด้วยเช่นกัน

จะเห็นได้ว่ากรณีที่นักเคลื่อนไหวในฮ่องกงและไต้หวันกระโจนเข้ามาร่วมสนับสนุนชาวม้งไม่มุกนั้น เป็นเพราะกระแสการประท้วงต่อต้านจีนในฮ่องกงเกี่ยวกับร่างรัฐบัญญัติการส่งผู้ร้ายข้ามแดน² เริ่มแผ่ลงเนื่องจากรัฐบาลปราบปรามอย่างรุนแรงมาก (The101.World, 2564) ในขณะที่ไต้หวันกระแสด้านความขัดแย้งกับจีนเรื่องรวมประเทศก็ทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ แล้วได้มาเห็นชาวม้งไม่มุกวิวาทะกับชาวม้งไม่มุก โดยชาวม้งไม่มุกก็มีการแสดงความคิดเห็นว่าฮ่องกง และไต้หวันเป็นประเทศ ประกอบกับบริบทของการเมืองไทยในปี ค.ศ. 2020 เกิดการประท้วงของภาคประชาชนหลายครั้ง เพราะไม่พอใจกับการกระทำของรัฐบาล นับแต่การประท้วงหลังคำตัดสินยุบพรรคอนาคตใหม่ในเดือนกุมภาพันธ์ การคุกคามและจับกุมผู้เคลื่อนไหวทางการเมือง รวมถึงความไม่พอใจในมาตรการจัดการโควิด-19 ที่ทำให้เศรษฐกิจแย่ (วจนา วรลยางกูร, 2564) กลุ่มนักเคลื่อนไหวทั้งฮ่องกงและไต้หวันจึงถือว่าไทยเป็นพวกเดียวกัน จึงเข้ามาสนับสนุน

ดังนั้น ฮ่องกง ไต้หวัน และไทย มีจุดร่วมที่เหมือนกันคือกำลังเรียกร้องทางการเมืองเหมือนกัน รวมถึงชอบดื่มชาวม้งไม่มุกเหมือนกันอีกด้วย จึงเป็นที่มาของการรวมกลุ่มในนามพันธมิตรชาวม้ง (Milk Tea Alliance) (Amnesty International Thailand, 2564) โดยชาวม้งไม่มุกนั้นสามารถตีความได้ในอีกมุมหนึ่งคือ ชาวม้งไม่มุกเป็นเครื่องดื่มของจีนก็จริง แต่คนจีนไม่ใส่ม้งในชา คนที่ใส่ม้งในชาคือคนอังกฤษ ชาวม้งไม่มุกจึงเป็นผลผลิตของพวกจักรวรรดินิยม แต่จักรวรรดินิยมก็เป็นพวกที่มาพร้อมความสมัยใหม่ และในศตวรรษที่ 20-21 ก็มาพร้อมกับการเรียกร้องประชาธิปไตยและสิทธิมนุษยชน ดังนั้นชาวม้งไม่มุกจึงเป็นเครื่องดื่มเชิงสัญลักษณ์ในการเรียกร้องทางการเมืองอย่างลงตัว (‘1 ปี Milk Tea Alliance’..., 2564)

ในเวลาถัดมากลุ่มพันธมิตรชาวม้งไม่มุกก็ได้สมาชิกร่วมอุดมการณ์เพิ่มเติม ก็คืออินเดีย และพม่า โดยอินเดียได้เข้าร่วมกับพันธมิตรชาวม้งไม่มุกเป็นเพราะในช่วงกลางปี ค.ศ. 2019 ข้อพิพาทในเรื่องพรมแดนระหว่างอินเดียและจีนได้ประทุ

² สถานการณ์ในฮ่องกงในช่วงปี ค.ศ. 2019 เกิดการประท้วงต่อต้านร่างรัฐบัญญัติการส่งผู้ร้ายข้ามแดนในฮ่องกงให้กับจีนแผ่นดินใหญ่ โดยชาวฮ่องกงเกรงว่ากฎหมายฉบับนี้อาจนำไปสู่การลิดรอนสิทธิเสรีภาพของชาวฮ่องกง เพราะชาวฮ่องกงก็เผชิญกับปัญหาการครอบงำทางเศรษฐกิจ การศึกษา และสังคมโดยจีนแผ่นดินใหญ่เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ซึ่งสถานการณ์การประท้วงเริ่มขึ้นในเดือนมีนาคม ตลอดจนเดือนเมษายน แต่หนักหน่วงที่สุดในเดือนมิถุนายน โดยมีการคาดการณ์ว่ามีผู้ร่วมชุมนุมราว 1 ล้านคน (พศุทธิ์ ห้วยลึก, 2564, น. 228)

ขึ้นมาอีกครั้ง³ เนื่องจากอินเดียทำแผนที่ฉบับใหม่ได้ผนวกกรรมเอาดินแดนอักไซชินซึ่งอยู่ในความควบคุมของจีนเข้าไปด้วย จีนก็ทำการประท้วงแผนที่ฉบับดังกล่าว และทำแผนที่ของจีนโต้ตอบอินเดีย โดยผนวกกรรมเอาดินแดนอรุณาจัลประเทศและอักไซชิน ซึ่งเป็นพื้นที่พิพาททั้งหมดระหว่างจีน-อินเดียเข้าไปด้วย ทำให้อินเดียและจีนมีความขัดแย้งรุนแรงมากขึ้น นำไปสู่การใช้กำลังทางทหารโจมตีกันในแนวพรมแดนต่าง ๆ ความขัดแย้งกับจีนในประเด็นดังกล่าวทำให้อินเดียเข้าร่วมกับกลุ่มพันธมิตรชานม

ทางด้านของพม่าที่เข้าร่วมกับกลุ่มพันธมิตรชานมนั้น มีชนวนเหตุมาจาก พล.อ.อาวุโส มิน อ่อง หล่าย ผู้บัญชาการทหารสูงสุดพม่าทำรัฐประหารในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2021 โคนอำนาจคณะบริหารของนางอองซาน ซูจี โดยให้เหตุผลว่าการเลือกตั้งไม่โปร่งใส ผลจากการกระทำดังกล่าวของพล.อ.อาวุโส มิน อ่อง หล่าย ทำให้เกิดการประท้วงและต่อต้านรัฐบาลทหารอย่างดุเดือดในพม่า ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว ฝ่ายผู้ประท้วงก็เห็นว่ากลุ่มพันธมิตรชานมเป็นขบวนการที่ต่อสู้เพื่อเสรีภาพของประชาชน จึงมีการโพสต์ในโลกออนไลน์ว่าพม่าคือสมาชิกรายล่าสุดในกลุ่มพันธมิตรชานม ซึ่งทวีตดังกล่าวถูกแชร์ไปแล้วมากกว่า 22,000 ครั้ง จึงเท่ากับว่าพม่าได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มพันธมิตรชานมแล้ว (“Weekend Focus: พม่าจัดหนัก...”, 2564)

กลุ่มพันธมิตรชานมมีการปลุกกระตม เคลื่อนไหวทางการเมืองอยู่เสมอโดยมีการร่วมมือกันอย่างแน่นแฟ้นทั้งในโลกออนไลน์ ที่มีการแสดงออกผ่าน #MilkTeaAlliance และ ในประเทศไทยยังมี #ชานมชนกว่าน้ำ เพื่อแสดงจุดยืนของพันธมิตรชานม (บงกช ตันติวิญญูโสภิต, 2564) ส่วนในโลกแห่งความจริง มีการแสดงออกผ่านทางทวิตเตอร์ ชานม ดังเช่น Lolo ชาวไต้หวัน ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ก่อนมีขบวนการพันธมิตรชานม ฉันไม่เคยสั่งชานมเลยเมื่อไปร้านอาหารไทยหรือฮ่องกง แต่หลังจากการเคลื่อนไหว ฉันก็จะสั่ง” เช่นเดียวกันกับ Karen ชาวไต้หวัน ก็ได้กล่าวว่า “ตัวชานมเองก็เป็นเพียงเครื่องดื่ม และไม่มีหน้าที่หรือความหมายอื่นใด อย่างไรก็ตาม หลังจากที่เกิดขบวนการนี้แล้ว ทุกครั้งที่ฉันซื้อชานม ฉันรู้ว่าฉันไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังเป็นผู้ที่มุ่งแสวงหาสังคมที่มีประชาธิปไตยมากขึ้น ด้วยการสนับสนุนเส้นทางแห่งประชาธิปไตยและเสรีภาพ” (Pakorn Phalapong, 2022, p.6) จึงจะเห็นได้ว่า การดื่มชานมไม่คงได้กลายเป็นการดื่มเพื่อความหมาย นอกจากนั้นยังมีการแสดงออกผ่านการเคลื่อนไหวของการชุมนุมทางการเมือง กล่าวคือ หากประเทศใดต้องเผชิญกับความไม่เป็นธรรมทางการเมือง มีการชุมนุมประท้วงเกิดขึ้น ประเทศสมาชิกก็จะช่วยสนับสนุนอย่างเต็มที่ เช่น เมื่อประเทศไทยมีการชุมนุมใหญ่ วันที่ 19 กันยายน ค.ศ. 2020 เพื่อขับไล่รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา และเสนอให้มีการร่างรัฐธรรมนูญใหม่ พร้อมปฏิรูปสถาบัน (“2 ปี มีอบ 19 กันยายน 63...”, 2565) กลุ่มพันธมิตรชานมในกรุงเทพฯ ก็จัดการชุมนุมจัดขึ้นในย่านซีเหมินติง เพื่อสนับสนุนการต่อสู้เพื่อประชาธิปไตยในประเทศไทย เป็นต้น (THE STANDARD, 2563) หรือในวันที่ 24 เมษายน ค.ศ. 2021 กลุ่มพันธมิตรชานมจากเมียนมา ฮ่องกง ไต้หวัน และทิเบต คาซัคสถาน รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์อุยกูร์ เข้าร่วมงานเดินขบวน Milk Tea Alliance Rally and March for Freedom ที่อนุสาวรีย์วอชิงตัน ในกรุงวอชิงตัน เพื่อแสดงออกเชิงสัญลักษณ์สนับสนุนประชาธิปไตยและประณามการปราบปรามผู้เห็นต่างทางการเมืองในกลุ่มประเทศดังกล่าว รวมถึงต่อต้านอิทธิพลของจีนในภูมิภาคอีกด้วย (“พันธมิตรชานม’ เดินขบวน...”, 2564) หรือประเทศไทยเอง กลุ่มพันธมิตรชานมก็สนับสนุนการต่อสู้กับรัฐบาลทหารของเมียนมาร์ โดยในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2024 ที่หน้าสถานทูตเมียนมา ประจำประเทศไทย กลุ่มพันธมิตรชานมประเทศไทย จัดงานวาระครบรอบ 3 ปี รัฐประหารเมียนมาร์ เพื่อรำลึกและไม่ให้คนลืมการปล้นเสรีภาพของประชาชนรัฐบาลทหาร รวมถึงให้กำลังใจพี่น้องชาวเมียนมาร์ (3 ปี รบพ.พม่า..., 2567)

³ จีนมีข้อพิพาทเรื่องพรมแดนกับอินเดียมาตั้งแต่ช่วงต้นทศวรรษที่ 1960 ซึ่งเป็นความขัดแย้งในหุบเขากัลวาน หุบเขาดังกล่าวถือเป็นหนึ่งในพื้นที่ซึ่งจีนปิดฉากโจมตีกองทัพอินเดีย และการโจมตีครั้งนั้นก็นำมาซึ่งศึกระหว่างสองชาติทั้งในพื้นที่ลาดาชและอรุณาจัล แม้ว่าในที่สุดแล้วจีนจะสามารถยึดครองอักไซชิน รวมถึงอรุณาจัลได้ แต่ด้วยความช่วยเหลือที่สหรัฐอเมริกาให้อินเดีย ส่งผลให้จีนต้องยอมประกาศยุติสงครามฝ่ายเดียว และถอนทหารออกจากอรุณาจัลในที่สุด ความบาดหมางในครั้งนั้นทำให้ทั้งจีนและอินเดียต่างระแวงซึ่งกันและกันเรื่อยมา (ศุภวิชญ์ แก้วคูนอก, 2563)

ซึ่งปัจจุบันกลุ่มพันธมิตรชาวม้งยังคงเคลื่อนไหวต่อต้านเผด็จการ ความไม่เท่าเทียมทางสังคมที่เกิดขึ้นในแต่ละประเทศสมาชิกเรื่อยมา

บทสรุป

ชาวม้งเป็นเครื่องดื่มที่ถูกคิดค้นขึ้นในไต้หวันช่วงปลายทศวรรษ 1980 จากนั้นจึงค่อย ๆ แพร่กระจายไปสู่ประเทศต่าง ๆ ทั้งในเอเชียและยุโรปซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วง ทศวรรษ 1990 แต่ในเวลาถัดมา กระแสความนิยมที่มีต่อชาวม้งค่อย ๆ ลดลง ซึ่งเป็นผลมาจากการทำชาวม้งที่ไม่ได้มาตรฐาน ประกอบกับชาวม้งมักจะถูกโจมตีว่าเป็นเครื่องดื่มที่ทำลายสุขภาพ แต่แล้วชาวม้งก็กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งในปี ค.ศ. 2016 เนื่องจากรัฐบาลไต้หวันประกาศใช้นโยบายม้งได้ใหม่ ส่งเสริมให้นานาประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในไต้หวัน ชาวม้งเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่ภาครัฐใช้ในการโปรโมทผ่านสื่อต่าง ๆ อยู่เสมอ และในเวลาถัดมาชาวม้งก็ได้เข้าไปมีบทบาททางการเมือง โดยเป็นเครื่องดื่มที่หลอมรวมประเทศต่าง ๆ ที่กำลังเผชิญปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองเข้าด้วยกันทั้งไต้หวัน ไทย ฮองกง อินเดีย และพม่า ซึ่งประเทศเหล่านี้ล้วนรักการดื่มชาวม้งเหมือนกัน จึงกลายเป็นกลุ่มพันธมิตรชาวม้ง ทำการเคลื่อนไหวทางการเมืองร่วมกันอย่างเป็นระบบและทรงพลังมาจนถึงปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อ

บทความวิชาการนี้ได้อธิบายถึงพัฒนาการของชาวม้งในยุคต่าง ๆ ซึ่งยังไม่มีกรกล่าวถึงแง่มุมของเศรษฐกิจอย่างลึกซึ้ง ดังนั้น ผู้เขียนจึงเสนอแนะให้บทความหรืองานวิจัยในอนาคตได้พิจารณาถึงการศึกษาในเชิงผลกระทบทางเศรษฐกิจ เพื่อเพิ่มมิติให้กับบทความต่อไป

รายการอ้างอิง

- ‘1 ปี Milk Tea Alliance’ กับวาสนา วงศ์สุรวัฒน์. (2564, 30 มีนาคม). The101.World. <https://www.the101.world/wasana-wongsurawat-interview-2/>
- “ชาวม้งไม่ม้ง” พีเวอร์ ธุรกิจทำเงินไม่มีดับ. (2556, 29 สิงหาคม). Sanook. <https://www.sanook.com/money/160324/>
- 2 ปี มือบ 19 กันยา 63 #ทวงอำนาจคืนราษฎร จุดเริ่มต้นมาตรา 112 กับการชุมนุม. (2565, 19 กันยายน). ไทยรัฐออนไลน์. <https://plus.thairath.co.th/topic/politics&society/102134>
- 3 ปี รปท. พม่า ‘พันธมิตรชาวม้ง’ จัดงานแสดงจุดยืนเคียงข้าง-ฟังเรื่องราวการต่อสู้ของชาวเมียนมา. (2567, 3 กุมภาพันธ์). ประชาไท. <https://prachatai.com/journal/2024/02/107915>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2565, 6 เมษายน). “KAMU TEA” จาก “แฟลชชั่น” สู่อุตสาหกรรม 480 ล้านบาท. [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/bangkokbiznews/videos/376330067686831/>
- กำพล จำปาพันธ์. (2558). “บ้านฮอลันดา” จากสังคมเมืองท่าอยุธยา สู่อุตสาหกรรมประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ไทย-เนเธอร์แลนด์. วารสารร่มพฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก. 33(2), 165-194.
- เกี่ยวกับเรา. (ม.ป.ป.). Ochaya. <https://www.ochaya.co.th/About-Us-TH.html>
- ชาวม้งไม่ม้ง เมมูฮิต ดิมมาก เสี่ยงโรคเบาหวาน. (2566, 26 ตุลาคม). โรงพยาบาลบางปะกอก. https://www.bpk-samutprakan.com/care_blog/view/272
- ชาวม้งไม่ม้ง: วัฒนธรรมส่งออก สร้างความตระหนักรู้ถึง ‘ไต้หวัน’. (2563, 17 เมษายน). THE PEOPLE. <https://www.thepeople.com/read/21967>
- ชาวอินโดนีเซียนิยม สั่งชาวม้งผ่านแกร็บ. (2562, 1 มกราคม). Post Today. <https://www.posttoday.com/business/575601>

- ณัชพล สังข์โฮ. (2564). การดำเนินนโยบายมุ่งใต้ใหม่ของไต้หวัน ในฐานะเครื่องมือในการสร้างมิตรประเทศ. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/7904/>
- โตมร ศุขปรีชา. (2561, 25 ตุลาคม). Bubble Tea Trends: การกลับมาครั้งแล้วครั้งเล่าของชาวมะขาม. The101.World. <https://www.the101.world/bubble-tea-trends/>
- ทำไม DAKASI ถึงเป็นแบรนด์ชาวมะขาม ที่น่าจับตามอง. (2564, 23 มิถุนายน). ลงทุนแมน. <https://www.longtunman.com/30439>
- บงกช ตันติวิเศษโสภิต, (2564, 10 กุมภาพันธ์). ต่างวัฒนธรรม แต่ใจเดียวกัน ที่มา 5 สมาชิก ‘ภาคีชาวมะขาม’ #MilkteaAlliance. The Agenda. <https://agenda.co.th/social/5-members-of-milkteaalliance/>
- เปิดประวัติธุรกิจ ชาวมะขาม จากไต้หวันสู่เวทีโลก ทำไมถึงฮิตติดลมบน. (2567, 22 ตุลาคม). อมรินทร์ทีวีออนไลน์. <https://www.amarintv.com/spotlight/business-marketing/70503>
- พศุทธิ์ หัวเหล็ก. (2564). การประท้วงต่อต้านรัฐบัญญัติส่งผู้ร้ายข้ามแดนในฮ่องกงกับการจลาจลของอแลง บาติเย. วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ. 34(1), 221-229.
- ‘พันธมิตรชาวมะขาม’ เดินขบวนในกรุงวอชิงตัน: นักกิจกรรมไทยเรียกร้องประชาธิปไตย-ปฏิรูปสถาบันกษัตริย์-ปล่อยตัวนักโทษทางการเมือง. (2564, 25 เมษายน). Voa Thai. <https://www.voathai.com/a/milk-tea-alliance-rally-march-freedom-washington-dc-demonstration/5866113.html>
- พิชิต เอี่ยมแสงจันทร์. (2546). 10 สินค้าจำเป็น. คมชัดลึก. (2 มกราคม): 11-12.
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. (2546). ทฤษฎีวัฒนธรรม วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก เล่ม 1. มติชน.
- ลักขณา ก่อวานิชกุล. (2548). การสื่อความหมายของ “ชาเขียว” ในสังคมไทยและสังคมญี่ปุ่นปัจจุบัน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์] https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:113600.
- วงษา วรลยางกูร. (2564, 7 มกราคม). การเมืองภาคประชาชน 2020 : ปีแห่งการทำลายเพดาน. The101.World. <https://www.the101.world/2020-thai-protests/>
- วิศิธา บัวสอน. (2566, 10 มีนาคม). “ชาวมะขาม” กับพื้นที่ของไต้หวันบนเวทีโลก. Kind. <https://kindconnect.com/kindcult/bubble-tea/>
- วาสนา เทียงกระโทก และวอนชนก ไชยสุนทร. (2562). ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคชาวมะขาม แบรนด์ต่างประเทศของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการบริหารและการจัดการ. (9)2, 181-194.
- ศุภวิชญ์ แก้วคุณอก. (2563, 17 มิถุนายน). ปัญหาความขัดแย้ง อินเดีย-จีนระลอกใหม่: ประวัติศาสตร์ ชาตินิยม และยุทธศาสตร์การทหาร. The101.World. <https://www.the101.world/india-china-conflict-2020>
- ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในไต้หวัน. (2562, 22 มกราคม). นโยบายมุ่งใต้ใหม่ปลูกกระแสท่องเที่ยวไต้หวัน. <https://thai.biztaiwan.thaiembassy.org/th/content/98631-นโยบายมุ่งใต้ใหม่ปลูกกระแสท่องเที่ยวไต้หวัน?cafe=5d846bc315e39c10e0002853>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา. (2564). รายงานพิเศษประจำเดือนมีนาคม 2564 กรณีศึกษา: ทำไมคนฟิลิปปินส์นิยมดื่มชาวมะขาม (ไม่มูก). กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์. https://www.ditp.go.th/contents_attach/731563/731563.pdf
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์. (2562). ธุรกิจแฟรนไชส์ในเวียดนาม. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. https://franchise.dbd.go.th/files/module_documents/56/2019051611585680.pdf

- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน. (2566, 18 พฤษภาคม). ชาไข่มุก เครื่องดื่มยอดฮิตที่ครองใจหนุ่มสาวชาวอิตาลี. <https://www.ditp.go.th/post/88189>
- เอกสิทธิ์ กาญจนารัตน์. (2554, 10 มิถุนายน). พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของคนไทยจะเป็นโอกาสสำคัญของธุรกิจได้อย่างไร?. The Siam Commercial Bank. https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/326/dzlgapqbbe/2296_20110610160916.pdf
- อีตไม่แพ้ไทย งานวิจัยพบ “ชาวม” ครองใจชาวไซ่ง่อนมากกว่ากาแฟ. (2561, 31 ตุลาคม). ผู้จัดการออนไลน์. <https://mgronline.com/indochina/detail/9610000108436>
- Amnesty International Thailand. (2564, 16 กุมภาพันธ์). “ให้มันจบที่หม้อเรา” ประวัติศาสตร์ก้นหม้อกับเสรีภาพที่ถูกกลืน. <https://www.amnesty.or.th/latest/blog/844/>
- Andres, G. (2022, 17 August). *Southeast Asians spend US\$3.66 billion on bubble tea annually: Study*. CNA. <https://www.channelnewsasia.com/singapore/bubble-tea-consumers-study-southeast-asia-singapore-markets-business-brands-2885486>
- BUBBLE TEA CRAZE in Southeast Asia. (2020, June 18). mise en place. <http://miseenplaceasia.com/bubble-tea-craze-in-southeast-asia/>
- Cai, Y. (2019, August 20). [What's Tsai Doing? EP4] Taiwan Tourism is Hot! Bubble Tea as a Tourism Booster — Delicious Food, Fresh Fruits, and Rich Culture All in One! ft. Sanyuan JAPAN [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=IL6Q4js8if0&t=36s>
- Chen, Z. (2022, 4 November). Tsai Ing-wen welcomes Swedish friends with bubble tea and turnip cake — even while in quarantine, she's still working on diplomacy. Sanlih E-Television. <https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=1098668>
- Chung, S., Chung, W., & Chang, E. (2017, November 6). *10 reasons why you should visit Taiwan*. The Standard. <https://www.standard.co.uk/lifestyle/travel/10-reasons-why-you-should-visit-taiwan-a3675371.html>
- Content ep.279 ย้อนประวัติศาสตร์ ‘ชาวมไข่มุก’. (ม.ป.ป.). QSG B Transform Co., Ltd.. <https://qsgconsult.com/blog-detail.php?id=311>
- Huang Tzu-ti. (2019, November 7). *Taiwan's foreign minister meets with new Japanese ambassador over bubble tea*. Taiwan News. <https://www.taiwannews.com.tw/news/3812109>
- Kamiguchi, S. (2019, December 6). *Japan Food Trends for 2019: The “Dish of the Year” is Tapioca!*. LIVE JAPAN. <https://livejapan.com/en/article-a0003862/>
- Mr.Shake Official. (2562, 2 สิงหาคม). Mr.Shake 20 ปี คุณภาพไม่เคยเปลี่ยน. [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/mrshake.thailand/videos/485281515632092/>
- Origin. (n.d.). Chun Shui Tang. <https://www.chunshuitang.com.tw/about/>
- P&P แฟรนไชส์ชาวมไข่มุกได้หวั่น ลงทุนน้อย ประสบการณ์ธุรกิจ 20 ปี. (2563). ซีอีโอรายแฟรนไชส์. https://chee.chongruay.smartsme.co.th/content/26845#google_vignette
- Pakorn Phalapong. (2022). Milk Tea Alliance: Constructing Transnational Identity by Consuming Milk Tea in the Asian Context. *Thai Journal of East Asian Studies*. 26(2). 1-14.
- Phan, T.H. (2022). The Bubble Tea Culture of Young People in Ho Chi Minh City- A Cross-Cultural Exchange Between Taiwan (China) and Vietnam in the 21st Century. *Proceedings of the 19th International Symposium on Management (INSYMA 2022)*. (pp. 996–1004). Kuta, Bali.

- THE STANDARD. (2563, 19 กันยายน). 'พันธมิตรชาวม' เคลื่อนไหว จัดชุมนุมคู่ชานในไทเป สนับสนุนประชาธิปไตยไทย [Youyube Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=YruA2CQ7SEE>
- The101.World. (2564, 29 มีนาคม). 101 One-on-One EP.220 | '1 ปี Milk Tea Alliance' กับ วาสนา วงศ์สุรวัฒน์ [YouTube Channel]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=hgs9BT20vHE>
- Timeline of Major Events at Chun Shui Tang. (n.d.). Chun Shui Tang. <https://www.chunshuitang.com.tw/history>
- Weekend Focus: พม่าจัดหนักทั้ง 'กระสุนยาง-แก๊สน้ำตา' ไล่มีอบต๋านรัฐประหาร วยรุ่นหม่องตบเท้าเข้าร่วม 'พันธมิตรชาวม'. (2564, 13 กุมภาพันธ์). ผู้จัดการออนไลน์. <https://mgronline.com/around/detail/9640000014384>
- Why is Boba Tea Popular In Malaysia. (2022, March 28). Bubble Tea Party. <https://bubbleteaparty.io/blog/why-is-boba-tea-popular-in-malaysia/>
- Wong, J. [@joshuawongcf]. (2020, 12 April). Hong Kong stand with our freedom-loving friends in Thailand against Chinese bullying! #nnevy. [Tweet]. Twitter. <https://x.com/joshuawongcf/status/1249254158538072064>
- Zhang Z. (2019, 8 August). President Tsai Ing-wen treated Japanese media to real bubble tea — and joked that she reminded them not to mix the pearls with tofu. Sanlih E-Television. <https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=582913>
- Zi Mu Jun Xin Zhi. (2019, 27 August). Lin Xiuhui from Chun Shui Tang in Taiwan was the first person to make bubble milk tea. [Video]. Haokan Shipin. <https://haokan.baidu.com/v?vid=17461488298593532628>

“แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง” และ “ปลายจวัก”: การสื่อสารภาพลักษณ์
วัฒนธรรมอาหารของชาติพันธุ์
“Dae Jang Geum” and “Plai Jawak”: Communicating the Cultural Image
of Ethnic Food

วิเชษฐชัย กมลสัจจะ¹, ชยานนท์ ชมดี^{2*}

Wichetchay Kamonsujja¹, Chayanon Chomdee^{2*}

Received: August 25, 2024

Revised: July 31, 2025

Accepted: August 5, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารในภาพยนตร์ชุด “แดจังกึม” และ “ปลายจวัก” และ 2) รูปแบบการใช้ตัวละครหญิงนำเสนอสารัตถะด้านวัฒนธรรมอาหาร ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหาร พบ 6 ลักษณะ คือ 1) อาหารกับเรื่องเล่า 2) การถ่ายทอดความรู้ด้านอาหารจากบ้านสู่วัง 3) อัตลักษณ์วัตถุดิบในท้องถิ่น 4) ความพิถีพิถันในการปรุงอาหาร 5) วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร และ 6) อาหารเป็นยา ในด้านรูปแบบการใช้ตัวละครหญิงนำเสนอสารัตถะด้านวัฒนธรรมอาหาร พบ 4 ลักษณะ คือ 1) การดำเนินเรื่องผ่านตัวละครหญิงใช้ช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์ 2) ภูมิหลังครอบครัวของตัวละคร 3) บุคลิกภาพของตัวละคร และ 4) พัฒนาการของตัวละคร แม้ว่าภาพยนตร์ชุด ปลายจวักจะได้รับแรงบันดาลใจมาจากภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ และมีลักษณะร่วมในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ วัฒนธรรมอาหารที่เหมือนกัน แต่อย่างไรก็ตาม รูปแบบของการนำเสนอของทั้งสองเรื่องมีส่วนที่แตกต่างกัน โดยภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ จะเน้นความเข้มข้นของเรื่องราวในรูปแบบบันเทิงคดีเป็นหลักและมีวัฒนธรรมอาหารแทรกประกอบอยู่ภายในเรื่อง แต่ในภาพยนตร์ชุดปลายจวักมีลักษณะของความเป็นสารคดีอาหารมากกว่า การศึกษาดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าอาหารไม่ได้มีคุณค่าและความสำคัญเพียงหนึ่งในปัจจัยสี่ของชีวิตมนุษย์เท่านั้น หากแต่เป็นเครื่องมือในการสะท้อนอัตลักษณ์ เรื่องเล่า และวิถีชีวิตที่ถือเป็นหนึ่งในซอฟต์แวร์ (soft power) ซึ่งมีส่วนสำคัญในการแสดงความเป็นชาติที่นำเสนอสู่สังคมโลกและผลักดันเศรษฐกิจของประเทศ

คำสำคัญ: แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง, ปลายจวัก, การสื่อสารภาพลักษณ์, วัฒนธรรมอาหารของชาติพันธุ์

Abstract

This academic article aims to 1) study the communication of food culture images in the series “Dae Jang Geum” and “Plai Jawak” and 2) examine the presentation of food culture content through female characters in these series. The study found that the communication of food culture images in “Dae Jang Geum” and “Plai Jawak” manifests in six aspects: 1) Food and Folklore, 2) Transmission of Culinary Knowledge from Home to Palace, 3) Identity of Local Ingredients,

¹ อาจารย์ ดร., สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (Lecturer Dr. , Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi) E-mail: Wichetchay.jm@gmail.com

² อาจารย์สาขาวิจัยและพัฒนาการสอนภาษาไทย สถาบันวิจัยพัฒนา และสาธิตการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (Lecturer, Educational Research Development and Demonstration Institute, Srinakharinwirot University)
E-mail: Chayanon.swu@gmail.com

*Corresponding author

4) Meticulousness in Cooking, 5) Culture of Eating, and 6) Food as Medicine. Regarding the presentation of food culture content through female characters, four aspects were identified: 1) Storytelling through female characters within historical periods, 2) Family Background of the Characters, 3) Character Personalities, and 4) Character Development. Although “Plai Jawak” was inspired by “Dae Jang Geum” and shares common characteristics in communicating food culture images, their presentation formats differ. “Dae Jang Geum” emphasizes intense storytelling in the form of fictional entertainment with food culture integrated into the narrative, while “Plai Jawak” adopts a more documentary-style approach to food. The study highlights that food is not merely one of the four requisites of human life but also a tool for reflecting identity, narratives, and ways of life. It serves as a form of soft power, playing a significant role in expressing national identity, presenting it to global society, and driving the country’s economy.

Keywords: Dae Jang Geum, Plai Jawak, Image Communication, Culture of Ethnic Food

บทนำ

การสื่อสารในปัจจุบันไม่ได้จำกัดเฉพาะที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลเท่านั้น เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาท การสื่อสารจึงไร้พรมแดน ส่งผลให้ผู้คนบนโลกสามารถเข้าถึงความรู้ข้ามวัฒนธรรม ดังนั้นประเทศต่าง ๆ จึงพยายามใช้สื่อเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ของชาติผ่านวัฒนธรรม โดยเฉพาะ วัฒนธรรมอาหารซึ่งถือเป็นสิ่งหนึ่งที่ช่วยสื่อสารภาพลักษณ์และแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของชาติได้เป็นอย่างดี ดังที่ สกนกร สลัดทุกข์ และธีรติร บรรเทิง (2566) กล่าวถึงวัฒนธรรมอาหาร โดยสรุปได้ว่า “อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของมนุษย์ที่ไม่สามารถขาดในชีวิตได้ ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของแต่ละเผ่าพันธุ์ได้อย่างชัดเจน”

การสื่อสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารมีหลายรูปแบบ แต่รูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจคือ การสื่อสารผ่านภาพยนตร์ชุด (film series) ที่เป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งซึ่งใช้เผยแพร่วัฒนธรรมอาหารผ่านเนื้อเรื่องหรือตัวละครในเรื่อง โดยเฉพาะเกาหลี ซึ่งเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จในการใช้ภาพยนตร์ชุดเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารของตนไปทั่วโลก จนเกิดเป็นกระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลี หรือ “เกาหลีฟีเวอร์” ดังที่ ไพบุลย์ ปิตะแสน (2560) กล่าวไว้ว่า “ยุคแรกของกระแสความนิยมเกาหลี จะถูกสอดแทรกในสื่อบันเทิงประเภทภาพยนตร์ หรือซีรีส์ละครโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นซีรีส์เรื่องแดจังกึมหรือ Autumn in My heart รักนี้ชั่วนิรันดร์ จนพัฒนาให้เกิดวัฒนธรรมการกินอาหารเกาหลี”

ทั้งนี้รวมไปถึงประเทศไทยด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะภาพยนตร์ชุดแดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง ซึ่งเป็นเรื่องแรก ๆ ที่สร้างปรากฏการณ์กระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีให้เกิดขึ้นในประเทศไทย

แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง เป็นภาพยนตร์ชุดยอดนิยมทางโทรทัศน์ มีผู้ติดตามจำนวนมากและถือเป็นซีรีส์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในช่วงแรก ๆ จนมีการนำกลับมาฉายอยู่บ่อยครั้ง ออกอากาศทางช่อง 3 ได้สร้างชื่อเสียงให้กับนักแสดงนำ และสร้างกระแสการรับประทานอาหารเกาหลีในสังคมไทย (สุรัสวดี ดีเจริญ และการุณย์ลักษณ์ พหลโยธิน, 2553) เป็นภาพยนตร์ชุดที่กำกับการแสดงโดยอียองฮุน สร้างจากนวนิยายของ ยู มินจู ซึ่งเป็นเรื่องที่สร้างจากเรื่องจริงของแดจังกึม นับเป็นสตรีคแรกในประวัติศาสตร์เกาหลีที่เป็นแพทย์ประจำราชสำนัก ตัวละครของจังกึม เป็นเด็กสาวกำพร้าที่ต้องเผชิญกับความยากลำบากและเข้าวังในฐานะนางในฝึกหัด เธอตั้งใจเรียนรู้การทำอาหารด้วยความมุ่งมั่นและอดสาหัส จนกลายเป็นซังกูผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร เพื่อเติมเต็มความตั้งใจของแม่ในการเป็นซังกูสูงสุด แต่ในที่สุดชีวิตก็พลิกผันทำให้เธอกลายเป็นแพทย์ประจำราชสำนัก

นอกจากภาพยนตร์ชุดแดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวงจะเป็นที่นิยมในประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ทั่วโลกแล้ว ภาพยนตร์ชุดนี้ยังอยู่ในความทรงจำและกลายเป็นแรงบันดาลใจให้นักเขียนไทยสร้างสรรค์ภาพยนตร์ชุดเพื่อนำเสนอวัฒนธรรมอาหาร จนกระทั่งมีการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ชุด “ปลายจวัก” เป็นละครไทยที่ผลิตโดยไทยพีบีเอส นำเสนอวัฒนธรรมอาหารไทยที่มีอัตลักษณ์อันวิจิตรงดงาม เรื่องราวเล่าถึงครอบครัวของคุณหลวงชลธารพุดนิกร ครอบครัวที่ใส่ใจและพิถีพิถันเรื่องอาหาร ภรรยา คือ คุณช้อย อดีตนางข้าหลวงในห้องเครื่อง และคุณทองสำลี

ผู้ชำนาญด้านอาหารได้ คุณซ้อยให้กำเนิดบุตรชายคนโตที่สนใจเรื่องอาหารเหมือนผู้เป็นแม่ ต่อมาเธอได้ให้กำเนิดบุตรสาวและเสียชีวิตขณะคลอดบุตร ทำให้อ่อนบุตรสาวคุณซ้อยต้องกำพร้าแม่และอยู่ภายใต้การดูแลของคุณทองสำลี ผู้เป็นแม่เลี้ยง คุณสำลีเลี้ยงดูอ่อนพร้อมทั้งบวชบุตรสาวแท้ ๆ ของเธอ ต่อมาคุณกรุ่นนางข้าหลวงพระอัครชายาเธอ พระองค์เจ้าสายสวลีภิรมย์ฯ ได้มารับอ่อนและวาดเข้าปออยู่ในวัง ทั้งสองจึงได้มีโอกาสเรียนรู้และฝึกทำอาหารในวัง เรียนรู้ชีวิตทั้งดีและไม่ดีผ่านเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ของประเทศ เนื้อหาสาระและความใส่ใจรายละเอียด ในการสร้างสรรค์เรื่องปลายจวัก ทำให้ได้รับรางวัลสื่อสร้างสรรค์คุณธรรมอวอร์ด ปี 2563

ต่อมาในปี 2567 องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือไทยพีบีเอส ร่วมกับสถานีโทรทัศน์พับบลิก เทเลวิชั่น เซอร์วิส (PTS) สื่อสาธารณะแห่งไต้หวัน สร้างความร่วมมือแลกเปลี่ยนเนื้อหา สื่อระหว่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ีระหว่างไทยและไต้หวัน ไทยพีบีเอสจึงได้ส่งภาพยนตร์ชุดปลายจวัก เพื่อให้ PTS นำไปออกอากาศผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ ช่องโทรทัศน์ PTS Taigi Channel และช่องโทรทัศน์ Hakka TV รวมถึง OTT Platform PTS+ ซึ่งจะเริ่มออกอากาศให้ชาวไต้หวันได้รับชมกันในวันที่ 19 มิถุนายน 2567 โดยใช้ชื่อภาพยนตร์ชุดภาษาอังกฤษว่า "Love Spice" และใช้ชื่อภาษาไต้หวันว่า 《愛的辛香料》 (“ไทยพีบีเอส ส่ง ปลายจวัก นำเสนอ...” , 2567)

จะเห็นได้ว่าทั้งภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ และปลายจวักเป็นนำเสนอภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของชาติพันธุ์ มีความสำคัญในฐานะซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และเศรษฐกิจของประเทศ ได้เป็นอย่างดี ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารและการใช้ตัวละครหญิงในการนำเสนอ สาระด้านวัฒนธรรมอาหารในภาพยนตร์ชุด “แดจังกึมฯ” และ “ปลายจวัก” ว่ามีลักษณะร่วมและลักษณะเฉพาะที่ แตกต่างกันอย่างไรร การศึกษานี้จะช่วยทำให้เข้าใจเกี่ยวกับกลวิธีการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารในสื่อ ภาพยนตร์ชุด อันจะนำไปสู่ความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในฐานะเครื่องมือสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ของชาติพันธุ์ผ่านวัฒนธรรมอาหาร

การสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารในภาพยนตร์ชุด “แดจังกึมฯ” และ “ปลายจวัก”

จากการศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารในภาพยนตร์ชุด “แดจังกึมฯ” และ “ปลายจวัก” ผู้เขียน จะนำเสนอสาระสำคัญ 2 ประเด็น ประกอบด้วย 1) การสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของเกาหลีและไทย และ 2) รูปแบบการใช้ตัวละครหญิงนำเสนอสาระด้านวัฒนธรรมอาหาร ดังนี้

1. การสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของเกาหลีและไทย

จากการศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารที่ปรากฏ พบภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารที่ปรากฏ ร่วมกันของภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ และปลายจวัก ทั้งหมด 6 ลักษณะ ได้แก่ 1) อาหารกับเรื่องเล่า 2) การเรียนรู้การทำอาหาร 3) วัตถุประสงค์ประจำถิ่น 4) ความพิถีพิถันในการปรุงอาหาร 5) วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร และ 6) อาหารเป็นยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 อาหารกับเรื่องเล่า วัฒนธรรมอาหารเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับเรื่องราวและเรื่องเล่ามาตั้งแต่อดีตซึ่ง เรื่องเล่าและเรื่องราวต่าง ๆ นั้นยังส่งอิทธิพลถึงการรับประทานอาหาร ซึ่งนอกจากจะได้รับรสชาติทางลิ้นแล้วการได้รับ อรรถรสทางจิตใจก็เป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะเมื่ออาหารหลอมรวมกับเรื่องราวและที่มาแล้ว อาหารจานดังกล่าวจะพิเศษ และได้รับอรรถรสในการรับประทานมากขึ้น ดังนั้นการเรียนรู้เรื่องราวที่มาของอาหารรวมไปถึงชื่อของอาหารนั้นจึงมี ความสำคัญที่ผู้ทำอาหารจะต้องเรียนรู้และส่งต่อเรื่องราวดังกล่าวสู่ผู้รับประทานต่อไป จากการศึกษาการสื่อสาร ภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของเกาหลีและไทย พบการสื่อสารด้านอาหารกับเรื่องเล่าปรากฏในภาพยนตร์ชุด แดจังกึมฯ และปลายจวัก รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1: อาหารกับเรื่องเล่า

แดจังกึม	ปลายจวัก
ชีโครงโก เป็นหนึ่งในคำถามทดสอบของจังกึมเมื่อวัยเยาว์ ว่าจะได้เป็นนางกำนัลฝึกหัดที่ห้องเครื่องต่อหรือไม่ โดยเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการนำอาหารและวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ใช้เป็นสัญญาณในการรับ ของโจโล จากพงศาวดารสามก๊ก หมั่นโถ เป็นเหตุการณ์ช่วงที่ซอจังกึมเติบโตขึ้นและจะต้องผ่านการทดสอบเพื่อเป็นนางกำนัลในห้องเครื่องอีกครั้ง เป็นคำถามที่เกี่ยวกับตำนานอาหาร ซึ่งเป็นธรรมเนียมทั่วไปที่ซังกูทุกคนจะถ่ายทอดให้นางกำนัลในความดูแลของตน ซึ่งคำถามที่ทดสอบเกี่ยวกับหมั่นโถ อ้างอิงตำนานจากพงศาวดารสามก๊ก	หมูปัดคุณท้าววรจันทร์ เป็นตอนที่นางห้องเครื่องได้ถ่ายทอดเรื่องราวที่มาของชื่อ หมูปัดคุณท้าววรจันทร์ ซึ่งเป็นเมนูที่พระเจ้าอยู่หัวทรงโปรดปรานมาก จึงเลือกเมนูนี้จัดทำเครื่องเสวยถวายพระเจ้าอยู่หัว ซูปลูกหมา เป็นตอนที่วาด ได้สอนให้นางข้าหลวงฝึกหัดที่ห้องเครื่องทำอาหาร เมนูซูปลูกหมา ซึ่งเมื่อนางข้าหลวงฝึกหัดได้ ยิน ก็เกิดความซาบซึ้งเนื่องจากเข้าใจผิดคิดว่า นำสุนัขมาเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร แม้วาดจึงได้เล่าเรื่องราวที่มาของชื่อ “ซูปลูกหมา” ให้ฟัง

จากตารางข้างต้น ภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ แสดงให้เห็นว่า ตำนานของอาหารถูกให้ความสำคัญด้วยการเป็นหัวข้อในการทดสอบความสามารถเพื่อประเมินว่าจะได้อยู่ในห้องเครื่องต่อหรือไม่ ดังความว่า

“...ข้าก็จะให้เจ้าเข้าสอบ แต่ว่าถ้าเจ้าตอบคำถามไม่ถูกล่ะก็ ต้องออกจากวังทันที...”

