



HU
SOC

ปีที่ 18 ฉบับที่ 1
(มกราคม -
มิถุนายน 2567)

**JOURNAL OF
HUMANITIES
AND SOCIAL
SCIENCES**

**BANSOMDEJCHAOPRAYA
RAJABHAT UNIVERSITY**



ISSN 2822-1516 [Print]
2985-0169 [Online]

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2567)

Vol. 18 No. 1 (January - June 2024)

ISSN 2822-1516 (Print)

2985-0169 (Online)

วัตถุประสงค์

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำหนดออกปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน) และฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม) ของทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป ได้เผยแพร่ผลงานวิชาการและผลงานวิจัย รวมทั้งได้แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นทางวิชาการ และการวิจัยในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษาในศาสตร์ดังกล่าวต่อไป

ขอบเขตเนื้อหา

บทความวิจัยและบทความวิชาการที่เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์และ บทความหนังสือในสาขาที่เกี่ยวข้องทางศาสตร์มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้แก่ ปรัชญา ศาสนา ภาษาและวรรณกรรม จิตวิทยา ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ คีตกศิลป์ ศิลปกรรม มานุษยวิทยา บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ สังคมวิทยา รัฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ นิติศาสตร์ วัฒนธรรมศึกษา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์กับการพัฒนา คติชนวิทยา

ทุกบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewer) ที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์ดังกล่าวไม่น้อยกว่า 3 ท่าน ซึ่งทั้งผู้เขียนและผู้ประเมิน จะไม่ทราบข้อมูลรายชื่อของกันและกัน (Double - Blind Peer Review)

ข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความต่าง ๆ ในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ถือเป็นความเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียน

จัดพิมพ์โดย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

1061 ซอยอิสรภาพ 15 แขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600

โทรศัพท์: 0 2473 7000 ต่อ 2073 มือถือ: 081 - 657 - 4023

อีเมล: husocjournal@bsru.ac.th เว็บไซต์: <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jhusocbru>

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินดา เกณฑ์มา
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

บรรณาธิการบริหาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทชชยา วนะบวรเดชน์
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาปี คงอินทร์
รองคณบดีฝ่ายประกันคุณภาพการศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญวรรณ กำคำ
สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

รองศาสตราจารย์ ดร.ชลลดา พงศ์พัฒน์โยธิน
หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาณี พัดทอง
ภาควิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญมิ่ง คำประเสริฐ
สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นนท์ณิธิ ดุลยทวีสิทธิ์
สาขาวิชาอาเซียนศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมา วัฒนพานิช
สาขาวิชานาฏศิลป์ศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัค มหาวรากร
ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะกรรมการฝ่ายประสานงาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสวี ศรีราชเลา
สาขาวิชานาฏศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารีย์ รุ่งแสง
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

อาจารย์ขวัญนภา วัฒนรัตน์
สาขาวิชาภาษาอังกฤษ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

อาจารย์ ดร.นิศาล ฉัตรทอง
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิณี บุนนาค
สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

อาจารย์ ดร.เสลينا นิมสุวรรณ
สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

อาจารย์ศุภชัย ศรีอักษร
สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

นางสาวศิริขวัญ ปิ่นเพชรสวรรค์
นักเอกสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

คณะกรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปภัสวลัญช์ นพวงศ์ ณ อยุธยา
สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

รองศาสตราจารย์กิตติยา รัชมีแจ่ม
สาขาวิชาภาษาไทย (ค.บ.) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาญวิทย์ เยาวฤทธา
สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณพพร หงส์ทอง

สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฤติ กมลสวัสดิ์

สาขาวิชาภาษาไทย (ค.บ.) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมทรัพย์ กรัณจักรวุฒิ

สาขาวิชาภาษาอังกฤษ (ค.บ.)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

อาจารย์สไบทิพย์ คิมทอง

สาขาวิชาภาษาอังกฤษ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

อาจารย์ณัฐพงศ์ รุจอมรชัย

สาขาวิชาภาษาอังกฤษ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

อาจารย์ไพบูลย์ มะโนรมย์

สาขาวิชาภาษาอังกฤษ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

คณะกรรมการฝ่ายศิลปกรรม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์

สาขาวิชาออกแบบกราฟิกและอินโฟร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

บทบรรณาธิการ Editorial

ในกระแสความผันผวนของยุคโลกาภิวัตน์ (Glocalization) แนวปฏิบัติสำคัญของอุดมศึกษาเริ่มมีทิศทางที่เปลี่ยนไปจากเดิมอย่างชัดเจน ได้แก่ แนวทางการพัฒนาหลักสูตรที่ปรับเปลี่ยนจากหลักสูตรอิงมาตรฐาน (Standard-based Curriculum: SBC) มาเป็นหลักสูตรที่มุ่งผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome-based Education: OBE) ซึ่งเน้นการส่งเสริมให้ทรัพยากรบุคคลในชาติมีความรู้ ทักษะ และลักษณะบุคคลที่จำเป็นต่อการตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานอย่างแท้จริง รวมถึงความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการในอนาคตของผู้เรียน ทั้งนี้ สถาบันอุดมศึกษาต้องเตรียมพร้อมกับการดำเนินงานในฐานะหน่วยผลิตบัณฑิตภายใต้เกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินงานที่เป็นเลิศ (EdPEX) ซึ่งให้ความสำคัญกับการแสวงหาความโดดเด่นขององค์กร ระบบการปฏิบัติงาน และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการกำหนดแนวทางการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานของสถาบันแบบพลิกโฉมการจัดการความรู้จากงานวิจัยในรูปแบบของวารสารวิชาการจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้สถาบันอุดมศึกษามองเห็นถึงแนวโน้มของการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการจัดการเรียนรู้ โดยเฉพาะการนำองค์ความรู้จากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์โดยชุมชนและท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

วารสารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 นำเสนอบทความวิจัย จำนวน 15 เรื่อง ครอบคลุมเนื้อหาสาระในด้านประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น แอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ นาฏยกรรม วรรณกรรม ภาษาและศึกษาศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ และภาษาศาสตร์ กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณคณะกรรมการดำเนินงานทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วมขับเคลื่อนวารสารฯ ให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความในวารสารฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่บุคลากรและนักวิจัยระดับอุดมศึกษา ตลอดจนนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง

บทบรรณาธิการ

Editorial

ในการนำไปใช้เป็นองค์ความรู้พื้นฐานในการพัฒนาท้องถิ่นและต่อยอด
การศึกษาค้นคว้าในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาปี คงอินทร์
บรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

จริยธรรมการตีพิมพ์ผลงานในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา (Publication Ethics)

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ ดังนี้ เพื่อเป็นพื้นที่ในการเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการ ดังนั้น เพื่อให้การเผยแพร่เป็นไปอย่างถูกต้อง โปร่งใส และสอดคล้องกับมาตรฐานการตีพิมพ์ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จึงได้กำหนดแนวทางวิธีปฏิบัติ และจริยธรรมการตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการ โดยได้กำหนดบทบาทสำหรับผู้นิพนธ์ (Author) บรรณาธิการวารสาร (Editor) และผู้ประเมินบทความ (Reviewer) เนื่องด้วยบุคคลทั้ง 3 กลุ่มดังกล่าวเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน จึงใคร่ขอให้บุคคลทั้ง 3 กลุ่มนี้ได้ศึกษาและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพื่อประโยชน์ต่อผู้อ่านและแวดวงวิชาการต่อไป

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์ (Duties of Authors)

1. ผู้นิพนธ์ต้องซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และมีจรรยาบรรณในการวิจัย การดำเนินงานและการรายงานผลการวิจัย
2. ผู้นิพนธ์ต้องรับรองว่าผลงานที่เขียนขึ้นได้มาจากข้อเท็จจริงจากการศึกษา ไม่บิดเบือนข้อมูลและไม่มีข้อมูลที่เป็นเท็จ
3. ผู้นิพนธ์ต้องมีความรับผิดชอบต่อผลงานของตน และรับรองว่าผลงานไม่เคยถูกตีพิมพ์หรือกำลังอยู่ในระหว่างขั้นตอนการพิจารณาตีพิมพ์ที่ใด
4. ผู้นิพนธ์ต้องระบุชื่อผู้เป็นเจ้าของผลงานร่วมทุกคนอย่างชัดเจนในกรณีที่ไม่ได้เขียนคนเดียว

จริยธรรมการตีพิมพ์ผลงานในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา (Publication Ethics)

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์ (Duties of Authors) (ต่อ)

5. ผู้นิพนธ์ต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่นที่ปรากฏอยู่ในงานของตน รวมทั้งการเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดไว้
6. ผู้นิพนธ์ต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนในการทำวิจัยนี้ และระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)
7. ในกรณีที่ผู้นิพนธ์ทำผิดข้อตกลง วารสารจะตัดสิทธิการตีพิมพ์เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 2 ปี และวารสารจะแจ้งผู้นิพนธ์และหน่วยงานที่ผู้นิพนธ์สังกัดแล้วแต่กรณีหรือทั้งสองอย่าง

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการวารสาร (Duties of Editors)

1. บรรณาธิการมีหน้าที่ดำเนินงานวารสารให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของวารสาร ปรับปรุงและพัฒนาวารสารให้ได้มาตรฐานสากลอย่างสม่ำเสมอ
2. บรรณาธิการมีหน้าที่ดำเนินการงานวารสารโดยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้นิพนธ์ ผู้อ่าน ผู้ประเมินบทความ และผู้ที่เกี่ยวข้อง
3. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคัดเลือกบทความเพื่อเข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร โดยพิจารณาจากความสอดคล้องของเนื้อหา กับนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ
4. ระหว่างการประเมินบทความ บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้นิพนธ์และผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง
5. บรรณาธิการมีหน้าที่ตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผู้อื่น (Plagiarism) และการนำบทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นแล้วมาเสนอเพื่อขอรับการตีพิมพ์ซ้ำเพื่อให้บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น และไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นมาแล้ว

จริยธรรมการตีพิมพ์ผลงานในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา (Publication Ethics)

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการวารสาร (Duties of Editors) (ต่อ)

6. หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่นหรือการนำบทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นแล้วมานำเสนอเพื่อขอรับการตีพิมพ์ซ้ำ บรรณาธิการจะหยุดกระบวนการประเมินบทความและหากบทความได้รับการเผยแพร่ไปแล้ว บรรณาธิการจะใช้สิทธิในการถอดถอนบทความและแจ้งผู้นิพนธ์หรือหน่วยงานที่ผู้นิพนธ์สังกัดแล้วแต่กรณีหรือทั้งสองอย่าง
7. บรรณาธิการไม่ตีพิมพ์บทความในวารสารเพื่อป้องกันผลประโยชน์ทับซ้อน
8. บรรณาธิการจะปกป้องมาตรฐานของทรัพย์สินทางปัญญาจากการแสวงหาผลประโยชน์และความต้องการทางธุรกิจ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ (Duties of Reviewers)

1. ผู้ประเมินบทความต้องรักษาความลับของบทความที่ส่งมาเพื่อขอรับการประเมินแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง (Confidentiality)
2. ผู้ประเมินบทความต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์หรือเหตุผลอื่น ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นอย่างอิสระได้ โดยผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบและปฏิเสธการประเมินบทความนั้น
3. ผู้ประเมินบทความควรทำการประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากคุณภาพของบทความเป็นสำคัญ ไม่ใช่ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินบทความ
4. หากผู้ประเมินบทความพบว่าบทความที่ประเมินมีส่วนหนึ่งส่วนใดที่มีความเหมือนหรือความซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่น ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบด้วย

สารบัญ Table of Contents

บทความวิจัย

การจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุกลุ่มเอกสารส่วนบุคคล ของเจ้าพระยาอภัยราชามหายุติกธรรมธร (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) พิพิธภัณฑสถานไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม <i>รสสุคนธ์ คิตประดับ และกฤติกา จิวาลักษณ์</i>	1-27
การบอกเล่าเรื่องราวผ่านงานเครื่องประดับเงินชนเผ่าไปร่วมสมัย: โดยใช้หมู่บ้านชินหัว มณฑลอวิ๋นหนานเป็นกรณีศึกษา <i>CHUANLE FU พงศ์เดช ไชยคุตร และภรดี พันธุภากร</i>	28-57
การบูรณาการแนวคิดจากทุนวัฒนธรรมสู่ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ของชุมชนเขตรนบุรี <i>จุฬาลักษณ์ จารุจุฑารัตน์ เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง และมียอง ซอ</i>	58-92
การประเมินโครงการพัฒนาแอปพลิเคชัน “หิรัญพุด” เพื่อส่งเสริม ช่องทางการขายสินค้าออนไลน์และทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ของผู้ประกอบการร้านอาหารในบริเวณชุมชนรอบมหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา <i>อุดร หลักทอง</i>	93-120
การละเล่นของเด็ก: วิวัฒนาการของการละเล่นและภาพสะท้อน ความผูกพันระหว่างแม่กับลูกในผลงานศิลปะเซรามิก <i>Yanfei Tang ปีติวรรณ สมไทย และภาณุ สรวัยสุวรรณ</i>	121-146
การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นผ่านละครสร้างสรรค์ <i>พรรณพัชร์ วิชาสวัสดิ์</i>	147-166

สารบัญ Table of Contents

บทความวิจัย

การวิจัยแนวคิดสัมพันธ์กับภาพประกอบตัวละครในพงศาวดาร 167-187
สามก๊ก เพื่อสร้างผลงานศิลปะจัดวางเครื่องเคลือบร่วมสมัย:

กรณีศึกษา “คำสาบานในสวนท้อ”

Li Xuanyan พงศ์เดช ไชยคุตร และภรดี พันธุมการ

การวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนดารุสซาลาม 188-217
ของหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน

ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง

การพัฒนาแบบฝึกการอ่านจับใจความสำคัญภาษาไทย 218-242
สำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง

LI DEXIN ปฏิพันธ์ อุทนานุกูล และสุกัญญา ขลิบเงิน

ความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมต่อการจัดการ 243-259
ขยะมูลฝอยของประชาชนในเทศบาลเมืองพระประแดง
อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

สุนทร ทวีถาวรสวัสดิ์ อนุชัย ถนอมสินรัตน์ และณัฐกฤตา ยะโอษฐ์

ความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม: กรณีนักศึกษา 260-288
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

จิระพงศ์ เรืองกุล และปกรณ์ โอภาสวิทยารักษ์

สารบัญ Table of Contents

บทความวิจัย

- เทศกาลตรุษจีน: กลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์
ออนไลน์ ของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย 289-321
หลี่ เจี้ยน และสมบัติ สมศรีพลอย
- มังกร: รูปลักษณ์และความเชื่อในสินค้าของเพจขายสินค้า
Shopee และ Lazada 322-355
หลี่ ดาน่า และสมบัติ สมศรีพลอย
- “สุขสันต์วันตาย” ความไม่สุภาพในข้อความแสดงความคิดเห็น 356-379
ในสถานการณ์วันคล้ายวันเกิดทางเฟซบุ๊ก
นภัทร อังกุลสินธนา
- การสร้างสัญลักษณ์ในวัฒนธรรมบริโภคไก่ของสังคมไทยจากแคมเปญ 380-405
โฆษณาอุปถัมภ์ไก่ทอดสูตรผู้พันของเคเอฟซี
พิทยา พลະพลีวัลย์

ปริทัศน์หนังสือ (Book Review)

- วัยเก่าเล่าเรื่อง@ฝั่งธนฯ 406-411
สมบัติ สมศรีพลอย

การจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุกลุ่มเอกสารส่วนบุคคล
ของเจ้าพระยาอภัยราชามหายุติกธรรมธร (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์)
พิพิธภัณฑสถานไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม
The Creation of Archival Description of Personal
Documents of Chao Phraya Abhai Raja Maha
Yuttithammathorn (Mom Rajawongse Lop Suthat)
at the Court Museum of Thailand and Archives,
Office of the Judiciary

(Received: November 17, 2023 Revised: December 20, 2023 Accepted: December 28, 2023)

รสสุคนธ์ คิตประดับ¹, กฤติกา จิวาลักษณ์²
Rossukhon Kidpradub, Krittika Jiwaluk

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุกลุ่มเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหายุติกธรรมธร (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) พิพิธภัณฑสถานไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม

การวิจัยเป็นการวิจัยเอกสาร ประชากร คือ เอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหายุติกธรรมธร (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) จำนวน 97 เรื่อง ประกอบด้วย การบริหารจัดการราชการภายในศาล เรื่องเบ็ดเตล็ดทั่วไป การประพาดิตนของผู้พิพากษา การย้ายผู้พิพากษา เรื่องคดีความ การพิจารณาเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่ง เรื่องร้องเรียนและบัตรสนเท่ห์ การฟ้องร้อง

¹นักศึกษาปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช E-mail: sticker_36@hotmail.com

²รองศาสตราจารย์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช E-mail: krittika.jiw@gmail.com

ผลการสอบไล่ของนักเรียนกฎหมาย ซึ่งเป็นเอกสารสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ การศาลไทยที่เกี่ยวกับการปฏิบัติราชการในตำแหน่งเสนาบดี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูลเอกสารระดับคอลเล็กชัน และระดับเรื่อง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีพิจารณาที่ละหัวข้อตามรายการของเอกสารส่วนบุคคลฯ และบันทึกรายละเอียดลงในแบบบันทึกข้อมูล โดยประยุกต์มาตรฐานสากลทั่วไปในการจัดทำคำอธิบายจดหมายเหตุ ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 2

ผลการวิจัย พบว่า การจัดทำคำอธิบายเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาโยติธรรมธร (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) ในระดับคอลเล็กชันประกอบด้วย 7 ส่วน 26 หน่วยข้อมูล ได้แก่ 1) สัญลักษณ์หรือรหัสอ้างอิง 2) ชื่อกลุ่มเอกสาร 3) วัน เดือน ปี ของเอกสาร 4) ระดับคำอธิบายเอกสาร 5) ขนาดและปริมาณของเอกสาร 6) ชื่อผู้ผลิต/รวบรวมเอกสาร 7) ประวัติหน่วยงาน/ประวัติเจ้าของเอกสาร 8) ประวัติของเอกสาร 9) แหล่งที่ได้รับมอบ/รับโอนเอกสาร 10) ขอบเขตและเนื้อหาของเอกสาร 11) การประเมินคุณค่าการทำลายและการกำหนดอายุการเก็บเอกสาร 12) การเพิ่มขึ้นของเอกสาร 13) ระบบการจัดเรียงเอกสาร 14) เงื่อนไขการเข้าถึงเอกสาร 15) เงื่อนไขการทำสำเนาเอกสาร 16) ภาษา/ตัวอักษร 17) ลักษณะทางกายภาพและความต้องการทางด้านเทคนิค 18) สถานที่เก็บเอกสารต้นฉบับ 19) สถานที่เก็บเอกสารฉบับสำเนา 20) เอกสารที่เกี่ยวข้อง 21) ข้อความเกี่ยวกับการพิมพ์ 22) เครื่องมือช่วยค้น 23) หมายเหตุ 24) บันทึกของนักจดหมายเหตุ 25) กฎ ระเบียบ หรือแนวทางปฏิบัติ 26) วันเดือนปีที่จัดทำ และระดับเรื่อง ประกอบด้วย 5 ส่วน 15 หน่วยข้อมูล ได้แก่ 1) สัญลักษณ์หรือรหัสอ้างอิง 2) ชื่อกลุ่มเอกสาร 3) วัน เดือน ปี ของเอกสาร 4) ระดับคำอธิบายเอกสาร 5) ขนาดและปริมาณของเอกสาร 6) ขอบเขตและเนื้อหาของเอกสาร 7) การประเมินคุณค่า การทำลายและการกำหนดอายุการเก็บเอกสาร 8) เงื่อนไขการเข้าถึงเอกสาร 9) เงื่อนไขการทำสำเนาเอกสาร 10) ภาษา/ตัวอักษร 11) ลักษณะทางกายภาพและความต้องการทางด้านเทคนิค 12) หมายเหตุ

13) บันทึกของนักจดหมายเหตุ 14) กฎ ระเบียบ หรือแนวทางปฏิบัติ
15) วันเดือนปีที่จัดทำ ที่ใช้ในการจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุ
ส่วนบุคคลชุดนี้ โดยมีรายละเอียดครอบคลุมขอบเขตและเนื้อหาของเอกสาร
สามารถทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงเอกสารได้สะดวกซึ่งเป็นประโยชน์ในการอ้างอิง
และเป็นมาตรฐานในการจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุชุดอื่น ๆ ต่อไป

คำสำคัญ: จดหมายเหตุ เอกสารจดหมายเหตุ เอกสารส่วนบุคคล

Abstract

The objective of this research is to create an archival description of personal documents of Chao Phraya Abhai Raja Maha Yuttithammathorn (Mom Rajawongse Lop Suthat) at the Court Museum of Thailand and Archives, Office of the Judiciary.

This study employed documentary research. The population was the personal documents of Chao Phraya Abhai Raja Maha Yuttithammathorn (Mom Rajawongse Lop Suthat) totaling 97 topics consisting of the court administration, general management, conduct of judges, transfer of judges, lawsuits, salary considerations, advancement, complaints and anonymous letters, impeachment, and result of law students' final exams. Those were important documents of the Thai court history relating to the performance of official duties in the position of ministers. The research instrument was a data recording form at the collection and item/topic level. The analysis of the data was based on a topic-by-item, using the 2nd edition of the General International Standard Archival Description (ISAD (G)).

The research findings showed that the creation of archival description of personal documents consisted of 26 information units in 7 areas at the collection level including 1) Reference codes 2) Title 3) Dates 4) Level of description 5) Extent and medium of the unit of description 6) Name of creators 7) Administrative/Biographical history 8) Archival history 9) Immediate source of acquisition or transfer 10) Scope and

content 11) Appraisal destruction and Scheduling information 12) Accruals 13) System of arrangement 14) Conditions governing access 15) Conditions governing reproduction 16) Language/Scripts of material 17) Physical characteristics and technical requirements 18) Finding aids 19) Existence and location of originals 20) Existence and location of copies 21) Related units of description 22) Publication note 23) Note area 24) Archivist's note 25) Rules or conventions and 26) Date(s) of descriptions. At the item/topic level, there were 15 units in 5 areas including 1) Reference codes 2) Title 3) Dates 4) Level of description 5) Extent and medium of the unit of description 6) Scope and content 7) Appraisal destruction and scheduling information 8) Conditions governing access 9) Conditions governing reproduction 10) Language/Scripts of material 11) Physical characteristics and technical requirements 12) Note area 13) Archivist's note 14) Rules or conventions 15) Dates of descriptions allowed for a comprehensive description of the scope and content of the documents. Users can access the archival description of these personal documents easily, which is useful for reference, and will be a standard for future creation of other archival descriptions.

Keywords: Archives, Archival Description, Personal Documents.

บทนำ

ศาลยุติธรรมในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ได้กระจายอยู่ตามกระทรวง กรมต่าง ๆ มีหน้าที่พิจารณาพิพากษาคดีต่างพระเนตรพระกรรณแทนพระมหากษัตริย์ ต่อมาเมื่อบ้านเมืองเปลี่ยนแปลง การติดต่อกับชาวต่างชาติลัทธิชาวตะวันตก ได้แผ่ขยายเข้ามาทำให้ระบบการศาลไทยมีการเปลี่ยนแปลง มิฉะนั้น อาจเป็นเหตุที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งกับชาติตะวันตกได้ จึงมีการปฏิรูประบบการศาลไทยขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์ทรงมีบทบาทในการวางรากฐานระบบการศาลยุติธรรม โดยได้รวมศาล ที่กระจัดกระจายอยู่ตามกระทรวง กรมต่าง ๆ ให้มารวมไว้ในที่แห่งเดียวกัน เพื่อให้การพิจารณาพิพากษาคดีดำเนินไปด้วยความรวดเร็วถูกต้องเหมาะสม ไม่ทำให้ราษฎรเดือดร้อน (Thanarataporn, 2002)

ในโอกาสที่กรุงเทพมหานครมีอายุครบ 100 ปี ซึ่งตรงกับวันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2425 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จพระราชดำเนินทางขบวนพยุหยาตราทางสถลมารค ทอดพระเนตรทอดพระเนตรดูอาคารศาลสถิตยุติธรรม และโปรดฯ ให้จารึกพระราชปรารภในการจัดตั้งศาลยุติธรรมไว้ในแผ่นเงินซึ่งเรียกว่า “หิริญบัตร” มีความกว้าง 9.5 เซนติเมตร ความยาว 37.2 เซนติเมตร จำนวน 4 แผ่น ฝังอยู่ที่อาคารศาลสถิตยุติธรรม บนแผ่นเงินจารึกด้วยอักษรไทยแสดงให้เห็นถึงพระบรมราโชบายในการปกครองแผ่นดิน ที่มีพระราชประสงค์ให้ตั้งศาลขึ้น เพื่อทำหน้าที่วินิจฉัยชี้ขาดอรรถคดี ทรงเล็งเห็นว่า บ้านเมืองจะอยู่ด้วยความสงบสุขร่มเย็นต้องอาศัยการศาลเป็นสำคัญ จึงทรงจัดระบบกฎหมายและระเบียบทางการศาลขึ้นใหม่ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของชาติตะวันตก โดยมีกรมหลวงพิชิตปรีชากร และพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงราชบุรีดิเรกฤทธิ์เป็นกำลังสำคัญ ในการแก้ไขกฎหมายและปฏิรูประบบการศาลยุติธรรม ให้เจริญรุ่งเรือง เป็นที่ยอมรับของนานาชาติอารยประเทศ ปัจจุบันศาลยุติธรรมแยกออกจากกระทรวงยุติธรรมตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540

มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2543 หลังจากทีศาลยุติธรรมแยกออกจากกระทรวงยุติธรรม ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการสำรวจแบ่งแยกทรัพย์สินร่วมกับฝ่ายของกระทรวงยุติธรรม รวมถึงการสำรวจของศาลยุติธรรมทั่วประเทศได้พบกับสิ่งของซึ่งเป็นสมบัติของชาติที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ที่สะท้อนถึงภารกิจและความเป็นมาของศาลไทย เช่น ภาพเขียน วัตถุโบราณ ภาพวาดและเอกสารโบราณ กฎหมายตราสามดวง ฯลฯ และจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ (Thanarataporn, 2002, pp. 18-25) ขึ้นเพื่อเป็นการน้อมรำลึกถึงพระมหากษัตริย์คุณของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและพระมหากษัตริย์ไทยทุกพระองค์ที่มีต่อศาลยุติธรรม เพื่อให้อนุชนรุ่นหลังได้ตระหนักและเข้าใจถึงความสำคัญของสถาบันศาลว่ามีความหมายต่อการมีอยู่และเป็นไปของประเทศและความสำคัญของการปฏิบัติหน้าที่ของศาล ซึ่งกระทำในพระปรมาภิไธยแห่งองค์พระมหากษัตริย์

การดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ มีภารกิจในการบริหารจัดการ รวบรวม อนุรักษ์และเก็บรักษาทรัพยากรด้านจดหมายเหตุ โดยเฉพาะเอกสารจดหมายเหตุประเภทลายลักษณ์อักษรหรือเอกสารที่สื่อความหมายเนื้อหาด้วยตัวเขียนและตัวพิมพ์ ได้แก่ พระราชบัญญัติ พระราชกำหนด พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ระเบียบ ประกาศ กฎ ข้อบังคับกฎ คำสั่งที่เกี่ยวข้องกับศาลยุติธรรม คำพิพากษาคดีต่าง ๆ เอกสารโบราณ ภาพวาด ภาพถ่าย ภาพเขียน หนังสือ จดหมาย และเอกสารอื่นอันเป็นหลักฐานที่สำคัญเกี่ยวกับองค์กรศาลยุติธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การอนุรักษ์และเก็บรักษาเอกสารจดหมายเหตุประเภทลายลักษณ์อักษร ซึ่งถือเป็นข้อมูลชั้นต้นสำหรับใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงทางประวัติศาสตร์ ด้านการบริหารงานองค์กร และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติที่ได้รับการประเมินว่า มีคุณค่าแสดงถึงการดำเนินงานและพัฒนาการขององค์กรศาลยุติธรรม เป็นแหล่งศึกษาค้นคว้า ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวทางด้านประวัติศาสตร์ศาลไทย

ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม ยังไม่มีการดำเนินการจัดทำคำอธิบายจดหมายเหตุที่ใช้เป็นหลักฐานควบคุมเอกสารทั้งลักษณะทางกายภาพและเนื้อหาของเอกสารตามมาตรฐานในการจัดทำคำอธิบายจดหมายเหตุสำหรับลงรายการเอกสารที่ได้รับ การยอมรับและใช้การจัดทำคำอธิบายเอกสารในระดับนานาชาติ คือ มาตรฐานสากลทั่วไปในการจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุ General International Standard Archival Description - ISAD (G) (International Council on Archives, 2000, Online) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ผ่านการศึกษาและพัฒนาโดยสภาการจดหมายเหตุสากลระหว่างประเทศ (International Council on Archives - ICA) วัตถุประสงค์หลักในการจัดทำมาตรฐานสากลทั่วไปในการจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2 (ISAD (G) 2nd ed) เพื่อจำแนกและอธิบายลักษณะเนื้อหาและบริบทของเอกสารจดหมายเหตุ ช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงสารนิเทศในเอกสารจดหมายเหตุได้สะดวกขึ้นให้รายละเอียดคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง สามารถสะท้อนให้เห็นสภาพของเอกสารจดหมายเหตุทุก ๆ ด้านทั้งการจัดทำ การประเมินคุณค่า การลงทะเบียน การอนุรักษ์ และการจัดเรียงเอกสาร

เอกสารจดหมายเหตุส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยรามาธิบดีธรรมธร (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) เป็นเอกสารสำคัญที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์การศาลไทยที่บอกเรื่องราวของการปฏิบัตินิติราชการในตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงยุติธรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศาลไทย การพิจารณาคดีการจัดตั้งศาลหัวเมืองต่าง ๆ การปรึกษาหารือข้อราชการที่เกี่ยวกับผู้พิพากษาในอดีต ก่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลงอำนาจหน้าที่ในการบริหารราชการมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเอกสารส่วนบุคคลนี้อาจมีความเกี่ยวข้องกับเอกสารจดหมายเหตุชุดอื่น ๆ ที่มีอยู่ในพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน และยังไม่มีการจัดทำหลักฐานควบคุมเอกสารทั้งลักษณะทางกายภาพและเนื้อหาของเอกสารแต่อย่างใด ดังนั้น การจัดทำคำอธิบาย

เอกสารจดหมายเหตุโดยเฉพาะเอกสารจดหมายเหตุส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) จำเป็นต้องดำเนินการให้ถูกต้องตามมาตรฐานกระบวนการจัดการเอกสารจดหมายเหตุ ทั้งนี้เพื่อใช้หลักฐานควบคุมเอกสารทั้งลักษณะทางกายภาพและเนื้อหาของเอกสารภายในพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ และเป็นมาตรฐานในการจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุชุดอื่น ๆ ต่อไป และสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเอกสารจดหมายเหตุศาลยุติธรรม สำหรับการลงทะเบียนและสืบค้นสารสนเทศจากเอกสารจดหมายเหตุผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็วและง่ายต่อการบริการ โดยผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องมาสืบค้นที่พิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงตัวเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ได้แบบเต็มรูป (Full – text) ทำให้ลดการจับต้องสัมผัสกับต้นฉบับเอกสารจดหมายเหตุและลดความเสี่ยงในการสูญหายของเอกสารต้นฉบับด้วย ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจศาลยุติธรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ด้านการพัฒนากฎหมายเป็นแหล่งเรียนรู้สำคัญของประเทศในด้านกฎหมายและการศาลยุติธรรมในการธำรงรักษาและเผยแพร่งานพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและจดหมายเหตุให้เป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิจัยเอกสารสำคัญด้านกฎหมายของประเทศที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ให้มีสภาพที่ดีและคงอยู่สืบไป สามารถเผยแพร่และนำเสนอออกจัดแสดงได้

ดังกล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจทำการวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำคำอธิบายเอกสาร จดหมายเหตุกลุ่มเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) พิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม จากเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) จำนวน 97 เรื่อง ซึ่งเป็นเอกสารสำคัญด้านประวัติศาสตร์การศาลไทยที่เกี่ยวกับการปฏิบัติราชการในตำแหน่งเสนาบดี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูลซึ่งผ่านการพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คนแล้ว จำแนกเป็น 2 แบบ คือ 1) แบบบันทึกข้อมูลเอกสารส่วนบุคคลเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) ระดับคอลเล็กชัน (Collection level) และ 2) แบบบันทึกข้อมูลเอกสารส่วนบุคคลเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) ระดับเรื่อง (Item level) ผู้วิจัยใช้แบบบันทึกข้อมูลทั้ง 2 แบบนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) จำนวน 97 เรื่อง ณ พิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม ระหว่างวันที่ 1 กันยายน 2564 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564

ผลการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไทย และประวัติของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) และพัฒนาแบบบันทึกข้อมูลจากการศึกษาแบบบันทึกข้อมูลของหน่วยงานจดหมายเหตุอื่นที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งศึกษาหลักเกณฑ์การจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุ การลงรายการจดหมายเหตุตามมาตรฐานจดหมายเหตุเอกสารส่วนบุคคล และเอกสารต้นฉบับ (Archives, Personal Papers, and Manuscript - APPM) เป็นมาตรฐานสำหรับการจัดทำคำอธิบายวัสดุจดหมายเหตุในรูปแบบต่าง ๆ โดยเน้นที่ระดับกลุ่มเอกสาร หลักการลงรายการจดหมายเหตุตามมาตรฐานการจัดทำคำอธิบายจดหมายเหตุระหว่างประเทศ (The General International Standard Archival Description - ISAD (G)) แล้วจึงจัดทำร่างแบบบันทึกข้อมูลที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) ดังได้กล่าวมาแล้วในการดำเนินการ

การวิจัย ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกข้อมูลเอกสารระดับคอลเล็กชัน (Collection level) และระดับเรื่อง (Item level) จำนวน 97 เรื่อง นำแต่ละเรื่องมาพิจารณาที่ละหัวข้อโดยแยกพิจารณาตามแฟ้มของเอกสาร เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์นำข้อมูลแต่ละส่วนมาวิเคราะห์ โดยเขียนเป็นความเรียงเชิงพรรณนา นำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ไปจัดทำคำอธิบาย เอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาดูธรรมธร (หม่อมราชวงศ์ หล สุทัศน์) ได้ผลดังนี้

1. ลักษณะของเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชา มหาดูธรรมธร (หม่อมราชวงศ์ หล สุทัศน์) พิพิธภัณฑสถานไทยและ หอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรมระดับคอลเล็กชัน (Collection level) และระดับเรื่อง (Item level) พบข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของเอกสาร ทั้ง 2 ระดับ ดังนี้

ด้านเอกสารและบริบทของเอกสาร ส่วนใหญ่เขียนด้วยดินสอ ที่มุมด้านขวามือของปกเอกสาร ระบุรหัสอ้างอิงเป็นเลขอารบิก ส่วนชื่อเอกสาร พบว่า มีการระบุชื่อเอกสารบนปกของเอกสารด้วยลายมือเขียน คือ “แฟ้มส่วนตัว ของเจ้าคุณเสนาบตีเก่า เจ้าพระยาอภัยราชา” เขียนด้วยปากกาที่กลาง ของปกแฟ้มที่ทำด้วยกระดาษแข็งเป็นแฟ้มปกแข็งแบบผูกเชือก พบเอกสาร จำนวน 97 เรื่อง จัดเก็บในแฟ้มปกอ่อนสีน้ำตาล เอกสารชุดนี้ไม่มีการระบุ วัน เดือน ปี และข้อมูลการจัดระดับคำอธิบายเอกสารในระดับคอลเล็กชัน ไม่พบชื่อผู้ผลิตเอกสาร ประวัติหน่วยงาน ประวัติของเอกสารและแหล่งที่ได้ รับมอบเอกสาร ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดชื่อเรื่อง วัน เดือน ปี ของเอกสารจากการศึกษาเนื้อหาภายในของเอกสารแต่ละแฟ้ม

ด้านเนื้อหาและโครงสร้างของเอกสาร เอกสารคอลเล็กชัน นี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการปฏิบัติราชการ การบริหารจัดการภายในกระทรวง ยุติธรรมในช่วง พ.ศ. 2455 - พ.ศ. 2461 ทั้งนี้ไม่พบข้อมูลการประเมินคุณค่า การทำลาย การเพิ่มจำนวนของเอกสาร และระบบการจัดเรียงเอกสาร

ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นผู้ปฏิบัติงานภายในพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านจดหมายเหตุจึงเห็นสมควรให้จัดเก็บเอกสารชุดนี้เป็นเอกสารที่มีคุณค่าต่อประวัติศาสตร์ขององค์กรศาลยุติธรรมและจัดเก็บตลอดไปไม่มีการทำลาย และไม่มีการเพิ่มขึ้นของเอกสารเนื่องจากเอกสารชุดนี้ไม่มีการผลิตเพิ่ม

ด้านเงื่อนไขการเข้าถึงเอกสารและการทำสำเนา ไม่ได้ระบุในเอกสารคอลเล็กชันนี้ เอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยรามาธิบดีธรรมธร (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) จำนวน 97 เรื่อง บันทึกลงเป็นภาษาไทย มีเอกสารบางรายการที่เป็นภาษาอังกฤษ รูปแบบของเอกสารมีทั้งแบบร่างข้อความ จดหมาย หนังสือโต้ตอบ สำเนาเอกสาร ที่เขียนด้วยลายมือและพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์ดีดและยังไม่มีการทำสำเนาเอกสาร เอกสารชุดนี้ยังไม่มีเอกสารที่เกี่ยวข้องและการบันทึกเกี่ยวกับการจัดพิมพ์อื่นใด อีกทั้งยังไม่พบบันทึกของนักจดหมายเหตุ กฎ ระเบียบหรือแนวทางปฏิบัติ รวมถึงวัน เดือน ปี ที่มีการจัดทำเอกสารชุดนี้เช่นกันด้านเครื่องมือช่วยค้น เอกสารชุดนี้สามารถสืบค้นได้จากบัญชีส่งมอบรายชื่อเอกสารจดหมายเหตุ เอกสารต้นฉบับได้จัดเก็บที่ห้องเก็บเอกสาร ภายในพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม

จากการศึกษาเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยรามาธิบดีธรรมธร (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) ระดับเรื่อง (Item level) พบด้วยว่ามีการเพิ่มเติมจากระดับคอลเล็กชัน คือ ชื่อเอกสาร พบว่ามีการระบุชื่อเอกสารด้วยลายมือเขียนที่กึ่งกลางปกด้านหน้าของแต่ละเรื่อง และมีการระบุวันเดือนปีของเอกสาร ซึ่งบางแฟ้มไม่มีการระบุชื่อไว้ที่หน้าปกเอกสาร

เอกสารมีเนื้อหาเกี่ยวกับการปฏิบัติราชการ การบริหารจัดการภายในกระทรวงยุติธรรมในช่วง พ.ศ. 2455 - พ.ศ. 2461 ได้แก่ จดหมายโต้ตอบระหว่างบุคคล การเลื่อนตำแหน่ง การย้ายผู้พิพากษา การพิจารณาเงินเดือน

การตกแต่งผู้พิพากษา การพิจารณาคดีความ บัตรสนเท่ห์ เรื่องร้องเรียน เป็นต้น ภาษาของเอกสารตัวอักษรที่ใช้มีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ซึ่งบางเรื่องเป็นเอกสารภาษาไทยแต่มีเอกสารภาษาอังกฤษแทรกอยู่บ้างเล็กน้อย เอกสารแต่ละเรื่องอยู่ในแฟ้มปกอ่อนสีน้ำตาลมีตราพระศุลพาอยู่ตรงกลาง มีลักษณะทางกายภาพของเอกสารที่พบ ได้แก่ 1) เป็นกระดาษแผ่นมีหลายชนิด และหลายขนาด เอกสารอยู่ในแฟ้มปกอ่อนสีน้ำตาลมีตราพระศุลพาอยู่ตรงกลาง 2) เอกสารถูกบันทึกการพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์ดีด 3) เอกสารถูกบันทึกโดยลายมือด้วยดินสอและปากกา 4) กระดาษมีสภาพกรอบ หลุดร่อนง่าย โดยพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ ได้จัดทำเป็นรายชื่อเอกสารจดหมายเหตุของแต่ละรายการ เอกสารต้นฉบับได้จัดเก็บที่ห้องเก็บเอกสารภายในพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม และยังไม่ได้มีการทำสำเนาเอกสาร เอกสารชุดนี้ยังไม่มีเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการบันทึกเกี่ยวกับการจัดพิมพ์อื่นใด อีกทั้งยังไม่พบบันทึกของนักจดหมายเหตุ กฎ ระเบียบหรือแนวทางปฏิบัติ รวมถึงวันเดือนปี ที่มีการจัดทำเอกสารชุดนี้เช่นเดียวกับระดับคอลเล็กชัน

ผู้วิจัยพบว่า เอกสารชุดนี้มีการติดต่อราชการระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยการเขียนจดหมายหรือโทรเลข ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวศาลยุติธรรมใช้โทรเลขเป็นเครื่องมือสื่อสารในการติดต่อราชการ เพราะในสมัยนั้นโทรเลขจัดว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญ รวดเร็วและสะดวกที่สุด ด้วยเหตุนี้กระทรวงยุติธรรมได้พิมพ์หนังสือประมวลโทรเลขลับขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2454 สำหรับการรับ - การส่งข้อความของทางราชการ (Office of the Court of Justice, 2011, p. 29)

ลักษณะของเนื้อหาของเอกสารเป็นข้อมูลเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภายในศาลและกระทรวงยุติธรรมในช่วง พ.ศ. 2455 – พ.ศ. 2461 สะท้อนให้เห็นถึงภารกิจหน้าที่ของเจ้าของเอกสารระหว่างดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงยุติธรรม และมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ

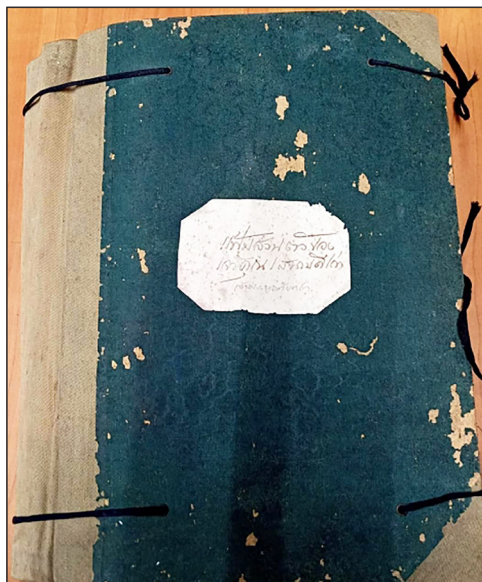
ของการบริหารจัดการภายในกระทรวงยุติธรรม การปฏิบัติงานของผู้พิพากษา การก่อตั้งเนติบัณฑิตยสภา การแต่งตั้งนายกรัฐมนตรีการร่างประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การจัดระเบียบ การวางหลักสูตรการศึกษาของโรงเรียนกฎหมายในกระทรวงยุติธรรม และการตั้งชื่อราชทินนามของผู้พิพากษา เอกสารจดหมายเหตุฉบับชุดนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัย ฮาเียร์ วิรูเอส ออร์เตกา (Javier Virués Ortega) (Virués Ortega, 2011, Online) ที่วิจัยเอกสารต้นฉบับภาษาสเปนของ ฮวน ฮวาร์เต เดอ ซานฮวน (Juan Huarte de San Juan) 32 ฉบับ เพื่อทำให้ทราบถึงรายละเอียดข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาและยังสอดคล้องกับข้อความที่ปรากฏในงานเขียนของเชียร์ เจริญวัฒนา (Charoenwattana, 2012) ที่มีการอ้างอิงถึงความเกี่ยวข้องเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกันกับเอกสารจดหมายเหตุชุดนี้ ที่กล่าวถึงในหนังสือ 130 ปี ศาลยุติธรรม (Thanarataporn, 2002) ผู้วิจัยค้นพบว่า อาจมีเอกสารที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเอกสาร กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้รวบรวมไว้ในที่เดียวกัน เช่น การส่งมอบจดหมายเหตุไปเก็บรักษาที่หอจดหมายเหตุแห่งชาติ จึงทำให้เอกสารมีความกระจัดกระจาย ซึ่งสอดคล้องกับ ดุชมณี ชัยเพชร (Chaiphet, 2013, Online) ที่พบว่าเอกสารเกี่ยวกับพระราชอำนาจอยู่ในความดูแลรับผิดชอบและจัดเก็บอยู่หลายหน่วยงาน

2. การจัดทำคำอธิบายของเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหายุติธรรมธร (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) พิพิธภัณฑศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม ระดับคอลเล็กชัน (Collection level) และระดับเรื่อง (Item level)

คำอธิบายเอกสารได้จัดทำขึ้นจากการเก็บรวบรวมในแบบบันทึกข้อมูลเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหายุติธรรมธร (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) ทั้งหมดจำนวน 97 เรื่อง โดยประยุกต์มาตรฐานสากลทั่วไปในการจัดทำคำอธิบายจดหมายเหตุ ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 2 (ISAD (G) 2nd ed) ในการสร้างหลักเกณฑ์การลงรายการเอกสาร

และนำมาจัดทำคำอธิบายเอกสาร ครบทั้ง 7 ส่วน 26 หน่วยข้อมูล เพื่อลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล หน่วยข้อมูลที่นำมาใช้ในคำอธิบายในระดับคอลเล็กชัน (Collection level) และระดับเรื่อง (Item level) มีดังนี้

ระดับคอลเล็กชัน (Collection level) คือ การแบ่งเอกสารที่มาจากหน่วยงานหรือบุคคลเดียวกันจะมารวมอยู่ด้วยกัน หน่วยข้อมูลที่นำมาใช้ในคำอธิบายระดับคอลเล็กชัน (Collection level) เอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชมหายุติธรรมธร (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) มีทั้งหมด 26 หน่วยข้อมูล ประกอบด้วย 1) สัญลักษณ์หรือรหัสอ้างอิง 2) ชื่อกลุ่มเอกสาร 3) วัน เดือน ปี ของเอกสาร 4) ระดับคำอธิบายเอกสาร 5) ขนาดและปริมาณของเอกสาร 6) ชื่อผู้ผลิต/รวบรวมเอกสาร 7) ประวัติหน่วยงาน/ประวัติเจ้าของเอกสาร 8) ประวัติของเอกสาร 9) แหล่งที่ได้รับมอบ/รับโอนเอกสาร 10) ขอบเขตและเนื้อหาของเอกสาร 11) การประเมินคุณค่าการทำลายและการกำหนดอายุการเก็บเอกสาร 12) การเพิ่มขึ้นของเอกสาร 13) ระบบการจัดเรียงเอกสาร 14) เงื่อนไขการเข้าถึงเอกสาร 15) เงื่อนไขการทำสำเนาเอกสาร 16) ภาษา/ตัวอักษร 17) ลักษณะทางกายภาพและความต้องการทางด้านเทคนิค 18) สถานที่เก็บเอกสารต้นฉบับ 19) สถานที่เก็บเอกสารฉบับสำเนา 20) เอกสารที่เกี่ยวข้อง 21) ข้อความเกี่ยวกับการพิมพ์ 22) เครื่องมือช่วยค้น 23) หมายเหตุ 24) บันทึกของนักจดหมายเหตุ 25) กฎ ระเบียบ หรือแนวทางปฏิบัติ 26) วันเดือนปีที่จัดทำ



ภาพที่ 1 ภาพปกเอกสารเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชา
มหายุติธรรมธร (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) ที่ภายในรวบรวมแฟ้มปกอ่อน
สีน้ำตาล ประกอบด้วยเอกสาร จำนวน 97 เรื่อง ที่นำมาจัดทำคำอธิบาย
ในระดับคอลเล็กชัน (Collection level) ดังปรากฏในภาพที่ 2- 4
ที่มา: (Kidpradub, 2021, p. 51)

คำอธิบายเอกสารส่วนบุคคลเจ้าพระยาอภัยราชามหาโยธีธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์)

ระดับคอลเล็กชัน (Collection level)

1. คำอธิบายเกี่ยวกับเอกสาร (Identity statement Area)	
1.1 สัญลักษณ์หรือรหัสอ้างอิง (Reference code(s))	ลส.1
1.2 ชื่อชุดเอกสาร (Title)	เพิ่มส่วนตัวของเจ้าคุณเสนาบดีเก่า (เจ้าพระยาอภัยราชามหาโยธีธรรมธ)
1.3 วัน เดือน ปี ของเอกสาร (Date(s))	พ.ศ. 2455 – พ.ศ. 2461
1.4 ระดับของคำอธิบายเอกสาร (Level of description)	Collection
1.5 ขนาดและปริมาณของเอกสาร (ปริมาณ จำนวน และขนาด) (Extent and medium of the unit of description)	เอกสารจำนวน 97 เรื่อง ประกอบไปด้วย เอกสารตัวเขียนและเอกสารตัวพิมพ์ ของจดหมาย รวมทั้งหมดจำนวน 770 แผ่น
1.5.1 เอกสาร (จำนวนเพิ่มของเอกสารระดับคอลเล็กชัน)	
1.5.2 อื่น.....	
2. คำอธิบายเกี่ยวกับเอกสาร (Identity statement Area)	
2.1 ชื่อผู้ผลิตเอกสาร (Name of creator(s))	เจ้าพระยาอภัยราชามหาโยธีธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์)
2.2 ประวัติหน่วยงานหรือประวัติเจ้าของเอกสาร (Administrative / Biographical history)	เจ้าพระยาอภัยราชามหาโยธีธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) เริ่มรับราชการเมื่อ พ.ศ. 2418 เป็นมหาดเล็กพิเศษในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และในเวลาต่อมาได้รับตำแหน่งสำคัญ เช่น องคมนตรี ปลัดทูลฉลองกระทรวงนครบาล ฯลฯ ซึ่งเป็นตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการปกครอง การปราบปรามโจรผู้ร้าย การพิจารณาความอาญา จนเมื่อ พ.ศ. 2455 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ย้ายไปเป็นเสนาบดีกระทรวงยุติธรรมและได้รับพระราชทานยศเลื่อนสถาปนาขึ้นเป็นเจ้าพระยาอภัยราชามหาโยธีธรรมธ เสนาบดีกระทรวงยุติธรรม โดยดำรงตำแหน่งในช่วง พ.ศ. 2455-2469
2.3 ประวัติของเอกสารจดหมายเหตุ (Archives history)	เอกสารชุดนี้ได้รับมอบจากสถาบันพัฒนาข้าราชการฝ่ายตุลาการศาลยุติธรรม(คลังเก็บเอกสารคลังชั้น) เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2563 (ตามบันทึกข้อความ ศย 008(ก)/617 ลงวันที่ 2 กรกฎาคม 2563)

ภาพที่ 2 แบบบันทึกข้อมูลเอกสารส่วนบุคคลเจ้าพระยาอภัยราชามหาโยธีธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) ระดับคอลเล็กชัน (Collection level)

ที่มา: (Kidpradub, 2021 p. 52)

2.4 แหล่งเอกสารหรือหน่วยงานหรือผู้มอบหรือโอนย้ายเอกสารนั้น (Immediate source of acquisition or transfer)	สถาบันพัฒนาข้าราชการฝ่ายตุลาการศาลยุติธรรม (คลังเก็บเอกสารคลังชั้น) ได้มอบเอกสารจดหมายเหตุให้กับพิพิธภัณฑศาลไทยและหอจดหมายเหตุ โดยกลุ่มงานพิพิธภัณฑศาลไทยและหอจดหมายเหตุได้ดำเนินการคัดเลือกเอกสาร ณ อาคารศูนย์ฝึกอบรมคลังชั้น เมื่อวันที่ 12-25 มีนาคม 2563
3. คำอธิบายเนื้อหาและโครงสร้างของเอกสาร (Content and Structure Area)	
3.1 ขอบเขตและเนื้อหาของเอกสาร (Scope and Content)	เอกสารมีเนื้อหาเกี่ยวกับการปฏิบัติราชการ การบริหารจัดการภายในกระทรวงยุติธรรมในช่วงปี พ.ศ. 2455 - พ.ศ. 2461 ได้แก่ จดหมายโต้ตอบระหว่างบุคคล การเลื่อนตำแหน่ง การย้ายผู้พิพากษา การพิจารณาเงินเดือน การตกเดือนผู้พิพากษา การพิจารณาคดีความ บัตรสนเท่ห์ เรื่องร้องเรียน เป็นต้น
3.2 การประเมินคุณค่า การทำลายและการกำหนดอายุการเก็บเอกสาร (Appraisal destruction and scheduling information)	พิพิธภัณฑศาลไทยและหอจดหมายเหตุได้จัดเก็บเป็นเอกสารประวัติศาสตร์ขององค์กรศาลยุติธรรม และจัดเก็บต่อไป
3.3 การเพิ่มขึ้นของเอกสาร (Accruals)	เอกสารจดหมายเหตุส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชมหายุทธมณเฑียร ไม่มีการเพิ่มขึ้นของเอกสาร เนื่องจากเป็นเอกสารที่ไม่มีการผลิตเพิ่ม
3.4 ระบบการจัดเรียงเอกสาร (System of arrangement)	เอกสารจัดเรียงตามปี แต่ละปีจัดเรียงตามเดือน
4. คำอธิบายเกี่ยวกับเงื่อนไขการเข้าถึงและการใช้เอกสาร (Conditions of Access and Use Area)	
4.1 เงื่อนไขในการเข้าถึงเอกสาร (Conditions governing access)	ตามระเบียบของพิพิธภัณฑศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม กำหนดให้บริการยืมและอ่านเอกสารในห้องอ่าน ตั้งแต่เวลา 8.30 -16.00 น. ระหว่างวันจันทร์-ศุกร์
4.2 เงื่อนไขในการทำสำเนาเอกสาร (Conditions governing reproduction)	ตามระเบียบของพิพิธภัณฑศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม กำหนดให้ผู้ใดต้องการขออนุญาตทำสำเนาต่อเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑศาลไทยและหอจดหมายเหตุ และเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย
4.3 ภาษา/ตัวอักษรของวัสดุจดหมายเหตุ (Language/scripts of materials)	ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ซึ่งบางรายการแต่มีเอกสารภาษาอังกฤษแทรกอยู่บ้างบางรายการ
4.4 ลักษณะทางกายภาพและทางเทคนิคที่มีผลต่อการใช้อเอกสาร (Physical characteristics and Technical requirements)	เอกสารทั้งหมดเป็นเอกสารต้นฉบับที่บันทึกด้วยลายมือและการพิมพ์ ขนาดของกระดาษมีหลายขนาด แต่ขนาดที่พบมี ดังนี้ 8 x 13 นิ้ว, 8 x 10 นิ้ว และ 5 x 8 นิ้ว และมีของจดหมายเหตุแนบมาเอกสารบางรายการ
4.5 เครื่องมือช่วยค้น (Finding aids)	ทะเบียนรับมอบเอกสาร (รายชื่อเอกสารจดหมายเหตุที่ได้รับมอบจากสถาบันพัฒนาข้าราชการฝ่ายตุลาการศาลยุติธรรม)

ภาพที่ 3 แบบบันทึกข้อมูลเอกสารส่วนบุคคลเจ้าพระยาอภัยราชมหายุทธมณเฑียร (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) ระดับคอลเล็กชัน (Collection level)
ที่มา: (Kidpradub, 2021 p. 52)

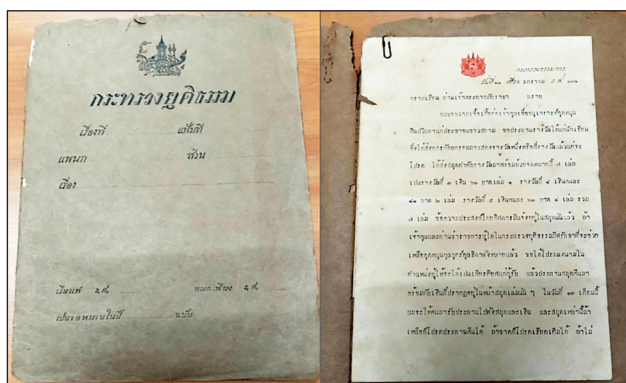
5. คำอธิบายเกี่ยวกับวัสดุที่เกี่ยวข้อง (Allied Materials Area)	
5.1 สถานที่เก็บเอกสารต้นฉบับ (Existence and location of originals)	ห้องเก็บเอกสาร พิพิธภัณฑ์ชาวไทยและหอจดหมายเหตุ ชั้น 5 อาคารสถาบันพัฒนาข้าราชการฝ่ายตุลาการ ศาลยุติธรรม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ
5.2 สถานที่เก็บเอกสารฉบับสำเนา (Existence and location of copies)	ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่เก็บเอกสารฉบับสำเนาเอกสาร เนื่องจากเอกสารชุดนี้ยังไม่มีการจัดทำสำเนาเอกสารใน รูปแบบต่างๆ
5.3 เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Related units of description)	ไม่มีการระบุเอกสารที่เกี่ยวข้อง
5.4 ข้อความเกี่ยวกับการพิมพ์ (Publication note)	ไม่มีข้อความเกี่ยวกับการพิมพ์
6. คำอธิบายเพิ่มเติมอื่น ๆ หรือส่วนหมายเหตุ (Notes Area)	
6.1 หมายเหตุ (Notes)	ไม่มีหมายเหตุ
7. คำอธิบายเกี่ยวกับการควบคุมการทำคำอธิบายเอกสาร (Description Control Area)	
7.1 บันทึกของนักจดหมายเหตุ (Archivist's Note)	ผู้จัดทำทะเบียนรับมอบเอกสารและผู้จัดทำคำอธิบาย เอกสาร คือ นางสาวรสสุคนธ์ คิตประดับ
7.2 กฎ ระเบียบหรือแนวปฏิบัติ (Rules or Conventions)	หลักเกณฑ์การลงรายการเอกสารส่วนบุคคลเจ้าพระยาอภัย ราชามหาโยธีธรรมธร (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) ตาม ISAD (G) 2nd ed
7.3 วัน เดือน ปีที่จัดทำคำอธิบายเอกสาร (Date(s) of descriptions)	1 กันยายน 2564 ถึง 27 ธันวาคม 2564

ภาพที่ 4 แบบบันทึกข้อมูลเอกสารส่วนบุคคลเจ้าพระยาอภัยราชา
มหาโยธีธรรมธร (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) ระดับคอลเล็กชัน
(Collection level)

ที่มา: (Kidpradub, 2021, p. 53)

ระดับเรื่อง (Item level) คือ การจัดการเอกสารแต่ละเรื่อง
ที่อยู่ในแฟ้ม ให้เรียงเป็นระเบียบ หน่วยข้อมูลที่น่ามาใช้ในคำอธิบายระดับเรื่อง
(Item level) เอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาโยธีธรรมธร
(หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) มีทั้งหมด 15 หน่วยข้อมูล ประกอบด้วย
1) สัญลักษณ์หรือรหัสอ้างอิง 2) ชื่อกลุ่มเอกสาร 3) วัน เดือน ปี ของเอกสาร

4) ระดับคำอธิบายเอกสาร 5) ขนาดและปริมาณของเอกสาร 6) ขอบเขตและเนื้อหาของเอกสาร 7) การประเมินคุณค่า การทำลายและการกำหนดอายุการเก็บเอกสาร 8) เงื่อนไขการเข้าถึงเอกสาร 9) เงื่อนไขการทำสำเนาเอกสาร 10) ภาษา/ตัวอักษร 11) ลักษณะทางกายภาพและความต้องการทางด้านเทคนิค 12) หมายเหตุ 13) บันทึกของนักจดหมายเหตุ 14) กฎ ระเบียบ หรือแนวทางปฏิบัติ 15) วันเดือนปีที่จัดทำ



ภาพที่ 5 เอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยรามาธิบดีราชามหาโยธีธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) แฟ้มปกอ่อนสีน้ำตาล จากจำนวน 97 เรื่อง
ที่มา: (Kidpradub, 2021 p. 55)

ซึ่งเป็นเอกสารรายการที่ 1 เรื่องการขอพระราชทานรางวัล ที่นำมาจัดทำคำอธิบายในระดับเรื่อง (Item level) ดังปรากฏในภาพที่ 6

คำอธิบายเอกสารส่วนบุคคลเจ้าพระยาอภัยราชามหาจักรีบรมราช (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) ระดับเรื่อง (Item level)	
เอกสารรายการที่ 1	
1. คำอธิบายเกี่ยวกับเอกสาร (Identity Statement Area)	
1.1 สัญลักษณ์หรือรหัสอ้างอิง (Reference code(s))	ลส.1.1
1.2 ชื่อเรื่องเอกสาร (Title)	ขอประทานรางวัล
1.3 วัน เดือน ปี ของเอกสาร (Date(s))	10 มกราคม 2455
1.4 ระดับของคำอธิบายเอกสาร (Level of description)	Item
1.5 ขนาดและปริมาณของเอกสาร (ปริมาณ จำนวน และ ขนาด) (Extent and medium of the Unit of Description)	เอกสารต้นฉบับบันทึกด้วยกาพย์กลอน จำนวนทั้งหมด 8 แผ่น - เอกสารต้นฉบับบันทึกด้วยกาพย์กลอน ขนาดของกระดาษ 8 x 13 นิ้ว จำนวน 2 แผ่น - เอกสารต้นฉบับบันทึกด้วยกาพย์กลอน (แบบร่าง) ขนาดของกระดาษ 5 x 8 นิ้ว จำนวน 4 แผ่น - เอกสารต้นฉบับบันทึกด้วยกาพย์กลอน ขนาดของกระดาษ 8 x 10 นิ้ว จำนวน 2 แผ่น
1.5.1 เอกสาร (จำนวนแผ่นของเอกสารแต่ละเรื่อง)	
1.5.2 อื่น.....	
2. คำอธิบายเนื้อหาและโครงสร้างของเอกสาร (Content and Structure Area)	
2.1 ขอบเขตและเนื้อหาของเอกสาร (Scope and content)	พระยาวิสุทธิสุริยศักดิ์ เสนาบดีกระทรวงธรรมการ ขอพระราชทานรางวัลให้นักเรียนในโรงเรียนวัดพระธรรม
2.2 การประเมินคุณค่า การทำลายและการกำหนดอายุการเก็บเอกสาร (Appraisal destruction and scheduling information)	พิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุได้จัดเก็บเป็นเอกสารประวัติศาสตร์ของกระทรวงยุติธรรม และจัดเก็บต่อไป
3. คำอธิบายเกี่ยวกับเงื่อนไขในการเข้าถึงและการใช้เอกสาร (Conditions of Access and Use Area)	
3.1 เงื่อนไขในการเข้าถึงเอกสาร (Conditions governing access)	ตามระเบียบของพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม กำหนดให้บริการยืมและอ่านเอกสารในห้องอ่าน ตั้งแต่เวลา 8.30 - 16.00 น. ระหว่างวันจันทร์-ศุกร์
3.2 เงื่อนไขในการทำสำเนาเอกสาร (Conditions governing reproduction)	ตามระเบียบของพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม กำหนดให้ผู้ใดต้องการขออนุญาตทำสำเนาต่อเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ และเป็นผู้ใช้ประโยชน์
3.3 ภาษา/ตัวอักษรของวัสดุจดหมายเหตุ (Language/scripts of materials)	ภาษาไทย
3.4 ลักษณะทางกายภาพและความต้องการทางด้านเทคนิค (Physical characteristics and technical requirements)	เอกสารทั้งหมดเป็นเอกสารต้นฉบับที่บันทึกด้วยกาพย์กลอน ขนาดของกระดาษ มี 3 ขนาด ดังนี้ 8 x 13 นิ้ว, 8 x 10 นิ้ว และ 5 x 8 นิ้ว ส่วนความต้องการทางด้านเทคนิค เอกสารชุดนี้ยังไม่มีมีการทำสำเนาเป็นไฟล์ดิจิทัล
4. คำอธิบายเพิ่มเติมอื่น ๆ หรือส่วนหมายเหตุ (Notes Area)	
4.1 หมายเหตุ (Notes)	ไม่มีหมายเหตุ
5. คำอธิบายเกี่ยวกับการควบคุมการทำคำอธิบายเอกสาร (Description Control Area)	
5.1 บันทึกของนักจดหมายเหตุ (Archivist's Note)	ผู้จัดทำบัญชีสำเนาเอกสารและผู้จัดทำคำอธิบายเอกสาร คือ นางสาวสสุณีย์ คีตประดับ
5.2 กฎ ระเบียบหรือแบบปฏิบัติ (Rules or Conventions)	หลักการของการรายงานการเอกสารส่วนบุคคลเจ้าพระยาอภัยราชามหาจักรีบรมราช (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) ตาม ISAD (G) 2nd ed
5.3 วัน เดือน ปีที่จัดทำคำอธิบายเอกสาร (Date (s) of descriptions)	1 กันยายน 2564

ภาพที่ 6 แบบบันทึกข้อมูลเอกสารส่วนบุคคลเจ้าพระยาอภัยราชามหาจักรีบรมราช (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) ระดับเรื่อง (Item level)
ที่มา: (Kidpradub, 2021 p. 56)

จากประเด็นที่ค้นพบจากการวิจัย สามารถอภิปรายได้ว่า ลักษณะของเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) พิพิธภัณฑศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงาน ศาสดิธรรม นำมาจัดทำคำอธิบายเอกสารในระดับคอลเล็กชัน (Collection level) และระดับเรื่อง (Item level) ดังนี้

1. การที่ไม่พบข้อมูลคำอธิบายของเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) มีเพียงการให้ชื่อเรื่องของเอกสารที่อยู่ในแฟ้มปกอ่อนอย่างกว้าง ๆ ไม่มีความชัดเจนทั้งในระดับคอลเล็กชัน (Collection level) และระดับเรื่อง (Item level) เนื่องจากหน่วยงานผู้มอบเอกสารเป็นเพียงคลังเก็บเอกสาร ซึ่งไม่มีหน้าที่ในการจัดการเอกสารตามกระบวนการจดหมายเหตุ ส่วนชื่อเรื่องของเอกสารที่พบในบัญชีส่งมอบรายชื่อเอกสารจดหมายเหตุ เกิดขึ้นหลังจากรับมอบโอนเอกสารให้กับพิพิธภัณฑศาลไทยและหอจดหมายเหตุแล้ว

2. ลักษณะทางกายภาพของเอกสารชุดนี้ พบว่า มีการบันทึกด้วยลายมือและการใช้เครื่องพิมพ์ดีด รูปแบบการบันทึกมีทั้งฉบับร่างด้วยมือ ซึ่งใช้ดินสอสีดำและปากกาหมึกสีดำ และพิมพ์ดีดด้วยหมึกสีน้ำเงิน จดหมายโต้ตอบที่มีการบันทึกแบบเดียวกัน ซึ่งแตกต่างจากปัจจุบันที่ใช้การพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ ยังพบว่ากระดาษที่ใช้มีความแตกต่างกันในเรื่องของขนาด เช่น 8.5 x 13.5 นิ้ว 10 x 12 นิ้ว 5 x 9 นิ้ว เป็นต้น ประเภทของกระดาษที่ไม่มีรูปแบบชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของเอกสารของสุรีย์ ชูราศรี (Churasri, 2012, Online) และดุขฎิ ชัยเพชร (Chaipheth, 2013, Online) เนื่องจากเป็นเอกสารจดหมายเหตุในช่วงเวลาเดียวกัน จึงทำให้เห็นกระบวนการผลิตของเอกสารจดหมายเหตุในแต่ละยุคสภาพของเอกสารชุดนี้มีความเก่าและชำรุดควรได้รับการอนุรักษ์ก่อนที่จะนำไปจัดทำเป็นเอกสารดิจิทัลพร้อมจัดทำเมตาดาตา (คำอธิบายข้อมูล) เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงได้ง่ายโดยไม่สัมผัสเอกสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของแบค (Baek) (Beak, 2014, Online) เพื่อการสงวนรักษาทรัพยากรสารสนเทศในรูปแบบดิจิทัลในวงจรชีวิตของเอกสาร

ผู้วิจัยจึงได้นำมาตรฐานสากลทั่วไปในการจัดทำคำอธิบายจดหมายเหตุ ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 2 (ISAD (G) 2nd ed) มาประยุกต์ใช้ในการจัดทำคำอธิบายจดหมายเหตุส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) ได้ให้ประโยชน์ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในการจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุส่วนบุคคลชุดนี้ ช่วยให้คำอธิบายมีรายละเอียดครอบคลุมโดยเฉพาะด้านขอบเขตและเนื้อหาของเอกสาร สามารถทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงเอกสารได้สะดวกรวดเร็ว ซึ่งเป็นประโยชน์ในการอ้างอิง และเป็นมาตรฐานในการจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุชุดอื่น ๆ ต่อไป

บทสรุป

จากการศึกษาเรื่อง “การจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุ กลุ่มเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) พิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม” ผู้วิจัยมีความคิดเห็น ดังนี้

1. ควรมีการนำมาตรฐานสากลทั่วไปในการจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 2 (ISAD (G) 2nd ed) มาประยุกต์กับกลุ่มเอกสารชุดอื่น เช่น เอกสารการประชุมเสนาบดี เอกสารคำพิพากษา เอกสารการก่อสร้างศาลยุติธรรม เอกสารการก่อสร้างศาลฎีกา เอกสารการจัดตั้งศาล เป็นต้น เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงข้อมูลของเอกสารจดหมายเหตุที่ให้บริการภายในพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรมเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการนำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหาญาติธรรมธ (หม่อมราชวงศ์พล สุทัศน์) นี้ไปจัดทำเครื่องมือช่วยค้นเอกสารจดหมายเหตุและฐานข้อมูลจดหมายเหตุที่สามารถสืบค้นผ่านเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์ศาลไทยและหอจดหมายเหตุ

3. ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการศึกษาการจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุดิจิทัลโดยประยุกต์มาตรฐานเมตาตาตา (Encoded Archival Description - EAD) Chaichuay (2013, Online) เป็นมาตรฐานด้าน Structure Standard และ Markup Language สำหรับการจัดการเอกสารจดหมายเหตุ มาตรฐานนี้เกิดจากความร่วมมือระหว่างหอสมุดรัฐสภาอเมริกัน (Library of Congress) และสมาคมนักจดหมายเหตุแห่งสหรัฐอเมริกา (Society of American Archivists) เพื่อเป็นมาตรฐานในการเข้ารหัสข้อมูลสำหรับเครื่องมือช่วยค้นจดหมายเหตุ (Finding Aid) ให้เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถประมวลผลได้ เนื่องจากเอกสารจดหมายเหตุมีความแตกต่างจากสารสนเทศทั่วไป การบรรยายลักษณะทรัพยากรจดหมายเหตุก็มีความแตกต่างกัน โดยเครื่องมือช่วยค้นเอกสารจดหมายเหตุเป็นแบบพรรณนาความ มีการแสดงความสัมพันธ์แบบลำดับชั้นระหว่างกลุ่มเอกสาร มักเริ่มต้นจากการบรรยายลักษณะของกลุ่มเอกสาร (Group) ในภาพรวม บอกถึงกลุ่มย่อย (Sub group) ชุด (Series) จนถึงระดับแฟ้ม (File) ตามหลักการจัดเรียงเอกสารจดหมายเหตุ

EAD เป็นวิธีการหนึ่งในการทำเครื่องหมาย (Mark up) ข้อมูลลงในเครื่องมือช่วยค้นเพื่อให้สามารถสืบค้นและแสดงผลแบบออนไลน์ได้ โดยมีการกำหนด EAD Document Type Definition (EAD DTD) หรือการนิยามศัพท์ของ EAD ซึ่งสามารถแสดงได้ทั้ง SGML และ XML ใน EAD DTD ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน คือ Header ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวของ EAD ส่วนที่ 2 คือ Frontmatter การบรรยายลักษณะของเครื่องมือช่วยค้น และส่วนที่ 3 คือ Archdes การบรรยายลักษณะ

ของเอกสารจดหมายเหตุ รวมถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของเอกสาร ภายใต้งานหน่วยข้อมูลที่มีการบรรยายตัวชุดเอกสารทั้งหมด ประกอบด้วย ผู้สร้าง ขนาด ปี ภาษา สาระสำคัญ จากนั้นจึงแบ่งย่อยตามลำดับของการจัดเรียง

ผู้วิจัยหวังว่า การวิจัยนี้จะมีประโยชน์และจุดประกายให้ผู้สนใจ และผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินการหรือสร้างสรรค์สิ่งอันเป็นประโยชน์เหมาะสม กับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งการจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุ กลุ่มเอกสารส่วนบุคคลที่สำคัญ ๆ ที่มีค่าทางประวัติศาสตร์ไทยด้วย

References

- Baek, J. E. (2014). A Study on Feature Analysis of Archival Metadata Standards in the Records Lifecycle. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*. 48(3), 71-111. <https://koreascience.kr/article/JAKO201431057370259.pdf>
- Chaichuay, W. (2013). *Development of metadata outlines for managing inscriptions in images*. Retrieved March 15, 2022. <https://tise2015.kku.ac.th/drupal/sites/default/files/Witsapat-Chaichuay-fulltext.pdf>. [In Thai]
- Chaiphet, D. (2013). *A special guide list to the record related to Phraya Rassadanupradit Mahissarapakdi*. Retrieved June 29, 2019. <https://sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/11205/fulltext.pdf?sequence=2&isAllowed=y> [In Thai]
- Charoenwattana, T. (2012). *130 years of the Court of Justice. Rapeepattanasak Research Institute*. Office of the Court of Justice. [In Thai]
- Churasri, S. (2012). *The creation of archival description of the records of Prince Mahidol of Songkla in the national archives of Thailand*. Retrieved December 11, 2017. <http://www.sure.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/303> [In Thai]
- International Council on Archives. (2000). *ISAD (G): general international standard archival description: adopted by the Committee on Descriptive Standards, Stockholm, Sweden, 19-22 September 1999*. Retrieved May 15, 2021. <https://repositorieslib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/14140/ISAD%28G%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Kidpradub, R. (2021). *The Creation of Archival Description of Personal Documents of Chao Phraya Abhai Raja Maha Yuttithammathorn (Mom Rajawongse Lop Suthat) at the Court Museum of Thailand and Archives, Office of the Judiciary*. [Photo]. Sukhothai Thammathirat Open University. [In Thai]
- Office of the Court of Justice. (2011). *Traces of the history of Thai courts*. Judiciary Resource Center Office of the Court of Justice. [In Thai]
- Thanarataporn, J. (2002). Thai Court Museum. *Dulphah Journal*, 49(1), 18-25. [In Thai]
- Virués-Ortega, J. (2011). *A systematic archival inquiry on Juan Huarte de San Juan (1529–88)*. Retrieved July 2, 2021. <https://www.researchgate.net/publication/254096496>

การบอกเล่าเรื่องราวผ่านงานเครื่องประดับเงิน

ชนเผ่าไป๋รวมสมัย: โดยใช้หมู่บ้านซินหัว

มณฑลยูนนานเป็นกรณีศึกษา

Telling Stories through Contemporary Bai Jewelry: A Case Study of Xinhua Village in Yunnan Province

(Received: October 13, 2023 Revised: December 19, 2023 Accepted: December 25, 2023)

Fu Chuanle¹, พงศ์เดช ไชยคุตร,²ภรดี พันธุภากร³

Fu Chuanle, Pongdej Chaiyakut, Poradee Panthupakorn

บทคัดย่อ

ในฐานะหมู่บ้านช่างฝีมือชนเผ่าไป๋ที่มีชื่อเสียงขจรขยายกว้างไกลของมณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องด้วยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและปัจจัยเชิงมานุษยวิทยาภายในท้องที่ หมู่บ้านซินหัวจึงเป็นสถานที่ซึ่งไม่เพียงมีประวัติศาสตร์ด้านการสร้างสรรค์งานเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินสไตล์ชนเผ่าไป๋มาอย่างยาวนาน ในขณะเดียวกันเพราะเทคโนโลยีจากการผลิตงานหัตถศิลป์เหล่านี้จึงทำให้หมู่บ้านซินหัวประสบความสำเร็จทั้งในด้านการตลาดและการบูรณาการปัจจัยอัตลักษณ์ประจำชาติพันธุ์ในระดับสูงตั้งแต่ในช่วงแรกเริ่ม ทำให้หมู่บ้านแห่งนี้วิธีและวิถีทางพัฒนาที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์

¹นักศึกษาสาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail: 247733286@qq.com

²อาจารย์ที่ปรึกษานักศึกษาปริญญาเอก ศาสตราจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา E-mail: pongdejchai@gmail.com

³อาจารย์ที่ปรึกษานักศึกษาปริญญาเอก ศาสตราจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา E-mail: poradee@buu.ac.th

เกือบทุกประเทศล้วนมีงานเครื่องประดับสโตร์ดั้งเดิมเป็นของตนเอง ในขณะที่เส้นเวลาทางประวัติศาสตร์ดำเนินไป เครื่องประดับเหล่านี้ก็ได้รับการพัฒนาจนก่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านและทดแทนซ้ำแล้วซ้ำเล่าหรือไหลผ่านไปอย่างรวดเร็วตามกระแสกาลเวลาที่ทอดยาวราวแม่น้ำใหญ่ ทว่าเครื่องประดับดั้งเดิมในแต่ละช่วงสมัยล้วนสะท้อนให้เห็นถึงช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์ สภาพแวดล้อม และปรากฏการณ์เชิงมานุษยวิทยาที่แตกต่างกันไปในแต่ละช่วงที่ชาติพันธุ์นั้น ๆ ได้ประสบและข้ามผ่าน ทว่าในปัจจุบันงานหัตถศิลป์เครื่องประดับดั้งเดิมของชนเผ่าไปกลับไม่ได้พัฒนาไปตามกาลยุคสมัยที่มุ่งพัฒนาไปข้างหน้า ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวทำให้พลังชีวิตในศิลปะเก่าแก่แขนงนี้เสื่อมถอยลงอย่างมาก บทความวิจัยนี้จึงต้องการนำงานเครื่องประดับมาใช้ประโยชน์ในฐานะสื่อกลางถ่ายทอดเรื่องราว โดยใช้กิจกรรมทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านชินหัวเป็นเรื่องราวภูมิหลัง แล้วดำเนินการจัดระเบียบ คัดสรรเรื่องราวและสัญลักษณ์ดั้งเดิมของชนเผ่าไปในหมู่บ้านแห่งนี้ โดยผ่านการวิจัยแบบสหวิทยาการเกี่ยวกับแนวคิดและข้อดีของศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง มุ่งศึกษาค้นคว้าความเป็นไปได้ในการสร้างผลงานเครื่องประดับเงินรูปแบบใหม่ในเชิงสร้างสรรค์ด้วยวิธีการออกแบบร่วมสมัยและแรงบันดาลใจจากชนเผ่าไปหมู่บ้านชินหัว โดยทดลองออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานด้วยการอ้างอิงข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ เพื่อก่อให้เกิดแนวคิดใหม่ในการพัฒนางานเครื่องประดับของท้องถิ่นแห่งนี้ ตลอดจนนำเสนอข้อเสนอแนะการวิจัยเพื่อพัฒนาหัวข้อวิจัยต่อไปในภายหลัง

คำสำคัญ: ชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว การบอกเล่าเรื่องราว การออกแบบงานเครื่องประดับเงินร่วมสมัย

Abstract

Xinhua Village, a renowned Bai ethnic craftsmen village in Yunnan Province, China, has a unique development approach shaped by its special environment and cultural factors. Not only does the village boast a rich history in crafting Bai silver jewelry and silverware, but it has also achieved early-stage marketization and high degree of ethnic integration. Each ethnic group typically possesses its own traditional jewelry, which either iteratively develops or fades away over time in response to historical progress. These artifacts, to varying extents, serve as reflections of the ethnic group's historical period, environments, and cultural phenomena. However, traditional Bai jewelry has not developed with the times, leading to a decline in the vitality of this ancient art form. This research article would like to use jewelry as a medium for storytelling, with a focus on the cultural activities of Xinhua Village as the background story then proceed to curate a selection of stories and traditional symbols of the Bai Tribe in this village. Employing an interdisciplinary approach, the research will explore the concepts and merits of storytelling, specifically honing in on the potential for creative new silver jewelry incorporating contemporary design methods and inspiration drawn from the Bai ethnic group in Xinhua Village. The research method involves experimenting with the design and creation of works, informed by the insights gathered from this investigation to introduce a fresh perspective in the development of jewelry in this locality. The research

will also present recommendations for further exploration of research topics in the future.