(อียองฮุน, 2548)

จากความข้างต้นเป็นตอนที่ซอจังกึมยังเป็นนางกำนัลเล็ก ๆ ในห้องเครื่องและต้องตอบคำถามเพื่อทดสอบว่าจะได้อยู่ต่อในห้องเครื่องหรือไม่ หากตอบคำถามไม่ได้ก็ต้องออกจากห้องเครื่องและหมดสิทธิ์ในการเป็นซังกูห้องเครื่อง ซึ่งหนึ่งในคำถามเหล่านั้นเป็นคำถามเกี่ยวกับตำนานอาหาร ประวัติศาสตร์ “ชีโครงโก” ดังความว่า

เซซังกุง: โจโลต้องการยึดแผ่นดินภาคกลาง ดันดันนำทัพมาจากแดนไกล ในที่สุดก็ประจัญหน้ากับเล่าปี่ และก็ถูกตีเสีย แต่ว่าทหารเหนื่อยล้ามากแทบยืนไม่อยู่ โจโลก็จนปัญญาจะสู้รบต่อ ก็เลยส่งสัญญาณประโยคหนึ่งให้ทหารรับรู้ เจ้ารู้ไหมว่าคำสั่งที่ให้ถอยทัพคืออะไร

จังกึม: “ชีโครงโก” เจ้าคะ จะทิ้งชีโครงก็น่าเสียดาย จะกินต่อรึก็หั่นเนื้อไม่ได้ โจโลจึงได้เปรียบสถานการณ์นั้นเป็นชีโครง ความหมายคือ ให้ถอยทัพ อย่าเสียดาย ในที่สุดก็ถอนกำลังกลับเจ้าคะ”

นอกจากนี้ในช่วงที่ซอจังกึมเติบโตขึ้นก็ได้เข้ารับการทดสอบอีกครั้ง และมีคำถามเกี่ยวกับตำนานอาหารเป็นเกณฑ์ในการตัดสินเช่นกัน ดังความว่า

“การสอบในวันนี้จะแบ่งออกเป็นสองรอบ รอบที่ 1 คือตอบชื่อของอาหาร ส่วนรอบที่ 2 คือลงมือปรุงอาหาร ด้วยหลักปฏิบัติจริง”

“เราอุตส่าห์ท่องเกี่ยวกับวิธีปรุงอาหาร ดันมาออกเป็นเรื่องตำนานอาหารซะนี่ ก็ถึงว่าเมื่อก่อนนี้ฮันซังกูเคยเล่าให้เราฟัง พอเห็นหัวข้อเราก็นึกได้แล้ว”

(อียองฮุน, 2548)

จากความข้างต้นจะเห็นได้ว่า การเรียนรู้เรื่องที่มาของอาหารมีความสำคัญไม่แพ้รสชาติของอาหารเช่นกัน โดยเป็นคำตอบของคำถามดังกล่าวเป็นตำนานอาหารที่เกี่ยวกับหมั่นโถ่ ดังความว่า

ของซังกุง: “คำตอบก็คือหมั่นโถ่ คิดว่าคงมีซังกุงสอนพวกเจ้าแล้ว ทำไมเรื่องง่ายแค่นี้ยังตอบไม่ได้อีก สมัยก่อนจุกัดเหลียงไปปราบโจรที่แดนใต้ ขากลับเจอพายุ ทำให้เรือลำใหญ่ไม่อาจข้ามปาก ลูกน้องจึงใช้ธรรมเนียมของเผ่าหนานหมานใช้หัวคน 49 หัวเป็นเครื่องเซ่นไหว้ แต่ขงเบ้งไม่ต้องการฆ่าคนจึงได้คิดวิธีใหม่ให้ทำหมั่นโถ่ที่มีลักษณะคล้ายหัวคนแทน ด้วยเหตุนี้คำว่า “หัว” ไม่ใช่ หัว จึงหมายถึงศีรษะของชาวหนานหมาน ที่เป็นเครื่องเซ่นไหว้ นั่นก็คือ หมั่นโถ่ นั่นเอง...ความหมายก็คือคนปลอมที่ขงเบ้งสร้างขึ้นเพื่อทิ้งไปในแม่น้ำพอเป็นพิธี แต่ว่าพวกเจ้าไม่รู้คำตอบที่แท้จริง เมื่อจะเลือกวัตถุดิบในการปรุงอาหารก็ต้องอยู่ท้ายสุด”

(อียียงฮุน, 2548)

จากความข้างต้นทำให้เห็นว่า แม้ว่าจะเป็นเรื่องของประวัติศาสตร์ตำนานที่ได้รับอิทธิพลมาจากเรื่องสามก๊กของจีน แต่เมื่อมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเปรียบเทียบกับวัตถุดิบอาหาร แม้จะเป็นเพียงการเปรียบเปรย ก็ถือเป็นเรื่องที่ผู้ทำอาหารควรรู้และให้ความสำคัญ แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของเกาหลีที่นอกจากการเรียนรู้ด้านการทำอาหารแล้วยังมีความใส่ใจในเรื่องของที่มาหรือตำนานของอาหาร เพื่อแสดงให้เห็นคุณค่าของอาหาร ทำให้ผู้รับประทานนอกจากจะได้รับรสชาติที่ดีแล้ว ยังได้รรถรสจากเรื่องเล่าและที่มาของอาหารอีกด้วย เช่น ตอนที่พระราชโอรสที่เพิ่งฟังเรื่องเล่าต่าง ๆ จากของซังกุงระหว่างรับประทานอาหารอยู่เป็นประจำ ดังความว่า

“ทุกครั้งที่กินข้าวไม่เห็นท่านเข้ามาด้วยเลย ฝีมือทำอาหารของท่านล้ำเลิศอยู่แล้ว แต่ที่ข้าชื่นชมก็คือความรู้ ที่ชอบเล่าเรื่องการทำอาหารต่าง ๆ”

(อียียงฮุน, 2548)

ในขณะเดียวกันภาพยนตร์ชุด ปลายจวัก ก็มีการนำเสนอภาพที่เกี่ยวกับอาหารกับเรื่องเล่าไว้ในหลากหลายตอน เช่นเดียวกันโดยปรากฏการเล่าเรื่องในสถานที่ “ห้องเครื่อง” “ห้องครัว” ในตอนที่มีการสอนทำอาหารและจะเล่าเรื่องหรือที่มาเกี่ยวกับอาหารเหล่านั้น ดังในเรื่องปลายจวัก ตอนที่ตัวละคร “วาด” สอนทำอาหารและได้เล่าถึงที่มาของชื่ออาหาร “ซูปลูกหมา” แก่ นางห้องเครื่องฝึกหัดที่เข้าใจผิดว่าใช้สุนัขเป็นวัตถุดิบในการทำอาหาร ความว่า

“วันนี้เราจะทำซูปลูกหมากัน”

“บอกแล้วว่าคนในวังชอบกินของแปลก ๆ”

“สูตรนี้เป็นสูตรที่พระเจ้าอยู่หัวท่านทรงรวบรวมมาจากฝรั่ง เมื่อครั้งเสด็จประพาสยุโรป เมื่อปีกลาย เมื่อทำเสร็จแล้วท่านทรงโปรดพระราชทานให้สุนัขทรงเลี้ยงได้รับประทานด้วย ก็เลยเรียกเล่น ๆ ว่าซูปลูกหมาเข้าใจหรือยัง”

(วินัย ปฐมบุรณ์, 2562)

เช่นเดียวกับในตอนที่พระเจ้าอยู่หัวไม่ยอมเสวย เนื่องจากทรงมีความทุกข์บางประการจากเหตุการณ์ในเรื่อง ส่วนห้องเครื่องจึงพยายามหาทางที่จะทำให้พระองค์กลับมาเสวยเพื่อให้พระวรกายแข็งแรงอีกครั้ง จนกระทั่งเจ้าจอมรับสั่งให้ทำเมนูหมักคูนท้าววรจันทร์ จึงได้มีการเล่าเรื่องของที่มาของชื่ออาหาร ความว่า

“คุณท้าววรจันทร์ท่านเป็นเจ้าจอมในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ท่านเคยรับเป็นตัวพระเป็นตัวอโศก คิดเอาว่าจะงามขนาดไหน ท่านทำหมูผัดหรือที่เรียกเดี๋ยวนี้ว่า หมูหวาน ได้เลิศรสมาก ในหลวงเคยเสวยแต่เล็ก ๆ วันหนึ่งคุณท้าวก็ทำมาถวาย เสวยร่วมกับขนมจินน้ำยาไก่ ท่านพอพระราชหฤทัยมากถึงกับ

โปรดเกล้าฯ พระราชทานอุปเทียบบุชาฝีมือคุณท้าวเลยทีเดียว ไม่เพียงเท่านั้นท่านยังทรงบำเพ็ญประกาศว่า หากใครทำหุญต์ได้เช่นนี้ ท่านจะพระราชทานน้ำตาลให้จำนวน 3 ลูกพักเป็นรางวัล”

(วินัย ปฐมบุรณ์, 2562)

จากความข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การที่ผู้ทำอาหารเลือกเมนูอาหารนี้ในการทำเครื่องเสวยเนื่องจากมีเรื่องเล่าต่อกันมาว่าเป็นอาหารที่พระเจ้าอยู่หัวทรงโปรดปรานมาก จึงเป็นอาหารที่คาดหวังว่าทรงจะกลับมาเสวยได้อีกครั้ง เหล่านี้แสดงให้เห็นความสำคัญของเรื่องเล่า วัฒนธรรมการส่งต่อเรื่องเล่า ตำนาน ที่มาของอาหารในห้องเครื่องที่กลายเป็นภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารรูปแบบหนึ่งของไทยซึ่งถูกยกมาถ่ายทอดนำเสนอ เฉกเช่นเดียวกับที่ปรากฏในเรื่องแดจังกึม อีกทั้งเรื่องเล่าเกี่ยวกับอาหาร นอกจากจะเป็นการไขที่มาของอาหาร สร้างความประทับใจและเพิ่มอรรถรสให้แก่ผู้รับประทานแล้ว ปัจจุบันยังถูกให้ความสำคัญและใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารอีกด้วย ดังที่ Plulizzi (2012) ได้กล่าวถึงความสำคัญของเรื่องเล่ากับอาหารไว้ว่า “การเล่าเรื่องราวถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่น่าสนใจเนื่องจากการสร้างการจดจำแบรนด์ อีกทั้งยังเป็นการสร้างคุณค่าและเกิดความผูกพันระหว่างผู้ค้าและผู้บริโภคได้อีกด้วย ในปัจจุบันมีร้านอาหารจำนวนมากที่ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องราว และประสบความสำเร็จกันมาอยู่แล้ว” ดังนั้นภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารในรูปแบบเรื่องเล่ากับอาหารที่ถูกนำเสนอผ่านภาพยนตร์ชุดทั้งสองเรื่องนั้นนอกจากแสดงให้เห็นถึงความเป็นชาติและประวัติศาสตร์อันยาวนานแล้ว อีกนัยหนึ่งยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวได้มาลิ้มลองเมนูที่มีประวัติอันยาวนานเหล่านั้นอีกทางหนึ่งด้วยเช่นกัน

1.2 การถ่ายทอดความรู้ด้านอาหารจากบ้านสู่วัง

สังคมในอดีต สถานที่แรกในการบ่มเพาะฝีมือด้านการทำงานครัวนั้นเกิดขึ้นที่ “บ้าน” กล่าวคือ มารดาจะเป็นผู้ถ่ายทอดวิชาความรู้ในด้านการครัวให้แก่ลูกสาวของตน และหากบ้านใดที่มียศฐาบรรดาศักดิ์เป็นเจ้าขุนมูลนายก็จะส่งตัวเข้าไปเรียนในวัง ซึ่งถือเป็นสถานที่รวมสรรพวิชาความรู้ในด้านกิจการงานของสตรี หนึ่งในนั้นคือ เรื่องของการทำอาหาร ซึ่งเป็นการบ่มเพาะเรื่องการทำอาหารระดับที่สูงขึ้นกว่าระดับครัวเรือน ดังในเรื่องปลายจวัก ตอนที่ “ยายพัด” เล่าให้ “คุณอ่อน” ฟังถึงความพิถีพิถันและความยากในการปรุงรสชาติของอาหารตำรับชาววัง ความว่า

“จำไว้นะเจ้าคะ ถ้าเป็นอาหารชาววัง เราต้องประณีตและพิถีพิถันกว่านี้อีก...อาหารชาววังจะต้องคัดเลือกเครื่องปรุงให้ดีกว่านี้ ใช้ของดีกว่านี้ และก็ต้องทำให้วิจิตรพิสดารกว่านี้เจ้าคะ...รสชาตินี้เจ้าคะก็ต้องต้องกลมกล่อม ไม่มีรสใดรสนึงโดดเด่นจนเกินไป”

(วินัย ปฐมบุรณ์, 2562)

โดยเฉพาะในช่วงสมัยรัชกาลที่ 4 และ 5 ที่วัฒนธรรมด้านอาหารมีความเฟื่องฟู ก่อนจะส่งต่อความรู้จากวังสู่ราษฎร ดังที่ สุวพิร์ สุวัฒน์ศรี (2542) ได้กล่าวว่า “นับตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 ประเทศไทยมีการพัฒนาในเรื่องของอาหารอย่างมากมีการบันทึกเรื่องตำรับอาหารการกินของไทยมากขึ้น โดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่มีพระราชนิพนธ์กล่าวถึงอาหารและวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนไทยในสมัยนั้น เช่น บทพระราชนิพนธ์เรื่องไกลบ้าน จดหมายเหตุเสด็จประพาสต้น ต่อมาเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงระบบการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์เป็นการปกครองระบอบประชาธิปไตย ศาสตร์และศิลป์แห่งอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารชาววังได้ถูกนำออกมาเผยแพร่สู่ประชาชนทั่วไปมากขึ้นผ่านระบบการศึกษา เช่น โรงเรียนมัธยมวิสามัญการเรือนเปิดสอนวิชาคหกรรมศาสตร์และการเลี้ยงเด็กในวังกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ในปี 2477”

ภาพยนตร์ชุดปลายจวัก ที่ใช้ฉากหลังเป็นช่วงเวลาดังกล่าวก็ได้กล่าวถึงตัวละคร “วาด” และ “อ่อน” ที่ได้เริ่มเรียนการทำอาหารพื้นฐานจากบ้าน และเข้าวังเพื่อเรียนรู้เสริมสร้างฝีมือในการทำอาหารในระดับที่สูงขึ้นจากการทำอาหารชาววังต่อไป เช่นเดียวกับในเรื่องแดจังกึมที่แม้ว่าจะแตกต่างกันในเรื่องของชาติและช่วงสมัยที่ใช้เป็นฉากหลัง แต่ก็แสดงถึงภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารที่เกี่ยวกับวิธีการและสถานที่ในการบ่มเพาะความรู้ด้านการทำอาหารที่ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ขอจังกึมได้เริ่มต้นเรียนรู้การทำอาหารจากที่บ้าน โดยมีแม่เป็นครูคนแรกสอนทำอาหาร และต่อมาได้มุ่งมั่นตั้งใจเข้าศึกษาเรียนรู้การทำอาหารในระดับที่สูงขึ้นด้วยการเข้าวังเรียนรู้จากซังกุงในห้องเครื่องต่อไปดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 2: การเรียนรู้การทำอาหารจากที่บ้าน

แดจังกึม	ปลายจวัก
ในตอนทำอาหารแต่ละห้องเครื่องเน่าเสีย เหลือเพียงตำหนักใหญ่ เพราะซอจังกึมเป็นผู้ล้างถ้วยชามเนื่องจากใช้เทคนิคในการต้มน้ำก่อนล้างตามที่แม่ของตนเคยสอน จึงสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารด้านการเรียนรู้งานครัวที่เริ่มต้นจากบ้าน โดยที่ ซอจังกึม มีแม่เป็นครูสอนทำอาหารคนแรก  ภาพที่ 1: ตัวละครอธิบายว่าแม่คือผู้สอนทำอาหาร ที่มา: อีบยองฮุน, 2548 ฮันซังกูม: “ใครสอนเจ้าทำแบบนี้” ซอจังกึม: “ท่านแม่เคยบอกว่า ฝนที่ตกผ่านดินจะทำให้ไอน้ำบาดาลสกปรก อาหารก็เปื้อนดินโคลนไปด้วย ทำให้เน่าเสียได้ง่าย แต่หลายคนชอบมองข้ามเหตุผลง่าย ๆ พวกนี้ ทุกครั้งพอเข้าหน้าฝน ก็จะได้รับเชื้อโรคต่าง ๆ เจ้าคะ” (อีบยองฮุน, 2548)	มีการนำเสนอภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารในด้านการเรียนรู้การทำอาหารที่เริ่มต้นตั้งแต่ที่บ้าน โดยคุณทองสำลี ผู้เป็นมารดา ได้สอนวิธีการถนอมอาหารแก่वाद ผู้เป็นลูกสาว  ภาพที่ 2: คุณทองสำลีสอนลูกสาวทำอาหาร ที่มา: วินัย ปฐมบุรณ์, 2562 คุณทองสำลี: “वादต้องจำไว้เน่ลูก ถ้าเรามีของกินจำนวนมาก ๆ เราต้องนำไปถนอมอาหารด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อให้เก็บไว้กินได้นานที่สุด อย่างปลาทุเนี่ย เราก็ทำได้ทั้งคองฟุงปลา ปลาทุเค็ม ปลาทุนึ่ง เราจะไมทิ้งอะไรให้เสียของเลย” (วินัย ปฐมบุรณ์, 2562)

ตารางที่ 3: การเรียนรู้การทำอาหารจากพระราชวัง

แดจังกึม	ปลายจวัก
ปรากฏภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมเรื่องการเรียนรู้การทำอาหารจากห้องเครื่องในพระราชวัง ที่ถือเป็นการเรียนรู้ทักษะการทำอาหารระดับสูง โดยถือเป็นการถ่ายทอดหลักในชีวิตของตัวละครซอจังกึม ที่จะเข้าศึกษาและหวังจะเป็นซังกูสูงสุดของห้องเครื่อง	มีการนำเสนอภาพของสถานที่เรียนรู้กิจการงานครัวในระดับที่สูงขึ้น กล่าวคือ เป็นตอนที่คุณกรุ่นนางข้าหลวงคนสนิทของพระชายาที่คุมห้องเครื่องมาพาตัวหลานทั้งสอง คือ วาดและอ่อน ไปฝากตัวเพื่อเรียนรู้เรื่องงานครัวที่ห้องเครื่องในพระราชวัง

แดจังกึม	ปลายจวัก
 ภาพที่ 3: ซอจังกึมเข้าไปเป็นนางกำนัลฝึกหัดที่ห้องเครื่องในพระราชวัง ซอจังกึม: “นายหญิงความฝันของข้าคือการเป็นนางกำนัลในห้องเครื่อง ท่านพาข้าเข้าวังหน้อยได้ไหมละคะ” ในที่สุดซอจังกึมก็ได้เข้ามาเรียนรู้การทำอาหารในวัง “ที่นี่นะคือวังหลวง ทุกคนที่เข้าวังมานับแต่นี้จะถือว่าเป็นคนของพระราชานะ ห้ามประพฤติผิดนอกรีต นอกรอยนะ และที่สำคัญเจ้าจะได้เรียนรู้ธรรมเนียมของในวัง ต่อไปเจ้าจะได้เป็นนางกำนัลที่ดีเลิศกันทุกคน” (อึบยองฮุน, 2548)	 ภาพที่ 4: วัดและอ่อนไปเรียนรู้เรื่องงานครัวที่ห้องเครื่องในพระราชวัง คุณกรุ่น: “พระราชฐานชั้นในเป็นที่อยู่ของสตรีที่เป็นผู้ดี ที่มีหน้าที่ทำงานราชการฝ่ายใน อย่าได้คิดว่างานของผู้หญิงนี่เป็นงานที่ไม่สำคัญ โดยเฉพาะผู้ที่เป็นข้าหลวงห้องเครื่อง ที่เรือนทรงพระเคน อาหารการกินทุกอย่าง ที่ไปจากมือของพวกเราคือ เครื่องต้นเสวยของในหลวง ที่ทรงเป็นหัวใจ เป็นเนื้อเถ้า เป็นผู้ดูแลคุ้มครองบ้านเมืองของเรา” “ตั้งใจให้ดี ตา ดู หู ฟัง มือ ทำ หมดฝึกฝนจนชำนาญ เรามาที่หลังคนอื่น ก็ต้องขยันมากกว่าคนอื่นหลายเท่า มีความอดสาหัส มานะ ไม่ย่อท้อ ต่อความลำบาก หวังว่าจะไม่ยอมแพ้แก่อุปสรรคง่าย ๆ นะ” (วินัย ปฐมบุญ, 2562)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าทั้งเรื่องแดจังกึมและปลายจวัก มีการนำเสนอภาพของการเรียนรู้ในด้านการทำอาหารในสถานที่ปลูกฝังบ่มเพาะการทำอาหารซึ่งเป็นพื้นฐานแรกนั่นคือ ที่บ้าน โดยมีแม่เป็นผู้ถ่ายทอดวิชาความรู้ และทั้งสองเรื่องนำเสนอไว้ว่า วัง หรือห้องเครื่องในวังเป็นสถานที่เล่าเรียนวิชาการทำอาหาร ในทักษะที่สูงขึ้น พิถีพิถันและใส่ใจมากขึ้น เป็นจุดสูงสุดของการศึกษาทักษะการทำอาหารที่ได้รับการยอมรับ ชี้ให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารชั้นสูง และการที่ภาพยนตร์ชุดทั้งสองเรื่องมีการนำเสนอภาพของอาหารชาววังที่มีความแตกต่างจากอาหารในภาคครัวเรือนปกติ ทั้งการใช้วัตถุดิบอย่างดี พิถีพิถันในกระบวนการทำ มีความวิจิตร จัดจานอย่างสวยงาม ความพิเศษเหล่านี้เป็นส่วนที่สำคัญในการกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความต้องการเติมเต็มทางจิตใจ ความรู้สึกพิเศษที่จะลิ้มลองอาหารตำรับชาววังเหล่านั้นมากไปกว่ารสชาติที่ได้รับ ดังที่ เปรม สอนสมุทร (2558) กล่าวว่า

“นอกเหนือไปจากคุณค่าทางสารอาหารที่ได้รับในอาหารแต่ละประเภทแล้ว การได้บริโภคที่สามารถสร้างความสุขทางจิตใจย่อมเป็นสิ่งเพิ่มเติมที่ทำให้การกินอาหารแต่ละครั้งนั้นมีความสุขมากกว่า การบริโภคเพื่อให้มีชีวิตอยู่เท่านั้น ทางหนึ่งก็คือการได้ลิ้มรสอาหารที่ได้รับการยอมรับว่ามีรสชาติเลิศกว่าปรกติ ใช้เครื่องปรุงที่เลือกสรรมาแล้วอย่างดีและรูปลักษณ์ของอาหารชวนให้อยากลิ้มลอง องค์ประกอบทั้งสามประการนั้นเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารแต่ละจาน อาหารชาววังหรือตำรับชาววังเป็นเครื่องรับประกันความโดดเด่นทั้งสามประการข้างต้นได้เป็นอย่างดี”

ดังนั้นการนำเสนอภาพการเรียนรู้และอาหารชาววังดังกล่าวยังเป็นการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมทั้งในรูปแบบที่แสดงให้เห็นว่าคนไทยมีความผูกพันกับเรื่องของการประกอบอาหารที่มีความหลากหลายและมีประวัติศาสตร์

สืบทอดและส่งต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งยังนำเสนอให้เห็นถึงอาหารไทยในรูปแบบของอาหารชาววังที่มีความพิเศษนอกเหนือจากรสชาติแล้วยังมีความเป็นศิลป์ วิจิตรงดงาม ผู้ที่ได้ชิมจะได้ทั้งอรรถรสด้านรสชาติและจิตใจ เหล่านี้ส่งเสริมภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารซึ่งเป็นหนึ่งในสิ่งที่นักท่องเที่ยวรู้สึกต้องการมาท่องเที่ยวและลิ้มลองอาหารที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานและวิจิตรสวยงาม มีความพิเศษอย่างอาหารชาววังอีกด้วย

1.3 วัตถุดิบประจำถิ่น วัตถุดิบถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการประกอบอาหารที่แม้ว่าจะอยู่ในประเทศเดียวกันแต่อาหารก็มีความแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค เนื่องจากอาหารที่นิยมรับประทานกันเฉพาะท้องถิ่น โดยอาศัยผักหรือเครื่องประกอบอาหารที่มีอยู่ในท้องถิ่น (สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์, 2563) โดยภาพยนตร์ชุดแดงก็มา และปลายจวักได้ปรากฏการนำเสนอวัตถุดิบท้องถิ่นไว้ด้วยเช่นกัน ดังตาราง

ตารางที่ 4: วัตถุดิบประจำถิ่น

แดงก็มา	ปลายจวัก
โสม มีการกล่าวถึง โสม ว่าเป็นวัตถุดิบที่ขึ้นชื่อของประเทศไทยที่พิเศษและมีคุณภาพกว่าที่อื่นทั้งในด้านการบริโภคและสรรพคุณทางยา และเป็นที่ยอมรับจากนานาประเทศ  ภาพที่ 5: การใช้โสมประกอบอาหาร ที่มา: อีบยองฮุน, 2548 ข้อจ้งกิม: “โสมช่วยฟื้นฟูกำลังโดยเฉพาะโสมของเราเป็นยาชั้นเลิศ เห็นผลรวดเร็วทันตาณะะ และที่สำคัญมันจะทำให้ยาตัวอื่นออกฤทธิ์เร็วขึ้นด้วย” “เพราะอย่างนี้ชาวต้าหมิง เขาว่าโสมของเราเป็นยาชั้นหนึ่งด้วย” (อีบยองฮุน, 2548)	วัตถุดิบแถบอุบลราชธานี (มณฑลอีสาน) ในตอนที่คุณกล้าและคุณเลิศไปปฏิบัติราชการที่อุบล มีการนำเสนอภาพของวัตถุดิบท้องถิ่นที่หลากหลาย และสามารถหาได้ตามป่า ผ่านจดหมายของพี่เลิศ  ภาพที่ 6: คุณทองคำลีสอนลูกสาวทำอาหาร ที่มา: วินัย ปฐมบุรณ์, 2562 “วันหนึ่งพรศรี กับ มณี ชวนพี่กับกล้าไปเก็บผักตามป่ามากิน หลังหน้าแล้งฝนเริ่มโปรยแบบนี้ แถวนี่มีผักแปลก ๆ ที่ไม่เคยเห็นหลายอย่าง ผักอีรอก ดอกอีต้อ ผักหวานป่า ดอกกระเจียว...รังมดแดง” (วินัย ปฐมบุรณ์, 2562)

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าทั้งภาพยนตร์ชุดแดงก็มา และปลายจวัก มีการนำเสนอภาพของวัตถุดิบท้องถิ่นที่โดดเด่นและหาได้จากภูมิประเทศของตน ดังในเรื่องแดงก็มา ที่มีการกล่าวถึงโสม ว่ามีสรรพคุณที่ดีเลิศและเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ ซึ่งปัจจุบันหากพูดถึงโสมแล้วก็ต้องนึกถึงประเทศเกาหลี อีกทั้งยังเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการทำอาหารเกาหลีหลากหลายเมนู รวมถึงเป็นยาบำรุงและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อีกมาก ซึ่งการนำเสนอภาพของโสมเกาหลีในเรื่องแดงก็มา ก็เป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารว่า โสมที่มีประวัติศาสตร์การใช้ยาวนานและดีที่สุดคือ โสมของเกาหลี นำเสนอความภาคภูมิใจและส่งเสริมเศรษฐกิจ มูลค่าของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ในขณะเดียวกัน ปลายจวัก มีการนำเสนอภาพลักษณ์วัฒนธรรมด้านวัตถุดิบที่หลากหลาย แสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของประเทศ อีกทั้งการนำเสนอภาพความหลากหลายในด้านวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารจากแหล่งต่าง ๆ

ทั้งจากแหล่งธรรมชาติที่แวดล้อม เช่น การเก็บของป่า การล่าสัตว์ การจับสัตว์น้ำ และจากการผลิตเองโดยมีกรรมวิธีทำที่เป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งรสชาติที่เฉพาะถิ่นแตกต่างกันไป เป็นเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ (สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์, 2563) จากข้างต้นทำให้การสื่อสารภาพวัฒนธรรมอาหารในด้านวัตถุดิบประจำชาติและความอุดมสมบูรณ์หลากหลาย ทำให้เห็นว่าประเทศเหล่านั้นเป็นคลังความรู้ เชี่ยวชาญด้านอาหาร แสดงความเป็นครัวโลก เพราะสามารถนำวัตถุดิบที่มีอย่างหลากหลายมาสร้างสรรค์ผ่านภูมิปัญญากลายเป็นอาหารหลากหลายให้เลือกสรร

1.4 ความพิถีพิถันในการประกอบอาหาร

ความพิถีพิถันในเรื่องของการประกอบอาหาร ถือเป็นภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารอย่างหนึ่งที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดทั้งสองเรื่อง โดยความพิถีพิถันเหล่านี้ ทำให้อาหารมีคุณภาพที่ดี อีกทั้งยังสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ที่รับประทานว่าจะได้รับประทานสิ่งที่ดีที่สุดในเกิดจากความใส่ใจ ตั้งใจของผู้ประกอบอาหาร ดังตาราง

ตารางที่ 5: ความพิถีพิถันในการประกอบอาหาร

แดจังกึม	ปลายจวัก
ดินพุงยง ปรากฏในตอนโซจังกึมเป็นตัวแทนฮันชังกุง แข่งขันอาหารเพื่อชิงตำแหน่งชังกุงห้องเครื่อง โดยโซจังกึม ได้แสดงให้เห็นถึงความพิถีพิถันในการอบไก่ โดยใช้เทคนิคชุดดินพุงยง นำมาทาตัวไก่เพื่อลดกลิ่นสาบและทำให้มีรสชาติที่ดีก่อนจะนำไปอบ ดังความว่า “คิดว่าคงมาจากดินพุงยงเพคะ ดินพุงยงคือดินสีเหลืองที่ถูกความร้อนของเตาส่งสมมานาน ถ้าเราชุดดินที่อยู่ใต้เตาเผาานานกว่า 10 ปี ขึ้นไปจะพบดินที่เนียนละเอียดทาบนิ้วแล้วนำไปอบจะได้รสดีเพคะ” “อ้อ ถึงกับใช้ดินเป็นส่วนผสมนับว่าน่าทึ่งจริง ๆ เลย ไม่มีกลิ่นสาบของไก่แต่ได้ความนุ่มจากเนื้อเต็ม ๆ ”  (อึบยองฮุน, 2548) ภาพที่ 7: อาหารที่ใช้ดินพุงยงในการทำ ที่มา: อึบยองฮุน, 2548	ทอดปลาทอดอย่างคนเมืองเพชร คุณกรุ่นได้สอนวาดและอ่อนทอดปลาทอดอย่างไรให้อร่อย ไม่มีกลิ่นคาว และมีกลิ่นหอม ซึ่งต้องอาศัยความพิถีพิถันเป็นอย่างมาก ดังความว่า “ต้องทอดอย่างระวังไม่ใช่ไฟแก่ ไม่ทิ้งไว้นานจนหนังปลาเหลืองเข้มเกินไปหรือกลายเป็นสีน้ำตาลหรือไหม้ แต่จะต้องทอดจนหนังปลากกรอบอย่างอ่อน ๆ เนื้อปลายังนุ่มชุ่มฉ่ำ ไขมันธรรมชาติของปลายังคงอยู่...สีของปลาเมื่อทอดเสร็จแล้วยังคงมีสีคล้ายตอนก่อนนำไปทอด เช่นเดียวกับวิธีการทอดของคนเมืองเพชรที่ชาวบ้านเรียกว่า ทอดปลาเป็น...เมื่อทอดจนเหลืองกรอบแล้วค่อยกลับปลาอีกด้านขึ้นมา ถ้าระหว่างนี้รู้สึกว่าจะติดกระทะ ให้ยกกระทะขึ้นมาจากเตา ปลาจะลอยตัวขึ้นมาไม่ติดกระทะ หนังปลาก็ยังสวยอยู่”  (วินัย ปฐมบูรณ์, 2562) ภาพที่ 8: วิธีการทอดปลาทอดอย่างคนเมืองเพชร ที่มา: วินัย ปฐมบูรณ์, 2562

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าทั้งสองเรื่องมีการนำเสนอให้เห็นถึงความพิถีพิถันในการทำอาหาร ซึ่งถือเป็นภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารในรูปแบบหนึ่งที่ถูกส่งผ่านภาพยนตร์ชุดถึงผู้ชม ส่งผลให้ผู้ชมมีอารมณ์ร่วมไปกับภาพความพิถีพิถันดังกล่าว เสริมภาพจำให้ผู้ชมเห็น เชื่อ และมั่นใจว่าอาหารของชาติดังกล่าวเป็นอาหารที่ดีมีคุณภาพเพราะเกิดจากการประกอบอาหารอย่างพิถีพิถันและใส่ใจ เพื่อให้ผู้รับประทานได้รับประทานอาหารที่ดีที่สุด

1.5 วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร

การรับประทานอาหารของแต่ละชาติจะมีรูปแบบที่ต่างกันไปในด้านของวัฒนธรรมในการปฏิบัติ โดยวัฒนธรรมดังกล่าวนั้นเป็นการสื่อให้เห็นถึงค่านิยมหรือเรื่องของวัฒนธรรมอาหาร ดังเช่นในประเทศไทยที่มีคำกล่าวที่ว่า “กินขาว ไม่กินหวาน สันดานไพร่” ก็เป็นการแสดงออกถึงวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของไทย หากจะให้การรับประทานอาหารนั้นครบถ้วนสมบูรณ์ จะต้องรับประทานของหวานต่อจากของขาว หรือการที่มีเครื่องเคียงหลากหลายประกอบการรับประทาน การที่แต่ละมื้อมีอาหารที่รับประทานแล้วตัดรสกัน วิธีการที่ถูกต้องเฉพาะในการรับประทานอาหารแต่ละประเภท เป็นต้น ทั้งภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ ของประเทศเกาหลี และเรื่องปลายจวักของประเทศไทย มีการนำเสนอภาพของวัฒนธรรมในการรับประทานอาหารไว้ด้วย ดังนี้

ภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ ได้นำเสนอภาพวัฒนธรรมการรับประทานอาหารในหลากหลายตอนโดยทุกครั้งที่มีการตั้งโต๊ะเสวยหรือภาพของการรับประทานอาหาร ก็จะได้เห็นได้ว่าจะมีอาหารเคียง ผักดอง ผักเคียง เพื่อตัดรสหรือเสริมรสชาติให้กับจานอาหารอยู่เสมอ อีกทั้งเมื่อรับประทานของขาวเสร็จ ก็จะมีการรับประทานของหวานตาม ดังในตอนที ซอจังกึมเป็นตัวแทนของฮันซังกุงที่เกิดเหตุสุดวิสัยไม่สามารถแข่งขันได้ การแข่งขันดังกล่าวก็จะเริ่มต้นด้วยอาหารขาว และปิดท้ายการแข่งขันด้วยการประชันของหวาน จึงตัดสินใจนำโสมสีแสดที่แซ่ซังกุงนำมาทำเป็นของหวาน เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมในการรับประทานอาหารที่เป็นขั้นตอนและมีระบบอย่างชัดเจน อีกทั้งยังแสดงให้เห็นความโดดเด่นและความสำคัญอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวเกาหลีที่นานาประเทศรู้จักในการมีผักเคียงและผักดองที่หลากหลาย จนเกิดเป็นกิมจิที่แพร่หลายในปัจจุบัน

ส่วนในเรื่องปลายจวัก ปรากฏวัฒนธรรมการรับประทานข้าวแช่ เป็นตอนที่วาดหาซื้อน้ำมันหอมดอกกล้วยไม้ ขี้ผึ้ง และใส่เทียนเพื่อนำไปทำเทียนอบ เอาไปใช้กับข้าวแช่ ทางด้านสินก็จัดหาโหงวบี๊จี้ ผลไม้ 5 รส มีสรรพคุณบรรเทาโรคซึมเศร้ามาให้เพื่อน เมื่อกำลังจะรับประทานข้าวแช่กันนั้น นายสินรับประทานไม่ถูกวิธีจึงถูกวาดปรามไว้และสอนวิธีที่ถูกต้องในการรับประทานข้าวแช่ วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร ในด้านวิธีรับประทานข้าวแช่ที่ถูกต้องดังกล่าวมีขึ้นเพื่อให้ได้รับประทานข้าวแช่ได้รสชาติอร่อยและดีที่สุด ดังความว่า

“นายสินหยุด! ใครเขาพากินข้าวแช่แบบนี้กันแล้ว ซ่อนเขาใช้ตักข้าวแช่ ส่วนกับเขาใช้มือหยิบกิน แล้วห้ามตักกับใส่ลงไปถ้วยข้าว แบบเดียวกับที่กินข้าวต้ม มันจะล่อยฟอง ทำให้น้ำที่อบรำกลืนหอมดอกไม้มาเสียหมด”

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าภาพยนตร์ชุดทั้งสองเรื่องมีการนำเสนอภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารในด้านการรับประทานอาหาร ทั้งในด้านการรับประทานแต่ละมื้อที่ต้องประกอบด้วยเครื่องเคียงและอาหารที่หลากหลาย รวมไปถึงวิธีการรับประทานอาหารที่ถูกต้อง อย่างวิธีการรับประทานข้าวแช่ที่ถูกต้อง ก็ล้วนแล้วแต่เป็นวัฒนธรรมที่แสดงถึงการให้ความสำคัญกับอาหารการกิน เพื่อให้แต่ละมื้อเป็นมื้อที่ดีและครบถ้วนที่สุด ด้วยเหตุนี้ภาพลักษณ์ของวัฒนธรรมอาหารในด้านการรับประทานอาหาร ภาพที่ถูกนำเสนอผ่านภาพยนตร์ชุดทั้งสองเป็นวัฒนธรรมการกินที่พิเศษ และเป็นขั้นสูงกว่าปกติทั่วไป จึงสะท้อนให้เห็นว่าอาหารของทั้งสองชาติมีวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับอาหารมากกว่าการกินเพื่อให้อิ่มท้อง แต่เป็นการกินที่เต็มไปด้วยความใส่ใจ นอกจากรสชาติของอาหารที่เป็นสิ่งดึงดูดใจผู้ชมให้มาท่องเที่ยวลิ้มลองอาหารท้องถิ่นเหล่านั้นแล้ว การบริการอาหารเป็นชุดอย่างหลากหลาย มีเครื่องเคียง มีผักดองที่โดดเด่นทั้งตัดรสและเสริมรสชาติให้เข้ากัน รวมถึงอาหารที่มีแนวปฏิบัติในการรับประทานเพื่อตักเอารสชาติที่ดีที่สุดออกมา เป็นสิ่งที่ถูกนำมาใช้ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาลองลิ้มชิมรส และในขณะเดียวกันก็กระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะลองสัมผัสความพิเศษหรือวัฒนธรรมการกินที่เหนือกว่าภาคครัวเรือนทั่วไป ทำตามวัฒนธรรมนั้น ๆ ที่ได้ไปเที่ยวอย่างถูกต้องแท้จริง วัฒนธรรมการรับประทานอาหารจึงนับเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง เฉกเช่นเดียวกับวิถี การชงชาของญี่ปุ่น