Keywords: Bai Ethnic Group, Xinhua Village, Narrative, Contemporary Silver Jewelry Design.

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญ

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์สูง ชนเผ่าไปคือหนึ่งในชนกลุ่มน้อยของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีประชากรภายในเผ่าเป็นจำนวนมาก ประชากรภายในเผ่าส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตปกครองตนเองต้าหลี่ไปมณฑลอวิ๋นหนาน (ซึ่งต่อจากนี้ ผู้วิจัยจะย่อถึงสถานที่ดังกล่าวโดยย่อว่า ‘เขตต้าหลี่’) เขตต้าหลี่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนาน ถือเป็นแหล่งต้นกำเนิดอารยธรรมที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งในมณฑลอวิ๋นหนาน และในขณะเดียวกันก็ยังเป็นมาตุภูมิของเหล่าชนกลุ่มน้อยอีกมากมายหลายชีวิต กล่าวคือ นอกจากชนเผ่าไปแล้ว ยังมีกลุ่มชาติพันธุ์อื่นอาศัยอยู่ในเขตต้าหลี่อีก 12 ชนเผ่า เช่น ชนเผ่าฮั่น ชนเผ่าอวี่ และชนเผ่าหุย ปัจจุบันดังกล่าวส่งผลให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม ซึ่งความหลากหลายทำให้ชาวไปเกิดการพัฒนาทางความคิด และความเจริญก้าวหน้าทางภูมิปัญญาก็ก่อให้เกิดลักษณะนิสัยอันเป็นเอกลักษณ์ประจำชนเผ่า เอกลักษณ์เช่นนี้ไม่เพียงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ชาวไปเคารพนับถือความเชื่อหลายศาสนา ใฝ่เรียนใฝ่รู้ และเปิดกว้างทางความคิด ทั้งยังก่อให้เกิดอัตลักษณ์ด้านงานหัตถศิลป์โลหะอันเป็นผลจากการระดมแนวคิด ตลอดจนภูมิปัญญาของชาวไปซึ่งสั่งสมมาอย่างยาวนาน ในบรรดาองค์ความรู้ด้านงานหัตถศิลป์เครื่องประดับประเภทโลหะของชนเผ่าไป ผู้วิจัยมีความสนใจในทักษะหัตถศิลป์พื้นเมืองดั้งเดิมที่ใช้ในการสร้างสรรค์เครื่องประดับเงินและเครื่องเงิน ซึ่งแหล่งชุมชนของชนเผ่าไปที่มีชื่อเสียงในการผลิตงานหัตถศิลป์ประเภทดังกล่าวมากที่สุด นั่นคือหมู่บ้านซินหัว หมู่บ้านชนกลุ่มน้อยที่ตั้งอยู่ในอำเภอเหอชิง เขตต้าหลี่ไปมณฑลอวิ๋นหนาน ซึ่งงานหัตถศิลป์เครื่องประดับเงินของชนเผ่าไป หมู่บ้านซินหัวนั้นไม่เพียงมีความสอดคล้องกับขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นเมืองที่ดำรงอยู่ คุ่วิถีชีวิตของผู้คนในชนเผ่าไปมาเป็นเวลานาน แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยทางวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยเผ่าอื่น ๆ ที่ผสมปนเปเข้ามาเนื่องจากกระแสการพัฒนาในประวัติศาสตร์

เนื่องด้วยการพัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งในด้านการคมนาคมขนส่ง เครือข่ายสังคมออนไลน์ กอปรกับทิศทางการตลาดในปัจจุบัน ส่งผลให้การพัฒนา งานเครื่องประดับเงินดั้งเดิมของชนเผ่าไปถูกแบ่งแยกจากกระแสกาลยุคสมัย และวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งสูญเสียแหล่งทรัพยากร และพลังในการพัฒนาคุณค่าเชิงศิลปะ เพื่อนำงานหัตถศิลป์เครื่องประดับ ที่โดดเด่นด้วยองค์ประกอบอันเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่นดั้งเดิมคืนสู่วิถีชีวิต ของชนเผ่าไปอีกครั้ง ผู้วิจัยจึงต้องสร้างเสริมแนวคิดด้านการออกแบบ และวิธีการแสดงออกรูปแบบใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์งานศิลปะแขนงนี้ เพราะหากต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม สิ่งทีพึงกระทำคือการพัฒนา วัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมให้เท่าทันกระแสแห่งกาลยุคสมัยโดยรักษา อัตลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ได้อย่างเหมาะสม เพื่อการนั้น ผู้วิจัยจึงต้องเรียนรู้ จิตวิญญาณแห่งศิลปะดั้งเดิมและอุปนิสัยอันเปิดกว้างของชาวปกาเกอะญอในหมู่บ้าน ชินหัว จากนั้นจึงปรับปรุงงานหัตถศิลป์เครื่องประดับดั้งเดิมของชนเผ่าไป ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันด้วยทัศนคติ ที่เปิดกว้างและพร้อมสำหรับการเรียนรู้สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนา งานหัตถศิลป์เครื่องประดับดั้งเดิมของชนเผ่าปกาเกอะญอในหมู่บ้านชินหัว

ด้านขอบเขตในระดับโลก ในประวัติศาสตร์การพัฒนาของมนุษย์ เครื่องประดับเป็นงานหัตถศิลป์ที่มีการผลิตมาอย่างช้านาน และยังมีการคิดค้น แนวคิดเกี่ยวกับ “เครื่องประดับร่วมสมัย” มาตั้งแต่ยุคแรกเริ่ม แนวคิดดังกล่าว ยังหลอมรวมเข้ากับวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมและสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัย ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สังคม ตลอดจนเศรษฐกิจที่แฝงอยู่ภายใน การดำเนินชีวิตของมนุษย์ หรืออีกนัยหนึ่ง เครื่องประดับร่วมสมัยเปรียบเสมือน กระแสสะท้อนเรื่องราวต่าง ๆ เป็นเครื่องมือที่ทำให้มนุษย์ได้ย้อนมองอดีต และไตร่ตรองถึงปัจจุบัน เป็นวัตถุที่มีแก่นสำคัญคือแนวคิด และทัศนคติ ของกลุ่มคนหรือปัจเจกบุคคล เครื่องประดับดั้งเดิมของชนเผ่าปกาเกอะญอเป็น งานศิลปะที่เกิดจากแนวทางแนวคิดที่แฝงอยู่ในวิถีชีวิตของผู้คนในชนเผ่า จึงมีเงื่อนไขที่เอื้อต่อการพัฒนาไปสู่งานศิลปะแบบร่วมสมัย

จากบริบทความเป็นมาและเหตุปัจจัยที่ได้กล่าวไปในข้างต้น บทความวิจัยนี้จึงหลักทฤษฎีเกี่ยวกับการบอกเล่าเรื่องราวมาใช้ในการวิจัย อัตลักษณ์ทางธรรมชาติและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านชินหัว ศึกษาค้นคว้าเรื่องเล่าดั้งเดิมของชนเผ่าไปในท้องที่แห่งนี้เพื่อนำเสนอเรื่องราวของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัวผ่านวิธีออกแบบด้วยการบอกเล่าเรื่องราว รวมถึงค้นหาความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ในการพัฒนางานหัตถศิลป์เครื่องประดับเงินร่วมสมัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

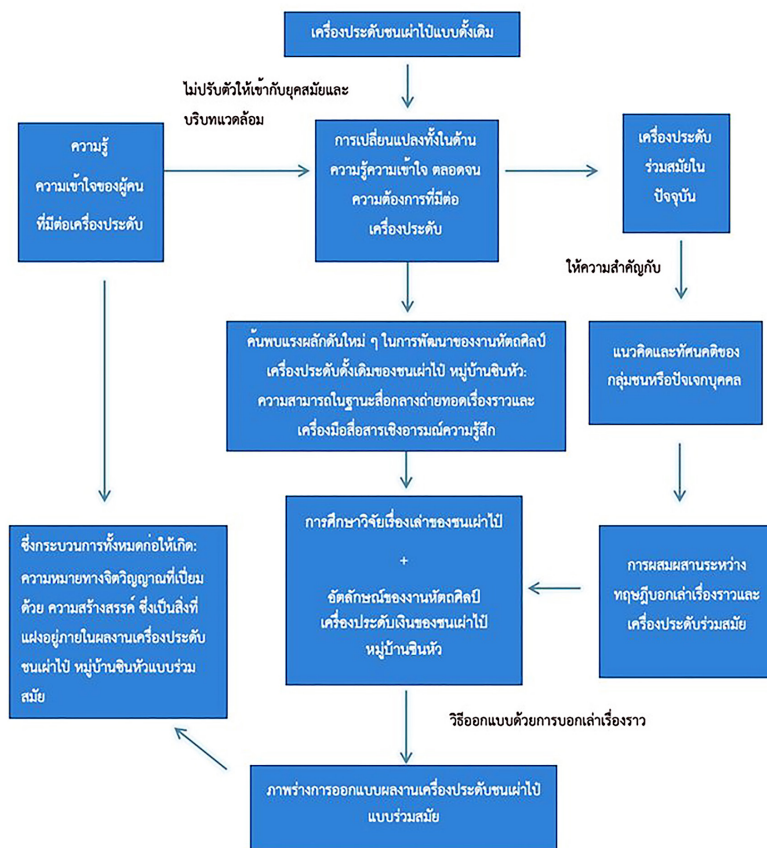
1. เพื่อศึกษารากฐานทางมานุษยวิทยาซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างสรรค์งานหัตถศิลป์เครื่องประดับดั้งเดิมของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว แล้วนำปัจจัยดังกล่าวมาใช้เป็นแบบอย่างกรณีศึกษาวัฒนธรรมหมู่บ้านชินหัวร่วมสมัยที่ควรค่าแก่การ “บอกเล่า” ผ่านผลงานเครื่องประดับ
2. เพื่อวิเคราะห์ความต้องการด้านการพัฒนางานหัตถศิลป์เครื่องประดับดั้งเดิมสู่งานร่วมสมัยของชนเผ่าไปในปัจจุบัน พร้อมทั้งค้นหาวิธีการและรูปแบบงานเครื่องประดับที่เหมาะสมกับการพัฒนางานหัตถศิลป์เครื่องประดับของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว
3. เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยมาใช้ออกแบบภาพแบบร่างซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการออกแบบและสร้างผลงานหัตถศิลป์เครื่องประดับร่วมสมัยของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กรอบแนวคิดของงานวิจัย

หัวข้องานวิจัยนี้มีพื้นฐานมาจากการศึกษาวิจัยงานหัตถศิลป์เครื่องประดับดั้งเดิมของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว เสริมองค์ความรู้ด้วยการรวบรวมศึกษาและเรียบเรียงข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องประดับร่วมสมัยและหลักทฤษฎีศาสตร์การบอกเล่าเรื่องราว จากนั้นจึงนำข้อมูลทั้งหมดเข้าสู่กระบวนการวิจัยและดำเนินการวิเคราะห์ตำนานเรื่องเล่าดั้งเดิมในท้องถิ่น (หมู่บ้านชินหัว)

จากนั้นจึงนำวิธีออกแบบด้วยทฤษฎีบอกเล่าเรื่องราวมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างงานหัตถศิลป์เครื่องประดับร่วมสมัยของชนเผ่าไป๋ หมู่บ้านชินหัว ที่มีทั้งรูปลักษณ์ที่สวยงาม เส้นอันแปลกใหม่ และเปี่ยมด้วยความคิดสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยได้จัดทำแผนภาพกรอบแนวคิดของงานวิจัยครั้งนี้ไว้ ดังนี้



ภาพที่ 1 Research Conceptual Framework
ที่มา: (Fu, 2021)

2. ขอบเขตการวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยโดยมีการวิเคราะห์แนวคิดที่เกี่ยวข้องและข้อดีของการออกแบบด้วยวิธีบอกเล่าเรื่องราวเป็นพื้นฐานสำคัญ และบูรณาการร่วมกับการศึกษาค้นคว้ารากฐานเชิงมานุษยวิทยาซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดงานหัตถศิลป์เครื่องประดับเงินดั้งเดิมของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว แม้ว่างานวิจัยนี้มีการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทักษะหัตถศิลป์ดั้งเดิม รวมถึงเรื่องราวเกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชนเผ่าไป แต่วัตถุประสงค์ของงานวิจัยไม่ใช่เพื่อสืบค้นถึงต้นกำเนิดทางประวัติศาสตร์ ดังนั้น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกับชนเผ่าไปในบทความวิจัยนี้จึงเป็นเนื้อหาที่จัดทำขึ้นเพื่ออธิบายถึงข้อมูลจำเพาะที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้เพียงเท่านั้น โดยมีการออกแบบผลงานจากข้อมูลการวิจัยเป็นวัตถุดิบประสมค์หลัก และขอบเขตด้านเวลาที่เกี่ยวข้องกับผลงานออกแบบซึ่งจัดทำขึ้นโดยอาศัยองค์ความรู้จากการวิจัยนี้ คือช่วงเวลาในยุคปัจจุบัน ซึ่งขอบเขตการวิจัยในด้านต่าง ๆ สามารถสรุปได้ ดังนี้

2.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา: เนื้อหาของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มุ่งประเด็นไปที่การศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและอัตลักษณ์ของการออกแบบด้วยวิธีบอกเล่าเรื่องราวและการออกแบบงานเครื่องประดับที่มีความสามารถในการบอกเล่าเรื่องราว รวมถึงการศึกษาวิชาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว ตลอดจนรูปแบบและลวดลายที่พบเห็นได้ทั่วไปในงานเครื่องประดับเงินดั้งเดิมของชนเผ่าไป และประเด็นสุดท้ายคือศึกษาเรื่องเล่าที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์และเป็นสัญลักษณ์เชิงบอกเล่าเรื่องราวของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว

2.2 ขอบเขตด้านพื้นที่: หมู่บ้านชินหัว อำเภอเทือกสูง เขตปกครองตนเองต้าหลี่ไป มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน

2.3 ขอบเขตด้านการออกแบบ: เครื่องประดับบอกและเครื่องประดับมีอรร่วมสมัยในสไตล์งานหัตถศิลป์เครื่องประดับของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว

3. กระบวนการวิจัย

3.1 การวิจัยทางเอกสาร

กระบวนการในหัวข้อวิจัยนี้ประกอบด้วยวิธีวิจัย 4 รูปแบบ วิธีแรก คือการวิจัยทางเอกสาร ผู้วิจัยคัดสรรและเรียบเรียงข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงและมุมมองข้อคิดเห็นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทิศทางการวิจัยของหัวข้อวิจัยนี้โดยผ่านการสืบค้น รวบรวมและศึกษาข้อมูลจากแหล่งสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ อาทิ เอกสารงานวิจัยที่เก็บรักษาโดยหอสมุดประจักษ์ศิลปาคม ตลอดจนหนังสือและวรรณกรรมอื่น ๆ ซึ่งต้องดำเนินการซื้อเองเป็นรายบุคคลเพื่อสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล รวมถึงเว็บไซต์เผยแพร่งานวิทยานิพนธ์ของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน CNKI และเว็บไซต์สารานุกรมความรู้ทั้ง Baidu และ Wenku ฯลฯ ข้อมูลที่รวบรวมมาทั้งหมดมีเนื้อหาเกี่ยวกับงานทัศนศิลป์เครื่องประดับดั้งเดิมของชนเผ่าไป๋ หมู่บ้านซินหัวที่มีความเชื่อมโยงกับองค์ความรู้ทั้งทางประวัติศาสตร์และหลักทฤษฎีทางมานุษยวิทยา ตลอดจนตำนานหรือเรื่องเล่าดั้งเดิมที่เกี่ยวข้องกับชนเผ่าไป๋ ในขณะเดียวกัน ผู้วิจัยยังดำเนินการค้นคว้าและทำความเข้าใจในบริบทด้านการพัฒนาของงานศิลป์ประเภทเครื่องประดับภายในท้องที่ พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลและจัดเรียงสาระสำคัญด้านแนวคิด ตลอดจนกระบวนการพัฒนาของการออกแบบงานศิลปะเครื่องประดับร่วมสมัยให้เป็นหมวดหมู่ ควบคู่ไปกับการรวบรวมศึกษาและจำแนกเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบงานศิลป์ด้วยหลักทฤษฎีการบอกเล่าเรื่องราว รวมถึงวิธีการ ‘ถ่ายทอดเรื่องราว’ เพื่อเตรียมการสนับสนุนเชิงทฤษฎีให้แก่การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พร้อมทั้งค้นหาข้อมูลที่สามารถใช้เป็นฐานอ้างอิงในการพัฒนางานเครื่องประดับของชนเผ่าไป๋ หมู่บ้านซินหัว

3.2 การวิจัยภาคสนาม

หลังจากสังสมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงได้ในระดับหนึ่ง ผู้วิจัยจึงลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อเยี่ยมชมและสำรวจพื้นที่ในหมู่บ้านซินหัวอยู่หลายครั้ง โดยขั้นแรก ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมและศึกษาแหล่งข้อมูลเชิงวัตถุที่เกี่ยวข้องซึ่งถูกเก็บรักษาอยู่ในพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เยี่ยมชมสตูดิโอ

ของผู้สืบทอดงานหัตถศิลป์เครื่องประดับเงินดั้งเดิมของชนเผ่าป๋าย หมู่บ้านชินหัว เพื่อสังเกตการณ์และบันทึกข้อมูลทั้งรูปแบบ การออกแบบ และขั้นตอนการผลิต เครื่องประดับเงินดั้งเดิมของชนเผ่าป๋าย หมู่บ้านชินหัวด้วยวิธีการถ่ายภาพ และบันทึกวิดีโอเพื่อนำข้อมูลมาศึกษาทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่าง ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเทคนิคในงานฝีมือประจำท้องถิ่น จากนั้นจึงดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมด้วยการสัมภาษณ์ผู้สืบทอด งานหัตถศิลป์เครื่องประดับเงินดั้งเดิมของชนเผ่าป๋าย หมู่บ้านชินหัว จำนวน 9 คน ซึ่งประกอบด้วยผู้อาวุโสและผู้ทำงานในด้านวัฒนธรรมที่มีองค์ความรู้ เชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมและเรื่องราวในท้องถิ่นจำนวน 3 คน นักวิจัย ที่ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับสวดลายท้องถิ่นจำนวน 5 คน และนักวิจัยที่ศึกษา งานหัตถศิลป์เครื่องประดับในท้องถิ่น โดยใช้การสัมภาษณ์แบบไร้โครงสร้าง (Unstructured Interview) ซึ่งออกแบบรูปแบบคำถามสัมภาษณ์ทั้งหมด 3 รูปแบบตามความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่ม เพื่อทำความเข้าใจวิถีชีวิตร่วมสมัยและเรื่องเล่าดั้งเดิมที่สื่อถึงอัตลักษณ์ ของชนเผ่าป๋าย หมู่บ้านชินหัวในเชิงลึก

3.3 การวิจัยแบบสหวิทยาการ

เนื่องด้วยทิศทางการวิจัยของหัวข้อวิจัยนี้จึงไม่สามารถ ดำเนินการวิจัยวิธีการพัฒนางานหัตถศิลป์เครื่องประดับของชนเผ่าป๋าย ได้โดยอาศัยการค้นคว้าและอภิปรายในขอบเขตองค์ความรู้ด้านการออกแบบ สื่อเชิงภาพทัศนเพียงสาขาเดียว ดังนั้น การวิจัยนี้จึงต้องศึกษาทำความเข้าใจ ที่มาของ ‘การบอกเล่าเรื่องราว’ ทั้งศึกษาทฤษฎีจำนวนมากที่เกี่ยวข้อง กับศาสตร์การเล่าเรื่องจากเอกสารอ้างอิงที่เกี่ยวข้อง ศึกษาทำความเข้าใจ รูปแบบการประยุกต์ใช้การออกแบบด้วยวิธีบอกเล่าเรื่องราวในงาน เครื่องประดับผ่านตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนวิเคราะห์ ความต้องการของผู้คนที่มีความต้องการเครื่องประดับร่วมสมัยที่มีความสามารถในการบอกเล่าเรื่องราว

นอกเหนือจากนี้ ผู้วิจัยยังดำเนินการศึกษาวิจัยตำนาน เรื่องเล่าของชนเผ่าป๋ายจากเอกสารอ้างอิง โดยเรียบเรียง จำแนกและ จัดระเบียบข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ตามประเภทและรูปแบบของเนื้อหา

จากนั้นจึงใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในส่วนนี้ดำเนินการจัดเรียงข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบเรื่องราวของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัวร่วมสมัย จากนั้นจึงศึกษาทำความเข้าใจหลักทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เช่น การตีความเชิงสัญลักษณ์ตามหลักประติมานวิทยา (Iconography) ฯลฯ เพื่อนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ในการตีความรูปแบบลวดลายและสัญลักษณ์บนงานเครื่องประดับดั้งเดิมของชนเผ่าไป

เนื้อหาแนวคิดทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

1. การออกแบบด้วยวิธีบอกเล่าเรื่องราว

การบอกเล่าเรื่องราว หากตีความตรงตามตัวอักษร หมายถึง การบรรยายรายละเอียดต่าง ๆ ในเรื่องราวเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตั้งแต่สมัยโบราณ การสื่อสารในสังคมมนุษย์นั้นถ่ายทอดข้อมูลผ่านสื่อกลาง ได้แก่ ท่าทาง สายตา และการสนทนา ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมและกระบวนการทำงานของการบอกเล่าในความหมายอย่างกว้าง ๆ แต่ศาสตร์แห่งการบอกเล่าเรื่องราวที่ศึกษาในประเด็นที่จำเพาะและเจาะลึกนั้นหมายถึงสาขาวิชาเฉพาะทางที่ศึกษาวิจัยเอกสารวรรณกรรมหลักทฤษฎีเกี่ยวกับการบอกเล่าเรื่องราว ซึ่งคำว่า ‘การบอกเล่าเรื่องราว’ ในบทความวิจัยนี้มีพื้นฐานมาจากวิชาการศึกษาวิจัยศาสตร์แห่งการบอกเล่าเรื่องราวนั่นเอง

สืบเนื่องจากการพัฒนาตามกระแสของกาลยุคสมัย ศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องค่อย ๆ มีอิทธิพลมากขึ้นและถูกนำไปประยุกต์ใช้ในขอบเขตสาขาวิชาอื่น ๆ นอกเหนือจากวรรณกรรมมากขึ้นเรื่อย ๆ มิเอเคะ บาล (Mieke Bal) นักวิชาการชาวดัตช์เชื่อว่าศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ ‘การบรรยายเรื่องราว’ ซึ่งควรมีความหมายครอบคลุมทั้งข้อความบรรยายภาพ รูปลักษณ์ เหตุการณ์ที่สื่อถึงเรื่องราวบางอย่าง ตลอดจนผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมที่มีความสามารถในการบอกเล่าเรื่องราวอยู่ภายในตัวของมันเอง (Li, 2018, pp. 95-100) ซึ่งคำจำกัดความใหม่นี้ได้ขยายขอบเขตการศึกษาวิจัยศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องออกไปอย่างมาก จากบทบรรยายในรูปแบบข้อความจากสาขาวิชาวรรณกรรมไปสู่ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม หลังจากนั้น การศึกษาวิจัย

เพื่อประยุกต์ใช้การบอกเล่าเรื่องราวในสาขาวิชาออกแบบจึงเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นเรื่อย ๆ

องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการเล่าเรื่องในสาขาวิชาวรรณกรรมส่วนใหญ่ใช้ภาษา ตัวอักษรการเขียน และสื่ออื่น ๆ ในการบรรยายเหตุการณ์จริง รวมถึงเรื่องสมมติหนึ่งหรือหลาย ๆ เรื่องรวมกันในรูปแบบงานเขียนของร้อยแก้วและบทกลอนบทกวี เป็นกระบวนการจัดระเบียบเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องตามลำดับที่แน่นอนด้วยวัตถุประสงค์บางประการที่ก่อให้เกิดการบอกเล่าเรื่องราว นั้น ๆ การออกแบบด้วยวิธีบอกเล่าเรื่องราว สัญลักษณ์ในรูปแบบเสียงและภาพเป็นภาษาที่ใช้สำหรับสื่อสาร เนื้อหาที่แฝงเร้นอยู่ภายในผลงานออกแบบคือแนวคิดและนัยแฝงที่ต้องการบอกเล่าหรือถ่ายทอดผ่านรายละเอียดของสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในผลงาน หรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่งการออกแบบด้วยวิธีบอกเล่าเรื่องราวคือการบรรลุวัตถุประสงค์ของการออกแบบผ่านองค์ประกอบสื่อทางสายตาหรือสื่อที่มนุษย์รับรู้ได้โดยผ่านประสาทสัมผัสพื้นฐานอื่น ๆ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของภาษารูปนัย และให้ความสำคัญกับรูปแบบข้อมูลที่ถูกรับรู้มากขึ้น ดังนั้น การออกแบบจึงจำเป็นต้องละทิ้งคุณลักษณะบางประการของหลักทฤษฎีบอกเล่าเรื่องราว ซึ่งที่จริงแล้วหากสืบสาวราวเรื่องไปยังต้นตอทางประวัติศาสตร์ของการออกแบบและการบอกเล่าเรื่องราว นักประพันธ์หรือผู้สร้างสรรค์ที่มาก่อนกาลมีแนวโน้มที่จะนำหลักการบอกเล่าเรื่องราวมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบภาพหรือสัญลักษณ์และอาจมีมาก่อนการเขียนบรรยายบอกเล่าเรื่องราวในวรรณกรรม

ภาพจิตรกรรมฝาผนังตั้งแต่สมัยยุคหินดึกดำบรรพ์ ถือเป็นผลงานภาพบอกเล่าเรื่องราวชิ้นแรก ๆ ที่สามารถสืบย้อนกลับไปได้ในสมัยโบราณและยังคงหลงเหลือมาจนถึงยุคปัจจุบัน ซึ่งการบอกเล่าเรื่องราวในสมัยนั้นเป็นการบรรยายเหตุการณ์และสิ่งต่าง ๆ รอบตัวด้วยการวาดภาพอย่างไร้เดียงสาและเป็นวิธีบอกเล่าเรื่องราวอย่างมีวัตถุประสงค์ในยุคแรกเริ่มของเผ่าพันธุ์มนุษย์ (Ma, 2021, pp. 252-259) ต่อมา หลังเกิดการบอกเล่าเรื่องราวผ่านภาพวาด

การบอกด้วยสัญลักษณ์รูปแบบตัวอักษรเป็นสิ่งที่เกิดก่อนการบอกเล่าเรื่องราวด้วยภาษางานวรรณกรรม ซึ่งตัวอักษรรูปร่างต่าง ๆ ในสมัยโบราณก็สามารถมองเป็นผลงานการออกแบบภาพสัญลักษณ์กราฟิกในยุคแรกเริ่มได้เช่นกัน อาทิ อักษรฮีโรกลีฟิคของชาวอียิปต์โบราณซึ่งสร้างขึ้นจากการขีดเขียน สะเปะสะปะและการวาดลวดลายรูปแบบต่าง ๆ ในสังคมดึกดำบรรพ์ ด้วยวิธีการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และรูปแบบอักษรนี้ได้กลายเป็นรูปแบบการเขียนของมนุษย์ในช่วงยุคแรกเริ่มที่เก่าแก่ที่สุดที่นักโบราณคดีในปัจจุบันค้นพบ

ซึ่งการออกแบบด้วยวิธีบอกเล่าเรื่องราวแบบร่วมสมัยเป็นวิธีการออกแบบรูปแบบหนึ่งที่รวมวัตถุประสงค์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ข้อจำกัด ตลอดจนปัจจัยด้านอื่น ๆ มาผสมผสานกันและเรียบเรียงด้วยวิธีบอกเล่าเรื่องราว และถ่ายทอดไปสู่โลกภายนอกผ่านผลงานโดยใช้การเล่าเรื่องผ่านสื่อภาพ ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งในด้านวัตถุประสงค์และจิตใจของผู้ชมผ่านการจัดองค์ประกอบ ลำดับเรื่องราวและการถ่ายทอดเรื่องราวไปสู่ผู้ชม เป็นการสร้างและขึ้นนำการแลกเปลี่ยนและการสื่อสารรูปแบบหนึ่งซึ่งช่วยกระตุ้นความรู้สึก ความทรงจำ และความเชื่อมโยงทางความคิดภายในจิตใจของผู้ชม จากนั้นจึงสร้างการรับรู้และความเข้าใจในบริบททางประวัติศาสตร์ จิตวิญญาณทางมานุษยวิทยา และประสบการณ์ตามธรรมชาติ ซึ่งวิธีการและวัตถุประสงค์ของออกแบบด้วยหลักการบอกเล่าเรื่องราวล้วนต้องการสื่อกลางที่จะช่วยนำเสนอและสื่อสารเนื้อหาต่าง ๆ ไปยังผู้ชม

2. ภาพรวมของชนเผ่าไปในหมู่บ้านชินหัว

หมู่บ้านชินหัว เป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่บนเชิงเขาเฟิงหวงซึ่งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของอำเภอเหอชิง เป็นสถานที่แห่งเดียวที่ผู้คนต้องเดินทางผ่านเมื่อต้องการเดินทางไปยังถนนฉาหม่า ถนนโบราณที่มีชื่อเสียงในทางประวัติศาสตร์ เนื่องจากภูเขาเฟิงหวงมีองค์ประกอบคือเป็นหินปูนไม่ค่อยมีพืชพันธุ์คลุมหน้าดิน ด้วยเหตุนี้ในสมัยโบราณหมู่บ้านชินหัวจึงถูกเรียกว่า ‘หมู่บ้านฉือไจ้จี (หมู่บ้านที่ล้อมรอบด้วยหินทั้งสี่ด้าน)’

ส่วนประชากรชาวไป๋ภายในหมู่บ้านซินหัวคิดเป็น 98.5% ของประชากรทั้งหมดภายในหมู่บ้าน และหมู่บ้านซินหัวยังเป็นถิ่นฐานดั้งเดิมของชนเผ่าไป๋อีกด้วย (Sun & Fan, 2004)

ด้วยตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้ชาวไป๋ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านซินหัวเป็นกลุ่มชนที่ขยันขันแข็งเป็นพิเศษ ช่างฝีมือในหมู่บ้านซินหัวมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์งานหัตถศิลป์ประเภทโลหะ ตั้งแต่สมัยแคว้นหนานจ้าวเรื่อยมาจนถึงสมัยราชวงศ์ถัง ทั้งยังให้ลูกหลานรับสืบทอดภูมิปัญญาทางหัตถศิลป์จากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งชนเผ่าไป๋นั้นเป็นคนใฝ่เรียนใฝ่รู้ และมีไหวพริบจึงเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ได้ดี ในประวัติศาสตร์การก่อตัวและการพัฒนาของชนเผ่าไป๋ ชนเผ่านี้รักษาไว้ซึ่งทัศนคติที่เป็นมิตรต่อกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ ทั้งยังกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้และซึมซับวัฒนธรรมที่แปลกใหม่และนำเสนออยู่เสมอ ดังนั้น ชาวไป๋จึงไม่ค่อยมีคุณลักษณะด้านอนุรักษนิยมเสียเท่าใดนัก ซ้ำยังเต็มใจที่จะยอมรับสิ่งใหม่อยู่เสมอ กอปรกับหมู่บ้านซินหัวนั้นติดต่อสื่อสารกับชาวฮั่นตั้งแต่วัยยุคแรกเริ่มหมู่บ้านแห่งนี้จึงได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมจีนอันมาอย่างยาวนาน ชาวไป๋ในหมู่บ้านส่วนใหญ่จึงมีความรู้ความเข้าใจในภาษาจีนฮั่น และภาษาจีนฮั่นก็ได้กลายเป็นภาษาหลักที่ผู้คนในหมู่บ้านซินหัวใช้ติดต่อสื่อสารในปัจจุบัน

ลักษณะนิสัยที่ทั้งเปิดกว้างทางความคิดของชาวไป๋ยังก่อให้เกิดวัฒนธรรมด้านความเชื่อทางศาสนาที่มีคุณลักษณะเฉพาะจนกลายเป็นหนึ่งในอัตลักษณ์ของชนเผ่าไป๋ ความเชื่อทางศาสนาของชนพื้นเมืองเหล่านี้สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้อย่างน้อย 4 ประเภทใหญ่ด้วยกัน ได้แก่ ศาสนายุคก่อนประวัติศาสตร์ ลัทธิบูชาเทพเจ้า พุทธศาสนา และลัทธิเต๋า ซึ่งรูปแบบความเชื่อในแต่ละศาสนาก็ยังแตกต่างกันสาขายอกไปได้อีกมากมาย และต่างก็เกิดการวิวัฒนาการอย่างไม่มีที่สิ้นสุด จึงกล่าวได้ว่าหมู่บ้านซินหัวนั้นไม่มีการนับถือความเชื่อทางศาสนาใดเพียงหนึ่งเดียว

จากข้อมูลในข้างต้น จึงสามารถกล่าวได้ว่าสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร กอปรกับภูมิหลังทางมานุษยวิทยาที่เปิดกว้างและหลากหลายล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างอัตลักษณ์

ให้แก่หมู่บ้านชินหัว และคุณลักษณะเฉพาะนี้ได้กลายเป็นจุดยืนสำคัญของงานหัตถศิลป์ทั้งเครื่องประดับและเครื่องเงินของหมู่บ้านแห่งนี้ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวยังถือเป็นองค์ประกอบอันดับต้น ๆ ที่ผู้วิจัยคำนึงถึงและนำมาใช้ ในกระบวนการพัฒนารูปแบบการสร้างสรรค์เครื่องประดับของชนเผ่าไป โดยผ่านวิธีการออกแบบด้วยหลักการบอกเล่าเรื่องราว

3. ภาพรวมเกี่ยวกับงานเครื่องประดับบอกเล่าเรื่องราว

ในสมัยโบราณ เครื่องประดับยุคแรกเริ่มมักทำจากกระดูก เปลือกหอย หิน ฟันหรือเขี้ยวของสัตว์ ฯลฯ การสร้างเครื่องประดับในสมัยก่อน มีวัตถุประสงค์เพื่อความสวยงามเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เพราะทั้งรูปทรงหรือกระทั่งลวดลายก็ยังเป็นรูปแบบที่แสดงออกถึงการเคารพบูชาธรรมชาติผ่านเครื่องประดับ ซึ่งประเด็นดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าตั้งแต่สมัยโบราณเป็นต้นมา เครื่องประดับก็อยู่ในฐานะของภาษาสัญลักษณ์เชิงเปรียบเทียบ เป็นสิ่งแทนที่ซ่อนความนัยบางประการเอาไว้ (Liu, 2020) หลังจากเข้าสู่ยุคสังคมชนชั้นแล้ว เครื่องประดับก็ได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของสถานะทางสังคม เพศ ประเพณี สิทธิ รวมถึงความมั่งคั่ง และยังเป็นเครื่องรางและอุปกรณ์ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาเป็นตัวแทนของความศรัทธา การปกป้องคุ้มครองจากสิ่งที่ไม่มนุษย์ เชื้อถือ และสัญลักษณ์ที่ใช้เพื่อสวดภาวนาต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ซึ่งมีเครื่องประดับชิ้นนั้น ๆ เป็นสัญลักษณ์แทน กล่าวได้ว่าเครื่องประดับเป็นสื่อกลางของเวลาและความทรงจำของมนุษย์โดยไม่แบ่งแยกทั้งวัฒนธรรมฝั่งตะวันออกและตะวันตก ในบริบทและหัวข้อต่าง ๆ ในแต่ละยุคสมัย เครื่องประดับมักสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของมนุษย์ทั้งหมด

นับตั้งแต่ช่วงแรกที่เกิดการพัฒนาเครื่องประดับจนกระทั่งเข้าสู่ยุคสมัยใหม่เครื่องประดับแบบดั้งเดิมก็ไม่ใช่ที่โปรดปรานของคนหนุ่มสาวยุคปัจจุบันอีกต่อไป สืบเนื่องจากค่านิยม แนวคิดเกี่ยวกับมานุษยนิยม หรือหลักสุนทรียศาสตร์ดั้งเดิมมีปัจจัยบางประการที่ไม่สอดคล้องกับการพัฒนาในปัจจุบันหรือไม่มีวิธีสื่อสารหรือสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนรุ่นใหม่ที่เหมาะสมกว่า

ที่มีอยู่ในตอนนี้ นอกจากนี้ ในยุคแห่งสื่อข้อมูลข่าวสารอย่างในปัจจุบัน อารมณ์ของผู้คนมักถูกมองข้าม ดังนั้น ยุคสมัยนี้จึงมีความจำเป็นต้องสร้างความสมดุลระหว่างเทคโนโลยีขั้นสูงและอารมณ์ขั้นสูง (Li, 2018, pp. 95-100)

จากการทบทวนวรรณกรรมอ้างอิง เครื่องประดับที่มีความสามารถในการบอกเล่าเรื่องราวนั้นแบ่งออกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน

1. เครื่องประดับที่หัวข้อในการสร้างสรรค์ผลงานส่วนใหญ่มาจากประสบการณ์ อารมณ์ เหตุการณ์ที่เคยพบเจอ หรือการวิปัสสนา และการคาดเดาเชิงปรัชญาของตัวนักออกแบบเอง

2. หัวข้อเครื่องประดับมักมาจากภาพสะท้อนทางสังคม หรือธรรมชาติ เป็นรูปแบบของการแสดงออกทางศิลปะที่นักออกแบบได้รับการกระตุ้นและสัมผัสโลกภายนอกจากมุมมองที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง บันทึกเป็นประสบการณ์และสะท้อนออกมาในรูปแบบผลงานศิลปะ

3. ผลงานเครื่องประดับที่มีต้นกำเนิดความคิดสร้างสรรค์มาจากแนวคิด ขนบธรรมเนียมประเพณีและทักษะหัตถศิลป์ดั้งเดิม เป็นผลงานที่สร้างขึ้นด้วยความเข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม แนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนวิธีการสร้างสรรค์ที่เกิดจากมุมมองที่แตกต่างออกไปตามแต่ละบุคคล ดังนั้น แม้ว่าเครื่องประดับรูปแบบนี้จะได้มาจากสิ่งดั้งเดิม แต่แน่นอนว่าไม่ใช่การสืบทอดโดยนำทักษะและลวดลายมาใช้สร้างสรรค์ผลงานอย่างง่าย ๆ แต่เป็นการสร้างสรรค์ผลงานที่มีแนวโน้มที่จะสร้างการออกแบบในบริบทใหม่ที่สร้างสรรค์และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อฟื้นคืนชีวิตชีวาให้แก่ภูมิปัญญาดั้งเดิม ซึ่งหัวข้อวิจัยนี้คือการใช้มุมมองและการออกแบบผลงานด้วยภูมิปัญญาด้านการสร้างเครื่องประดับของชนเผ่าไป หมู่บ้านชนหัวให้ออกมาในรูปแบบของเครื่องประดับประเภทนี้

การออกแบบเครื่องประดับ คือการออกแบบวัตถุที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางถ่ายทอดเนื้อหาบางประการ ซึ่งไม่มีข้อมูลจำนวนมากเท่างานวรรณกรรม ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่ออื่น ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลง

ทางเวลาและในเชิงพื้นที่ อีกทั้งความสามารถในการเล่าเรื่องของผลงานเครื่องประดับต้องอาศัยการส่งเสริมด้วยการเชื่อมโยงทางความคิดและจินตนาการของผู้รับสาร การออกแบบเครื่องประดับที่มีความสามารถในการบอกเล่าเรื่องราวจึงควรประยุกต์ใช้องค์ประกอบและวิธีการเล่าเรื่องที่ผสมผสานหลากหลายปัจจัยเข้าด้วยกัน

ผลการวิจัย

1. หัวข้อในการบอกเล่าเรื่องราวของชนเผ่าปาย หมู่บ้านชินหัว

หมู่บ้านชินหัวเป็นสถานที่หนึ่งที่มีเรื่องราวและตำนานเล่าขานมากมายเหมือนกันพื้นที่อยู่อาศัยของกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ ในอีกหลายภูมิภาค ทว่าหลังจากได้ศึกษาวิเคราะห์และสรุปข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ จึงพบว่า หัวข้อเรื่องราว (ธีม) ที่เกี่ยวข้องกับหมู่บ้านแห่งนี้แท้จริงแล้วมีเพียงไม่กี่ประเภท อีกทั้งการเล่าเรื่องยังมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลวิจัยที่ได้จากการวิจัยทางเอกสารและการวิจัยภาคสนามมาบูรณาการร่วมกัน เพื่อจำแนกอัตลักษณ์ที่เด่นชัดที่สุดของชนเผ่าปาย หมู่บ้านชินหัวออกเป็น 2 หัวข้อหลักด้วยมุมมองด้านการบอกเล่าเรื่องราว ในบทความวิจัยนี้ ซึ่งเรื่องราวของชนเผ่าปาย หมู่บ้านชินหัวที่ผู้วิจัยต้องการบอกเล่าในที่นี้มีความแตกต่างจากรูปแบบเรื่องเล่าดั้งเดิมที่เปี่ยมด้วยอารมณ์ มีชีวิตชีวาซึ่งผู้คนต่างคุ้นเคยเป็นอย่างดี เรื่องราวของหมู่บ้านชินหัวล้วนมีที่มาจากวิถีชีวิตการพักพิรทำงานอันเรียบง่ายอย่างที่สุด

1. งานหัตถศิลป์โลหะเงินและทองแดงที่อยู่คู่หมู่บ้านชินหัวมาอย่างยาวนานนับพันปี หากสืบย้อนรอยทางประวัติศาสตร์ของชนเผ่าปาย ในหมู่บ้านแห่งนี้ย่อมพบว่าทุกครัวเรือนล้วนปรากฏร่องรอยที่บอกเล่าและกล่าวถึงการเดินทางไปตามถนนและตรอกซอกซอยผ่านความยากลำบาก นานาประการจนได้เรียนรู้ทักษะงานศิลป์และกลายเป็นช่างฝีมือผู้มีพรสวรรค์ ชนเผ่าปายในหมู่บ้านชินหัวเป็นผู้เปลี่ยนแปลง “หมู่บ้านที่ล้อมรอบด้วยดินหิน” ให้กลายเป็น “หมู่บ้านที่เต็มไปด้วยโลหะเงิน” ดังเช่นทุกวันนี้ด้วย 2 มือของตนเอง นี่เป็นเรื่องราวดั้งเดิมทั่วไปที่แพร่หลายมากที่สุดซึ่งทุกครัวเรือนในหมู่บ้านชินหัวบอกเล่าสืบทอดกันมา

2. หัวข้อนี้เป็นเรื่องราวที่อิงจากสภาพแวดล้อมในวิถีชีวิตของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัวเช่นกัน ชนเผ่าไปในหมู่บ้านแห่งนี้มีพฤติกรรม การดำรงชีวิตที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งยึดถือหลัก ‘ชายทำนาหญิงทอผ้า’ เป็นรูปแบบการดำรงชีวิต โดยในสมัยอดีตที่หมู่บ้านชินหัวงานในไร่ นา และงานบ้านจะมอบหมายให้ผู้หญิงในครอบครัวเป็นผู้ดูแล ส่วนผู้ชายทุกคน ในหมู่บ้านล้วนมีส่วนร่วมในการแปรรูปและผลิตงานหัตถกรรมจากโลหะ ทั้งทองแดง เงิน ทอง ตลอดจนจตุรกกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงกล่าวได้ว่า ความรักและการสนับสนุนซึ่งกันและกันในครอบครัวถือเป็นปัจจัยสำคัญ ในความสำเร็จด้านงานหัตถศิลป์โลหะของหมู่บ้านชินหัวในปัจจุบัน ซึ่งผู้หญิง ชาวไปในปัจจุบันนี้มีอาชีพและทางเลือกในการดำเนินชีวิตมากขึ้น รอยประทับความทรงจำที่สะท้อนถึงวิถีแห่งยุคสมัยในกาลก่อนจึงกลายเป็น เรื่องราวอันเป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านชินหัวที่บอกเล่าสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น

เรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านชินหัวเหล่านี้ ล้วนถ่ายทอดส่งต่อกันมาด้วยประเพณีมุขปาฐะตลอดช่วงระยะเวลา ทางประวัติศาสตร์ แม้อาจมีร่องรอยเล็กน้อยที่ได้รับการบันทึกเป็น ลายลักษณ์อักษรในเอกสารอ้างอิงทางประวัติศาสตร์ อาทิ พงศาวดารอำเภอ หล่อชิง ฯลฯ ซึ่งการมาถึงของยุคเทคโนโลยีดิจิทัล แพลตฟอร์มรับชมวิดีโอ ขนาดสั้นผ่านช่องทางออนไลน์ได้ทำให้วิถีชีวิตร่วมสมัยและเรื่องราวพื้นบ้าน ของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัวถูกบันทึกและเผยแพร่เป็นวงกว้างอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน

2. อัตลักษณ์และความต้องการในการพัฒนางานหัตถศิลป์ เครื่องประดับของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว

งานหัตถศิลป์เครื่องประดับแบบดั้งเดิมของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว กับงานหัตถศิลป์เครื่องประดับของชนเผ่าไปในพื้นที่อื่น ๆ มีความแตกต่างกัน เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทว่ารายละเอียดเล็ก ๆ ดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สะท้อน

ให้เห็นถึงอัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตของชนเผ่าไปที่อยู่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านชินหัวแห่งนี้ ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยภาคสนามมาดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ และสรุปปัจจัยอัตลักษณ์ที่สร้างความแตกต่างให้กับงานหัตถศิลป์เครื่องประดับ แบบดั้งเดิมของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัวไว้ ดังนี้

1. เป็นงานหัตถศิลป์ท้องถิ่นที่ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดเชิงมานุษยวิทยาจากชนเผ่าจีนฮั่นและงานฝีมือประเภทเครื่องโลหะของชนเผ่าจีนทิเบตอย่างล้าลึก รูปแบบลวดลายบนงานเครื่องประดับของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัวจึงมีองค์ประกอบบางส่วนที่มีต้นกำเนิดจากกลุ่มชาติพันธุ์ และภูมิภาคอื่น ปัจจัยเหล่านี้ก่อให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะที่สร้างจากการผสมผสานอันเปี่ยมด้วยความหลากหลาย

2. ส่วนใหญ่เป็นงานหัตถศิลป์เครื่องประดับสำหรับสตรีซึ่งประเภทงานที่พบได้ทั่วไป ได้แก่ เครื่องประดับข้อมือและเครื่องประดับมือ ในหมวดหมู่งานเครื่องประดับข้อมือของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว สตรีชาวไป มักเลือกสวมสร้อยห่วงโซ่ห้อยจี้ทรงกล่องใส่เข็มสำหรับห้อยติดประดับบริเวณอกเป็นหลักซึ่งเครื่องประดับชนิดนี้สะท้อนถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของสตรีชาวไปหมู่บ้านชินหัวได้อย่างเด่นชัด ส่วนลวดลายที่พบได้ทั่วไปคือลายผีเสื้อและดอกเหมย แม้ว่าลวดลายเหล่านี้ไม่ใช่เอกลักษณ์ที่พบเห็นได้แค่ที่หมู่บ้านชินหัวเท่านั้น ทว่าก็เป็นองค์ประกอบที่สะท้อนให้เห็นถึงความสง่างามและความงามอันเรียบง่ายของสตรีชาวไปแห่งหมู่บ้านชินหัว ตลอดจนจิตใจที่ยึดมั่นในความรักและความคาดหวังในการให้กำเนิดทายาทเพื่อสืบสานวงศ์ตระกูลให้คงอยู่สืบไปผ่านวัตถุปัจจัยทางธรรมชาติที่มีนัยแฝงสื่อความหมายที่ดีงาม ส่วนงานเครื่องประดับมือมักเป็นงานเครื่องประดับบริเวณข้อมือและแหวน แม้จะไม่มีรูปทรงตายตัวแต่ส่วนใหญ่นิยมตกแต่งด้วยรูปแบบและลวดลายที่คล้ายคลึงกัน

3. ส่วนงานเครื่องประดับสำหรับบุรุษของหมู่บ้านชินหัวนั้น ไม่มีรูปแบบตายตัว อาทิ ในงานเครื่องประดับข้อมือนอกจากรูปแบบที่หลากหลายยังมีลวดลายต่าง ๆ มากมายให้เลือกสรร เช่น ลายมังกร

ลายอักขระธิเบตคาถาโอม มณี ปัทเม ฮัม (Om Mani Padme Hum) หนึ่งในบทสวดภาวนาของพุทธนิกายในธิเบต ตลอดจนรูปแบบลวดลายใหม่ตามกระแสนิยมในปัจจุบัน แม้ว่าบทบาททั่วไปของงานเครื่องประดับเหล่านี้คือการสื่อถึงความหมายเชิงบวกอันดีงาม ทว่าบทบาทที่มากกว่านั้นคือการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางประชาสัมพันธ์ธุรกิจหัตถกรรมหรือเพื่อแสดงทักษะด้านงานฝีมือของผู้สร้างสรรค์ กล่าวได้ว่าผลงานเหล่านี้มีผลเชิงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในระดับหนึ่ง อีกทั้งรูปแบบของงานเครื่องประดับก็ไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงความโดดเด่นของวัฒนธรรมประจำภูมิภาค

ซึ่งจากข้อมูลในช่วงต้นผนวกพร้อมกับข้อมูลจากการวิจัยเอกสารอ้างอิงและการสัมภาษณ์กลุ่มประชากรเป้าหมายแต่ละกลุ่มทำให้เห็นว่าการพัฒนาสิ่งแวดลอม กาลยุคสมัยและวิถีชีวิตล้วนส่งผลกระทบต่อทัศนคติของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหั่วที่มีต่องานเครื่องประดับในปัจจุบันอย่างลึกซึ้ง

1. ในปัจจุบันสตรีชาวไป๋มักสวมใส่เครื่องประดับดั้งเดิมแคในโอกาสสำคัญที่เป็นทางการเท่านั้น ความชอบและรสนิยมเชิงสุนทรียภาพของสตรีเหล่านี้มีความคล้ายคลึงกับสตรีสมัยใหม่ในพื้นที่อื่น ๆ สตรีชาวไป๋ให้ความเคารพปัจจัยดั้งเดิมประจำท้องถิ่นของตน ทว่าในขณะเดียวกันก็มีความสนใจอย่างมากต่อปัจจัยที่มีความน่าสนใจ เป็นที่นิยมและเป็นกระแสในปัจจุบันที่ทำให้พวกเขาสามารถแสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือความเป็นตนเองได้ ดังนั้น สตรีชาวไป๋สมัยใหม่จึงขึ้นชอบงานหัตถศิลป์เครื่องประดับแบบดั้งเดิมที่สามารถบูรณาการร่วมกับปัจจัยในช่วงต้นได้อย่างเหมาะสม

2. ในส่วนของบุรุษชาวไป๋แนวคิดและความต้องการที่มีต่อเครื่องประดับถือว่ามีความยืดหยุ่นและเปิดกว้างมากขึ้น ความพากเพียรพยายามตลอดพันปีที่ผ่านมาของเหล่าบุรุษชาวไป๋ทำให้งานหัตถศิลป์เครื่องประดับเงินเป็นเสมือนนามบัตรที่แสดงให้เห็นให้ผู้คนได้รับรู้ถึงอัตลักษณ์ของหมู่บ้านชินหั่ว ดังนั้น โดยส่วนตัวแล้วนอกเหนือจากความต้องการด้านความสามารถด้านการประดับตกแต่ง ปัจจัยสำคัญที่สุดที่บุรุษชาวไป๋ต้องการจากเครื่องประดับ คือคุณลักษณะที่ขบขันให้เห็นถึงอัตลักษณ์

และระดับงานทัศนศิลป์เครื่องประดับเงินอันเป็นความภาคภูมิใจประจำท้องถิ่นของตนเอง ดังนั้น ความต้องการดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยที่จำเป็นแสดงให้เห็นผ่านการออกแบบผลงานในบทความวิจัยนี้เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการพัฒนางานทัศนศิลป์เครื่องประดับของชนเผ่าป๋ายหมู่บ้านชินหัว

ข้อมูลในข้างต้นเป็นเสมือนเส้นสนกลในทีโยงใยผสมปนเปด้วยข้อมูลจากหลายแง่มุมแล้วหลอมรวมกันก่อเกิดเป็นวิถีชีวิตอันเป็นอัตลักษณ์ของชนเผ่าป๋าย หมู่บ้านชินหัว กลายเป็นเรื่องราวที่ถูกบอกเล่าสืบทอดไปและเป็นวัสดุปัจจัยสำหรับการสร้างสรรค์งานเครื่องประดับของชนเผ่าป๋ายหมู่บ้านชินหัวภายใต้บริบทร่วมสมัย

3. การออกแบบงานทัศนศิลป์เครื่องประดับร่วมสมัยของชนเผ่าป๋ายหมู่บ้านชินหัว

เครื่องประดับสำหรับสตรีโดยเฉพาะเครื่องประดับออกแบบดั้งเดิมมักออกแบบและสร้างโดยรักษารูปแบบมาตรฐานซึ่งเป็นตัวแทนของความดั้งเดิมเอาไว้ ดังนั้น ในการออกแบบงานทัศนศิลป์เครื่องประดับร่วมสมัยของชนเผ่าป๋ายหมู่บ้านชินหัว ผู้วิจัยจึงดำเนินการวางแผนการออกแบบโดยมีสร้อยห่วงโซ่ห้อยจี้ทรงกล่อ่งใส่เข็มดั้งเดิมของชนเผ่าป๋าย หมู่บ้านชินหัวเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญ และใช้ภาพสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนสื่อถึงอัตลักษณ์ของเครื่องประดับดั้งเดิมดังกล่าว ได้แก่ ลวดลายผีเสื้อและกล่อ่งทรงกระบอกใส่เข็มเย็บปักเป็นองค์ประกอบการออกแบบ (ดังภาพที่ 2) โดยนำปัจจัยภาพสัญลักษณ์ในข้างต้นเข้าสู่กระบวนการจำแนกส่วนประกอบแล้วนำแต่ละส่วนมาประกอบสร้างชิ้นใหม่และปรับแต่งด้วยเทคนิคการแทนที่ การออกแบบมีกระบวนการดำเนินงาน ดังนี้

1. ในขั้นแรก ผู้วิจัยออกแบบโดยนำโครงสร้างส่วนเส้นสายที่ประกอบกันเป็นลวดลายผีเสื้อในสร้อยห่วงโซ่ห้อยจี้ทรงกล่อ่งใส่เข็มดั้งเดิมของชนเผ่าป๋าย หมู่บ้านชินหัวมาจำแนกส่วนประกอบแล้วประกอบสร้างชิ้นใหม่โดยใช้วัสดุอะคริลิกใส จากนั้นจึงนำ QR CODE ที่เชื่อมโยงคลิป์วิดีโอขนาดสั้นมาใช้เป็นองค์ประกอบเสริมในการออกแบบผลงาน เป็นการออกแบบ

เชิงสร้างสรรค์เพื่อทลายกรอบรูปแบบและความสามารถในการบอกเล่าเรื่องราวของเครื่องประดับที่มีหัวข้อบอกเล่าเพียงแก่นเรื่องเดียว ทั้งยังเป็นการคิดนอกรอบเพื่อแก้ไขปัญหาระดับความยากในการคงสภาพเนื้อหาเรื่องราวให้ยังมีความเป็นปัจเจกและไม่กลบหัวข้อที่ต้องการบอกเล่าเรื่องราวผ่านองค์ประกอบอื่น ๆ ในผลงาน (ดังภาพที่ 3)

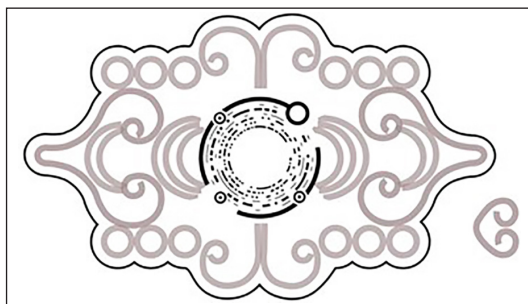
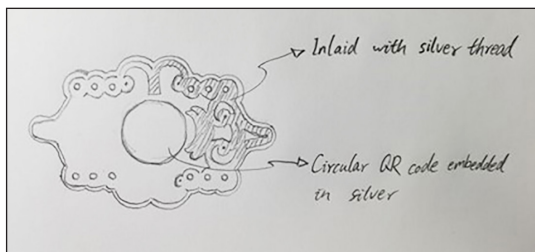
2. ผู้วิจัยนำรูปทรงของจี้ทรงกล่องใส่เข็มมาออกแบบเคสกล่องใส่หูฟังไร้สาย โดยใช้เทคนิคการแทนที่เพื่อแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ถึงความเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของสตรีชาวปักษ์สมัยใหม่ โดยที่ในขณะเดียวกันการออกแบบเคสกล่องใส่หูฟังไร้สายยังเป็นทางเลือกที่สอดคล้องกับแนวคิดในการนำองค์ประกอบ QR CODE มาใช้ในการออกแบบผลงานในด้านการคิดนอกรอบเชิงสร้างสรรค์ (ดังภาพที่ 4)

จากนั้นผู้วิจัยจึงนำงานออกแบบที่เสร็จสมบูรณ์แล้วไปประยุกต์ใช้แทนที่ส่วนประกอบเดิมของสร้อยห่วงโซ่ห้อยจี้ทรงกล่องใส่เข็มดั้งเดิมของชนเผ่าป๋าย หมูบ้านชินหัวเพื่อสร้างผลงานเครื่องประดับรูปแบบใหม่โดยการออกแบบมุ่งประเด็นไปที่วิธีการเล่าเรื่องผ่านงานเครื่องประดับในรูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากงานเครื่องประดับกรณีตัวอย่างอื่น ๆ ชับเน้นให้เห็นถึงความเปรียบเทียบของศิลปะรูปแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ที่สามารถผสมผสานรวมเป็นหนึ่งเดียวกันได้อย่างกลมกลืน



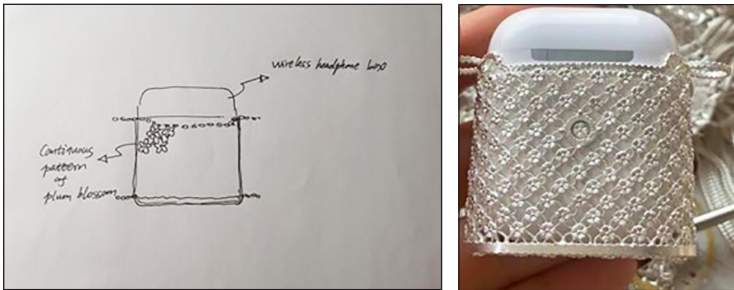
ภาพที่ 2 Butterfly pattern parts and cylindrcial box pendant for holding embroidery needles

ที่มา: (Fu, Photographer, 2023)



ภาพที่ 3 Sketch images and butterfly pattern works
that have gone through the process of deconstructing
and reconstructing

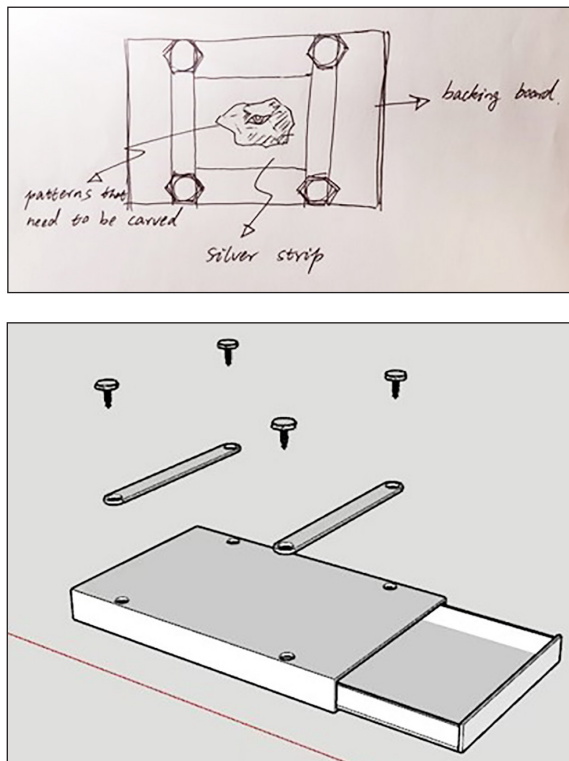
ที่มา: (Fu, Photographer, 2023)



ภาพที่ 4 Sketch and work of wireless headphone case using silver metal bending craftsmanship technique

ที่มา: (Fu, Photographer, 2023)

ต่อมา ในส่วนของการออกแบบเครื่องประดับสำหรับบุรุษของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหวนนั้นมีรูปแบบการออกแบบที่แตกต่างจากเครื่องประดับสตรี ในการออกแบบผู้วิจัยยังคงใช้งานเครื่องประดับออกเป็นกรณีศึกษาเหมือนผลงานเครื่องประดับสตรีเช่นเดิม แนวคิดตั้งต้นในการออกแบบ คือการเลือกใช้รูปทรงของแผ่นรองหลังซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในงานหัตถศิลป์โลหะเป็นต้นแบบด้านรูปทรงของผลงาน เนื่องจากแผ่นรองหลังมีรูปร่างคล้ายกรอบรูป ซึ่งงานแกะสลักโลหะมักถูกสร้างขึ้นภายในกรอบดังกล่าว ดังนั้น รูปร่างที่ทรงกรอบรูปของผลงานจึงมีความหมายในเชิงบอกเล่าเรื่องราวที่จำเพาะเป็นเอกลักษณ์ ในขณะเดียวกัน ด้วยระดับความหนาของตัวกรอบจึงทำให้ผลงานชิ้นนี้สามารถประยุกต์ใช้เป็นกล่องนามบัตรพกพาแบบกลัดติดบริเวณอกได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งแสดงให้เห็นคนรับรู้ถึงอัตลักษณ์ที่สื่อถึงธุรกิจเครื่องประดับเงินได้อย่างแยบยล (ดังภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 Jewelry design sketches tell a story
using metal craft backings as creative models

ที่มา: (Fu, Photographer, 2023)

เมื่อมี “กรอบรูป” แล้วย่อมต้องมี “แกนกลาง” ในกรอบ ซึ่งการเลือกหัวข้อเนื้อหาในการออกแบบและสร้างสรรค์องค์ประกอบในส่วนนี้ ถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งผู้วิจัยเลือกหินขนาดเล็กจากภูเขาเฟิงหวง ในหมู่บ้านซินหัวเป็นข้อมูลอ้างอิงด้านรูปร่างในการออกแบบ จากนั้น จึงใช้เทคนิคแกะสลักโลหะด้วยลิ้มในการวาดลวดลายรูปทรงหินภูเขาลงบน แผ่นโลหะเงิน การออกแบบดังกล่าวเป็นการบอกเล่าถึงเรื่องราวของหมู่บ้าน ซินหัวจาก “หมู่บ้านที่ล้อมรอบด้วยดินหิน” สู่ “หมู่บ้านที่เต็มไปด้วย

โลหะเงิน” นอกเหนือจากนี้ตรงแกนกลางของผลงานยังตกแต่งด้วยการเชื่อมติดงานแกะสลักสัญลักษณ์ “ดวงตาหงส์เพลิง” ซึ่งมีที่มาจากหินภูเขาไฟหงวง (ภูเขาหงส์เพลิง) (ดังภาพที่ 6) เมื่อนำ 2 องค์ประกอบทั้งกรอบทรงแผ่นรองหลังในงานหัตถศิลป์โลหะและงานแกะสลักโลหะเงินมาผสมผสานเข้าด้วยกันกลายเป็นผลงานเครื่องประดับเงินที่สร้างฉากทัศน์เรื่องราวของหมู่บ้านชินหัวผ่านรูปแบบการเล่าเรื่องและองค์ประกอบลวดลายที่ประกอบขึ้นเป็นผลงานชิ้นนี้



ภาพที่ 6 Silver chest jewelry for men

ที่มา: (Fu, Photographer, 2023)

บทสรุปและการอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลการวิจัยและการทดลองออกแบบเป็นกรณีศึกษาสามารถสรุปผลการอภิปรายได้ ดังนี้

1. อัตลักษณ์ทางมานุษยวิทยาของชนเผ่าไปนั้นเกิดจากปัจจัยหลากหลายด้าน เช่น ปัจจัยทางประวัติศาสตร์ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ซึ่งเป็นตัวกำหนดการพัฒนาในชาติพันธุ์และความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยของชนเผ่าไป และอัตลักษณ์ดังกล่าวยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชนเผ่าไปเปิดกว้างและยอมรับการสร้างสรรคที่ผสมผสานงานหัตถศิลป์เครื่องประดับแบบดั้งเดิมเข้ากับองค์ประกอบร่วมสมัย ปัจจัยนี้ถือเป็นข้อกำหนดขั้นต้นสำหรับการศึกษาต่อยอดในหัวข้อวิจัยนี้

2. ชนเผ่าไป๋ หมู่บ้านชินหัวเป็นแบบอย่างของการอยู่ร่วมกันท่ามกลางการผสมผสานที่เกิดขึ้นกับชนกลุ่มน้อยบนแผ่นดินจีนในยุคสมัยปัจจุบัน โดยที่ในขณะเดียวกันยังเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีภูมิหลังทางประวัติศาสตร์และวิถีการพัฒนาที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเรื่องราวที่กลุ่มชาติพันธุ์นี้บอกเล่าสืบทอดกันมามีอัตลักษณ์เฉพาะและมีคุณสมบัติในการเป็นตัวแทนช่วยถ่ายทอดวิถีชาติพันธุ์อันเป็นเอกลักษณ์ เป็นปัจจัยที่ช่วยวางรากฐานองค์ความรู้ทางมานุษยวิทยาสำหรับการนำวิถี ‘บอกเล่าเรื่องราว’ บุรณาการสู่การออกแบบงานเครื่องประดับท้องถิ่นของชนเผ่าไป๋

3. เทคนิคศิลป์ในงานเครื่องประดับเงินของชนเผ่าไป๋ หมู่บ้านชินหัวเป็นภูมิปัญญาที่เกิดจากการรวบรวมจุดแข็งและแก่นสำคัญในทักษะของช่างฝีมือชาวไป๋ในหมู่บ้านชินหัวทั้งหมดตลอดจนช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์แล้วบูรณาการเข้าด้วยกันเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาและก้าวให้เท่าทันกระแสการพัฒนาตามกาลยุคสมัย ทั้งยังมีความกล้าที่จะลองเทคนิคและวัสดุรูปแบบใหม่โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของเทคนิคศิลป์ดั้งเดิมประจำท้องถิ่น ดังนั้นการนำปัจจัยในหมู่บ้านชินหัวมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์งานเครื่องประดับชนเผ่าไป๋ร่วมสมัยจึงได้รับการสนับสนุนทั้งจากเทคนิควิธีด้านงานฝีมือที่พร้อมสรรพและแรงสนับสนุนจากเหล่าผู้คนในท้องถิ่น

ซึ่งการสร้างสรรค์งานเครื่องประดับร่วมสมัยของชนเผ่าไป๋หมู่บ้านชินหัวในบทความวิจัยนี้มีบทวิเคราะห์และข้อสรุปที่ได้กล่าวถึงไปในข้างต้นเป็นพื้นฐานสำคัญ แล้วใช้การออกแบบด้วยวิธีบอกเล่าเรื่องราวในการนำเรื่องราวของหมู่บ้านชินหัวบูรณาการสู่การสร้างสรรค์งานเครื่องประดับสร้างงานเครื่องประดับชนเผ่าไป๋ที่โดดเด่นด้วยอัตลักษณ์เฉพาะประจำท้องถิ่นเพื่อนำเสนอแนวทางพัฒนาศิลปะดั้งเดิมที่มีความเป็นไปได้และมีผลงานจากกรณีศึกษาเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ช่วยสร้างเสริมความน่าเชื่อถือ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรศึกษาวิจัยรูปแบบการก่อตัวและพัฒนางานเครื่องประดับของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัวโดยเฉพาะในด้านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและความหมายตามแต่ละยุคสมัยทางประวัติศาสตร์และแต่ละภูมิภาค ในขณะเดียวกันการวิจัยยังสามารถวิเคราะห์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบต้นกำเนิดและพัฒนาการด้านงานเครื่องประดับของชนเผ่าไปกับงานเครื่องประดับของกลุ่มชาติพันธุ์อื่นทั้งในประเทศจีนและต่างประเทศ รวมถึงการเปรียบเทียบความเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านความรู้ความเข้าใจและความต้องการของผู้คนที่มติดลปะรูปแบบดังกล่าว เพื่อสร้างมุมมองหรือทิศทางการวิจัยรูปแบบใหม่ จนการเปรียบเทียบข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงกันในบางประการ

2. ในส่วนของการต่อยอดการศึกษาวิจัยเรื่องราวและความหมาย โดยนัยที่แฝงเร้นอยู่ในงานเครื่องประดับเงินดั้งเดิมของชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมุ่งประเด็นไปที่การพัฒนาให้มีทางเลือกที่หลากหลาย เพื่อสร้างเสริมปัจจัยที่สร้างความตระหนักรู้ในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม แล้วนำไปสู่การบูรณาการร่วมกับการออกแบบร่วมสมัย ริเริ่มทดลองเพิ่มวัสดุ เทคนิคงานศิลป์ แนวคิดการออกแบบรวมถึงองค์ประกอบรูปแบบใหม่ สู่การออกแบบและสร้างสรรค์งานเครื่องประดับชนเผ่าไป หมู่บ้านชินหัว แบบร่วมสมัย ตลอดจนสร้างเสริมแนวทางการพัฒนาที่หลากหลายให้กับ ศิลปะดั้งเดิมแขนงดังกล่าว จากนั้นจึงดำเนินการศึกษาวิจัยเพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยที่ได้รับจากกระบวนการวิจัยตามแนวทางในข้างต้นสามารถใช้เป็นแม่แบบในการพัฒนาผลงานออกแบบจากศิลปะดั้งเดิม แล้วขยายต่อยอดไปสู่การพัฒนางานเครื่องประดับของกลุ่มชาติพันธุ์และภูมิภาคอื่น ๆ ได้หรือไม่

References

- Fu, C. [Photographer]. (2023). *Butterfly pattern parts and cylindrical box pendant for holding embroidery needles*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- . [Photographer]. (2023). *Sketch images and butterfly pattern works that have gone through the process of deconstructing and reconstructing*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- . [Photographer]. (2023). *Sketch and work of wireless headphone case using silver metal bending craftsmanship technique*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- . [Photographer]. (2023). *Jewelry design sketches tell a story using metal craft backings as creative models*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- . [Photographer]. (2023). *Silver chest jewelry for men*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- Li, W. (2018). Research on Narrative Design of Jewelry. *Journal of Shandong Academy of Arts and Crafts*, 2018(1), 95-100.
- Liu, X. (2020). *Jewelry Art Design and Production*. (6th ed.). China Light Industry Press.
- Ma, Q. (2021). Development and Design Strategies of Image Narrative. *Packaging Engineering*, 2021(20), 252-259.
- Sun, R., & Fan, J. (2004). *Bai Artisan Village*. Yunnan People's Publishing House.

การบูรณาการแนวคิดจากทุนวัฒนธรรมสู่ผลิตภัณฑ์
เชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเขตนบรี
Integration of Concepts from Cultural Capital
into Creative Products of Thonburi District
Community

(Received: August 2, 2023 Revised: December 5, 2023 Accepted: December 18, 2023)

จุฬาลักษณ์ จารุจุฑารัตน์¹, เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง², มียอง ซอ³
Julalak Jarujutarat, Kraingsak Khiaomang, Miyoung Seo

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ภายภาพ ทุนทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรมชุมชนและอัตลักษณ์ชุมชน ในเขตนบรี 2) เพื่อสังเคราะห์และสร้างภาพแทนของอัตลักษณ์ที่เป็นตัวแทน ของชุมชนในเขตนบรีและเชื่อมโยงของแนวคิดเชิงออกแบบและการวิจัย เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม สร้างโมเดลกระบวนการวิจัยสำหรับการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตพฤติกรรมของประชากรในงานวิจัย คือ ชุมชนในเขตนบรี ซึ่งแบ่งออกได้ทั้งหมด 7 แขวง จำนวน 42 ชุมชน และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในแขวงหิรัญรูจี เขตนบรี จำนวน 9 ชุมชน จำนวน 30 คน

¹นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา E-mail: julalak.ja@bsru.ac.th

²รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์ (หลักสูตรสองภาษา) คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา E-mail: kriangsak_k@yahoo.com

³อาจารย์ ดร. ประจำสาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์ (หลักสูตรสองภาษา) คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา E-mail: smy750@gmail.com

ผลการวิจัย พบว่า ได้ข้อมูลอัตลักษณ์ทุนวัฒนธรรมที่ผ่านการสังเคราะห์
สำหรับการพัฒนาเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์และโมเดลกระบวนการวิจัย
การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับการพัฒนารูปแบบลวดลายอัตลักษณ์
ของชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรีด้วยแนวคิดเชิงออกแบบและการวิจัย
เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และประเมินลวดลายต้นแบบโดยตัวแทนชุมชน
คัดเลือกจำนวน 4 ลวดลาย คือ ลวดลายหัวสิงโต ลวดลายชฎา ลวดลายพระ
และลวดลายสามเหลี่ยม และประยุกต์ลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์เสื้อ แก้วयेติ
ผ้าพันคอ และตะกร้าสาน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่เป็นอัตลักษณ์
ของชุมชน และชุมชนร่วมเรียนรู้กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์บนฐานทุน
ทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการเป็นชุมชนต้นแบบ
และเผยแพร่องค์ความรู้ไปยังชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

คำสำคัญ: การบูรณาการแนวคิด ทุนวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
เขตธนบุรี

Abstract

The objectives of this study were 1) to explore and analyze physical data, cultural capital, community culture, and community identity in Thonburi District and 2) to synthesize and create a representative of the identity of the community in Thonburi, connect design thinking with participatory action research, and create the research process model for product design by using the qualitative research process including focus group discussion and behavioral observation of a community in Thonburi District. The community can be divided into 7 sub-districts, totaling 42 communities. The samples selected were the population in Hiranruchi Sub-district, Thonburi District, totaling 9 communities and 30 people. The results show that the synthesized cultural capital identity data was retrieved for product development and a research model for product design of the identity pattern of Hiranruchi Sub-district community in Thonburi District. The product development included design thinking and participatory action research. Four prototyped patterns were selected and assessed by the community representatives. The patterns included a lion head, a headdress, Buddha, and a triangle. The patterns were developed further and printed on products such as shirts, YETI tumblers, scarves, and woven baskets—all of which became creative products which represent the identity of the community. Moreover, it was a chance for the community to learn together about product design based on a cultural capital basis in order to create products of the community. Apart from this,

the community becomes a model and share their knowledge to other communities.

Keywords: Integrated Concept, Cultural Capital, Creative Products, Thonburi District.

บทนำ

แนวคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นกระบวนการที่มีการพัฒนามาตั้งแต่ ปี 1960 โดยเป็นการรวมเครื่องมือและเทคนิคที่พัฒนามาจากความคิดสร้างสรรค์ สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และคอมพิวเตอร์ ถูกนำมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาหรือโจทย์ให้ถูกจุดตลอดจนพัฒนาแนวคิดใหม่ในการแก้ไขปัญหาที่ตั้งไว้ เพื่อที่จะหาวิธีทางที่ดีที่สุดและเหมาะสมที่สุด รวมทั้งเป็นกระบวนการคิดที่ใช้การทำความเข้าใจในปัญหาต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง โดยให้ความสำคัญแก่ผู้ใช้และผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางและนำความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากหลาย ๆ คนในแต่ละสายงานมาสร้างแนวความคิด แนวทางการแก้ไขนำมาทดสอบและพัฒนา เพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์กับผู้ใช้และสถานการณ์นั้น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกระบวนการคิดเชิงออกแบบได้รับการนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรต่าง ๆ จำนวนมากและใช้เป็นเครื่องมือหลักเพื่อสร้างนวัตกรรมทั้งทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ (Brown, 2009) แนวคิดเชิงออกแบบประกอบไปด้วยการทำงาน 5 ขั้นตอน ได้แก่ การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (Empathize) การตั้งกรอบโจทย์ (Define) การสร้างความคิด (Ideate) การสร้างต้นแบบ (Prototype) และการทดสอบ (Test) (Issarasena Na Ayutthaya & Trirattanapan, 2017) การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการจึงจำเป็นต้องพัฒนาแนวทางและมีเครื่องมือสำหรับสร้างนวัตกรรมที่เหมาะสม การเอื้อให้ใช้ประโยชน์จากบุคลากรในองค์กรอย่างเต็มศักยภาพด้วยการร่วมมือกันทำงานเป็นทีมระหว่างคนต่างศาสตร์ ในทุกระดับ การกระตุ้นแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และความคิด การเพิ่มและสร้างมูลค่าของนวัตกรรมให้สูงที่สุดซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับแนวคิดของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ที่เป็นการแสวงหาความรู้ ความจริงที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ ตรวจสอบได้ โดยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งมีกลุ่มบุคคลเข้ามาร่วมกันเรียนรู้เพื่อรู้จักตนเอง ชุมชน สิ่งแวดล้อม ให้เห็นปัญหาของตนเองและเห็นแนวทางแก้ไขจากปัญหา

โดยลงมือปฏิบัติจริงและได้ผลจริง สามารถแก้ปัญหาได้จริง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมมีการปรับใช้การวิจัยโดยเน้นชุมชนเป็นการวิจัยโดยคนในชุมชนร่วมกันเรียนรู้เรื่องชุมชนของตนเอง เห็นปัญหาของตนเอง เห็นทางออกหรือทางแก้ไขปัญหาของชุมชนร่วมกัน การมีส่วนร่วมมีประเด็นสำคัญอยู่ 6 ประเด็น คือ 1. การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2. บทบาทที่เข้าร่วม 3. ใครเข้าร่วมด้วยบทบาทอะไรในขั้นตอนใด (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ) 4. ทรัพยากรที่นำมาร่วม 5. ทวิลักษณ์ของการมีส่วนร่วม และ 6. หลักการพึ่งตนเองของชุมชน (Boonlong et al., 2016)

“อัตลักษณ์” หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากลกับสังคมอื่น ๆ ความเป็นตัวตนที่แตกต่างจากสิ่งอื่นใดสามารถบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น ๆ ได้ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา เป็นต้น อัตลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาให้ดีขึ้น (Fuengfusakul, 2003, p. 16) โดยปัจจุบันองค์กรส่วนใหญ่นิยมนำอัตลักษณ์ไปใช้ในหลายบริบท เช่น อัตลักษณ์ประเทศ อัตลักษณ์สินค้า อัตลักษณ์ชุมชน เป็นต้น หากสร้างสรรค์อัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจนก็จะสามารถเพิ่มการจดจำ ดึงดูดใจและใช้ประโยชน์หลายด้าน (Choiruang, 2015) รวมทั้งการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ขึ้นมาใหม่ให้แสดงถึงความรู้สึกของกลุ่มหรือความเจริญงอกงามที่แสดงออกมาในรูปแบบของภาษา คติ ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะที่มีการสืบทอดปฏิบัติและมีการยอมรับในระดับบุคคลและสังคม (Chanthajon et al., 2009) ในการสร้างอัตลักษณ์จากทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนนำองค์ความรู้จากวิถีวัฒนธรรม ได้มาจำแนกวิถีวัฒนธรรม ทั้ง 8 ด้าน คือ 1. อาหาร 2. การแต่งกาย 3. ที่อยู่อาศัย 4. ประเพณี 5. ภาษา 6. อาชีพ 7. ความเชื่อ และ 8. ศิลปะท้องถิ่น ไปใช้ในการสร้างสรรค์

พัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมที่มีคุณภาพตามความเหมาะสมของอัตลักษณ์ในแต่ละชุมชน ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมเป็นพลังในการขับเคลื่อนการเสริมสร้างความอยู่ดีมีสุขร่วมกันของคนในชุมชนและยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีความเข้มแข็งอีกทางหนึ่ง

เขตธนบุรีเป็น 1 ใน 50 เขตของกรุงเทพมหานคร ที่เป็นบริบทชุมชนเมืองเป็นเขตอนุรักษ์เมืองเก่าและเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมทางฝั่งธนบุรี ชุมชนสะอาด ปลอดภัย ประชาชนมีสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดี โดยมีคำขวัญประจำเขต คือ “เมืองอนุสาวรีย์พระเจ้าตาก หลากถิ่นท่องเที่ยวงามตา วัดกัลยาณ์หลวงพ่อดโต วัดบุคคโลพระพักตร์งาม กราบไหว้เจ้าตากสินวัดอินทาราม ลือนามงามอาชีวะศิลป์ไทย” เขตธนบุรีประกอบด้วย 7 แขวง คือ แขวงหิรัญรูจี แขวงกัลยาณ์ แขวงสำเหร่ แขวงดาวคะนอง แขวงบางยี่เรือ แขวงตลาดพลู แขวงบุคคโล มีจำนวน 42 ชุมชน มีประชากรรวมทั้งหมด 48,271 คน ซึ่งแต่ละชุมชน มีอัตลักษณ์บนฐานทุนวัฒนธรรมเฉพาะของชุมชน (Thonburi District Office, 2022, Online)

ดังนั้น งานวิจัยเรื่องการบูรณาการแนวคิดจากทุนวัฒนธรรมสู่ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเขตธนบุรี เป็นอีกหนึ่งรูปแบบการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างสรรค์การเชื่อมโยงสิ่งที่เป็นรากเหง้าในเขตธนบุรีในการสร้างกระบวนการในการได้ข้อมูลสำหรับการออกแบบที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง อันนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และเป็นตัวแทน รวมถึงการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เฉพาะท้องถิ่น การสืบทอดต่อยอดแนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลกายภาพ ทูทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรม ชุมชนและอัตลักษณ์ชุมชนในเขตธนบุรี
2. เพื่อสังเคราะห์และสร้างภาพแทนของอัตลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของชุมชนในเขตธนบุรีและเชื่อมโยงของแนวคิดเชิงออกแบบและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมสำหรับสร้างโมเดลกระบวนการวิจัยสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษางานวิจัย เรื่อง การบูรณาการแนวคิดจากทุนวัฒนธรรมสู่ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเขตธนบุรี สามารถแบ่งการวิจัยออกได้ 2 ระยะ ดังนี้

การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้านแนวคิดเชิงออกแบบ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การออกแบบผลิตภัณฑ์และข้อมูลกายภาพ ทูทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรมชุมชนและอัตลักษณ์ชุมชนในเขตธนบุรี ผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group)

1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์หลักการและทฤษฎีดังนี้

- 1.1 ประวัติความเป็นมา ภูมิหลังของชุมชนจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและการลงพื้นที่สัมภาษณ์ชุมชน

- 1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเชิงออกแบบ (Design thinking)

1.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR)

1.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

2. การสร้างกรอบแนวคิด จากการวิเคราะห์เอกสารโดยอาศัยพื้นฐานหลักการทฤษฎีงานวิจัย และตัวแปรและทำการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างหลักการทฤษฎีและการศึกษาวิจัยสรุปและนำมาเป็นทิศทางในการวิจัย

3. การวิเคราะห์ข้อมูลชุมชนและข้อมูลวิถีวัฒนธรรมชุมชน รวมทั้งอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชนของ 7 แขวง (42 ชุมชน) ในเขตธนบุรี โดยคัดเลือกจำนวน 1 แขวงจากจำนวน 7 แขวง (ตารางสำรวจข้อมูลกายภาพ ทูทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรมชุมชนและอัตลักษณ์ชุมชนเขตธนบุรี 8 ด้าน และมีเกณฑ์ในการคัดเลือก)

4. การเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อยเพื่อตอบ 1) แบบสัมภาษณ์สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลกายภาพ ทูทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรมชุมชนและอัตลักษณ์ชุมชนในเขตธนบุรี 2) แบบประเมินรูปแบบภาพอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตธนบุรี

5. การวิเคราะห์อัตลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของชุมชนในเขตธนบุรี และสร้างสรรค์ในรูปแบบสัญลักษณ์ ภาษาเขียน และรูปภาพ

ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญอาจารย์ด้านการวิเคราะห์และสังเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน จำนวน 3 ท่าน โดยมีแนวทางการสร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวข้องในประเด็น ดังต่อไปนี้

- การสร้างประสบการณ์อัตลักษณ์ชุมชน คือ นิยามของอัตลักษณ์ชุมชนและวิธีการสร้างประสบการณ์ด้านอัตลักษณ์ชุมชน
- การวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน
- การสังเคราะห์และออกแบบอัตลักษณ์ชุมชน

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ นำข้อมูลมาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแนวคิดของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่าน เพื่อหาข้อสรุปประเด็นและนำไปใช้กับการประชุมกลุ่มย่อย

เครื่องมือวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลกายภาพ ทูทางวัฒนธรรม
2. ตารางสำรวจข้อมูลกายภาพ ทูทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรม ชุมชนและอัตลักษณ์ชุมชนเขตธนบุรี 8 ด้าน
3. แบบประเมินรูปแบบภาพอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตธนบุรี

การวิจัยระยะที่ 2 การสร้างและพัฒนารูปแบบความเชื่อมโยงของแนวคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ออกเป็นโมเดลกระบวนการวิจัยสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ และประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ในพื้นที่เขตธนบุรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรในงานวิจัย คือ ชุมชนในเขตธนบุรี แบ่งออกได้ทั้งหมด 7 แขวง คือ แขวงตลาดพลู แขวงบางยี่เรือ แขวงวัดกัลยาณ์ แขวงหิรัญรูจี แขวงบุคคโล แขวงสำเหร่ แขวงดาวคะนอง จำนวน 42 ชุมชน ชุมชนละ 2 คน รวม 84 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรในแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี จำนวน 9 ชุมชน รวม 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลกายภาพ ทูทางวัฒนธรรม
2. ตารางสำรวจข้อมูลกายภาพ ทูทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรม ชุมชนและอัตลักษณ์ชุมชนเขตธนบุรี 8 ด้าน
3. แบบประเมินรูปแบบภาพอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตธนบุรี

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา นำค่าที่ได้มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index Of Concordance: IOC)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพื้นฐานของชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลกายภาพ ทูทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรม ชุมชนและอัตลักษณ์ชุมชน จำนวน 7 แขวงในเขตธนบุรี โดยใช้การจำแนก วิถีวัฒนธรรม ทั้ง 8 ด้าน คือ 1. อาหาร 2. การแต่งกาย 3. ที่อยู่อาศัย 4. ประเพณี 5. ภาษา 6. อาชีพ 7. ความเชื่อ และ 8. ศิลปะท้องถิ่น ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทุนวัฒนธรรมของชุมชน 7 แขวงในเขตธนบุรี

แขวง	อาหาร	การ แต่งกาย	สถาปัตยกรรม	ประเพณี	ภาษา	อาชีพ	ความเชื่อ	ศิลปหัตถกรรม
ศิริยุธิ	ผลไม้เชื่อมขนมเยลลี่ กะหรี่ปั๊บ ปลาสาม มะขามลูกแก้วหมักกะ เนื้อ-แพะชุบเนื้อ-ไก่ อาหารอิสลามชุบหางวัว มีส้มขนมต้ม ชาสมุนไพร จากใบหม่อน ข้าวแช่ อาหารประเพณีชาวมอญ ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด เม็ดขนุน	อิสลาม ผ้าฮิญาบ สำหรับ ผู้หญิง ชุดกรง/ กุหลาบ สำหรับผู้ชาย สไบมอญ	ห้องแถวไม้ หัวโชน บ้านศิลปะไทย วัดบางไสไก่อ ร้านค้าแพตึกแถว โบราณ โบสถ์วัดน้อย สมัยร.3 (วัดศิริยุธิ) มีสียินรู้ลุมพิน วัดใหญ่ศรีสุพรรณ (หลวงพ่อดำ) เสนาหรงส์-รงค์ตาบ วัดประดิษฐาราม (วัดมอญ)	สงกรานต์ การละหมาด ถือศีลอด เดือนรอมฎอน เชิดสิงโต	อิสลาม ภาษายาวี ภาษา มลายู มอญ	ค้าขาย รับจ้าง	พุทธ คริสต์ อิสลาม	ช่อบ้านลาว ช่อบุหลับ ช่อบุญช่อหรือช่อบุญช่อ ช่อบุญช่อหรือช่อบุญช่อ ช่อบุญช่อหรือช่อบุญช่อ จากผ้าใบบัวพลาสติกสาน ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย ผลิตภัณฑ์เส้นพลาสติก สานทองเหลืองโรงจำปา โรงหล่อกระโหลกที่เหล็ก ขึ้นรูปภาชนะ ร้อยพวงมาลัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลทุนวัฒนธรรมของชุมชน 7 แขวงในเขตธนบุรี (ต่อ)

แขวง	อาหาร	การแต่งกาย	สถาปัตยกรรม	ประเพณี	ภาษา	อาชีพ	ความเชื่อ	ศิลปหัตถกรรม
วัดกัลยาณ	ขนมเทียน ข้าวหมกไก่สามสี บาเยย โปเรีย สลัดแขก ขนมหม้อแกงแก้ว ขนมฝรั่งกุฎีจีน ขนมจีน แกงไก่คั่ว ขนมหนานวล ก้วยตั่วกุ้ง บัวลอยเยวมน สัพเพยก เมี่ยงคำ ผัดเผ็ด ปลาตุก ขนมปังหน้าหมู กระทงทอง ผัดไทย ขนมเปี๊ยะยวน ขนมบัวปิ่น มะพร้าวอ่อน น้ำสมุนไพร ลูกยอ ขนมจีบต้ม ก้วยเตี่ยว แกงสละลอยแก้ว วิชาคนอน รัง หมูใส่รัง น้ำจิ้มบ๊วย ปรุงอย่างเทศ	ชุดอิสลาม ลูกเกตุ ชุดโปรตุเกส	มัสยิดบางหลวง โบสถ์ข้างตาคูรัส (วัดกุฎีจีน) พิพิธภัณฑสถานกุฎีจีน เรือนจันทน์ภาพ บ้านสกุลทอง บ้านไม้คูลาย บ้านลมขนมปังจิง วัดประทุมวรวิหาร พระวิหารวัดประทุม วรวิหาร วัดประทุมศวาส วรวิหาร	การละหมาด ของศาสนาอิสลาม การกวนข้าวอาซูรอ (ขนมอาซูรอ) วันฮารีรายอ (วันตรุษอิสลาม) วันอีดิลเกตุ วันคริสต์มาส ของชาวกุฎีจีน สงกรานต์ วัดประทุมศวาส วรวิหาร ประเพณี ลอยกระทง	อาหรับ	ค้าขาย รับจ้าง	พุทธ คริสต์ อิสลาม	ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ จากอิตาลี ขนมฝรั่งกุฎีจีน การปักลาย พุดตานบนผ้า การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ จากกระดาษ (หมูกระดาษ) ของเล่นมีดดาบ, ง้าว, ขวานของจีน หัวสิงโต ผลิตภัณฑ์ ผ้าเย็บคราม

ตารางที่ 1 ข้อมูลทุนวัฒนธรรมของชุมชน 7 แขวงในเขตธนบุรี (ต่อ)

แขวง	อาหาร	การ แต่งกาย	สถาปัตยกรรม	ประเพณี	ภาษา	อาชีพ	ความเชื่อ	ศิลปหัตถกรรม
วัดกัลยาณี (ต่อ)			พระวิหารหลวงพ่อ พระพุทธรูป พระบรมธาตุ มหาเจดีย์ เขมอ ศาลเจ้า เกียกอันแกง วัดกัลยาณมิตร รวมทิวहार (วัดหลวงพ่อโต คำปองง) พระวิหาร วัดกัลยาณมิตรรวมทิวहार หอระฆังวัดกัลยาณมิตร รวมทิวहार หอไตร วัดกัลยาณมิตรรวมทิวहार บ้านพวยโกศล เรือนพระยาราชานุประดิษฐ์	ลอยกระทง เทียนหอม ประเพณี สงกรานต์ หลวงพ่โต (นิกาย มหายาน) ประเพณี สงกรานต์ หลวงปู่แสง วัดกัลยาณ				

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน 7 แห่งในเขตธนบุรี (ต่อ)

แขวง	อาหาร	การ แต่งกาย	สถาปัตยกรรม	ประเพณี	ภาษา	อาชีพ	ความเชื่อ	ศิลปหัตถกรรม
บางยี่เรือ	กุยฮ่ายตลาดพลู ขนมปุยฝ้าย กุยฮ่าย ขนมจีบ ขนมบดิน ขนมใส่ไส้ ข้าวเหนียวมูน ขนมแม่จี่ ขนมไทย		ตึกแถวบ้านไม้ 2 ชั้น อายุ 100 ปี โรงเจ เสียดงเจ๊ต๊อง ศาลเจ้า โอบเจ๊ยะหย้อเนี้ยเก็ง วัดอินทารามวรวิหาร มัสยิดสวนพุด	เทศกาลกินเจ ตรุษจีน สารทจีน เทศกาลกินเจ เทศกาล เทศกาลเกียติ พระเจ้าตากสิน มหาราช กิจกรรม บ๊อคคีนิงเดย์	อาหรับ	ค้าขาย รับจ้าง	พุทธ อิสลาม	

ตารางที่ 1 ข้อมูลทุนวัฒนธรรมของชุมชน 7 แขวงในเขตธนบุรี (ต่อ)

แขวง	อาหาร	การ แต่งกาย	สถาปัตยกรรม	ประเพณี	ภาษา	อาชีพ	ความเชื่อ	ศิลปหัตถกรรม
ตลาดพลู	น้ำพริกตาแดง น้ำพริกกะปิ น้ำจิ้มซีฟู้ด แป้งทอดหยอด น้ำพริกเผา น้ำพริกกรมพล น้ำพริกบัวเล็ก ขนมใส่ไส้ ขนมกุยช่าย ขนมกล้วยส้มตำ หมู่นัดก บ๊ะจ่าง บัวลอยหมู่นาดก บะจ่าง บัวลอย สาส์นหมู่นมแห้ง ห่อหมกตลาดพลู		วัดบางสะแกใน วัดบางสะแกนอก โรงเรียนวัดบางสะแกใน โรงเรียนวัดบางสะแกนอก โบสถ์มหาอุดม์ ศาลเจ้าแม่เนียม โรงเรียนเจ้าตาก ศาลเจ้าแม่กวนอิม ตลาดจตุรพักตรพิมาน ศาลเจ้าแม่กวนอิม คณาจารย์ หน้าโบสถ์ มหาอุดม์ รูปหล่อบูชาหลวงปู่เม่ง ศาลเจ้ากวนอู ศาลเจ้าพ่อแห่งเจีย ศาลเจ้าแม่ไทรทอง วัดขุนอินทรี	ลอยกระทงแห่เทียน สงกรานต์ แห่เทียนเข้าพรรษา ทำบุญ 9 วัดงานบุญ หลวงปู่เม่ง งานทำบุญบังสกุล เจ้าแม่เนียมงานวันเกิด ของเทพเจ้ากวนอู งานทิ้งกระจาด งานวันเกิด ขององค์เทพเจ้าแห่งเจีย เทศกาลกินเจ	จีน	ค้าขาย รับจ้าง	พุทธ	ปลาตะเพียน สาหร่าย การทำวุ้น ตุ๊กตาปูนปลาสเตอร์ น้ำยาล้างจาน เปลือกสับปะรด

ตารางที่ 1 ข้อมูลทุนวัฒนธรรมของชุมชน 7 แขวงในเขตธนบุรี (ต่อ)

แขวง	อาหาร	การแต่งกาย	สถาปัตยกรรม	ประเพณี	ภาษา	อาชีพ	ความเชื่อ	ศิลปหัตถกรรม
ตลาดพลู (ต่อ)	ผัดไทยใต้ น้ำจิ้มเสฉง และน้ำรากกบัว ขาหมูโอชา น้ำสมุนไพรร ขนมกุยช่าย ก๊วยซ่า ขนมมันโบราณ		ศาลเจ้าพระเพลิงตลาดพลู วัดจันทารามวรวิหาร (วัดกลางตลาดพลู) โรงเรียนวัดขุนจันทร์ โรงเรียนบุรีรพีพิทยาสรรค์ วัดกันตทาราราม (วัดใหม่จีนกัน) ศาลเจ้าตึกดินโรงเรียน วัดกันตทาราราม สถานีรถไฟ					

ตารางที่ 1 ข้อมูลทุนวัฒนธรรมของชุมชน 7 แขวงในเขตธนบุรี (ต่อ)

แขวง	อาหาร	การแต่งกาย	สถาปัตยกรรม	ประเพณี	ภาษา	อาชีพ	ความเชื่อ	ศิลปหัตถกรรม
ลำเหร่	-	-	วัดราชวรนิทร์ (วัดลำเหร่) วัดบางน้ำชน คริสตจักรที่ 1 ลำเหร่	-	มอญ	ค้าขาย รับจ้าง	พุทธ	สมุนไพรไล่ยุง ผลิตภัณฑ์ ผ้าดิบปั่น พญานาค กลุ่มอาชีพ หัตถกรรมของใจ กระเป๋ ผ้าเย็บคราม งานอาชีพฝีมือ อื่น ๆ เช่น น้ำพริก

ตารางที่ 1 ข้อมูลทุนวัฒนธรรมของชุมชน 7 แขวงในเขตธนบุรี (ต่อ)

แขวง	อาหาร	การแต่งกาย	สถาปัตยกรรม	ประเพณี	ภาษา	อาชีพ	ความเชื่อ	ศิลปหัตถกรรม
บุคคโล	-	-	วัดบุคคโล	-	-	ค้าขาย รับจ้าง	พุทธ	เครื่องเงิน
ดาวคะนอง	ทอดมัน ซาลาเปา ก้วยเตี่ยวไก่	-	วัดดาวคะนอง	-	-	ค้าขาย รับจ้าง	พุทธ	-

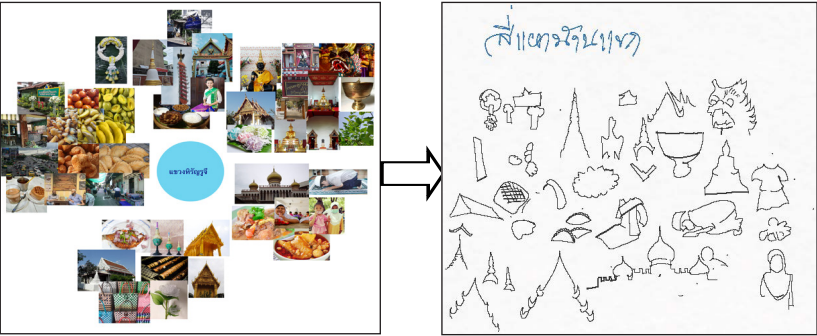


สรุปตารางที่ 1 จากการวิเคราะห์ข้อมูลกายภาพ ทนทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรมชุมชนและอัตลักษณ์ชุมชน จำนวน 7 แขวงในเขตธนบุรี ในแต่ละแขวงมีทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะผ่านทางรูปแบบอาหาร สถาปัตยกรรม การแต่งกาย ประเพณี และศิลปหัตถกรรม และได้จัดประชุม กลุ่มย่อย (Focus group) กับชุมชนดังภาพที่ 2 และทางคณะผู้วิจัยได้คัดเลือก 1 แขวง จากทั้งหมด 7 แขวงเพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของชุมชน และสร้างสรรค์ออกมาในรูปแบบสัญลักษณ์และรูปภาพ และทำการคัดเลือก ชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี เนื่องจากชุมชนแขวงหิรัญรูจี มีพื้นที่ 169 ไร่ ทิศเหนือติดกับถนนนิสรภาพ ทิศใต้ติดกับถนนอินทรพิทักษ์ ทิศตะวันออก ติดกับถนนประชาธิปไตย และทิศตะวันตกติดกับคลองบางกอกใหญ่ ประกอบด้วย ชุมชนสี่แยกบ้านแขก ชุมชนบางไส้ไก่บ้านสมเด็จ ชุมชนมัสยิดบ้านสมเด็จ ชุมชนวัดประดิษฐาราม ชุมชนศรีภูมิ ชุมชนวัดใหญ่ศรีสุพรรณ ชุมชนประสานมิตร ชุมชนสามัคคีศรีสุพรรณ ชุมชนวัดหิรัญรูจี เป็นย่านเมืองแห่งประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรมมีความเกี่ยวเนื่องกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีความหลากหลายในกลุ่มชนที่ย้ายเข้ามาอยู่ร่วมกันทั้งกลุ่มชาวมุสลิม ชาวลาว ชาวมอญ ชาวจีน ผสมผสานความเชื่อ ความศรัทธาและวิถีชีวิต โดยมีวัด โบสถ์ มัสยิด ศาลเจ้า เป็นศูนย์ที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข เกิดความปรองดองหลอมรวมความแตกต่างที่หลากหลายทางวัฒนธรรม เป็นรากเหง้าอยู่ในชุมชน



ภาพที่ 2 การประชุมกลุ่มย่อยกับตัวแทนชุมชนเขตรอบรี
ที่มา: (Jarujutarat, Photographer, 2023)

การวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพ แขวงหิรัญรูจี

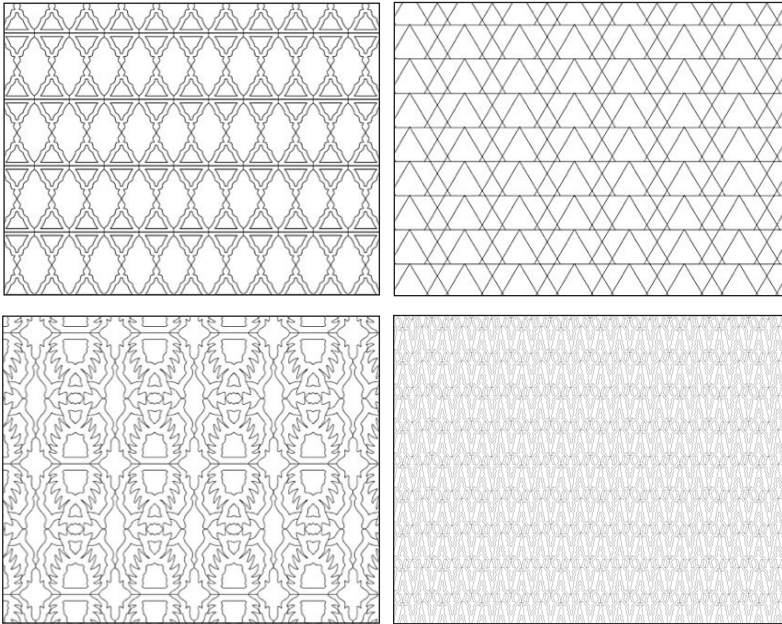


ภาพที่ 3 การถอดรหัสสัญลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรม แขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี
ที่มา: (Jarujutarat, Photographer, 2023)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทุนวัฒนธรรมเพื่อถอดอัตลักษณ์เป็นภาพ
Encode และรูปทรง Decode

วิเคราะห์	ข้อมูล ENCODE (Symbol)	DECODE (Free form)
แขวงหิรัญรูจี		

จากตารางสรุปได้ว่า แสดงให้เห็นกระบวนการวิเคราะห์รูปแบบ ถอดอัตลักษณ์เป็นภาพ Encode และรูปทรง Decode (รูปทรงอิสระ) ได้ 15 รูปทรง คือ 1) กะหรีปี่ 2) ชฎา 3) ป้ายสี่แยกบ้านแขก 4) พระ 5) พวงมาลัย 6) มัสยิด 7) ละหมาด 8) หงส์ 9) หน้าจั่วซุ้มวัด 10) หน้าจั่วโบสถ์ 11) หัวสิงโต 12) พาน 13) สามเหลี่ยม 14) อัญวาท 15) ชุดไทย และใช้หลักการออกแบบ คือ 1) การออกแบบที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยได้แรงบันดาลใจในการออกแบบจากผลงานสิ่งที่เห็นได้ในธรรมชาติ และนำสิ่งนั้น มาจัดองค์ประกอบและมีการตกแต่งเพิ่มเติมให้งานชิ้นนั้นสวยงามสมบูรณ์ 2) การออกแบบเรขาคณิต เป็นการออกแบบโดยใช้รูปทรงเรขาคณิต เช่น สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงกลม ฯลฯ มาประกอบกันเป็นรูปร่างต่าง ๆ ตามต้องการ และ 3) การออกแบบลวดลายซ้ำ ๆ กัน จะมีลายซ้ำเรียงลำดับอย่างสวยงามเป็นจังหวะโดยเว้นช่องว่างที่เท่ากันพองามเพื่อเกิดลวดลาย แต่ละแบบ 15 แบบ แบบละ 6 ลวดลาย รวมทั้งหมด 90 ลวดลาย และทำการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับตัวแทนของชุมชน แขวงหิรัญรูจีเขตธนบุรี จำนวน 30 คน เพื่อคัดเลือกลวดลายที่เป็นตัวแทนของชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี และใช้การประเมินประเมินรูปแบบ ลวดลายอัตลักษณ์ของแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี โดยประเมินความพึงพอใจ ให้ค่าลำดับคะแนนของรูปแบบในแต่ละรูปแบบ ดังนี้ 5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด 4 คะแนน หมายถึง มาก 3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง 2 คะแนน หมายถึง น้อย 1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด และมีรูปภาพคะแนนมากที่สุด 4 ลำดับแรก คือ 1) รูปหัวสิงโต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 2) รูปชฎา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 3) รูปพระ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และ 4) รูปสามเหลี่ยม มีค่าเท่ากับ 3.33 ตามลำดับ



ภาพที่ 4 รูปแบบลวดลายรูปพระ รูปสามเหลี่ยม รูปหัวสิงโตและรูปชฎา
ตามลำดับ จากการประเมินโดยตัวแทนชุมชนแขวงหิรัญบุรี
ที่มา: (Jarujutarat, 2023)



ภาพที่ 5 การประชุมกลุ่มย่อยกับตัวแทนชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี
ที่มา: (Jarujutarat, Photographer, 2023)

รูปแบบการประยุกต์ลวดลายสู่ผลิตภัณฑ์ที่สื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน แขวงทรีญูจี เขตธนบุรี



ภาพที่ 6 การประยุกต์ลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์เส้น

แกวเยติ ผ้าพันคอและตะกร้าสาน

ที่มา: (Jarujutarat, Photographer, 2023)

2. เพื่อสังเคราะห์และสร้างภาพแทนของอัตลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของชุมชนในเขตนบุรีและเชื่อมโยงของแนวคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) สร้างโมเดลกระบวนการวิจัยสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์

Design Thinking	1) Empathize	2) Define	3) Ideate	4) Prototype	5) Test
Participatory Action Research (PAR)	Data Analyze วิเคราะห์หัตถ์ลักษณะชุมชน	Synthesize สังเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์	PAR (Empathize + Define) ประชุมกลุ่มย่อย	Design Process ขั้นตอนการออกแบบต้นแบบ	Prototype + test ทดสอบ-ประเมินต้นแบบ
การบูรณาการร่วม Design Thinking และ PAR	เก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรม อัตลักษณ์ชุมชน 8 ด้าน เพื่อกำหนดเงื่อนไขการศึกษารูปแบบอัตลักษณ์	Define community identity ↓ Define ENCODE ↓ Define DECODE	การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อคัดเลือกรูปแบบลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์และเป็นตัวแทนของชุมชนแขวงทิดริญบุรี เขตธนบุรี	1) นำรูปแบบอัตลักษณ์มาสร้างเป็นแบบภาพร่าง (2D) 2) การทดสอบรูปแบบด้วย Model Study และสร้าง graphic/artwork (3D) ใช้โปรแกรม Adobe Illustrator/Adobe Photoshop/ Rhinoceros 3) การออกแบบลวดลายบนผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ เสื้อ กว๊วยดี ผ้าพันคอ และตะกร้าสาน	ประเมินต้นแบบกับชุมชน/กลุ่มเป้าหมาย ↓ ประเมินผล ↓ ปรับเปลี่ยน Re-process

ภาพที่ 7 โมเดลการพัฒนาารูปแบบลวดลายอัตลักษณ์ของชุมชนแขวงทิดริญบุรี เขตธนบุรีด้วย Design Thinking และ Participatory Action Research (PAR)
ที่มา: (Jarujutarat, 2023)

สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลกายภาพ ทูทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรม ชุมชนและอัตลักษณ์ชุมชนในเขตธนบุรี โดยใช้ตารางสำรวจข้อมูลกายภาพ ทูทางวัฒนธรรม วิถีวัฒนธรรมชุมชนและอัตลักษณ์ชุมชนเขตธนบุรี 8 ด้าน คือ 1) อาหาร 2) การแต่งกาย 3) ที่อยู่อาศัย 4) ประเพณี 5) ภาษา 6) อาชีพ 7) ความเชื่อ และ 8) ศิลปะท้องถิ่น สรุปได้ว่า เขตธนบุรีเป็น 1 ใน 50 เขต ของกรุงเทพมหานคร ที่เป็นบริบทชุมชนเมืองและเป็นเขตอนุรักษ์เมืองเก่า และเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ทางฝั่งธนบุรี ชุมชนสะอาด ปลอดภัย ประชาชนมีสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดี ประกอบด้วย 7 แขวง คือ แขวงศิริบุญชัย แขวงกัลยาณี แขวงสำเหร่ แขวงดาวคะนอง แขวงบางยี่เรือ แขวงตลาดพลู แขวงบุคคโล มีจำนวน 42 ชุมชน โดยถือเป็นย่าน ที่มีอัตลักษณ์ในเชิงวัฒนธรรม และเป็นย่านที่น่าสนใจโดยเฉพาะศักยภาพ ในการรองรับการขยายตัวของเมืองที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีเสน่ห์ในการดึงดูด ให้ทั้งผู้ที่หลงรักภูมิลำเนาที่นั่นมาแต่ครั้งบรรพบุรุษไม่ละทิ้งถิ่นฐานไปไหน มีความโดดเด่น ด้านอาหารต้นตำรับดั้งเดิม การแต่งกาย ประเพณี ความเชื่อ ศิลปะท้องถิ่น รวมทั้งด้านสถาปัตยกรรมที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีชื่อเสียงโด่งดังเป็นที่รู้จักของทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ สำหรับชุมชนแขวงศิริบุญชัย เขตธนบุรีเป็นย่านเมือง แห่งประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรมมีความเกี่ยวเนื่องกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีความหลากหลายในกลุ่มชนที่ย้ายเข้ามาอยู่ร่วมกัน ทั้งกลุ่มชาวมุสลิม ชาวลาว ชาวมอญ ชาวจีน ผสมผสานความเชื่อ ความศรัทธา และวิถีชีวิต โดยมีวัด โบสถ์ มัสยิด ศาลเจ้า เป็นศูนย์กลางที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข เกิดความปรองดองหลอมรวมความแตกต่าง ที่หลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นรากเหง้าอยู่ในชุมชน และทางคณะผู้วิจัย ได้ถอดอัตลักษณ์ของชุมชนแขวงศิริบุญชัย เขตธนบุรีจากทูทางวัฒนธรรม 8 ด้าน ได้ 15 รูปทรง คือ 1) กะหรี่ปั๊ป 2) ชฎา 3) ป้ายสี่แยกบ้านแขก

4) พระ 5) พวงมาลัย 6) มัสยิด 7) ละหมาด 8) หงส์ 9) หน้าจั่วซุ้มวัด 10) หน้าจั่วโบสถ์ 11) หัวสิงโต 12) พาน 13) สามเหลี่ยม 14) อิฐบา และ 15) ชุดไทย โดยใช้หลักการออกแบบ คือ 1) การออกแบบที่เป็นไปตามธรรมชาติ 2) การออกแบบเรขาคณิต และ 3) การออกแบบลวดลายซ้ำ ๆ กัน และได้คัดเลือก 4 ลวดลาย คือ ลวดลายหัวสิงโต ลวดลายขลุ่ย ลวดลายพระ และลวดลายสามเหลี่ยม โดยนำลวดลายมาประยุกต์ลงสู่ผลิตภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์เสื้อ แก้วयेติ ผ้าพันคอและตะกร้าสาน

2. การสังเคราะห์และสร้างภาพแทนของอัตลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของชุมชนในเขตธนบุรีและเชื่อมโยงของแนวคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) สร้างโมเดลกระบวนการวิจัยสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี โดยใช้แนวคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยบูรณาการร่วมกันกับชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี จำนวน 9 ชุมชน มีขั้นตอน ดังนี้

1) Empathize / Data Analyze ใช้สำหรับวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน เพื่อกำหนดเงื่อนไขการศึกษารูปแบบอัตลักษณ์

2) Define / Synthesize ใช้สำหรับสังเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์การถอดอัตลักษณ์ชุมชน การถอดรูปแบบ ENCODE และการถอดรูปแบบ DECODE

3) Ideate / PAR (Empathize + Define) การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อคัดเลือกรูปแบบลวดลายและเป็นตัวแทนของชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี

4) Prototype/Design Process ขั้นตอนการออกแบบ
1) นำรูปแบบอัตลักษณ์มาสร้างภาพร่าง (2D) 2) การทดสอบรูปแบบด้วย

Model Study ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3) การออกแบบลวดลายบนผลิตภัณฑ์จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ คือ 1) ผลิตภัณฑ์เสื้อ 2) ผลิตภัณฑ์ตะกร้าสาน 3) บรรจุภัณฑ์ 4) ผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือผู้หญิง และ 5) ผลิตภัณฑ์แก้วเยติ 5) Test/Prototype + Test ทดสอบและประเมินต้นแบบกับชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี

อภิปรายผลการวิจัย

การถอดอัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมโดยใช้การจำแนกวิถีวัฒนธรรมทั้ง 8 ด้าน คือ 1) อาหาร 2) การแต่งกาย 3) ที่อยู่อาศัย 4) ประเพณี 5) ภาษา 6) อาชีพ 7) ความเชื่อ และ 8) ศิลปะท้องถิ่นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liyan (2019) ซึ่งพบว่า อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ สถาปัตยกรรม โบราณ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ จดหมายเหตุ วรรณกรรม อาหาร ที่มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น รูปแบบของเงิน ตัวเข้าชม และการสร้างภาพจำด้วยคุณสมบัติท้องถิ่นจากการเลือกใช้สีผลิตภัณฑ์ที่มาจากงานสถาปัตยกรรม รวมไปถึงการค้นหาและปรับแต่งสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากมรดกทางวัฒนธรรมและโบราณวัตถุที่มีอยู่ ซึ่งการถอดอัตลักษณ์และองค์ความรู้สำคัญที่จะสามารถนำไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกคือรูปทรงและลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรีสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chamnian (2021) ที่กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พบในท้องถิ่นของประเทศไทยมักมีความคล้ายคลึงกันเนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์บริบทเชิงพื้นที่ ทุนทางวัฒนธรรมภูมิปัญญา ความเชื่อและวิถีชีวิตของคนไทยที่ไม่แตกต่างกันนัก การค้นหาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงมีความจำเป็นต่อการสร้างความน่าสนใจแก่ผู้บริโภคให้มีความต้องการในการซื้อหาผลิตภัณฑ์เหล่านั้นผ่านการสื่อสารอัตลักษณ์และการนำอัตลักษณ์ชุมชนมาใช้ในการยกระดับเศรษฐกิจ เพื่อรองรับและส่งเสริม

การท่องเที่ยวในชุมชนโดยใช้หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน จะเป็นการพัฒนาและการต่อยอดเพื่อนำไปสู่ชุมชนที่เข้มแข็งและมีศักยภาพ ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของชุมชน วิถีชีวิต วัฒนธรรมมาเป็นแนวคิดในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของชุมชนในเขตธนบุรี (Wattanakit & Noisangiam, 2022)

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการนำวัสดุหรืองานหัตถกรรมในท้องถิ่นมาใช้ในงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และใช้หลักการออกแบบที่เน้นความสวยงาม ร่วมสมัย สามารถหาวัสดุได้ง่าย และนำเทคโนโลยีพื้นฐานที่เหมาะสมและการต่อยอดวัสดุที่เกิดจากฐานทรัพยากรชุมชนไปสู่งานสร้างสรรค์อื่น ๆ

2. การสร้างความร่วมมือหน่วยงานภาครัฐในเขตธนบุรีเพื่อสนับสนุนโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุนวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์และหน่วยงานสนับสนุนงบประมาณและพื้นที่ในการจำหน่าย เพื่อเป็นการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

References

- Boonlong, P. et.al. (2016). *Academic work for society: principles and methods*. Thailand Research Fund (TRF). [In Thai]
- Brown, T. (2009). *Change by Design*. HarperCollins Publisher.
- Chamnian, M. (2021). Community product identity for brand creation and communication. A case study of the Tone Nok Phithid dance performance. *Ratchaphruek Journal*, 19(2), 1-12. [In Thai]
- Chanthajon, S., Bunchai, P. & Thitphat, P. (2009). *The value of local arts and cultural identity and their application as local products to increase economic value and cultural tourism in the northeastern, central and southern regions*. Maha Sarakham. Isaan Arts and Culture Research Institute Mahasarakham University. [In Thai]
- Choiruang, S. (2015). *Product identity design in Pathum Thani province from scrap fabric handicrafts*. [Master of Arts degree program, Silpakorn University]. [In Thai]
- Fuengfusakul, A. (2003). *Identity: A Review of Theory and Conceptual Framework*. National Research Council of Thailand. Department of Sociology National Research Council of Thailand. [In Thai]
- Jarujutarat, J. [Photographer]. (2022). *Applying patterns onto shirts, Yeti glasses, scarves and woven basket*. [Photo]. Bansomdejchaopraya Rajabhat University. [In Thai]

- Jarujutarat, J. [Photographer]. (2022). *Buddha image pattern, triangle lion head and chada image respectively from the evaluation by community representatives of Hiranruchi Sub-district, Thonburi District*. [Photo]. Bansomdejchaopraya Rajabhat University. [In Thai]
- . [Photographer]. (2022). *Decoding the identity of cultural capital in Hiranruchi Sub-district, Thonburi District*. [Photo]. Bansomdejchaopraya Rajabhat University. [In Thai]
- . [Photographer]. (2022). *Focus group meeting with Thonburi community representatives*. [Photo]. Bansomdejchaopraya Rajabhat University. [In Thai]
- . [Photographer]. (2022). *Model for the development of community identity patterns in Hiranruchi sub-district, Thonburi district with design thinking and participatory action research (PAR)*. [Photo]. Bansomdejchaopraya Rajabhat University. [In Thai]
- . [Photographer]. (2022). *Small group meeting with community representatives of Hiranruchi Sub-district, Thonburi district*. [Photo]. Bansomdejchaopraya Rajabhat University. [In Thai]
- . [Photographer]. (2023). *Cultural capital identities in Thonburi District*. [Photo]. Bansomdejchaopraya Rajabhat University. [In Thai]
- Issarasena Na Ayutthaya, P. & Trirattanapan, C. (2017). *Design Thinking: Learning by Doing: Learn by doing*. Creative Design Center (TCDC). [In Thai]

- Liyan, B. (2019). Research on the Design of Cultural Creativity Products Based on Zigong Well Salt Culture. *Earth and Environmental Science*, 223(2), 1-6.
- Thonburi District Office. (2022). *Thonburi district information*. Retrieved December 12, 2022. <https://webportal.bangkok.go.th/thonburi> [In Thai]
- Wattanakit, S. & Noisangiam, N. (2022). Study of community identity to guide design. Architecture of the Palian Basin, Trang Province. *Parichat Journal Thaksin University*, 35(1), 187-202. [In Thai]

การประเมินโครงการพัฒนาแอปพลิเคชัน “หิรัญฟู้ด”
เพื่อส่งเสริมช่องทางการขายสินค้าออนไลน์และทักษะ
ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการร้านอาหาร
ในบริเวณชุมชนรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏ
บ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Assessment of “HiRuN FooD” Mobile Application
Development for Promoting Online Sales and
Digital Skills of Food Vendors Surrounding
Bansomdejchaopraya Rajabhat University

(Received: September 26, 2023 Revised: December 20, 2023 Accepted: December 25, 2023)

อุดร หลักทอง¹
Udorn Lukthong

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินโครงการพัฒนาแอปพลิเคชันหิรัญฟู้ดเพื่อส่งเสริมช่องทางการขายสินค้าออนไลน์และทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการร้านอาหาร ในบริเวณชุมชนรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มีกลุ่มตัวอย่างมาจากการเลือกร้านค้าแบบจับคู่ (Matching) โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือก: ที่ตั้ง (Location) ประเภทร้านค้า (Type) จากร้านค้าที่ขายอาหารบริเวณรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จำนวน 60 ร้าน ได้แก่ ผู้ประกอบการ 30 คน จากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: udorn.lu@bsru.ac.th

เป็นกลุ่มทดลอง (Treatment) ผู้ประกอบการ 30 คน จากร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ เป็นกลุ่มเปรียบเทียบ (Comparisons) ลูกค้า จำนวน 100 คน จากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ และลูกค้าจำนวน 100 คน จากร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้ 1. ค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ และอธิบายตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทร้าน ประเภทสินค้า กรรมสิทธิ์ร้านค้า ประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันขายอาหารออนไลน์ และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันขายอาหาร/สินค้าออนไลน์ รวมทั้งตัวแปรทางด้านพฤติกรรม

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ และอธิบาย ตัวแปรเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ประกอบการและลูกค้าที่มีต่อโครงการพัฒนาแอปพลิเคชันหิรัญพุดเพื่อส่งเสริมช่องทางการขายสินค้าออนไลน์และทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการร้านอาหาร ในบริเวณชุมชนรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา แล้วนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ ดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แปลความว่า ระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แปลความว่า ระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แปลความว่า ระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 แปลความว่า ระดับน้อย คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 แปลความว่า ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย พบว่า **ทัศนคติของผู้ประกอบการ** ระยะที่ 1 ก่อนทดลองใช้แอปพลิเคชันหิรัญพุดภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบกับระดับทัศนคติของผู้ประกอบการ ในระยะที่ 2 หลังจากที่ได้ทดลองใช้แอปพลิเคชันหิรัญพุด พบว่า มีทัศนคติ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ (กลุ่มทดลอง) มีระดับทัศนคติดีขึ้น **ทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Skills)** สำหรับผู้ประกอบการ ในระยะที่ 2 หลังทดลองใช้แอปพลิเคชันหิรัญพุด (กลุ่มทดลอง) พบว่าระดับทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางมีทักษะมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับระดับทักษะทางด้านเทคโนโลยี

ดิจิทัลของกลุ่มเปรียบเทียบ (กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่ค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) น้อยกว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ **ระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการ** ในการขายสินค้าออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันหิรัญพุด หลังทดลองใช้แอปพลิเคชัน หิรัญพุด (กลุ่มทดลอง) พบว่า ระดับระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบกับระดับระดับความพึงพอใจของกลุ่มเปรียบเทียบ (กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่ค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) น้อยกว่ากลุ่มผู้ประกอบการ ที่เข้าร่วมโครงการ **ระดับทัศนคติของลูกค้าผู้เข้าร่วมโครงการ** (กลุ่มทดลอง) ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบกับระดับทัศนคติ ของลูกค้า ที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (กลุ่มเปรียบเทียบ) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าที่เข้าร่วมโครงการ (กลุ่มทดลอง) มีระดับทัศนคติดีขึ้น และ**ระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้เข้าร่วมโครงการ** (กลุ่มทดลอง) ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (กลุ่มเปรียบเทียบ) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าที่เข้าร่วมโครงการ (กลุ่มทดลอง) มีระดับความพึงพอใจ ดีขึ้นหลังจากทดลองใช้แอปพลิเคชันหิรัญพุด

คำสำคัญ: ธุรกิจชุมชน ผู้ประกอบการ ชุมชนแขวงหิรัญรุจี
แอปพลิเคชัน

Abstract

This mixed method research aimed to assess a mobile application called “HiRuN FooD” developed to promote online sales and digital skills of food vendors in the area surrounding Bansomdejchaopraya Rajabhat University. The samples were selected by matching the locations and types of shops surrounding Bansomdejchaopraya Rajabhat University. The samples included 60 shops including a treatment group consisting of 30 vendors from the participated shops and a comparison group consisting of 30 vendors from the shops not participating in the project; 100 customers from the participated shops; and 100 customers from the shops not participating in the project. For data analysis, the researcher employed 1. Percentage for analyzing and describing the population variables of the samples including the gender, age, educational level, shop type, product type, proprietary right, experience in using online food sales applications, and behavior of using online sales applications as well as behavioral variables and 2. Mean and standard deviation for analyzing and describing the variables regarding the vendors’ and customers’ attitude towards the development of “HiRuN FooD” application for promoting online sales and digital skills of food vendors surrounding Bansomdejchaopraya Rajabhat University. The data was then compared to the specified criteria: Mean 4.21-5.00 = Highest, 3.41-4.20 = High, 2.61-3.40 = Moderate, 1.81-2.60 = Low, and 1.00-1.80 = Lowest, respectively.

It is found that in Phase 1 before using “HiRuN FooD” application, the overall vendors’ attitude was at the moderate level. In comparison, in Phase 2, the overall **vendors’ attitude** after using the application is at a high level. That is to say, the food vendors’ (a treatment group) positive attitude increases. In terms of **digital skills**, in Phase 2 after the treatment group used “HiRuN FooD” application, the overall food vendors’ digital skills are at the moderate level. However, the skills increase when compared to those of the comparison group (the vendors not participating in the project) whose overall digital skills are also in the moderate level, but the mean is lower than the vendors who participated in the project. For the **vendors’ satisfaction** with online sales through “HiRuN FooD” application, after using the application, it is found that the overall treatment group’s satisfaction is at the high level. In comparison, the satisfaction of the comparison group (not participating in the project) is found to be at the high level; however, the mean is lower than that of the vendors participating in the project. Overall, **the attitude of customers participating in the project** (the treatment group) is at the moderate level. In comparison, the attitude of customers not participating in the project (the comparison group) is at the moderate level. That is, the customers participating in the project (the treatment group) has a higher level of positive attitude and the overall **satisfaction of customers participating in the project** (the treatment group) is at the moderate level. When comparing it to that of the customers not participating in the project (the comparison group),

it is found that the overall satisfaction is at the moderate level. That is, the customers participating in the project (the treatment group) has higher satisfaction after using “HiRuN FooD” application.

Keywords: Community Business, Entrepreneur, Hiran Ruchi Subdistrict Community, Application.