1.6 อาหารเป็นยา

ภาพของวัฒนธรรมอาหาร ในลักษณะของอาหารเป็นยา ที่ถูกนำเสนอผ่านภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ และ ปลายจวักนั้น ล้วนแล้วแต่เป็นอาหารที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร มีฤทธิ์เป็นยาบำรุงร่างกายและรักษาโรค กับทั้ง มีการกล่าวถึงประโยชน์สรรพคุณทางโภชนาการของอาหารเหล่านั้นอยู่เสมอ โดย อนุชสรา เรืองมาก (2565) ได้ศึกษา สมุนไพรใน “แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง” พบว่า “นอกจากสมุนไพรใช้รักษาโรคแล้ว ยังใช้ประโยชน์เป็นอาหาร ใช้เตรียมเป็นเครื่องต้ม อาหารเสริม” เช่นเดียวกับอาหารไทยเพราะนอกจากรสชาติที่หลากหลายถูกปากคนต่างชาติ ต่าง ๆ แล้ว ยังมีคุณค่าทางโภชนาการ และจุดเด่นในการเป็นยารักษาโรคด้วย วัฒนธรรมในการกินอาหารพื้นเมืองของ ไทยนั้น ทำให้คนไทยมีสุขภาพที่แข็งแรงปราศจากโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ (สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์, 2563) ด้วยจุดเด่นนี้ของอาหารเกาหลีและไทย ภาพวัฒนธรรมอาหารในลักษณะอาหารเป็นยาจึงถูกสื่อสารนำเสนอผ่านทาง ภาพยนตร์ชุดทั้งสองเรื่อง

ในภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ ปรากฏผัดกอดที่ใช้บ๊วยสดในการหมัก ตอนที่กล่าวถึงสรรพคุณของบ๊วยสด เนื่องจากการเป็นการแข่งขันทำอาหารเพื่อชิงตำแหน่งซังกุงสูงสุดในห้องเครื่อง พระพันปีจึงให้โจทย์ในการทำอาหารจาก ของเหลือทิ้งที่ประชาชนไม่รับประทานกัน อันซังกุงจึงเลือกใช้บ๊วยสดที่ชาวบ้านใช้หมักเหล้าอย่างเดียว หากเหลือก็จะ ทิ้ง แต่ในบ๊วยสดที่นำมาประกอบอาหารกลับมีสรรพคุณทางยาที่ดีเลิศตามตำราแพทย์ ความว่า

“เราใช้บ๊วยสดหมักแทนพะเค...กล่าวกันว่าบ๊วยมีประโยชน์ต่อกระเพาะและตับ ตำราแพทย์เขียน ว่าบ๊วยสามารถถอนพิษได้ 3 ชนิดพะเค ถอนพิษจากน้ำ พิษในโลหิต และพิษจากอาหาร อีกอย่างหนึ่งกับ คนที่เบื่ออาหาร หรือไม่กล้าที่จะกินของดิบ ทำให้ร่างกายเกิดอาการแพ้อาย ๆ ก็จะช่วยปรับสมดุล อีกทั้ง ยังเป็นสมุนไพรที่ดีอีกต่างหากพะเค” (อึบยองฮุน, 2548)

นอกจากนี้ยังปรากฏน้ำแกงแปดรสเป็นตอนที่อันซังกุงทำน้ำแกงแปดรส เป็นเครื่องเสวยถวายพระราชินี โดย มีวัตถุดิบเป็นหญ้าตงซุง ที่มีสรรพคุณทางยารักษาฝีที่พระราชินีทรงเป็นอยู่ ทำให้เห็นถึงลักษณะของอาหารเป็นยาใน การใช้วัตถุดิบที่มีสรรพคุณทางยา พลิกแพลงผ่านภูมิปัญญา ทำอาหารเป็นยาที่เลิศรสและดีต่อสุขภาพ ความว่า

“ไม่เพียงรสดีเท่านั้น ได้ยินว่าหมูนี้น้ำฝ่ำบาททรงมีฝีขึ้น หม่อมฉันจึงตั้งใจมาถวาย...หญ้าตงซุง ไม่เพียงช่วยละลายเสมหะ ยังมีสรรพคุณทางยาด้วยพะเค”

“อ้อ อย่างนั้นทรงงั้นข้าต้องกินบ๊วย ๆ ชะแล้วสิ เพราะปกติ ถึงกินยาในปากก็มีฝีขึ้นอยู่เรื่อย”

(อึบยองฮุน, 2548)

ส่วนในเรื่องปลายจวักปรากฏชาติบัว ตอนที่คุณพระฉุนเฉียวเมื่อทราบผลการตัดสินคดีพระยอดเมืองขวาง หงุดหงิดอาละวาดด่าทอกล้า กล้าและทองสำลีจึงทำน้ำดื่มสมุนไพรจากบัวให้คุณพระ และเมื่อเหลือก็ทำเป็นยา ลูกกลอนไว้เช่นกัน ซึ่งชาติบัว มีสรรพคุณในการบำรุงหัวใจ แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ทำอาหารจำเป็นต้องมีความรู้ด้านสมุนไพร และชี้ให้เห็นว่าวัตถุดิบที่ใช้ในการทำยานั้นก็เป็นวัตถุดิบที่มีอยู่และใช้ในการประกอบอาหารไทยเช่นเดียวกัน ผู้รับประทานจึงได้ทั้งรสชาติและสุขภาพที่ดี สมคำว่า “อาหารเป็นยา” ความว่า

“คุณแม่ทองสำลีทำดีบัวเป็นยาลูกกลอนหรือขอรบ ดีบัวมีรสขมชงชาให้คุณพระ บางทีก็บ่นว่า กินยาก ก็เลยเอามาปั่นกับน้ำผึ้งทำเป็นยาลูกกลอนจะได้ทานง่ายหน่อย กินทีละ 3 – 4 เม็ดก็พอค่ะ บำรุง หัวใจดีนัก บำรุงปอดและตับด้วยนะคุณกล้า” (วินัย ปฐมบุรณ์, 2562)

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า มีการนำเสนอภาพของอาหารที่ดีต่อสุขภาพซึ่งเกิดจากการเลือกผักและสมุนไพร นานาชนิดที่มีสรรพคุณทางยาทั้งในด้านการรักษาโรคและการบำรุงร่างกาย ที่นอกจากจะสะท้อนให้เห็นความรู้ ความสามารถของผู้ประกอบอาหารยังสะท้อนให้เห็นว่าอาหารของชาติดังกล่าวดูดีไปด้วยวัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพซึ่งใน ปัจจุบันผู้คนให้ความสนใจและใส่ใจในเรื่องของสุขภาพรวมถึงอาหารการกินที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น ปัจจัยในการเลือก และความนิยมอาหารจึงมาจากคุณสมบัติด้านสุขภาพด้วย สอดคล้องกับ เกศศิณี ตระกูลทิวกกร (2557) ที่ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเหนือโดยใช้ภาพลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ซึ่งพบว่าอาหารไทยเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากประชากรติดอันดับหนึ่งในห้าของโลก หนึ่งในปัจจัยที่ได้รับความนิยมนอกจากรสชาติของอาหารแล้วก็คือ

ประโยชน์ต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ มีความสมดุลของสารอาหาร ด้วยปัจจัยความนิยมดังกล่าวการที่อาหารของเกาหลีและไทยมีจุดเด่นในด้านการใช้สมุนไพรและวัตถุดิบที่มีสรรพคุณดีต่อสุขภาพ จึงได้ถูกเลือกมาใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารผ่านภาพยนตร์ชุด นับเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้ชม กระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารอีกแนวทางหนึ่ง สำหรับผู้ที่รักสุขภาพและต้องการอาหารเพื่อสุขภาพอย่างอาหารไทยและเกาหลี

รูปแบบการใช้ตัวละครหญิงในการนำเสนอสารัตถะด้านวัฒนธรรมอาหารในภาพยนตร์ชุด “แดจังกึม” และ “ปลายจวัก”

การศึกษารูปแบบการใช้ตัวละครหญิงนำเสนอสารัตถะด้านวัฒนธรรมอาหารในภาพยนตร์ชุด “แดจังกึม” และ “ปลายจวัก” ผู้เขียนศึกษาเฉพาะตัวละครเอกหญิง โดยภาพยนตร์ชุด “แดจังกึม” จะใช้ตัวละคร “ซอจังกึม” เป็นตัวละครเอกหญิงที่ถ่ายทอดเรื่องราวชีวิตของหญิงสาวสามัญชนผู้มีความมุ่งมั่นและใฝ่เรียนรู้ เธอเริ่มต้นจากการเป็นนางในฝึกหัดในห้องเครื่องหลวง เรียนรู้การปรุงอาหารด้วยความตั้งใจ จนสามารถขึ้นสู่ตำแหน่งซังกุง (หัวหน้านางในห้องเครื่อง) และต่อมากลายเป็นแพทย์หญิงหลวงในราชสำนักโชซอน ส่วนภาพยนตร์ชุด “ปลายจวัก” ใช้ตัวละคร “อ่อน” และ “วาด” บุตรสาวของคุณหลวงชลธารพฤตไกร เป็นพี่น้องต่างมารดา ทั้งคู่มีบทบาทสำคัญในฐานะตัวแทนหญิงสาวที่เรียนรู้วัฒนธรรมอาหารไทย และเติบโตขึ้นผ่านประสบการณ์ชีวิตและการทำอาหาร เนื่องจากเป็นตัวละครเอกที่ทำหน้าที่ดำเนินเรื่องและมีพัฒนาการร่วมกันตลอดทั้งเรื่อง จึงนำตัวละคร ทั้งคู่มาใช้ศึกษา จากการศึกษา พบ 4 ลักษณะ คือ 1) การดำเนินเรื่องผ่านตัวละครหญิงโดยใช้ช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์ 2) ภูมิหลังครอบครัวของตัวละคร 3) บุคลิกภาพของตัวละคร และ 4) พัฒนาการของตัวละคร ดังนี้

1. การดำเนินเรื่องผ่านตัวละครหญิงโดยใช้ช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์

ภาพยนตร์ชุด “แดจังกึม” และ “ปลายจวัก” มีการดำเนินเรื่องผ่านวิถีตัวละครโดยใช้ช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของชาติ โดยภาพยนตร์ชุดแดจังกึม สร้างจากเรื่องจริงโดยยึดประวัติศาสตร์เกาหลีในสมัยราชวงศ์โชซอน รัชสมัยพระเจ้าจุงจง ประมาณราว ค.ศ. 1506-1544 ส่วนภาพยนตร์ชุดปลายจวักเป็นเรื่องที่สมมุติโดยอิงจากประวัติศาสตร์รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ประมาณราว พ.ศ. 2418 ซึ่งมีการระบุไว้ในเรื่อง จากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังตาราง

ตารางที่ 6: เปรียบเทียบการดำเนินเรื่องผ่านตัวละครหญิงโดยใช้ช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์

แดจังกึม	ปลายจวัก
ภาพยนตร์ชุดแดจังกึมสร้างจากเรื่องจริงของประวัติศาสตร์เกาหลีในสมัยราชวงศ์โชซอน รัชสมัยพระเจ้าจุงจง ภาพยนตร์ชุดแดจังกึมนำเสนอเรื่องราวผู้หญิงคนหนึ่งชื่อซอจังกึม เธอมีโอกาสได้เป็นนางในห้องเครื่อง ได้เรียนรู้วิธีการทำอาหาร ต่อมาเธอเรียนแพทย์ และกลายเป็นแพทย์หญิงคนแรกของราชวงศ์โชซอน	ภาพยนตร์ชุดปลายจวักเป็นเรื่องสมมุติที่นำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารไทยผ่านตัวละครและอิงจากช่วงเวลาในประวัติศาสตร์รัชสมัยรัชกาลที่ 5 มีการอ้างอิงถึงเหตุการณ์จริงและบุคคลในประวัติศาสตร์โดยอ้างถึงครอบครัวของคุณหลวงชลธารพฤตไกร ว่าเป็นครอบครัวที่ใส่ใจและพิถีพิถันเรื่องอาหาร ตัวละครเอกชื่ออ่อนและวาด เป็นบุตรสาวต่างมารดาของคุณหลวงชลธารพฤตไกร อ่อนและวาดมีโอกาสเข้าไปในวังเรียนรู้และฝึกฝนการทำอาหารในวังและผ่านเหตุการณ์สำคัญของประเทศ

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่า ทั้งภาพยนตร์ชุดแดจังกึม และปลายจวัก นำเสนอเรื่องราวที่แสดงให้เห็นถึงรากเหง้าและต้นกำเนิดของทั้งสองชาติ โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหารที่มีมาอย่างยาวนานและสิ่งสำคัญคือการใช้ตัวละคร

หญิงดำเนินเรื่องเพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงในสังคมเกาหลีและไทยเป็นตัวแทนของ “พื้นที่ในครัวเรือน” ที่พิถีพิถันและมีบทบาทในการหล่อเลี้ยงผู้คน อย่างไรก็ตาม ความโดดเด่นของการใช้ตัวละครหญิงนำเสนอของทั้งสองเรื่องนี้คือไม่ได้แสดงถึงการกดขี่ผู้หญิง แต่แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของผู้หญิงที่ผู้ชายไม่สามารถแทนที่ได้

อย่างไรก็ตาม แม้แต่จังกึมฯ จะเป็นเรื่องจริงในประวัติศาสตร์ แต่ก็มีบางส่วนที่ผู้สร้างได้ปรับเปลี่ยนไป ดังที่อนุชรา เรืองมาก (2565) กล่าวว่า “บันทึกประวัติศาสตร์โซซอน มีการกล่าวถึงแดจังกึมในฐานะหมอหญิง โดยไม่ได้กล่าวถึงเธอในฐานะนางในห้องเครื่อง เนื้อหาส่วนที่เกี่ยวข้องกับห้องเครื่องจึงเป็นเรื่องที่เสริมขึ้นใหม่ให้มีความน่าสนใจ” ทั้งนี้นอกจากจะเสริมให้เนื้อเรื่องของภาพยนตร์ชุดมีความน่าสนใจแล้ว ผู้เขียนจึงใจต้องการนำเสนอภาพลักษณ์ของวัฒนธรรมอาหารเกาหลีให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

ภาพยนตร์ชุด “แดจังกึมฯ” และ “ปลายจวัก” ต่างดำเนินเรื่องผ่านตัวละครหญิงในบริบททางประวัติศาสตร์ที่สะท้อนบทบาทและพัฒนาการของผู้หญิงซึ่งเป็นตัวแทนของการนำเสนอภาพวัฒนธรรมอาหาร โดย “แดจังกึม” อิงจากบุคคลจริงในราชวงศ์โซซอน แสดงให้เห็นถึงการก้าวข้ามข้อจำกัดของสตรีในยุคนั้นผ่านการฝึกฝน การเรียนรู้กระทั่งเป็นซังกุงสูงสุดในห้องเครื่องและยกระดับตนเองจนกลายเป็นแพทย์หญิงหลวง ขณะที่ “ปลายจวัก” สะท้อนชีวิตสตรีในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านของสังคมไทยที่เปิดรับความรู้ใหม่ และเป็นยุคที่บ้านเมืองมีความศิวิไลซ์ โดยเน้นการฝึกฝนวัฒนธรรมอาหารทั้งในบ้านและในวัง รวมถึงบทบาทของหญิงสาวในการส่งต่อองค์ความรู้ด้านอาหาร ทั้งสองเรื่องจึงแสดงให้เห็นว่า การดำเนินเรื่องผ่านตัวละครหญิงโดยใช้ช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์ เอื้อต่อการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหาร เนื่องด้วยในความรู้ของคนที่ทั่วไปครัวคือพื้นที่ของผู้หญิง ส่งผลต่อการแสดงบทบาทหรือสื่อสารวัฒนธรรมการทำอาหารได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกันการวางตัวละครหญิงไว้ในบริบทของประวัติศาสตร์ จึงช่วยสร้างความสมจริงของเรื่อง เป็นเสมือนสื่อสารคติที่ให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์ และเปิดโอกาสให้การสื่อสารวัฒนธรรมอาหารสะท้อนถึง “รากเหง้า” และ “อัตลักษณ์” ของชาติพันธุ์ได้อย่างเด่นชัด

2. ภูมิหลังครอบครัวของตัวละคร

ภูมิหลังครอบครัวของตัวละคร คือ ประวัติและประสบการณ์ของตัวละครเอกที่ได้เติบโตภายใต้สภาพแวดล้อมของครอบครัว ซึ่งในภาพยนตร์ชุด “แดจังกึมฯ” และ “ปลายจวัก” สะท้อนให้เห็นบทบาทของครอบครัวที่มีต่อวิถีของตัวละครเอกในเรื่อง ดังตาราง

ตารางที่ 7: เปรียบเทียบภูมิหลังครอบครัวของตัวละคร

แดจังกึม	ปลายจวัก
ภูมิหลังครอบครัวของจังกึม คือ แม่ของเธอเป็นอดีตนางในห้องเครื่องซึ่งหนีออกจากพระราชวังเพราะถูกใส่ความและได้แต่งงานกับพ่อของเธอซึ่งเป็นอดีตทหาร ในวัยเด็ก จอจังกึมได้รับการบ่มเพาะเรื่องการทำอาหารจากแม่ ต่อมาพ่อของจังกึมถูกจับกุมและแม่ของเธอถูกลอบสังหารทำให้จังกึมเป็นเด็กกำพร้าและต่อมาได้สมัครเป็นนางกำนัลฝึกหัดในวังหลวงตามความปรารถนาของแม่ ดังนั้นเธอจึงเรียนรู้ที่จะทำอาหารในวัง	อ่อนและวาดเป็นน้องสาวต่างมารดา บิดาของเธอคือคุณหลวงชลธารพดุมไกรภร คุณชาย มารดาของอ่อน เป็นนางข้าหลวงในห้องเครื่อง เมื่อเธอเกิดมาแม่เสียชีวิต จึงกำพร้าและอยู่ในความดูแลของคุณทองสำลีผู้เป็นแม่เลี้ยง คุณทองสำลีมีลูกสาวชื่อวาด ทั้งอ่อนและวาดได้รับการอบรม สั่งสอน และฝึกฝนความสามารถในการทำอาหาร เมื่อเติบโตขึ้นจึงได้มีโอกาสเข้าวังและเรียนรู้ ฝึกทำอาหารในห้องเครื่อง

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่า ทั้งภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ และปลายจวัก มีลักษณะร่วมกันคือครอบครัวมีบทบาทสำคัญในการปลูกฝังความรู้เรื่องอาหาร ทั้งสองเรื่องตัวละครเอกมีแม่เป็นนางข้าหลวงที่เชี่ยวชาญด้านอาหาร แม้ว่าในเรื่องปลายจวัก ตัวละคร “อ่อน” จะไม่ได้อยู่กับแม่ แต่ได้รับการสอนทำอาหารจากคุณทองสำลี ผู้เป็นแม่เลี้ยง รวมถึงยายปัด คนรับใช้ใกล้ชิดของคุณชาย ที่ถ่ายทอดสูตรอาหารของคุณชายให้อ่อนฟังอยู่เสมอ เหล่านี้แสดงให้เห็นภาพครอบครัวที่ให้ความสำคัญกับการทำอาหารเป็นอย่างมาก ทั้งจังกึมและอ่อนถือว่ากำพร้ามาตั้งแต่เด็ก และ

ตัวละครเอกทั้งสองเรื่องมีแม่เป็นแบบอย่างและเป็นแรงบันดาลใจในการทำอาหารทำให้ตัวละครเอกตื่นรู้และมีความทะเยอทะยานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ การเป็นนางในห้องเครื่อง