บทนำ

สังคมโลกเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นสังคมแห่งการพึ่งพาเทคโนโลยีในทุกมิติ ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต การทำธุรกิจ วัฒนธรรม ความท้าทายค่านิยมเดิมของสังคม ไม่ว่าจะเป็นการขาย การตลาด วิธีความคิด การแสดงออกของปัจเจกบุคคลบนโลกออนไลน์ ด้วยปัจจัยเหล่านี้จึงก่อให้เกิดโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ หรือแม้แต่การปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากแพลตฟอร์มขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ถูกพัฒนาขึ้นเป็นจำนวนมาก มีการแข่งขันด้านการบริการอย่างรุนแรง ส่งผลต่อการผลักราคาบริการที่สูงขึ้นไปยังผู้บริโภค อันเนื่องมาจากการผู้ประกอบการที่เข้าร่วมแพลตฟอร์มการขายสินค้าเหล่านี้ถูกหักค่าบริการระบบปฏิบัติการบนแพลตฟอร์มที่เข้าร่วมเพื่อให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเข้าถึงร้านค้าของตนเองได้มากยิ่งขึ้น เมื่อผู้ประกอบการรายเล็กที่เข้าร่วมแพลตฟอร์มการขายแล้วมักจะประสบปัญหาค่าบริการระบบสูงกว่ายอดการขาย จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการรายเล็กในชุมชนไม่สามารถประกอบกิจการต่อไปได้ เนื่องจากเกิดภาวะขาดทุนไม่สามารถประคองประกอบกิจการต่อไปได้

การส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพในการแข่งขัน สามารถพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งจะช่วยก่อให้เกิดการยกระดับมาตรฐานการครองชีพและความเป็นอยู่ของประชาชน ในชุมชนให้ดีขึ้น และนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำ และความไม่เสมอภาคตามเป้าหมายการพัฒนาของยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม เพื่อให้ทุกคนได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมผ่านการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและพฤติกรรมและด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการพัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรเพื่อสร้างรายได้ให้เกษตรกรและการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการพึ่งพาตนเอง (Khatasombun, 2020) ดังนั้น การเพิ่มพูนองค์ความรู้หรือศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีทัศนคติต่อการนำเทคโนโลยี

มาปรับใช้ในกระบวนการขายควบคู่กับการพัฒนาทักษะดิจิทัล จึงอาจเป็นตัวช่วยสำคัญในการส่งเสริมผู้ประกอบการในชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองและยังเพิ่มรายได้ของผู้ประกอบการได้ดียิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นตามเจตนารมณ์แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นจึงถือเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยราชภัฏจนถึงปัจจุบัน ในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน โดยการจัดการความรู้จากภูมิปัญญา การสร้างการมีส่วนร่วม การสร้างเศรษฐกิจฐานราก เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะส่งผลต่อการสร้างระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นให้สามารถพึ่งตนเองได้ หากชุมชนท้องถิ่นมีการจัดการที่ครบวงจรด้วยตนเอง ทั้งการสร้างทุนที่เข้มแข็ง มีการผลิตพื้นฐาน การแปรรูป การบริการ การตลาด การผลิตอาหาร และความจำเป็นพื้นฐานเพื่อการดำรงชีวิตต่าง ๆ สำหรับคนในพื้นที่อย่างพอเพียง และพัฒนาเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือธุรกิจของชุมชนที่มีมิติของการเกื้อกูล เอื้อเฟื้อ และมีส่วนร่วมของคนในตำบล ทั้งขนาดย่อมและขนาดใหญ่ โดยใช้ทั้งความรู้พื้นที่ที่สั่งสมหรือที่เป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมของพื้นที่และมีการพัฒนาให้ทันสมัย พร้อมกับมีเทคนิควิทยาการ และความรู้เทคโนโลยี มาพัฒนาเพิ่มเติมให้เหมาะสมแก่ตลาด หรือสังคมเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพึ่งตนเอง มีรายได้มากกว่ารายจ่ายและพัฒนาเป็นผู้ผลิต ผู้สร้างงานบริการต่าง ๆ ผู้ประกอบการร้านค้าและบริการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน จึงเป็นหน่วยธุรกิจขนาดเล็กที่จะทำให้เกิดการหมุนเวียนของเม็ดเงินส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่คนภายในชุมชน

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาเป็นหนึ่งในมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง ตั้งอยู่ถนนอิสราภาพ ซอย 15 แขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี) มีชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัย 9 ชุมชน ได้แก่ 1) ชุมชนบางไส้ไก่บ้านสมเด็จ 2) ชุมชนมัสยิดบ้านสมเด็จ 3) ชุมชนวัดประดิษฐาราม 4) ชุมชนศรีภูมิ 5) ชุมชนวัดใหญ่ศรีสุพรรณ 6) ชุมชนวัดหิรัญรูจี 7) ชุมชน

สี่แยกบ้านแขก 8) ชุมชนประสานมิตร และ 9) ชุมชนสามัคคีศรีสุพรรณ ชุมชนที่กล่าวมาเป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าอื่น ๆ เป็นจำนวนมาก จากหลักการและเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น ตามพันธกิจของมหาวิทยาลัย เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีช่องทางการหารายได้เพิ่มเติม จากนวัตกรรมการบริการวิชาการ ภายใต้โครงการยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านเด็เจ้าพระยา ผู้วิจัยจึงเลือกชุมชนในแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เป็นขอบเขต พื้นที่การวิจัย ภายใต้คำถามการวิจัยที่ว่า ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ จะมีทัศนคติและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นหลังจากเข้าร่วมโครงการ หรือไม่ โครงการจะสร้างการเปลี่ยนแปลงวิถีปฏิบัติของผู้ประกอบการ และจะช่วยส่งเสริมช่องทางขายอาหารและส่งเสริมทักษะทางด้านเทคโนโลยี หรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการ จึงเป็นที่มาให้ผู้วิจัยสนใจที่จะดำเนินการวิจัย เรื่อง การประเมินโครงการ พัฒนาแอปพลิเคชันหิรัญฟู้ดเพื่อส่งเสริมช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ และทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการร้านอาหาร ในบริเวณ ชุมชนรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาเพื่อทดสอบคุณภาพ ของแอปพลิเคชันดังกล่าว และเพื่อพัฒนาต้นแบบธุรกิจชุมชน สู่การขยายเครือข่าย ผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ หลังจากทดลองใช้แอปพลิเคชันหิรัญฟู้ด
2. เพื่อศึกษาว่าแอปพลิเคชันหิรัญฟู้ด ช่วยส่งเสริมช่องทางการขายอาหารและทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการร้านอาหารได้อย่างไร
3. เพื่อสำรวจปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อความสำเร็จของแอปพลิเคชันหิรัญฟู้ด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) มีเป้าหมายที่จะประเมินโครงการพัฒนาแอปพลิเคชันหิรัญผุดเพื่อส่งเสริมช่องทางการขายสินค้าออนไลน์และทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการร้านอาหาร ในบริเวณชุมชนรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา การวิจัยครั้งนี้จะประเมินปัจจัยต่าง ๆ โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ตามที่ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกร้านค้า แบบจับคู่ (Matching) ใช้เกณฑ์การคัดเลือก: ที่ตั้ง (Location) ประเภทร้านค้า (Type) จากร้านค้าที่ขายอาหารบริเวณรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาจำนวน 60 ร้าน

- ผู้ประกอบการ 30 คน จากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ เป็นกลุ่มทดลอง (treatment)

- ผู้ประกอบการ 30 คน จากร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ เป็นกลุ่มเปรียบเทียบ (Comparisons)

- ลูกค้า จำนวน 100 คน จากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ
- ลูกค้า จำนวน 100 คน จากร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ผู้วิจัยจะสร้างแบบสำรวจขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม โดยเป็นแบบสำรวจทัศนคติก่อนและหลังของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันหิรัญผุด โดยใช้มาตราวัด 5 ระดับของ Likert scales เพื่อสอบถามระดับของความคิดเห็นและความถี่ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก ปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

2.2 แบบสำรวจสำหรับผู้ประกอบการ (Vendor Surveys)
แบบสำรวจสำหรับลูกค้า (Customer Surveys)

2.3 แบบสัมภาษณ์ทีมผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน/ผู้ประกอบการ/
ผู้นำชุมชน (Developer/Vendor/Community leader Interview)
ในฐานะผู้มีส่วนในการพัฒนาแอปพลิเคชัน การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

การทดสอบเครื่องมือโดยนำเครื่องมือการวิจัยที่แก้ไข
ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบพิจารณา
การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยใช้เทคนิค
การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด (Index Item
of Congruent: IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องภายในทุกข้อมากกว่า 0.5

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ระยะ
ดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 ก่อนเริ่มโครงการ (ก่อนทดลองใช้แอปพลิเคชันหรือผู้
ผู้วิจัยจัดทำหนังสือเชิญผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการพัฒนาแอปพลิเคชัน
หรือผู้ผู้ในบริเวณชุมชนรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
และลงพื้นที่สำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและประเมินผลก่อนเข้าโครงการ
พัฒนาแอปพลิเคชันหรือผู้ผู้ และซึ่งกลุ่มร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment)
30 ราย ในระยะที่ 1 จะเป็นกลุ่มทดลอง ที่ประเมินโครงการภายหลังสิ้นสุด
โครงการในระยะที่ 2 จำนวน 30 คน ด้วยการแจกแบบสำรวจออนไลน์/
ออนไลน์

ระยะที่ 2 ระยะหลังจากโครงการสิ้นสุดลง (หลังทดลองใช้
แอปพลิเคชันหรือผู้ผู้)

ผู้วิจัยลงพื้นที่สำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและประเมินผล
หลังจากที่โครงการพัฒนาแอปพลิเคชันหรือผู้ผู้ ได้มีการดำเนินการใช้งาน
ไปแล้วเป็นระยะเวลาหนึ่ง โดยจะเก็บข้อมูลกับกลุ่มร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ

(Treatment) 30 ราย และร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (Comparisons) 30 ราย รวมเป็น 60 ราย ด้วยการแจกแบบสำรวจ เก็บข้อมูลจากลูกค้าของร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ และลูกค้าของร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ รวม 200 ราย ด้วยการแจกแบบสำรวจออนไลน์ และสัมภาษณ์ออนไลน์/ออนไลน์ อีกทั้งเก็บข้อมูลปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาจากทีมผู้พัฒนาระบบและผู้รับผิดชอบโครงการโดยการสนทนากลุ่ม

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจทั้งหมดที่ได้รับคืนมา และนำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสำรวจและนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดย 1. ค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์และอธิบายตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทร้าน ประเภทสินค้า กรรมสิทธิ์ร้านค้า ประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันขายอาหารออนไลน์ และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันขายอาหาร/สินค้าออนไลน์ รวมทั้งตัวแปรทางด้านพฤติกรรม 2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์และอธิบายตัวแปรเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ประกอบการและลูกค้าที่มีต่อโครงการพัฒนาแอปพลิเคชันหรือผู้ดูแลเพื่อส่งเสริมช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ และทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการร้านอาหาร ในบริเวณชุมชนรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา แล้วนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แปลความว่า ระดับมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แปลความว่า ระดับมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แปลความว่า ระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 แปลความว่า ระดับน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 แปลความว่า ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลในขั้นตอนต่าง ๆ ตลอดกระบวนการศึกษาวิจัย เพื่อศึกษาการประเมินโครงการพัฒนาแอปพลิเคชันหิรัญผูดเพื่อส่งเสริมช่องทางการขายสินค้าออนไลน์และทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการร้านอาหารในบริเวณชุมชนรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ผู้วิจัยจึงขอเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติผู้ประกอบการ ระยะที่ 1 ก่อนทดลองใช้แอปพลิเคชันหิรัญผูด กลุ่มร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) 30 ราย

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ ก่อนทดลองใช้แอปพลิเคชันหิรัญผูด โดยให้กลุ่มตัวอย่างร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) พิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน ได้แก่ การออกแบบฟังก์ชันการใช้งานสวยงามและเข้าใจง่าย ช่องทางการสื่อสารข้อมูลสำหรับผู้ให้บริการอย่างชัดเจน การโปรโมตสินค้าผ่านเพจเฟซบุ๊ก Facebook หรือช่องทางอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ ความเหมาะสมและทันสมัย ระบบการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลการประมวลผล ทีมงานให้การช่วยเหลือในกรณีเกิดปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมียอดขายและรายได้เพิ่มขึ้น การมีส่วนให้ข้อมูลพื้นฐานที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแอปพลิเคชัน และประโยชน์จากใช้แอปพลิเคชันในการสร้างรายได้ เมื่อพิจารณาภาพรวมของทัศนคติของผู้ประกอบการ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, $S.D. = 0.535$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จากค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก และอันดับสุดท้าย พบว่า แอปพลิเคชันมีการออกแบบฟังก์ชันการใช้งานสวยงามและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, $S.D. = 0.608$) รองลงมา ได้แก่ แอปพลิเคชันมีความเหมาะสมและทันสมัย) และผู้ประกอบการ

มีส่วนให้ข้อมูลพื้นฐานที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.485) และลำดับสุดท้าย ได้แก่ แอปพลิเคชันจะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมียอดขายและรายได้เพิ่มขึ้น

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติผู้ประกอบการ ระยะที่ 2 หลังทดลองใช้แอปพลิเคชัน หิรัญพุด และเปรียบเทียบกับกลุ่มสถานประกอบการที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติผู้ประกอบการ หลังทดลองใช้แอปพลิเคชันหิรัญพุด ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ 2 ได้แก่ กลุ่มร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) 30 ราย และกลุ่มร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (Comparisons) 30 ราย โดยให้กลุ่มตัวอย่างร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) 30 ราย ที่ได้ประเมินแอปพลิเคชันก่อนทดลองใช้งานในระยะที่ 1 พิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ของแอปพลิเคชันอีกครั้ง เมื่อพิจารณาภาพรวมของทัศนคติของผู้ประกอบการกลุ่มร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) กลุ่มทดลองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.959) จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ของกลุ่มร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) มีทัศนคติดีขึ้นเมื่อได้ทดลองใช้งานแอปพลิเคชัน ในขณะที่กลุ่มร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (Comparisons) ยังมีทัศนคติในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.512)

ผลการวิเคราะห์ระดับทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Skills) สำหรับผู้ประกอบการ

การประเมินทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับผู้ประกอบการ ผู้วิจัยประเมินเฉพาะระยะที่ 2 ทั้งนี้ หลังจากทดลองใช้งานแอปพลิเคชันของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) หรือกลุ่มทดลอง และร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (Comparisons) หรือกลุ่มเปรียบเทียบ โดยพิจารณาจากทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Skills) ได้แก่ ทักษะการใช้เทคโนโลยี (Use) ทักษะการเข้าใจเทคโนโลยีเพื่อการตัดสินใจ (Understand) ทักษะการสร้างสื่อดิจิทัล (Create) และทักษะการใช้ประโยชน์

จากเทคโนโลยี (Access) เมื่อพิจารณาภาพรวมทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Skills) สำหรับผู้ประกอบการ ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) กลุ่มทดลองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.682) และร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (Comparisons) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.718) จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ระดับทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Skills) สำหรับผู้ประกอบการของกลุ่มทดลองมากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบเพียงเล็กน้อย แสดงให้เห็นถึงระดับทักษะของผู้ประกอบการในชุมชนที่กำหนดไว้ในขอบเขตของการวิจัย มีทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลหรือสามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้ใกล้เคียงกัน

ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติ ของลูกค้าผู้เข้าร่วมโครงการ (กลุ่มทดลอง)

ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติ ของลูกค้าผู้เข้าร่วมโครงการ กลุ่มทดลอง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ของกลุ่มทดลอง ค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก และอันดับสุดท้าย พบว่า ลำดับแรก ได้แก่ ท่านเห็นว่าผู้ประกอบการมีส่วนให้ข้อมูลพื้นฐานที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.501) รองลงมา ได้แก่ ท่านเห็นว่าแอปพลิเคชันมีการออกแบบฟังก์ชันการใช้งานสวยงามและเข้าใจง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.522) และลำดับสุดท้าย มี 2 ข้อ ได้แก่ ท่านเห็นว่าแอปพลิเคชันมีการโปรโมตสินค้าผ่านเพจเฟซบุ๊ก Facebook หรือช่องทางอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ และ ท่านเห็นว่าแอปพลิเคชันจะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมียอดขายและรายได้เพิ่มขึ้น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 0.533, $\bar{X} = 3.17$, S.D. = 0.378) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ungkanawin (2018) ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ ในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ด้านข้อมูลส่วนตัว และด้านสินค้า มีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด และในส่วนทางด้านช่องทางการชำระเงิน และด้านการให้บริการ มีทัศนคติอยู่ในระดับมาก สำหรับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ ในเขตจังหวัดชลบุรี

หลังการตัดสินใจซื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านข้อมูลส่วนตัว ด้านสินค้า และด้านช่องทางการชำระเงิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และในส่วนของด้านการให้บริการ มีทัศนคติอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าผู้เข้าร่วมโครงการ (กลุ่มทดลอง)

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าผู้เข้าร่วมโครงการ กลุ่มทดลอง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ของกลุ่มทดลอง ค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก และ อันดับสุดท้าย พบว่า ลำดับแรก ได้แก่ ความเหมาะสมในการออกแบบแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$, $S.D. = 0.521$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rintarach (2016) การพัฒนาแอปพลิเคชันตลาดกลางขายสินค้าบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจการใช้งานแอปพลิเคชันตลาดกลาง ขายสินค้าบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์โดยผู้ใช้งาน โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับดีอยู่ในระดับพอใจมาก และรองลงมา ได้แก่ ความสะดวกและง่ายต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, $S.D. = 0.492$) และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ระบบการชำระเงินของแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.99$, $S.D. = 0.559$)

ผลการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ทีมผู้พัฒนา/ผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการ การสัมภาษณ์ทีมผู้พัฒนา ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ในฐานะผู้มีส่วนในการพัฒนาแอปพลิเคชัน จากประเด็นคำถามต่อไปนี้

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

“แพลตฟอร์มการขาย/แอปพลิเคชันออนไลน์ ส่งผลต่อการเพิ่มรายได้ของผู้ประกอบการภายในชุมชนอย่างไร”

จากการวิเคราะห์คำสัมภาษณ์ของทีมนักพัฒนาในภาพรวม พอสรุปได้ว่าการพัฒนาแอปพลิเคชันหิรัญพัธุ์มีผลต่อการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการเนื่องจากแอปพลิเคชันหิรัญพัธุ์จะเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ประกอบการในการเพิ่มช่องทางการขายจากเดิม แอปพลิเคชันหิรัญพัธุ์ยังเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและการเผยแพร่ข้อมูลของลูกคามีส่วนทำให้ปริมาณลูกค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Suttipongsakul (2019) อิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีและการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.86 ซึ่งแสดงถึงปัจจัยเชิงสาเหตุทั้งด้านความพึงพอใจของลูกค้า ด้านประสบการณ์ของลูกค้า ความภักดีของลูกค้า และด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chonglaksamanee (2021) การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาดและกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการส่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์แมน LINE MAN ผลการทดสอบสมมติฐาน (1) เพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาดในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาด ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (2) การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาดทุกเครื่องมือภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจ ค่าความสัมพันธ์ 0.701 ด้านที่ความสัมพันธ์สูงสุดคือ การตัดสินใจซื้อ ค่าความสัมพันธ์ 0.659 ซึ่งเห็นว่าเครื่องมือสื่อสารการตลาดมีบทบาทต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในทุกด้าน

คำสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ พอสรุปได้ว่า ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าแอปพลิเคชันจะสามารถเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเพิ่มรายได้จากการขายหน้าร้านปกติ และยังเห็นว่าหากมีแอปพลิเคชัน

การขายออนไลน์เพิ่มจะเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kiadrasamee (2015) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการยอมรับเทคโนโลยี จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

“แอปพลิเคชันหิรัญพุด ช่วยส่งเสริมช่องทางการขายอาหารและทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการร้านอาหารได้อย่างไร”

จากการวิเคราะห์คำสัมภาษณ์ของทีมผู้พัฒนาในภาพรวม พอสรุปได้ว่า แอปพลิเคชันหิรัญพุด มีฟังก์ชันการใช้งานที่เข้าใจง่ายและมีคู่มือแสดงวิธีการใช้งานอย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจะสามารถใช้แอปพลิเคชันหิรัญพุดในการส่งเสริมช่องทางการขาย และสามารถใช้ทักษะพื้นฐานในการใช้งานได้ง่าย

คำสัมภาษณ์ของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่า ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าแอปพลิเคชันหิรัญพุดจะสามารถช่วยส่งเสริมช่องทางการขายสินค้าหน้าร้านภายในชุมชนได้ เนื่องจาก การขายออนไลน์ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดีซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pasuntsirikhun & Phungbangkruay (2017) ทศนคติการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ไลน์และอินสตาแกรม ส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้า เครื่องประดับ วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์เพราะต้องการความสะดวก จะทำการซื้อที่บ้าน มีช่องทางชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร มีความถี่ในการซื้อเดือนละครั้ง ชอบลักษณะการรีวิวที่มีการบอกข้อมูลครบถ้วน ชอบการโต้ตอบของพนักงานที่มีความเต็มใจในการตอบคำถาม จำนวนเงิน

เฉลี่ยที่ซื้อแต่ละครั้งอยู่ที่ 501 – 1,000 บาท อีกทั้งผลการศึกษาเพิ่มเติมพบว่า ระดับของทัศนคติทางด้านความเข้าใจและความรู้สึกละอยู่ในระดับมาก และทัศนคติทางด้านพฤติกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าทัศนคติด้านพฤติกรรม มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมที่มีความตั้งใจซื้ออีกด้วย

ผลการวิเคราะห์บทสนทนากลุ่ม

การสนทนากลุ่มประกอบด้วย ทีมผู้พัฒนา ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ พนักงานส่งสินค้าจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ตัวแทนผู้ใช้บริการ (ลูกค้า) ในฐานะผู้มีส่วนในการพัฒนาแอปพลิเคชันจากประเด็นคำถามต่อไปนี้

ประเด็นการสนทนา

“ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ระบุไว้” ซึ่งพอจะสรุปเป็นข้อ ๆ ได้ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการขาดความเชื่อมั่น ส่งผลทำให้จำนวนผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการพัฒนาแอปพลิเคชันมีจำนวนน้อย
2. ผู้ประกอบบางส่วนยังขาดทักษะการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากยังไม่มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันขายสินค้าออนไลน์และผู้ประกอบการบางรายเป็นผู้สูงอายุ
3. การลงพื้นที่เก็บข้อมูลเกิดความล่าช้า เนื่องจากมีความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
4. ระยะเวลาพัฒนาแอปพลิเคชันมีน้อยทำให้ทีมงานผู้พัฒนาและทีมงานลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล ไม่ทันตามกำหนดระยะเวลา
5. ช่วงที่มีการทดลองการใช้งานระบบ ผู้ประกอบการ/ลูกค้ายังไม่ให้ความร่วมมือเท่าที่ควร ทำให้ทีมผู้พัฒนาเก็บรวบรวมข้อมูลปัญหาการใช้ระบบเพื่อนำกลับมาแก้ไขได้ล่าช้า
6. ผู้ประกอบการมีความคาดหวัง แต่ขาดความเข้าใจในกระบวนการพัฒนาแอปพลิเคชันที่มีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลหลายอย่างประกอบการพัฒนา จึงทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร

7. กระบวนการพัฒนาแอปพลิเคชัน มีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลประกอบการพัฒนาหลายด้าน ต้องใช้เวลาและงบประมาณที่ต่อเนื่องหลายส่วน เช่น การเช่าพื้นที่เก็บข้อมูลระบบ (Storage Server) รายปี ฯลฯ ขณะเดียวกันการลงพื้นที่ต้องใช้เวลา เนื่องจากจะต้องมีการปักหมุดร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการให้ตรงกับที่ตั้ง เพื่อให้พนักงานรับส่งสินค้าทราบตำแหน่งที่ตั้งของร้านที่ถูกต้อง

ประเด็นการสนทนา

“ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อความสำเร็จของแอปพลิเคชันหิริญฟู๊ด”
พอจะสรุปเป็นข้อ ๆ ได้ ดังนี้

1. ผู้นำชุมชนมีส่วนในการนำทีมงานลงพื้นที่เก็บข้อมูลร้านค้า/ผู้ประกอบการ ภายในชุมชนที่ตนเองดูแล
2. ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการมีความสนใจและคาดหวังกับแอปพลิเคชัน จึงเต็มใจที่จะให้ข้อมูล
3. ทีมงานลงพื้นที่ได้แบ่งพื้นที่ชุมชนอย่างชัดเจน และมีความพยายามในการเก็บข้อมูล
4. ร้านค้า/ผู้ประกอบการอยู่ในแขวงหิริญรูจี เขตธนบุรี ซึ่งมีระยะทางไม่ไกลมากนัก ทำให้สะดวกลงพื้นที่หลายครั้ง
5. มีงบประมาณตั้งต้นในการพัฒนาแอปพลิเคชันเพียงพอ ในขั้นตอนกระบวนการพัฒนาและทดสอบการใช้งานแอปพลิเคชัน เพื่อการต่อยอดการพัฒนาฟังก์ชันการใช้งานอื่นเพิ่มในอนาคต
6. ชุมชนแขวงหิริญรูจีมีเครือข่ายผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง สามารถสนับสนุนหรือประสานงานกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อให้ข้อมูลสำคัญประกอบการพัฒนาแอปพลิเคชันได้
7. ร้านค้า/ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการตั้งอยู่ในแขวงหิริญรูจีรอบ ๆ มหาวิทยาลัย มีความคุ้นเคยกับลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาของมหาวิทยาลัย จึงทำให้ร้านค้า/ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการอยากมีส่วนร่วมในการพัฒนาแอปพลิเคชันสำเร็จสามารถใช้งานได้

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ของแอปพลิเคชันหิริญพุด ส่งเสริมช่องทางการขายอาหารและทักษะทางด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการร้านอาหารในบริเวณชุมชนรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ หลังจากเข้าร่วมโครงการจะสามารถเปลี่ยนแปลงวิถีปฏิบัติของผู้ประกอบการและจะช่วยส่งเสริมช่องทางการขายอาหารและส่งเสริมทักษะทางด้านเทคโนโลยีหรือไม่ อย่างไร และมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการ

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ ระยะที่ 1 ก่อนทดลองใช้แอปพลิเคชันหิริญพุด โดยให้กลุ่มตัวอย่างร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) พิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน ได้แก่ การออกแบบฟังก์ชันการใช้งานสวยงามและเข้าใจง่าย ช่องทางการสื่อสารข้อมูลสำหรับผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน การโปรโมตสินค้าผ่านเพจเฟซบุ๊ก Facebook หรือช่องทางอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ ความเหมาะสมและทันสมัย ระบบการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล การประมวลผลทีมงานที่ให้การช่วยเหลือในกรณีเกิดปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมียอดขายและรายได้เพิ่มขึ้น การมีส่วนให้ข้อมูลพื้นฐานที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแอปพลิเคชัน และประโยชน์จากการใช้แอปพลิเคชันในการสร้างรายได้ เมื่อพิจารณาภาพรวมของทัศนคติของผู้ประกอบการ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.535)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จากค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรกและอันดับสุดท้าย พบว่า แอปพลิเคชันมีการออกแบบฟังก์ชันการใช้งานสวยงามและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.608) รองลงมา ได้แก่ แอปพลิเคชันมีความเหมาะสมและทันสมัย และผู้ประกอบการมีส่วนให้ข้อมูลพื้นฐานที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.485) ขณะที่ลำดับสุดท้าย ได้แก่ แอปพลิเคชันจะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมียอดขายและรายได้เพิ่มขึ้น

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติผู้ประกอบการ ระยะที่ 2 หลังทดลองใช้แอปพลิเคชันทริญฟุต ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) จำนวน 30 ราย และกลุ่มร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (Comparisons) จำนวน 30 ราย โดยให้กลุ่มตัวอย่างร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) 30 ราย ที่ได้ประเมินแอปพลิเคชันก่อนทดลองใช้งานในระยะที่ 1 พิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ของแอปพลิเคชันอีกครั้ง เมื่อพิจารณาภาพรวมของทัศนคติของผู้ประกอบการ กลุ่มร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) กลุ่มทดลอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, $S.D. = 0.959$) จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ของกลุ่มร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) มีทัศนคติดีขึ้นเมื่อได้ทดลองใช้งานแอปพลิเคชัน ในขณะที่กลุ่มร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (Comparisons) ยังมีทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, $S.D. = 0.512$)

ผลการวิเคราะห์ทักษะการใช้งานแอปพลิเคชัน สำหรับผู้ประกอบการ ประเมินเฉพาะระยะที่ 2 หลังจากทดลองใช้งานแอปพลิเคชันของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) กลุ่มทดลอง และร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (Comparisons) กลุ่มเปรียบเทียบ โดยพิจารณาจากทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Skills) ได้แก่ ทักษะการใช้เทคโนโลยี (Use) ทักษะการเข้าใจเทคโนโลยีเพื่อการตัดสินใจ (Understand) ทักษะการสร้างสื่อดิจิทัล (Create) และทักษะการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี (Access) เมื่อพิจารณาภาพรวมทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Skills) สำหรับผู้ประกอบการ ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ (Treatment) กลุ่มทดลองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, $S.D. = 0.682$) และร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (Comparisons) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, $S.D. = 0.718$) จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ระดับทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Skills) สำหรับผู้ประกอบการของกลุ่มทดลองมากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบเพียงเล็กน้อย แสดงให้เห็นถึงระดับทักษะของผู้ประกอบการในชุมชนที่กำหนดไว้ในขอบเขตการวิจัยครั้งนี้ มีทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถใช้งานแอปพลิเคชันใกล้เคียงกัน

ผลการวิเคราะห์คำสัมภาษณ์ของทีมผู้พัฒนาในภาพรวม พบว่าการพัฒนาแอปพลิเคชันหิรัญพุด จะสามารถส่งต่อการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ เนื่องจากแอปพลิเคชันหิรัญพุดจะเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ประกอบการในการเพิ่มช่องทางการขายจากเดิม และแอปพลิเคชันหิรัญพุดยังเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ส่วนคำสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่า ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าแอปพลิเคชันจะสามารถเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเพิ่มรายได้จากการขายหน้าร้านปกติ ถึงแม้ว่าจะมีรายได้้น้อยจากการโดนหักค่าบริการแอปพลิเคชัน

ผลวิเคราะห์คำสัมภาษณ์ของทีมผู้พัฒนาในภาพรวม พบว่าแอปพลิเคชันหิรัญพุดมีฟังก์ชันการใช้งานที่เข้าใจง่ายและมีคู่มือแสดงวิธีการใช้งานอย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจะสามารถใช้แอปพลิเคชันหิรัญพุดในการส่งเสริมช่องทางการขาย และสามารถใช้ทักษะพื้นฐานในการใช้งานได้ง่าย ส่วนคำสัมภาษณ์ของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการพอสรุปได้ว่า ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าแอปพลิเคชันหิรัญพุดจะสามารถช่วยส่งเสริมช่องทางการขายสินค้าหน้าร้านภายในชุมชนได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thanyarattanavanich (2021) ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการให้บริการแบบเจาะจง (Personalization) การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์

ผลการวิเคราะห์บทสนทนากลุ่ม (Focus Group)

จากประเด็นคำถาม **“ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาแอปพลิเคชัน
ทริญฟูด”** สรุปได้ 7 ข้อดังนี้

1. ผู้ประกอบการขาดความเชื่อมั่น ส่งผลทำให้จำนวนผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการพัฒนาแอปพลิเคชันมีจำนวนน้อย
2. ผู้ประกอบบางส่วนยังขาดทักษะการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากยังไม่มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันขายสินค้าออนไลน์และผู้ประกอบการบางรายเป็นผู้สูงอายุ
3. การลงพื้นที่เก็บข้อมูลเกิดความล่าช้า เนื่องจากมีความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
4. ระยะเวลาพัฒนาแอปพลิเคชันมีน้อยทำให้ทีมงานผู้พัฒนาและทีมงานลงพื้นที่ จึงเก็บรวบรวมข้อมูลไม่ทันตามกำหนดระยะเวลา
5. ช่วงที่มีการทดลองการใช้งานระบบ ผู้ประกอบการ/ลูกค้ายังไม่ให้ความร่วมมือเท่าที่ควร ทีมผู้พัฒนาจึงใช้เวลารวบรวมข้อมูลปัญหาการใช้ระบบเพื่อนำกลับมาแก้ไขได้ล่าช้า
6. ผู้ประกอบการมีความคาดหวัง แต่ขาดความเข้าใจในกระบวนการพัฒนาแอปพลิเคชันว่ามีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลหลายอย่างประกอบการพัฒนา จึงอาจไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร
7. กระบวนการพัฒนาแอปพลิเคชัน มีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลประกอบการพัฒนาหลายด้าน ต้องใช้เวลาและงบประมาณที่ต่อเนื่องหลายส่วน เช่น การเช่าพื้นที่เก็บข้อมูลระบบ (Storage Server) รายปี ฯลฯ ขณะเดียวกัน การลงพื้นที่ที่ต้องใช้เวลา เนื่องจากจะต้องมีการปักหมุดร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการให้ตรงกับที่ตั้ง เพื่อให้พนักงานรับส่งสินค้าทราบตำแหน่งที่ตั้งของร้านที่ถูกต้อง

จากประเด็นคำถาม “ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อความสำเร็จของแอปพลิเคชันทริญฟู๊ด” สรุปได้ 7 ข้อดังนี้

1. ผู้นำชุมชนมีส่วนในการนำทีมงานลงพื้นที่เก็บข้อมูลร้านค้า/ผู้ประกอบการ ภายในชุมชนที่ตนเองดูแล
2. ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการมีความสนใจและคาดหวังกับแอปพลิเคชัน จึงเต็มใจที่จะให้ข้อมูล
3. ทีมงานลงพื้นที่ได้แบ่งพื้นที่ชุมชนอย่างชัดเจน และมีความพยายามในการเก็บข้อมูล
4. ร้านค้า/ผู้ประกอบการอยู่ในแขวงทริญฟู๊ด เขตธนบุรี ซึ่งมีระยะทางไม่ไกลมากนัก ทำให้สะดวกลงพื้นที่หลายครั้ง
5. มีงบประมาณตั้งต้นในการพัฒนาแอปพลิเคชันเพียงพอ ในขั้นตอนกระบวนการพัฒนาและทดสอบการใช้งานแอปพลิเคชัน เพื่อการต่อยอดการพัฒนาฟังก์ชันการใช้งานอื่นเพิ่มในอนาคต
6. ชุมชนแขวงทริญฟู๊ดมีเครือข่ายผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง มีการพึ่งพาอาศัยกันภายในชุมชน สามารถสนับสนุนหรือประสานงานกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อให้ข้อมูลสำคัญประกอบการพัฒนาแอปพลิเคชันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Apidejpisarn & Panitchpakdi (2022) ศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาชุมชนตามแผนผังแม่บทการอนุรักษ์และพัฒนา กรุงเทพมหานคร: กรณีสึกษาชุมชนท่าเตียน กรุงเทพมหานคร พบว่า ชุมชนมีศักยภาพการรวมกลุ่มของลักษณะกิจกรรมการค้า เดียวกันหรือการพึ่งพากัน
7. ร้านค้า/ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการตั้งอยู่ในแขวงทริญฟู๊ดบริเวณรอบมหาวิทยาลัย จึงมีความคุ้นเคยกับลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาของมหาวิทยาลัย จึงทำให้ร้านค้า/ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการอยากมีส่วนร่วมในการพัฒนาแอปพลิเคชันจนกระทั่งสำเร็จและสามารถใช้ได้จริง

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิจัยไปใช้

1) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการภายในชุมชนได้มีอาชีพหรือช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ มีทักษะทางด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการร้านอาหาร และพนักงานส่งสินค้า เมื่อชุมชนเกิดกระบวนการขับเคลื่อนรูปแบบการส่งเสริมให้ชุมชนเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมการสร้างอาชีพสร้างรายได้ยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่คนในชุมชน

2) การส่งเสริมชุมชนให้สามารถพึ่งพิงตนเองได้จากการสร้างงานสร้างอาชีพ เป็นแนวทางการยกระดับรายได้ของชุมชน เพื่อเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับชุมชนในแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

- 1) การนำผลการวิจัยต่อยอดการพัฒนาระบบให้มีความเสถียรมากขึ้น
- 2) ควรเพิ่มกลุ่มการประเมินการใช้แอปพลิเคชัน ได้แก่ กลุ่มพนักงานส่งสินค้า

References

- Apidejpisarn, K. & Panitchpakdi, K. (2022). Communication potential for community development according rattakosin conservation and development plan: A case study thatian communication Bangkok metropolitan. *Sarasatr*, 5(3), 470-482. [In Thai]
- Chonglaksamanee, C. (2021). *Exposure to marketing communication tools and the decision making process of using food delivery via line man application*. [Master Thesis, Thammasat University]. [In Thai]
- Khatasombun, H. (2020). Community potential development to create sustainable economic foundations: Case study of Noen Sala Subdistrict, Krok Phra District, Nakhon Sawan Province. *Journal of MCU Peace Studies*, 8(2), 474-478. [In Thai]
- Kiadrasamee, J. (2015). *Factory affecting the decision making on purchasing products from the online application in Bangkok metropolitan region*. [Unpublished Master's Thesis, Thammasat University]. [In Thai]
- Pasuntsirikhun, T. & Phungbangkruay, J. (2017). Attitudes Towards Online Purchasing of Products and Services in Chonburi Province. *Burapha Journal of Business Management*, 6(2), 30-42. [In Thai]
- Rintarach, N. (2016). *Development android application of e-Marketplace* (Research Report). Rajabhat Maha Sarakham University. [In Thai]

- Suttipongsakul, O. (2019). *Influence of experience and satisfaction on loyalty and electronic word of mouth in the purchase of products through applications among consumers in the Bangkok Metropolitan Region*. [Master Thesis, Rungsit University]. [In Thai]
- Thanyarattanavanich, C. (2021). Factors affecting to decision making on purchasing products via application of customers in Nonthaburi province. *Journal of Humanities and Social Science Rajapruk University*, 7(1), 311-323. [In Thai]
- Ungkanawin, K. (2018). Attitudes of consumer toward online businesses and services through online Chonburi. *Journal of Administration and Management*, 8(1), 173 -192. [In Thai]

การละเล่นของเด็ก: วิวัฒนาการของการละเล่นและภาพสะท้อน
ความผูกพันระหว่างแม่กับลูกในผลงานศิลปะเซรามิก
Children's Play: The Evolution of Play
and Reflections of the Mother-Child
Relationship in Ceramic Artwork

(Received: May 7, 2023 Revised: October 25, 2023 Accepted: December 20, 2023)

Yanfei Tang¹, ปิติวรรณ สมไทย², ภาณุ สรวยสุวรรณ³
Yanfei Tang, Pitiwat Somthai, Panu Sruaysuwan

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการเล่นของเด็ก: วิวัฒนาการของการละเล่นและภาพสะท้อนความผูกพันระหว่างแม่กับลูกในผลงานศิลปะเซรามิก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเล่นของเด็กสมัยโบราณและในปัจจุบัน เปรียบเทียบและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการละเล่นทั้งสองยุคสมัย และนำไปสู่การสร้างสรรค์ชุดผลงานเซรามิกที่สามารถนำเสนอให้เห็นถึงความสนุกสนานในการเล่นและวิธีการเล่นของเด็กที่สะท้อนความรักความผูกพันระหว่างแม่กับลูก โดยมีการศึกษาข้อมูลทางเอกสาร วิเคราะห์ข้อมูลอิทธิพลของปัจจัยทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่มีต่อการละเล่นของเด็กสมัยโบราณและปัจจุบัน อีกทั้งการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสำรวจสภาพแวดล้อมและลักษณะพฤติกรรมการเล่นของลูกตนเอง

¹นิสิตบัณฑิตศึกษา หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา E-mail: skzllab@gmail.com

²รองศาสตราจารย์ ที่ปรึกษาหลัก สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา E-mail: psomthai@gmail.com

³รองศาสตราจารย์ ดร.ที่ปรึกษาร่วม สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา E-mail: panu_tao@hotmail.com

เพื่อนำจุดเด่นของการละเล่นเด็กในสมัยโบราณที่ต้องได้รับการสืบทอด มาสร้างสรรค์และแสดงออกทางแนวคิดผ่านรูปแบบของศิลปะเซรามิก โดยสร้างสรรค์เป็นผลงานศิลปะเซรามิกที่แสดงถึงความผูกพันระหว่างแม่กับลูก จำนวน 4 ชุด ได้แก่ ชุด “ซ่อนแอบ” ชุด “เฒ่าหมาป่า เฒ่าหมาป่า ก็โหม่งแล้ว” ชุด “ออกไปเล่น” และ ชุด “ขอพร”

คำสำคัญ: การละเล่นของเด็ก แม่และลูก ศิลปะเซรามิก

Abstract

The research on Children's Play: The Evolution of Play and reflection of the mother-child relationship in ceramic artworks aimed to study the children's play in ancient and modern times, in order to compare and analyze the relationship between play both eras and lead to the creations of ceramic artworks that can show the fun of playing and the ways children play that reflect the love and relationship between mother and child, by studying documentary data, analyzing the influence of social, political, cultural, and economic factors on children's play in ancient and modern times. Furthermore, the fieldwork for researching the environment and playing behavior of his/her own children for the sake of showing the highlights of the ancient play that showed creativity and concept throughout ceramic artworks by creating four ceramic artworks that show the relationship between mother and child: Hide and seek, Old Wolf, Old Wolf, what time is it?, Go out to play, and Make a wish.

Keywords: Children's Play, Mother and Child,
Ceramic Artworks.

บทนำ

การเล่นของเด็กเป็นกิจกรรมนันทนาการสำหรับเด็กที่เกิดขึ้นทั่วไปในชีวิตประจำวัน สำหรับการเล่นของเด็กในประเทศจีนในสมัยโบราณนั้นสามารถสืบค้นผ่านร่องรอยหลักฐานที่ปรากฏอยู่บนสิ่งของเครื่องใช้และผลงานศิลปะทั้งภาพจิตรกรรมจีนโบราณ เครื่องหยก เครื่องเงิน งานปักผ้า หนังสือม้วนเซรามิก และงานปั้น โดยภาพของเล่นและการเล่นที่ปรากฏอยู่ภายในสิ่งของเครื่องใช้และผลงานศิลปะเหล่านี้มีความแตกต่างจากของเล่นและการเล่นในสมัยปัจจุบันเป็นอย่างมาก ปัจจุบันเนื่องจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทำให้มีผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และจากประสบการณ์ของผู้วิจัยพบว่า เมื่อไม่มีกิจกรรมการเล่นกับลูก ลูกจะใช้เวลาไปกับการดูโทรทัศน์และเล่นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนใหญ่ จึงเกิดข้อสงสัยที่ว่า “เด็กสมัยโบราณใช้ชีวิตในวัยเด็กอย่างไร” ผู้วิจัยจึงประเด็นนี้เป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเล่นของเด็กในสมัยโบราณผ่านภาพวาดการเล่นเด็กและพบว่าภูมิหลังทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของสังคมในขณะนั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเล่นของเด็ก ประเทศจีนในปัจจุบันปกครองด้วยระบอบสังคมนิยมซึ่งแตกต่างจากระบอบสังคมศักดินาแบบราชวงศ์หมิงและราชวงศ์ชิงในสมัยก่อนอย่างสิ้นเชิง ประกอบกับสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบและกดดันในปัจจุบัน ส่งผลให้สภาพความเป็นอยู่ กิจกรรมการเล่น ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างแม่กับลูกในปัจจุบันค่อย ๆ ถอยห่างกันออกไปจากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการเล่นของเด็กในสมัยโบราณจากภาพวาดการเล่นของเด็กที่ปรากฏอยู่ในสิ่งของเครื่องใช้และผลงานศิลปะทำการเปรียบเทียบลักษณะของการเล่นของเด็กที่อยู่ภายใต้ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมทั้งในสมัยโบราณและปัจจุบัน จากนั้นผสมผสานเข้ากับเรื่องราวของผู้วิจัยและลูกของผู้วิจัยแล้วสร้างสรรค์เป็นผลงานศิลปะเซรามิกที่สะท้อนถึงความผูกพันระหว่างแม่กับลูก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิวัฒนาการทางประวัติศาสตร์ และภูมิหลังทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับภาพการเล่นเด็กสมัยโบราณ และศึกษาบริบททางสังคม การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการเล่นของเด็กจีนในปัจจุบัน

2. เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภูมิหลังทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการเล่นของเด็กจีนในสมัยโบราณและปัจจุบัน รวมทั้งลงพื้นที่สำรวจสภาพแวดล้อมการเล่นของลูกตนเอง ตลอดจนรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเล่นและสะท้อนประสบการณ์เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างสรรค์ผลงาน

3. เพื่อสร้างสรรค์ผลงานศิลปะเซรามิกที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับความผูกพันระหว่างแม่กับลูก

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และภูมิหลังทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับภาพการเล่นเด็กสมัยโบราณและยุคปัจจุบันจากหนังสือ วารสาร งานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง และอินเทอร์เน็ต

ขั้นตอนที่ 2 ลงพื้นที่ภาคสนามไปยังสถานที่หรือสนามเด็กเล่น เพื่อสังเกตและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมและของเล่นในการเล่นของลูก

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทางเอกสารและการลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้เกี่ยวกับการเล่นของเด็กทั้งสมัยโบราณและปัจจุบันที่จะนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานในขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามานำมาสู่การสร้างสรรค์ผลงานเซรามิกที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับความผูกพันระหว่างแม่กับลูก โดยเป็นการสร้างสรรค์ผลงานร่วมกันระหว่างแม่กับลูก

การเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ของลูกทั้ง 2 คน เป็นการเห็นชอบตัดสินใจร่วมกันทั้งบิดามารดา และหากลูกคนใดคนหนึ่งหรือทั้งสองคนตัดสินใจไม่เข้าร่วม หรือถอนตัวจากงานวิจัย หรือไม่ให้ความร่วมมือกับมารดา (ผู้วิจัย) ผู้วิจัยจะไม่ทำให้ลูกเกิดความรู้สึกกดดันโดยจะยินยอมให้ลูกไม่เข้าร่วมโดยไม่มีข้อแม้ จะไม่ต่อว่า ปิบบังคับและปฏิบัติต่อลูกเหมือนเดิม พร้อมทั้งพูดคุยกับลูกในเชิงบวกและสร้างสรรค์ ตลอดจนไม่แสดงสีหน้าที่แสดงถึงความผิดหวังหรือไม่พอใจ เพื่อให้ลูกรู้สึกผ่อนคลาย ไม่กดดันและสบายใจ

ผลการวิจัย

1. วิวัฒนาการทางประวัติศาสตร์ และภูมิหลังทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับภาพการเล่นเด็กสมัยโบราณ

การเล่นของเด็กในประเทศจีนมีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน ในยุคมัยที่สังคมมีผู้หญิงเป็นใหญ่แห่งวัฒนธรรมบันโพนในเมืองซีอาน มณฑลส่านซี (7000 ปีที่แล้ว) มีการพบว่าเครื่องมือหินได้ค่อย ๆ กลายเป็นของเล่นในการเล่น (Cai, 2007, p. 3) การพัฒนาแรงงานอย่างต่อเนื่องในสังคม ดึกดำบรรพ์ ทำให้ต้องใช้ทักษะในการผลิตที่ซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลให้เกิดความต้องการต่อคุณภาพของมนุษย์ที่สูงขึ้น สิ่งนี้นำไปสู่การเกิดขึ้นของรูปแบบการศึกษายุคแรกเริ่ม โดยการเล่นก็คือรูปแบบการศึกษาที่ได้รับ ความนิยมมากที่สุดสำหรับเด็ก การเล่นทำให้เด็ก ๆ ได้เรียนรู้ สัมผัส และได้รับความสุขจากการเลียนแบบพฤติกรรมของผู้ใหญ่ Zhang & Hao (2011, pp. 30-31)

การเล่นมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีทางสังคม กิจกรรมทางทหาร พิธีกรรมศาสนาและไสยศาสตร์ ตลอดจน การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมที่หลายหลายของผู้คน สิ่งเหล่านี้เป็นจุดเริ่มต้นของการเล่นและยังเป็นตัวกำหนดรูปแบบและพัฒนาการของการเล่น ในสมัยโบราณในศตวรรษที่ 21 ก่อนคริสต์ศักราช ตั้งแต่สมัยราชวงศ์เซี่ย

ซึ่งเป็นราชวงศ์แรกของจีนมาถึงราชวงศ์ฉิน ราชวงศ์ฮั่น จนถึงราชวงศ์เว่ย การละเล่นค่อย ๆ พัฒนาไปสู่ความบันเทิงและงานอดิเรกทำให้เกิดเป็นการละเล่นที่มีเอกลักษณ์ และเนื่องจากสมัยนั้นมีระบบการแบ่งชนชั้นที่เข้มงวดทำให้กิจกรรมการละเล่นต่าง ๆ จึงแพร่หลายในชนชั้นปกครองระดับสูง การละเล่นพื้นบ้านมีค่อนข้างน้อย ส่งผลให้รูปแบบของการละเล่นในสมัยนั้นไม่หลากหลาย มีวิธีการเล่นที่เรียบง่าย แต่ก็ได้ส่งอิทธิพลอย่างมากต่อยุคสมัยต่อมา Cai (2007, pp. 5-17)

การละเล่นของประเทศจีนพัฒนาถึงจุดสูงสุดในช่วงราชวงศ์ถัง และซ่ง ทำให้มีข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการละเล่นที่เก่าแก่ที่สุดในจีน Cai (2007, p. 30) ราชวงศ์ถังเป็นราชวงศ์ที่สองของจีนที่มีการรวมประเทศขึ้นใหม่ สภาพสังคมส่วนใหญ่ค่อนข้างสงบสุข ในยุคนี้มีการใช้การละเล่นเป็นวิธีการทางการทูตในการแลกเปลี่ยนกับประเทศเพื่อนบ้าน สิ่งนี้ได้ส่งเสริมการพัฒนาการละเล่นเป็นอย่างมาก ของเล่นในสมัยราชวงศ์ถังให้ความสำคัญแก่การแสดงออกทางเทคนิค มีความประณีตและมีกฎเกณฑ์ที่เป็นระบบระเบียบมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบของเกมการละเล่นแบบโบราณอีกด้วย แต่หลังจากประสบกับกบฏอันลู่ซัน ราชวงศ์ถังก็ค่อย ๆ สิ้นสุดลง Li (2015, pp. 51-73)

สมัยราชวงศ์ซ่งให้ความสำคัญแก่การส่งเสริมนโยบายการปลูกฝังวัฒนธรรม วัฒนธรรมชาวเมืองมีความเจริญรุ่งเรือง ส่งผลให้การพัฒนาของการละเล่นได้เปลี่ยนจากราชสำนักและชนชั้นสูงเป็นกิจกรรมพื้นบ้าน (Yu, 2018, p. 15) มีการยกระดับรูปแบบการละเล่นแบบดั้งเดิมและคิดค้นการละเล่นรูปแบบใหม่ นอกจากนี้ในสมัยราชวงศ์ซ่งยังมีสถานบันเทิงแบบครบวงจรที่เรียกว่า “หว่าจี” “โกวหลัน” ที่บริการด้านความบันเทิงให้แก่ประชาชน ขณะเดียวกัน สมัยราชวงศ์ซ่งก็สนับสนุนแนวคิดเรื่องลัทธิขงจื้อ ยุคใหม่ของเฉิงจู มีการดำเนินนโยบายเน้นวัฒนธรรมหยุดการต่อสู้ เหตุนี้จึงส่งผลให้การละเล่นของเด็กเน้นไปที่ศีลธรรมและความสุภาพมีมารยาทมากขึ้น

มีการส่งเสริมการเล่นเชิงเซว่ปัญญา ได้แก่ หมากรุกและหมากล้อม แต่การเล่นที่เน้นไปที่การกีฬาหรือความบันเทิงกลับได้รับข้อจำกัดบางประการ (Li, 2015, pp. 51-73)

สมัยราชวงศ์หยวนของประเทศจีนถูกปกครองโดยชาวมองโกล เนื่องจากวิธีการดำรงชีวิต ความเห็นทางทางชาติพันธุ์ ทำให้การเล่นของชาวฮั่นไม่เหมาะแก่ชาวมองโกล จึงไม่มีการสนับสนุนและส่งเสริมการเล่นที่มีอยู่เดิมต่อไป ทำให้การเล่นเป็นที่นิยมแค่ในหมู่ประชาชนทั่วไปเท่านั้น มองโกลเป็นจักรวรรดิที่ปกครองด้วยความรุนแรง ส่งผลให้เกิดการปฏิวัติโดยชาวนาจีนที่ต้องการยึดจีนกลับคืนมา ทำให้พื้นที่ที่ตกอยู่ภายใต้อำนาจของมองโกลที่อยู่ทางตอนใต้ของแม่น้ำแยงซีถูกหลอมรวมเข้ากับวัฒนธรรมจีนในที่สุด (Xu, 2013, pp. 140-148)

สมัยราชวงศ์หมิงและราชวงศ์ชิงเป็นยุคปลายของระบอบสังคมศักดินาของจีน ชนชั้นปกครองให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการปกครองด้วยระบบวัฒนธรรม และให้ความสำคัญแก่การสอบบรรจุราชการ (จอหงวน) เป็นอย่างมาก ส่งผลให้การเล่นเชิงเซว่ปัญญาในสมัยราชวงศ์หมิงและราชวงศ์ชิงมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว (Li, 2006, p. 7) แต่ในช่วงต้นสมัยราชวงศ์หมิงชนชั้นปกครองยากจนและใช้ชีวิตอย่างมัธยัสถ์ ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดต่อการเล่นของเด็กในสมัยนั้นเป็นอย่างมาก แต่หลังจากช่วงกลางของราชวงศ์หมิง บรรยากาศทางสังคมเปลี่ยนไปเป็นความฟุ่มเฟือย มีการจัดเทศกาลตามประเพณี ทำให้เกิดผู้เชี่ยวชาญด้านไพ่และหมากรุกเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้การเกิดขึ้นของอุปการจิ้นก็มีอิทธิพลต่อการเล่นในสมัยนี้เช่นกัน

สมัยราชวงศ์ชิงยังคงเป็นการปกครองด้วยระบอบเผด็จการที่สืบทอดต่อมาราราชวงศ์หมิง สมัยราชวงศ์ชิงตอนต้นเป็นยุครุ่งเรืองของการพัฒนาเกมหมากรุก แต่ภายใต้การตัดสินใจที่ผิดพลาดของผู้ปกครองในการปิดประเทศ ทำให้ผลผลิตทางเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนแนวความคิด

ทางวัฒนธรรมไม่ได้รับการพัฒนา และถึงแม้ว่าความต้องการที่จะสืบสาน ประเพณี รูปแบบของการละเล่นเริ่มมีความหลากหลาย แต่อย่างไรก็ตาม แนวคิดแบบอนุรักษ์นิยมก็ย่อมส่งผลกระทบต่อความสร้างสรรค์ของการละเล่น และต่อมาในช่วงปลายราชวงศ์ชิง ประเทศจีนถูกรุกรานและยึดครอง โดยพันธมิตร 8 ชาติและล่มสลายลงในที่สุด ส่งผลให้การละเล่นของเด็ก หายดชะงักไป (Yu, 2018, p. 16)

2. บริบททางสังคม การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการละเล่นของเด็กจีนในปัจจุบัน

หลังจากที่จีนโค่นราชวงศ์ศักดินาลงได้ก็ยึดระบอบการปกครองแบบสังคมนิยม ในยุคนี้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วของแนวคิดสมัยใหม่เกี่ยวกับเด็ก สังคมให้ความสำคัญแก่การละเล่นของเด็ก เคารพเด็ก และปฏิบัติต่อเด็กในฐานะผู้มีสิทธิ มีการแนะนำให้ทุกภาคส่วนของสังคมสร้างสภาพแวดล้อมในการเติบโตที่เป็นมิตรต่อเด็กผ่านการออกกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมาย (Wu, 2013, p. 2) และรัฐให้ความสำคัญอย่างยิ่งแก่การศึกษาเพื่อปลูกฝังการพัฒนาคุณธรรม สติปัญญา ร่างกาย ความงาม และแรงงานในทุกด้านของเด็ก ๆ

การละเล่นของประเทศจีนแบบดั้งเดิมมีวิวัฒนาการมานับพันปี มีการปรับโครงสร้างและปรับปรุงมาโดยตลอดทุกราชวงศ์มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อชีวิตทางสังคมในทุก ๆ ด้าน แต่เนื่องจากอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ สารสนเทศและการค้า ส่งผลให้การละเล่นแบบดั้งเดิมของเด็กในประเทศจีนได้รับผลกระทบอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน กล่าวคือมีการละเล่นแบบตะวันตกเข้ามาแทนที่ วัฒนธรรมการทุนของสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นกลายเป็นตัวส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมของเล่น ทำให้เด็กในยุคปัจจุบันได้กลายเป็นผู้บริโภคของเล่นในวงกว้าง

3. การเปรียบเทียบระหว่างการเล่นของเด็กจีนในสมัยโบราณกับปัจจุบัน

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลพบว่า ในขณะที่มีการเล่นจะต้องมีองค์ประกอบหลายอย่างประกอบเข้าด้วยกันคือ สื่อกลาง ผู้คิดค้น วัตถุประสงค์ของการเล่น ของเล่น สิ่งแวดล้อม เพื่อนร่วมเล่น และขั้นตอนการเล่น โดยเนื้อหาต่อไปนี้จะเป็นการวิเคราะห์และเปรียบเทียบองค์ประกอบการเล่นของเด็กจีนในสมัยโบราณกับปัจจุบันจากประเด็นดังต่อไปนี้

3.1 สื่อกลางของการเล่น

ในระหว่างการเล่น นอกจากการใช้ทรัพยากรของร่างกายของเด็กในการเล่นแล้ว ยังจำเป็นต้องใช้สื่อกลางเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ของการเล่นอีกด้วย ซึ่งในการเล่นของเด็กนั้นเด็กไม่เพียงได้รับความสนุกสนาน แต่ยังได้เรียนรู้ เช่น การเล่นกับร่างกายของตัวเองจะทำให้เข้าใจตำแหน่งและการทำงานของอวัยวะของตัวเอง หรือการเล่นที่เล่นผ่านสื่อกลางก็จะทำให้สามารถเข้าใจคุณลักษณะของสื่อกลางและความสามารถในการควบคุมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนกับสื่อกลางนั้น ๆ ซึ่งการเล่นของเด็กในปัจจุบันมีพื้นฐานมาจากการสืบทอดการเล่นแบบดั้งเดิมของเด็กในสมัยโบราณผสมผสานเข้ากับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นการพัฒนาและนวัตกรรมของสื่อกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบสื่อกลางในการเล่นของเด็กในสมัยโบราณและปัจจุบัน

สื่อกลาง	การเล่นของเด็กสมัยโบราณ	การเล่นของเด็กในปัจจุบัน
สื่อกลางที่เป็นร่างกายของเด็ก	ไล่จับ มวยปล้ำ วาดภาพ ฝึกคัดลายมือ ปั้นตุ๊กตาดินเผา	วิ่งไล่จับ กระต่ายขาเดียว ดัดลูกแก้ว ช้อนแอม
สื่อกลางที่มนุษย์สร้างขึ้น	ไล่ชิงช้า เชิดหุ่นกระบอกไหม เล่นว่าว ตะลูกขงไก่ เชิดมังกร	ทีวี คอมพิวเตอร์ ไอแพด สมาร์ทโฟน

3.2 ผู้คิดค้นและวัตถุประสงค์ของการเล่น

การเล่นของเด็กสมัยโบราณและการเล่นของเด็กในปัจจุบันถือกำเนิดขึ้นในรูปแบบที่แตกต่างกัน การเล่นแบบดั้งเดิมได้รับการสร้างขึ้นโดยภูมิปัญญาของประชาชนชาวจีน และหลังจากผ่านระยะเวลาอันยาวนานก็ได้ก่อตัวขึ้นตั้งแต่แบบเรียบง่ายไปจนถึงแบบซับซ้อน การเล่นส่วนใหญ่ได้รับการคิดค้นขึ้นโดยผู้คนทั่วไป แต่การเล่นในปัจจุบันนั้นจะได้รับการออกแบบและพัฒนาโดยนักออกแบบเกมโดยเฉพาะ โดยทั่วไปสามารถคิดค้นและผลิตเสร็จภายในเวลาเพียงไม่กี่เดือนหรือไม่กี่ปี ซึ่งจะมีวางตำแหน่งทางการตลาดที่แม่นยำ มีการจัดหมวดหมู่ประเภทที่ละเอียดและครบถ้วน และยังมีการศึกษาอายุ เพศ บุคลิกภาพ งานอดิเรกของเด็กอย่างละเอียดพร้อมกับการแบ่งระดับราคา ซึ่งเป็นการออกแบบการเล่นโดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มยอดขายให้สูงที่สุด

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบผู้คิดค้นและวัตถุประสงค์ของการละเล่น ในสมัยโบราณและปัจจุบัน

การเปรียบเทียบ	การละเล่น ในสมัยโบราณ	การละเล่น ในปัจจุบัน
ผู้คิดค้นการละเล่น	คน	
	ไม่ใช่มืออาชีพ ประชาชนทั่วไป ใช้เวลานาน	นักออกแบบมืออาชีพ คนกลุ่มน้อย ใช้เวลาสั้น
วัตถุประสงค์ ของการละเล่น	การศึกษา ความรื่นเริงของชนชั้นปกครอง การขอพร	การศึกษา ความบันเทิง เชิงพาณิชย์

3.3 ของเล่น

วัตถุใด ๆ ที่สามารถใช้ในการเล่นได้สามารถเรียกได้ว่าเป็นของเล่น Wang (2015, p. 32) ของเล่นมีสี่สันทิหลากหลาย มีความสนุกสนาน น่าสนใจมีความคิดสร้างสรรค์ และยังมีประโยชน์ทางการศึกษาและทางความคิดอีกด้วย ของเล่นมีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับวัสดุและผู้ผลิตโดยของเล่นในปัจจุบันบางชิ้นได้สืบทอดมาจากของเล่นสมัยโบราณ เนื้อหาต่อไปนี้จะเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบของเล่นในสมัยโบราณตั้งแต่สมัยราชวงศ์ถัง ช่ง หยวน หมิง ชิงและยุคปัจจุบันจากมุมมองของวัสดุ เทคนิคการผลิต แนวคิดในการผลิต ราคา และจุดเด่นของของเล่น

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบของเล่นเด็กในสมัยโบราณและในปัจจุบัน
การเปรียบเทียบของเล่นเด็กในสมัยโบราณของเล่นเด็กในปัจจุบัน

การเปรียบเทียบ	ของเล่นเด็ก ในสมัยโบราณ	ของเล่นเด็ก ในปัจจุบัน
วัสดุ	มาจากธรรมชาติ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	มาจากทางเคมี ไม่ค่อย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
เทคนิคในการผลิต	เรียบง่าย ทำด้วยมือ จำนวนในการผลิตน้อย	ซับซ้อนและละเอียด ผลิตเชิงกล จำนวนในการผลิตมาก
กระบวนการผลิต	ผู้เล่นมีส่วนร่วม ในการผลิต	แยกผลิตอย่างชัดเจน
แนวคิดในการผลิต	เลียนแบบธรรมชาติและวิถีชีวิต	
	มาจากนิทาน ตำนาน ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลดั้งเดิม ประเพณี	มาจากภาพยนตร์ และแอนิเมชันเป็นหลัก
ราคา	ต่ำ	ราคาแตกต่างกันออกไป
จุดเด่น	มีความเป็นมนุษย์ มีลักษณะเฉพาะ มีความทันสมัย มีความเป็นศิลปะ มีความบันเทิงและการศึกษา	
	มีสุนทรียภาพ แบบจีนโบราณ	มีความเป็นเทคโนโลยี ระยะเวลาในการใช้งานสั้น

3.4 สภาพแวดล้อม

ในการเล่นต้องการพื้นที่หรือสภาพแวดล้อม ซึ่งการเล่นในสมัยโบราณและในปัจจุบันมีความแตกต่างกัน โดยพื้นที่เล่นสำหรับเด็กในสมัยโบราณนั้นจะเป็นพื้นที่เปิดกว้าง ส่วนใหญ่จะเป็นลานบ้านและสวนที่มีความเป็นธรรมชาติ แทบจะไม่มีพื้นที่ที่สร้างขึ้นเฉพาะสำหรับเด็กเล่น ซึ่งการเล่นกลางแจ้งจะช่วยให้เด็กๆ ได้สำรวจ ค้นพบ และสร้างเกมการเล่นต่าง ๆ ขึ้นได้อย่างอิสระ แต่สำหรับการเล่นของเด็กในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ร่มเป็นหลัก มีสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้นเพื่อการเล่นโดยเฉพาะเป็นจำนวนมาก สภาพแวดล้อมของครอบครัวในปัจจุบันเปลี่ยนไป นอกจากบางครอบครัวที่มีพื้นที่บ้านเป็นของตัวเองแล้ว ผู้คนส่วนใหญ่ก็มักอาศัยอยู่ในห้องเดียวของอาคารสูง เพราะฉะนั้น กิจกรรมสำหรับเด็กส่วนใหญ่จึงอยู่ในห้องนั่งเล่น ห้องนอน ทางเดิน โดยจะอยู่บนเสื่อในห้องนั่งเล่นเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบสภาพแวดล้อมของการเล่นเด็กในสมัยโบราณและปัจจุบัน

ภาพแวดล้อม	การเล่นเด็ก ในสมัยโบราณ	การเล่นเด็ก ในปัจจุบัน
สภาพแวดล้อม ทางสังคม	สังคมศักดินา	สังคมนิยม
สภาพแวดล้อม ในการเล่น	ในลานบ้าน กลางแจ้ง	ในบ้านเป็นหลัก
ข้อจำกัดด้านเวลา	ไม่มี	มี

4. การเล่นของเด็กและความสัมพันธ์ระหว่างแม่กับลูก

แม่กับลูกมีความสัมพันธ์กันทางสายเลือด และเป็นความสัมพันธ์ที่สำคัญอันดับแรกสำหรับลูกที่ไม่มีสิ่งใดมาทดแทนได้ การเล่นระหว่างแม่กับลูกเป็นปฏิสัมพันธ์ของผู้ใหญ่กับเด็ก โดยระหว่างการเล่นควรให้ลูกเป็นผู้ควบคุมเกม และแม่ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนหรือผู้สังเกตการณ์ สิ่งเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อความสัมพันธ์ของแม่และลูก ตลอดจนการเติบโตของลูก (Xu, 2021, pp. 119-121) ผู้วิจัยมีลูก 2 คน คนโตเป็นลูกสาวอายุ 8 ขวบ ส่วนคนเล็กเป็นลูกชายอายุ 4 ขวบ ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ลูก ๆ ก็จะมีการทำกิจกรรมร่วมกับแม่ตลอดทั้งวัน และแม่มักจะพาลูกของเพื่อน ๆ ไปดูหนังด้วยกัน และใช้เวลาช่วงวันหยุดร่วมกันที่สนามเด็กเล่น เพราะฉะนั้น การเล่นของลูกจึงมีทั้งแบบพื้นที่ภายนอกและพื้นที่ภายในและจะมีความผูกพันกับผู้เป็นแม่เป็นอย่างมาก ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีของแม่และลูกก็จะช่วยส่งผลดีต่อการเจริญเติบโตของลูก

5. ผลงานที่เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์

(1) Nathalie Choux เป็นศิลปินเซรามิกชาวฝรั่งเศสที่โด่งดังจากสไตล์ที่น่ารักและชวนฝัน ในผลงานมักมีสัตว์น่ารัก ต้นไม้ และเด็กเป็นองค์ประกอบในการสร้างสรรค์ ผลงานถ่ายทอดความอบอุ่นและชวนฝันผ่านรูปทรง การลงสี และวัสดุ ในผลงานมีการใช้รูปทรงการ์ตูนที่เรียบง่ายและเกินจริง การทำให้การขึ้นรูปและการปั้นเซรามิกง่ายขึ้น โดยผลงานของเขามีการผสมผสานรูปสัตว์และรูปบุคคลเข้าด้วยกันแล้วสร้างออกมาในบรรยากาศที่กลมกลืนและชวนฝันของเด็ก ผลงานเผยให้เห็นว่าศิลปินได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและเด็ก ทำให้ถ่ายทอดถึงความรักและความหวังที่มีต่อชีวิต



ภาพที่ 1 ผลงานของ Nathalie Choux

ที่มา: (Zuitaoci, 2016, Online)

(2) Sara Swink เป็นศิลปินเซรามิกชาวอเมริกันที่เชี่ยวชาญในการผสมผสานองค์ประกอบของสัตว์และมนุษย์เพื่อสร้างผลงานที่มีจินตนาการสูงและมีเสน่ห์เป็นเอกลักษณ์ เช่น ใน (ภาพที่ 2) นกมีการสวมหมวกใส่เสื้อผ้าและรองเท้าเหมือนกับมนุษย์ ผลงานนี้มีการผสมผสานลักษณะของสัตว์เข้ากับลักษณะของมนุษย์ ก่อให้เกิดรูปแบบทางภาพที่แปลกใหม่และมีลักษณะเฉพาะตัว วิธีการตกแต่งในผลงานเป็นการลงเคลือบแบบสีด้าน ซึ่งสะท้อนถึงความเรียบง่ายและเนื้อสัมผัสที่หนักแน่น ผลงานได้สื่อถึงความเคารพและชื่นชมต่อธรรมชาติและสัตว์ต่าง ๆ ของศิลปิน ตลอดจนความคิดเกี่ยวกับความเชื่อมโยงและการพึ่งพาระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ



ภาพที่ 2 ผลงานของ Sara Swink

ที่มา: (Liaobuqidejiangren, 2018, Online)

(3) Kaley Flowers เป็นศิลปินเซรามิกจากประเทศแคนาดาผลงานของศิลปินท่านนี้ใช้เทคนิคการตกแต่งด้วยการปั้นด้วยมือกระบวนการนี้ทำให้ผลงานมีเนื้อสัมผัสที่แปลกใหม่และเป็นเอกลักษณ์ ศิลปินมีการสร้างรูปทรงของผลงานให้มีความเรียบง่ายผ่านจินตนาการ ใช้เทคนิคการลงสีแบบการลงสีใต้เคลือบและบนเคลือบ และสีสันทึบไสวนฝืนอย่างชาญฉลาด ทำให้ผลงานดูมีชีวิตชีวา น่ารัก และเต็มไปด้วยความสนุก



ภาพที่ 3 ผลงานของ Kaley Flowers

ที่มา: (Douban, 2021, Online)

6. การสร้างสรรค์ผลงาน

การสร้างสรรค์ผลงานผู้วิจัยได้ใช้เรื่องราวระหว่างตัวผู้วิจัยกับลูกเป็นเรื่องราวในการสร้างสรรค์ผลงาน ประกอบกับปัจจุบัน ศิลปะการ์ตูนได้กลายมาเป็นสัญลักษณ์ของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของเด็กทั่วโลก จึงมีการนำศิลปะการ์ตูนมาผสมผสานเข้ากับศิลปะเซรามิกเพื่อสร้างผลงานศิลปะที่สะท้อนความผูกพันของแม่และลูก ตลอดจนสื่อสารทางอารมณ์และทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วม ซึ่งกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานก็คือการเล่นประเภทหนึ่ง กล่าวคือ ในขั้นตอนการวาดภาพร่างของผลงานชิ้นที่ 1 และผลงานชิ้นที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีการเล่นกับลูก ๆ โดยให้ลูก ๆ ของผู้วิจัยเข้ามามีส่วนร่วมและใช้จินตนาการในการวาดภาพร่างอย่างอิสระโดยผู้วิจัย

ไม่มีการขึ้นนำหรือบังคับใด ๆ เพื่อให้ได้ภาพร่างที่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนของลูกแล้วนำไปใช้กับการสร้างสรรค์ผลงาน สำหรับผลงานชิ้นที่ 3 และชิ้นที่ 4 เป็นผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้นจากมุมมองของผู้วิจัยที่ได้จากการศึกษาทางเอกสารและการลงพื้นที่ภาคสนามโดยไม่มีส่วนร่วมของลูก ๆ จากนั้นผู้วิจัยจะนำภาพร่างมาทำการสร้างสรรค์เป็นผลงานจริง โดยผลงานทั้งหมดทำจากวัสดุดินเหนียว นวดและปั้นด้วยมือ ผสมผสานกับการลงสีได้เคลือบและการเผาอุณหภูมิสูง โดยมีผลงานจำนวน 4 ผลงาน คือ 1. ซ่อนแอบ 2. เฒ่าหมาป่า เฒ่าหมาป่า กี่โมงแล้ว 3.ออกไปเล่น และ 4.ขอพร โดยแต่ละผลงานมีรายละเอียดดังนี้

ผลงานที่ 1 ซ่อนแอบ

แนวคิดหลักของผลงานชิ้นนี้คือ การละเล่นซ่อนแอบที่ลูกสาวคนโตชื่นชอบ โดยมีการนำภาพร่างรูปแม่ที่ลูกสาวเป็นคนวาดและลงสีตามความชอบของตนเองมาสร้างสรรค์ให้เป็นผลงาน 3 มิติด้วยวัสดุเซรามิก ผลงานในภาพรวมเป็นเรื่องราวบรรยากาศของลูกสาวที่กำลังเล่นสก็ูตเตอร์เพื่อตามหาแม่ของเธอ นอกจากนี้ในผลงานยังมีการใช้ลวดลายตกแต่งที่เป็นภาพของเล่น ตัวการ์ตูน และภาพวาดตามบุคลิกและความชื่นชอบของลูกสาวอีกด้วย การสร้างสรรค์ผลงานชิ้นนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของลูกสาวคนโตและแม่ได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 4 ผลงาน “ซ่อนแอบ”

ที่มา: (Tang, Photographer, 2023)

ผลงานที่ 2 เฒ่าหมาป่า เฒ่าหมาป่า ก็โหม่งแล้ว

แนวคิดหลักของผลงานชิ้นนี้คือการละเล่นหมาป่าจับแกะ ที่ลูกชายคนเล็กโปรดปราน โดยในภาพลูกชายคนเล็กให้พี่สาวสวมบทบาทเป็นหมาป่าและให้แม่สวมบทบาทเป็นแกะที่จะต้องหนีออกไปอย่างรวดเร็ว โดยตัวของลูกชายนั้นได้สวมบทบาทเป็นวีรบุรุษที่จะมาช่วยและปกป้องแม่ของตัวเองให้รอดพ้นอันตรายจากหมาป่า และนอกจากนี้ยังมีรูปสัตว์ประหลาดที่ลูกชายคนเล็กได้วาดออกมาด้วย ซึ่งในขั้นตอนของการสร้างสรรค์ผู้วิจัยได้นำรูปสัตว์ประหลาดเหล่านี้มาปั้นเป็นรูปปั้นเซรามิกแยกออกมา ซึ่งช่วยลดความซับซ้อนของผลงาน การสร้างสรรค์ผลงานชิ้นนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของลูกชายคนเล็กและแม่ได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 5 ผลงาน “เฒ่าหมาป่า เฒ่าหมาป่า ก็โหม่งแล้ว”

ที่มา: (Tang, Photographer, 2023)

ผลงานที่ 3 ออกไปเล่น

แนวคิดหลักของผลงานชิ้นนี้คือแม่พาลูกไปเล่น เป็นผลงานภาพวาดบนเซรามิกแบบ 2 มิติที่เชื่อมโยงกับผลงานเซรามิกแบบ 3 มิติด้วยสายไฟ โดยผลงานภาพวาดบนเซรามิกแบบ 2 มิติจะเป็นภาพของอาคารสูง สนามเด็กเล่น และของเล่นที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของลูก ๆ เชื่อมต่อกับผลงาน 3 มิติที่มีเนื้อหาเป็นหน้าจอ Ipad ที่เปรียบเสมือนโลกของแม่ที่เต็มไปด้วยพืชและสัตว์

พร้อมกับการเชื่อมต่อกันด้วยสายข้อมูล แสดงให้เห็นถึงแนวคิดของการที่แม่ใช้ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อช่วยให้เด็ก ๆ ได้ไปสำรวจโลกและสัมผัสกับธรรมชาติ



ภาพที่ 6 ผลงาน “ออกไปเล่น”

ที่มา: (Tang, Photographer, 2023)

ผลงานที่ 4 ขอพร

แนวคิดหลักของผลงานชิ้นนี้คือแม่ขอพรให้ลูก ผลงานในภาพรวมจะเป็นภาพของแม่กำลังโอบกอดลูก โดยสร้างสรรค์ออกมาให้มีลักษณะเป็นรูปของลูกท้อที่ในความหมายของชาวจีนแสดงถึงความปรารถนาของแม่ที่ต้องการให้ลูกมีสุขภาพแข็งแรง แสดงถึงพลังอันแข็งแกร่งและความหวังใจที่ไม่สิ้นสุดที่มีต่อลูก ด้านหลังเป็นหางมังกรที่อยู่คู่กับค้างคาว แสดงถึงเป็นการอำนวยอวยพรให้ลูกเติบโตมาพร้อมกับความสุขและมีอายุยืนยาวสุขภาพแข็งแรง



ภาพที่ 7 ผลงาน “ขอพร”

ที่มา: (Tang, Photographer, 2023)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางเอกสาร ทำให้ผู้วิจัยได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับวิวัฒนาการทางประวัติศาสตร์ ภูมิหลังทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของการละเล่นของเด็กตั้งแต่สมัยราชวงศ์ถัง ช่ง หยวน หมิง และชิง และภูมิหลังทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการละเล่นของเด็กในประเทศจีนในปัจจุบัน ภายใต้ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์นี้ ทำให้การละเล่นส่วนใหญ่ได้รับการปฏิรูป ปรับปรุงและดำเนินมาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังมีการวิเคราะห์การละเล่นตามมุมมองของสื่อกลางของการละเล่น ผู้คิดค้นและวัตถุประสงค์ของการละเล่น ของเล่น สภาพแวดล้อมความสัมพันธ์ระหว่างแม่กับลูก และผลงานที่เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ จากนั้นใช้เนื้อข้างต้นเหล่านี้เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยผู้วิจัยได้ร่วมสร้างสรรค์ผลงานกับลูก ๆ ทั้งการวาดภาพร่างและการสร้างสรรค์ผลงานเซรามิก และประยุกต์ใช้ศิลปะการตุ่นที่มีความน่าสนใจและตลกขบขัน มาแสดงออกผ่านวัสดุเซรามิกที่สามารถสะท้อนอารมณ์และความผูกพันของแม่และลูกออกมาเป็นจำนวน 4 ชุดผลงาน ได้แก่ “ช่อนแอบ” “เฒ่าหมาป่า

ก็โหม่งแล้ว” “ออกไปเล่น” และ “ขอพร” โดยหลังจากการสร้างสรรค์ผลงานร่วมกันกับลูกไม่เพียงแต่มีส่วนช่วยให้ลูกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลงานเท่านั้น แต่ยังเป็นการวางรากฐานที่มั่นคงสำหรับการพัฒนาความสัมพันธ์ของแม่และลูกในอนาคตอีกด้วย

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการละเล่นเด็กสมัยโบราณกับเด็กในปัจจุบันจากข้อมูลทางเอกสารพบว่า การละเล่นของเด็กในปัจจุบันมีรากฐานมาจากการสืบทอดและการพัฒนามาจากการละเล่นของเด็กในสมัยโบราณ โดยการละเล่นเหล่านี้ล้วนมุ่งเน้นไปที่ความบันเทิงและการศึกษา ตลอดจนการเจริญเติบโตทางร่างกายและจิตใจของเด็ก ซึ่งล้วนได้รับอิทธิพลจากเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมของสังคมที่แตกต่างกัน ในฐานะแม่ ผู้วิจัยหวังว่าลูกของตนจะเติบโตขึ้นอย่างแข็งแรงและมีความสุข ซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของการละเล่นเด็กประเภทขอพรในสมัยโบราณ

2. รูปทรงของผลงานทั้ง 4 ชิ้นมีพื้นฐานมาจากเทคนิคการแสดงออกของผลงานศิลปะเซรามิกของศิลปินเซรามิก 3 ท่านข้างต้น มีการใช้เทคนิคที่เกินจริงและเรียบง่ายในการออกแบบรูปทรง และใช้สีที่สดใสและมีชีวิตชีวาเพื่อแสดงออกถึงผลงาน เช่นในผลงานที่ 3 ของผู้วิจัยที่มีการนำดอกไม้สีและเข้ามาผสมผสานเข้าด้วยกันเป็นภาพลักษณะใหม่เช่นเดียวกับผลงานของ Sara Swink ที่ประกอบด้วยตัวละคร สัตว์ และพืช และเพื่อเน้นย้ำถึงความคิดริเริ่มและความน่าสนใจของผลงาน ผู้วิจัยได้เรียนรู้จาก Kaley Flowers และใช้วิธีการขึ้นรูปด้วยการปั้นด้วยมือ นอกจากนี้ยังใช้วิธีการตกแต่งที่ผสมผสานวัสดุผสมเข้ากับเซรามิก เช่น ดังผลงานทั้ง 4 ซึ่งมีการใช้ลวดทองแดง เส้นเอ็น ไม้เยื่อกระดาษ และสายเคเบิลมาผสมผสานกับเซรามิกตามความต้องการของผลงาน เช่นเดียวกับ ผลงานของ Nathalie Choux ที่มีการใช้วัสดุเซรามิกผสมผสานเข้ากับวัสดุอื่น ๆ

3. การสร้างสรรค์ผลงานที่สะท้อนความผูกพันของแม่และลูก หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทางเอกสารและลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสังเกต สภาพแวดล้อมและการละเล่นของลูกก็ได้มีการเริ่มสร้างสรรค์ผลงาน ร่วมกับลูก ๆ ทำให้ลูก ๆ ได้เรียนรู้ทักษะที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังช่วยให้ยกระดับความสัมพันธ์ของแม่และลูกผ่านการสื่อสารระหว่างกัน นอกจากนี้ ผู้วิจัย ได้มีการนำผลงานไปจัดนิทรรศการผลงานเมืองจันทบุรีซึ่งประสบความสำเร็จ เป็นอย่างดี ในระหว่างการจัดนิทรรศการ ลูก ๆ ของผู้วิจัยมีความสุขมาก ที่ได้แบ่งปันผลงานที่ร่วมสร้างสรรค์กับแม่ ซึ่งก็ได้เป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ปกครอง หลาย ๆ ท่านกลับไปสร้างสรรค์ผลงานร่วมกับลูกของตนเอง นอกจากนี้ ยังทำให้ผู้ชมสัมผัสและรับรู้ถึงสายสัมพันธ์ระหว่างแม่ลูกผ่านผลงาน จึงเห็นได้ว่าการสร้างสรรค์ในครั้งนี้ได้ประสบผลสำเร็จตามที่ผู้วิจัยคาดหวังไว้คือ ต้องการให้ผู้ชมตระหนักว่าการละเล่นของเด็กสามารถทำให้เกิดความสุข และส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับเด็กในเชิงบวกได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ผลงานนี้สามารถนำไปถ่ายทอด แลกเปลี่ยนและสื่อสารกับเด็ก ๆ และผู้ปกครองเพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ขึ้นระหว่างเด็กกับผู้ปกครอง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีให้แก่ครอบครัว

2. การสร้างสรรค์ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการละเล่นของเด็ก สามารถเสริมเนื้อหาด้วยการศึกษาพฤติกรรมการเล่นของเด็กในแต่ละช่วงวัย สิ่งนี้จะนำไปสู่การศึกษาเชิงลึกและครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างเด็กกับแม่หรือแม่ที่ทรงครอบครัวยิ่งขึ้น นำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถสื่อสารอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

3. ในอนาคต หากมีการพัฒนาต่อยอดในหัวข้อนี้ต่อ นอกจากการจะนำเสนอการละเล่นของเด็กผ่านความผูกพันระหว่างแม่กับลูกแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่ายังสามารถนำเสนอผ่านความสัมพันธ์ระหว่างพ่อกับลูก หรือความสัมพันธ์

ของครอบครัวในภาพรวมได้และนอกจากจะแสดงออกผ่านผลงานศิลปะเซรามิกแล้ว ยังมีรูปแบบการแสดงออกทางศิลปะอื่น ๆ เช่น การถ่ายภาพ วิดีโอสั้น หรือ ช่องทางออนไลน์ที่ยังสามารถนำมาเสนอเนื้อหาในประเด็นนี้ได้

References

- Cai, F. (2007). *Game History*. Shanghai Literature and Art Publishing House.
- Douban. (2021). *Works by Kaley Flowers*. Retrieved April 10, 2023. https://www.douban.com/note/802017152/?_i=9534409lSt9PJR,7538542YKyfTCn.
- Li, Y. (2015). *Research on ancient Chinese children's clothing* [Doctoral dissertation, Suzhou University].
- _____. (2006). *Research on Children's Play in Ancient China*. [Master's Thesis, Shaanxi Normal University].
- Liaobuqidejiangren. (2018). *Works by Sara Swink*. Retrieved April 10, 2023. https://mbd.baidu.com/newspage/data/dtlandingsuper?nid=dt_4546026839823881055
- Tang, Y. [Photographer]. (2023). *The work "Hide and Seek"*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- _____. [Photographer]. (2023). *The work "Old Wolf, Old Wolf, what time is it"*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- _____. [Photographer]. (2023). *The work "Go out to play"*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- _____. [Photographer]. (2023). *The work "Make a wish"*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- Wang, W. (2015). *The changes in games and their educational implications from the perspective of children's culture*. [Master's thesis. Shandong Normal University].

- Wu, P. (2013). *Waiting for Feed: General Theory and Chinese Practice of Children's Rights*. [Doctoral dissertation, Soochow University].
- Xu, X. (2021). A study on the effectiveness of parent-child games in promoting children's healthy development and family integration. *University: Social Sciences*, (8), 3.
- Xu, Z. (2013). *A Comparison between Chinese and Western Civilizations*. Zhejiang People's Publishing House.
- Yu, X. (2018). *Design Application and Research of Visual Elements of Chinese Folk Classical Children's Games*. [Master's Thesis, Hunan Normal University].
- Zhang, Y. & Hao, W. (2011). *Indoor Sports Game Tutorial*. Guangxi Normal University Press.
- Zuitaoci. (2016). *Works by Nathalie Choux*. Retrieved April 10, 2023. <http://mt.sohu.com/20160604/n452937470.shtml>

การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นผ่านละครสร้างสรรค์

The Storytelling of Local History through Creative Drama

(Received: January 16, 2023 Revised: October 25, 2023 Accepted: December 20, 2023)

พรรณพชร วิชาสวัสดิ์¹
Phannaphat Wichasawat

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้แนวคิด “บวร” และเพื่อสร้างละครสร้างสรรค์จากการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขน เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ซึ่งประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยสร้างสรรค์ ตามลักษณะของข้อมูลเชิงคุณภาพที่เก็บรวบรวมได้จากเครื่องมือวิจัย คือ ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และข้อมูลจากการสังเกตกิจกรรมและชุมชนในพื้นที่บางเขน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

แนวทางการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้แนวคิด “บวร” ผู้วิจัยนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาเล่าเรื่องผ่านละครสร้างสรรค์ โดยมีเรื่องราว คือ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขน ได้แก่ เหตุการณ์กบฏบวรเดชและวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร หรือวัดประชาธิปไตยผู้วิจัยสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางในการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อประยุกต์ ในการพัฒนาท้องถิ่นใช้หลักการ “บวร” และนำเสนอข้อมูล

¹อาจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชานาฏศิลป์และการละคร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร E-mail: phan_naphat@hotmail.com

การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ และ ได้เสนอแนวทางในการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อประยุกต์ในการพัฒนาท้องถิ่น เป็นการส่งเสริมความสามัคคีในชุมชน สร้างความแข็งแกร่งให้กับชุมชน การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ สามารถ นำมาจัดแสดงละคร หรือจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน และการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ ส่งเสริมการศึกษาของคนในท้องถิ่นบางเขน สามารถนำละครสร้างสรรค์ไปบรรจุ ให้หลักสูตรท้องถิ่นหรือใช้เป็นละครเพื่อการศึกษาและพัฒนาเยาวชนได้

การสร้างสรรค์ ละครสร้างสรรค์จากการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เขตบางเขน มีขั้นตอนของการสร้างสรรค์ละคร 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย การสร้างข้อสรุปจากการศึกษาและเก็บข้อมูลประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ของชุมชนเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร วิเคราะห์แก่นเรื่อง และสรุปผลการวิจัย และนำเสนอละครสร้างสรรค์ มีองค์ประกอบของการแสดง คือ โครงเรื่อง ตัวละคร ความคิดหรือแก่นของเรื่อง ภาษาหรือบทสนทนา เสียง ภาพ

คำสำคัญ: ละครสร้างสรรค์ ท้องบางเขน การมีส่วนร่วม

Abstract

This research explores the storytelling of Bangkhen District's local history through creative drama, aiming to study the application of local history to local development by utilizing the “Boworn (Home-Temple-School)” principle. The project also endeavors to craft a creative drama based on Bang Khen District's local history. This qualitative research draws from data collected via tools such as the study of relevant documents, in-depth interviews with key informants, and observations of community activities and conditions in Bang Khen, Bangkok.

The results are as follows: 1. The method of applying local history to local development using the “Boworn” principle involved storytelling through creative drama, focusing on Bang Khen District's history, including the Boworadet rebellion and Wat Phra Si Rattana Mahathat Woramahawihan, also known as the democracy temple. The researcher developed a framework to apply local history in fostering local development, culminating in a creative drama titled “Boworn Santisuk.” This drama encourages community unity and strength, potentially serving as a medium for theatrical performances or activities that promote a circular economy and education within the community. It could also be integrated into the local curriculum or employed in educational and youth development programs. 2. The creative drama derived from Bang Khen's local history encompasses three production stages: 2.1 formulating conclusions from

the study and data collection of Bang Khen's local history, 2.2 analyzing the story's theme, and 2.3 summarizing the research findings and presenting the creative drama, which includes elements such as plot, characters, themes, language or dialogue, sound, and imagery.

Keywords: Creative Drama, Thung Bang Khen, Participation.

บทนำ

ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นช่วยให้มนุษย์เข้าใจและรับรู้เรื่องราวของประวัติศาสตร์ในท้องถิ่นมากขึ้น เพราะประวัติศาสตร์ คือ วิวัฒนาการทางภูมิปัญญาของมนุษย์ที่เรียนรู้ความจริงจากอดีตและการกระทำมนุษย์นั้นยังส่งผลต่อสังคมอย่างกว้างขวางทำให้เกิดเป็นประวัติศาสตร์ การศึกษาประวัติศาสตร์ของไทยมีลักษณะที่เน้นศูนย์กลางทางการเมืองเป็นสำคัญ ทำให้มีการบันทึกวิธีและรูปแบบการเขียนประวัติศาสตร์แบบพงศาวดาร ทำให้ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ของชุมชนท้องถิ่นถูกละเลย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล่า ตำนาน นิทานปรัมปรา และเรื่องอื่น ๆ ที่เป็นจารีตหรือมีการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ลักษณะและขอบเขตของประวัติศาสตร์ท้องถิ่น นักประวัติศาสตร์ท้องถิ่นจึงต้องมีความเข้าใจและสามารถถ่ายทอดให้ผู้อ่านมองเห็นชัดถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลง (Sunthonphesat, 2005, as cited in Chopyot, 2019, p. 118) ทั้งนี้ การศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นจะทำให้คนไทยรับรู้เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างลึกซึ้งและยังจะเป็นการทำให้คนไทยช่วยกันอนุรักษ์วัฒนธรรมไว้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ควรมีการศึกษาและทำความเข้าใจโลกปัจจุบัน เพื่อที่จะได้รับรู้เท่าทันกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกเราทั้งในปัจจุบันและอนาคต แนวทางในการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อประยุกต์ในการพัฒนาท้องถิ่น คือ

1. การใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อการสร้างวัฒนธรรมและสำนึกรักท้องถิ่น
2. การใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อการต่อสู้กับอำนาจรัฐและทุนภายนอก
3. การใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยวท้องถิ่น
4. การใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างการศึกษาของคนในท้องถิ่น (Chopyot, 2019, p. 135)

พื้นที่บางเขน มีประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่น่าสนใจและมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ คือ เหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองครั้งสำคัญจากการต่อสู้ของฝ่ายเจ้าและคณะราษฎร ที่เรียกกันว่า “กบฏบวรเดช”

เหตุการณ์นี้เป็นความขัดแย้งทางการเมืองครั้งประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ ทำให้เกิดมีสถานที่สำคัญ 2 แห่งเพื่อเป็นอนุสรณ์ของฝ่ายประชาธิปไตย คือ อนุสาวรีย์ปราบกบฏหรืออนุสาวรีย์พิทักษ์รัฐธรรมนูญ และวัดพระศรีมหาธาตุ อันเป็นศาสนสถานที่มีความสำคัญต่อชาวบางเขน สร้างในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ขณะดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี เดิมชื่อว่า “วัดประชาธิปไตย” รัฐบาลได้อัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุจากอินเดีย กิ่งพระศรีมหาโพธิ์ 5 กิ่ง จากต้นที่สืบเนื่องมาจากต้นที่พระพุทธเจ้า เสด็จประทับและตรัสรู้ พร้อมดินจากสังเวชนียสถานคือสถานที่ประสูติ ตรัสรู้ แสดงปฐมเทศนา และปรินิพพาน (Limhatsanaikun, 2020, Online) มาประดิษฐานที่วัดและได้มีการตั้งนามวัดใหม่ว่า “วัดพระศรีมหาธาตุ”

จากการศึกษาบริบทด้านพื้นที่ท้องถิ่นบางเขน ผู้วิจัยจึงได้น้อมนำแนวคิด “บวร” ที่มีมาจากแนวทางพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) ได้พระราชทาน แนวทางการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนโดยอาศัย 3 สถาบันหลักของสังคมไทย ซึ่งเป็นศูนย์กลางของชุมชน ประกอบด้วย 1) บ คือ สถาบันครอบครัวหรือบ้าน 2) ว คือ สถาบันศาสนา หรือ วัด (ศูนย์กลางทางจิตใจในชุมชน หมายรวมถึง ศาสนสถานของศาสนาต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่) และ 3) ร คือ สถานที่ที่ให้ความรู้ อย่างมีแบบแผน หรือ โรงเรียน ซึ่งเรียกโดยย่อ ว่า “บวร” เพื่อเป็นหลักการ ที่นำมาปรับใช้ในการพัฒนาและแก้ปัญหาในระดับชุมชนและเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้สังคมไทย (Napapornpipat, 2020, p. 23) โดยการทำจุดเด่น เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของ ชุมชน วัด และสถานศึกษา มาสร้างเป็น ประวัติศาสตร์บอกเล่าเรื่องราว เพื่อขับเคลื่อนและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชนบางเขน โดยการบูรณาการศาสตร์ด้านการละครมาเป็นตัวเชื่อม ที่นำเรื่องราวของประวัติศาสตร์ท้องถิ่น มาเป็นศูนย์รวมความร่วมมือของชุมชน ทำให้เรื่องเล่าประวัติศาสตร์ ไม่เป็นเพียงตำนานที่กำลังจะเลือนหายไป อนุสาวรีย์กลายเป็นเพียงสิ่งก่อสร้าง วัดไม่ได้เป็นเพียงศาสนสถาน แต่จะกลายเป็น

ละครที่บอกเล่าเรื่องราว สร้างความยึดเหนี่ยวจิตใจของคนบางชนให้หันมารัก และให้ความสำคัญชุมชนบางชน การสร้างความทรงจำร่วมกัน เป็นการสร้างพลัง ให้กับชุมชน โดยการรื้อฟื้นและสร้างทุนทางสังคมและวัฒนธรรมให้กลับมาใหม่ โดยหวังว่าหากมีสิ่งนี้แล้ว จะสามารถสร้างความสุขและความเข้มแข็ง ให้กับชุมชนได้ (Phannan, 2015, p. 1)

คณะผู้วิจัยเป็น นักศึกษาสาขาวิชานาฏศิลป์ และการละคร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้เรียนในรายวิชา จิตวิทยาการละคร จึงมีความสนใจในการสร้างสรรค์การแสดงละครที่นำแนวคิดในการสร้างสรรค์ และการใช้จิตวิทยาการละครเชื่อมโยงกับแนวคิด “บวร” (บ้าน วัด โรงเรียน) ในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน โดยใช้การแสดงละครเป็นสื่อ ปลุกจิตสำนึกในการรักถิ่นฐานบ้านเกิดตลอดจนความรับผิดชอบต่อถิ่นฐานที่อาศัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้แนวคิด “บวร”
2. เพื่อสร้างละครสร้างสรรค์จากการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เขตบางเขน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยสร้างสรรค์ ตามลักษณะของข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่เก็บรวบรวมได้จากเครื่องมือวิจัย คือ ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การสังเกตกิจกรรมและสภาพชุมชนเขตพื้นที่บางเขน กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านพื้นที่ พื้นที่วิจัย คือ ชุมชนพื้นที่เขตบางเขน ด้วยเหตุผลสำคัญ คือ ชุมชนพื้นที่เขตบางเขน เป็นชุมชนที่มีเรื่องราวความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ประกอบกับเป็นพื้นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัย ได้แบ่งขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้การสุ่มแบบผสมผสาน (Combination or mixed purposeful sampling) เพื่อให้ได้ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และ 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants)

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ละคร ได้แก่ 1) กลุ่มที่ร่วมสร้างแนวคิดในการแสดงละคร และ 2) กลุ่มที่สร้างนวัตกรรมนาฏศิลป์สร้างสรรค์ คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านนาฏศิลป์ ดนตรี และการละคร

การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary study) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) แบบบันทึกพัฒนาการของนวัตกรรม แบบวิเคราะห์การออกแบบการแสดง

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยใช้กระบวนการในการวิเคราะห์ โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกแยกประเด็นตามความมุ่งหมายที่ตั้งไว้ และตรวจสอบความถูกต้อง ดังนี้

1. การจัดการข้อมูล โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มและการสังเกต มาจัดทำฐานข้อมูล

2. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้อาลดทอนข้อมูล (Data reduction) เพื่อกรองเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องในประเด็นที่ทำการศึกษาวิจัย จัดเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นการศึกษาวิจัย เพื่อนำไปวิเคราะห์ด้วยการตีความ อันนำไปสู่ข้อสรุปเชิงอุปนัย

3. กำหนดรูปแบบการแสดงผลข้อมูล และผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

4. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ตามวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริง

5. นำข้อมูลทั้งหมดมาศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแกนหลักในการวิเคราะห์และหาข้อสรุป นำข้อมูลทั้งหมดที่วิเคราะห์และสรุปเสร็จเรียบร้อยแล้ว นำมาจัดเรียงหมวดหมู่ตามลำดับขั้นตอนเพื่อตอบความมุ่งหมายของการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินงาน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ รายละเอียดสำหรับการใช้รูปแบบการวิจัยในแต่ละประเภะนั้น มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาความร่วมมือของชุมชน ตามแนวคิด “บวร” เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

1) ศึกษาแนวทางการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้แนวคิด “บวร”

2) สังเคราะห์และสรุปเนื้อหาสำคัญของประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

ขั้นตอนที่ 2 จัดทำบทละครสร้างสรรค์

1) ประมวลข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ต้นแบบในการสร้างสรรค์

2) กำหนดกรอบในการสร้างสรรค์งานด้านต่างๆ

3) กำหนดรูปแบบของการแสดง

4) กำหนดองค์ประกอบการแสดงอื่น ๆ ได้แก่ บทละคร ทำรำ เพลง เครื่องแต่งกายและอุปกรณ์ประกอบการแสดง และคัดเลือกนักแสดง

5) นำเสนอละครสร้างสรรค์จากอัตลักษณ์ท้องถิ่นต่อผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านดนตรีและนาฏศิลป์

6) ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

ขั้นตอนที่ 3 สรุปผลการวิจัยและนำเสนอละครสร้างสรรค์

1) สรุปผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูล

2) นำเสนอผลการสร้างนวัตกรรมการแสดงละครสร้างสรรค์

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้แนวคิด “บวร” และเพื่อสร้างละครสร้างสรรค์จากการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนสามารถอธิบายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. แนวทางการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้แนวคิด “บวร”

การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ ผู้วิจัยต้องศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากประวัติศาสตร์ท้องถิ่นบางเขนเพื่อมาประกอบสร้างเป็นละครสร้างสรรค์ โดยเลือกเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ 2 เหตุการณ์ คือ 1) เหตุการณ์กบฏบวรเดช เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2476 เกิดเหตุการณ์สำคัญทางการเมือง เนื่องจากการกลุ่มที่มีได้รับการยอมรับการปฏิวัติ 2475 นำโดยนายพลเอกพระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าบวรเดชนำทหารจำนวนมากจากหัวเมืองนครราชสีมา สระบุรี อุทัยธานี นครสวรรค์ ปราจีนบุรี ราชบุรี และเพชรบุรี เข้ามาตั้งกองบัญชาการหรือฐานที่มั่นบริเวณสถานีรถไฟดอนเมือง (Arts and Culture Editorial Department, 2023, Online) เคลื่อนไหวต่อต้านด้วยการใช้กำลังทหารจากหัวเมืองหลายกองพันเข้าประชิดพระนครอย่างฉับพลัน

กระทั่งในวันที่ 12-16 ตุลาคม มีการปะทะกันของทหารทั้งสองฝ่าย กลายเป็น “สมรภูมิบางเขน” ภายหลังเหตุการณ์การก่อการกบฏสิ้นสุดลงแล้ว รัฐบาลได้สำรวจนายทหารฝ่ายรัฐบาลที่เสียชีวิตในการปกป้องรัฐธรรมนูญ และจัดงานฌาปนกิจให้กับทหารฝ่ายรัฐบาลที่ท้องสนามหลวงนำมาสู่การสร้างอนุสาวรีย์ที่ตั้งอยู่บริเวณหลักสี่ บางเขน กรุงเทพฯ ที่เรียกกันว่า “อนุสาวรีย์หลักสี่” หรือ “อนุสาวรีย์ปราบกบฏ” หรือ “อนุสาวรีย์พิทักษ์รัฐธรรมนูญ” และ 2) วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร หรือวัดพระชาติปไตย โดยแนวความคิดในการสร้างวัดในบริเวณทุ่งบางเขนนี้เกิดขึ้นเมื่อราว พ.ศ. 2483 ภายใต้การนำของพันเอกหลวงพิบูลสงคราม โดยมีเหตุผลสำคัญก็คือ เพื่อให้เป็นวัดอนุสรณ์ของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย เริ่มสร้างเมื่อปี 2483 ประสงค์จะให้ชื่อว่า “วัดประชาธิปไตย” ระหว่างการก่อสร้างรัฐบาลได้ส่งคณะทูตพิเศษไปเจริญสัมพันธไมตรีกับประเทศอินเดีย และได้ติดต่อขอตั้งนี้ 1) พระบรมสารีริกธาตุของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า 2) กิ่งพระศรีมหาโพธิ์ 5 กิ่ง 3) ดินจากสังเวชนียสถาน 4 แห่ง คือ จากที่ประสูติ ตรัสรู้ แสดงปฐมเทศนา และปรินิพพาน รัฐบาลไทยจึงอัญเชิญมาประดิษฐานไว้ ณ วัดที่นี้ และตั้งนามวัดว่า “วัดพระศรีมหาธาตุ” เมื่อผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น มาสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางในการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อประยุกต์ในการพัฒนาท้องถิ่นใช้แนวคิด “บวร” มีที่มาจากแนวทางพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) ได้พระราชทานแนวทางการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนโดยอาศัย 3 สถาบันหลักของสังคมไทยซึ่งเป็นศูนย์กลางของชุมชน (Napapornpipat, 2020, p. 23) ดังนี้

1. “บ” หมายถึง ชุมชนท้องถิ่นเขตบางเขน ซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นบางเขนมากที่สุด และประวัติศาสตร์ท้องถิ่นก็เป็นเรื่องที่ผูกพัน สร้างความสามัคคีให้แก่คนในชุมชน

2. “ว” หมายถึง สถาบันศาสนา ซึ่งหมายถึง วัดพระศรีมหาธาตุ วรมหาวิหาร ประกอบด้วย เจ้าอาวาส พระภิกษุ สามเณร อุบาสก อุบาสิกา องค์การศาสนาต่างๆในชุมชน การมีส่วนร่วมของวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร

3. “ร” หมายถึง สถาบันการศึกษา ในที่นี้คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาของผู้วิจัย ที่เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาท้องถิ่นเขตบางเขน

สรุป ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ เรื่อง บวรสันติสุข และได้เสนอแนวทางในการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อประยุกต์ในการพัฒนาท้องถิ่น ดังนี้

1) การใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อการสร้างความตระหนักและสำนึกรักท้องถิ่น

การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ สามารถการสร้างความตระหนักและสำนึกรักท้องถิ่นได้ เนื่องจากละครสร้างสรรค์ นำมาจากเรื่องเล่าประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและเห็นความสำคัญของเรื่องราวที่เกิดขึ้น สามารถสร้างความตระหนักรู้และสำนึกรักในท้องถิ่นได้

2) การใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อการต่อสู้กับอำนาจรัฐและทุนภายนอก

การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ เป็นการส่งเสริมความสามัคคีในชุมชน สร้างความแข็งแกร่งให้กับชุมชน

3) การใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยวท้องถิ่น

การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ สามารถนำมาจัดแสดงละคร หรือจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน

4) การใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างการศึกษาของคนในท้องถิ่น

การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ ส่งเสริมการศึกษาของคนในท้องถิ่นบางเขน สามารถนำละครสร้างสรรค์ไปบรรจุให้หลักสูตรท้องถิ่นหรือใช้เป็นละครเพื่อการศึกษาและพัฒนาเยาวชนได้

2. ละครสร้างสรรค์จากการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขน

2.1 กระบวนการสร้างสรรค์ เมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากประวัติศาสตร์ท้องถิ่นบางเขนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงเข้าสู่กระบวนการสร้างสรรค์ ละครสร้างสรรค์จากการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นบางเขน ซึ่งมีขั้นตอนของการสร้างสรรค์ละคร ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สร้างข้อสรุปจากการศึกษาและเก็บข้อมูลประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของชุมชนเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสัมภาษณ์ ลงพื้นที่ และการจัดการเสวนาวิชาการ เรื่อง วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของทุ่งบางเขน เพื่อนำเนื้อหาหาวิเคราะห์เนื้อหาและหาแก่นของเรื่องรูปแบบในการนำเสนอ รวมทั้งขั้นตอนในการสร้างสรรค์ละคร มีลำดับขั้นตอนคือ ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของท้องถิ่น เรื่องเล่า/ตำนาน วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นเชื้อชาติ อาชีพ/การดำรงชีวิตและทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ของชุมชนเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จากเอกสารหลักฐานทางด้านประวัติศาสตร์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์แก่นเรื่อง เพื่อนำมาออกแบบกระบวนการโดยใช้แนวคิดเรื่องเล่าประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้แนวคิด “บวร” เพื่อจัดทำละครสร้างสรรค์

- 1) ประมวลข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ต้นแบบในการสร้างสรรค์
- 2) กำหนดกรอบในการสร้างสรรค์งานด้านต่างๆ
- 3) กำหนดรูปแบบของการแสดง

4) กำหนดองค์ประกอบการแสดงอื่น ๆ ได้แก่ บทละคร ทำรำ เพลง เครื่องแต่งกายและอุปกรณ์ประกอบการแสดง และคัดเลือกนักแสดง

5) นำเสนอนาฏศิลป์สร้างสรรค์จากอัตลักษณ์ท้องถิ่น ต่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านดนตรีและนาฏศิลป์

6) ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

ขั้นตอนที่ 3 สรุปผลการวิจัยและนำเสนอละครสร้างสรรค์

1) สรุปผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูล

2) นำเสนอผลการสร้างนวัตกรรมการแสดงละครสร้างสรรค์ต่อสาธารณชน

2.2 องค์ประกอบของการแสดง

ละครสร้างสรรค์จากการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นบางเขน มีองค์ประกอบของการแสดง ดังนี้

1) โครงเรื่อง (Plot) ละครสร้างสรรค์จากการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นบางเขน มีลักษณะของการวางโครงเรื่อง ในลักษณะเหตุการณ์กระตุ้น (Inciting incident) กล่าวคือ นำเสนอเรื่องราวความกดดันที่เกิดขึ้นของพระองค์เจ้าบวรเดช เมื่อครั้งเหตุการณ์กบฏบวรเดช ซึ่งถือได้ว่าเป็นวิกฤตสำคัญของชาติเหตุการณ์หนึ่งที่ถูกนำมาเขียนในนวนิยายอิงประวัติศาสตร์ เพราะเหตุการณ์นี้ส่งผลกระทบสำคัญหลายประการต่อประวัติศาสตร์การเมืองการปกครองของไทย

2) ตัวละคร (Character)

การวางตัวละครของละครสร้างสรรค์จากการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นบางเขน เรื่อง “บวรสันติสุข” ผู้วิจัยได้ออกแบบตัวละครไว้ 3 ประเภท ดังนี้

2.1) ตัวละครหลักการดำเนินเรื่อง คือ
ต้นข้าว เด็กชายอายุประมาณ 8 ปี มีลักษณะ
สมส่วน ฉลาด พุดเก่ง ขี้สงสัย

ใบบัว เด็กหญิงอายุ ประมาณ 8 ปี มีลักษณะ
สมส่วน ฉลาด พุดเก่ง ขี้สงสัย

2.2) ตัวละครในภาพสื่อวิทัศน์ ประกอบด้วย
ภาพพระองค์เจ้าบรมเดช และ ภาพเหตุการณ์กบฏบวรเดช

2.3) ตัวละครระบำ ชุต ระบำ สักการะบูชาสถาปนา
วัดประชาธิปไตย

3) ความคิดหรือแก่นของเรื่อง (Though) ความคิดหรือแก่น
ของเรื่อง คือ

3.1) เรื่องจากประวัติศาสตร์ทางการเมืองที่มีความสำคัญ
ต่อการเปลี่ยนแปลงการปกครองของไทย

3.2) เรื่องประวัติศาสตร์เกี่ยวกับความเป็นมาของวัดพระ
ศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นวัดที่มีความสำคัญกับพื้นที่เขตบางเขน

4) ภาษา (Diction) หรือบทสนทนา (Dialogue)
เป็นการสนทนาที่ใช้ภาษาในปัจจุบัน

5) เสียง (Sound) เสียงในละครอาจแบ่งได้ 3 ประเภท
คือ เสียงของนักแสดงในบทพูด เสียงเพลงและดนตรี ทั้งที่มีเนื้อร้องและ
มีแต่ทำนอง และเสียงประกอบ

6) ภาพ (Spectacle) ภาพในละคร หมายถึง ภาพในละคร
สร้างสรรค์เรื่องบวรสันติสุข เป็นภาพเหตุการณ์กบฏบวรเดช ซึ่งผู้วิจัย
ออกแบบให้เป็นการสร้างภาพจากสื่อวิทัศน์ เพื่อให้เห็นเป็นเรื่องราว
ประวัติศาสตร์ และภาพของวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร

อภิปรายผลการวิจัย

การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์นั้นได้สร้างสรรค์โครงเรื่องมาจาก ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขน ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับเหตุการณ์กบฏบวรเดช จนมีการก่อสร้างอนุสาวรีย์พิทักษ์รัฐธรรมนูญ ยังมีบทบาทในการเป็นสัญลักษณ์ทางการเมือง แต่ในปัจจุบันอนุสาวรีย์แห่งนี้ได้หายไปอย่างไร้ร่องรอย นอกจากนี้ ยังนำเรื่องราวของการก่อสร้างวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร หรือวัดประชาธิปไตย ซึ่งประวัติศาสตร์เรื่องเล่าทั้ง 2 เรื่องนี้ เป็นเรื่องที่มีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน ละครสร้างสรรค์จากการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ทำให้คนในท้องถิ่นเกิดความเข้าใจถึงที่มาของชุมชนที่มีความสำคัญ มารธสร้างความรักและหวงแหนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ Premsrirat (2015, p. 33) ที่กล่าวว่า การเล่าเรื่องที่ทำหน้าที่ในการชี้แจง หรือบอกกล่าวข้อเท็จจริง บ่อยครั้งที่ในสังคมเกิดความขัดแย้งกันทางความคิด หรือ ความเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นในระดับบุคคล หรือในระดับมวลชน ส่วนแนวทางการนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้แนวคิด “บวร” นั้น ผู้วิจัยนำแนวคิดของการมีส่วนร่วมของ บ้าน วัด และโรงเรียน เข้ามาเป็นหลักในการออกแบบบทละครในรูปแบบการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์เรื่อง บวรสันติสุข สามารถการสร้างความตระหนักและสำนึกรักท้องถิ่นได้ สอดคล้องกับ Chopyot (2019, p. 122) ที่กล่าวว่า การศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นสามารถสร้างความตระหนักและสร้างสำนึกรักท้องถิ่นได้เพราะเป็นการปูรากฐานสำคัญให้คนรู้จักที่มาที่ไปของชุมชนท้องถิ่นของตน และ Chuwhan (2008, p. 369) ได้ศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นไทย พบว่าประชาชนในพื้นที่ในฐานะผู้ที่เป็นเจ้าของประวัติศาสตร์ อันจะทำให้เกิดจิตสำนึกทางประวัติศาสตร์ในแบบใหม่ รวมถึงการได้ข้อมูลและองค์ความรู้ในวิถีชีวิตของชาวบ้าน เพื่อประโยชน์สำหรับการพัฒนาบนฐานทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ อันเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม

ในการสร้างประวัติศาสตร์ของตนเอง การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ สามารถนำมาจัดแสดงละคร หรือจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เขตบางเขนผ่านละครสร้างสรรค์ ส่งเสริมการศึกษาของคนในท้องถิ่นบางเขน สามารถนำละครสร้างสรรค์ไปบรรจุให้หลักสูตรท้องถิ่นหรือใช้เป็นละคร เพื่อการศึกษาและพัฒนาเยาวชนได้ สอดคล้องกับ Subwattana (2011, p. 28) ได้ศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างการศึกษาของคนในท้องถิ่น ผ่านกระบวนการสร้างชุดองค์ความรู้ในท้องถิ่นที่อาจไม่ได้มีสอนในตำราเรียน โดยเฉพาะวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น เช่น การสร้างพิพิธภัณฑ์การเสริมสร้าง หลักสูตรในท้องถิ่นโดยมีวิชาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเป็นการเฉพาะ การศึกษา เรื่องท้องถิ่นมักเป็นเรื่องเกี่ยวกับสถานที่สำคัญและบุคคลสำคัญโดยทั้งสถานที่ สำคัญและบุคคลสำคัญมักเป็นเรื่องที่มีชื่อเสียงระดับสูง

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผลการวิจัย ทำให้เกิด ละครสร้างสรรค์ ที่สามารถนำไปต่อยอด เป็นการแสดงละครเพื่อสร้างพื้นที่เศรษฐกิจให้กับชุมชน จะทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนในชุมชน
2. บทละครสามารถนำมาดัดแปลงให้เป็นละครสำหรับเยาวชนเพื่อการเรียนรู้ในแต่ละระดับโดยสามารถปรับให้เป็นหลักสูตรท้องถิ่น เพื่อปลูกฝังให้เยาวชนในพื้นที่เขตบางเขนได้มีความรักและหวงแหนแผ่นดินเกิด จนนำไปสู่ความต้องการให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. พื้นที่เขตบางเขน เป็นชุมชนที่ยังมีอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่นที่น่าสนใจ ประกอบกับการเป็นสังคมเมือง ควรมีการวิจัยเก็บข้อมูลและขยายเรื่องราวของบางเขนให้น่าสนใจมากขึ้น
2. ควรมีการวิจัยที่เป็นความร่วมมือระหว่างชุมชนพื้นที่เขตบางเขน และเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาชุมชนด้วยศิลปวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องและให้เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วกัน

References

- Arts and Culture Editorial Department. (2023). *The “Bowondej Rebellion” was born, a group of soldiers seizing Don Mueang. Clash with the government until loss occurs*. SILPA-MAG.COM. Retrived October 10, 2022. https://www.silpa-mag.com/this-day-in-history/article_21075 [In Thai]
- Chopyot, S. (2019). *Local history for sustainable and consolidated local development*. King Prajadhipok’s Institute. [In Thai]
- Chuwhan, Y. (2008). *Thai Local History*. The Thailand Research Fund. [In Thai]
- Napapornpipat, R. (2020). “Bowon” perspective for stability. *NSC journal*. 2(4). 23-32. [In Thai]
- Phannan, P. et al. (2015). *The use of community history as the instrument for empowering people participation in Bang Bua canal area* (Research Report). Thailand Science Research and Innovation. [In Thai]
- Sunthonphesat, S. (2005). *Thai collection social sciences*. (2nd ed.). viriyathurakij. [In Thai]
- Limhatsanaikun, T. (2020). *Wat prachathippatai. The Cloud*. Retrived October 10, 2022. <https://readthecloud.co/phrasri-mahathat-bang-khen-woramahawihan-temple/>
- Subwattana, T. (2011). *Analysis on the study of and work relating to local history of Thailand*. (2nd ed.). Inthanin. [In Thai]

- Premsrirat, U. (2015). Storytelling in Communication Work: A Study from Research. *Journal of Communication and Innovation NIDA*, 2(1), 31-58. [In Thai]

การวิจัยแนวคิดสัมพันธ์กับภาพประกอบตัวละคร
ในพงศาวดารสามก๊ก เพื่อสร้างผลงานศิลปะจัดวาง
เครื่องเคลือบร่วมสมัย: กรณีศึกษา “คำสาบานในสวนท้อ”
The Concept of Intertextuality with the Illustration
of Characters in the Romance of The Three Kingdoms
to Create Innovative Contemporary Ceramic
Installation Artworks - A Case Study
of the Peach Garden Epilogue

(Received: May 7, 2023 Revised: October 25, 2023 Accepted: December 20, 2023)

Li XuanYan¹, พงศ์เดช ไชยคุตร², ภารดี พันธุ์ภากร³
Li XuanYan, Pongdej Chaiyakut, Poradee Panthupakorn

บทคัดย่อ

“พงศาวดารสามก๊ก” ได้ขยายออกไปเป็นผลงานด้านทัศนศิลป์มากมาย ตัวอักษรให้เรื่องราวกับภาพประกอบ ภาพประกอบเป็นภาพลักษณะของตัวอักษร ทำให้ตัวอักษรและภาพเกิดความสัมพันธ์แบบสัมพันธ์บท (Intertextuality) ใช้ทฤษฎีสัมพันธ์บทเพื่อเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อความของเรื่องราวตัวละคร ภาพประกอบวรรณกรรมและผลงานทัศนศิลป์ของคำสาบานในสวนท้อ เพื่อรับเรื่องราว องค์ประกอบทางทัศนศิลป์ ความหมายแฝง

¹นักศึกษาศาขาวิชิตศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
E-mail: 86114320@qq.com

²อาจารย์ที่ปรึกษานักศึกษาปริญญาเอก ศาสตราจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา E-mail: pongdejchai@gmail.com

³อาจารย์ที่ปรึกษานักศึกษาปริญญาเอก ศาสตราจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา E-mail: poradee@buu.ac.th

ทางจิตวิญญาณและเทคนิคการประมวลผลทางศิลปะที่พบเห็นบ่อย สร้างผลงานศิลปะจัดวางโดยมีเรื่องราวตัวละครใน “คำสาบานในสวนท้อ” มาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบ ใช้เครื่องเคลือบเป็นวัสดุหลัก และมีแนวคิดคุณธรรมหกประการ

คำสำคัญ: พงศาวดารสามก๊ก คำสาบานในสวนท้อ ภาพประกอบ เรื่องราวบุคคล สัมพันธบท ศิลปะการจัดวางเครื่องเคลือบ

Abstract

The enduring influence of “Romance of the Three Kingdoms” extends to a vast array of visual art forms. The text provides the illustrated story plot, and the illustration is the visualization, which forms the intertextual relationship between text and image, employing intertextuality theory to conduct a comparative analysis of the characters’ story text, novel illustrations, and the visual artworks of Peach Garden Epilogue, then obtains the story plot, visual elements, spiritual connotation, and common artistic processing techniques of the illustrations which create installation artworks based on the characters’ story pattern of Peach Garden Epilogue as the design element and the main material of ceramic, which contains the idea of six virtues.

Keywords: Romance of The Three Kingdoms, Peach Garden Epilogue, Character Story Illustration, Intertextuality, Ceramic Installation Art.

บทนำ

หลั้วกันจางผสมผสาน “บันทึกสามก๊ก” เรื่องราวพื้นบ้านของสามก๊ก และจิ๋วสามก๊ก เพื่อสร้าง “พงศาวดารสามก๊ก” ซึ่งเป็นวรรณกรรมขนาดยาว เรื่องแรกในสมัยโบราณของจีน (Qiao, 2006, p. 3) พงศาวดารสามก๊ก มีรากฐานมาจากลัทธิขงจื้อจีนดั้งเดิม – ความคิดคุณธรรมหกประการ อาจกล่าวได้ว่าภาพประกอบเรื่องราวพงศาวดารสามก๊กเล่าเรื่องความคิด คุณธรรมหกประการอย่างต่อเนื่อง จากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องได้ขยาย จากสาขาวรรณกรรมไปสู่สาขาศิลปะ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากในประเทศจีน อย่างเห็นได้ชัด อิทธิพลของพงศาวดารสามก๊กได้แพร่กระจายไปยังหลายประเทศ ผ่านความสัมพันธ์ทางการทูตและการย้ายถิ่นฐานของชาวจีน ภาพประกอบ เรื่องราวของตัวละครใน “พงศาวดารสามก๊ก” ไม่ได้เป็นเพียงหนึ่งในข้อมูล การสร้างสรรค์ที่พบบ่อยในการตกแต่งเครื่องเคลือบเท่านั้น แต่ยังเป็นข้อมูล การสร้างสรรค์ที่พบบ่อยในการตกแต่งสถาปัตยกรรม การตกแต่งเสื้อผ้า และการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมอีกด้วย ซึ่งได้รับการยอมรับ อย่างกว้างขวาง ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกดำเนินการวิจัยภาพประกอบ เรื่องราวของตัวละครใน “พงศาวดารสามก๊ก”

การศึกษาข้อความที่เน้นในทฤษฎีสัมพันธภาพ⁴ ควรนำข้อความมาวางไว้ในสภาพแวดล้อมทางภาษาเพื่อให้บทสนทนามีคุณภาพสูง ซึ่งบทสนทนา เช่นนี้ส่งผลต่อผู้แต่ง ผลงานและผู้ชม (Wang, 2005, p. 28) ในฐานะที่ “พงศาวดารสามก๊ก” เป็นข้อความ และให้กำเนิดภาพประกอบจำนวนมาก ตัวอักษรให้เรื่องราวกับภาพประกอบ ภาพประกอบเป็นภาพลักษณ์ของตัวอักษร ทำให้ตัวอักษรและภาพเกิดความสัมพันธ์แบบสัมพันธ์

⁴ทฤษฎีข้อความประเภทหนึ่ง เป็นคำศัพท์เฉพาะที่ใช้บ่อยที่สุดในทฤษฎีวรรณกรรมร่วมสมัยและการศึกษาวัฒนธรรม ทฤษฎีสัมพันธภาพเชื่อว่า “ข้อความใด ๆ ก็ตามล้วน เป็นการดูซับและการเปลี่ยนแปลงของข้อความอื่น ๆ”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงเรื่อง องค์ประกอบภาพ ความหมายแฝงทางจิตวิญญาณ และเทคนิคการประมวลผลทางศิลปะของภาพประกอบเรื่องราวตัวละครใน “คำสาบานในสวนท้อ”

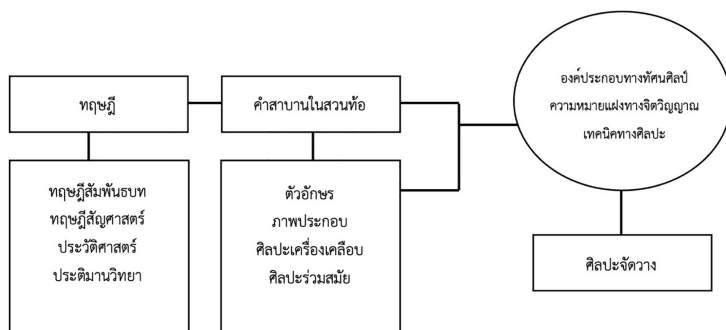
2. เพื่อวิเคราะห์โครงเรื่อง องค์ประกอบภาพ ความหมายแฝงทางจิตวิญญาณ และเทคนิคการประมวลผลทางศิลปะของภาพประกอบเรื่องราวตัวละครใน “คำสาบานในสวนท้อ”

3. เพื่อสร้างสรรค์ผลงานศิลปะจัดวางที่ใช้รูปภาพเรื่องราวของตัวละครใน “คำสาบานในสวนท้อ” เป็นองค์ประกอบการออกแบบนำเครื่องเคลือบเป็นวัสดุหลักและแฝงไว้ด้วยความคิดคุณธรรมหกประการ

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ภายใต้มุมมองของสัมพันธบท ศึกษาภาพประกอบเรื่องราวพงศาวดารสามก๊กในศตวรรษที่ 17 โดยใช้ทฤษฎีสัญศาสตร์ ประวัติศาสตร์และประติมานวิทยา (Iconology) สรุปและวิเคราะห์โครงเรื่อง องค์ประกอบภาพ ความหมายแฝงทางจิตวิญญาณของเรื่องราวของตัวละครและรูปภาพตัวละครใน “คำสาบานในสวนท้อ” เพื่อสร้างสรรค์ผลงานศิลปะจัดวางที่ใช้รูปภาพเรื่องราวของตัวละครใน “พงศาวดารสามก๊ก” เป็นองค์ประกอบการออกแบบนำเครื่องเคลือบเป็นวัสดุหลักและแฝงไว้ด้วยความคิดคุณธรรมหกประการ



ภาพที่ 1 ภาพกรอบแนวคิดของการวิจัย
ที่มา: (Li, 2021)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตทางด้านเวลา: ศตวรรษที่ 17

ในศตวรรษที่ 17 (ปลายราชวงศ์หมิงและต้นราชวงศ์ชิง ปี ค.ศ. 1607-1700) ได้แก่อำัยจักรพรรดิวันลี่ตอนปลาย สมัยจักรพรรดิเทียนฉี สมัยจักรพรรดิฉิงเจิน สมัยจักรพรรดิซุ่นจื้อและสมัยจักรพรรดิคังซีตอนต้น

2. ขอบเขตด้านสถานที่: จิงเต๋อเจิ้น

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา: ลวดลายเรื่องราวของตัวละครในพงศาวดาร สามก๊ก – คำสาบานในสวนท้อ ศิลปะจัดวางเครื่องเคลือบ

4. ขอบเขตด้านการสร้างสรรค์: งานศิลปะการจัดวางสร้างสรรค์ ผลงานศิลปะจัดวางชุดหนึ่งที่ใช้รูปภาพเรื่องราวของตัวละครใน “คำสาบานในสวนท้อ” เป็นองค์ประกอบการออกแบบ นำเครื่องเคลือบเป็นวัสดุหลัก และแฝงไว้ด้วยความคิดคุณธรรมหกประการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ได้รับโครงเรื่อง องค์ประกอบภาพ ความหมายแฝงทางจิตวิญญาณ และเทคนิคการประมวลผลทางศิลปะของภาพประกอบเรื่องราวตัวละคร ใน “คำสาบานในสวนท้อ”

2. ได้รับความสัมพันธ์ระหว่างภาพประกอบของตัวละครและวรรณกรรมใน “คำสาบานในสวนท้อ”

3. สร้างสรรค์ผลงานศิลปะจัดวางโดยมีภาพประกอบตัวละครและเรื่องราวใน “คำสาบานในสวนท้อ” มาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบ โดยมีเครื่องเคลือบเป็นวัสดุหลักและแฝงไปด้วยคุณธรรมหกประการ

งานวิจัยนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพประกอบวรรณกรรมกับรูปแบบการตกแต่งเครื่องเคลือบ ลวดลายตัวละคร สำหรับเนื้อหาในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากอินเทอร์เน็ตและห้องสมุด จากการวิจัยวรรณกรรม งานวิจัยส่วนใหญ่เกี่ยวกับ “พงศาวดารสามก๊ก” ในประเทศจีนมาจากสาขาวรรณกรรม และไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพประกอบข้อความระหว่างภาพประกอบเรื่อง “พงศาวดารสามก๊ก” กับลวดลายตัวละคร และเรื่องราวต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตาม นักวิชาการเหล่านี้ได้ศึกษาการเกิดขึ้น การพัฒนา รูปแบบและลักษณะพิเศษทางศิลปะของภาพประกอบวรรณกรรมจากมุมมองของวรรณกรรม ศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง (Narratology) อนุวาทศาสตร์ (Translation studies) การศึกษารายชื่อหนังสือ (Bibliology) ประวัติศาสตร์ ศิลปศาสตร์และนิเทศศาสตร์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อความกับภาพประกอบวรรณกรรม ด้วยการศึกษาอย่างละเอียดระหว่างข้อความและภาพประกอบวรรณกรรม ซึ่งเป็นรากฐานสำหรับงานวิจัยนี้ ได้มีการศึกษาทฤษฎีสัมพันธบทในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อความกับรูปภาพแล้ว แต่ก็ยังเป็นเพียงแต่การทดลองใหม่ที่น่ามาใช้ในสาขาการวิจัยตกแต่งเครื่องเคลือบ และไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวอักษร-รูปภาพ-รูปภาพ การวิจัยเกี่ยวกับศิลปะการจัดวางยังมีค่อนข้างน้อย

กระบวนการวิจัย

งานวิจัยนี้พยายามที่ใช้แนวคิดข้อความเพื่อภาพประกอบเรื่องราวคำสาบานในสวนท้อใน “พงศาวดารสามก๊ก” จากมุมมองทฤษฎีสัมพันธภาพ ค้นคว้าเกี่ยวกับภาพประกอบของคำสาบานในสวนท้อจากห้าด้าน

1. เนื้อหาของเรื่องราวคำสาบานในสวนท้อ

คำสาบานในสวนท้อเป็นบทแรกของวรรณกรรม “พงศาวดารสามก๊ก” คำอธิบายที่เกี่ยวข้องของฉบับเยี่ยเพิงซุน⁵ คือ เล่าปี่และเตียวหุยพบกันเมื่ออ่านประกาศการรับสมัครทหาร พวกเขาไปที่ร้านเหล้าเพื่อพูดคุยเกี่ยวกับปณิธานของตน พวกเขาพบกวนอูที่ร้านเหล้า ทั้งสามคนมีปณิธานเดียวกัน จึงอยากจะสาบานเป็นพี่น้องกัน เตียวหุยเสนอให้จัดพิธีร่วมสาบานในสวนท้อของเขาในวันถัดไป วันรุ่งขึ้น ทั้งสามคนจัดเครื่องเซ่นบูชาฟ้าดิน เช่น วัวดำและม้าขาว ในสวนท้อที่ดอกท้อบาน แล้วจุดธูปกราบไหว้ กล่าวคำสาบานกันว่า “ข้าพเจ้า เล่าปี่ กวนอู เตียวหุย แม้ต่างแซ่แต่ขอสาบานเป็นพี่น้องร่วมแรงร่วมใจกัน บำบัดทุกข์ขัดภัย เบื้องบนสนองคุณประเทศชาติ เบื้องล่างทะนุบำรุงประชาชน ไม่หวังเกิดวันเดียวเดือนเดียวปีเดียวกัน แต่ขอตายวันเดียวเดือนปีเดียวกัน” กล่าวคำสาบานเสร็จก็คารวะเล่าปี่เป็นพี่ใหญ่ กวนอูเป็นพี่รอง และเตียวหุยเป็นน้องเล็ก (Luo, 2009, p. 5)

2. ความหมายแฝงของ “คำสาบานในสวนท้อ”

ลัทธิขงจื้อเป็นหนึ่งในความคิดกระแสหลักในประวัติศาสตร์ของความคิดโบราณของจีน ความหมายแฝงทางศีลธรรมของเล่าจื้อเป็นคนแรกที่นิยามความหมายแฝงศีลธรรมและกล่าวถึงคุณธรรมห้าประการ ได้แก่ “เมตตาธรรม มโนธรรม จริยธรรม ปัญญาธรรม สัตยธรรม” ภายหลังได้พัฒนาเป็นมาตรฐานของ “คุณธรรมหกประการ” ในวัฒนธรรมดั้งเดิมของจีน

⁵ฉบับของเยี่ยเพิงซุนถูกแกะสลักในปีที่ยี่สิบเจ็ดเจี๋ยซิง (ค.ศ.1548) และพระราชฐานซานโลเรนโซเดเอลเอสโกเรียล ประเทศสเปน

ได้แก่ “ความกตัญญู เมตตาธรรม จริยธรรม ปัญญาธรรม สัตยธรรม ความกล้าหาญ” (Qiao, 2006, p. 12) เล่าปี กวนอู และเตียวหุย ในคำสาบาน ในสวนท้อล้วนมีความคิดของคุณธรรมหกประการ เล่าปีเดินทางไปเยี่ยมกระท่อม สามครั้ง เป็นนักปราชญ์ราชบัณฑิต กวนอูมีความจงรักภักดีและประพฤติดน อย่างชอบธรรม เตียวหุยมีความซื่อสัตย์และกล้าหาญ

3. การวิเคราะห์ภาพประกอบของ “คำสาบานในสวนท้อ”

ในยุคปัจจุบัน มีภาพประกอบวรรณกรรม “คำสาบานในสวนท้อ” จำนวนสามฉบับ ฉบับที่หนึ่งคือภาพประกอบใน “บันทึกสามก๊กผิงฮว่า ฉบับตีพิมพ์ใหม่เฉียนเซียง”⁶ ซึ่งจัดพิมพ์โดยเจี้ยนอันอวิสื่อในช่วงรัชศกจื้อจื่อ สมัยราชวงศ์หยวน (ค.ศ. 1321-1323) ฉบับหนึ่งคือภาพประกอบ คำสาบาน ในสวนท้อ ใน “เรื่องเล่าบันทึกสามก๊ก” ฉบับเยี่ยเฟิงซุน อีกฉบับหนึ่ง คือภาพประกอบใน “พงศาวดารเรื่องเล่าบันทึกสามก๊กฉบับแก้ไขและตีพิมพ์ใหม่”⁷ จัดพิมพ์โดยโรงเรียนโจวเรือของร้านหนังสือติกวานจ่วนที่จินหลิงในรัชศกวานลี ปีที่ 19 ราชวงศ์หมิง (ค.ศ. 1571) หลังจากเปรียบเทียบภาพทั้งสามแล้ว แม้ว่าล้วนเป็นเรื่องราวของคำสาบานในสวนท้อ การจัดองค์ประกอบของภาพ การเคลื่อนไหวตัวละคร และการจัดฉากนั้นแตกต่างกันมาก นอกจากนี้ การออกแบบบางอย่างในภาพประกอบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของวรรณกรรม ซึ่งแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ของผู้เขียนเอง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลง ของการเรียงพิมพ์ภาพประกอบ การเว้นพื้นที่สำหรับภาพประกอบในหนังสือ เริ่มมีขนาดใหญ่ขึ้น และรายละเอียดของตัวละครก็มีเพิ่มมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบ

⁶ ผู้อัฒาสูญหาไป แ่อกเป็นเล่มนบน เล่กกลางและเล่กลาง ฉบับแรกสุดคือตั้งแต่มัยราชวงศ์หยวนถึงจื้อเจียน (ค.ศ. 1321-1323) ปัจจุบันเก็บรักษาไว้ที่หอจดหมายเหตุแห่งชาติญี่ปุ่น ในกรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น

⁷ แกะสลักและจัดพิมพ์โดยโรงเรียนโจวเรือ จัดพิมพ์ในรัชสมัยจักรพรรดิวันลีปีที่ 19 แห่งราชวงศ์หมิง (ค.ศ. 1571) ทั้งชุดมีจำนวนสิบสองเล่ม ภายในมีภาพประกอบวรรณกรรมจำนวน 240 รูป

ภาพทั้งสามแล้ว จะพบว่าสัญลักษณ์ทางทัศนศิลป์ที่ร่วมกันคือ สวนท้อ เล่าปี่ กวนอูและเตียวหุย ภาพทั้งสามแสดงให้เห็นถึงพิธีกรรมและคุณธรรมในความคิด คุณธรรมหกประการ สิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงพิธีกรรมคือ ตำแหน่งของตัวละคร ทั้งสามในภาพ เล่าปี่เป็นที่เคารพนับถือ เนื่องจากเล่าปี่มีอายุมากที่สุด การออกแบบตำแหน่งของเขาจึงอยู่ตรงกลางของทั้งสามหรือด้านหน้า เพื่อแสดงพิธีกรรมในคุณธรรมหกประการ



ภาพที่ 2 คำสาบานในสวนท้อ

ที่มา: (Zhou, 2002, p. 125)



ภาพที่ 3 คำสาบานในสวนท้อ

ที่มา: (Ye, 2009, p. 29)



ภาพที่ 4 ปีที่ 19 ของรัชศกวานลี่สมัยราชวงศ์หมิง (ค.ศ. 1571)

พิธีเซ่นไหว้ฟ้าดินในสวนท้อ

ที่มา: (Zhou, 1571, p. 2)

เนื่องจากสามภาพนี้ได้รับการออกแบบตามข้อความ ดังนั้นสามก๊กฉบับนี้จึงมีความแตกต่างกันอย่างมาก จากมุมมองสัมพันธภาพ เนื่องจากศิลปินผู้วาดภาพประกอบมีความเข้าใจในข้อความเดียวกันที่แตกต่างกัน การเปลี่ยนแปลงความเข้าใจเช่นนี้มาจากการดูดซับข้อมูลอื่น ๆ ของศิลปิน เช่น ข้อมูลด้านเวลา ประสบการณ์การเติบโตส่วนบุคคลประสบการณ์เรียนรู้ส่วนบุคคล งานอดิเรกส่วนบุคคล และด้านอื่น ๆ ยกตัวอย่างเช่น ความแพร่หลายของวัฒนธรรมลัทธิเต๋าที่ส่งอิทธิพลต่อการออกแบบฉบับโรงเรียนโจวริ้อ

4. “คำสาบานในสวนท้อ” บนเครื่องเคลือบราชวงศ์หมิงและราชวงศ์ชิง

เครื่องเคลือบสมัยราชวงศ์หมิงและชิงที่มี “คำสาบานในสวนท้อ” เป็นหัวข้อ มี 2 ชิ้น ชิ้นหนึ่งถูกสร้างขึ้นโดยเทคนิคเฟินฉ่ายอีกชิ้นหนึ่งถูกสร้างขึ้นโดยเทคนิคเครื่องลายคราม จากมุมมองของฉากจะเห็นแนวโน้มของการลดความซับซ้อนเรื่อย ๆ แนวโน้มของการลดความซับซ้อนนี้ยังเป็นกระบวนการที่ค่อย ๆ แยกออกจากภาพประกอบวรรณกรรม

4.1 แผ่นกระเบื้องเคลือบลวดลายคำสาบานในสวนท้อด้วยเทคนิคเพ้นฉ่ายจิ้งเต๋อเงิน

ภาพที่ 5 มีสัญลักษณ์มากมายในฉากและมุ่งเน้นไปที่เรื่องราว ซึ่งใกล้เคียงที่สุดกับคำสาบานในสวนท้อฉบับโจวเยวเสี่ยว เลื้อยคลุ่สืเขียวของกวนอูในภาพสอดคล้องกับวรรณกรรม เนื่องจากสีของเสื้อผ้าเล่าปี่และเตียวหุยไม่ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนในวรรณกรรม ดังนั้นผู้สร้างจึงใช้สีตามอัตลักษณ์ของเล่าปี่และเตียวหุย และสีนี้อาจได้รับอิทธิพลจากสีที่ใช้ในजू “พงศาวดารสามก๊ก” เล่าปี่สวมเสื้อคลุมสีเหลือง ซึ่งหมายถึงฐานะราชันย์ เตียวหุยสวมเสื้อสีดำ และมีเพียงเสื้อเท่านั้นที่สั้นและสามารถมองเห็นกางเกงได้ รายละเอียดนี้เพื่อเผยให้เห็นลักษณะทางนิสัยที่ตรงไปตรงมาของเตียวหุย แม้ว่ากวนอูจะเป็นนายพล แต่มีความสามารถในด้านบู้และบู๊ ผลงานจำนวนมากที่มีกวนอูเป็นหัวข้อ ล้วนมีภาพลักษณ์ที่กวนอูอ่านหนังสือ หากมองจากฉากใหญ่ จะเห็นต้นท้อที่ดอกท้อกำลังบานสามต้นและรั้วเพื่อแสดงให้เห็นว่าอยู่ในสวนท้อ หากมองที่รายละเอียดจะเห็นแท่นบูชา เชิงเทียน กระจกธูปและม้าขาว ม้าขาววางอยู่บนชั้นวางของเพื่อแสดงให้เห็นว่าเป็นเครื่องเซ่นไหว้ หากมองจากการวางตัวละครและการเคลื่อนไหว เล่าปี่อยู่ตรงกลาง เตียวหุยอยู่ทางซ้าย และกวนอูอยู่ทางขวา ซึ่งสอดคล้องกับท่าทางกุ่มก่าบั้นไว้ที่หน้าอก ซึ่งเป็นท่าทางแสดงความคารวะแบบจีน



ภาพที่ 5 คำสาบานในสวนท้อบนแผ่นกระเบื้องเคลือบ

ที่มา: (Historysite, 1639, Online)

4.2 จานลวดลายคำสาบานในสวนท้อด้วยเทคนิคลายคราม

รายละเอียดของสภาพแวดล้อมและตัวละครในภาพที่ 6 นั้นไม่ชัดเจน แทบไม่มีลักษณะพิเศษของต้นท้อ โต๊ะ เจึงเทียน กระถางรูปม้าขาวบนชั้นวางของด้านหลังและการจัดวางตำแหน่งของตัวละคร ได้ถ่ายทอดข้อมูลของคำสาบานในสวนท้อ หากไม่คุ้นเคยกับภาพประกอบวรรณกรรม ก็จะยากที่จะเข้าใจว่างานนี้เป็นคำสาบานในสวนท้อ



ภาพที่ 6 จานลวดลายคำสาบานในสวนท้อ

ที่มา: (Tie, 2001, p. 204)

ผู้วิจัยคิดว่าจากมุมมองของการออกแบบงาน หากคุณต้องการสร้างผลงานด้วยภาพประกอบวรรณกรรมเป็นหัวข้อ ยังคงต้องปฏิบัติตามความหมายแฝงของภาพประกอบวรรณกรรมเอง เพื่อให้คนรุ่นหลังตีความผิด ผู้วิจัยใช้ภาพนี้เป็นตัวอย่างในการตีความ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสัมพันธ์บท หากไม่นำภาพประกอบวรรณกรรมเป็นสิ่งที่เปรียบเทียบและเปรียบเทียบภาพ ปัญหานี้ไม่สามารถถูกค้นพบได้ง่าย

5. การประยุกต์ใช้ลวดลายคำสาบานในส่วนท่อนิโคลประร่วมสมัย

ไม่พบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้ลวดลายคำสาบานในส่วนท่อนิโคลประจัดวางเครื่องเคลือบ แต่อย่างไรก็ตามนิโคลประการเขียนตัวอักษรและภาพวาดร่วมสมัย นิโคลประเครื่องเคลือบร่วมสมัย และนิโคลประติมากรรมร่วมสมัยล้วนมีผลงานสร้างสรรค์ลวดลายคำสาบานในส่วนท่อนิโคลประใจความและใช้ลวดลายคำสาบานในส่วนท่อนิโคลประอย่างต่อเนื่อง จากมุมมองของแนวคิดการสร้างสรรค์ มีสองรูปแบบ ได้แก่ 1. ความสมจริง นำภาพประกอบวรรณกรรมเป็นพิมพ์เขียว และสรุปเนื้อหาเรื่องราว ลักษณะของตัวละคร และลักษณะของฉากตามสัญลักษณ์ในภาพประกอบวรรณกรรม 2. ความเป็นจินตภาพ คือการแยกออกจากภาพประกอบในวรรณกรรม ละทิ้งเนื้อหาเรื่องเล่าลักษณะพิเศษด้านภาพลักษณ์ของตัวละครและลักษณะของฉาก ส่วนเทคนิคทางนิโคลประมีสองประเภท ประเภทหนึ่งคือ วิธีการลด และอีกประเภทคือ วิธีการเพิ่ม ดังเช่นในภาพที่ 9 ใช้วิธีการลดทั้งหมดและไม่เห็นโคดำและม้าขาวเป็นเครื่องสังเขปอีกต่อไป และภาพที่ 10 แสดงให้เห็นถึงส่วนท่อนิโคลประของเส้นและจุด และเทคนิคการใช้เส้นเพื่อร่างโครงร่างเครื่องแต่งกายของตัวละคร ซึ่งเป็นวิธีการเพิ่ม ภาพที่ 11 นี้เป็นผลงานภาพสีน้ำมัน ผู้เขียนเพิ่มจำนวนนกนางเขน มีความหมายถึงเรื่องยินดี และความสุขที่เพิ่มขึ้น ผลงานนี้ผสมผสานนิโคลประตัดกระดากจินแบบดั้งเดิมและสีของภาพปีใหม่พื้นบ้าน และนำมาตีความใหม่ของภาพคำสาบานในส่วนท่อนิโคลประ 2. ความตั้งใจ (Intentionality) การปรับการรวมกันสัญลักษณ์และภาพประกอบของวรรณกรรมเพื่อเชื่อมโยงแนวความคิด แสดงในภาพที่ 12 นายโจวซุนหย่าได้แยกแนวคิดความยุติธรรมออกเป็นนามธรรม และลบภาพลักษณ์ของเล่าปี่ กวนอูและเตียวหุยจนหมด และเลือกสุนัขซึ่งมักถูกมองว่าเป็นภาพลักษณ์ของความภักดีมาแทนที่ตัวละครที่เป็นรูปธรรม



ภาพที่ 7 คำสาบานในสวนท้อ
ที่มา: (Chen, 2011, Online)



ภาพที่ 8 คำสาบานในสวนท้อ
ที่มา: (Wang, 2012, Online)



ภาพที่ 9 คำสาบานในสวนท้อ

ที่มา: (Wang, 2006, Online)



ภาพที่ 10 คำสาบานในสวนท้อ

ที่มา: (Zhou, 2006, Online)

แม้ว่าจะไม่พบลวดลายคำสาบานในสวนท้อในศิลปะจัดวาง แต่ก็คุ้มค่าที่จะเรียนรู้เพื่อตีความหมายใหม่และสร้างสรรค์รูปแบบของคำสาบานในสวนท้อในรูปแบบศิลปะอื่น ๆ ในศิลปะร่วมสมัย และยังเห็นปรากฏการณ์ระหว่างสัมพันธ์บทกวีมากมาย ทฤษฎีสัมพันธ์บทกวีว่าวรรณกรรมเป็นความทรงจำประเภทหนึ่ง ดังนั้นวรรณกรรมทั้งหมดเป็นการสร้างสรรค์ครั้งที่สองหรือการเลียนแบบครั้งที่สอง และไม่มีผลงานใดที่เลียนแบบผลงานก่อนหน้าในระดับศิลปินบางคนซึมซับศิลปะการตัดกระดาษภาพปีใหม่จากวัฒนธรรมดั้งเดิม บางคนซึมซับเทคนิคที่เกินจริงจากศิลปะตะวันตกและพวกเขาซึมซับการแสดงออก พวกเขาซึมซับอารมณ์ขันและการแสดงออกเชิงเปรียบเทียบจากวรรณคดี พวกเขา กำลังเลียนแบบ ดุดขับและนวัตกรรม

การสรุปผลการวิจัย

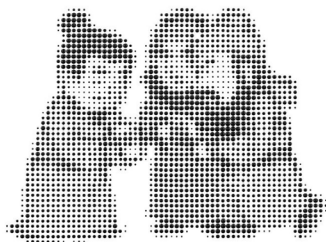
องค์ประกอบภาพของคำสาบานในสวนท้อคือ เล่าปี่ กวนอู เตียวหุย และสวนท้อ ผู้วิจัยได้ดัดแปลงเนื้อหาเรื่องราวคำสาบานในสวนท้อ และดำเนินการออกแบบฉาก ภาพลักษณ์ตัวละคร และขั้นตอนการติดตั้ง ผ่านประวัติศาสตร์การพัฒนาศิลปะจัดวางและรูปแบบการแสดงออกของผลงานศิลปะจัดวาง

ประเด็นหลักของเรื่องราวคำสาบานในสวนท้อเน้นไปที่การสาบานร่วมกันสามคนในจินหลาน ผู้วิจัยต้องการติดต่อกับชีวิตของคนสมัยใหม่ วิธีการหาเพื่อนสมัยใหม่เปลี่ยนไปและไม่มีการบูชาฟ้าดิน เพื่อนที่มีความสัมพันธ์ที่ดีโดยการเชื่อมต่อในกลุ่มวีแชท ดังนั้นจึงออกแบบฉากสแกนรหัสวีแชท ผู้วิจัยเลือกกลีบดอกท้อเป็นสัญลักษณ์ที่มองเห็นได้ของดอกท้อ เพื่อให้บุคคลมด้วยกลีบดอกท้อ ซึ่งเป็นคำอุปมาที่ดีกว่า ซึ่งแสดงถึงข้อความของดอกท้อ



ภาพที่ 11 ภาพร่างของเล่าปี่ กวนอูและเตียวหุย

ที่มา: (Li, Photographer, 2023)



ภาพที่ 12 การเรนเดอร์สามมิติของคำสาบานในสวนท้อ

ที่มา: (Li, Photographer, 2023)



ภาพที่ 13 การเรนเดอร์สามมิติของคำสาบานในสวนท้อ

ที่มา: (Li, Photographer, 2023)

บทสรุป

“ข้อความใด ๆ เป็นโครงสร้างการฝังของคำพูด ซึ่งข้อความใด ๆ คือการดูดซับและดัดแปลงจากข้อความอื่น ๆ” (Wang, 2005, p. 28) จากทฤษฎีสัมพันธบท เมื่อนำเนื้อหาที่ผู้เขียนเลือกนำมาใส่ในข้อความที่สร้างขึ้นใหม่ วัสดุส่วนหนึ่งจะได้รับความหมายที่ไม่มีในข้อความต้นฉบับอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งความแตกต่างนี้คืองานเขียนดั้งเดิมของผู้เขียน ทฤษฎีสัมพันธบททำให้ผู้วิจัยกล้าทดลองมากขึ้น การทดลองคือจุดเริ่มต้นของสำเร็จ แต่หลังจากวิเคราะห์ผลงานด้วยทฤษฎีสัมพันธบทแล้ว ทำให้ผู้วิจัยเห็นได้อย่างชัดเจนว่าผลงานชิ้นนี้มีข้อบกพร่องหลายประการ ในการสร้างสรรค์ผลงานทั้งหมดผู้วิจัยได้ซึมซับข้อความมาก รวมถึงโครงเรื่อง ความหมายแฝงทางจิตวิญญาณ และองค์ประกอบภาพจากวรรณกรรม และภาพประกอบวรรณกรรม และการสร้างสรรค์ทางศิลปะที่เกี่ยวข้องกับคำสาบานในสวนท้อ แต่อย่างไรก็ตาม ระดับการปรับปรุงใหม่ยังไม่เพียงพอ และระดับการปรับปรุงใหม่ยังสามารถนำไปสู่นวัตกรรมที่ดีขึ้นได้

References

- Chen, M. (2011). *TaoyuanJieyi*. [Painting]. Retrieved July 23, 2021. <https://auction.artron.net/paimai-art5001310027>
- Historysite. (1639). *The Peach Garden Epilogue on Glazed tiles*. Retrieved July 23, 2021. https://twgreatdaily.com/-NtJpXQBURTf-Dn5_cr3.html#google_vignette
- Li, X.Y. [Photographer]. (2023). *Positive effect of 3D renderings of Taoyuan Jieyi*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- _____. [Photographer]. (2023). *Side effects of 3D renderings of TaoyuanJieyi*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- _____. [Photographer]. (2023). *Sketch of Liu Bei, Guan Yu and Zhang Fei*. [Photo]. Burapha University. [In Thai]
- Luo, G. Z. (2009). *The History of The Three Kingdoms*. National Library Press.
- Qiao, G. H. (2006). *A Study On The Illustrations Of Novels and Dramas Of Ming and Qing Dynasties*. Southeast University Press.
- Tie. Y. (2001). *Ming and Qing Dynasties Ornamental Identification*. Hualing Publishing House.
- Wang, J. (2005). *Intertextuality*. Guangxi Normal University Press.
- Wang, X. J. (2012). *TaoyuanJieyi*. [Painting]. Retrieved July 23, 2021. <https://auction.artron.net/paimai-art5015260337Thai>
- Wang, Y. S. (2006). *TaoyuanJieyi*. [Painting]. Retrieved July 23, 2021. <https://auction.artron.net/paimai-art53370017>

- Ye, F. C. (2009). *Records Of The Three Kingdoms*. National library of china publishing house.
- Zhou, C. Y. (2006). *TaoyuanJieyi*. [Sculpture]. Retrieved July 23, 2021. <https://auction.artron.net/paimai-art0010980754>
- Zhou, X. H. (2002). *Ancient Novel Printcatalogue*. Academy Press.
- Zhou, Y. X. (1571). *The New Issue Corrects Ancient And Modern Sounds And Releases Popular Romance Like The Three Kingdoms biography*. Wan Juan Lou Press.

การวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนดารุสซาลาม ของหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน¹

An analysis of Brunei Darussalam Content Presentation in Thai daily newspapers

(Received: Sep 16, 2023 Revised: October 25, 2023 Accepted: December 20, 2023)

ภัทรเวช ฟุ่งเฟื่อง²

Bhathravej Fungfueng

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนดารุสซาลามของหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรูไนดารุสซาลามที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ไทยรายวันในด้านปริมาณ ประเภทของเนื้อหา และทิศทางของเนื้อหาใน 6 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย (1) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (2) ด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน (3) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (4) ด้านพระประมุข พระราชวงศ์ ผู้นำทางการเมือง (5) ด้านการกีฬา และ (6) ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์และการสาธารณสุข โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา จากหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 1 มกราคม 2559 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2561

¹งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการการสร้างความร่วมมือทางวิชาการด้านอาณานิเวศศึกษาในกลุ่มมหาวิทยาลัยในประเทศไทยและอาเซียน +4 สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

²อาจารย์ประจำสาขาวิชาอาเซียนศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: bhathravej@yahoo.com

ผลการศึกษา พบว่า ในช่วงเวลาดังกล่าวมีการนำเสนอเนื้อหาด้านสังคม และวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาเป็นประเด็นด้านเศรษฐกิจการค้า การลงทุน และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในสัดส่วนที่เท่ากัน ส่วนด้านทิศทางของเนื้อหาพบว่าการนำเสนอในทิศทางเป็นกลาง (Neutral) ในประเด็นที่เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมของบรูไนดารุสซาลาม

คำสำคัญ: บรูไนดารุสซาลาม การวิเคราะห์เนื้อหา ทิศทางการนำเสนอเนื้อหา หนังสือพิมพ์ไทย

Abstract

This research aims to analyze the content concerning Brunei Darussalam presented in Thai daily newspapers in terms of quantity, content types, and directions of content in six main areas including (1) social and cultural aspects, (2) economics, trade, and investment, (3) international relations, (4) the king, the royal family members, and the political leaders, (5) sports, and (6) science, technology, medicine, and public health. This study employed a content analysis method on the content in four Thai daily newspapers, namely Thai Rath, Daily News, Matichon, and Bangkok BizNews, from January 1, 2016, to December 31, 2018.

The study findings reveal that during the mentioned period, the Brunei Darussalam content related to social and cultural aspects was presented the most, followed by economics, trade, and investment aspects and international relations aspects at the same proportion. Also, the directions of most content related the country's social and cultural aspects were found as neutral.

Keywords: Brunei Darussalam, Content Analysis, Direction in Content Presentation, Thai Newspaper.

บทนำ

บรูไนดารุสซาลาม (Brunei Darussalam) เป็นหนึ่งในรัฐเอกราช และเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน (ASEAN) โดยชื่อบรูไนมีความหมายว่า “ดินแดนแห่งความสงบ” (Abode of peace) บรูไนเป็นประเทศที่มีรูปแบบการปกครองในระบอบ สมบูรณาญาสิทธิราชย์ที่ปกครองโดยสุลต่านในฐานะประมุขของรัฐและประมุข ฝ่ายบริหาร บรูไนตั้งอยู่ทางตอนเหนือของเกาะบอร์เนียว มีจำนวนประชากร 478,054 คน (Central Intelligence Agency, 2022, Online) ประชากร ส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมเชื้อสายมาเลย์ นับถือศาสนาอิสลามเป็นศาสนา ประจำชาติและมีระบอบการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ในลักษณะ “รัฐสุลต่าน” (Sultanate) สันนิษฐานว่าอาณาจักรโบราณของบรูไนที่มีลักษณะ เป็นรัฐอิสระและมีความเจริญรุ่งเรืองทางการค้าในดินแดนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (King & Druce, 2021) ภายหลังจากได้รับเอกราชจากอังกฤษเมื่อวันที่ 1 มกราคม 1984 จากการตกเป็นรัฐในอารักขาอาณานิคม (Colonial protectorate state) ตั้งแต่ปี 1888 บรูไนได้กลายเป็นประเทศที่มีความมั่งคั่ง และร่ำรวยจากทรัพยากรน้ำมันและปิโตรเลียม มีการปกครองโดยสุลต่าน ที่ทำให้ประชาชนได้สวัสดิการของรัฐหลายประการตั้งแต่เกิดจนถึงอายุขัย (King & Druce, 2021)

เมื่อพิจารณาองค์ความรู้เกี่ยวกับบรูไนในวงการวิชาการไทย (Chatprasert, 2018) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า บรูไนเป็นประเทศขนาดเล็ก ทั้งในด้านพื้นที่และจำนวนประชากรจึงทำให้มีบทบาทในประชาคมโลกน้อย ส่งผลต่อความสนใจในวงการวิชาการที่ค่อนข้างจำกัด ทั้งหนังสือ ตำรา และเอกสารวิชาการด้านประวัติศาสตร์ในช่วงหลังการได้รับเอกราชในปี ค.ศ. 1984 มีการกล่าวถึงบรูไนน้อยมากเช่นเดียวกับองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และการสื่อสารมวลชนโดยพิจารณาจากงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ในช่วง พ.ศ. 2552 – 2558

อันเป็นเวลาของการเตรียมตัวเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น วงการวิชาการด้านการสื่อสารกลับไม่พบว่ามีนักวิชาการหรือนักวิจัยศึกษาเกี่ยวกับบรูไนในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาประเทศอื่น ๆ ในประชาคมอาเซียนอย่างลาว กัมพูชา เวียดนาม หรือเมียนมาที่ได้รับความนิยมศึกษามากกว่า (Fungfueng, 2022, p. 10) สำหรับการนำเสนอเนื้อหาหรือข้อมูลข่าวสารอันเป็นบทบาทหน้าที่หลักของสื่อมวลชน โดยเฉพาะหน้าที่ในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับต่างประเทศ

สำหรับการนำเสนอข่าวต่างประเทศของหนังสือพิมพ์ไทยรายวันนั้น lamnirat (1994) อธิบายว่า เวลาที่หนังสือพิมพ์ให้ความสนใจนำเสนอข่าวต่างประเทศจะพิจารณาที่คุณค่าของข่าวที่นำเสนอว่าจะมีผลอย่างไรต่อผู้อ่านหรือไม่ โดยประเทศที่ได้รับความนิยมนำเสนอข่าวเป็นอันดับหนึ่งได้แก่ สหรัฐอเมริกาจากช่วงเวลาความขัดแย้งกับอิรัก ซึ่งส่งผลกระทบต่อตลาดหุ้นในประเทศและผลกระทบต่อราคาน้ำมันในตลาดโลก รองลงมาเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับประเทศกัมพูชา ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงของการเลือกตั้งในประเทศกัมพูชา ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการกำหนดนโยบายต่างประเทศของไทย

ขณะที่การนำเสนอข่าวประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนทางหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน (Na - Ranong, 2005) ช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรายวันมีการนำเสนอข่าวประเภทการเมืองภายในมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านเศรษฐกิจ และข่าวการก่อการร้าย ขณะที่ประเทศที่มีการนำเสนอมากที่สุดคือประเทศอินโดนีเซีย สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เมียนมา เวียดนาม และบรูไนเป็นประเทศที่มีการเสนอน้อยที่สุด เช่นเดียวกับการศึกษาในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับบรูไนเรื่อง Through a Western Lens: Portrayals of a 'Rising' ASEAN and its Member Countries in The New York Times ของ Bradley C. Freeman (Freeman, 2010) ที่ศึกษาการนำเสนอภาพความร่วมมือของบรรดาประเทศสมาชิกอาเซียนในหนังสือพิมพ์นิวยอร์กไทมส์ของสหรัฐอเมริกา ก็พบว่า บรูไน

เป็นประเทศที่ถูกกล่าวถึงในสัดส่วนที่น้อยที่สุดในช่วงปี ค.ศ. 2002 – 2007 สะท้อนให้เห็นความแตกต่างจากประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น ๆ ในภูมิภาคที่ได้รับการกล่าวถึงมากกว่าบรูไน

จากเหตุผลที่ระบุข้างต้นจึงจุดประเด็นการวิจัยในครั้งนี้อ่า สื่อมวลชนไทย อย่างหนังสือพิมพ์รายวันมีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรูไนอย่างไร ทั้งในด้านปริมาณ รายละเอียดเนื้อหา ตลอดจนทิศทางการนำเสนอเกี่ยวกับ ประเทศบรูไนทั้งในฐานะประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน และในฐานะ ที่บรูไนเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความโดดเด่นในด้านศักยภาพทางเศรษฐกิจ ความมั่งคั่งในด้านทรัพยากรน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ตลอดจนเป็นประเทศ ที่มีความสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็วในลักษณะใด โดยเฉพาะภายหลังการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ในวันที่ 31 ธันวาคม 2558

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรรณในดารุสชาลามที่ถูกนำเสนอในหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน ทั้งในด้านปริมาณการนำเสนอและประเภทของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอ
2. เพื่อศึกษาทิศทางของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรรณในดารุสชาลามที่ถูกนำเสนอในหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการพิจารณารวบรวมข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ไทยรายวันในช่วงวันที่ 1 มกราคม 2559 วันแรกหลังจากการเปิดประชาคมอาเซียนจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ซึ่งเป็นวันก่อนการรับตำแหน่งประธานอาเซียนของประเทศไทย รวมระยะเวลา 3 ปี

การกำหนดเลือกหนังสือพิมพ์ไทยรายวันเพื่อการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเลือกหนังสือพิมพ์รายวันที่มีการพิมพ์เผยแพร่ 800,000 ฉบับต่อวัน ดำเนินการโดยบริษัทที่มีผลประกอบการสูงสุด 4 อันดับของประเทศในปี พ.ศ. 2561 โดยพิจารณาเลือกหนังสือพิมพ์ที่เน้นนำเสนอข่าวเบา 2 ฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งมีผลประกอบการ 2,135 ล้านบาท และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีผลประกอบการ 743 ล้านบาท ตามลำดับ ส่วนหนังสือพิมพ์ที่เน้นนำเสนอข่าวหนัก 2 ฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชนซึ่งมีผลประกอบการ 642 ล้านบาท และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีผลประกอบการ 316 ล้านบาท รวมหนังสือพิมพ์เพื่อการพิจารณาเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ทั้งสิ้น 4,380 ฉบับ (365 วัน × 4 ชื่อฉบับ × 3 ปี)

สำหรับข้อมูลที่ผู้วิจัยเลือกนำมาวิเคราะห์เนื้อหา จำแนกเป็นหนังสือพิมพ์ที่ตีพิมพ์เกี่ยวกับบรรณใน จำนวน 6 ประเด็น ได้แก่ (1) ผู้นำประเทศ ประมุขของรัฐ และพระราชวงศ์ (2) เศรษฐกิจ การค้า การลงทุน (3) ความสัมพันธ์

ระหว่างประเทศ (4) สังคมและวัฒนธรรม (5) วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์ และการสาธารณสุข และ (6) การกีฬา โดยการพิจารณาข้อมูลในประเด็นดังกล่าวได้พิจารณาถึงทิศทางของการนำเสนอข้อมูลด้วยว่าเป็นการนำเสนอข้อมูลในเชิงบวก (Positive) เป็นกลาง (Neutral) หรือเชิงลบ (Negative)

การเก็บรวบรวมข้อมูลทำโดยการพิจารณาคำที่ข้อมูลในประเด็นและทิศทางที่ถูกนำเสนอ จำแนกตามข้อฉบับหนังสือพิมพ์ด้วยตารางลงรหัส (Coding sheet) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และมีการทดสอบความเชื่อมั่นของการลงรหัสข้อมูลที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลที่เชื่อถือได้ จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากตารางลงรหัสข้อมูลมาสร้างตารางแสดงค่าร้อยละ และทำการวิเคราะห์ค่าร้อยละนั้นประกอบกับการพรรณนาความด้วยหลักเหตุผล และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยในประเด็น “ด้านปริมาณการนำเสนอและประเภทของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอ”

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเนื้อหาหนังสือพิมพ์ไทยรายวันจำนวน 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน และกรุงเทพธุรกิจ ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 พบว่า หนังสือพิมพ์มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนดารุสซาลามจำนวนทั้งสิ้น 424 ชิ้น ซึ่งในแต่ละปีมีสัดส่วนการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป โดยในปี พ.ศ. 2559 เป็นปีที่มีการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 224 ชิ้น (ร้อยละ 52.83) ส่วนในปี พ.ศ. 2560 มีการนำเสนอเนื้อหาในสัดส่วนที่น้อยลงพบว่าการนำเสนอจำนวน 116 ชิ้น (ร้อยละ 27.36) ขณะที่ปี พ.ศ. 2561 มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนดารุสซาลามน้อยที่สุดจำนวน 84 ชิ้น (ร้อยละ 19.81) ดังที่นำเสนอในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนเนื้อหาข่าวหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศบรูไนดารุสซาลาม

หนังสือพิมพ์	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561
ไทยรัฐ	55 (12.97)	47 (11.08)	23 (5.42)
เดลินิวส์	58 (13.68)	31 (7.31)	30 (7.08)
มติชน	44 (10.38)	13 (3.07)	20 (4.72)
กรุงเทพธุรกิจ	67 (15.80)	25 (5.90)	11 (2.59)
รวม	224 (52.83)	116 (27.36)	84 (19.81)

เมื่อพิจารณาสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนดารุสซาลามของแต่ละหนังสือพิมพ์แบบรายปี พบว่า ในปี พ.ศ. 2559 หนังสือพิมพ์รายวันมีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศบรูไนจำนวนทั้งสิ้น 224 ชิ้น (ร้อยละ 52.83) สูงสุดในช่วงระยะเวลาที่ศึกษา โดยหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนมากที่สุดจำนวน 67 ชิ้น (ร้อยละ 15.80) รองลงมาเป็นหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ 58 ชิ้น (ร้อยละ 13.68) ขณะที่หนังสือพิมพ์ไทยรัฐพบว่าการนำเสนอจำนวน 55 ชิ้น (ร้อยละ 12.97) ในขณะที่หนังสือพิมพ์มติชนมีการนำเสนอน้อยที่สุด จำนวน 44 ชิ้น (ร้อยละ 15.80) จากจำนวนเนื้อหาทั้งหมด

สำหรับปี พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นวาระครบรอบ 1 ปี ของการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) อย่างสมบูรณ์นั้น หนังสือพิมพ์รายวันของประเทศไทยมีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศบรูไนดารุสซาลามลดน้อยลงกว่าปีที่ผ่านมา จากหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ฉบับ พบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนจำนวน 116 ชิ้น (ร้อยละ 27.36) โดยหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนมากที่สุดจำนวน 47 ชิ้น (ร้อยละ 11.08) รองลงมาได้แก่หนังสือพิมพ์เดลินิวส์นำเสนอจำนวน 31 ชิ้น (ร้อยละ 7.31) ขณะที่หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีการนำเสนอจำนวน 25 ชิ้น (ร้อยละ 5.90) ส่วนหนังสือพิมพ์มติชนพบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนในสัดส่วนที่น้อยที่สุดในรอบปี จำนวน 13 ชิ้น (ร้อยละ 3.07)

ส่วนในปี พ.ศ. 2561 ปีก่อนที่ประเทศไทยจะรับตำแหน่งประธานประชาคมอาเซียน หนังสือพิมพ์ไทยมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศบรูไนน้อยที่สุดในช่วงระยะเวลาที่ศึกษา ในปีดังกล่าวพบว่าหนังสือพิมพ์รายวันมีการหยิบยกเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนจำนวน 84 ชิ้น (ร้อยละ 19.81) หนังสือพิมพ์เดลินิวส์เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีการนำเสนอเนื้อหา最多 จำนวน 30 ชิ้น (ร้อยละ 7.08) รองลงมาเป็นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 23 ชิ้น (ร้อยละ 5.42) ส่วนหนังสือพิมพ์มติชนนำเสนอจำนวน 20 ชิ้น (ร้อยละ 4.72) ส่วนหนังสือพิมพ์

กรุงเทพมหานครมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนน้อยที่สุดในรอบปี จำนวน 11 ชิ้น (ร้อยละ 2.59)

เมื่อพิจารณาด้านเนื้อหาที่หนังสือพิมพ์ไทยรายวันนำเสนอเกี่ยวกับบรูไนในตารางสาลาม สามารถจำแนกเนื้อหาที่พบจำนวน 6 ประเด็น ประกอบด้วย ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพระประมุขหรือองค์สุลต่าน พระราชวงศ์ รวมถึงผู้นำทางการเมืองเช่น เลขาธิการอาเซียนคนปัจจุบัน ประเด็นต่อมาเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนในประเทศบรูไน ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรม ประเด็นด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนด้านการแพทย์และการสาธารณสุข ประเด็นสุดท้ายเป็นประเด็นด้านการกีฬา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับบรูไนและโดดเด่นมากที่สุดอันดับแรกเป็นประเด็นเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของบรูไนซึ่งมีการนำเสนอในประเด็นที่หลากหลาย ทั้งความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแต่ละด้าน เช่น วัฒนธรรมอาหาร การแต่งกาย การอยู่อาศัย ค่านิยมที่รักในครอบครัว กตัญญูต่อบิดามารดา เครื่องครัดในศาสนา และอาศัยรวมกันเป็นครอบครัวใหญ่นอกจากนี้ยังมีระบบการบริหารราชการที่มีความโปร่งใส และคุณภาพของการศึกษาของประเทศที่มีความเข้มแข็งสามารถเป็นแบบอย่างของหลายประเทศในอาเซียนรวมถึงประเทศไทย

ประเด็นต่อมาที่หนังสือพิมพ์ไทยนิยมนำเสนอเกี่ยวกับบรูไนตลอดระยะเวลา 3 ปีหลังการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนแล้วเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับด้านเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุน เนื้อหาด้านนี้สะท้อนว่าบรูไนในฐานะที่เป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจเข้มแข็งและมีความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจกับประเทศอื่น ๆ บรูไนถูกนำเสนอในฐานะประเทศที่เข้าร่วมข้อตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจกับประเทศอื่น ๆ ในโลก เช่น ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชียแปซิฟิก (TPP) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชียแปซิฟิก (APEC)

รวมถึงเป็นประเทศที่มีกำลังซื้อสูงและเป็นตลาดในการส่งออกผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตชาวไทย หรือเป็นแหล่งลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เช่นเดียวกับการเป็นตลาดแรงงานที่สำคัญของแรงงานชาวไทย

รองลงมาเป็นประเด็นด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในฐานะที่บรูไนเป็นตัวแสดงระดับรัฐ (State actor) ที่เกี่ยวข้องกับข้อพิพาททางทะเลกับประเทศจีนบริเวณทะเลจีนใต้ (South China Sea) บรูไนถูกนำเสนอในฐานะหนึ่งในประเทศผู้เรียกร้องและอ้างสิทธิ์ในพื้นที่ทางทะเลที่จีนกล่าวอ้างเป็นเจ้าของพื้นที่ เช่นเดียวกับประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนอย่างฟิลิปปินส์ เวียดนาม และมาเลเซียที่เป็นผู้อ้างสิทธิ์ร่วมกัน ในประเด็นนี้หนังสือพิมพ์ได้นำเสนอว่าบรูไนเป็นประเทศที่ “สงวนท่าที” ต่อการอ้างสิทธิ์ตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทางทะเล เช่นเดียวกับการประเมินการเจรจาระดับทวิภาคีและการบรรลุนั้นตามทิศทางระหว่างจีนและประเทศต่าง ๆ ว่าด้วยเรื่องข้อพิพาททะเลจีนใต้ว่าเป็นเพียงข้อขัดแย้งระหว่างประเทศจีนและประเทศอื่น ๆ ไม่ใช่ข้อขัดแย้งระหว่างประชาคมอาเซียน

ขณะที่ประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับพระประมุข พระราชวงศ์ รวมถึงผู้นำทางการเมืองซึ่งถูกนำเสนอเป็นลำดับที่ 4 นั้น ส่วนมากกล่าวถึงสมเด็จพระราชาธิบดีสุลต่านในฐานะพระประมุขและ “ราชมิตร” ของพระราชวงศ์ไทยกับราชวงศ์บรูไน ส่วนในฐานะผู้นำรัฐบาลถูกนำเสนอในฐานะที่ทรงปฏิบัติพระราชกรณียกิจเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศกับประเทศมหาอำนาจหรือผู้นำทางทหารของกองทัพ ทั้งยังมีการเผยให้เห็นความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นกับชนชั้นนำทางเศรษฐกิจของไทยจากการเสด็จร่วมโครงการการกุศลที่บริษัทเอกชนจัดขึ้นและทูลเชิญเสด็จร่วมงาน พร้อมด้วยสมาชิกในพระราชวงศ์พระองค์อื่น ๆ

เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรูไนที่ถูกนำเสนอรองลงเป็นอันดับที่ 5 เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับด้านการกีฬา โดยบรูไนถูกนำเสนอในฐานะประเทศผู้ให้ความร่วมมือกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคที่จัดส่งนักกีฬาเข้าร่วมชิงชัยในแต่ละการแข่งขัน เช่น กีฬาซีเกมส์ การแข่งขันฟุตบอลเยาวชนอาเซียน อาเซียนพาราเกมส์ อาเซียนสกูลเกมส์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามการนำเสนอเนื้อหาด้านการกีฬา

ของบรูไนในหนังสือพิมพ์ไทยพบว่าหนังสือพิมพ์บางฉบับนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนในฐานะ “ผู้พ่ายแพ้” ต่อเกมกีฬาหรือแม้กระทั่งมีสถานะเป็น “ประเทศที่ไม่สามารถคว้าเหรียญรางวัล” ในเกมกีฬากับบรรดาประเทศอื่น ๆ เสมอ ส่วนกีฬาที่บรูไนมักเป็นที่นิยมถูกนำเสนอในหนังสือพิมพ์ ได้แก่ โปโล ฟุตบอล และเซปักตะกร้อ

สำหรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรูไนที่ถูกนำเสนอน้อยที่สุดในหน้าหนังสือพิมพ์ไทยในช่วงเวลาที่ศึกษานั้นเป็นเนื้อหาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์และการสาธารณสุข โดยเนื้อหาเกี่ยวกับการแพทย์และการสาธารณสุขนำเสนอว่า ในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสซิกาบรูไนเป็นประเทศที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่มีผู้ติดเชื้อต่ำเนื่องจากการควบคุมคัดกรองที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการผลักดันโครงการด้านสุขภาพของภาคประชาชน ส่วนสำหรับประเด็นด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี บรูไนถูกนำเสนอในฐานะประเทศที่มีความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการพัฒนาระบบดิจิทัลที่เก็บรวบรวมข้อมูลทางการเกษตรและขยายผลไปสู่การต่อยอดกับเกษตรกรของประเทศ

หากพิจารณาการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเด็นตามข้อฉบับหนังสือพิมพ์นั้นพบว่า หนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีการนำเสนอเนื้อหาในประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรม ประเด็นด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ประเด็นเรื่องพระมหากษัตริย์ พระราชวงศ์ และผู้นำประเทศ และประเด็นด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์และการสาธารณสุข ตามลำดับ

ขณะที่หนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านกีฬามากที่สุดเพียงประเด็นเดียว ในขณะที่ประเด็นอื่น ๆ ได้แก่ พระมหากษัตริย์ พระราชวงศ์ และผู้นำประเทศ ประเด็นด้านเศรษฐกิจ ประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรม ประเด็นด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และประเด็นด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์และการสาธารณสุข มีสัดส่วนปริมาณรองจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์

ด้านหนังสือพิมพ์กรุงเทพมหานครธุรกิจมีการนำเสนอเนื้อหาด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน ในปริมาณที่สูงที่สุดกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น เช่นเดียวกับ ประเด็นด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์และการสาธารณสุข รองลงมา เป็นประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรม ประเด็นด้านพระมหากษัตริย์ ผู้นำและพระราชวงศ์ ส่วนประเด็นด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และด้านการกีฬา หนังสือพิมพ์กรุงเทพมหานครมีการนำเสนอในสัดส่วนที่น้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ

หนังสือพิมพ์มติชนเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหา ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบรูไนดารุสซาลามในปริมาณที่น้อยที่สุด เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์ข้อฉบับอื่น ๆ โดยในประเด็นที่หนังสือพิมพ์มีการนำเสนอ มากที่สุด ได้แก่ ประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรม ประเด็นด้านความสัมพันธ์ ระหว่างประเทศ ขณะที่ประเด็นด้านเศรษฐกิจและประเด็นด้านการกีฬา มีสัดส่วนที่เท่ากัน ประเด็นด้านพระประมุข และพระราชวงศ์ ส่วนเนื้อหา ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์และการสาธารณสุขเป็นประเด็น ที่หนังสือพิมพ์มีการนำเสนอในระหว่าง 3 ปีที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยในประเด็น “ทิศทางของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรูไน ดารุสซาลามที่นำเสนอ”

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบรูไนดารุสซาลามใน 4 ชื่อ หนังสือพิมพ์รายวันระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 พบว่า ทิศทางการนำเสนอ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรูไนในหนังสือพิมพ์ไทยรายวันส่วนใหญ่มีการนำเสนอ ในทิศทางที่เป็นกลาง (Neutral) มากที่สุด รองลงมาเป็นการนำเสนอเนื้อหา เกี่ยวกับบรูไนในทิศทางบวก (Positive) และมีสัดส่วนเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับ บรูไนในเชิงลบ (Negative) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า หนังสือพิมพ์ไทยมีทิศทางที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรูไน ในแต่ละประเด็นซึ่งเน้นไปที่เนื้อหาในทิศทางเป็นกลางมากที่สุด จำนวน 262 ชิ้น

(ร้อยละ 61.79) จากจำนวนเนื้อหาทั้งหมด โดยตลอดระยะเวลา 3 ปี หลังการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนในทิศทางที่เป็นกลางมากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ทิศทางการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับประเทศบรูไนในดารุสซาลามของหนังสือพิมพ์ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 จำแนกตามประเด็นที่นำเสนอ

ประเด็นที่นำเสนอ	ทิศทางการนำเสนอเนื้อหา		
	ทิศทางบวก	ทิศทางเป็นกลาง	ทิศทางลบ
ผู้นำประเทศ ประมุขของรัฐ และพระราชวงศ์	24 (5.66)	31 (7.31)	0 (0.00)
เศรษฐกิจ การค้า การลงทุน	43 (10.14)	58 (13.68)	8 (1.89)
ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	13 (3.07)	58 (13.68)	3 (0.71)
สังคมและวัฒนธรรม	49 (11.56)	70 (16.51)	4 (0.94)
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์และการสาธารณสุข	5 (1.18)	5 (1.18)	2 (0.47)
การกีฬา	3 (0.71)	40 (9.43)	8 (1.89)
รวม	137 (32.31)	262 (61.79)	25 (5.90)

สำหรับประเด็นที่ถูกนำเสนอในทิศทางเป็นกลาง (Neutral) มากที่สุด ได้แก่ ประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรม หรือจำนวน 70 ขึ้น (ร้อยละ 16.51) โดยเนื้อหาด้านวัฒนธรรมที่มีการนำเสนอจะเกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านสังคม ค่านิยม ตลอดจนวัฒนธรรมต่าง ๆ ของบรูไน เช่น วัฒนธรรมมลายู วัฒนธรรมการกิน ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ การบริหารประเทศ ที่อิงกับหลักศาสนา การเป็นประเทศที่ใช้กฎหมายอิสลาม การได้รับสวัสดิการ และการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยของประเทศ

เนื้อหาในทิศทางเป็นกลางที่มีการนำเสนอในสัดส่วนเท่ากัน จะเป็น ประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และเนื้อหา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยเนื้อหาด้านเศรษฐกิจที่ถูกนำเสนอ ด้วยทิศทางเป็นกลางนั้นมักเป็นประเด็นการมีส่วนร่วมบนเวทีความร่วมมือ ระหว่างมหาอำนาจทางเศรษฐกิจโลก สะท้อนให้เห็นว่าบรูไนเป็นตลาด ในการส่งออกสินค้าของประเทศไทย ทั้งยังไม่ปรากฏตัวเลขแรงงานผิดกฎหมาย เช่นเดียวกับการเป็นประเทศที่ต่างชาติเข้าไปลงทุนอย่างต่อเนื่อง เช่น สิงคโปร์ จีน ไทย และเกาหลีใต้ เป็นต้น

เนื้อหาด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ถูกนำเสนอในทิศทาง เป็นกลาง บรูไนถูกนำเสนอในฐานะหนึ่งในผู้เรียกร้องสิทธิในกรณีพิพาท ทางทะเลในพื้นที่ทะเลจีนใต้กับประเทศจีน การพบกันระหว่างผู้นำของประเทศ กับประเทศมหาอำนาจของโลกอย่างสหรัฐอเมริกาในสมัยรัฐบาลประธานาธิบดี โอบามาและประธานาธิบดีสีจิ้นผิงของจีน และประธานาธิบดีสิงคโปร์

ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับด้านการกีฬา เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการรายงาน ข้อเท็จจริงและข่าวที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการแข่งขันประเภทต่าง ๆ ของบรูไน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแม้บรูไนจะเป็นประเทศที่มีความเข้มแข็ง ด้านเศรษฐกิจ เป็นรัฐขนาดเล็กที่จำนวนประชากรไม่มากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ในภูมิภาค หากแต่ยังเป็นประเทศที่มีการสนับสนุนด้านการกีฬาอย่างต่อเนื่อง มาโดยตลอด

สำหรับ “ทิศทางบวก” (Positive) ที่ถูกนำเสนออันดับรองลงมา ในหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรายวันที่น่าเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนดารุสซาลาม พบว่า ในช่วง 3 ปีหลังการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนมีการนำเสนอเนื้อหา ทิศทางเชิงบวกต่อประเทศบรูไนทั้งสิ้น 137 ชิ้น (ร้อยละ 32.31) โดยมี หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจเป็นหนังสือพิมพ์ที่น่าเสนอเนื้อหาในทิศทางบวก มากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และ หนังสือพิมพ์มติชนตามลำดับ

โดยทิศทางด้านบวกมากมักปรากฏอยู่ที่เนื้อหา ด้านสังคมและ วัฒนธรรมซึ่งถูกนำเสนอโดยหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ โดยเป็นการนำเสนอ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของประเทศบรูไน ในฐานะ ประเทศที่มีความร่ำรวยและเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ เช่นเดียวกับความรุ่มรวย ทางศิลปะวัฒนธรรมที่มีรูปแบบที่หลากหลาย เนื่องมาจากในอดีตพื้นที่บริเวณนี้ เคยเป็นรัฐทางการค้าและศูนย์กลางในการเผยแพร่ศาสนาอิสลามในหมู่เกาะ มลายูตะวันออก

ขณะที่บรูไนในปัจจุบันยังเป็นที่รู้จักกันในฐานะรัฐที่ร่ำรวย มีการจัดอันดับ ว่าประชาชนในประเทศมีค่าเฉลี่ยความสุขสูง ขณะที่ค่าครองชีพและค่าสาธารณูปโภค ที่ไม่สูงมากนัก มีระบบส่งเสริมสุขภาพและระบบการศึกษาที่ดีอันดับต้น ของอาเซียน เพราะการกำหนดและดำเนินนโยบายทางการศึกษาอย่างเคร่งครัด ทำให้บรูไนมีสถานะเป็นแบบอย่างให้กับประเทศไทยในการพัฒนาระบบ การศึกษาอีกด้วย ทั้งนี้ยังมีการนำเสนอเนื้อหาทิศทางบวกให้กับประเทศบรูไน ในประเด็นที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ บรูไนถูกนำเสนอในฐานะการเป็นประเทศที่มีบทบาท ในเวทีเศรษฐกิจระดับโลกในฐานะหุ้นส่วนและคู่เจรจา และยังเป็นประเทศ ที่เหมาะกับการลงทุนหรือหาผลกำไรของผู้ประกอบธุรกิจและนักลงทุนชาวไทย

ส่วนประเด็นที่เกี่ยวข้องกับด้านสถาบันกษัตริย์ของบรูไนก็ถูกสื่อไทย หยิบยกมากล่าวถึงอยู่บ่อยครั้งในฐานะภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศ โดยประเด็นที่ถูกหยิบมานำเสนอเป็นเรื่องการเป็นสุลต่านผู้นำที่ให้ความสำคัญ

กับการลงทุนทางด้านการศึกษาในฐานะทุนมนุษย์ ความมั่นคงของสถาบันกษัตริย์ ผ่านการนำเสนอเหตุการณ์การฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี ซึ่งบรูไนเป็นประเทศเพียงไม่กี่ประเทศในโลกที่ยังคงระบอบการปกครองด้วยระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์

สำหรับเนื้อหา “ทิศทางลบ” (Negative) ที่ปรากฏจากการเก็บรวบรวมข้อมูลตลอด 3 ปี พบว่า มีเพียง 25 ชิ้น (ร้อยละ 5.90) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับการนำเสนอในทิศทางอื่น ๆ โดยหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอเนื้อหา ด้านลบให้กับประเทศบรูไนมากที่สุดคือหนังสือพิมพ์กรุงเทพรธุรกิจ รองลงมาคือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ขณะที่หนังสือพิมพ์มติชน มีการนำเสนอเนื้อหาทิศทางลบน้อยที่สุด พบเพียงหนึ่งชิ้นเท่านั้น

เป็นที่สังเกตได้ว่า ประเด็นที่บรูไนดารุสซาลามถูกนำเสนอในทิศทางลบ ในแทบจะทุกประเด็นที่นำเสนอ ได้แก่ เนื้อหาในประเด็นด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน ประเด็นด้านการกีฬา ประเด็นด้านสังคมวัฒนธรรม ประเด็นด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และประเด็นด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์และการสาธารณสุข ทั้งนี้เนื้อหาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพระประมุขสุลต่าน ตลอดจนพระราชวงศ์กลับไม่ถูกนำเสนอในทิศทางลบเลยแม้แต่นิดเดียว

เนื้อหาในประเด็นด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนที่ถูกจัดอยู่ในทิศทางลบ มีเนื้อหาระบุว่าบรูไนเป็นประเทศในฐานะคู่แข่งทางเศรษฐกิจ และมีแนวโน้มว่าจะได้ผลประโยชน์มากกว่าไทย เช่นเดียวกับเนื้อหาที่ระบุว่าแม้บรูไนจะเป็นหนึ่งในสมาชิกข้อตกลงยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ แต่เมื่อเทียบกับประเทศไทยนับว่า “ไม่ได้มีแต้มต่อมากไปกว่าไทย” ถึงยังมีการนำเสนอว่าความเป็นจริงที่ว่าบรูไนเป็นประเทศที่มีความมั่งคั่งทางการเงินการคลัง แต่ก็เป็นประเทศมีความพร้อมน้อยมากสำหรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ เมื่อราคาน้ำมันโลกตกต่ำบรูไนก็จะประสบกับปัญหาทางการเงินเนื่องจากมีความเจริญทางเศรษฐกิจที่ช้ากว่าประเทศไทย เป็นต้น

ในประเด็นด้านการกีฬามีสัดส่วนการนำเสนอในทิศทางลบในสัดส่วนเท่ากับเนื้อหาที่เป็นลบในด้านเศรษฐกิจ มีการนำเสนอว่าบรูไนเป็นประเทศที่ “ไม่สามารถเอาชนะ” ในการแข่งขันกีฬาประเภทใดได้เลย การพาดหัวข่าวหรือหัวข้อข่าวที่นำเสนอ นั้นมักจะปรากฏการนำเสนอเนื้อหาในด้านนี้ด้วยถ้อยคำภาษาข่าว ในลักษณะด้อยค่าประเทศบรูไน เช่น *นักเตะนักเรียนทุบเด็กบรูไนขาดลอย โตะเล็กจัดหนักถล่มบรูไนยับ* *แข่งไทยเชือดบรูไนหวุดเป็นต้น*

ส่วนเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ถูกนำเสนอในทิศทางลบ ด้วยการหยิบยกเอาระบบสาธารณสุขปโคชันพื้นฐานของบรูไนมาเปรียบเทียบกับประเทศไทย ได้แก่ คุณภาพของถนนหนทางยังไม่ดีมากนักและยังมีความสามารถในการผลิตไฟฟ้าที่ลดลง ทั้งยังมีการวิเคราะห์และคาดการณ์ถึงฐานที่มั่นของกลุ่มไอเอสหรือกลุ่มรัฐอิสลาม (Islamic State) ว่าน่าจะต้องเป็นดินแดนที่มีคนมุสลิมอาศัยอยู่โดยเฉพาะมุสลิมนิกายสุหนี่ซึ่งหมายรวมถึงบรูไนด้วย นอกจากนี้ยังมีการพูดถึงประเด็นด้านเสรีภาพของสื่อมวลชนที่นำเสนอว่า บรูไนเป็นประเทศที่มีการจำกัดเสรีภาพของสื่อผ่านการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการการควบคุมสื่ออย่างเข้มงวด

สำหรับด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แม้ว่าจะปรากฏการนำเสนอเนื้อหาในทิศทางลบไม่มาก หากแต่สะท้อนให้เห็นภาพด้านลบเช่นกัน เป็นต้นว่า บรูไนเป็นประเทศที่มีความขัดแย้งกับประเทศจีนเรื่องข้อพิพาททางทะเล แต่บรูไนก็เป็นประเทศที่ “ไม่ได้มีบทบาท” และเป็นประเทศที่มีสถานะ “สงบเสงี่ยม” เป็นประเทศที่ “เล็ก” เกินกว่าจะสู้แย้งชิงกับประเทศมหาอำนาจอย่างจีนได้ ทั้งนี้เนื้อหาในทิศทางลบที่ถูกพบน้อยที่สุดในตลอดช่วงเวลา พ.ศ. 2559 – 2561 เป็นเนื้อหาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีฯ ซึ่งมีการนำเสนอว่าบรูไนยังเป็นประเทศที่ไม่ค่อยมีนวัตกรรม เป็นเพียงฐานของปิรามิดและเป็นตลาดหรือวัตถุดิบให้กับประเทศอื่น ๆ เพียงเท่านั้น

อภิปรายผลการวิจัย

การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนในประเด็นที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับประเทศไทย

สำหรับสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาจะเห็นได้ว่าการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรูไนในหนังสือพิมพ์ไทยรายวันระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 มีการนำเสนอในสัดส่วนปริมาณเนื้อหาที่สามารถนับได้แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ในปีแรก พ.ศ. 2559 มีสัดส่วนสูงถึง 224 ชิ้น ในปีต่อมา พ.ศ. 2560 พบการนำเสนอเนื้อหาเพียง 116 ชิ้น ซึ่งลดลงเกือบครึ่งหนึ่ง ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2561 อันเป็นปีก่อนการที่ประเทศไทยจะรับตำแหน่งประธานอาเซียน พบว่าหนังสือพิมพ์นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนเพียง 84 ชิ้น หรือลดลงเกือบสามเท่าตัวจากปีแรก หากพิจารณาจากการศึกษาที่ผ่านมาจะเห็นว่าการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนทั้งจากสื่อมวลชนในประเทศและต่างประเทศกลับนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนในสัดส่วนที่น้อยมาก ดังที่การศึกษาของ Na-Ranong (2005) ที่พบว่าในเดือนมกราคม - มิถุนายน พ.ศ. 2547 บรูไนถูกนำเสนอเนื้อหาเพียงแค่ 1 ชิ้นเท่านั้น เช่นเดียวกับการศึกษาของ Freeman (2010) ที่พบว่าในช่วงปี ค.ศ. 2002 – 2007 (2545 - 2550) หนังสือพิมพ์ของสหรัฐอเมริกา นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนน้อยที่สุด สะท้อนความต่างอย่างมากเมื่อเทียบกับการนำเสนอเนื้อหาประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยตีความว่า ปริมาณการนำเสนอดังกล่าวอาจจะเป็นเพราะช่วงเวลาในการนำเสนอนั้นความเข้มข้นหรือคุณค่าต่อการรับรู้ (Shoemaker, 1991) ของบริบทการเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน เป็นปีแรกในปี พ.ศ. 2559 สื่อมวลชนจึงมีหน้าที่ในการสร้างความรู้ความเข้าใจข้อมูลของประเทศสมาชิกอาเซียนกับประชาชน อาจจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สื่อมวลชนค่อนข้างให้น้ำหนักและนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรูไนในฐานะประเทศสมาชิกอาเซียนก็อาจเป็นไปได้ ทั้งนี้เมื่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนเสร็จสมบูรณ์กระแสความนิยมหรือการกล่าวถึงเริ่มลดน้อยลง การให้ความสำคัญกับพื้นที่ข่าวหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศอย่างบรูไนก็กลับลดสัดส่วนลงตามไปด้วย

ขณะที่เนื้อหาที่ถูกนำเสนอ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า สื่อมวลชนไทยรับรู้และนำเสนอภาพบรูไนใน 6 มิติประกอบด้วย ด้านสถาบันหลักของประเทศ หรือสุลต่านและสมาชิกพระราชวงศ์ ด้านเศรษฐกิจ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์และการสาธารณสุข และด้านการกีฬา โดยแต่ละด้านมีการให้น้ำหนักและทิศทางการนำเสนอที่ค่อนข้างแตกต่างกัน ในแง่นี้สะท้อนว่าหนังสือพิมพ์มีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการรายงานความเคลื่อนไหวของสังคมโลก (Bunsiriphan, 2013) ไม่เพียงทำหน้าที่รายงานข่าว หากแต่ยังรวมถึงเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนในมิติที่หลากหลาย

เนื้อหาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรมของบรูไน เป็นเนื้อหาที่มีการนำเสนอสูงสุดในรอบ 3 ปี เมื่อพิจารณาการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรมจะพบประเด็นปลีกย่อยที่ค่อนข้างหลากหลาย วัฒนธรรมอาหาร การแต่งกาย ค่านิยมหลักของคนบรูไน สื่อมวลชน การปกครอง และระบบกฎหมายอิสลาม ทั้งนี้การนำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของบรูไนของสื่อมวลชนไทยต่างก็สอดคล้องกับกลไกความร่วมมือทางสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนที่ระบุเอาไว้ในแผนการจัดตั้งประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community Blueprint)

นอกจากนี้การนำเสนอวัฒนธรรมอิสลามซึ่งเป็นวัฒนธรรมร่วมในภูมิภาค ทั้งวัฒนธรรมที่สะท้อนอุดมการณ์ความเป็นชาย คณตรีพื้นบ้านที่มีร่วมกันระหว่างประเทศไทยและบรูไนย่อมแสดงให้เห็นว่าเนื้อหาประเภทนี้ย่อมมีอิทธิพลให้สื่อมวลชนหยิบยกมานำเสนอเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์หรือความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม (Cultural proximity) (Shoemaker & Vos, 2009) ทั้งยังสร้างค่านิยมทางสังคมวัฒนธรรม (Socio – cultural values) ร่วมกันของประเทศไทยและบรูไนที่สื่อมวลชนต่างเล็งเห็นอิทธิพลและความเชื่อมโยง (Intra-country issues related) ในประเด็นดังกล่าวและนำเสนอต่อสาธารณชน

สำหรับเนื้อหาด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนของบรูไนถูกนำเสนอในฐานะที่เป็นประเทศเล็ก แต่มีโครงสร้างเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง เปิดกว้างในการสร้างมิตรทางเศรษฐกิจกับมหาอำนาจของโลก และเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมในการทำธุรกิจของคนไทย ทั้งนี้จากผลการวิเคราะห์เนื้อหาในการนำเสนอประเด็นทางด้านเศรษฐกิจในสัดส่วนที่สูงนี้ เผยให้เห็นการทำงานของบรรณาธิการที่หยิบเอาบริบทในโลกความเป็นจริงที่เกิดขึ้นมานำเสนอ (Chang & Lee, 1992: Nam, 1970: Hester, 1973) โดยประเด็นที่เกี่ยวกับความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศยังคงเป็นปัจจัยที่คงมีอิทธิพลต่อการเลือกนำเสนอเนื้อหาข่าวต่างประเทศของสื่อมวลชนมาโดยตลอด (Chang, Shoemaker & Brendlinger, 1978)

เช่นเดียวกับเนื้อหาด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ถูกนำเสนอในช่วง 3 ปี สะท้อนให้เห็นว่า การเลือกข่าวต่างประเทศมานำเสนอยังคงให้ความสำคัญกับบริบทเป็นสำคัญ (Context – oriented) พิจารณาจากด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่มีการรายงานข้อเท็จจริงและบทวิเคราะห์ของบรรดานักวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวกับบรูไนเป็นหนึ่งในประเทศที่เกี่ยวข้องกับข้อพิพาทพื้นที่ทางทะเลกับประเทศจีนและมีสถานะเป็นหนึ่งในประเทศ “ผู้อ้างสิทธิ์” ในกรณีพิพาทครั้งนี้

ผลการศึกษาครั้งนี้ใกล้เคียงกับคำอธิบายของ Østgaard (1965) ที่กล่าวถึงในการศึกษาเรื่อง Factors Influencing the Flow of News ที่อธิบายว่า คุณลักษณะเฉพาะตัวของประเทศต่าง ๆ นับว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยในการพิจารณาข่าวต่างประเทศของสื่อมวลชนได้เช่นกัน โดยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับพระราชวงศ์ของบรูไน ทั้งข่าวการเสด็จพระราชดำเนินมาประเทศไทย การนำเสนอภาพข่าวการออกรับผู้นำต่างประเทศ พระราชกรณียกิจของสุลต่าน และพระราชวงศ์ที่ถูกนำเสนอเป็นอันดับ 3 ของประเภทเนื้อหาทั้งหมด ในประเด็นดังกล่าวนี้ผู้วิจัยตีความว่า อาจมีความเป็นไปได้ที่ความเหมือนกันของบริบทการทำงานของสื่อของประเทศไทยและบรูไนที่มีสถาบันกษัตริย์

เช่นเดียวกันนั้น การนำเสนอเนื้อหาของสุลต่านและพระราชวงศ์ จึงถูกหยิบมานำเสนอบ่อยครั้ง ยิ่งไปกว่านั้นการนำเสนอเนื้อหาในประเด็นดังกล่าวนี้ ไม่มีการนำเสนอในทิศทางที่เป็นลบแม้แต่ขึ้นเดียว ปรากฏการณ์ดังกล่าว ยิ่งเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะเฉพาะของประเทศที่เป็นปัจจัยในการพิจารณานำเสนอเนื้อหาของประเทศบรูไนจากสายตาสื่อมวลชนไทยอีกด้วย

ทิศทางการนำเสนอสะท้อนว่าบรูไนเป็น “บ้านนอกสายตา-คนบ้านไม่ใกล้เคียง”

เมื่อพิจารณาตามแต่ละทิศทางที่ถูกนำเสนอจะเห็นว่า การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนเกินกว่าครึ่งของจำนวนเนื้อหาทั้งหมดเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นกลาง (Neutral) มากที่สุดมาโดยตลอดระยะเวลา 3 ปี แสดงให้เห็นว่า สื่อมวลชนไทยมีการนำเสนอเนื้อหาได้เป็นกลาง การนำเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลจึงมีลักษณะไม่ได้ใสอคติหรือความคิดเห็นลงไปในเรื่องหา

เนื้อหาที่ถูกนำเสนอในทิศทางเป็นกลางมากที่สุดเป็นเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศบรูไน รองลงมาเป็นประเด็นด้านเศรษฐกิจและเนื้อหาด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับด้านการกีฬา พระประมุขและพระราชวงศ์ และวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีทางการแพทย์และสาธารณสุขมีปริมาณน้อยลงมาตามลำดับ การนำเสนอเนื้อหาแบบเป็นกลางนี้อาจสะท้อนให้เห็นมุมมองของสื่อมวลชนไทยที่มีจุดยืนเป็นกลางกับประเทศบรูไน ผิดจากการทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์นิวส์สตรีทโทมส์ของสิงคโปร์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านปัญหาการเมืองภายในของประเทศไทยซึ่งเป็นเนื้อหาทิศทางลบในช่วงต้นปี พ.ศ. 2557 สะท้อนให้เห็นการทำงานภายใต้ข้อจำกัดของการควบคุมนโยบายด้านสื่อมวลชนของสิงคโปร์ที่มีความเข้มงวด (Thongpumpрукsa, 2014) แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนไทยทำหน้าที่อย่างเป็นกลางและนำเสนอ

เนื้อหาในกรณีบุรุษได้อย่างอิสระ แต่นโยบายการควบคุมการทำงานสื่อนโยบายด้านการต่างประเทศของไทยไม่ได้มีอิทธิพลต่อการกำหนดการนำเสนอเนื้อหาของสื่อมวลชน

ขณะที่ทิศทางที่ถูกนำเสนอรองลงมาเป็นการนำเสนอในทิศทางบวกส่วนใหญ่ยังคงนำเสนอทิศทางดังกล่าวนี้ในเนื้อหาประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรม ขณะที่ประเด็นด้านเศรษฐกิจที่นับว่าเป็นเนื้อหาที่ได้รับการนำเสนอในเชิงบวก ที่นิยมกล่าวถึงความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ร่ำรวยจากทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างน้ำมันปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ และมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ดี

จากผลการศึกษาข้างต้นทำให้พอสรุปได้ว่าปัจจัยด้านค่านิยมทางวัฒนธรรม (Socio – cultural values) และความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม (Cultural proximity) (Shoemaker, 1991) ยังคงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกนำเสนอทิศทางของเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้การใช้น้ำเสียงหรือลีลาใช้ภาษาในข่าวหรือเนื้อหาเพื่อแสดงความชื่นชม ยินดี และใช้เป็นแบบอย่างการพัฒนาประเทศไทยได้ในแง่หนึ่งแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ไทยมีการเลือกเอาลักษณะสำคัญของทางสังคมบางประการ (Shoemaker & Cohen, 2006) เป็นต้นว่า ความสำคัญทางวัฒนธรรมและความสำคัญทางเศรษฐกิจเพื่อเลือกนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบุรุษในช่วงเวลาดังกล่าวอีกด้วย

เช่นเดียวกันกับประเด็นด้านพระมหากษัตริย์ที่ถูกนำเสนอแม้ว่าจะมีจำนวนที่ไม่ได้มีเนื้อหาสูงสุด แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าเนื้อหาไม่มีการนำเสนอในทิศทางลบเลยแม้แต่ชิ้นเดียว ผู้วิจัยตีความว่า เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่กล่าวถึงสถาบันพระมหากษัตริย์แม้ว่าจะเป็นรัฐสุลต่าน แต่โดยธรรมชาติแล้วสื่อมวลชนไทยไม่คุ้นชินกับการนำเสนอเนื้อหาในเชิงลบต่อสถาบันกษัตริย์ต่างประเทศ เพราะอาจพิจารณาถึงกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ นอกจากนี้ อาจเป็นเพราะแหล่งที่มาของเนื้อหาจากสำนักข่าวต่างประเทศของบุรุษ

ผ่าน Brunei Press Sendirian Berhad ซึ่งเป็นบริษัทที่ถือครองหุ้น โดยสมาชิกพระราชวงศ์ (Alkaff, McLellan & Noorashid, 2021) ดังนั้น ลักษณะการเป็นเจ้าของสื่อที่เป็นแหล่งข่าวที่สำคัญน่าจะเป็นผู้ควบคุม ข้อมูลข่าวสารในระดับหนึ่งก่อนแล้ว

ส่วนทิศทางการเติบโตของสื่อมวลชนไทยนำเสนอเกี่ยวกับบรูไนในดารุสซาลามนั้น แม้ว่าจะมีปริมาณที่น้อยมากเมื่อเทียบกับสัดส่วนเนื้อหาทั้งหมด แต่การนำเสนอ เนื้อหาในเชิงลบจะมีการระบุในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ เช่น การกล่าวถึง บรูไนในลักษณะที่เป็นประเทศขนาดเล็กไม่เหมาะสมกับการไปลงทุน ตั้งฐานการผลิตเพราะมีภูมิศาสตร์ขนาดเล็กจึงไม่เหมาะสม แม้ว่าจะมีโอกา สทางเศรษฐกิจที่มากกว่าประเทศไทยแต่บรูไนยังอยู่ในฐานะคู่แข่งอยู่ในที่ ขณะเดียวกันยังมีการระบุว่าบรูไนเป็นประเทศที่ไม่ค่อยมีวิจัยหรือนวัตกรรม และเป็นฐานของฟิรามิดในแง่ของตลาด ทั้งยังเป็นพื้นที่รวมตัวของกลุ่ม ผู้ก่อการร้าย

ประเด็นด้านการกีฬาที่มีการกล่าวถึงบรูไนในทิศทางการเติบโตมีการระบุว่า บรูไนเป็นประเทศที่มีแต่มีน้อยในด้านการศึกษา ทั้งด้านความสามารถ ของนักกีฬาและศักยภาพของสโมสรต่าง ๆ มักประสบกับความปราชัย ของทีมชาติบรูไนที่พ่ายแพ้ โดนกระทำจากคู่ต่อสู้ บรูไนจะถูกหยิบยก มาเปรียบเทียบกับเอเชียเมื่อนักกีฬาทีมชาติไทยเอาชนะได้

ในมิติด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แม้ว่าจะมีสัดส่วนการนำเสนอ เนื้อหาทิศทางการเติบโตในประเด็นนี้ไม่มากนักแต่ก็มีการสะท้อนให้เห็นว่า บรูไน เป็นประเทศที่ไม่ค่อยมีบทบาทในการต่อต้านหรือขัดขวางประเทศจีน แสดงท่าที สงบเสงี่ยมเพราะเป็นประเทศขนาดเล็กในภูมิภาคสิ่งที่สามารถกระทำได้ คือการแสดงความจำนงต่อมหาอำนาจเพียงเท่านั้น

ผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าแม้จะเป็นเนื้อหาด้านลบต่อบรูไน แต่เมื่อพิจารณาบทบาทการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการรายงานความเคลื่อนไหว ของสังคมโลก (Bunsiriphan, 2013) เนื้อหาที่เป็นลบต่างมีความสำคัญ

และจำเป็นต่อการรับรู้ของผู้รับสารชาวไทย จึงอาจเป็นสาเหตุของการตัดสินใจเลือกเนื้อหาดังกล่าวมานำเสนออีกเป็นได้ ส่วนลีลาการใช้ภาษาที่ดูเย้ยหยันนักกีฬาของบรูไนดังที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น แม้ว่าจะใช้คำพูดถากถางแต่ก็อาจจะเป็นเพราะหนังสือพิมพ์ที่เน้นเนื้อหาข่าวเบา (Soft newspaper) อาจทำให้การใช้ภาษาในการนำเสนอเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน (Sensational) (Bunsiriphan, 2013) ให้มีความสนใจกับเนื้อหาที่เป็นได้

การศึกษารั้ครั้งนี้ไม่เพียงแต่ให้ข้อค้นพบว่า สื่อมวลชนไทยทำหน้าที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนในฐานะประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนอย่างไร แต่จากข้อมูลดังที่ได้นำเสนอ น่าจะแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนไทยมีวิธีคิดในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศบรูไนอย่างไร การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรูไนไม่ได้สะท้อนมิติเชิงบวกกับบรูไนในฐานะประเทศที่ร่ำรวยทางเศรษฐกิจหรือน้ำมันเพียงเท่านั้น หากทว่าสื่อมวลชนไทยแสดงมุมมองเป็นกลางต่อประเทศบรูไนมากกว่าที่จะมองว่าบรูไนเป็นศัตรูคู่อาฆาตดังที่มองกัมพูชาและเมียนมา หรือประเทศอื่น ๆ ในประชาคมอาเซียน เป็นศัตรูอยู่ตลอดเวลา

อย่างไรก็ตามเนื้อหาที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ในช่วงเวลาที่ศึกษา แม้จะมีสัดส่วนที่ไม่มากนัก เช่นเดียวกับปริมาณที่ลดลงในแต่ละปี ก็สามารถสะท้อนให้เห็นว่าจุดยืนของประเทศไทยต่อบรูไน เป็นเสมือน “มันนอกสายตา” หรือประเทศเพื่อนแบบ “บ้านไม่ไกลเรือนไม่เคียง” แตกต่างจากประเทศบ้านใกล้เรือนเคียง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ไกลจากกัน ทำให้จุดยืนต่อบรูไนมีความ “เป็นกลาง” มากกว่า “บวก” และ “ลบ” ทั้งยังมีการนำเสนอบรูไนในลักษณะที่เป็น “ไม้ประดับ” หรือเป็นประเทศที่ถูกพูดถึงในเนื้อหาที่ไม่ได้เป็นผู้แสดงหลักในเนื้อหาชิ้นนั้น ๆ ซึ่งมีปริมาณไม่น้อยที่บรูไนเป็นประเทศที่จะถูกพูดถึงลำดับสุดท้าย โดยลักษณะการนำเสนอแบบนี้ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่าบรูไนเป็นประเทศนอกสายตาของสื่อมวลชนไทยดังที่ได้นำเสนอไปในข้างต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

การวิจัยนี้ให้ประโยชน์ในการทำความเข้าใจเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียนอันจะเป็นประโยชน์ในการสร้างหรือพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทราบจุดดีและจุดด้อยซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งบทเรียนและกรณีตัวอย่างสำหรับการศึกษาในอนาคตเพื่อนำมาเปรียบเทียบให้เข้าใจมุมมองของประเทศตนเอง ผ่านการทำงานของสื่อมวลชน

อย่างไรก็ดี ในบทความวิจัยนี้เรียบเรียงจากการวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ไทยรายวันเพียง 4 ชื่อฉบับเท่านั้น หากในการศึกษาในอนาคตจะมีการเพิ่มจำนวนชื่อฉบับมากขึ้นก็น่าจะเป็นการขยายพรมแดนการศึกษาที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับการเพิ่มการศึกษาประเทศเพื่อนบ้านในประชาคมอาเซียนประเทศอื่นหรือประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคที่การศึกษาน้อยหรือแทบไม่ปรากฏ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยติมอร์-เลสเต หรือติมอร์ตะวันออก รวมไปถึงการศึกษา บรรณาธิการข่าว สำนักข่าวต่างประเทศชาติว่ามีมุมมองหรือการนำเสนอเนื้อหา ทิศทางข่าวสารเกี่ยวกับประเทศบรูไนอย่างไรบ้างเพื่อขยายองค์ความรู้ด้านการศึกษาข่าวต่างประเทศให้กลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น

References

- Alkaff, S.N.H., McLellan, J. & Noorashid, N. (2021). A Comparative Media Discourse Investigation of Hard News Texts in English and Malay Language Newspapers in Brunei: The Role of Culture and Language. In: Ho, H.M.Y., Deterding, D. (Eds.), *Engaging Modern Brunei*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-33-4721-2_2
- Bunsiriphan, M. (2013). *Introduction to Journalism: Philosophy and Concepts*. Thammasat University Press. [In Thai]
- Central Intelligence Agency. (2022). *The World Factbook, 2022: Brunei, East and Southeast Asia*. Retrieved April 17, 2013. <https://www.cia.gov/theworldfactbook/about/archives/2022/countries/brunei/>
- Chang, T. K., & Lee, J. W. (1992). Factors affecting gatekeepers' selection of foreign news: A national survey of newspaper editors. *Journalism Quarterly*, 69(3), 554-561.
- Chang, T. K., Shoemaker, P. J. & Brendlinger, N. (1978). Determinants of International News Coverage in the U.S. Media. *Communication Research*, 14(4), 396-414.
- Chatprasert, N. (2018). *Brunei Darussalam After Independence: 34 years of Continuity and Change*. Thammasat University Press. [In Thai]
- Freeman, B. C. (2010). Through a western lens: Partrayals of a 'Rising' ASEAN and its member Countries in The New York Times. *The International Communication Gazette*, 72(3), 269-285. <https://doi.org/10.1177/1748048509356950>

- Fungfueng, B. (2022). A Survey of Communication Research Content about Southeast Asia and ASEAN. *Journal of BSRU-Research and Development Institute*. 7(1), 1-20. [In Thai]
- Hester, A. (1973). Theoretical Considerations in Predicting Volume and Direction of International Information Flow. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 19(4), 239-247.
- Iamnirat, P. (1994). *Factors influencing the process of selecting foreign news for publication in 4 daily Thai newspapers*. [Master's degree Thesis, Thammasat University]. [In Thai]
- King, V. K. & Druce, S. C. (2021). *Continuity and change in Brunei Darussalam*. Routledge.
- Na – Ranong, N. (2005). *The News about Neighboring Country in ASEAN Published in the Thai Daily Newspapers*. [Master's degree Thesis, Thammasat University]. [In Thai]
- Nam, S. (1970). The Flow of International News into Korea. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 16(1), 14-26.
- Østgaard, E. (1965). Factors Influencing the Flow of News. *Journal of Peace Research*, 2(1), 39–63. <https://doi.org/10.1177/002234336500200103>
- Shoemaker, P. J. (1991). *Communication Concepts 3: Gatekeeping*. Sage.
- Shoemaker, P. J. & Cohen, A. A. (2006). *News around the world: Content, Practitioners, and the Public*. Routledge.
- Shoemaker, P. J. & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping Theory*. Routledge Press.

Thongpumprueksa, K. (2014). *A presentation of Thailand in English daily newspaper: a case study of Singaporean newspaper*. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University. [In Thai]

การพัฒนาแบบฝึกการอ่านจับใจความสำคัญภาษาไทย
สำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง
The Development of Thai Reading Comprehension
exercises for Chinese students learning Thai
as a Second Language

(Received: November 9, 2023 Revised: December 20, 2023 Accepted: December 26, 2023)

LI DEXIN¹, ปฏิพันธ์ อุทยานกุล², สุกัญญา ขลิบเงิน³
LI DEXIN, Patipan Utayanugul, Sukanya Klibngern

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง 2) เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์การอ่านจับใจความสำคัญของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองโดยใช้แบบฝึกทักษะ

ผลการวิจัยพบว่า

1. แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองที่สร้างขึ้น มีประสิทธิภาพ 81.47/82.27 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80

¹นักศึกษาด้านวิชาการสอนภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย E-mail: 1300759028@qq.com

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. และคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย E-mail: yoo_patipan@hotmail.com

³อาจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการสอนภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย E-mail: love_everlasting@hotmail.com

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการอ่านจับใจความสำคัญโดยใช้เทคนิค 5W1H รวมกับแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญ ก่อนใช้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.59 คิดเป็นร้อยละ 58.63 และหลังใช้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 24.68 คิดเป็นร้อยละ 82.27 และทดสอบ t-test เท่ากับ 10.96 มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งนักศึกษาจีนมีผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

คำสำคัญ: แบบฝึกทักษะ การอ่านจับใจความสำคัญ นักศึกษาจีน ภาษาที่สอง

Abstract

The objectives of this research were 1) to create and find out the effectiveness of reading comprehension exercises for Chinese students learning Thai as a Second Language; 2) to study the results of reading comprehension achievement of Chinese students learning Thai. Thai as a second language using skill practice

The research results discovered that

(1) Reading comprehension exercises for Chinese students learning Thai as a second language has an efficiency rate of 81.47/82.27, which meets the standard criteria of 80/80;

(2) Achievement in reading comprehension employed the 5W1H technique with reading comprehension exercises. The results revealed that before using the reading comprehension exercises, the mean score was 17.59 (58.63 percent) and after using the reading comprehension exercises, the mean score was 24.68 (82.27 percent). The t-test was 10.96, which shows a statistical significance at 0.01. Therefore, this might be assumed that the Chinese students would have higher achievement after studying than before studying.

Keywords: Skill Training, Reading Comprehension, Chinese Student, Second language.