ภูมิหลังของตัวละครในภาพยนตร์ชุดทั้งสองเรื่อง ช่วยนำเสนอสาระัตถะด้านวัฒนธรรมอาหารของชาติพันธุ์ ทำให้เห็นว่า ครอบครัวมีความสำคัญในฐานะรากฐานองค์ความรู้ ทัศนคติ และแรงบันดาลใจที่ฝังอยู่ในตัวละครหญิง และวัฒนธรรมอาหารของแต่ละชาติเกิดจากสายสัมพันธ์ในครอบครัวและการถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น

3. บุคลิกภาพของตัวละคร

บุคลิกภาพ เป็นแบบแผนของพฤติกรรมของบุคคล เป็นผลรวมของลักษณะภายนอก คือสิ่งที่มองเห็นได้ เช่น รูปร่างหน้าตา ท่าทาง การพูด ซึ่งมีลักษณะที่ไม่เหมือนใคร และลักษณะภายในของบุคคล เช่น ลักษณะนิสัย อารมณ์ ค่านิยม ความคิด สติปัญญาความสามารถ เป็นต้น ทำให้บุคคลนั้นมีลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งทำให้แตกต่างจากบุคคลอื่น (ถวิล ธาราโกชน, 2543, น. 124 - 126) เช่นเดียวกับบุคลิกภาพของตัวละครในภาพยนตร์ชุด ทั้งสองเรื่องที่ลักษณะนิสัย ความคิด อารมณ์ พฤติกรรม อุปนิสัย รวมถึงทักษะความสามารถที่ตัวละครเอกแสดงออกมา ทำให้ตัวละครมีลักษณะที่โดดเด่นกว่าตัวละครอื่น ๆ และเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยนำเสนอสาระัตถะของเรื่อง พบดังตาราง

ตารางที่ 8: เปรียบเทียบบุคลิกภาพของตัวละคร

แดจังกึม	ปลายจวัก
ขอจังกึม มีบุคลิกภาพ ดังนี้ 1. ความใฝ่รู้ 2. ความสามารถและมีไหวพริบในการทำอาหารที่โดดเด่น 3. ความอดทนและความเพียร 4. ชอบทดลอง 5. ความสามารถสร้างนวัตกรรมและสร้างสรรค์เมนูใหม่ 6. ความจำดี 7. มีศิลปะการพูด 8. ความสามารถในการแก้ปัญหา 9. ประสาทสัมผัสในการปรุงอาหาร 10. ความพิถีพิถัน	อ่อนและวาดเป็นตัวละครเอกที่มีบุคลิกภาพและพัฒนาการร่วมกัน ดังนี้ อ่อน: 1. ความใฝ่รู้ 2. ความอดทนและความเพียร 3. ความพิถีพิถัน 4. พรสวรรค์ในการทำอาหาร 5. ไหวพริบในการทำอาหารที่โดดเด่น 6. ความจำดี วาด: 1. พรสวรรค์ในการประกอบอาหาร 2. ความคิดสร้างสรรค์ 3. ชอบทดลองและเรียนรู้สิ่งใหม่ 4. มีศิลปะการพูด 5. ความจำดี

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า ตัวละครเอกทั้งสองเรื่องมีบุคลิกภาพเหมือนกันคือความใฝ่รู้ มีความอดทนและความเพียร มีพรสวรรค์และมีไหวพริบในการทำอาหารที่โดดเด่น การมีนิสัยในการทดลองและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จะเห็นได้ว่าเหล่านี้เป็นลักษณะสำคัญของการเป็นนางในห้องเครื่อง ทั้งภาพยนตร์ชุดแดจังกึม และปลายจวักมีลักษณะร่วมกันและลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ตัวละคร “วาด” และ “อ่อน” เป็นตัวละครเอกร่วมที่พัฒนาไปพร้อม ๆ กัน ส่วนขอจังกึม ในเรื่องแดจังกึมมีลักษณะที่สมบูรณ์และโดดเด่นในตัวละครเอกตัวเดียว ซึ่งคุณสมบัติบางประการยังเอื้อต่อการพัฒนาตัวละครให้กลายเป็นแพทย์ประจำราชวงศ์ด้วย

บุคลิกภาพของตัวละครมีความจำเป็นต่อคุณสมบัติที่ส่งผลต่อความเชี่ยวชาญด้านการทำอาหาร โดยเฉพาะการสร้างตัวละครในภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหาร ซึ่งทำให้ตัวละครสามารถสื่อสารหรือถ่ายทอดกรรมวิธีการทำอาหารที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ สะท้อนภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของแต่ละชาติออกมาได้อย่างเด่นชัดและสมจริง

4. พัฒนาการของตัวละคร

พัฒนาการของตัวละคร เป็นการศึกษาวิเคราะห์ตัวละครตั้งแต่ต้นจนจบโดยมีความสัมพันธ์กับโครงเรื่องเป็นหลัก ในภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ และปลายจวักมีลักษณะร่วมกันบางประการ ในการที่ตัวละครได้เรียนรู้และพัฒนาตนเอง ซึ่งเป็นลักษณะที่สอดคล้องกับพัฒนาการแบบ Positive Change Arc หรือพัฒนาการในแง่บวก ตามการแบ่งประเภทของพัฒนาการตัวละครของ Weiland (2016) จากการศึกษาภาพยนตร์ชุด “แดจังกึมฯ” และ “ปลายจวัก” ผู้ศึกษานำเสนอพัฒนาการของตัวละครเอกเป็น 3 ช่วงวัย ประกอบด้วย วัยเด็ก วัยรุ่น และวัยผู้ใหญ่ ดังตาราง

ตารางที่ 9: เปรียบเทียบพัฒนาการของตัวละคร

แดจังกึม	ปลายจวัก
วัยเด็ก: ซอจังกึมเรียนรู้การทำอาหารจากแม่ เมื่อแม่เสียชีวิต เธอจึงมีโอกาสนับเป็นนางกำนัลฝึกหัด หลังจากผ่านการคัดเลือกจึงได้เรียนรู้ที่จะทำอาหารในวัง โดยมีฮันซังกงคอยดูแลและสอนการทำอาหาร วัยรุ่น: ซอจังกึมได้ฝึกทำอาหาร การคัดสรรวัตถุดิบจนเริ่มมีความเชี่ยวชาญ แสดงให้เห็นถึงความสามารถที่โดดเด่นในด้านต่าง ๆ รวมถึงการเผชิญหน้ากับปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งดีและร้าย วัยผู้ใหญ่: ชีวิตของตัวละครซอจังกึมพลิกผัน ทำให้มีโอกาสในการเรียนศาสตร์ด้านการแพทย์และกลายเป็นหมอลหลวงของพระเจ้าจุงจง ต่อมาซอจังกึมแต่งงานกับมินจุนโฮและมีบุตรสาวด้วยกัน ชื่อซุฮอน ซึ่งได้รับการปลูกฝังให้มีคุณสมบัติเช่นเดียวกับซอจังกึม ดังคำพูดของซุฮอนที่ว่า “ข้าอยากเป็นท่านแม่ อยากสวยเหมือนท่านแม่ อยากทำอาหารเก่งเหมือนท่านแม่ อยากรักษาคคนเหมือนท่านแม่”	วัยเด็ก: อ่อนกำพร้าแม่ตั้งแต่กำเนิด เธอจึงอยู่ภายใต้การดูแลของคุณทองสำลีผู้เป็นแม่เลี้ยงและได้รับการบ่มเพาะ อบรมการทำอาหารจากคุณทองสำลีร่วมกับवाद นอกจากนี้เธอยังได้เรียนรู้การทำอาหารจากยายพัด คนรับใช้ของแม่ซ้อยและเรียนรู้การทำอาหารจาก “กล้า” ผู้พี่ชายที่แท้จริงของเขา ทำให้เธอมีความรู้ทั้งอาหารชาวบ้านและชาววัง วัยรุ่น: อ่อนและवादเรียนรู้ ฝึกฝนการทำอาหารชาววังจากคุณกรุ่นและนางข้าหลวงคนอื่น ๆ จนมีความเชี่ยวชาญในการทำอาหารมากขึ้น ทั้งสองต้องผ่านเรื่องราวและเหตุการณ์ทั้งดีและร้าย วัยผู้ใหญ่: อ่อนออกจากพระราชวังไปแต่งงานกับคุณเลิศ และต่อมาได้ให้กำเนิดลูกชายและลูกสาวด้วยกัน แต่वादยังคงอยู่ในพระราชวังเพื่อทำงานดูแลห้องเครื่องดั้งเดิม จนสุดท้ายवादตัดสินใจลาออกจากพระราชวังเพื่อแต่งงานกับนายสิน

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า พัฒนาการของตัวละคร “ซอจังกึม” ในภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ “อ่อน” และ “वाद” ในภาพยนตร์ชุดปลายจวักมีลักษณะทั่วไปที่คล้ายคลึงกัน คือ ช่วงวัยเด็กได้รับการบ่มเพาะจากครอบครัว ต่อมาได้เข้าไปในพระราชวังเพื่อเรียนรู้การทำอาหารชาววัง เมื่อเข้าสู่วัยรุ่นมีความแตกต่างกัน คือ ซอจังกึมเรียนแพทย์และกลายเป็นแพทย์หลวง เมื่อเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ ตัวละครเอกของทั้งสองเรื่องจึงออกจากพระราชวังไปแต่งงานและมีครอบครัว จากพัฒนาการของตัวละครดังกล่าวทำให้ผู้ชมได้เรียนรู้ว่าตัวละครเป็นตัวแทนในการนำเสนอภาพลักษณ์ของอาหารประจำชาติ ทั้งไทยและเกาหลี ซึ่งค่อย ๆ นำผู้ชมไปสู่การค้นพบอาหารของประเทศนั้น ๆ ตั้งแต่อาหารชาวบ้านสู่อาหารชาววังอันเลิศรส

พัฒนาการของตัวละคร “ซอจังกึม” ในภาพยนตร์ชุด แดจังกึมฯ และ “อ่อน” กับ “वाद” ในภาพยนตร์ชุด ปลายจวัก มีโครงสร้างการเติบโตที่สะท้อนกระบวนการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารอย่างเป็นลำดับ ซึ่งถือเป็นกลวิธีที่

เอื้อต่อการนำเสนอสารัตถะด้านวัฒนธรรมอาหาร โดยเริ่มจากวัยเด็กที่ได้รับการบ่มเพาะจากครอบครัว ซึ่งทำหน้าที่เป็นรากฐานแห่งองค์ความรู้และค่านิยมเกี่ยวกับอาหาร ต่อมาเมื่อเข้าสู่วัยรุ่น ตัวละครได้เรียนรู้ทักษะการทำอาหารในครัวหลวง ซึ่งเป็นพื้นที่กลางของการส่งผ่านวัฒนธรรมอาหารอย่างเข้มข้น ทั้งในแง่พิธีกรรม ความละเอียดในการปรุง และระบบความรู้เชิงโครงสร้างที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น พัฒนาการของตัวละครที่ค่อย ๆ ก้าวผ่านช่วงชีวิตเหล่านี้ ไม่เพียงสะท้อนการเติบโตของตัวละคร แต่ยังทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง” ที่พาผู้ชมเดินทางจากวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านไปสู่อาหารชั้นสูงในราชสำนัก พัฒนาการเหล่านี้จึงเป็นกลไกที่ทำให้ผู้ชมเข้าใจบริบททางสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของอาหารของแต่ละชาติพันธุ์ได้เป็นอย่างดี

บทสรุป

จากการศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารในภาพยนตร์ชุด “แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง” และ “ปลายจวัก” พบว่า ในแง่ของการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารในภาพยนตร์ชุด “แดจังกึม” และ “ปลายจวัก” แบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ 1) อาหารกับเรื่องเล่า 2) การถ่ายทอดความรู้ด้านอาหารจากบ้านสู่วัง 3) อัตลักษณ์วัตถุดิบในท้องถิ่น 4) ความพิถีพิถันในการปรุงอาหาร 5) วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร และ 6) อาหารเป็นยา ในด้านรูปแบบการใช้ตัวละครหญิงนำเสนอสารัตถะด้านวัฒนธรรมอาหาร พบ 4 ลักษณะ คือ 1) การดำเนินเรื่องผ่านตัวละครหญิงโดยใช้ช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์ 2) ภูมิหลังครอบครัวของตัวละคร 3) บุคลิกภาพของตัวละคร และ 4) พัฒนาการของตัวละคร

การสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารผ่านภาพยนตร์ชุดทั้งสองเรื่องสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์และคุณค่าของวัฒนธรรมอาหารแต่ละชาติได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังเป็นสื่อที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศและช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจผ่านซอฟต์แวร์ (soft power) สอดคล้องกับ สกนกร สลัดทุกข์ และธีรดี บรรเทิง (2566) ที่ศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมญี่ปุ่นด้านอาหารผ่านภาพยนตร์การ์ตูน พบว่า “การสื่อสารภาพลักษณ์อาหารผ่านภาพยนตร์เป็นกลยุทธ์พลังอำนาจในการโน้มน้าวใจ (soft power) อย่างหนึ่ง ที่สามารถทำให้ผู้ชมสนใจและดึงดูดผู้ชมได้เป็นอย่างดี” ภาพยนตร์ชุดแดจังกึม ถือเป็นความสำเร็จของเกาหลี ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารที่นำไปสู่การท่องเที่ยว สอดคล้องกับ กฤษณ์ทิ แสนทวี (2562) ที่พบว่า “กระแสนิยมอาหารเกาหลีนั้นเป็นเพราะภาพยนตร์เรื่องแดจังกึม รัฐบาลเกาหลีวางแผนผลิตละครที่ทำให้คนคิดว่าเกาหลีเป็นชาติที่ยิ่งใหญ่ เก้าแก้ว โดยเฉพาะในเรื่องของการทำอาหาร มีสารคดีรายการอาหารหลายเรื่อง ทำให้อาหารเกาหลีกลายเป็นประเด็นเด่นทางวัฒนธรรมและมีผู้นิยมอาหารเกาหลีมากขึ้น” เช่นเดียวกับเรื่องปลายจวักของไทยที่ทำหน้าที่สื่อในการเผยแพร่ภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหาร เกิดกระแสนิยมอาหารไทยดึงดูดผู้บริโภคชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี ดังที่ Hong (2024) กล่าวว่า “ปลายจวัก (Spices of Love)” เป็นหนังสือเรียนที่ดีที่สุดสำหรับการทำความเข้าใจประเทศไทย เพราะเป็นการสร้างเรื่องโดยอิงประวัติศาสตร์สมัยรัชกาลที่ 5 หากต้องการมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงแก่นแท้ของวัฒนธรรมไทย จะต้องชมภาพยนตร์เรื่องนี้แล้วจะเข้าใจว่าทำไมอาหารไทยจึงเป็นที่รู้จักในตลาดโลก” ซอฟต์แวร์ดังกล่าวถูกนำเสนอผ่านภาพยนตร์ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดี โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Food Tourism) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ แม้ว่าปลายจวักจะได้รับแรงบันดาลใจมาจากภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ ดังที่ เบื้องหลังกว่าจะเป็นปลายจวัก (2563) ได้สัมภาษณ์สรณ์ จีรวรรณวิสุทธิ ผู้แต่งเรื่องปลายจวักถึงอิทธิพลและแรงบันดาลใจที่ได้จากภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ ต่อการสร้างสรรคเรื่องปลายจวัก ความว่า “แดจังกึมเข้ามาโด่งดังส่งผลต่อเมืองไทยมหาศาล ผู้กำกับจึงบอกว่าเอาแบบแดจังกึมสิ ฝ่ายวิชาการเลยต้องยกเอาแดจังกึมเป็นตัวอย่างในการศึกษา เพราะฉะนั้นแดจังกึมเป็นเหมือนต้นแบบหรือเป็น role model ในการนำอาหารที่เป็นซอฟต์แวร์ (soft power) ในการนำชาติ” ด้วยเหตุนี้ทำให้ทั้งสองเรื่องมีลักษณะร่วมในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารที่เหมือนกัน แต่อย่างไรก็ตาม รูปแบบของการนำเสนอก็มีส่วนที่แตกต่างกัน โดยภาพยนตร์ชุดแดจังกึมฯ จะเน้นความเข้มข้นของเรื่องราวในรูปแบบบันเทิงคดีเป็นหลักและมีวัฒนธรรมอาหารแทรกประกอบอยู่ภายในเรื่อง แต่ในเรื่องปลายจวักใช้แนวทางการนำเสนอที่ใกล้เคียงกับสารคดีอาหารมากกว่า โดยเน้นการแสดงความงามและความพิถีพิถันของอาหารไทย ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมอาหารไทยได้เป็นอย่างดี

ในด้านรูปแบบการใช้ตัวละครหญิงนำเสนอสารัตถะด้านวัฒนธรรมอาหาร จะเห็นว่าบทบาทของตัวละครเอกหญิงในภาพยนตร์ชุดดังกล่าวก็มา และปลายจวักมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารวัฒนธรรมอาหาร โดยใช้ตัวละครหญิงเป็นตัวหลักในการถ่ายทอดเรื่องราวอาหารของแต่ละชาติ มีการใช้ช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์มาดำเนินเรื่องเพื่อเกิดความสมจริง สะท้อนอัตลักษณ์และรากเหง้าทางวัฒนธรรมอาหารของชาติที่มีมาอย่างยาวนาน มีการถ่ายทอดความรู้อาหารจากแม่สู่ลูก เปรียบเสมือนการส่งผ่านอำนาจในพื้นที่ “ครัว” ของผู้หญิงซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับพรลภัส บุญพัก และสมสุข หินวิมาน (2563) พบว่า “การปรุงอาหารของผู้หญิงมีเรื่องอำนาจเข้ามาเกี่ยวข้อง อีกทั้งยังเป็นเหมือนตัวเชื่อมร้อยความสัมพันธ์ของผู้หญิง เป็นการส่งผ่านอำนาจให้แก่กัน” การศึกษาประเด็นนี้แสดงให้เห็นชัดว่าบทบาทของผู้หญิงที่เป็นมากกว่าผู้ทำงานครัว แต่เป็นการบริหารอำนาจเพื่อเผยตัวตนและปลดแอก โดยใช้งานครัวเป็นเครื่องมือพิสูจน์บทบาทของผู้หญิงภายใต้บริบทสังคมชายเป็นใหญ่ ซึ่งเป็นกำลังสำคัญขับเคลื่อนครอบครัวและสังคมในหลากหลายมิติ ดังจะเห็นได้จากภาพยนตร์ชุดที่มีการนำเสนอพื้นที่ในบ้าน ซึ่งงานครัวของภรรยาเป็นส่วนสำคัญไม่แพ้กับภาระหน้าที่ของสามีในการประกอบสร้างความเป็นครอบครัว โดยเฉพาะการดูแลคนในบ้านให้กินอิ่มนอนอุ่นหรือการทำอาหารเพื่อเสริมสร้างโภชนาการและสุขภาพเมื่อยามที่คนในบ้านเจ็บป่วย ชี้ให้เห็นว่างานครัวของผู้หญิงเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของ “บ้าน” ที่ขาดไม่ได้ อีกทั้งยังแสดงถึงความสำคัญของงานครัวในระดับที่สูงขึ้นด้วยการเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของ “วัง” โดยภาพยนตร์ชุดทั้งสองเรื่องกล่าวถึงการทำอาหารเพื่อเป็นเครื่องเสวยของกษัตริย์ผู้ปกครองนครที่นอกจากจะต้องวิจิตร เลิศรสเพื่อเป็นที่พอพระราชหฤทัยแล้ว ยังต้องคำนึงถึงพระพลานามัยอีกด้วย เพราะกษัตริย์คือศูนย์รวมใจ และเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศ เหล่านี้เองชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในงานครัวของผู้หญิงที่ภาพยนตร์ชุดได้นำมาใช้สื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของชาติพันธุ์ให้โดดเด่นขึ้น ส่งผลต่อการสร้างสรรค์และสืบสานวัฒนธรรมอันเป็นมรดกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชาติ

รายการอ้างอิง

- กฤษณ์ท แสนทวี. (2562). แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*. 7(14), 59-69.
- เกศศิณี ตระกูลทิวากร. (2557). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเหนือโดยใช้ภาพลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น* (รายงานการวิจัย). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ถวิล ธาราโภชน. (2543). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน*. ทิพย์วิสุทธิ.
- ไทยพีบีเอส ส่ง “ปลายจวัก” นำเสนอวัฒนธรรมไทย ครองใจผู้ชมชาวไทย. (2567, 18 มิถุนายน). บ้านเมือง. <https://www.banmuang.co.th/news/entertain/386171>
- เบื้องหลังกว่าจะเป็นปลายจวัก. (2563, 3 ตุลาคม). ThaiPBSpodcast. <https://www.thaipbspodcast.com/podcasplaichawak/EP1-เบื้องหลังกว่าจะเป็นปลายจวัก>
- เปรม สอนสมุทร. (2558). ตำรับชาววัง: นวัตกรรมแห่งโภชนาการ. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*. 5(2), 150-160.
- พรลภัส บุญพัก และสมสุข หินวิมาน. (2563). การปรุงอำนาจผ่านความรื่นรมย์ในการทำอาหารของผู้หญิงในภาพยนตร์. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร*. 7(1), 65-82.
- ไพบุลย์ ปีตะแสน. (2560, 28 มิถุนายน). “สื่อเกาหลี” สูตรกิจบ้านเท่งเต็มรูปแบบในประเทศไทย. กรุงเทพฯธุรกิจ <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/761920>
- วินัย ปฐมบุรณ์. (ผู้กำกับ). (2562). *ปลายจวัก*. [ภาพยนตร์]. ไทยพีบีเอส, สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส.
- สกนกร สลัดทุกข์ และธีรดี บรรเทียง. (2566). การสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมญี่ปุ่นด้านอาหารผ่านภาพยนตร์การ์ตูน. *วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. 11(1), 213-243.
- สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์. (2563). *คติชนกับการท่องเที่ยว*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุรัสวดี ดีเจริญ และการุณย์ลักษณ์ พหลโยธิน. (2553). *อำนาจเชิงวัฒนธรรมในบริบทการเมืองระหว่างประเทศ กรณีศึกษา การส่งออกวัฒนธรรมเกาหลี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- สุวพรี สุวัณณะศรี (2542). วิวัฒนาการอาหารไทยภาคกลาง. ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
วิทยาลัยครูสวนสุนันทา.
- อนุชสร่า เรืองมาก. (2565). สมุนไพรใน “แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง”. *วารสารสารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์*.
15(2), 45-72.
- อียองฮุน. (ผู้กำกับ). (2548). *แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง*. [ภาพยนตร์]. โกลด์เอ็นทาวน์ฟิล์ม, สถานีวิทยุโทรทัศน์
ไทยทีวีสี ช่อง 3.
- Hong, M. (2024, July 3). *Royal dining room (御膳房)*. Issues. https://issues.ptsplus.tv/?s=%E5%BE%A1%E8%86%B3%E6%88%BF&et_pb_searchform_submit=et_search_proccess&et_pb_include_posts=yes&et_pb_include_pages=yes
- Plulizzi, J. (2012). The rise of storytelling as the new marketing. *Research Quarter*. 28(2), 116-123.
- Weiland, K.M. (2016). *Creating Character Arcs: The Masterful Author's Guide to Uniting Story Structure, Plot, and Character Development*. Pen and Sword.

หลักเกณฑ์การเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์

1. เป็นบทความด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาและภาษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และด้านการพัฒนาสุขภาพ
2. เป็นบทความภาษาไทยหรือบทความภาษาอังกฤษ ในกรณีเป็นบทความภาษาอังกฤษต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา ก่อนส่งบทความมายังกองบรรณาธิการ
3. ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
4. บทความที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์จะได้รับการอ่านประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับบทความอย่างน้อยสองท่าน

รูปแบบและหลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับ

กองบรรณาธิการได้กำหนดรูปแบบและหลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับไว้ให้ผู้เขียนยึดเป็นแนวทางในการจัดทำ และส่งต้นฉบับสำหรับการตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ดังนี้

1. การเตรียมต้นฉบับ มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ขนาดของต้นฉบับ พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษขนาดเอ 4 โดยเว้นระยะห่างระหว่างขอบกระดาษ ด้านบนและซ้ายมือ 3.5 เซนติเมตร ด้านล่างและขวามือ 2.5 เซนติเมตร

1.2 รูปแบบอักษรและการจัดวางตำแหน่ง ใช้รูปแบบอักษร TH SarabunPSK ทั้งภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ พิมพ์ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟท์เวิร์ด โดยมีขนาด ชนิดของตัวอักษร และการจัดวางตำแหน่งดังนี้

1.2.1 ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษ

1.2.2 ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษ

1.2.3 ชื่อผู้เขียน ให้ระบุทั้งชื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษของผู้เขียนทุกคน เรียงลำดับจากซ้ายไปขวา ชื่อผู้แต่งภาษาอังกฤษให้ระบุในบรรทัดต่อไปจากชื่อภาษาไทย ขนาด 14 ชนิดตัวหนา ชิดขวาใต้ชื่อเรื่อง (ใส่เลขเชิงอรรถท้ายชื่อ)

1.2.4 รายละเอียดในส่วนเชิงอรรถ (ท้ายกระดาษหน้าแรก) ระบุตำแหน่งและต้นสังกัดพร้อม E-mail ของผู้เขียนทุกคน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 12 ชนิดตัวบาง

1.2.5 บทคัดย่อ (Abstract)

- หัวข้อของบทคัดย่อไทย/อังกฤษ ขนาด 14 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้ายบรรทัดใต้ชื่อผู้เขียน

- เนื้อหาบทคัดย่อไทย/อังกฤษ ขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ บรรทัดแรกเว้น 1 ซม. จากขอบกระดาษด้านซ้าย และพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้านความยาวไม่ควรเกิน 250 คำ หรือ 15 บรรทัด กรณีบทคัดย่อของบทความวิจัย เนื้อหาควรประกอบไปด้วยวัตถุประสงค์ (objective) ระเบียบวิธีวิจัย (Methodology) ผลการศึกษา (Results) บทสรุปและวิจารณ์(Discussion and Conclusion) โดยให้ลำดับบทคัดย่อภาษาไทยก่อน บทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษต้องมีเนื้อหาตรงกัน ใช้อักษรตัวตรง และใช้ตัวเอนเฉพาะศัพท์วิทยาศาสตร์

1.2.6 คำสำคัญ (Keywords) ระบุคำสำคัญจำนวนสูงสุดไม่เกิน 5 คำ ซึ่งเกี่ยวข้องกับบทความที่นำเสนอ ชื่อ “คำสำคัญ หรือ Keywords” ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ชนิดตัวหนา เนื้อความขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา

1.2.7 การพิมพ์เนื้อหาในบทความ

- หัวข้อเรื่อง ขนาด 14 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้าย

- หัวข้อย่อย ขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา ระบุหมายเลขไว้หน้าหัวข้อย่อยโดยเรียงตามลำดับหมายเลขตำแหน่งเว้น 1 ซม. จากขอบกระดาษด้านซ้าย

- เนื้อหา ขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ และพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้าน

- **ชื่อตาราง** ระบุชื่อเนื้อหาตาราง ขนาด 14 ตัวธรรมดา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้าย เนื้อหาของตารางจัดอยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ

- **ชื่อภาพประกอบ** ระบุชื่อภาพขนาด 14 ตัวธรรมดา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษและใส่ชื่อได้ภาพประกอบ

1.3 จำนวนหน้าต้นฉบับ ควรมีความยาวระหว่าง 10 -15 หน้ารวมบทคัดย่อและเอกสารอ้างอิง และใส่เลขหน้าในตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านขวาล่าง

2. หัวข้อและเนื้อหาของบทความ

ผู้เขียนต้องกำหนดประเภทของบทความให้ชัดเจนว่าเป็นบทความวิชาการ บทความวิจัย ดังรายละเอียดและองค์ประกอบของบทความแต่ละประเภท ดังนี้

2.1 บทความวิชาการ

บทความวิชาการ คืองานเขียนทางวิชาการซึ่งมีการกำหนดประเด็นที่ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์อย่างชัดเจน ทั้งนี้มีการวิเคราะห์ประเด็นดังกล่าวตามหลักวิชาการ โดยมีการสำรวจวรรณกรรมเพื่อสนับสนุน จนสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ในประเด็นนั้นได้ อาจเป็นการนำความรู้จากแหล่งต่าง ๆ มาประมวลร้อยเรียงเพื่อวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยที่ผู้เขียนแสดงทัศนะทางวิชาการของตนไว้อย่างชัดเจนด้วย

2.2 บทความวิจัย

บทความวิจัย คือผลงานทางวิชาการที่เป็นงานศึกษาหรืองานค้นคว้าอย่างมีระบบด้วยวิธีวิทยาการวิจัยที่เป็นที่ยอมรับในสาขาวิชานั้น ๆ และมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลคำตอบหรือข้อสรุปรวมที่จะนำไปสู่ความก้าวหน้าทางวิชาการ หรือเอื้อต่อการนำวิชาการนั้นไปประยุกต์

บทความควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบที่แตกต่างได้)

- **บทนำ (Introduction)** ที่ครอบคลุมความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัยพร้อมทั้งเสนอภาพรวมของบทความ
- **ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)**
- **วิธีการวิจัย (Research Methodology)** ที่สามารถอธิบายวิธีดำเนินการวิจัยรวมถึงการเก็บข้อมูลหรือเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยอย่างชัดเจน
- **ผลการศึกษา (Research Finding)**
- **อภิปรายและสรุปผลการวิจัย (Discussion/Conclusion)**

3. รูปแบบการเขียนรายการอ้างอิง

3.1 การอ้างอิงในเนื้อหา (In-text citations) ให้ใช้การอ้างอิงแบบนาม-ปี (the author-date method of in-text citation) โดยระบุ ชื่อ-สกุล ผู้แต่ง ไว้ในเนื้อหาตามด้วยปีที่พิมพ์ และตามด้วยเลขหน้าของเอกสารที่อ้างถึง สำหรับผู้แต่งที่เป็นชาวต่างชาติให้ใส่เฉพาะนามสกุลเท่านั้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

รูปแบบ	ภาษาไทย	ภาษาต่างประเทศ
1. ผู้แต่ง 1 คน	(วิทยา สดบวร, 2548) วิทยา สดบวร (2548) จากการสำรวจข้อมูลโดย ญัฐพร มัก อุดมลาภ (2548, น. 273) พบว่า...	(Easier, 2003, p. 25) Easier (2003, p. 25) Naugle (1994) ได้เสนอวิธีการ....

รูปแบบ	ภาษาไทย	ภาษาต่างประเทศ
2. ผู้แต่ง 2 คน	(ไพบูลย์ เกียรติโกมล และณัฐพันธ์ เขจรนันท์, 2551)	(Laudon & Parker, 1994, pp. 2-10)
3. ผู้แต่งตั้งแต่ 3 คน ขึ้นไป	(วิศาล สุขกระสานติ และคณะ 2564, น.12)	(Davis et al., 2001)
4. ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน (เช่น มหาวิทยาลัย กระทรวง กรม องค์กรต่างๆ)	(คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย แม่โจ้, 2567) ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ กรมการ ปกครอง (2566)	
5. ไม่มีชื่อผู้แต่ง ใช้ชื่อเรื่อง โดยใช้ เครื่องหมาย “ ”	(“เปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส”, 2552)	“Anthocyanins in health and disease” (2017, p. 9)
6. การอ้างอิงข้อมูลจากแหล่งระดับทุ ติยภูมิ (อ้างอิงสารที่ผู้อื่นอ้างอิงไว้)	(อินทิรา สมประกอบ, 2548 อ้างถึงใน วัชร นิลแก้ว, 2561)	Wallace, 2019 as cited in Giusti, 2025)
7.การอ้างอิงจากบทสัมภาษณ์ **การอ้างอิงจากการสัมภาษณ์ กรณี ไม่ได้เผยแพร่เป็นสาธารณะ ให้เขียนอ้างอิงในเนื้อหาเท่านั้น ไม่ต้อง ใส่รายการอ้างอิงท้ายเล่ม	(คำผัน โคกสูง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 มกราคม 2567) สุรชาติ บำรุงสุข (การสื่อสารส่วน บุคคล, 12 มกราคม 2567)	** ใส่อักษรย่อชื่อตัว ตามด้วยสกุลแบบ เต็ม เช่น Matin King (M. King, personal communication, December 30,2022) M. King (personal communication, December 30, 2022)
8.หากอ้างอิงเอกสารบุคคลเดียวกัน ปี พิมพ์เดียวกัน ในเล่มเดียวกันพร้อมกัน ให้ใช้ ก ข ค กำกับหลังปี พ.ศ และ a b c หลังปี ค.ศ	(กรกต พิมพ์สาร, 2535ก) (กรกต พิมพ์สาร, 2535ข)	(Nunnally, 2005a) (Nunnally, 2005b)
9. การอ้างอิงสื่อออนไลน์ 9.1 เว็บไซต์ การอ้างอิงเว็บไซต์ ระบุ ชื่อผู้แต่งหรือองค์กรที่รับผิดชอบ หากไม่มีชื่อผู้แต่ง ไม่มีหน่วยงาน รับผิดชอบข้อมูล เป็นเว็บไซต์ทั่วไป ให้ ลงรายการด้วย ชื่อเรื่อง หมายรวมถึง ข้อมูลจากวิกิพีเดีย	(“ภาวะโลกร้อน”, ม.ป.ป.)	(National Geographic, 2007)

9.2 Facebook	(ชื่อผู้โพสต์/ชื่อผู้อัพโหลด, ปี)	
9.3 Twitter (X)	เช่น	
9.4 Instagram	(กองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2567)	
9.5 YouTube	(Kawaaii@Kawaaii13, 2024) (ThaiWikiHow, 2023)	
หมายเหตุ 1. การระบุเลขหน้า หากเป็น คำนำ บทคัดย่อ Abstracts ให้ระบุด้วย	(ดำรง เจียมสกุล, 2539, คำนำ)	
2. หากไม่มีปีพิมพ์หรือปีที่โพสต์ ให้ใช้ ม.ป.ป. ในภาษาไทย และ n.d. ในภาษาอังกฤษ	(กาญจนาพร คำมา, ม.ป.ป., น.112)	(Brown, n.d.)

3.2 การอ้างอิงท้ายบทความ

ให้มีการอ้างอิงโดยการรวบรวมเอกสารทั้งหมดที่ใช้อ้างอิงในการเขียนบทความ จัดเรียงรายการตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่ง ภายใต้หัวข้อ “รายการอ้างอิง” สำหรับบทความภาษาไทย หรือ “Reference” สำหรับผลงานภาษาอังกฤษ และให้ใช้การอ้างอิงตามรูปแบบ Publication Manual of the American Psychological Association (7th Edition) โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

หมายเหตุ 1

- ** ไม่มีปีพิมพ์ ภาษาไทยใช้ ม.ป.ป. ภาษาอังกฤษใช้ n.d.
- ** การพิมพ์ครั้งแรก/พิมพ์ครั้งที่ 1 ไม่ต้องใส่ ข้ามครั้งที่พิมพ์ได้เลย
- ** ไม่มีสถานที่พิมพ์(โรงพิมพ์หรือสำนักพิมพ์) ใช้ ม.ป.ท.

หมายเหตุ 2 (สำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ม.ป.ป.)

***หลักเกณฑ์การลงรายการ DOI และ URL

**DOI และ URL ให้ใช้แบบ hyperlinks (เช่น เริ่มต้นด้วย <http://> หรือ <https://>)

**DOI ให้รูปแบบ <https://doi.org/xxxx>

**ห้ามใช้เครื่องหมายมหัพภาค (.) หลัง DOI หรือ URL

**กรณีที่ DOI หรือ URL ยาว ให้ใช้แบบสั้นได้ กรณี DOI ให้ใช้ที่บริการของ International DOI Foundation และ URL สามารถใช้เว็บไซต์ที่ให้บริการได้

หนังสือทั่วไปภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	
รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. (ครั้งที่พิมพ์). สำนักพิมพ์.
ผู้แต่ง 1 คน	ประสาท เนืองเฉลิม. (2556). <i>การวิจัยการเรียนการสอน</i> . (พิมพ์ครั้งที่ 2). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. Taylor, T. (2007). <i>100% Information Literacy Success</i> . Thomson Delmar Learning.
ผู้แต่ง 2 คน	ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2536). <i>เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา</i> . ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ. Deegan, M. & Tanner, S. (2002). <i>Digital Futures: Strategies for the Information Age</i> . (2 nd ed). Library Association.
ผู้แต่ง 3-20 คน ให้ใส่ชื่อทุกคนทั้งเอกสารภาษาไทยและภาษาอังกฤษหากผู้แต่งมากกว่า 20 คน ให้ใส่ชื่อคนที่1-19 แล้วใส่จุด, ... ก่อนระบุชื่อผู้เขียนคนสุดท้าย	พชร สันทัด, สุรชาติ ฒ หนองคาย, สมาน งามสนิท, รัชดา พรรณาธิกุล, ฤกษ์ฤณี สติธยัพัฒนานนท์ และประยงค์ เต็มขวลา. (2557). <i>ศาสตร์และศิลป์การบริหารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์</i> . สมาคมส่งเสริมคุณธรรม. Wolchik, S.A., West, S.G., Sandler, I. N., Tein, J.-Y., Coatsworth, D., Lengua, L. & Griffin, W.A. (2000). <i>An experimental evaluation of theory-based mother and mother-child programs for children of divorce</i> . Academic Press.
ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน/สถาบัน	กรมประมง. (2561). <i>15 เดือนขับเคลื่อนเกษตรไทย</i> . กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
ผู้รวบรวมหรือบรรณาธิการ	พิทยา ว่องกุล, (บก). (2541). <i>ไทยยุควัฒนธรรมทาส</i> . โครงการวิถิทรศน์.
ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่งทั้งที่เป็นบุคคลและสถาบันให้ใช้ชื่อหนังสือลงรายการแทนผู้แต่ง	พระเจ้าอยู่หัวกับการแพทย์ไทย. (2534). โรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช. <i>Adaptive digital filters</i> . (1987). Marcel Dekker.
หนังสือแปล	
รูปแบบ	ชื่อ สกุลผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่องภาษาต้นฉบับ. [ชื่อเรื่องฉบับแปลภาษาไทย]. (ครั้งที่พิมพ์). สำนักพิมพ์. ชื่อ สกุลผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่องภาษาต้นฉบับ. [ชื่อเรื่องฉบับแปลภาษาอังกฤษ]. (ครั้งที่พิมพ์). สำนักพิมพ์.
	เดล คาร์เนกี (2562). <i>How to Win Friends and Influence People</i> . [วิธีชนะมิตรและจูงใจคน]. (พิมพ์ครั้งที่3). แสงดาว.

บทความหรือบทในหนังสือ (Books Chapter)	
รูปแบบ	ชื่อ นามสกุลผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). <i>ชื่อบทหรือชื่อบทความ</i> . ใน <i>ชื่อบรรณาธิการ</i> (บ.ก.), <i>ชื่อหนังสือ</i> (เลขหน้า). สำนักพิมพ์.
	ณัฐพล ปัญญาโสภณ. (2544). มุมมองของนักศึกษานิเทศศาสตร์ต่อกระบวนการผลิตละครเพื่อการสื่อสาร. ใน ชนัญชี ภั้งคานนท์ (บ.ก.), กระบวนทัศน์มหาวิทยาลัยไทยบนความท้าทายของเอเชียแปซิฟิก. (น.23-24). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
E-books	
1. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มี DOI	ชื่อ นามสกุล. (ปีพิมพ์). <i>ชื่อหนังสือ</i> . (พิมพ์ครั้งที่). https://doi.org/xxxxxxx Author, A. A. (Year). <i>Title of the book</i> . (Edition). https://doi.org/xx
	Magnat, V. (2 0 1 3). <i>Grotowski, Women, and Contemporary Performance</i> . https://doi.org/10.4324/9780203068069
2. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไม่มี DOI	ชื่อ นามสกุลผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). <i>ชื่อหนังสือ</i> . (พิมพ์ครั้งที่). URL Author, A. A. (Year). <i>Title of the book</i> . (Edition). URL
	Jansson, J. (2020). <i>Terrorism, Criminal Law and Politics</i> . (2 nd ed). https://www.taylorfrancis.com/books/oamono/10.4324/9780429199110/terrorism-criminal .
บทความวารสาร	
1.รูปแบบวารสารฉบับพิมพ์	ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). <i>ชื่อบทความ</i> . <i>ชื่อวารสาร</i> . ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า.
	พรภิรมณ์ เชียงกุล. (2550). การเข้ามาของลัทธิคอมมิวนิสต์ในประเทศไทยก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2. <i>วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์</i> . 33(1), 1-12. Shaw, J. (2002). Hybrid Orchid Names: A History of the Registration of Orchid Hybrids. <i>Orchid</i> . 71(6), 54-55.

2.รูปแบบวารสารออนไลน์ (E-journal, E-Article)	
2.1 กรณีมี DOI	ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่ (เลขของฉบับที่), เลขหน้า. https://doi: xxxxxxxx
	ไพศาล นาคกลาย. (2566). แนวทางและกลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลบางสวรรค์ อำเภอพระแสง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. <i>วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น</i>. 8(1), 45-62. https://doi.org/10.14456/jlgisrru. Bromo, F. & Pacek, A. C. (2024). Varieties of democracy and life satisfaction: Is there a connection. <i>Social Science Quarterly</i>. 10(9), 112-114. https://doi.org/10.1111/ssqu.13404
2.2 กรณีไม่มี DOI	ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร. ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า. URL
	จิณห์นิภา มณีกิจ. (2566). ฟ้ายันต์เสพนาง: การสื่อสารเพื่อสืบทอดทางวัฒนธรรมเครื่องรางล้านนา. <i>วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้</i>. 11(2), 135-156. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalartsjournal/article/view/270220/181415 Nordin, M, et al. (2009). Investigating KM antecedents: KM in the criminal justice system. <i>Journal of Knowledge Management</i>, 13(2), 4-20. http://www.emeraldinsight.com
หนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ (Newspaper)	
รูปแบบ *** กรณีเนื้อหาไม่มีผู้แต่งให้ใช้ชื่อเรื่อง/หัวข้อข่าวในการลงรายการแทนผู้แต่ง ไม่ใช่ชื่อสำนักข่าวในการลงรายการทั้งในเนื้อหาและท้ายเล่ม	ไทย ชื่อ สกุล. (ปี, วัน เดือน). ชื่อเรื่อง. ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้า. อังกฤษ สกุล, อักษรชื่อย่อ. (ปี, เดือน วัน). ชื่อเรื่อง. ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้า. ***หมายเหตุ หากเป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ หลังชื่อหนังสือพิมพ์ใส่ URL **การอ้างอิงในเนื้อหาในกรณีไม่มีผู้แต่งและใช้ชื่อเรื่อง/หัวข้อข่าวในการลงรายการ หากชื่อเรื่องยาวให้ใส่หัวข้อเรื่องแค่ บางส่วน แล้วตามด้วย ... เช่น (“เปิดเงินเดือนข้าราชการ...” , 2567).

	นฤตย์ เสกธีระ. (2566, 19 กุมภาพันธ์). แท้ทั้งความคิด: อ่านแล้วสนุก. <i>มติชนออนไลน์</i> . https://www.matichon.co.th/prachachuen/news_3829181
	เปิดเงินเดือน ข้าราชการครู 6 ระดับ ต่ำสุด 1.5 หมื่น สูงสุด 108,000 บาท. <i>มติชนออนไลน์</i> . (2567, 17 มิถุนายน) https://www.matichon.co.th/social/news_4632321 ตัวอย่างการอ้างอิงในเนื้อหา (“เปิดเงินเดือนข้าราชการ...”, 2567).
	Ives, M. (2024, May 14). Dozens of Lobster Restaurants Are Auctioning off Equipment. <i>The New York Times</i> . https://www.nytimes.com/topic/
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตและวิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต (Master’ Thesis/ Doctoral dissertation)	
รูปแบบ 1	1. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตและวิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตที่ไม่ได้ตีพิมพ์ ชื่อ นามสกุล. (ปีที่เผยแพร่). <i>ชื่อวิทยานิพนธ์</i> [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตที่ไม่ได้ตีพิมพ์หรือวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. ชื่อมหาวิทยาลัย. Author, A. A. (Year). <i>Title</i>. [Unpublished doctoral or master’s thesis]. Name of the Institution awarding the degree.
	ศิริจันทร์ จันทโพธิ์. (2554). <i>ความสัมพันธ์ของการเพิ่มชุดโครโมโซมพื้นฐานในกล้วยไม้บางชนิด</i>. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้. Nickels, D.W. (2005). <i>The relationship between IT-business alignment and organization culture: An exploratory study</i>. [Unpublished Doctoral dissertation]. University of Memphis.
รูปแบบ 2	2. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตและวิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตจากฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์ ชื่อ นามสกุล. (ปีที่เผยแพร่). <i>ชื่อวิทยานิพนธ์</i> (หมายเลข UMI หรือ เลขลำดับอื่น ๆ) [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ชื่อมหาวิทยาลัย]. ชื่อฐานข้อมูล.

	สกุล, อักษรย่อชื่อ. (ปีที่เผยแพร่). ชื่อวิทยานิพนธ์ (หมายเลข UMI หรือ เลขลำดับอื่น ๆ) [Doctoral dissertation หรือ Master's Thesis, ชื่อมหาวิทยาลัย]. ชื่อฐานข้อมูล.
	Martin, K. S. (2023). <i>The Entrance: The Poem As Embodied Experience</i> . (UMI No. 30417230) [master's Thesis, California State University] ProQuest Dissertations & Theses.
รูปแบบ 3	3. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตและวิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตจากเว็บไซต์ ที่ไม่ใช้ฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์ (เช่น เว็บไซต์ของห้องสมุดสถาบันการศึกษา) ชื่อ นามสกุล. (ปีที่เผยแพร่).ชื่อวิทยานิพนธ์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตหรือวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ชื่อมหาวิทยาลัย]. URL
	เสนาะจิต ชลาลัย. (2564). แนวทางการปลูกพืชผักแบบผสมผสานของกลุ่มผู้สูงอายุบ้านเกษตรพัฒนา ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้]. http://mdc.library.mju.ac.th/thesis/2564/fulltext.pdf
เอกสารประกอบการประชุม/การประชุมวิชาการ ที่ไม่มี proceeding (Symposium)	
รูปแบบ	ชื่อ นามสกุล.(ปี, วัน เดือน). ชื่อเรื่องที่นำเสนอ. ใน ชื่อ (ประธาน), ชื่อการประชุม [Symposium].ชื่องานที่จัดประชุม, สถานที่ประชุม. Contributor, A. & Contributor, B. (Year, Month Day). Title of contribution. In Chair name (Chair), Title of the Symposium [Symposium]. Conference Name, Location. ***กรณีมีเลข DOI หรือ URL ให้เติมต่อท้ายจากสถานที่
รายงานการประชุมเชิงวิชาการที่มี proceeding	
รูปแบบเล่ม	ชื่อ นามสกุล. (ปี). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บ.ก.), ชื่อหัวข้อการประชุม. ชื่อการประชุม (น. เลขหน้า). สถานที่ประชุม/ฐานข้อมูล. Contributor, A. & Contributor, B. (Year). Title. In Editor (Ed. หรือ Eds.), Title of conference. <i>Title of conference</i> (pp. xx-xxx). location/database. ***กรณีเป็นฉบับพิมพ์ให้ใส่สถานที่จัดการประชุมเป็นรายการสุดท้าย ***กรณีเป็นออนไลน์มีเลข DOIหรือ URL ให้เติมต่อท้ายจากฐานข้อมูล

	ธมนวรรณ กัญญาหัตถ์, และศรันยพงศ์ เทียงธรรม. (2554). ความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อประโยชน์ของสมาร์ตโฟน. ใน บุญภาค อำมาตย์ (บ.ก.). <i>กระบวนการค้นคว้าวิทยานิพนธ์ไทยบนความท้าทายของเอเชียแปซิฟิก</i> . (น. 119-121). กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
การนำเสนองานวิจัยหรือการนำเสนอโปสเตอร์ (Paper/ Poster Presentation)	
รูปแบบ	ชื่อ นามสกุล. (ปี, วัน เดือน). <i>ชื่อเอกสาร หรือโปสเตอร์</i> [เอกสารนำเสนอในที่ประชุม หรือ โปสเตอร์นำเสนอในที่ประชุม]. ชื่อการประชุม, สถานที่. Presenter (Year, Month Day). <i>Title of conference paper or poster</i> [Paper presentation or Poster presentation]. Name, Location. พิศณุพงษ์ ชุ่มใจ, ภาณุวัฒน์ เมฆะ, พาสณ์ ปราโมกชนัน, และปวีณ เชื้อนแก้ว. (2567, 28 มีนาคม). <i>ขั้นตอนวิธีการคัดแยกสั้มด้วยการประมวลผลภาพ</i> [Poster Presentation] งานประชุมระดับชาติ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม, คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. *กรณีมีเลข DOI หรือ URL ให้เติมต่อท้ายจากสถานที่ (ใช้งานแบบออนไลน์)
รายงานการประชุม/การสัมมนา/อภิปราย	
รูปแบบ	ชื่อหน่วยงานที่จัดประชุม. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่องการประชุม. <i>ชื่อการประชุม</i> . สถานที่จัดประชุม.
	รายงานการประชุม ผู้ตรวจราชการกระทรวงมหาดไทย. (2554). การบริหารจัดการงบประมาณ สตร. <i>การบริหารจัดการงบประมาณกระทรวงมหาดไทย</i> . กรุงเทพฯ, สถาบันดำรงราชานุภาพ.
	กรมวิชาการ. (2538). ทักษะการอ่านในศตวรรษที่ 21. <i>การประชุมเชิงปฏิบัติการรณรงค์เพื่อส่งเสริมนิสัยรักการอ่าน</i> . กรุงเทพฯ, กระทรวง ศึกษาธิการ.
เอกสารไม่ได้ตีพิมพ์ (เอกสารการสอน เอกสารประกอบการเรียน)	
รูปแบบ	ชื่อ สกุล. (ปี). <i>ชื่อเอกสาร</i> [เอกสารไม่ได้ตีพิมพ์]. คณะ มหาวิทยาลัย.
	วิไลวรรณ รัตนพันธ์. (2566). <i>การใช้ฐานข้อมูลทางการเกษตร</i> [เอกสารไม่ได้ตีพิมพ์]. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ราชกิจจานุเบกษา	
รูปแบบ	ชื่อกฎหมาย. (ปี, วัน เดือน). ราชกิจจานุเบกษา. เลขเล่ม เลขตอน เลขหน้า.
	ประกาศการทำเรือแห่งประเทศไทย เรื่อง วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการของเสียจากเรือในเขตท่าเรือกรุงเทพฯ. (2567, 18 มิถุนายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 141 ตอนพิเศษ 166 ง. หน้า 14.
เว็บไซต์	
รูปแบบ	ชื่อ นามสกุลผู้เขียน. (ปี, วัน เดือน ที่เผยแพร่). ชื่อบทความ. ชื่อเว็บไซต์. URL Author, A. A. (Year, Month date). <i>Title of the work: Subtitle</i>. Website name. URL **กรณีไม่มีวันที่เผยแพร่ให้ใช้ ม.ป.ป. ในภาษาไทย หรือ n.d. ในภาษาอังกฤษ **กรณีที่ระบุไว้แค่ ปี พ.ศ หรือปี ค.ศ (ไม่มี วัน เดือน) ให้ใส่แค่ปี **กรณีชื่อผู้เขียนและชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อเดียวกัน ให้ตัดชื่อเว็บไซต์ออก ** การลงวันที่ ให้ใช้ (ปี, เดือน วัน) สำหรับภาษาอังกฤษ และ (ปี, วัน เดือน) สำหรับภาษาไทย โดยเปลี่ยนปี ค.ศ เป็น ปี พ.ศ
	“วันทอง” หญิงปากร่ายยีนหนึ่งแห่งเมืองสุพรรณ. (2564, 9 มีนาคม). ทรูปลูกปัด ญ ญ ๑ . https://www.trueplookpanya.com/plookfriends/blog/content/detail/88156 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566, 20 พฤศจิกายน). ประเพณีลอยกระทง. กรมประชาสัมพันธ์. https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/31/iid/233850 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (ม.ป.ป.). การเปลี่ยนแปลงตามวัยของผู้สูงอายุ ทั้งร่างกายและจิตใจ. Patransit hospital. https://www.patransit.com/%E0% Anonymous. (2530, 1 กันยายน). การเปลี่ยนแปลงของร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุ. หมอชาวบ้าน. https://www.doctor.or.th/article/detail/4930 Boston University. (n.d.). <i>Cultural Awareness</i>. https://sphweb.bumc.bu.edu/

รูปแบบ Wikipedia	ชื่อเรื่อง. (ปี, วัน เดือน). ใน <i>วิกิพีเดีย</i>. URL Title. (Year, Month Date). In <i>Wikipedia</i>. URL ข้าว. (2567, 16 มิถุนายน). ใน <i>วิกิพีเดีย</i>. https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A7 **อ้างอิงในเนื้อหา Ex. (“ข้าว”, 2567) หรือ “ข้าว” (2567) Revolution. (2024, June 14). In <i>Wikipedia</i>. https://en.wikipedia.org/wiki/Revolution **อ้างอิงในเนื้อหา Ex. (“Revolution”, 2024) หรือ “Revolution” (2024)
สื่อสังคมออนไลน์ (Social media)	
Instagram **หมายเหตุ ระบุว่าเป็น [Photograph] หรือ [Video]	Author, A. A. [@username]. (Year, Month date หรือ n.d.). เนื้อหาของโพสต์ 20 คำแรก. [Photograph]. Instagram. URL ชื่อผู้อัปโหลด. [@username]. (ปี, วัน เดือน). เนื้อหาของโพสต์ 20 คำแรก นับรวม hashtag lmoji [Video]. Instagram. URL ตัวอย่าง Hommmflower. [@Hommmflower]. (2567, 14 เมษายน) <i>ความหอมไม่มีวันตาย</i>. [Photograph]. Instagram. https://www.instagram.com/hommmflower/
Facebook หมายเหตุ ระบุว่าเป็น [Status update, Image หรือ Video]	Author, A. A. (Year, Month date หรือ n.d.). เนื้อหาของโพสต์ 20 คำแรก. [Status update Video or Image attached]. Facebook. URL ตัวอย่าง Abhisit, V. (2562, 21 มีนาคม). <i>ปล่อยขบวนรถณรงค์ "ด้านการซื้อสิทธิขายเสียง - ไม่มีของแจก ไม่มีเงินจะให้ มีแต่ความมุ่งมั่นตั้งใจจะดูแลและรับใช้พี่น้องประชาชน</i>. [Image]. Facebook. https://www.facebook.com/photo/?fbid=10156685935396144&set กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กองสิ่งแวดล้อม. (2566, 21 มิถุนายน). <i>งานประกาศความสำเร็จการจัดการขยะอาหารจากครัวเรือนเพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</i>. [Video]. Facebook. https://www.facebook.com/nsdivision.dla/

Twitter X	Author, A. A. [@username]. (Year, Month date หรือ n.d.). เนื้อหาของโพสต์ 20 คำแรกนับรวม hashtag lmoji [Tweet]. Twitter. URL ชื่อผู้อัปโหลด. [@username]. (ปี, วัน เดือน). เนื้อหาของโพสต์ 20 คำแรก นับรวม hashtag lmoji [Tweet]. Twitter. URL ตัวอย่าง Freddy, T. [@TedFreddy]. (2024, June 19). I Wish the LGBTQ crown would stop pushing their lifestyles on everyone eles. [Tweet]. Twitter. https://x.com/TedFreddy1950/status/1795235186214310285 กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ. [@dccethailand]. (2565, 21 กุมภาพันธ์). ขยะในมือท่านทิ้งให้ลงถังนาจว. [video]. Twitter. https://x.com/dcce-thailand/status/1365092715608743937
YouTube หมายเหตุ ระบุว่าเป็น[Video หรือYouTube Channel]. **หากระบุว่าเป็น Video คือ คลิปที่ถูกอัปโหลดโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ไม่ได้มีช่องที่ชัดเจน	ชื่อผู้อัปโหลด. (ปี, วัน เดือน). ชื่อเรื่อง [Video/ YouTube Channel]. ยูทูป. URL Uploader, U. U. (Year, Month Day). Title of work [Video/ YouTube Channel]. YouTube. URL ตัวอย่าง ดวงใจ ศิริเดชอุดม. (2563, 24 มิถุนายน). ผู้คนรับขวัญเด็กเกิดใหม่ [Video]. ยูทูป. https://www.youtube.com/watch?v=fmNg94GT DLTV13 Channel. (2563, 30 กันยายน) บทบาทของสตรีไทยในประวัติศาสตร์ไทย [YouTube Channel]. ยูทูป. https://www.youtube.com/watch?v=D7b4ewCPHtE ประวัติศาสตร์นอกตำรา. (2564, 31 มกราคม). นาคมาจากไหน ep.43. [YouTube Channel]. ยูทูป. https://www.youtube.com/watch?v=4rvWYhVrp58&list=PLKMKzrWiWj1C8XvB-6rDpEKcCxBxmM4Wv
TikTok	ชื่อผู้อัปโหลด. [@username]. (ปี, วัน เดือน). เนื้อหาของโพสต์ 20 คำแรก นับรวม hashtag lmoji [Video]. TikTok. URL เบญ' โอ. [@beno. bk]. (2563, 2 พฤศจิกายน). ระวังยาแก้ไออันตราย กินแล้วตุย บอกต่อให้มากที่สุด ⚠️ #ยาแก้ไอ [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@beno.bk/video/7296865289692810501

4. การส่งต้นฉบับ

ผู้เขียนส่งต้นฉบับไฟล์ word และ pdf ที่พิมพ์ตามข้อกำหนดของหลักเกณฑ์วารสารพร้อมหนังสือนำส่งบทความผ่านระบบออนไลน์ที่ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalartsjournal/about/submissions> เมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความจะดำเนินการตามขั้นตอนการพิจารณาของวารสาร และแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้เขียนบทความทราบ สำหรับบทความที่ผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิแล้วจะได้รับการตีพิมพ์ลงในวารสารเพื่อเผยแพร่ต่อไป

5. กระบวนการพิจารณาต้นฉบับ

เมื่อวารสารได้รับบทความต้นฉบับ กองบรรณาธิการจะพิจารณากลับกองบทความ (ขั้นต้น) ตามหลักเกณฑ์การเสนอผลงานเพื่อตีพิมพ์ หากบทความต้นฉบับไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ฯ กองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณากลับกองพร้อมส่งคืนผลงานให้แก่ผู้เขียนเพื่อแก้ไข หากเป็นไปตามหลักเกณฑ์ฯ จะเข้าสู่กระบวนการพิจารณา ดังนี้

1. กองบรรณาธิการทำหนังสือแจ้งผลการพิจารณากลับกองบทความ (ขั้นต้น) และให้ผู้เขียนดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมตามประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อวารสารจะดำเนินการนำส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา
2. กองบรรณาธิการพิจารณาและทบทวนผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่านต่อบทความ และผลการพิจารณาต้องได้รับการประเมินให้ผ่าน 2 ท่านขึ้นไป
3. ส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมิน
4. เมื่อได้รับผลการประเมิน กองบรรณาธิการรวบรวมผล และ/หรือสรุปข้อเสนอแนะเพื่อแจ้งผู้เขียน
 - กรณีผลการประเมินไม่ผ่าน กองบรรณาธิการ แจ้งปฏิเสธการตีพิมพ์ผลงาน
 - กรณีผลการประเมินผ่าน แต่มีข้อแก้ไข ให้ผู้เขียนพิจารณาแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้น ส่งผลงานฉบับแก้ไขมายังกองบรรณาธิการอีกครั้ง
5. หากผลงานแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเป็นที่เรียบร้อย กองบรรณาธิการจะแจ้งตอบรับการตีพิมพ์ผลงานไปยังผู้เขียน

6. ลิขสิทธิ์

ต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ห้ามนำข้อความทั้งหมดหรือบางส่วนไปพิมพ์ซ้ำ เว้นเสียแต่จะได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัยฯ เป็นลายลักษณ์อักษร

7. ความรับผิดชอบ

เนื้อหาต้นฉบับที่ปรากฏในวารสารเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียน ทั้งนี้ไม่รวมความผิดพลาดอันเกิดจากเทคนิคการพิมพ์

บทความวิจัย

- การสร้างสรรค์นาฏศิลป์พื้นบ้านประยุกต์ ชุด โพร้น้อมศรัทธา จากแนวคิดประเพณีการแห่ไม้ค้ำโพธิ์ในบริบททางความเชื่อของชาวพุทธล้านนา
- ข้อบกพร่องการใช้ภาษาไทยของชาวจีนที่พูดไทยเป็นภาษาที่สองในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก
- แนวทางการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสำหรับเยาวชน
- ปัจจัยทำนายความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดเชียงใหม่
- “พบพรสวรรค์ แข็งแรง สมองไว”: ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในวาทกรรมโฆษณาสำหรับเด็ก
- รูปแบบเครื่องแต่งกายตามชั้นยศของพระยาพิชัยดาบหัก ในการเข้าเฝ้าฯและงานพระราชพิธี ในสมัยกรุงธนบุรี และความเชื่อที่ปรากฏ
- หัวเมืองเขมรป่าดงกับอันนัม - สยามยุทธ์ ค.ศ.1833 - 1846
- อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ประเทศชาติในคำกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ของผู้ว่าประเทศไทย
- Women's Empowerment in English Songs

บทความวิชาการ

- ชานมไข่มุก: จากสินค้าวัฒนธรรมสู่เครื่องดื่มทางการเมือง
- “แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง” และ “ปลายจวัก”: การสื่อสารภาพลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของชาติพันธุ์

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
โทรศัพท์: 0 5387 5200-7 โทรสาร: 0 5387 5208

www.liberalarts.mju.ac.th