บทนำ

ภาษามีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ทั้งนี้เพราะมนุษย์ใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร แสดงความรู้สึกนึกคิดออกมาให้ผู้อื่นได้รู้ และเข้าใจในความต้องการของตน โดยเริ่มจาก การใช้ภาษาแม่ของตน ในการสื่อสาร ภาษาจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการอยู่ร่วมกันในสังคม เริ่มตั้งแต่สังคมพื้นฐานคือครอบครัว เมื่อเติบโตขึ้นก็ต้องใช้ภาษาในชุมชน ในโรงเรียน ในอาชีพและอาจกว้างไกลออกไปในสังคมโลกได้ในที่สุด Niyomtham & Niyomthonromchut (1997, p. 2) ได้กล่าวถึงความสำคัญของภาษาว่า ภาษาเป็นเครื่องมือให้มนุษย์ได้แลกเปลี่ยนความคิดที่เป็นนามธรรมต่อกัน ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อกับผู้อื่นจะมีลักษณะโดยย่อต้องอาศัยภาษาเป็นเครื่องมือ เช่น การแสดงความคิดเห็นการวางแผน การทำงานร่วมกัน เป็นต้น

ในปัจจุบันภาษาต่างประเทศเป็นเครื่องมือและทักษะสำคัญที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 เป็นอย่างมาก ซึ่งสังเกตได้จากการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ที่ส่งผลให้มนุษย์ทั่วโลกได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันเพิ่มมากขึ้น ภาษาจึงเปรียบเสมือนบันไดสำคัญในการเชื่อมโยงผู้คนเข้ากับโลก การมีความรู้ในด้านภาษาที่หลากหลาย นอกจากจะทำให้เราสามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้แล้วนั้น ผู้ที่มีทักษะทางภาษาที่ดี จะเป็นผู้ที่มีโอกาสและมีทางเลือกในชีวิตเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นโอกาสทางการศึกษา ธุรกิจ การประกอบอาชีพ วิทยาการความรู้และประโยชน์อื่น ๆ อีกนานับประการ (Sotsongsin, 2021, p. 1) ดังนั้น ผู้ที่มีความสามารถเชี่ยวชาญภาษาต่างประเทศตั้งแต่สองภาษาขึ้นไปกำลังกลายเป็นที่สนใจของตลาดแรงงาน

ปัจจุบันแต่ละประเทศได้เล็งเห็นความสำคัญของการเรียนการสอนภาษาที่สองเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เพราะหากสังคมใดไม่สามารถแปลความหมายของข้อมูลที่ได้รับจากอีกสังคมหนึ่ง ข้อมูลเหล่านั้นก็ไม่สามารถ

จะนำมาใช้ประโยชน์ได้ สังคมนั้นก็จะต้องไม่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่ติดเทียมกับสังคมอื่น ๆ นอกจากนี้ Hiranphat (2005, p. 3) ได้เสนอแนะแนวทางในการจัดการเรียนการสอน ภาษาที่สองไว้ว่า ภาษาไทยนับเป็นอีกภาษาหนึ่งที่ชาวต่างประเทศสนใจ และต้องการเรียนจำนวนมากมีสถาบันการศึกษาทั้งรัฐและเอกชนทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศต่างเปิดหลักสูตรการสอนภาษาไทยแก่ชาวต่างประเทศ และหลักสูตรไทยศึกษา ซึ่งมีเนื้อหาและจุดเด่นที่หลากหลายแตกต่างกันไป ซึ่งทักษะวิชาภาษาไทยจะประกอบด้วยทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน

ทักษะการอ่านนับได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและความสำคัญ ในชีวิตประจำวันโดยเฉพาะการอ่านจับใจความสำคัญ เพราะการอ่าน จับใจความสำคัญเป็นทักษะการอ่านขั้นพื้นฐานที่จะเข้าใจเรื่องที่อ่าน ทำให้เกิดความรู้ ความคิดผู้ที่มีความสามารถในการอ่านจับใจความสำคัญนั้น จะเข้าใจเนื้อเรื่อง และตอบคำถามจากเรื่องที่อ่านได้ ท้ายที่สุดแล้ว ผู้ที่อ่านจับใจความสำคัญได้จะเป็นคนทันสมัยและทันเหตุการณ์อยู่เสมอ สมกับการดำรงอยู่ในโลกแห่งข้อมูลข่าวสาร อีกทั้ง Wathikthinokro (1999, p. 18) กล่าวถึงความสำคัญของการอ่านจับใจความสำคัญสรุปได้ว่าการอ่านจับใจความสำคัญนั้นมีความสำคัญต่อการอ่านทั่วไป ซึ่งการอ่านที่ถูกต้อง จะช่วยให้นักเรียนประสบผลสำเร็จในการเรียน และเกิดความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องที่อ่านทำให้ได้รับรู้เรื่องราวตลอดจนความบันเทิง ดังนั้น การอ่าน จับใจความสำคัญจึงเป็นทักษะที่มีความสำคัญเพราะทำให้สามารถเข้าใจ ความหมายของเรื่องราวต่าง ๆ ที่ได้อ่านอย่างถูกต้อง รวดเร็ว ดังนั้น การอ่านจับใจความสำคัญจึงมีความเหมาะสมในการนำมาใช้จัดการเรียนรู้ ให้แก่นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายสนับสนุนการดำเนินงานด้านต่างประเทศ เพื่อให้เป็นมหาวิทยาลัยต้นแบบด้านการพัฒนาท้องถิ่นที่มีมาตรฐานของไทย ภูมิภาคและนานาชาติ จึงได้ทำการจัดการศึกษาสำหรับนักศึกษาชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะการจัดการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาชาวจีน และในขณะเดียวกัน ภาษาไทยเป็นภาษาพื้นฐานที่นักศึกษาชาวจีนควรได้รับการสอนเพื่อสามารถ สื่อสารกับผู้อื่นได้ถูกต้อง ได้แก่ การออกเสียงภาษาไทย ไวยากรณ์ภาษาไทย การพูดภาษาไทย การฟังเสียงภาษาไทย การอ่านภาษาไทย ผู้วิจัยซึ่งได้อาศัย อยู่ในประเทศไทย ได้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารภาษาไทยทั้ง 4 ทักษะ และเข้าใจถึงชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยว่ามีความจำเป็นที่ต้องใช้ ภาษาไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะชาวต่างชาติที่กำลังศึกษาอยู่ในประเทศไทย โดยเฉพาะปัญหาด้านการอ่านที่เป็นอุปสรรคในการเรียนเป็นอย่างมาก เนื่องจากการอ่านเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการเรียนรู้ในระดับที่สูงขึ้นไป เพราะหากผู้เรียนไม่สามารถอ่านจับใจความขั้นพื้นฐานได้ จะทำให้พบปัญหา ในการเรียนรู้อื่น ๆ เพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาค้นคว้าและได้พบว่า สื่อที่สามารถนำมาเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง สามารถฝึกปฏิบัติได้ตลอดเวลา คือ การใช้แบบฝึกทักษะ ซึ่ง Toiyibi (2011, p. 32) ได้กล่าวว่า แบบฝึกทักษะ สามารถให้ผู้เรียนได้ลงมือฝึกปฏิบัติจริง และพัฒนาความรู้และทักษะต่าง ๆ ของผู้เรียนจนเกิดความชำนาญ ในขณะเดียวกันผู้เรียนสามารถนำความรู้ ที่ได้ลงมือฝึกปฏิบัติไปใช้ได้อย่างถูกต้อง ดังนั้น แบบฝึกทักษะจึงเป็น สื่อการเรียนรู้อีกทางหนึ่งของผู้สอน การนำเทคนิคการตั้งคำถามแบบ 5W1H โดยการนำนิทานมาใช้ ในการสร้างแบบฝึกทักษะเพื่อให้ผู้เรียนได้ทำการวิเคราะห์ ซึ่ง Charoenwongsak (2021, p. 95) อธิบายว่าการคิดเชิงวิเคราะห์แท้จริง คือ การตอบคำถามที่เกี่ยวกับความสงสัยใคร่รู้ของผู้ถามเมื่อเห็นสิ่งหนึ่งสิ่งใด แล้วอยากรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นมากขึ้นในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงใหม่ ความเข้าใจใหม่ อันเป็นประโยชน์ต่อการอธิบาย การประเมิน การแก้ปัญหา และการตัดสินใจที่รอบคอบมากขึ้นขอบเขตของคำถามที่เกี่ยวข้องกับการคิดเชิงวิเคราะห์ จึงเกี่ยวข้องกับการจำแนกแฉกองค์ประกอบ และการหาความสัมพันธ์เชิงเหตุผล

ระหว่างเรื่องที่วิเคราะห์กับเรื่องอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยแนวคำถามจะอยู่ในขอบข่าย 5W1H เพื่อนำไปสู่การค้นหาคำถามจริงเกี่ยวกับเรื่องนั้นในแง่มุมต่าง ๆ นอกเหนือจากสิ่งที่ปรากฏ และ Munkham (2007, p. 21) ได้สรุปลักษณะของเทคนิคการตั้งคำถามแบบ 5W1H คือ 1) What (อะไร) 2) Where (ที่ไหน) 3) When (เมื่อไร) 4) Why (ทำไม) 5) Who (ใคร) และ 6) How (อย่างไร) เมื่อผู้เรียนได้เรียนรู้แล้วย่อมทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจมากขึ้น

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสร้างและพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญเพื่อนำไปพัฒนาการอ่านจับใจความสำคัญของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองเพื่อให้นักศึกษาได้พัฒนาความสามารถการอ่านจับใจความสำคัญตลอดจนมีความเข้าใจในทักษะการอ่านรวมถึงการวิเคราะห์เนื้อหาสาระสำคัญของเรื่องที่ได้อ่านได้อย่างถูกต้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง
2. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์การอ่านจับใจความสำคัญของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองโดยใช้แบบฝึกทักษะ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ชั้นปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 1 ห้อง จำนวน 19 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- 1) แผนการจัดการเรียนรู้การอ่านจับใจความสำคัญของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง จำนวน 5 แผน
- 2) แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทย เป็นภาษาที่สอง จำนวน 5 ชุด
- 3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน แบบปรนัย จำนวน 30 ข้อ ชนิด 4 ตัวเลือก

3. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างและการพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง มีขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. การสร้างแผนการจัดการเรียนรู้การอ่านจับใจความสำคัญ มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1.1 ขั้นวิเคราะห์

1.1.1 ศึกษาและวิเคราะห์หลักสูตรและเนื้อหาภาษาไทยที่ใช้สำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง โดยทำการวิเคราะห์ปัญหาทักษะการอ่านที่นักศึกษาขาดความรู้ความเข้าใจ จากนั้น จึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา จุดประสงค์การเรียนรู้

1.1.2 วิเคราะห์มาตรฐาน สาระการเรียนรู้ตามหลักสูตรที่กำหนดไว้

1.2 ขั้นออกแบบ

1.2.1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการอ่านจับใจความสำคัญ โดยใช้เทคนิคการตั้งคำถาม 5W1H มาใช้ในการสร้างแผนการจัดการเรียนรู้

1.2.2 กำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ รายละเอียดของเนื้อหา เพื่อให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียนโดยใช้เทคนิคการตั้งคำถาม 5W1H

1.2.3 ออกแบบการจัดทำแผนการเรียนรู้ ซึ่งได้สร้างขึ้น
จำนวน 5 แผน

1.2.4 สร้างแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญ
โดยใช้เทคนิคการตั้งคำถาม 5W1H จำนวน 5 แผน ใช้เวลาแผนละ 2 คาบ
คาบละ 60 นาที และในแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ จะประกอบด้วย
แบบฝึกหัดและแบบทดสอบวัดความสามารถเรื่องการจับใจความสำคัญ
หลังเรียน

1.3 ขั้นการพัฒนา

1.3.1 สร้างแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 5 แผน
ให้สอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้

1.3.2 สร้างแบบประเมินแผนการจัดการเรียนรู้ให้
ครอบคลุมเนื้อหา เหมาะสมกับกิจกรรมและการวัดประเมิน โดยกำหนดให้คะแนน
ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

1.3.3 นำแผนการจัดการเรียนรู้ เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ
3 ท่าน และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหา
เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อน นำไปใช้ร่วมกับแบบฝึกทักษะต่อไป

1.3.4 นำแผนการจัดการเรียนรู้ ที่ได้รับการประเมิน
มาวิเคราะห์ผล

1.4 ขั้นการทดลอง

นำแผนการจัดการเรียนรู้ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลอง
เพื่อหาประสิทธิภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อนำไปใช้ในขั้นประเมินผล
ต่อไป

1.5 ขั้นประเมินผล

นำแผนการจัดการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิคการตั้งคำถาม
5W1H ใช้ควบคู่กับแบบฝึกทักษะเพื่อพัฒนาการอ่านจับใจความสำคัญ
เพื่อนำไปใช้ในขั้นประเมินผลต่อไป

2. การสร้างแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

2.1 ชั้นวิเคราะห์

2.1.1 ศึกษาวิเคราะห์หลักสูตรการเรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองของนักศึกษาชาวจีน รายละเอียดของเนื้อหา สาระสำคัญ จุดประสงค์การเรียนรู้ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการอ่านจับใจความสำคัญ

2.1.2 ศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาที่จะนำมาสร้างแบบฝึกทักษะจำนวน 5 ชุด

2.2 ชั้นออกแบบ

2.2.1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบฝึกทักษะจากเอกสารแนวคิดทฤษฎีของนักการศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการสร้างแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญ

2.2.2 กำหนดองค์ประกอบของแบบฝึกทักษะ กำหนดองค์ประกอบและวิธีการสร้างแบบฝึกทักษะเพื่อพัฒนาการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง

2.2.3 ดำเนินการจัดทำโครงร่างแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง โดยใช้เทคนิคการตั้งคำถาม 5W1H ทั้งหมดจำนวน 5 เล่ม ตามองค์ประกอบที่ได้กำหนดไว้

2.3 ชั้นพัฒนา

2.3.1 นำโครงร่างแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง โดยใช้เทคนิคการตั้งคำถาม 5W1H ทั้งหมดจำนวน 5 เล่ม เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหาเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อน

2.3.2 นำแบบฝึกทักษะที่ได้รับการประเมินมาวิเคราะห์ผล

2.3.3 แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญ ไปปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2.4 ขั้นการทดลอง

นำแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองเพื่อหาประสิทธิภาพแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญเพื่อนำไปใช้ในชั้นประเมินผลต่อไป

2.5 ขั้นประเมินผล

นำแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วนำไปใช้กับประชากรต่อไป

3. การสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน แบบปรนัย จำนวน 30 ข้อ ชนิด 4 ตัวเลือก

3.1 ขั้นวิเคราะห์

3.1.1 ศึกษาวิเคราะห์เนื้อหา วัตถุประสงค์ สาระสำคัญ และหลักการสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน

3.2 ขั้นออกแบบ

3.2.1 สร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การสร้างและการพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง แบบปรนัย จำนวน 30 ข้อ ชนิด 4 ตัวเลือก กำหนดการให้คะแนนของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน คือ ตอบถูกต้องได้ 1 คะแนน ตอบผิดได้ 0 คะแนน

3.3 ขั้นพัฒนา

3.3.1 นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แบบปรนัย จำนวน 30 ข้อ ชนิด 4 ตัวเลือก ที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหา เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อน

3.4 ขั้นตอนทดลองการใช้

นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายชั้นปีที่ 4 ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากร เพื่อหาประสิทธิภาพแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญ เพื่อนำไปใช้ในชั้นประเมินผลต่อไป

3.5 ขั้นตอนประเมินผล

นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วนำไปใช้กับประชากรต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มี 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญ
สำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง
กลุ่มประชากร จำนวน 19 คน

ประสิทธิภาพรวม		
ร้อยละ	E1	E2
	81.47	82.27

จากตาราง 1 ผลประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 19 คน ใช้รูปแบบการเรียนรู้ด้วยเทคนิค 5W1H คะแนนเฉลี่ยระหว่างเรียนในการทำแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญมีค่าเฉลี่ย 81.47 ผ่านเกณฑ์ประสิทธิภาพของ E1 คะแนนหลังการใช้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความมีค่าเฉลี่ย 82.27 ผ่านเกณฑ์ประสิทธิภาพของ E2 ดังจะเห็นได้ว่าแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญด้วยบทความสำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ 81.47/82.27 ตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้

ตอนที่ 2 ผลสัมฤทธิ์การอ่านจับใจความสำคัญของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองโดยใช้แบบฝึกทักษะ

ตารางที่ 2 ในการพัฒนาทักษะความสามารถอ่านจับใจความสำคัญของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง

นักศึกษา 19 คน	คะแนน ก่อนเรียน	คะแนน หลังเรียน	คะแนนเพิ่มขึ้น
รวม	334	469	135
ค่าเฉลี่ย	17.59	24.68	7.11
ร้อยละ	58.63	82.27	23.70

จากตาราง 2 พบว่า ผลจากการทดสอบวัดความสามารถในการอ่านจับใจความด้วยเทคนิค 5W1H ร่วมกับแบบฝึกของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 19 คน โดยใช้แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนแบบฉบับเดียวกัน จำนวน 30 ข้อ ชนิด 4 ตัวเลือก โดยเริ่มจากการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียน จะเห็นได้ว่า คะแนนแบบทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.59 คิดเป็นร้อยละ เท่ากับ 58.63 และคะแนนหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 24.68 คิดเป็นร้อยละ 82.27 มีคะแนนเพิ่มขึ้นเท่ากับ 7.11 คิดเป็นร้อยละ เท่ากับ 23.7 ดังนั้น ผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองจากการใช้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญมีผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนเป็นไปตามสมมุติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่านักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองมีพัฒนา การอ่านจับใจความสำคัญ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

ตารางที่ 3 ความแตกต่างระหว่างคู่คะแนนผลการเรียนรู้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองของก่อนและหลังเรียน

นักศึกษา 19 คน	คะแนน ก่อนเรียน	คะแนน หลังเรียน	D	D ²
รวม	334	469	135	1103

จากตาราง 3 พบว่า ค่าคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน จากการใช้แบบฝึกทักษะการอ่าน จับใจความสำคัญของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 19 คน มีค่าความแตกต่างระหว่างคู่คะแนนรวมเท่ากับ 135

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่คะแนนผลการเรียนรู้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองของก่อนและหลังเรียน ด้วย t-test

การทดสอบ	N	ΣD	ΣD^2	t
ก่อนเรียน	19	135	1103	10.96
หลังเรียน	19			

Df = 18

**มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4 พบว่า วิธีการสอนโดยใช้เทคนิค 5W1H ด้วยแบบฝึกทักษะการอ่าน จับใจความสำคัญ ของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 19 คน ได้ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่คะแนนก่อนและหลังเรียนจากการใช้สถิติ t-test เท่ากับ 10.96 มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ดังนั้น ผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองจากการใช้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญมีผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนเป็นไปตามสมมุติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้

สรุปผลการวิจัย

1. แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองที่สร้างขึ้น ได้ค่าระหว่างเรียน หลังเรียน คือ E1/E2 เท่ากับ 81.47/82.27 ตรงตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80

2. ผลสัมฤทธิ์การใช้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญ โดยการใช้เทคนิค 5W1H ผลก่อนใช้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.59 คิดเป็นร้อยละ 58.63 และหลังใช้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 24.68 คิดเป็นร้อยละ 82.27 และทดสอบ t-test เท่ากับ 10.96 มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองมีพัฒนาการอ่านจับใจความสำคัญหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง มีจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบฝึกให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งลักษณะของแบบฝึกที่ดีนั้น Matcharat (2003, p. 20) ได้กล่าวถึงการสร้างและจัดทำแบบฝึกหัด แบบฝึกทักษะไว้ดังนี้ ควรศึกษาเนื้อหาสาระสำหรับการจัดทำแบบฝึกหัด แบบฝึกทักษะวิเคราะห์เนื้อหาสาระโดยละเอียด เพื่อกำหนดจุดประสงค์ในการจัดทำ ออกแบบการจัดทำแบบฝึกหัด แบบฝึกทักษะตามจุดประสงค์สร้างแบบฝึกหัดแบบฝึกทักษะและส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น แบบทดสอบ ก่อนฝึกบัตรคำสั่ง ขั้นตอนกิจกรรมที่ผู้เรียนต้องปฏิบัติ แบบทดสอบหลังเรียน นำแบบฝึกหัด แบบฝึกทักษะไปใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ปรับปรุง พัฒนาให้สมบูรณ์ จากการศึกษาหลักการสร้างแบบฝึกหัดให้มีประสิทธิภาพจึงทำให้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ E1/E2 มีค่าเฉลี่ย 81.47/82.27 แสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสามารถพัฒนาการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองเพิ่มขึ้น Phakprachuapphon (2020) ได้ทำการศึกษาเรื่องการสร้างแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความโดยใช้ตำนานในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนธนาคารอมสิน ประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความโดยใช้ตำนานในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนธนาคารอมสิน ประจวบคีรีขันธ์ที่สร้างขึ้น จำนวน 8 แบบฝึก โดยแบบฝึกมีเนื้อหาเกี่ยวกับตำนานในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 8 เรื่อง ได้แก่ ตำนานเขาสามร้อยยอด ตำนานจะเข้วัดเขาโกโหลก ตำนานหมู่บ้านเกาะยายฉิม ตำนานบ้านทุ่งเรือยาว ตำนานวัดเขาถ้ำม้าร้อง ตำนานชี้อยู่ แซ่ฮี้ ตำนานลูกเสือบุญยิ่ง ศิริเสถียร และตำนานขันรองปลัดชูนกรบแห่งกุยบุรี ผลการประเมินความเหมาะสมของแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า

ในภาพรวมมีความเหมาะสมระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .46 และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการใช้แบบฝึก พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .54 ดังที่ Munkham (2007, p. 21) อธิบายว่า การคิดวิเคราะห์เป็นการคิด โดยใช้สมองซีกซ้ายเป็นหลักเป็นการคิดเชิงลึก คิดอย่างละเอียดจากเหตุไปผล ตลอดจนการเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ ในเชิงเหตุ และผลความแตกต่างระหว่างข้อโต้แย้งที่เกี่ยวข้อง และไม่เกี่ยวข้อง เทคนิคการคิดวิเคราะห์อย่างง่ายนิยมใช้คือ 5W1H ซึ่งประกอบด้วยเทคนิคการคิดวิเคราะห์ อย่างง่ายที่นิยมใช้คือ 5W1H ซึ่งประกอบด้วย What (อะไร) ปัญหาหรือสาเหตุที่เกิดขึ้น Where (ที่ไหน) สถานที่หรือตำแหน่งที่เกิดเหตุ When (เมื่อไร) เวลาที่เหตุการณ์นั้นได้เกิดขึ้นหรือจะเกิดขึ้น Why (ทำไม) สาเหตุหรือมูลเหตุที่ทำให้เกิดขึ้น Who (ใคร) บุคคลสำคัญเป็นตัวประกอบ หรือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะได้รับผลกระทบ ทั้งด้านบวกและด้านลบ และ How (อย่างไร) รายละเอียดของสิ่งที่เกิดขึ้นแล้ว หรือกำลังจะเกิดขึ้นว่า มีความเป็นไปได้ในลักษณะใด ซึ่งการทดลองครั้งนี้จึงทำให้นักศึกษามีความสามารถในการอ่านและจับใจความสำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้คะแนนสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suriyo (2019) ใช้เทคนิค 5W1H มาพัฒนาการอ่านการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการศึกษาพบว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค 5W1H โดยใช้แบบฝึกที่สร้างจากกลุ่มร่วมมือ ได้ค่าคะแนนก่อนเรียน หลังเรียน E1/E2 เท่ากับ 80.01/82.44 ซึ่งตรงกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ประสิทธิผลของการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย มีค่าเท่ากับ 0.7151 คิดเป็นร้อยละ 71.51 นักเรียนที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค 5W1H ด้วยแบบฝึกทักษะมีความสามารถด้านการอ่านวิเคราะห์ หลังเรียนคิดเป็นร้อยละ 82.02 สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 80 และนักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมเรียนรู้ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก การสร้าง

แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญไม่เฉพาะผู้เรียนชาวต่างประเทศที่เป็นชาวจีนเท่านั้น แต่แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญยังสามารถช่วยพัฒนาผู้เรียนชาวกำพูชาได้ด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับ Nammontri (2019) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาความสามารถด้านการอ่านจับใจความภาษาไทยของนิสิตชาวกำพูชา ด้วยชุดกิจกรรมการอ่านจับใจความ ผลการศึกษา พบว่า ชุดกิจกรรมการอ่านจับใจความภาษาไทยของนิสิตชาวกำพูชา มีประสิทธิภาพเท่ากับ 89.15/85.40 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ 85/85 ที่กำหนดไว้ ดัชนีประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้ด้านการอ่านจับใจความภาษาไทยของนิสิตชาวกำพูชา ด้วยชุดกิจกรรมการอ่านจับใจความ มีค่าเท่ากับ 0.7265 คิดเป็นร้อยละ 72.65 ความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาไทยของนิสิตชาวกำพูชา หลังเรียนด้วยชุดกิจกรรม การอ่านจับใจความ สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และความพึงพอใจของนิสิตชาวกำพูชาที่มีต่อชุดกิจกรรมการอ่านจับใจความ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าการสร้างแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองยังช่วยให้ผู้เรียนชาวต่างประเทศได้มีแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความเพิ่มขึ้น ดังนั้น งานวิจัยการสร้างและพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองจึงเป็นแบบฝึกทักษะที่ช่วยให้ผู้เรียนชาวต่างประเทศได้ฝึกฝนทักษะการอ่านอย่างแท้จริง

2. ผลจากการทดสอบวัดความสามารถในการอ่านจับใจความด้วยเทคนิค 5W1H ร่วมกับแบบฝึกของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองจากการใช้เทคนิค 5W1H รวมกับแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญมีผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ด้วยเหตุผลที่ว่าแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความมีประสิทธิภาพการสร้างแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความได้สร้างให้สอดคล้องกับความต้องการ

ของผู้เรียนโดยคำนึงถึงหลักการสร้างแบบฝึกที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาก่อนที่จะมาออกแบบทักษะการอ่านจับใจความ ดังที่ Sueachan (2010, p. 26) ได้กล่าวว่า หลักการสร้างแบบฝึกผู้สร้างต้องศึกษาปัญหาของเนื้อหาที่นำมาสร้างแบบฝึก โดยนำมาตั้งวัตถุประสงค์ตลอดจนรูปแบบและวางแผนขั้นตอนการใช้แบบฝึก การสร้างแบบฝึกต้องสอดคล้องกับเนื้อหาและทักษะที่ต้องการฝึกต้องนำหลักจิตวิทยาการเรียนรู้ และจิตวิทยาพัฒนาการมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบฝึกก่อนนำไปใช้ควรมีการทดลองใช้เพื่อหาข้อบกพร่องของแบบฝึก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rueangsuksut (2018) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลการใช้แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความอย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค CIRC สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความอย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค CIRC สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 90.76/92.37 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความอย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค CIRC สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และค่าดัชนีประสิทธิผลของแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความอย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค CIRC สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีค่าดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.6796 คิดเป็นร้อยละ 67.96 และความพึงพอใจของนักเรียนที่มีผลต่อการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความอย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค CIRC สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 อยู่ในระดับมาก เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนยังได้ใช้เทคนิค 5W1H ซึ่งสิ่งสำคัญของการใช้เทคนิค 5W1H คือ การสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการใช้คำถาม ดังที่ Susaorat (2013, p. 333) ได้กล่าวถึงการสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการใช้คำถาม ซึ่งมีรายละเอียดว่า

เมื่อถามแล้วต้องแสดงความสนใจอย่างจริงจังต่อคำตอบของนักเรียน โดยการมองหน้าผู้ตอบ กล่าวคำยกย่องชมเชย ขยายคำตอบ หรือเพิ่มเติมคำตอบเว้นระยะให้นักเรียนคิดและมีสมาธิก่อนตอบ ยอมรับเปลี่ยนคำถามใหม่ รอคำตอบของนักเรียนอย่างตั้งใจ ถามก่อนที่จะระบุชื่อผู้ตอบ เป็นคำถามที่ถามนักเรียนทั้งห้องก่อน แล้วจึงค่อยระบุชื่อผู้ตอบทีหลัง ซึ่งสอดคล้องกับ Kanthayuang (2021) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาชุดกิจกรรมการอ่านจับใจความสำคัญโดยใช้เทคนิค 5W1H กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า ชุดกิจกรรมการอ่านจับใจความสำคัญโดยใช้เทคนิค 5W1H สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีประสิทธิภาพ E1/E2 เท่ากับ 81.50/81.16 ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ นอกจากนี้การใช้เทคนิคการสอน 5W1H ช่วยแก้ปัญหาให้การอ่านจับใจความสำคัญให้กับผู้เรียนชาวต่างชาติ เพราะเป็นขั้นพื้นฐานที่สามารถช่วยให้ผู้เรียนจับใจความได้ง่ายขึ้น และ Fueangmani (2022) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาการอ่านคิดวิเคราะห์โดยใช้การเรียนรู้แบบ 5W1H ร่วมกับแผนผังความคิด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ผลการศึกษา พบว่า แผนการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านคิดวิเคราะห์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ 5W1H ร่วมกับแผนผังความคิด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีจำนวน 8 แผน เวลา 16 ชั่วโมง มีผลการประเมินความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน จากการนำแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญด้วยเทคนิค 5W1H ร่วมกับแบบฝึกของนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สองได้ยึดหลักดังกล่าวนในการสร้างแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญโดยใช้รูปแบบ 5W1H จึงทำให้ผู้เรียนชาวต่างชาติมีผลสัมฤทธิ์ในการอ่านได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญโดยใช้เทคนิค 5W1H สำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ช่วยพัฒนาทักษะการอ่านของนักศึกษาจีนที่ต้องการพัฒนาความเข้าใจเนื้อหาการอ่านในระดับเบื้องต้นโดยเริ่มเนื้อหาจากง่ายไปจนเนื้อหาระดับยาก
2. แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญโดยใช้เทคนิค 5W1H เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับนักศึกษาชาวจีน เพราะเป็นพื้นฐานที่สำคัญและเหมาะสมที่จะนำไปประยุกต์ใช้สอนได้ตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษา
3. แบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญโดยใช้เทคนิค 5W1H เหมาะสมกับผู้เรียนที่บกพร่องด้านการอ่านจับใจความ เพราะผู้เรียนสามารถทบทวนด้วยตนเองจนเกิดความเข้าใจ

References

- Charoenwongsak, K. (2021). *Image of the future and characteristics of Thai people that are desired*. Office of the National Education Commission. [In Thai]
- Fueangmani, N. (2022). *Developing reading and analytical thinking Using 5W1H learning management together with mind maps for 5th grade students*. [Master of Education Program Field of study Curriculum and teaching, Faculty of Education, Uttaradit Rajabhat University]. [In Thai]
- Hiranphat, P. (2005). Intercultural communication and second language teaching. *Journal Mahidol University*, 13(1), 1-15. [In Thai]
- Kanthayuang, R. (2021). *Developing a set of reading comprehension activities using techniques 5W1H Thai language learning group For 4th Grade students, developing a set Reading comprehension activities using 5W1H techniques, Thai language learning group For 4th grade students*. [Master of Education degree program, field of study Curriculum and teaching, Phayao University]. [In Thai]
- Matcharat, T. (2003). *Educational innovation, a set of exercises skills training to develop students and produce academic work, teachers, and educational personnel. (Expert teacher, expert teacher and specialized teachers)*. Than Aksorn. [In Thai]

- Munkham, S. (2007). *Strategies for teaching synthetic thinking*. Prints. [In Thai]
- Nammontri, N. (2019). Representation of the protagonist from the basic course textbook Thai language, Pathi language set Grade 1-6 level. *Maha Sarakham Rajabhat University Journal*, 13(2), 467-478. [In Thai]
- Niyomtham, S & Niyomthonromchut, P. (1997). *Language development*. Printing House Charoenthat. [In Thai]
- Phakprachuapphon, C. (2020). *Creating reading comprehension skills exercises using legends in Prachuap Khiri Khan Province. For 3rd grade students at Government Savings Bank School*. [Curriculum and teaching Master of Education, Sukhothai Thammathirat Open University]. [In Thai]
- Rueangsuksut, W. (2018). *Results of using critical reading comprehension skills exercises Using cooperative learning CIRC techniquesfor Mathayom 1 students*. [Master of Education Thesis, Buriram Rajabhat University]. [In Thai]
- Sotsongsin, S. (2021). *The results of learning management using songs according to the second language teaching method for Promote Chinese listening-speaking skills and vocabulary knowledge of Mathayom 1th*. [Master of Education Program Field of study, Curriculum and Learning Management, Buriram Rajabhat University]. [In Thai]
- Sueachan, U. (2010). *Creating a book and training exercises for Thai language learning on the topic of Pha Nam Oi, focusing on language experience. Grade 4*. [Master of Education Thesis Field of study, Curriculum and teaching, Mahasarakham University]. [In Thai]

- Suriyo, C. (2019). *Developing the reading and analytical thinking abilities of students in Primary school for 6th using the 5W1H technique with exercises in the Thai language learning subject group*. [Master's degree thesis, Maha Sarakham Rajabhat University]. [In Thai]
- Susaorat, P. (2013). *Thinking development*. 9119 Printing Technic Limited Partnership. [In Thai]
- Toiyibi, S. (2011). *Developing creative writing skills exercises for students Mathayom 1th Teresa School, Nong Chok*. [Master's Degree, Secondary Education Graduate School, Srinakharinwirot University]. [In Thai]
- Wathikthinokro, P. (1999). *Characteristics and use of the Thai language*. (9th ed.). Ramkhamhaeng University. [In Thai]

ความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมต่อการจัดการขยะมูลฝอย
ของประชาชนในเทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง
จังหวัดสมุทรปราการ

Environmental Ethics Awareness towards Solid Waste
Management among Residents in Phra Pradaeng Town
Municipality, Phra Pradaeng District,
Samut Prakan Province

(Received: January 9, 2023 Revised: December 20, 2023 Accepted: December 25, 2023)

สุนทร ทวีถาวรสวัสดิ์¹, อนุชัย ถนอมสินรัตน์², ณัฐกฤตา ยะโอษฐ์³
Sunate Thaveethavornsawat, Anuchai Thanomsinrat, Natthakrita Ya-Ot

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนและเปรียบเทียบความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 340 ชุดและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่า (t-test) และสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: sunate.th@bsru.ac.th

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจักษ์สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: anuchai.th@bsru.ac.th

³นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: yaoat2828@gmail.com

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มของประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท มีระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชนมากกว่า 20 ปี มีระดับความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะมูลฝอยในครัวเรือนของประชาชน และระดับของความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านการลดและคัดแยกขยะอยู่ในระดับมาก ด้านนำกลับมาใช้ใหม่และด้านการใช้ซ้ำอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการกำจัดอยู่ในระดับน้อย และตัวแปรที่มีผลต่อความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชนที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นควรส่งเสริมและให้ความรู้เพื่อให้เกิดความตระหนักในการจัดการขยะมูลฝอยของประชาชนในเทศบาลเมืองพระประแดง ตั้งแต่การกำจัดขยะมูลฝอย ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากสิ่งเหลือใช้ภายในครัวเรือนเพื่อลดผลกระทบจากวิกฤติของปัญหาขยะมูลฝอย และจัดให้มีโครงการชุมชนน่าอยู่ในเทศบาลเมืองพระประแดง

คำสำคัญ: ความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อม
การจัดการขยะมูลฝอย

Abstract

This research aims to study the residents' environmental ethics awareness of solid waste management in Phra Pradaeng Town Municipality, Phra Pradaeng District, Samut Prakan Province and to compare demographic factors contributing to this awareness. The total of 340 questionnaires were used to collect the data, which was then analyzed statistically using percentage, means, standard deviation, t-test, and one way ANOVA.

The findings shows that the majority of residents were 41-50-year-old females with bachelor's degrees. They worked as government officers or state enterprise employees with monthly incomes of 10,000 – 15,000 baht and had been living in the area for more than 20 years. Their knowledge of household solid waste management and their environmental ethics awareness towards solid waste management were rated at a moderate level. When different aspects were investigated, their awareness of waste reduction and separation was found at a high level, while that of waste recycle and reuse was at a moderate level and the waste disposal awareness was regarded at a low level. Moreover, demographic factors that contributed to the environmental ethics awareness included age, education degree, occupation, monthly income, and years of living, considered statistically significant ($p < 0.05$). To raise the awareness among residents, knowledge of waste disposal and utilization of used household items should be promoted to lessen the effects of solid waste

management crisis. Besides, the “Livable Community” project should be carried out in Phra Pradaeng Town Municipality.

Keywords: Environmental Ethics Awareness, Solid Waste Management.

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2561 ประเทศไทยมีปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นทั่วประเทศประมาณ 27.93 ล้านตัน และมีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.05 ซึ่งขยะมูลฝอยที่ถูกนำไปกำจัดอย่างถูกต้องมีเพียง 10.85 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 38.85 ของปริมาณขยะมูลฝอยทั้งหมด จากปี พ.ศ. 2560 มีปริมาณขยะมูลฝอย 11.69 ล้านตัน ส่วนที่เหลือเป็นขยะมูลฝอยที่ถูกกำจัดอย่างไม่ถูกต้องประมาณ 7.32 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 26.21 ของปริมาณขยะมูลฝอยทั้งหมด (Pollution Control Department, 2021, Online) โดยปัญหาในการจัดการและการกำจัดขยะมูลฝอยที่ไม่ถูกวิธีส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยจนกลายเป็นปัญหาที่สำคัญระดับประเทศ และยังส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมอีกด้วย ปัญหาดังกล่าวส่วนหนึ่งเกิดจากรูปแบบและอัตราการบริโภคที่เปลี่ยนไป รวมถึงมีผลิตภัณฑ์ทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่มนุษย์นิยมนำมาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ส่งผลให้มาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น เกิดวัสดุเหลือใช้เพิ่มขึ้น ส่งผลกับปริมาณขยะมูลฝอยสูงมากขึ้น เกิดปัญหาในการจัดการขยะมูลฝอย และส่วนหนึ่งก็เป็นผลมาจากการขาดความตระหนักและจิตสำนึกในการทิ้งและกำจัดขยะในชุมชน และแนวทางหนึ่งในการแก้ไขปัญหาการจัดการขยะมูลฝอยในเขตเมืองที่ดีคือ การสร้างความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมให้กับประชาชน โดยความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมเป็นพฤติกรรมของการปรับเปลี่ยนการกระทำของตนเองให้ไปสู่ภาวะที่ดีกว่า และเป็นที่ต้องการมากกว่า เมื่อมนุษย์มีความรู้ในการกระทำในสิ่งนั้นแล้ว ก็จะมีผลไปสู่ความตระหนักในที่สุด ซึ่งความตระหนักจะนำไปสู่การกระทำหรือการปฏิบัติ โดยเฉพาะเรื่องการจัดการขยะมูลฝอย ถ้าประชาชนมีความตระหนักต่อปัญหาขยะมูลฝอยเพิ่มขึ้นก็จะส่งผลต่อการแก้ไขปัญหาวิกฤติขยะมูลฝอยชุมชนได้ (Duangchan, 2018, p. 442)

จังหวัดสมุทรปราการเป็นพื้นที่ที่มีความวิกฤติในเรื่องของขยะมูลฝอย เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านการท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม ที่มีการลงทุนจากภาคเอกชน จึงทำให้มีประชาชนเข้ามาอาศัยเป็นจำนวนมาก มีรูปแบบสังคมส่วนใหญ่เป็นทั้งสังคมเมืองทำให้ปริมาณขยะมูลฝอยในจังหวัดสมุทรปราการ เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2563 ประมาณ 2,342 ตันต่อวัน (Samut Prakan Provincial Statistical Office, 2018, Online) ดังนั้น เทศบาลเมืองพระประแดง ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดสมุทรปราการก็เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่ประสบปัญหาวิกฤติเรื่องขยะมูลฝอยทั้งที่เป็นเทศบาลที่มีพื้นที่เล็กที่สุด โดยมีพื้นที่ประมาณ 0.6115 ตารางกิโลเมตร ประกอบกับเป็นชุมชนที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและเป็นพื้นที่เขตอุตสาหกรรมทำให้มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น อีกทั้งมีการเพิ่มขึ้นของประชากรที่เกิดจากประชากรแฝงที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาอยู่อาศัยในพื้นที่ จึงทำให้เกิดความแออัด เมื่อประชากรเพิ่มขึ้น อัตราการบริโภคสูงขึ้นส่งผลกับปริมาณของขยะมูลฝอย จากการเก็บรวบรวมข้อมูลขยะมูลฝอยของเทศบาลพบว่า ในปี พ.ศ. 2557 มีปริมาณขยะมูลฝอย 23 ตันต่อวัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2560 มีปริมาณขยะมูลฝอย เพิ่มขึ้นเป็น 30 ตันต่อวัน (Phra Pradaeng Municipality, 2018, Online) และยังคงมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทางเทศบาลพระประแดงมีวิธีการกำจัดด้วยระบบจ้างเหมา กับบริษัทที่รับกำจัดขยะของเอกชน โดยทางบริษัทรับเหมาจะประเมินค่าใช้จ่ายจากปริมาณของขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้น ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายกับการกำจัดขยะมูลฝอยเพิ่มขึ้นทุกปี จนกลายเป็นปัญหาที่สำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขปัญหามูลฝอยที่เพิ่มขึ้น จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อที่จะนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนมีความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการให้มีประสิทธิภาพและเป็นชุมชนน่าอยู่ของจังหวัดสมุทรปราการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชน และความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะมูลฝอย ในครัวเรือนของประชาชน

สมมติฐานของการวิจัย

1. ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน
2. ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน
3. ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน
4. ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน
5. ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

6. ประชาชนที่มีระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชนต่างกัน มีความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

7. ประชาชนที่มีความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะมูลฝอยในครัวเรือนของประชาชนต่างกัน มีความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนมีความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ให้มีประสิทธิภาพและเป็นชุมชนน่าอยู่ของจังหวัดสมุทรปราการ

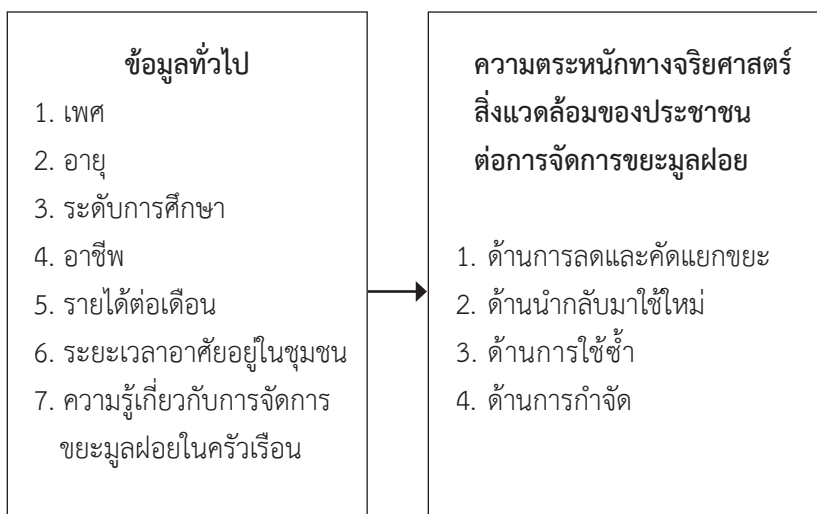
กรอบแนวคิดของการวิจัย

กระบวนการเกิดความตระหนักเป็นผลมาจากกระบวนการทางปัญญา (Cognitive Process) กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าหรือรับสัมผัสจากสิ่งเร้าแล้วจะเกิดการรับรู้เมื่อรับรู้ขั้นต่อไปก็จะเข้าใจในสิ่งเร้านั้นคือเกิดความคิดรวบยอดและนำไปสู่การเรียนรู้ คือ มีความรู้ในสิ่งนั้นและนำไปสู่การเกิดความตระหนักในที่สุด โดยความรู้และความตระหนักต่างก็จะนำไปสู่การกระทำหรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคลต่อสิ่งเร้านั้น ๆ ประกอบกับคำว่าจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อม คือ พฤติกรรมที่เป็นกระบวนการของการปรับเปลี่ยนการกระทำของตัวเองให้ไปสู่ภาวะที่ดีกว่าหรือการนำไปสู่สิ่งแวดล้อมที่ดีกว่าโดยการนำไปสู่สิ่งแวดล้อมที่ดีที่เกิดจากความตระหนักทำให้การวิจัยนี้ศึกษาความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมต่อการจัดการขยะมูลฝอยที่ประชาชน จึงมีแนวคิดว่าความตระหนักในการมีจิตสำนึก

ของสิ่งแวดล้อมต่อการจัดการขยะมูลฝอยจะมีความสัมพันธ์กับความรู้ ซึ่งการจัดการขยะมูลฝอยได้จำแนกออกเป็นพฤติกรรมในการจัดการเป็น 4 ด้านคือ ด้านการลดและคัดแยกขยะด้านการนำกลับมาใช้ใหม่ ด้านการใช้ซ้ำ และ ด้านการกำจัด ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระคือเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่อาศัยในชุมชนและความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะมูลฝอยในครัวเรือน

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตเทศบาลเมืองพระประแดงจำนวน 340 คน โดยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าความแปรปรวน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการดำเนินงานวิจัย

1. ผลการศึกษาความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมต่อการจัดการขยะมูลฝอย ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการลดและคัดแยกขยะอยู่ในระดับมาก ด้านการนำกลับมาใช้ใหม่และการใช้ซ้ำอยู่ในระดับปานกลาง และด้านการกำจัดอยู่ในระดับน้อย (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงระดับความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย ของเทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

ความตระหนัก	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. ด้านการลดและคัดแยกขยะ	3.90	0.878	ระดับมาก
2. ด้านนำกลับมาใช้ใหม่	2.98	0.880	ระดับปานกลาง
3. ด้านการใช้ซ้ำ	3.37	1.075	ระดับปานกลาง
4. ด้านการกำจัด	2.35	1.016	ระดับน้อย
รวม	3.15	0.962	ระดับปานกลาง

2. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย ของเทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการกับปัจจัยส่วนบุคคลและความรู้ได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอยคือ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาที่อาศัยในชุมชน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อม
ของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย ของเทศบาล
เมืองพระประแดง อำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

ข้อมูลทั่วไป	N	$\bar{X}$	S.D.	F	t	Sig
1. เพศ						
ชาย	147	61.79	11.68		-1.746	0.931
หญิง	193	64.04	11.80			
2. อายุ						
น้อยกว่า 20 ปี	29	45.59	11.75	18.560		0.000*
21 ปีขึ้นไป – 30 ปี	69	63.00	10.58			
31 – 40 ปี	77	63.79	10.00			
41 ปีขึ้นไป – 50 ปี	81	65.67	10.85			
51 – 60 ปี	53	66.66	9.91			
มากกว่า 60 ปี	31	64.87	10.38			
3. ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษา	58	59.47	13.97	8.252		0.000*
มัธยมศึกษา/ ปวช.	69	59.48	11.78			
อนุปริญญา/ ปวส.	78	64.08	9.62			
สูงกว่าปริญญาตรี	25	72.72	9.46			

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อม
ของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย ของเทศบาล
เมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
4. อาชีพ					
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	80	71.68	9.88	28.028	0.000*
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	72	62.69	10.22		
เกษตรกร	7	80.71	9.48		
รับจ้างทั่วไป	58	61.09	9.77		
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	50	52.85	12.80		
5. รายได้ต่อเดือน					
ต่ำกว่า 10,000 บาท	52	53.21	13.41	19.619	0.000*
10,000 บาทขึ้นไป – 15,000 บาท	98	62.30	9.89		
15,000 บาทขึ้นไป – 20,000 บาท	95	66.84	11.35		
20,000 บาทขึ้นไป – 25,000 บาท	95	65.49	9.94		
6. ระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชน					
ไม่เกิน 5 ปี	9	51.44	17.96	7.760	0.000*
6 – 10 ปี	32	54.88	13.36		

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อม
ของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย ของเทศบาล
เมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
6. ระยะเวลาอาศัย อยู่ในชุมชน (ต่อ)					
11 – 15 ปี	22	62.05	12.05		
16 – 20 ปี	48	63.50	12.55		
มากกว่า 20 ปี	229	64.68	10.37		
7. ความรู้เกี่ยวกับการจัดการ ขยะมูลฝอยในครัวเรือน ของประชาชน					
มีความรู้ในระดับน้อย	16	59.25	11.22	1.108	0.331
มีความรู้ในระดับปานกลาง	314	63.34	11.60		
มีความรู้ในระดับมาก	10	60.07	17.78		

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการมีประเด็นที่น่าสนใจในการอภิปราย ดังนี้

1. ระดับความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับปานกลางกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการลดและคัดแยกขยะอยู่ในระดับมาก ด้านการนำกลับมาใช้ใหม่และการใช้ซ้ำอยู่ในระดับปานกลาง และด้านการกำจัดอยู่ในระดับน้อย เช่นเดียวกับ การวิจัยของ Duangchan (2018) ที่ศึกษาความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมต่อการจัดการขยะและสิ่งปฏิกูลที่มีการกำจัดอยู่ในระดับปานกลาง ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยมีความตระหนักกับการจัดการขยะมูลฝอยโดยเฉพาะกับด้านการกำจัด ยังเป็นสังคมที่มีความเป็นเมืองความตระหนักในสิ่งแวดล้อมยังมีน้อยทั้งที่ประชาชนส่วนใหญ่จบในระดับปริญญาตรี

ดังนั้น การจัดการขยะมูลฝอยของประชาชนที่อยู่ในเขตเทศบาลเมืองนั้น คนส่วนใหญ่มีความรู้ในการลดและคัดแยกขยะเป็นอย่างดี แต่มักจะไม่ค่อยให้ความสำคัญกับเรื่องของการกำจัดและมักจะคิดว่าการกำจัด ไม่ใช่หน้าที่ของตนเองควรเป็นหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ ความตระหนักในเรื่องของการกำจัดขยะหรือการลดขยะจึงมีการปฏิบัติกันอย่างน้อยมากทั้งนี้ ส่วนหนึ่งมาจากทัศนคติของการให้ความสำคัญของการกำจัดขยะด้วยตนเองมีน้อยด้วย ทำให้ระดับความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมถึงการกำจัดขยะมูลฝอยอยู่ในระดับน้อย

2. ผลการเปรียบเทียบความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลเมืองพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ กับปัจจัยส่วนบุคคล จากการทดสอบ

สมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอยคือ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาที่อาศัยในชุมชน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์กับงานวิจัยของ Pukjaroon (2008) ศึกษาความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีต่อปัญหาการทิ้งขยะ ที่พบว่า ระดับความตระหนักต่อปัญหาการทิ้งขยะอายุ รายได้ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมของการกำจัดขยะ ทำให้ต้องคำนึงถึงความแตกต่างของปัจจัยที่ได้มีการทดสอบว่า ตัวแปรเรื่องของความรู้ไม่ค่อยมีความสัมพันธ์กับความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อม แม้ว่าจะมีความรู้มีระดับการศึกษาสูงแต่ไม่มีความตระหนักก็อาจส่งผลกระทบกับการจัดการขยะมูลฝอย ซึ่งเทศบาลเป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลเรื่องของการจัดการขยะมูลฝอยของประชาชน และจากงานวิจัย ทำให้พบว่า การสร้างความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมให้กับประชาชน เป็นเรื่องที่สำคัญกว่าการให้ความรู้ โดยกิจกรรมที่เสริมสร้างความตระหนักจะต้องเริ่มตั้งแต่เด็กในโรงเรียนให้มีพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ฝึกปฏิบัติกับการจัดการขยะมูลฝอยจนมีความเคยชินว่าเป็นบทบาทหน้าที่หนึ่งของประชาชนด้วย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอจากการวิจัยเพื่อการปฏิบัติ

จากผลของการวิจัยในเรื่อง ความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดลอมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย เทศบาลพระประแดง อำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

1.1 ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมความตระหนักแก่ประชาชนในด้านการกำจัดขยะ โดยสนับสนุนเทศบาลจัดกิจกรรมร่วมกับประชาชนในท้องถิ่นในการจัดการขยะอย่างมีส่วนร่วมในท้องถิ่น

1.2 ส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนแปรรูปหรือแปรสภาพขยะมูลฝอยโดยใช้โมเดลเศรษฐกิจหมุนเวียนมาสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ประชาชนในเขตเทศบาล

1.3 จัดกิจกรรมเสริมสร้างกระตุ้นเตือนให้ประชาชนมีจิตสำนึกในเรื่องของสิ่งแวดล้อมโดยเริ่มต้นที่การจัดการขยะภายในครัวเรือนจัดให้มีโครงการชุมชนน่าอยู่ของเทศบาลพระประแดง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเรื่องทัศนคติต่อการกำจัดขยะมูลฝอยให้กับประชาชนประชาชนเทศบาลพระประแดง อำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

2.2 ควรมีการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาลพระประแดง อำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

References

- Pollution Control Department. (2021). *Information on the country's Solid Waste Situation*. Retrieved November 24, 2021. <https://thaimsw.pcd.go.th/report1.php?year=2561>. [In Thai]
- Duangchan, K. (2018). Environmental Ethical Awareness of Solid Waste Management. *Journal of Liberal Arts, Prince of Songkla University*, 10(2), 438 - 479. [In Thai]
- Phra Pradaeng Municipality. (2018). *Report on the Solid Waste Situation of Phra Pradaeng Municipality*. Retrieved June 16, 2018. www.phrapradaeng.org. [In Thai]
- Pukjaroon, S. (2008). *Relization of Environmental Ethics of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon Students towards the Refuse Disposal Problem*. Physic branch Faculty of Science and Technology Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. [In Thai]
- Samut Prakran Province Statistical Office. (2018). *Important indicators waste: Volume of Solid Waste*. Retrieved June 16, 2018. <https://province.nso.go.th/smprakan/statistical-information-service/key-indicators-of-the-province/amount-of-solid-waste.html>. [In Thai]

ความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม: กรณีนักศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Social Entrepreneurship Intention: A Case
of Bachelor of Business Administration Program
Students; Faculty of Management Science,
Dhonburi Rajabhat University

(Received: October 13, 2022 Revised: June 7, 2023 Accepted: December 20, 2023)

จิระพงศ์ เรืองกุล¹, ปกรณ์ โอภาสวิทยารักษ์²
Jirapong Ruanggoon, Pakorn Opasvitayarux

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี 2) ทำนายโอกาสที่นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ ผลการวิจัย พบว่า

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
E-mail: jirapong.r@dru.ac.th

²อาจารย์พิเศษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
E-mail: pakorn.o@dru.ac.th

องค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มี 4 ประการ ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคม ความเข้าใจผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาสังคม และความเชื่อมั่นตนเองในการแก้ปัญหาสังคม ตัวแปรที่สามารถทำนายโอกาสที่นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคม และความเข้าใจผู้ด้อยโอกาสทางสังคม มีความถูกต้องของการทำนายร้อยละ 68.5 ผลการวิจัยที่ได้นี้สามารถนำไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนเพื่อเสริมสร้างการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาในอนาคต

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ ความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม
วิสาหกิจเพื่อสังคม

Abstract

The objectives of this research were: 1) to analyze the components of social entrepreneurship intention among Bachelor of Business Administration (BBA) students in the Faculty of Management Science at Dhonburi Rajabhat University, and 2) to predict the likelihood of these students establishing a social enterprise. The research used quantitative methods, and data was collected from 400 BBA students at the Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University using questionnaires. The data was analyzed by exploratory factor analysis and logistic regression analysis. The results indicated that social entrepreneurship intention among BBA students of the Faculty of Management Science at Dhonburi Rajabhat University had four components: Social support for problem-solving, empathy for the disadvantaged, personal experience with social issues, and self-efficacy in tackling social problems. Variables that could predict the likelihood of these students establishing a social enterprise included social support to solve social problems and empathy for those who are socially disadvantaged, with a 68.5% prediction accuracy. These findings offer valuable insights for designing academic programs and initiatives that nurture and guide future social entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneur, Social Entrepreneurship Intention, Social Enterprise.

บทนำ

ปัญหาสังคมในประเทศไทยมีหลายประการ เช่น ปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำช่องว่างระหว่างคนจนกับคนรวย คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม และปัญหาของกลุ่มคนที่ขาดโอกาสทางสังคม ปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่ ดังนั้น การแก้ปัญหาจึงต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกัน วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social enterprise) ถือเป็นภาคส่วนหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการแก้ปัญหาสังคม = -098 จากการศึกษาผลงานวิจัยของ Smith et al. (2013) Mongelli et al. (2019) Masiri (2020) Maksum et al. (2020) Namsao & Ruanggoon (2021) ทำให้สรุปได้ว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นมานั้นได้ช่วยแก้ปัญหาสังคมได้อย่างเต็มขีดความสามารถ (Capacity to address deep-seated societal problems) โดยเฉพาะในเรื่องการจ้างงาน ความยากจน เศรษฐกิจฐานราก ผู้พิการ และการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลาย ดังนั้นจึงมีวิสาหกิจเพื่อสังคมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ตัวอย่างในประเทศไทยเช่น บริษัท ส่งสุข วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด วิสาหกิจเพื่อสังคมภายใต้แบรนด์คอตตง โดยมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์ และธุรกิจกาแฟอาข่า อาม่า เป็นต้น วิสาหกิจเพื่อสังคมเหล่านี้ต่างให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาสังคม โดยพยายามที่จะมองหาแนวทาง วิธีการ และนวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงาน ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social entrepreneurship) ต่างมุ่งหวังว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ก่อตั้งขึ้นมานั้นช่วยบรรเทาและแก้ปัญหาสังคมได้อย่างยั่งยืน

ในเชิงวิชาการ ความสนใจของนักวิชาการเกี่ยวกับการประกอบการเพื่อสังคมมีมากขึ้น อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาผลงานในอดีตนั้นพบว่า นักวิชาการได้มุ่งไปที่การทำความเข้าใจนิยามและคุณลักษณะของการประกอบการเพื่อสังคม (Dees, 1998; Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006) ขณะที่ช่วงหลังมานี้ นักวิชาการสนใจที่จะศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

เพื่อสังคมกันมากขึ้น (Hockerts, 2017; Zaremohzzabieha et al., 2019; Tu et al., 2021) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับค่านิยมในการนำมาใช้วิจัยเพื่อทำนายความตั้งใจ (Intention) และการแสดงพฤติกรรม (Behavior) ของบุคคลอย่างแพร่หลาย ทฤษฎีนี้มองว่าบุคคลจะตั้งใจและแสดงออกซึ่งพฤติกรรมอย่างไรมันจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ทศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Ajzen, 2011) จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า นักวิจัยได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน มาเป็นพื้นฐานทางทฤษฎี (Theoretical perspective) เพื่อศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในมุมมองที่หลากหลาย (Shahverdia, Ismailb, & Qureshic, 2018) โดยผลงานของ Mair & Noboa (2006) พบว่า ความเข้าใจ การตัดสินใจเชิงคุณธรรม ความเชื่อมั่นในตนเอง และการได้รับการสนับสนุนทางสังคมเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม Hockerts (2017) ได้ศึกษาการขยายผลเพิ่มองค์ความรู้จากผลงานชิ้นดังกล่าว โดยการเพิ่มตัวแปรประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสังคมเข้ามาศึกษาร่วมด้วย พบว่า ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสังคมเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ช่วงหลังมานี้ พบว่า นักวิจัยได้คัดเลือกตัวแปรเข้ามาศึกษาค้นคว้าหลากหลายมากยิ่งขึ้น ดังเช่น การตระหนักถึงปัญหาสังคม การสนับสนุนทางสังคม (Tuan & Pham, 2022) ความฉลาดทางอารมณ์ ความคิดสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบทางศีลธรรม (Shah, Shah, & Mirjat, 2022) รวมทั้งตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเอง ประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาสังคม ทศนคติที่มีความเกี่ยวข้องกับการประกอบการ อุปนิสัยชอบความเสี่ยง และบรรทัดฐานทางสังคม (Sharaf, El-Gharbawy, & Ragheb, 2018)

ความหลากหลายของผลงานวิจัยเหล่านี้ ทำให้เห็นว่าปัจจัยทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้นมีหลายปัจจัย ซึ่งถือเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบาย วิธีการ และระบบที่จะสร้างผู้ประกอบการเพื่อสังคมผ่านมุมมองที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากอีกมุมมองกลับกัน จะเห็นว่า ความหลากหลายของตัวแปรที่นำเข้ามาศึกษานี้ทำให้เห็นช่องว่างขององค์ความรู้ (Knowledge gap) ที่ว่า “แท้จริงแล้วตัวแปรที่มีผลหรือมีอิทธิพลหรือสามารถทำนายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมคือตัวแปรใดกันแน่”

ทั้งนี้ ความหลากหลายของตัวแปรที่คัดเลือกเข้ามาศึกษาในงานวิจัยแต่ละชิ้นอาจเนื่องมาจากมุมมองที่มีต่อการประกอบการเพื่อสังคมในแต่ละสังคมมีความแตกต่างกัน ซึ่งส่งผลให้ทัศนคติ ความเข้าใจ และมุมมองของผู้คนในแต่ละสังคมเกี่ยวกับการประกอบการเพื่อสังคมนั้นแตกต่างกันไปด้วย ส่งผลให้ในระยะต่อมา นักวิชาการได้ศึกษาความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในบริบทประเทศต่าง ๆ กันมากยิ่งขึ้น ดังเช่นผลการวิจัยในฮองกง (Ip et al., 2017) มาเลเซีย (Shahverdia, Ismailb, & Qureshic, 2018) เวียดนาม (Tuan & Pham, 2022) และในประเทศอียิปต์ (Sharaf et al., 2018) เป็นต้น ด้วยเหตุผลเดียวกันนี้จึงเป็นที่มาของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาในบริบทของประเทศไทย โดยเลือกศึกษาในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย เนื่องจากนักศึกษามหาวิทยาลัยคืออนาคตของสังคมเป็นกลุ่มคนที่ควรได้รับการสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสังคม รักษาสิ่งแวดล้อม ช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส โดยอาศัยการนำนวัตกรรมทางสังคมมาช่วยบรรเทาปัญหาสังคม

ผู้วิจัยศึกษาจากนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำมาใช้ในการสร้างมาตรวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม เพื่อจะสะท้อน

ให้เห็นว่าความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมว่ามีองค์ประกอบใดบ้าง และองค์ประกอบที่สกัดได้นั้นจะสามารถทำนายโอกาสที่นักศึกษาจะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคมได้หรือไม่ ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนานักศึกษาให้กลายเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
- 2) เพื่อทำนายโอกาสที่นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ วิธีการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย ประการและกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2562-2565 จำนวน 1,794 คน (Office of Academic Promotion and Registration Dhonburi Rajabhat University, 2022, Online) อนาคตกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน (Yamane, 1970) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้ 327 คน สุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มอย่างง่าย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ซึ่งสร้างข้อคำถามขึ้นจากการทบทวนทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Nga & Shamuganathan, 2010; Ip et al., 2017; Bazan et al., 2020; Seyoum et al., 2021; Tuan & Pham, 2022) สร้างข้อคำถามขึ้นมาจำนวน 19 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันเคยมีประสบการณ์ทำงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสังคม” “ฉันรู้สึกเห็นอกเห็นใจผู้อื่นที่ด้อยโอกาสทางสังคม” และ “ครอบครัวจะสนับสนุนฉัน หากฉันก่อตั้งบริษัทขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม” เป็นต้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นทดสอบเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่างที่กันเอาไว้จำนวน 10 คน เพื่อประเมินความเข้าใจและความง่ายในการตอบจากกลุ่มตัวอย่าง

หลังจากนั้นได้ปรับปรุงแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) พิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) พบว่ารายการข้อคำถามมีความตรงเชิงเนื้อหา โดยค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 ผ่านเกณฑ์ (Polit & Beck, 2006; Wathanakom, Khlaisang, & Songkram, 2021) จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลอง (Tryout) เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่าง 40 คน วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ตามเกณฑ์ยอมรับได้ ซึ่งต้องมีความมากกว่า 0.70 (Hair et al., 2019; Shrestha, 2021) ผลการทดสอบพบว่า ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 ผ่านเกณฑ์ ดังนั้นเครื่องมือการวิจัยจึงมีคุณภาพเพียงพอที่สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเดือนกันยายน – ตุลาคม 2565 โดยผู้วิจัยขอความร่วมมือจากอาจารย์ที่ปรึกษาของนักศึกษาช่วยเก็บข้อมูลให้จำนวน 400 ตัวอย่าง เป็นจำนวนที่เพียงพอในการนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 69.5

อายุระหว่าง 20-25 ปี ร้อยละ 43.33 อายุ 17-19 ปี ร้อยละ 15.5 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 15.5 อายุ 26-30 ปี ร้อยละ 14.8 และอายุ 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 11 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาภาคพิเศษ จำนวน 287 คน ร้อยละ 71.8 สาขาวิชาการจัดการมากที่สุด จำนวน 198 คน ร้อยละ 49.5 รองลงมา ได้แก่ เทคโนโลยีดิจิทัลทางธุรกิจ การจัดการโลจิสติกส์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการตลาด ร้อยละ 22.3, 13.3, 12.0 และ 3.0 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 5 ปี จำนวน 118 คน ร้อยละ 29.5 ประสบการณ์ทำงาน 1-2 ปี ร้อยละ 22.0 ประสบการณ์ทำงาน 3-5 ปี ร้อยละ 19.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ที่เหลือเป็นผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ทำงาน ร้อยละ 28.7

การวิเคราะห์ข้อมูล

ศึกษาองค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยการพิจารณาจากค่าสถิติ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) ซึ่งค่า 0.80 ขึ้นไป ข้อมูลนั้นมีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบมากที่สุด ค่า KMO 0.70 – 0.79 เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบมาก ค่า KMO 0.60 – 0.69 เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบปานกลาง ค่า KMO ที่น้อยกว่า 0.60 ไม่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบ และในการพิจารณาความเหมาะสมของข้อมูลนั้นยังได้ทดสอบโดยใช้สถิติ Bartlett's test of Sphericity ซึ่งต้องมีค่านัยสำคัญ < 0.05 เพื่อแสดงว่าตัวแปรที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ต่อไป (Shrestha, 2021)

ตรวจสอบความแปรปรวนของตัวแปร โดยพิจารณาค่าความร่วมกันของตัวแปร (Communality) ซึ่งค่าความร่วมกันของตัวแปรในทางสังคมศาสตร์ จะอยู่ระหว่าง 0.40 - 0.70 ถ้ารายการใดมีน้ำหนักน้อยกว่า 0.40 รายการนั้นอาจไม่สัมพันธ์กับรายการอื่นจึงควรตัดออก (Kaiyawan, 2014; Prasitratsin,

2013) สกัดองค์ประกอบ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Common Factor Analysis: CFA) หมุนแกนแบบมุมแหลมด้วยวิธีอบลิมิน (Oblimin) เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมขององค์ประกอบ โดยแต่ละองค์ประกอบต้องมีตัวแปรสังเกตได้ไม่น้อยกว่า 3 รายการ ค่าไอเกิล (Eigen value) มากกว่า 1 ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมมากกว่าร้อยละ 60 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) มากกว่า 0.40 (Shrestha, 2021; Prasitratsin, 2013)

วิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคมที่มีต่อความต้องการที่จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม ผู้วิจัยนำค่าคะแนนขององค์ประกอบที่สกัดได้ (Factor score) มาเป็นตัวแปรอิสระศึกษาอิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตาม คือ โอกาสที่จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งเป็นตัวแปรหุ่นให้ “ค่า 0 แทน ไม่เปิด” และ “ค่า 1 แทน เปิด” วิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ด้วยวิธีนำเข้า (Enter) เป็นวิธีที่คัดเลือกตัวแปรทำนายทั้งหมดเข้ามาในสมการถดถอยพร้อมกันแล้วพิจารณาตัวแปรทำนายที่เหมาะสมจากค่าสถิติทดสอบ ถ้ามีนัยสำคัญทางสถิติถือว่าตัวแปรทำนายนั้นควรจะอยู่ในสมการถดถอย (Kaiyawan, 2012) ทดสอบความเหมาะสมของโมเดลด้วย Hosmer and Lemeshow Test, -2 Log likelihood, Cox & Snell R Square และ Nagelkerke R Square พิจารณาความเหมาะสมของโมเดลในการอธิบายโอกาสที่จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการวิจัย

องค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ในการวิเคราะห์ครั้งแรกพบว่า ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบมีค่า KMO เท่ากับ 0.87 และค่า Bartlett's test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 3701.50$, $df = 171$, $p < .001$) ผลการตรวจสอบความแปรปรวนของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.47-0.78 ผ่านเกณฑ์สีกัดองค์ประกอบได้ 5 องค์ประกอบ อย่างไรก็ตาม เมื่อตรวจสอบความเหมาะสมขององค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่ 5 นั้นมีเพียงรายการเดียว คือ รายการที่ 19 (so_ent_intention19) ไม่ผ่านเกณฑ์ที่แต่ละองค์ประกอบต้องมีตัวแปรสังเกตได้ไม่น้อยกว่า 3 รายการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดรายการที่ 19 ออกแล้วทำการวิเคราะห์ใหม่ ได้ผลการวิจัยดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 น้ำหนักองค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม

รายการ	องค์ประกอบ			
	1	2	3	4
so_ent_intention14	.873			
so_ent_intention13	.846			
so_ent_intention16	.807			
so_ent_intention15	.800			
so_ent_intention18	.697			
so_ent_intention17	.689			
so_ent_intention5		.853		
so_ent_intention6		.812		

ตารางที่ 1 น้ำหนักองค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม (ต่อ)

รายการ	องค์ประกอบ			
	1	2	3	4
so_ent_intention10		.788		
so_ent_intention9		.695		
so_ent_intention4		.621		
so_ent_intention8		.531		
so_ent_intention3			.862	
so_ent_intention1			.799	
so_ent_intention2			.729	
so_ent_intention11				.750
so_ent_intention12				.642
so_ent_intention7				.621
ค่าไอเกิล (Eigen Value)	6.701	2.013	1.757	1.142
% ความแปรปรวน	37.228	11.185	9.759	6.343
% ความแปรปรวนสะสม	37.228	48.413	58.171	64.514
ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = 0.88 ค่า Bartlett's test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 3679.79$, df = 153, p < .001)				

ดังตารางที่ 1 ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ มีค่า KMO เท่ากับ 0.88 และค่า Bartlett's test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 3679.79$, $df = 153$, $p < .001$) ผลการตรวจสอบความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.47-0.77 ผ่านเกณฑ์สามารถสกัดองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ โดยแต่ละองค์ประกอบมีตัวแปรสังเกตได้ตั้งแต่ 3 รายการ ค่าไอเกลมากกว่า 1 ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมร้อยละ 64.51 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.40 ทุกองค์ประกอบ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม ประกอบด้วย 4 ประการ ผู้วิจัยได้นำมากำหนดชื่อ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การกำหนดชื่อองค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม

รายการ		ชื่อองค์ประกอบ
so_ent_intention14	คนรอบข้างจะสนับสนุน หากฉันก่อตั้งบริษัทขึ้นมา เพื่อช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม	การสนับสนุนทางสังคม เพื่อแก้ปัญหาสังคม
so_ent_intention13	ครอบครัวจะสนับสนุน หากฉันก่อตั้งบริษัทขึ้นมา เพื่อช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม	
so_ent_intention16	ฉันสามารถดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาร่วมทุนในบริษัทที่จะตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม	

ตารางที่ 2 การกำหนดชื่อองค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม (ต่อ)

รายการ		ชื่อองค์ประกอบ
so_ent_intention15	หากฉันจะประกอบการเพื่อสังคม จะมีคนสนับสนุนฉันแน่นอน	การสนับสนุน ทางสังคม เพื่อแก้ปัญหาสังคม (ต่อ)
so_ent_intention18	ฉันจะเปิดบริษัทเพื่อดำเนินการ แก้ปัญหาสังคม	
so_ent_intention17	ฉันจะมีส่วนร่วมในการก่อตั้ง บริษัทเพื่อแก้ปัญหาสังคม	
so_ent_intention5	ฉันรู้สึกเห็นใจกลุ่มคนที่ ด้อยโอกาสทางสังคม	ความเข้าใจ ผู้ด้อยโอกาส ทางสังคม
so_ent_intention6	ฉันรู้สึกเห็นอกเห็นใจผู้คนที่ ถูกกีดกันทางสังคม	
so_ent_intention10	หลักการหนึ่งของสังคมคือ การช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส ทางสังคม	
so_ent_intention9	ฉันช่วยเหลือผู้ที่ ด้อยโอกาสกว่า เพื่อความยุติธรรมทางสังคม	
so_ent_intention4	ฉันเข้าใจดีถึงปัญหา ของผู้ด้อยโอกาสทางสังคม	
so_ent_intention8	ฉันมีหน้าที่ช่วยเหลือ ผู้ด้อยโอกาสทางสังคม	
so_ent_intention3	ฉันมีความรู้เกี่ยวกับ การประกอบการเพื่อสังคม	

ตารางที่ 2 การกำหนดชื่อองค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม (ต่อ)

รายการ		ชื่อองค์ประกอบ
so_ent_intention1	ฉันมีประสบการณ์ทำงานในหน่วยงานที่เกี่ยวกับปัญหาสังคม	ความเข้าใจในผู้ด้อยโอกาสทางสังคม (ต่อ)
so_ent_intention2	ฉันเคยเป็นอาสาสมัครทำงานเพื่อสังคม	
so_ent_intention11	ฉันมั่นใจว่าฉันจะสร้างประโยชน์ร่วมแก้ปัญหาสังคม	
so_ent_intention12	ฉันสามารถหาวิธีการแก้ปัญหาสังคมที่เผชิญ	ความเชื่อมั่นตนเองในการแก้ปัญหาสังคม (ต่อ)
so_ent_intention7	ฉันเชื่อมั่นว่าการช่วยเหลือผู้ที่ด้อยโอกาสเป็นสิ่งที่พึงกระทำ	

ดังตารางที่ 2 ความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การสนับสนุน ทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคม ความเข้าใจในผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาสังคม และความเชื่อมั่นตนเองในการแก้ปัญหาสังคม

ตัวแปรทำนายโอกาสที่จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผู้วิจัยนำค่าคะแนนองค์ประกอบการสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคม ความเข้าใจของผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาสังคม และความเชื่อมั่นตนเองในการแก้ปัญหาสังคม มาเป็นตัวแปรอิสระเพื่อทำนายโอกาสที่จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม ในกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ ผลการทดสอบความเหมาะสมของตัวแบบ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความเหมาะสมของตัวแบบ

สังเกตได้ (Observed)		ทำนาย (Predicted)		
		โอกาสที่จะเปิดวิสาหกิจ เพื่อสังคม		ร้อยละ ความถูกต้อง
โอกาสที่จะเปิดวิสาหกิจ เพื่อสังคม	0	272	17	94.1
	1	109	2	1.8
ร้อยละ				68.5
-2 Log likelihood		Cox & Snell R Square		Nagelkerke R Square
441.624		.074		.107
Hosmer and Lemeshow Test				
Chi-square		df		Sig.
27.536		8		.07

ดังตารางที่ 3 จะเห็นว่า ผลการทดสอบความเหมาะสมของตัวแบบด้วยค่าสถิติ Hosmer and Lemeshow Test พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig.} > 0.05$) แสดงว่า โมเดลมีความเหมาะสมในการอธิบายโอกาสที่จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์แสดงค่า Cox & Snell R Square เท่ากับ 0.074 รวมทั้งค่า Nagelkerke R Square เท่ากับ 0.107 แสดงว่า ตัวแปรอิสระของการวิจัยครั้งนี้สามารถอธิบายความผันแปรในสมการถดถอยโลจิสติกส์ได้ร้อยละ 7.4 และ 10.7 ตามลำดับความถูกต้องของการทำนายร้อยละ 68.5 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรทำนายโอกาสจะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคมของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรทำนายโอกาสที่จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม

ตัวแปรในสมการ	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
การสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคม (x1)	0.442	0.139	10.149	1	.001	1.556
ความเข้าใจผู้ด้อยโอกาสทางสังคม (x2)	0.349	0.139	6.311	1	.012	1.418
ประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาสังคม (x3)	0.119	0.123	0.928	1	.335	1.126
ความเชื่อมั่นตนเองในการแก้ปัญหาสังคม (x4)	-0.009	0.131	0.005	1	.945	0.991
ค่าคงที่ (Constant)	-1.06	0.12	75.29	1	.000	0.346

ดังตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า ตัวแปรอิสระที่สามารถทำนายโอกาสที่นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม คือ การสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคม และความเข้าใจอกเข้าใจผู้ด้อยโอกาสทางสังคม โดยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถเขียนสมการถดถอยโลจิสติกส์ ได้ดังนี้

$$Z = -1.060 + 0.442(x_1) + 0.349(x_2)$$

อภิปรายผลการวิจัย

องค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มี 4 ประการ ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคม ความเข้าใจอกเข้าใจผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาสังคม และความเชื่อมั่นตนเองในการแก้ปัญหาสังคม องค์ประกอบเหล่านี้เป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ประเด็นแรก ความตั้งใจและการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคลมีองค์ประกอบของทัศนคติต่อพฤติกรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งทัศนคติต่อพฤติกรรมที่ได้จากข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ “ทัศนคติที่ว่าการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสกว่าเพื่อความยุติธรรมทางสังคม โดยหลักการหนึ่งของสังคมคือ เราควรช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม เรามีหน้าที่ช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม” เป็นต้น ทัศนคติเหล่านี้เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มีความเข้าใจอกเข้าใจผู้ด้อยโอกาสทางสังคม นักศึกษาตระหนักถึงปัญหาของผู้ด้อยโอกาสทางสังคม เข้าอกเข้าใจผู้ด้อยโอกาสทางสังคม เมื่อวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ พบว่า ตัวแปรความเข้าใจอกเข้าใจผู้ด้อยโอกาสทางสังคมนั้นเป็นตัวแปรที่สามารถทำนายโอกาสที่จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคมได้อย่างมีนัยสำคัญช่วยยืนยันให้เห็นความสำคัญของตัวแปรดังกล่าวนี้อีกด้วย องค์ประกอบดังกล่าวนี้

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hockerts (2017) ทำการศึกษาความตั้งใจในการประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาในระดับปริญญาโทที่ Scandinavian Business School พบว่า ทักษะคิดเกี่ยวข้องกับความเข้าใจผู้ด้อยโอกาสทางสังคมนั้นเป็นบ่อเกิดที่สำคัญ (Determinants) ของการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนให้องค์ความรู้ที่ว่า บุคคลจะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดอาจเนื่องมาจากการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง ผลการวิจัยครั้งนี้สนับสนุนองค์ความรู้ดังกล่าว ดังที่พบว่าความเชื่อมั่นตนเองในการแก้ปัญหาสังคมเป็นองค์ประกอบของความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม ความเชื่อมั่นตนเองในการแก้ปัญหาสังคมนี้วัดจาก “ความมั่นใจว่าตนเองจะสร้างประโยชน์ร่วมแก้ปัญหาสังคม สามารถหาวิธีการแก้ปัญหาสังคมที่เผชิญ และมีความเชื่อมั่นว่าการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสเป็นสิ่งที่พึงกระทำ” ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hockerts (2017) Zhang et al. (2021) ที่พบว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) มองว่าตนเองสามารถหาหนทางแก้ปัญหาสังคม เข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสังคม และสามารถให้ความช่วยเหลือผู้คนในสังคมที่เผชิญกับสิ่งท้าทายได้เป็นบ่อเกิดที่สำคัญของความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม

ประเด็นที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า การสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคมเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม แสดงให้เห็นว่าครอบครัว บุคคลรอบข้าง กลุ่มนักลงทุนนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า หากนักศึกษาต้องการเปิดบริษัทขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาสังคมเมื่อได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว บุคคลรอบข้าง กลุ่มคนที่เข้ามาลงทุนจะยิ่งทำให้โอกาสที่นักศึกษาจะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นเพิ่มสูงขึ้น ข้อค้นพบดังกล่าวเป็นไปในทำนองเดียวกันกับผลการวิจัยของ Younis et al. (2020) ที่ศึกษาความตั้งใจที่จะประกอบการ

เพื่อสังคมของนักศึกษาในประเทศจีน พบว่าการสนับสนุนทางสังคมเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถตนเองกับความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม อธิบายได้ว่า นักศึกษาที่เห็นว่าตนเองมีความสามารถที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสังคมเมื่อได้รับการสนับสนุนทางสังคมจะยิ่งทำให้นักศึกษามีความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคมเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ยืนยันให้เห็นความสำคัญของการสนับสนุนทางสังคม ดังที่ปรากฏผลการวิจัย ให้เห็นว่า การสนับสนุนทางสังคมเป็นตัวแปรที่ทำนายโอกาสที่นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาสังคมซึ่งวัดจากความรู้เกี่ยวกับการประกอบการเพื่อสังคม ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับปัญหาสังคม และการเป็นอาสาสมัครทำงานเพื่อสังคมเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งของความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สอดคล้องกับผลการวิจัยในประเทศมาเลเซียของ Rashid et al. (2018) ที่พบว่า ผู้ที่ได้รับรู้รับทราบข้อมูลข่าวสาร หรือได้เรียนรู้ปัญหาสังคมทั้งในห้องเรียน หรือได้ประสบการณ์จากชีวิตจริงในการเข้าไปช่วยเหลือกลุ่มคนต่าง ๆ ที่ด้อยโอกาสทางสังคมนั้นจะผู้นั้นมีความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาหรือความต้องการอย่างลึกซึ้งจากประสบการณ์หรือสถานการณ์ที่เจ็บปวด (Painful situation) กล่าวได้ว่า ประสบการณ์ที่ผ่านมามีได้ทำให้เกิดความเชื่อ ทศนคติ และความมุ่งมั่นของนักศึกษาที่จะเข้าไปมีส่วนช่วยบรรเทาหรือแก้ปัญหาที่สังคมกำลังเผชิญ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าประสบการณ์หรือสถานการณ์ก่อนหน้านี้องค์ที่เป็นตัวแปรสำคัญอันเป็นบ่อเกิดของความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม

ประเด็นสุดท้าย ผลการทำนายโอกาสที่นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม พบว่า ตัวแปรความเข้าใจผู้ด้อยโอกาสทางสังคม และการสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคม เป็นตัวแปรทำนายโอกาสที่นักศึกษา

จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ถูกต้องถึงร้อยละ 68.5 สะท้อนให้เห็นว่า คุณลักษณะภายใน (Individual traits) ของผู้ประกอบการที่มีความเห็นอกเห็นใจ กลุ่มคนที่ด้อยโอกาสหรือถูกกีดกันทางสังคม การเป็นคนที่มีใจที่จะช่วยเหลือ หรือแก้ปัญหาให้กับผู้ที่ด้อยโอกาสกว่า และเห็นว่าการสร้างความ ยุติธรรมทางสังคมนั้นเป็นหน้าที่ของคนในสังคมนั้นเป็นตัวแปรที่สำคัญยิ่ง ต่อการเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม นอกจากนี้ ผลการวิจัย พบว่า การได้รับการสนับสนุน ทางสังคมเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่ทำนายโอกาสที่นักศึกษาจะเปิดวิสาหกิจ เพื่อสังคม ตัวแปรนี้บ่งชี้ให้เห็นว่า การสนับสนุนทางการเงิน ซึ่งมาจากความพร้อม ทางเศรษฐกิจของครอบครัว การได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากนักลงทุน หรือแม้กระทั่งภาครัฐที่จะสนับสนุนด้วยนโยบาย มาตรการต่าง ๆ เพื่อให้ความช่วยเหลือ ทางการเงินให้กับผู้ประกอบการรายใหม่นั้นมีความสำคัญต่อการที่นักศึกษา จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนผลงานของ Schillo et al. (2016) และ Bansal et al. (2019) ที่แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่นำไปสู่ความตั้งใจ ที่จะเป็นผู้ประกอบการนอกจากจะเป็นตัวแปรคุณลักษณะภายในของผู้ประกอบการ เองแล้วยังมีตัวแปรอื่น ๆ ที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการประกอบการเพื่อสังคม โดยเฉพาะฐานะทางเศรษฐกิจ ชีตความสามารถในการระดมทุน และนโยบาย หรือมาตรการของภาครัฐในการสนับสนุนทางการเงินให้กับผู้ประกอบการ ทางสังคม

ข้อเสนอแนะการวิจัย

องค์ประกอบความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มี 4 ประการ ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม เพื่อแก้ปัญหาสังคม ความเข้าใจ ผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาสังคม รวมทั้งความเชื่อมั่นตนเอง ในการแก้ปัญหาสังคม ตัวแปรที่สามารถทำนายโอกาสที่จะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคม ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย

ราชภัฏธนบุรี มี 2 ประการ ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาสังคม และความเข้าใจผู้ด้อยโอกาสทางสังคมมีความถูกต้องของการทำนาย ร้อยละ 68.5

ผลการวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย และหลักสูตร ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อเสริมสร้างผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยหากทาง หลักสูตรต้องการที่จะปลูกฝังทัศนคติในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ให้กับนักศึกษา และหวังว่าในอนาคตนักศึกษาจะเปิดวิสาหกิจเพื่อสังคมขึ้นมา เพื่อช่วยเหลือกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสมากกว่า ในการจัดการเรียนการสอนทางหลักสูตร จึงควรมุ่งเน้นการสื่อสารและปลูกฝังความเข้าใจ (Empathy) ของนักศึกษา ที่มีต่อผู้ด้อยโอกาสทางสังคม และมุ่งเน้นการเสริมสร้างประสบการณ์ที่นักศึกษา ได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาของกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสทางสังคม ทางเลือกหนึ่ง (Solution) ที่น่าสนใจ คือ การจัดการเรียนการสอนที่บูรณาการ กับการทำงาน (Work-Integrated Learning: WIL) โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษา เข้าฝึกปฏิบัติงานในวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือหน่วยงานที่มีพันธกิจทางสังคม (Social mission) เรื่องที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาของกลุ่มคนที่ด้อยโอกาส ทางสังคมอย่างชัดเจน การเข้าฝึกปฏิบัติงานนอกจากจะช่วยให้นักศึกษา ได้รับประสบการณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจแล้วยังเป็นการปลูกฝัง ทัศนคติที่มีต่อกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสทางสังคม จากการที่ได้เข้าไปมีส่วนช่วยเหลือ ผ่านการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เข้าไปฝึกปฏิบัติงานจริง ซึ่งผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ทางเลือกดังกล่าวนี้ทำให้นักศึกษามีความตั้งใจและมั่นใจ ว่าในอนาคตตนเองจะก่อตั้งวิสาหกิจขึ้นมาเพื่อช่วยแก้ปัญหาของสังคม ได้ในระยะยาว (Yua & Wang, 2019)

การวิจัยในอนาคต ควรวิจัยเพื่อยืนยันองค์ประกอบความตั้งใจ ที่จะประกอบการเพื่อสังคม โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) และศึกษาเพิ่มเติมด้วยการวิจัย เชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจ

เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหาปัญหา อุปสรรค และปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการเพื่อสังคม รวมทั้งอาจทำให้ค้นพบตัวแปรอื่นๆ ที่เป็นองค์ประกอบของความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคมเพิ่มเติม

นอกจากนี้ การวิจัยในอนาคตควรคัดเลือกตัวแปรอื่นๆ เข้ามาศึกษา ร่วมด้วย เช่น ความพร้อมทางการเงิน สภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกอบการเพื่อสังคม และการให้การสนับสนุนเชิงนโยบายจากภาครัฐ ในลักษณะตัวแปรที่เป็นบ่อเกิด (Antecedents) หรือตัวแปรกำกับ (Moderator) อันจะทำให้ได้องค์ความรู้ หรือบทเรียนสำหรับนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน เป็นประโยชน์ต่อการบ่มเพาะและพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของนักศึกษาต่อไป

คำขอบคุณ

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลศักดิ์ วงศ์ศรีแก้ว อาจารย์ดร.สิทธิชัยฝรั่งทอง อาจารย์สุชีลา ศักดิ์เทวิน อาจารย์ธมณวรรณ เฟื่องประยูร และอาจารย์ประทับใจ อภิสิทธิ์สุขสันติ ช่วยเหลือเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้

References

- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113-1127.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J., (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different or both? *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30(1), 1-22.
- Bansal, S., Garg, I., & Sharma, G. D. (2019). Social entrepreneurship as a path for social change and driver of sustainable development: A systematic review and research agenda. *Sustainability*, 11(4), 1091. <https://doi.org/10.3390/su11041091>
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J., & Belal, N. (2020). A systematic literature review of the influence of the university's environment and support system on the precursors of social entrepreneurial intention of students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(4), 1-28.
- Dees, J. G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76(1), 55-66.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*. (8th ed.). Cengage.
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 41, 105-130.

- Ip, C. Y., Wu, S. C., Liu, H. C., & Liang, C. (2017). Revisiting the antecedents of social entrepreneurial intentions in Hong Kong. *International Journal of Educational Psychology*, 6(3), 301-323.
- Kaiyawan, Y. (2012). *Principle and using logistic regression analysis for research*. RMUTSV Research Journal, 4(1), 1-12. [In Thai]
- _____. (2014). *Multivariate statistical analysis for research*. (2nd ed.). Chulalongkorn University. [In Thai]
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture get formed. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship*. (pp. 121-136). Palgrave MacMillan.
- Maksum, I. R., Rahayu, A. Y. S., & Kusumawardhani, D. (2020). A social enterprise approach to empowering micro, small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 1-17.
- Masiri, P. (2020). Social enterprise and social problems solving in Thailand. *Ganesha Journal*, 16(1), 1-16.
- Mongelli, L., Rullani, F., Ramus, T., & Rimal, T. (2019). The bright side of hybridity: Exploring how social enterprises manage and leverage their hybrid nature. *Journal of Business Ethics*, 159, 301-305.
- Namsao, V., & Ruanggoon, J. (2021). Social entrepreneurship: A case study of Yimsoo Café, a coffee shop to create job opportunities for persons with disabilities, *RMUTSB Academic Journal (HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES)*, 6(1), 1-18. [In Thai]

- Nga, J. K. H., & Shamuganathan, G. (2010). The Influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics* volume, 95, 259-282.
- Office of Academic Promotion and Registration Dhonburi Rajabhat University. (2022). *Student statistics categorize condition according to year received*. Retrieved August 30, 2022. <https://reg.dru.ac.th/registrar/studentByProgram.asp?drureg953343315=5>
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2006). The content validity index: Are you sure you know what's being reported? critique and recommendations. *Research in Nursing & Health*, 29, 489-497.
- Prasitratsin, S. (2013). *Using statistics in research correctly and according to international standards*. (6th ed.). Sam Lada. [In Thai]
- Rashid, N. S., Sarkam, S. F., Yaacob, N. J. A., Mustapha, M., Jusoh@Hussain, N., & Azis, R. A. (2018). Factors influencing student's social entrepreneurship intention: A case of Duta Jauhar program. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(4), 1307-1321.
- Schillo, R. S., Persaud, A., & Jin, M. (2016). Entrepreneurial readiness in the context of national systems of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 46, 619–637.

- Seyoum, B., Chinta, R., & Mujtaba, B. G. (2021). Social support as a driver of social entrepreneurial intentions: the moderating roles of entrepreneurial education and proximity to the US small business administration. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(3), 337-359.
- Shah, E., Shah, A. A., & Mirjat, A. J. (2022). Antecedents of social entrepreneurship intention among the private university students of Pakistan. *Progressive Research Journal of Arts and Humanities*, 4, 76-89.
- Shahverdia, M., Ismailb, K., & Qureshic, M. I. (2018). The effect of perceived barriers on social entrepreneurship intention in Malaysian universities: The moderating role of education. *Management Science Letters*, 8, 341-352.
- Sharaf, A., El-gharbawy, A., Ragheb, M.A. (2018), Factors that influence entrepreneurial intention within university students in Egypt. *Open Access Library Journal*, 5, 1-14.
- Shrestha, N. (2021). Factor analysis as a tool for survey analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 9(1), 4-11.
- Smith, W. K., Gonin, M., & Besharov, M. (2013). Managing social business tensions: A review and research agenda for social enterprise. *Business Ethics Quarterly*, 23(3), 407–442.

- Tu, B., Bhowmik, R., Hasan, M., Asheq, A. A., Rahaman, M., & Chen, X. (2021). Graduate students' behavioral intention of toward social entrepreneurship: Role of social vision, innovativeness, social proactiveness, and risk taking. *Sustainability*, 13(11), 6386. <https://doi.org/10.3390/su13116386>
- Tuan, A. B. M., & Pham, N. (2022). The role of mindfulness and perceived social support in promoting students' social entrepreneurial intention. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 10(1), 145-160.
- Wathanakom, N., Khlaisang, J., & Songkram, N. (2021). A journey to enhance youth in entrepreneurship: Investigation of entrepreneurial competencies and development needs. *Journal of Education Naresuan University*, 23(3), 64-78. [In Thai]
- Yamane, T. (1970). *Statistic: an introductory analysis*. (2nd ed.). Harper & Row.
- Younis, A., Xiaobao, P., Nadeem, M. A., Kanwal, S., Pitafi, A. H., Qiong, G., & Duan, Y. (2020). Impact of positivity and empathy on social entrepreneurial intention: The moderating role of perceived social support. *Journal of Public Affairs*, 21(1), 1-15.
- Yua, T. L., & Wang, J. H. (2019). Factors affecting social entrepreneurship intentions among agricultural university students in Taiwan. *International Food and Agribusiness Management Review*, 22(1), 107-118.

- Zaremohzzabieha, Z, Ahrarib, S., Kraussa, S. E., Samaha, A. B. A., Menga, L. K., Ariffina, Z. (2019). Predicting social entrepreneurial intention: A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 96, 264-276.
- Zhang, Y., Trusty, J. Goroshnikova, T., Kelly, L., Kwong, K. K., McGuire, S. J. J., Perusquia, J., Prabhu, V. P., Shen, M., & Tang, R. (2021). Millennial social entrepreneurial intent and social entrepreneurial self-efficacy: A comparative entrepreneurship study. *Social Enterprise Journal*, 17(1), 20-43.

เทศกาลตรุษจีน: กลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้าย
ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของสถาบันขงจื้อในประเทศไทย
Chinese's New Year: Linguistic Strategies
in Online Public Relations Posters
of the Confucius Institute in Thailand

(Received: June 12, 2023 Revised: December 15, 2023 Accepted: December 20, 2023)

หลี่ เจียน¹, สมบัติ สมศรีพลอย²

Li Jian, Sombat Somsriplay

บทคัดย่อ

บทความเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของสถาบันขงจื้อในประเทศไทย โดยรวบรวมข้อมูลแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื้อในประเทศไทยจากเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 16 แผ่นป้าย 6 สถาบัน และเป็นข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม 2566

ผลการวิจัย พบว่า กลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนออนไลน์ของสถาบันขงจื้อในประเทศไทย มี 2 กลวิธี กลวิธีแรก การใช้วันภาษาที่เป็นสัญลักษณ์หลาย เช่น สีแดงกับสีทอง โคมไฟ พัดกลม ดอกโบตั๋น นกซ์ตร และตราสถาบัน กลวิธีที่สอง การใช้วันภาษา มี 4 ประเด็น คือ 1) การบอกเนื้อหาและข้อมูลพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์ 2) การใช้

¹นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: 1198004865@qq.com

²นาวาอากาศโท ดร.ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: sombatsomsriplay@gmail.com

คำขวัญและคำอวยพร 3) การใช้ภาษาจีนกับภาษาไทยผสมผสานกัน และ
ทั้ง 2 กลวิธีดังกล่าวมีวัตถุประสงค์สำคัญแฝงอยู่ในตัวบท คือ เพื่อสื่อถึง
ความเป็นจีนและวัฒนธรรมจีนที่ดึงดูด รวมทั้งสื่อให้เห็นถึงความเป็นมิตร
ระหว่างไทย-จีน

คำสำคัญ: กลวิธีการใช้ภาษา แผ่นป้ายการประชาสัมพันธ์ออนไลน์
สถาบันขงจื่อประเทศไทย

Abstract

This research aimed to analyze the linguistic strategies in online public relations posters about Chinese's New Year of the Confucius Institute in Thailand. The research applied qualitative methodology by collecting information on Chinese New Year's public relations posters of Confucius Institutes in Thailand from Facebook pages, in a total of sixteen posters and six institutes, from January to March 2023.

The results indicated that the linguistic strategies in the Chinese New Year online public relations posters of the Confucius Institute in Thailand comprised of two main strategies as were: a) the nonverbal symbols usage, such as red and gold, lanterns, round fans, peonies, zodiac, and institute sign, b) the verbal usage in four aspects: 1) the basic content of public relations, 2) the slogans and greetings usage, 3) the Chinese and Thai language code-mixing, 4) the rhetorical device usage. Additionally, the results also indicated the main objectives of the strategies implication for conveying the excellent Chinese culture and friendliness between Thailand and China.

Keywords: Linguistic Strategies, Online Public Relations Posters, Confucius Institute in Thailand.

บทนำ

ประเทศจีนมุ่งเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีนสู่โลกภายนอก หลังการสถาปนาประเทศจีน เศรษฐกิจของจีนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และสถานภาพของจีนในระดับนานาชาติมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่อง ประเทศจีนจึงเริ่มให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมของตนเองสู่โลกภายนอกอย่างกว้างขวางมากขึ้น (Wei, Jutaviriya, & Punndhanamahakarune (2021, p. 2) ดังนั้นรัฐบาลจีนจึงได้กำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนขึ้น ในปี ค.ศ. 2004 จึงตั้งสถาบันขงจื๊อเป็นศูนย์กลางสำคัญในการเผยแพร่ภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนที่ประเทศต่าง ๆ รวมทั้งในประเทศไทยขึ้น

รัฐบาลไทยและประชาชนไทยให้ความสำคัญกับการสอนภาษาจีนเป็นอย่างมาก เนื่องจากกระแสสนิยมการเรียนรู้ภาษาจีนแพร่กระจายไปทั่วโลก การเปิดสอนหลักสูตรภาษาจีนทั้งในสถาบันอุดมศึกษา โรงเรียนมัธยมศึกษา และโรงเรียนประถมศึกษาเพิ่มขึ้น ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาไทยจีนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงปรับตัวให้เข้ากับกระแสสนิยมและแนวโน้มยุคสมัยและร่วมมือกันอย่างแข็งขัน ตั้งแต่ปลายปี ค.ศ. 2006 เป็นต้นมา ได้จัดตั้งสถาบันขงจื๊อ 16 แห่ง และห้องเรียนขงจื๊อ (ห้องเรียนขงจื๊อ คือ ห้องเรียนการสอนภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนที่จัดขึ้นในโรงเรียนประถมและมัธยมต่างประเทศ ซึ่งมีขนาดเล็กกว่าสถาบันขงจื๊อ) จำนวน 11 แห่งในพื้นที่ของประเทศไทย ซึ่งได้รับการสนับสนุนที่สำคัญจากรัฐบาลไทย และสำนักงานส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนนานาชาติแห่งประเทศไทย (Confucius Institute Thailand Head Office, 2022, Online)

ภาษา (Language) หมายถึง คำพูดที่มนุษย์ใช้สื่อสารกัน เป็นสัญลักษณ์หรือสิ่งที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นมาและกำหนดใช้สื่อความหมายระหว่างกัน เพื่อให้ผู้อื่นเข้าใจในสิ่งที่ต้องการใช้แสดงความรู้สึกนึกคิด ปณิธาน เจตจำนง รวมทั้ง

การถ่ายทอดองค์ความรู้และวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่ง อันเป็นเครื่องบ่งบอกถึงความเจริญก้าวหน้าของสังคมมนุษย์ (Mahachulalongkornrajavidyalaya University, 2010, p.3) ดังนั้น คงสามารถสรุปได้ว่า ภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญในด้านการสื่อสารมวลชน นอกจากนี้แล้ว ภาษาที่ใช้ส่วนใหญ่ปัจจุบันประกอบด้วย วจนภาษากับอวจนภาษา พจนานุกรมไทยฉบับทันสมัยและสมบูรณ์ นิยามความหมายของวจนภาษาคือ วจนภาษาเป็นภาษาที่ใช้คำพูดหรือถ้อยคำ ส่วนอวจนภาษา หมายถึง ภาษาที่ไม่ใช้ถ้อยคำ (Thai Language Academic Department, 2010, p. 1015) อวจนภาษาอาจเกิดขึ้นโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจได้ และจะเกิดขึ้นตลอดเวลาที่สื่อสารกันอยู่ โดยสามารถแสดงพร้อม ๆ กันได้หลายรูปแบบ และสามารถสื่อความหมายได้ในลักษณะที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับการตีความของผู้รับสาร (Panich, Anawatsiriwong & Wiwathananukun, 1989) ภาษาทั้งสองแบบปรากฏในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื่อประเทศไทย ดังตัวอย่าง ต่อไปนี้



ภาพที่ 1 ตัวอย่างการใช้วจนภาษาและอวจนภาษาในแผ่นป้าย

ที่มา: (Dhurakij Pundit University, 2023, Online)

แผ่นป้ายข้างต้นใช้ภาษา 2 รูปแบบ ประกอบด้วยวจนภาษากับอวจนภาษา เช่น “趣玩新潮年 院校喜乐会” และ “โคมไพสุขสันต์ต้อนรับปีเถาะ” ข้อความดังกล่าวเป็นวจนภาษา และพื้นหลังสีแดง โคมไฟที่ห้อยด้านบน รูปภาพสิงโตและรูปภาพกระต่าย ฯลฯ เป็นการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอวจนภาษาการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง

การสื่อสารความคิดเห็น ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มประชาชน เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานองค์กร สถาบันกับกลุ่ม ประชาชนเป้าหมายและประชาชนที่เกี่ยวข้อง (Phraphiphitpatcharodom & Phra Saroj Thamasaro, 2021, p. 54) เป็นทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันต่าง ๆ และประชาชนทั่วไป รู้จักกันอย่างแพร่หลาย มีบทบาทสำคัญและได้รับความสนใจในปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์เกิดจากการสร้างการรับรู้และทำความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย (Latiratanakun, 2010, p. 21) การประชาสัมพันธ์ถือเป็นหัวใจสำคัญ ที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจกันและร่วมมือกันจากทุกฝ่าย เพราะการที่เราจะทำงาน อย่างหนึ่งอย่างใด โดยปราศจากการยอมรับ ความเข้าใจและความสนับสนุน ความร่วมมือจากผู้อื่น (Srithongroong, 2000, p. 27) แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางสำคัญในการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วยภาษาแน่นอน ดัง **ภาพที่ 1** แผ่นป้ายประกอบด้วยภาษาทั้ง 2 แบบ คือ อักษรภาษากับตัวอักษร และทั้ง 2 ภาษานี้ก็สื่อความหมายได้ ดังนั้น ถึงเห็นได้ว่า การศึกษา อักษรภาษากับตัวอักษรพร้อมกันจะช่วยให้เราเข้าใจเนื้อหาในแผ่นป้าย ประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น

สถาบันขงจื๊อมีหน้าที่สำคัญในการสืบทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับ ประเทศจีนและการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนและภาษาจีนไปยังทั่วโลก โดยเฉพาะ ในประเทศไทย ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื๊อจึงมีความสำคัญ อย่างยิ่งในการเผยแพร่ภาษาจีนและวัฒนธรรมจีน เพื่อโน้มน้าวใจผู้ที่สนใจ ติดตามกิจกรรมต่าง ๆ ของสถาบันขงจื๊อ โดยสถาบันขงจื๊อได้ใช้เครื่องมือ ในการประชาสัมพันธ์ที่ทันกับบริบทยุคสมัย คือ แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ลงในเพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื๊อต่าง ๆ ในประเทศไทย ภาษาจึงเป็น เครื่องมือสำคัญอย่างยิ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการกิจต่าง ๆ และแผ่นป้ายสามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน นอกจากนั้น ลักษณะ

การใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของสถาบันขงจื๊อมักใช้ภาษาทั้งสองประเภทคือ วจนภาษาและอวจนภาษา กล่าวคือวจนภาษาเป็นข้อความสั้น ๆ ส่วนอวจนภาษาเป็นภาพและการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะที่สื่อให้เห็นความเคลื่อนไหวของกิจกรรมวัฒนธรรมของสถาบันขงจื๊อ โดยเฉพาะเทศกาลสำคัญคือเทศกาลตรุษจีน

โดยสรุปความเห็นข้างต้นแล้ว กระบวนการทางโลกาภิวัตน์ได้ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมข้ามพรมแดนให้แน่นแฟ้นมากขึ้นในยุคสมัยนี้ สถาบันขงจื๊อในฐานะเป็นองค์กรรัฐที่ส่งเสริมการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศซึ่งไม่สามารถมองข้ามความสำคัญของประเด็นนี้ไปได้ สถาบันขงจื๊อในไทยเปิดเผยให้เห็นถึงเสน่ห์ของวัฒนธรรมสู่คนไทย โดยมีมาตรการที่ทันสมัย และดึงดูดความสนใจผู้ติดตามผ่านภาษาในการประชาสัมพันธ์ เพื่อทำให้การเข้าถึงวัฒนธรรมจีนไม่เป็นอุปสรรคสำหรับคนไทย ดังนั้นจึงสามารถเห็นได้ว่า ภาษาเปรียบดังสะพานที่นำพาให้ผู้คนเดินทางสู่โลกอันกว้างใหญ่ ดังนั้น การศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื๊อนับได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งซึ่งไม่เพียงแต่ไม่ผิดแนวโน้มกระแสสังคม ขณะเดียวกันยังคงสามารถอำนวยความสะดวกทางวิธีการใช้ภาษาในข้อมูลประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ให้แก่บริษัท องค์กร หรือหน่วยงานของจีนในประเทศไทยได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของสถาบันขงจื๊อในประเทศไทย

กรอบแนวคิด

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์การวิเคราะห้กลวิธี
การใช้ภาษาการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์
ออนไลน์ของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย ใช้แนวคิด 2 แนวคิด ประกอบด้วย
1. ทฤษฎีสัญวิทยา 2. แนวคิดกลวิธีทางภาษา (Linguistic strategies)
โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology)

สัญวิทยาหรือสัญศาสตร์ (Semiology) เป็นศาสตร์ที่เกิดขึ้น
โดยแฟร์ดีนันด์ เดอ โซซูร์ นักภาษาศาสตร์ชาวสวิตเซอร์แลนด์ เพื่อใช้
เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เรื่องภาษา โดยคำว่า “สัญวิทยา” พัฒนามา
จากคำใน ภาษากรีก Semeion แปลว่า Sign ตรงกับภาษาไทย คือ คำว่า
“สัญลักษณ์” ซึ่งพจนานุกรมฉบับพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์ (P.A. Payutto,
1995, p. 319-320) ให้ความหมายไว้ว่า การกำหนดหมาย ความจำได้หมายรู้”
สำหรับนักทฤษฎีด้านสัญวิทยา (Charoensinolarn, 2002, p. 17) มีมุมมองว่า
“สัญลักษณ์ คือ อะไรก็ได้ที่ก่อให้เกิดความหมายโดยการเทียบเคียงให้เห็นถึง
ความแตกต่างจากสิ่งอื่นและคนในสังคมยอมรับหรือเข้าใจ”

โรล็องด์ บาร์ตส์ อธิบายทฤษฎีการสร้างความหมายของสัญลักษณ์
การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ว่ามีลักษณะเป็นการสร้างความหมายสองระดับ
การสื่อความหมายระดับที่หนึ่ง คือสิ่งที่เป็นความเป็นจริงทางสังคม
สิ่งที่แสดงควมหมายระดับแรกคือ การสื่อความหมายโดยอรรถ หมายถึง
สิ่งที่สามารถสื่อความหมายที่เห็นเด่นชัด ไม่ต้องตีความมากนัก มาสู่ระบบสัญลักษณ์
ที่ประกอบด้วยตัวสัญลักษณ์ และสารสัญลักษณ์ ซึ่งต้องอาศัยการตีความสัญลักษณ์
ตามบริบทของสังคมวัฒนธรรมนั้น การสื่อความหมายระดับที่สองคือ สัญลักษณ์
จะแยกองค์ประกอบเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรก รูปแบบ ส่วนที่เป็นรูปแบบ
จะใช้วิธีการสื่อความหมายด้วยวิธีการสื่อความหมายโดยนัย ซึ่งเป็นการสื่อความหมาย

ชนิดที่ต้องมีการตีความหมาย ความหมายที่ซ่อนอยู่เป็นความหมายแฝง ต้องตีความหมายโดยอวัตรัย ส่วนที่สอง เนื้อหา ส่วนเนื้อหาเป็นส่วนที่สื่อความหมาย โดยปมแฝงเร้น (Myth) หรือ มายาคติ หมายถึง ปมแฝงเร้นบางอย่าง เช่น แดนสนธยา ความเชื่อเรื่องผี ความเชื่อเรื่องโชคลาง ความเชื่อเรื่องตำนาน ความเป็นมาของเชื้อชาติเผ่าพันธุ์ (Suttiyotin, 2020, pp. 208-210) โรลิ่งด บาร์ตส์ เป็นนักวรรณคดีที่โดดเด่นในช่วงศตวรรษ 20 ขั้นตอนการวิเคราะห์อวัจนภาษาจะใช้ทฤษฎีสัญญาวิทยาของโรลิ่งด บาร์ตส์เป็นหลัก เพื่อช่วยให้ประเด็นการวิจัยชัดเจนและน่าเชื่อถือมากขึ้น

2. แนวคิดกลวิธีทางภาษา (Linguistic strategies)

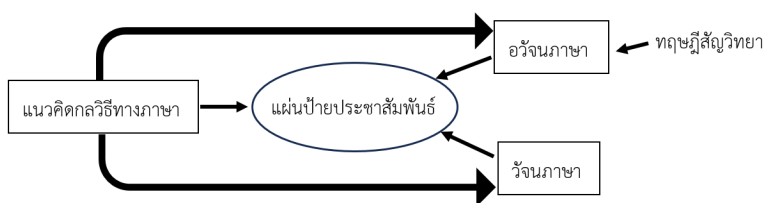
แนวคิดกลวิธีทางภาษา (Linguistic strategies) จันทิมา อังคพณชกิจ กล่าวถึงแนวคิดกลวิธีทางภาษาเป็นหนึ่งในกลวิธีของการผลิตตัวบท ในที่นี้หมายรวมทั้ง ตัวบทที่มีรูปถ้อยคำหรืออวัจนภาษา (Verbal text) และตัวบทที่ไม่มีรูปถ้อยคำ หรืออวัจนภาษา (Nonverbal text) (ที่มีกลวิธีได้หลากหลายในการนำเสนอ เช่น กลวิธีการจัดวาง ตำแหน่ง กลวิธีการใช้สี ฯลฯ) กลวิธีทางภาษาทั้งที่เป็นอวัจนภาษาและอวัจนภาษา ปรากฏอยู่ทั่วไป ในข้อความเนื่องจากตัวบทแต่ละตัวบทผ่านการเลือกใช้ภาษาที่แฝงวัตถุประสงค์หรือมีเจตนา มุ่งหมายของผู้ส่งสาร (หรือผู้ผลิตตัวบท) สื่อไปยังผู้รับสาร (ผู้บริโภคตัวบท) ท่ามกลางกิจกรรม การสื่อสารบางประการ ตัวบทหรือข้อความประเภทต่างๆ ก็มักจะเจือปนด้วยกลวิธีทางการ ที่แตกต่างกันไปด้วย นอกเหนือจากรูปแบบหรือแบบแผนของข้อความตามประเภทแล้ว เช่น รูปแบบของข่าวหนังสือพิมพ์ รูปแบบของจดหมาย รูปแบบของข้อความโฆษณา ฯลฯ ยังต้องมี ระบบของการเลือกใช้ภาษาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ด้วย (Angkapanichkit, 2018, p. 181)

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน ปี พ.ศ. 2566 จากเว็บไซต์เฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อในประเทศไทยจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ สถาบันขงจื่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยบูรพา สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เทศกาลตรุษจีนจำนวน 18 แผ่นป้าย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการใช้ภาษา
2. รวบรวมข้อมูลแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื่อต่าง ๆ ในประเทศไทย
3. วิเคราะห์แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนใหม่ของสถาบันขงจื่อในประเทศไทยตามกรอบแนวคิด



วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

4. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย และนำเสนอในรูปแบบบทความวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้สำรวจเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง “เทศกาลตรุษจีน: กลวิธีการใช้ภาษาในแผนป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย” สามารถแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. งานวิจัยเกี่ยวกับสถาบันขงจื่อ

บทความที่พูดถึงนโยบายของประเทศที่มีผลต่อประเทศต่าง ๆ เรื่อง “นโยบายของจีนในการส่งเสริมการพัฒนาสถาบันขงจื่อสู่ประเทศไทย” ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย Wei, Jutaviriya & Punndhanamahakarune (2021, p. 2) หลังการสถาปนาประเทศจีน เศรษฐกิจของจีนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและสถานภาพของจีนในระดับนานาชาติมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่อง ประเทศจีนจึงเริ่มให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมของตนเองสู่โลกภายนอกอย่างกว้างขวางมากขึ้น ดังนั้นรัฐบาลจีนจึงได้กำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนขึ้น จากนั้นในปี ค.ศ. 2004 จึงตั้งสถาบันขงจื่อเป็นศูนย์กลางสำคัญในการเผยแพร่ ภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนที่ประเทศต่าง ๆ รวมทั้งไทย จนถึงปี ค.ศ.2019 ประเทศไทยมีสถาบันขงจื่อทั้งหมด 16 แห่ง และห้องเรียนขงจื่อ 11 แห่ง จำนวนครูอาสาสมัครจีนมากกว่า 17000 คน

ส่วน Xu (2020) ได้เสนอประเด็นเกี่ยวกับขงจื่อในเรื่อง “การศึกษาความแพร่หลายของวัฒนธรรมจีนดั้งเดิมในประเทศไทย” ว่า สถาบันขงจื่อในประเทศไทยดำเนินการกิจกรรมทางวัฒนธรรมจีนเชิงรุก นอกจากนั้น สถาบันขงจื่อในประเทศไทยจัดการกิจกรรมวัฒนธรรมจีนต่าง ๆ สำหรับทั้งครู นักเรียนและสังคมภายใต้การจัดการงานและการสนับสนุนโดยสถาบันขงจื่อสำนักงานใหญ่แล้ว ยังจัดการกิจกรรมเพิ่มพูนประสบการณ์ทางวัฒนธรรมจีนตามสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื่อแต่ละแห่ง เพื่อทำให้มวลชนมีโอกาสอยู่ใกล้กับเสน่ห์ของวัฒนธรรมดั้งเดิมจีนอีกด้วย

2. งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาป้ายประชาสัมพันธ์

ในเรื่อง “การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าหวี จังหวัดพิษณุโลก” Sirisan (2017, p. 736) ได้กล่าวว่า การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าหวี จังหวัดพิษณุโลกในด้านการใช้งานคุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูล และด้านความสวยงาม มีค่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งตรงกับ Janjula, Somjit & Chantarakeeree (2019, p. 15) นำเสนอในเรื่อง “การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย จังหวัดยะลา” การเลือกหัวข้อที่น่าสนใจภาพและเสียง ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้เพียงพอแล้วนำมาสรุป วิเคราะห์เรียบเรียงแสดงออกมาเป็นภาพจึงจะดึงดูดความน่าสนใจได้ดี ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติม กราฟิกที่ใช้อาจเป็นภาพ ลายเส้น สัญลักษณ์ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ จัดทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้นาน ทำให้สื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

Nipawan & Kanthairaj (2021, p. 130) ได้พูดถึงการพัฒนาวัฒนธรรมผ่านสื่อพิมพ์ ในเรื่อง “แนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา” นำเสนอว่า แนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยว พบว่า ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสาร คือ แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ และโปสเตอร์ สื่อประชาสัมพันธ์ควรแยกภาษาไทย ภาษาจีน ภาษาอังกฤษ การจัดให้มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกจุดที่พัก ห้องน้ำ ภายในสถานที่ท่องเที่ยว และควรมีภาพประกอบการอธิบาย ควรมีความหลากหลาย เช่น เว็บไซต์ ระบบมัลติมีเดีย Wechat

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Nimitphan & Phonlakanisok (2016, p. 26) ได้กล่าวในเรื่อง “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ภายใต้อินเทอร์เน็ต” สื่อสังคมออนไลน์ แต่ละประเภทมีวิธีการสร้างสรรค์เนื้อหาในลักษณะที่ต่างกัน และมีผลต่อการสร้างเนื้อหาข่าว กล่าวคือ 1) การสร้างเนื้อหาด้วยระบบคอมพิวเตอร์ นักประชาสัมพันธ์ต้องปรับกระบวนการผลิตเนื้อหาแบบเดิมในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายเสียงให้กลายเป็นเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์และใช้ระบบดิจิทัลเต็มรูปแบบเพื่อความรวดเร็วในกระบวนการผลิต 2) การนำเสนอเนื้อหา นักประชาสัมพันธ์สามารถบูรณาการสื่อสังคมออนไลน์ในการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความหลากหลาย เช่น การใช้ตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง เป็นต้น 3) บุคลิกลักษณะเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภทมีบุคลิกเฉพาะและมีความแตกต่างกัน เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ที่จะนำเสนอต้องมีความสอดคล้องกับบุคลิกของสื่อสังคมออนไลน์

3. งานวิจัยเกี่ยวกับกลวิธีทางภาษา (Linguistic strategies)

Sawatdayawon (2004, p. 17) ได้กล่าวถึง ความสำคัญและรูปแบบกลวิธีการใช้ภาษาในการโฆษณาทางโทรทัศน์ ในเรื่อง “กลวิธีการใช้ภาษาในการโฆษณาทางโทรทัศน์” คือ กลวิธีการใช้ภาษาในการโฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างยิ่งในการถ่ายทอดเนื้อหา โฆษณาให้เป็นที่ดึงดูดใจผู้รับชมโฆษณา โดยกลวิธีการใช้ภาษาในการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่นิยมใช้กัน อย่างแพร่หลายมี 11 กลวิธี คือ การใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมา การใช้ภาษาเปรียบเทียบการใช้ภาษาเกี่ยวกับ การดำเนินชีวิต การใช้ภาษาเพื่อเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไข การใช้ภาษาโดยใช้บุคคลรับรองและ สาธิต การใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขบขัน การใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ การใช้ภาษา จูงใจให้สิ่งตอบสนอง การใช้คำขวัญ การใช้ภาษาภาพพจน์ และ การใช้ภาษาในการเน้นจุดเด่น ผู้ผลิตรายการ โฆษณาได้นำกลวิธีต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ในการผลิตรายการโฆษณา มีทั้งรูปแบบโฆษณาที่มุ่งสะท้อนสังคม ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ หรืออรรถรงค์ให้ประชาชนมีคุณธรรมจริยธรรม และโฆษณาที่มุ่งจะขายสินค้าและบริการ

นอกเหนือจากนี้แล้ว แนวคิดกลวิธีการใช้ภาษายังนำประยุกต์ใช้ในบทเพลงในทั้งด้านวจนภาษาและอวจนภาษา ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน โดย Withawaphinyo (2015, p. 145) กล่าวในเรื่อง “กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในบทเพลงของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ” บทเพลงคืนความสุขให้ประเทศไทยมีการใช้กลวิธีทางภาษาและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในการสร้างความเข้าใจ และการให้ความมั่นใจในการกำกับและควบคุมพฤติกรรมของประชาชนในสังคมด้วยกลวิธีต่าง ๆ อันประกอบไปด้วย (1) กลวิธีทางศัพท์ เพื่อแสดงสภาพและระดับความสัมพันธ์ ตลอดจนความสำคัญในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของผู้ร่วมสื่อสาร (2) กลวิธีทางวจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรมเพื่อสื่อความถึงนัยเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ปรากฏมาก่อนหน้า และเป็นการแฝงเจตนาของผู้ส่งสารในตัวบทด้านความคิดเห็นและความคาดหวัง รวมถึงตอกย้ำให้ผู้รับสารเกิดความมั่นใจในความมั่นคงปลอดภัย และ (3) กลวิธีทางวาทศิลป์ โดยใช้บทประพันธ์ซึ่งต้องอาศัยคุณสมบัติทางเสียงและ ถ้อยคำมาร้อยเรียงให้เกิดความไพเราะ อันเป็นกลวิธีที่ทำให้ผู้รับสารจดจำได้ง่ายและมีความคงทน

การใช้ภาษาในตัวบทที่เป็นชนิดข่าวออนไลน์ Kantichon & Angsuwiriya (2022, p. 148) สรุปกลวิธีการใช้ภาษาในข่าวออนไลน์เป็น 4 กลวิธี ในเรื่อง “ปัญหาสิ่งแวดล้อม: การศึกษากลวิธีการใช้ภาษาจากพาดหัวข่าวออนไลน์” คือ 1) กลวิธีในการเลือกใช้คำศัพท์ แสดงถึงการผลิตเกี่ยวกับสาเหตุ ของปัญหาสิ่งแวดล้อมมาจากการกระทำของมนุษย์ที่มีความต้องการทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำรงชีวิต 2) กลวิธี โครงสร้างประโยค กลวิธีโครงสร้างประโยคต้องการให้อ่านหรือผู้รับสารเกิดความรู้สึกร่วมเพื่อให้เกิดการ พิจารณาความเกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น 3) กลวิธีทางวจนปฏิบัติศาสตร์ กลวิธีดังกล่าวต้องการ ให้อ่านเกิดความวิตกกังวลต่อเหตุการณ์และผลกระทบจากปัญหาที่เกิดขึ้น 4) กลวิธีอุปลักษณ์ เพื่อให้อ่าน หรือผู้รับสารเกิดความวิตกกังวลและสร้างมุมมองใหม่เกี่ยวกับสัตว์ และให้มนุษย์เห็นใจสัตว์ในระบบนิเวศใน ฐานะเพื่อนร่วมโลก ผู้วิจัยสรุปจากทั้ง 4 กลวิธีนี้ พบว่ามีความสอดคล้องและสัมพันธ์พร้อมตอกย้ำถึงสาเหตุ

ของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มองว่ามาจากการกระทำอันเกิดจากความต้องการ
การแย่งชิงทรัพยากร เพื่อให้มนุษย์สามารถดำรงชีพได้อย่างสะดวกสบาย

การใช้ภาษาในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นรากฐานที่เกี่ยวเนื่อง
การวิจัยนี้มากที่สุด Dittabanjong (2021, pp. 36-37) กล่าวในเรื่อง
“การวิเคราะห์เนื้อหาสารและกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสื่อออนไลน์” ส่วนเนื้อหาสาระในการประพันธ์
มีการนำเสนอข้อมูลหลักเกี่ยวกับเรื่องราวทางวัฒนธรรม และส่วนข้อมูลสนับสนุน
ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย 1) ข้อมูลติดต่อสอบถามเพิ่มเติม 2) วิธีการเดินทาง
3) และการให้ข้อมูลเพิ่มเติม (Review) และกลวิธีการใช้ภาษาที่ใช้ประชาสัมพันธ์
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสื่อออนไลน์ ปรากฏ 6 กลวิธี ได้แก่ 1) การใช้
วจนกรรม ปรากฏวจนกรรมกลุ่มบอกกล่าว วจนกรรมกลุ่มชี้แนะ วจนกรรม
กลุ่มแสดงความรู้สึก วจนกรรมกลุ่มผูกมัด และวจนกรรมกลุ่มแถลงการณ์
2) การอ้างถึง พบการใช้คำอ้างถึงการท่องเที่ยว และวัฒนธรรม ปรากฏการ
ใช้การเชื่อมโยงคำศัพท์ (Lexical cohesion) ที่มีความหมายถึง การท่องเที่ยว
และวัฒนธรรม 3) การขยายความ ปรากฏการขยายความโดยการระบุสถานที่
ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ลักษณะทางกายภาพ การขยายความหมายเกี่ยวกับ
ความสวยงามของสถานที่ และ อัตลักษณ์ท้องถิ่น 4) การใช้ภาพพจน์
ปรากฏภาพพจน์สมยานาม อุปมา อุปลักษณ์ อติพจน์ การเล่นเสียง ปฏิพจน์
บุคลาธิษฐาน สัทพจน์ 5) การใช้เรื่องเล่า ปรากฏเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์
และเรื่องเล่าทางคติชน 6) กลวิธีทางสัญลักษณ์ ปรากฏการจัดวางองค์ประกอบ
การสื่อความหมายผ่านรูปภาพ และการใช้รูปแบบอักษร

ผลการวิจัย

การศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์
เทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื้อในประเทศไทย สามารถวิเคราะห์ได้ 2 ประเด็น
คือ กลวิธีการใช้วจนภาษาและกลวิธีการใช้วจนภาษา ดังมีรายละเอียด
ต่อไปนี้

1. การใช้ວັນภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์

การวิเคราะห์การใช้ວັນภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื้อโดยประยุกต์ใช้แนวคิดสัญญาวิทยาของ โรลิ่งด์ บาร์ตส์ เนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ที่เป็นວັນภาษาสื่อความหมายเชิงสัญญาว่ามีลักษณะการสร้าง ความหมายสองระดับ คือ แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์สื่อความหมายโดยอรรถ ซึ่งหมายถึงสิ่งที่สื่อให้เห็นเด่นชัดโดยไม่ต้องตีความอีก ส่วนระดับที่สอง คือแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์สื่อความหมายโดยนัย หรือสื่อความหมายโดยปมแฝงเร้นหรือมายาคติ

1.1 สีแดงกับสีทอง สีที่ใช้เป็นการแสดงความหมายโดยอรรถหรือโดยนัย แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนมีการใช้สีแดงกับสีทอง ซึ่งเป็นโทนสีหลักในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื้อในประเทศไทย บรรดา 16 แผ่นป้ายใช้สีแดงกับสีทอง ดังตัวอย่างต่อไปนี้



สีแดง มีใช้ในพื้นหลัง เลือกระบาย
ปลาการ์พ

สีทอง มีใช้ใน เงินทอง เมฆมงคล
ตัวอักษรภาษาจีนและภาษาไทย
ที่เป็นสีทองอ่อน

ภาพที่ 2 ตัวอย่างการใช้สีทองกับสีแดงในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์
ที่มา: (Confucius Institute of Chulalongkorn University, 2023, Online)



สีแดง มีใช้ใน พัด โคมไฟ อังเปา
วงกลมนอกตราสถาบัน เส้นนอก
ตัวอักษร

สีทอง มีใช้ใน เงินทอง ตัวอักษร
พื้นหลัง เมฆมงคล ตราสถาบัน

ภาพที่ 3 ตัวอย่างการใช้สีทองกับสีแดงในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์
ที่มา: (Confucius Institute at Khon Kaen University, 2023, Online)

ตัวอย่างข้างต้น นำเสนอให้เห็นได้ว่าสีแดงกับสีทองมีความสำคัญมากสำหรับชาวจีนในการสื่อความดีงามโดยมีเหตุผล สอดคล้องกับที่ Feisner (2001) พิจารณาสรุปการใช้สีทองกับสีแดง นำเสนอว่า สีแดงสื่อถึงความรัก ความสำคัญ ความกล้า ความแข็งแกร่ง และสีทอง สื่อถึงคุณค่า ความสำคัญ ความสูงส่ง สูงศักดิ์ ความศรัทธาสูงสุดในศาสนาพุทธ (Feisne, 2001 as cited in Khaoroptham, 2018, pp. 312-313)

สีแดงเป็นสีสดใสที่แสดงถึงความสุข ตั้งแต่สมัยโบราณในช่วงเทศกาล งานมงคลสมรส ตั้งแต่การประดับตกแต่งเครื่องแต่งกายต่าง ๆ ล้วนแต่ใช้สีแดงเพื่อสะท้อนถึงกิริยาท่าทางของงาน สีแดงซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความมงคลยังสื่อถึงบรรยากาศการเฉลิมฉลองที่ยาวนาน Sawatdayawon (2004) ได้เสนอนำการใช้สีในเรื่อง “ป้ายมงคลจีน: เกี้ยวพู่ และด้ายเหลียน” ว่า สีแดงเป็นสัญลักษณ์สำคัญที่ช่วยพรเพื่อให้เกิดสิ่งดี ๆ ในโอกาสมงคลต่าง ๆ ดังนั้น ข้อความในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน ของสถาบันขงจื้อในประเทศไทยใช้สีแดง เพื่อสื่อถึงความอวยพรเทศกาลตรุษจีนให้แก่ชาวจีนและชาวไทยในอนาคต และมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดสิ่งที่ดีงามในวัฒนธรรมดั้งเดิมของจีน

สีทองเป็นสีที่เจิดจรัสที่สุดและเป็นสิริมงคลที่สุดในธรรมชาติ เป็นสีของดวงอาทิตย์ Khaoroptham (2018, p. 304) จึงเห็นได้ว่า สีทองสื่อความมั่นคง สงาม และสื่อความสูงส่งและความศักดิ์สิทธิ์ในพุทธศาสนาอีกด้วย ดังนั้น สีทองมีบทบาทสื่อความดีงาม การใช้สีทองในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื้อประเทศไทย เพื่อสื่อถึงความอบอุ่นและความสุข และยังมีเสน่ห์ที่เปล่งประกายในช่วงเทศกาลตรุษจีน ตั้งแต่สมัยโบราณมูลค่าของทองคำได้ให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ของทองคำ เช่น ความพอใจ ความหรูหรา การประดับประดา ความสง่างาม ความมีเกียรติ การโอ้อวด ความศักดิ์สิทธิ์ ชื่อเสียง และความจงรักภักดี

1.2 โคมไฟ เป็นสัญลักษณ์สำคัญของเทศกาลตรุษจีน ซึ่งปรากฏในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์สถาบันขงจื่อ จำนวน 9 แผ่นป้าย และการวางโคมไฟส่วนใหญ่เป็นการห้อยขึ้น ไม่ว่าจะเป็นข้างใด ดังตัวอย่างต่อไปนี้



โคมไฟที่เป็นสีแดงแขวน
อยู่ตอนบนทั้งสองข้าง

ภาพที่ 4 ตัวอย่างโคมไฟในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์

ที่มา: (Chinese PSU Surat, 2023, Online)

โคมไฟแดง ทรงกลมจะถูกแขวนไว้บนหอบประตู ร้านค้า สวนสาธารณะในเมืองต่าง ๆ ทั่วประเทศจีน และแม้แต่ที่ประตูของอาคารขนาดใหญ่ และเอกชนบางแห่งเมื่อใดก็ตามที่มีการเฉลิมฉลองเทศกาลสำคัญและช่วงเวลาดี ๆ ในตอนกลางคืนจะมีการจุดตะเกียงที่ระดวงและแสงสีแดงส่องไปรอบทิศทาง ทำให้ดูยิ่งใหญ่ อบอุ่น และสนุกสนาน

โคมแดงมีความหมายพิเศษสำหรับชาวจีน คือ ประการแรกสีแดงแสดงถึงความรื่นเริง เมื่อจุดหลอดไฟ แสงสีแดงจะถูกฉายออก แสงสีแดงที่ฉายหมายถึงการงานและชีวิตจะเจริญรุ่งเรืองและมีชีวิตชีวาในปีใหม่นอกจากนี้ รูปลักษณ์ของโคมไฟคือรูปแบบกลม เนื่องจากวงกลมไม่มีขอบและมุม จึงไม่สามารถแทงผู้อื่นได้ อีกทั้ง เป็นรูปปิด วงกลมยังมีความหมายถึงการรวบรวม ดังนั้น โคมแดงที่มีลักษณะกลมจึงมีความหมายถึงความกลมเกลียวและความสมบูรณ์

1.3 พัดกลม แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนยังรวมสัญลักษณ์พัดกลม ซึ่งเป็นประดับตกแต่งของแผ่นป้าย มีนัยสำคัญแฝงอยู่ในพัดกลม แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์มี 4 แผ่นป้ายที่มีพัดกลม ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 5 ตัวอย่างพดกลมในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์
ที่มา: (Dhurakij Pundit University, 2023, Online)

วัฒนธรรมการใช้พัดเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมประจำชาติของจีน ประเทศจีนจึงได้รับสมญานามว่า“เป็นอาณาจักรแห่งพัด” นอกเหนือจากประโยชน์เรื่องการใช้สอยแล้วนั้นพัดเหล่านี้ยังคงทำหน้าที่สำคัญมาตั้งแต่ยุคจีนโบราณนั่นคือเครื่องประดับทางสังคมและวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังกล่าวว่าองค์ประกอบของพัดการออกแบบรูปทรงรูปแบบลวดลายเทคนิคและสีล้นมีความสวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น (Chanpeng & Numtong, 2022, p. 182) จึงถือได้ว่าพัดที่เป็นสัญลักษณ์สำคัญของวัฒนธรรมจีนตั้งแต่สมัยโบราณถูกนำไปประยุกต์ใช้ในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ถึงแสดงให้เห็นสถาบันขงจื้อเน้นย้ำฐานะสำคัญของพัดสำหรับชาวจีนและวัฒนธรรมจีน

จากการศึกษาถึงทราบได้ว่า พัดถือเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นจีนซึ่งสามารถสื่อความหมายทางวัฒนธรรมจีนได้เช่นกัน เป็นสัญลักษณ์ของความสง่างามในสุนทรียะแบบจีนดั้งเดิมและสิ่งที่สวยงาม หมายถึง สิ่งที่คุณโยยหาหรือเป็นอุดมคติของผู้คน พัดในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์สื่อถึง ปีใหม่สถาบันขงจื้อในประเทศไทยขออวยพรให้ผู้ติดตามสถาบันขงจื้อมีชีวิตที่ดีงาม นอกจากนี้ข้าราชการจีนในสมัยโบราณจะถือพัดเมื่อรับแขก สร้อยคอรูปพัดมักใช้เป็นสัญลักษณ์แห่งความรักสำหรับผู้หญิง เป็นต้น ดังนั้น พัดจึงเป็นสัญลักษณ์ของความรัก มิตรภาพ และสถานะสังคม

1.4 ดอกโบตั๋น เป็นอีกสัญลักษณ์สำคัญที่ใช้มาแทนวัฒนธรรมทางดอกไม้จีน ประกอบอยู่ในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ โดยมี 6 แผ่นป้ายดังตัวอย่างต่อไปนี้



ดอกโบตั๋น อยู่ข้างบนและ
ข้างล่างตัวอักษรที่เป็นสองภาษา

ภาพที่ 6 ตัวอย่างดอกโบตั๋นในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์
ที่มา: (Chinese PSU Surat, 2023, Online)

การออกแบบดอกโบตั๋นในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์สามารถถือเป็นคำอวยพรเชิงสัญลักษณ์ที่ดึงดูดให้นักศึกษาหรือผู้ที่สนใจภาษาจีนและวัฒนธรรมจีน สอดคล้องกับเนื้อหาเว็บไซต์ของ Ministry of Culture and Tourism (China) (2012) โปสเตอร์ในวัฒนธรรมจีนแบบดั้งเดิม ดอกโบตั๋นมีความสง่างาม หรรษา มีเกียรติ และมั่งคั่ง ซึ่งกระตุ้นความสัมพันธ์อันหลากหลายของผู้คนจากความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับดอกโบตั๋น และสร้างความหมายแฝงพื้นฐานของวัฒนธรรมดอกโบตั๋น ในความคิดของผู้คน ดอกโบตั๋นเป็นศูนย์รวมของความงาม สัญลักษณ์ของความบริสุทธิ์และความรัก บ้านเมืองเจริญรุ่งเรือง มั่งคั่ง ครอบครัwmั่งคั่ง ร่มเย็น ผู้คนชอบความสุขและความสิริมงคล (Ministry of Culture and Tourism of The People's Republic of China, 2012, Online)

1.5 ตราสัญลักษณ์สถาบัน ตราสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื้อ และสถาบันอุดมศึกษาที่ทำความร่วมมือกันถือเป็นอีกประเด็นที่น่าสนใจ มี 13 แผ่นป้ายใช้ตราสัญลักษณ์ของสถาบัน และมี 9 แผ่นป้ายได้ใช้ตราสัญลักษณ์ของทั้งสถาบันขงจื้อและสถาบันอุดมศึกษาที่ทำความร่วมมือกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตราทั้งสองสถาบันวางตอนบน
แผ่นป้าย มีตราประจำสถาบัน
ขงจื้อและตราประจำสถาบัน
อุดมศึกษาที่ร่วมมือกัน

ภาพที่ 7 ตัวอย่างตราสถาบันในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์

ที่มา: (Confucius Institute and Center for Chinese Studies
Burapha University, 2023, Online)

ตราสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื้อประกอบด้วยตัวอักษรย่อ “汉 (อ่านว่า ฮั่น)” ที่แปลงรูปร่างซึ่งหมายถึงจีน และผสมผสานนกฟิราบ กิ่งมะกอกที่บินสูงกับรูปร่างของโลก เพื่อสื่อความกระชับและความชัดเจน ความนุ่มนวลและความมีพลัง ตราสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไม่เพียงแสดงถึงภาษาและวัฒนธรรมจีนดั้งเดิมอย่างเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงก้าวของยุคแห่งความทันสมัยอย่างรวดเร็ว (Baidu Baiké, 2023, Online)

ตำแหน่งของตราสัญลักษณ์ยังสามารถแสดงถึงความสัมพันธ์อันใกล้ชิดระหว่างทั้งสองประเทศ ในประเทศไทย “ส่วนยอด” หมายถึงความศักดิ์สิทธิ์ ฐานสูงส่ง เป็นที่ประจักษ์ในสังคม เช่น ไม่สัมผัสศีรษะผู้อื่น

โน้มน้าวและยอตัวเมื่อเดินผ่านผู้อาวุโส อย่างไรก็ตาม ในประเทศจีน ส่วนบนหรือส่วนยอดยังคงแสดงออกถึงสถานะที่สูงส่ง เช่น ครูยืนบนแท่นบรรยาย เป็นต้น ดังนั้นตราสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื้อและมหาวิทยาลัยไทยจึงอยู่ตอนบนรูปภาพประชาสัมพันธ์ เห็นได้ว่า ไทยกับจีนให้ความสำคัญซึ่งกันและกัน และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างจีนและไทยก็ได้รับความเคารพจากทั้งสองเช่นกันตรา สัญลักษณ์เหล่านี้ส่วนใหญ่อยู่ที่ทิศทางด้านบนของป้ายประชาสัมพันธ์ มีตราสัญลักษณ์เพียงอันเดียวอยู่ด้านล่างขวาของแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ คือมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

1.6 นักชัตร ปรากฏในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ที่เป็นกระต่าย จึงทราบได้ว่า ปีนี้คือปีเถาะ โดยมี 13 แผ่นป้ายใช้สัญลักษณ์นักชัตร ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 8 ตัวอย่างนักชัตรในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์

ที่มา: (Confucius Institute and Center for Chinese Studies
Burapha University, 2023, Online)

กระต่ายที่รอยยิ้มและการกระทำแสดงออก ความสนุกสนาน รอยยิ้มของนักชัตร แสดงให้เห็นถึง รอยยิ้มบนใบหน้าของกระต่าย มอบความคาดหวังของคนที่จะใช้ชีวิตด้วยเสียงหัวเราะมากมายในปีใหม่ ยิ่งกว่านั้น รอยยิ้มยังแสดงถึงความเป็นมิตรและความสุข ดังนั้น จากสีหน้า

ของกระต่าย สามารถทราบได้ว่ากระต่ายยัมนั้นยังมอบความคาดหวังของผู้คนวันและความสุขในปีใหม่อีกด้วย การสร้างรูปสัญลักษณ์กษัตริย์ปีเถาะมาสะท้อนให้เห็นถึงความทางสัญลักษณ์ คืออุดมการณ์ที่โหยหาชีวิตที่ดีงามในปีใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลองค์ประกอบสัญลักษณ์ที่เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นรูปสัญลักษณ์ (Signifier) และส่วนที่เป็นความหมายของสัญลักษณ์ (Signified) ที่ แฟร์ดีนันท เดอ โซซูร์นำเสนอ

การใช้วจนภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์มีการนำเสนอที่หลากหลาย มีการจัดวางองค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้สีทองและสีแดง การจัดวางตำแหน่ง อาทิเช่น ตราสถาบันขงจื้อกับตราสถาบันอุดมศึกษาไทยวางติดกัน การใช้เส้น เช่น เส้นกลมพัตลม เส้นกลมโคมไฟ เส้นกลมเมฆมงคล การใช้สัญลักษณ์ที่เป็นวัตถุ เช่น มีโคมไฟ พัด ดอกโบตัน และ การใช้สัญลักษณ์ตัวแทน เช่น ตราสถาบัน ภาพนักษัตริย์ รูปแบบวจนภาษาในแผ่นป้ายดังกล่าวนี้เปิดให้เห็นถึงเทศกาลตรุษจีนที่น่าสนใจ รวมทั้งอุดมการณ์ที่ดีงามของจีน เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ติดตาม และทำให้รู้สึกถึงความใกล้ชิดกับสถาบันขงจื้อ

2. การใช้วจนภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์

ตัวอักษรที่เป็นทฤษฎีพื้นฐานของข่าวหรือข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ Phukasawat & Satararuji (2013, p. 33) กล่าวว่า การนำเสนอเนื้อหา การประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย การใช้ตัวอักษรเป็นลักษณะสำคัญประการหนึ่งของนำเสนอเนื้อหา สารหรือข้อมูลคือองค์ประกอบสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เห็นได้ว่า ตัวอักษรมีความจำเป็นในการสื่อข้อมูลประชาสัมพันธ์ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 9 ตัวอย่างการใช้วจนภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์
ที่มา: (Confucius Institute of Chulalongkorn University,
2023, Online)

2.1 ข้อความที่เป็นข้อมูลพื้นฐานของกิจกรรมหรือข่าวสาร
การนำเสนอข้อมูลพื้นฐานของแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์
ได้แก่ องค์กรสถาบัน เวลาวันที่กิจกรรม สถานที่กิจกรรม และประเด็น
กิจกรรม และวิธีการนำเสนอข้อมูลพื้นฐาน โดยมี 2 รูปแบบ คือ การนำเสนอ
ข้อมูลพื้นฐานการประชาสัมพันธ์โดยตรง และการนำเสนอข้อมูลพื้นฐาน
การประชาสัมพันธ์ทางอ้อม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1.1 การนำเสนอข้อมูลพื้นฐานการประชาสัมพันธ์โดยตรง
ตัวอย่าง ภาพที่ 9 ข้อมูลที่เป็นตัวอักษรตอน
บนของแผ่นป้าย “二零二三年朱拉隆功大学师生春节联欢会
(งานกิจกรรมเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีนประจำปี 2023 สำหรับอาจารย์
นิสิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)” เห็นได้ว่ามี 3 ข้อมูล คือ 1) ประเด็นกิจกรรม
ซึ่งเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีน 2023 2) กลุ่มเป้าหมาย คือ อาจารย์ และ
นิสิตจุฬาฯ 3) องค์กรผู้จัดกิจกรรมคือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ข้อมูลพื้นฐานดังกล่าว
แฝงอยู่ในการประชาสัมพันธ์ นอกจากนั้น ข้อมูลอยู่ข้างล่างตอนกลางที่เป็น
สองภาษาก็บอกรายละเอียดของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ “朱拉隆功大
学孔子学院与朱拉隆功大学文学院中文系联合举办”

หรือตรงกับภาษาไทย “จัดโดย สถาบันขงจื๊อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสาขาวิชาภาษาจีน คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” เป็นข้อมูลชี้ให้เห็นถึงองค์กรที่จัดกิจกรรมโดยตรง คือ สถาบันขงจื๊อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสาขาวิชาภาษาจีน คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และตัวอักษรที่สุด “2023年1月17日” หรือ “17 มกราคม 2566” สื่อให้เห็นวันที่การจัดกิจกรรมโดยตรง

2.1.2 การนำเสนอข้อมูลพื้นฐานการประชาสัมพันธ์ ทางอ้อม

ตัวอย่าง **ภาพที่ 9** ส่วนกลางมีตัวอักษรจีนเขียนไว้ว่า “金虎辞旧岁，玉兔迎新春” ซึ่งแปลตรง ๆ ตามภาษาจีน คือ เสือทองส่งชยุเก่าไป กระต่ายหยกต้อนรับฤดูใบไม้ผลิ หากผู้รับสารอ่านแล้ว คงไม่เข้าใจเนื้อหา เนื่องจากการไม่บอกข้อมูลพื้นฐานโดยตรง ด้วยเหตุนี้ ผู้อ่านต้องตีความเอง ถึงจะสามารถทราบความหมายได้ เมื่อผู้อ่านตีความ จะต้องตั้งคำถาม เช่น ทำไมต้องใช้คำว่า “金虎 (เสือทอง)” กับ “玉兔 (กระต่ายหยก)” หรือ “旧岁 (ชยุเก่า)” กับ “新春 (หน้าใบไม้ผลิใหม่)” หมายถึงอะไร ที่สำคัญผู้อ่านจะต้องมีองค์ความรู้เกี่ยวกับภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนมาก่อน “金 (ทอง)” เป็นสีสิริมงคลของจีน “虎 (เสือ)” คือนักซัตร (ซวด) หนึ่งใน 12 นักซัตร “岁 (ชยุ)” เป็นปีศาจที่ต้องจุดประทัดไล่ไป ซึ่งใช้แทนปี ส่วน “玉 (หยก)” คือวัตถุสิ่งของ แทนความบริสุทธิ์หรือความดีงาม “兔 (กระต่าย)” คือนักซัตร (เถาะ) หนึ่งใน 12 นักซัตร “春 (หน้าใบไม้ผลิ)” เป็น 1 ใน 4 ฤดูของภูมิประเทศ ใช้มาแทนเทศกาลตรุษจีน เนื่องจากเทศกาลตรุษจีนอยู่ในช่วงเริ่มต้นของฤดูใบไม้ผลิ ดังการอธิบายข้างต้น จึงทราบได้ว่า “金虎辞旧岁，玉兔迎新春” หมายถึง เสือทองส่งท้ายปีเก่า กระต่ายหยกต้อนรับปีใหม่

ตัวอักษรการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมาสื่อข้อมูลพื้นฐานการประชาสัมพันธ์ คือ ประเด็นของกิจกรรม คือ กิจกรรมเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีนปีเถาะ

2.2 คำขวัญหรือคำอวยพรในช่วงตรุษจีน จำนวน 13 แผ่นป้าย
ตามตัวอย่าง ภาพที่ 9 การใช้คำขวัญที่เป็นวันจันภาษา
สื่อความหมายว่าสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่ดีให้ผ่านพ้นไปกับปีเก่า และให้พบเจอสิ่งดี ๆ
ในปีใหม่ ดังคำขวัญว่า “อ่าลาปีชวด ต้อนรับปีใหม่” ใช้คำตรงข้ามกัน
คือ “อ่าลา” กับต้อนรับ และรอคอยสิ่งใหม่มา 1) หากมองความหมาย
ของถ้อยคำ อ่าลา หมายถึง ลาจากไป มักใช้ในกรณีพิเศษ และต้อนรับ
หมายถึงรับรอง (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554) ดังนั้น
อ่าลาปีชวด ต้อนรับปีใหม่ หมายถึง ลาจากปีชวด ซึ่งปี 2022 และต้อนรับปีใหม่
ซึ่งปี 2023 2) หากมองจากการตีความเชิงลึก อ่าลากับต้อนรับเป็นคำตรง
ข้ามกัน สิ่งที่เราอ่าลาคือความชั่วร้าย และสิ่งที่เราดำเนินชีวิตต่อไป คือความดีงาม
ปีชวดอาจจะแทนความชั่วร้าย และปีใหม่อาจจะแทนความดีงาม ดังนั้น
ความหมายของคำขวัญนี้จึงเกิดความเปลี่ยนแปลงเป็น ทำให้ผู้คนเกิดขวัญ
และกำลังใจในการดำเนินชีวิตต่อไป ควรจะเตรียมตัวให้พร้อมและต้อนรับสิ่งใหม่ ๆ
คำขวัญนี้ ถือว่า เป็นถ้อยคำที่ให้กำลังใจหรือสร้างความดีงามกับบุคคล

2.3 การใช้ภาษาจีนกับภาษาไทยผสมกัน

ตัวอย่าง ภาพที่ 9 การประชาสัมพันธ์ในแผ่นป้าย
การประชาสัมพันธ์ใช้ทั้งภาษาจีนกับภาษาไทยผสมกัน แผ่นป้ายที่มีวันจันภาษา
ทั้งภาษาจีนและภาษาไทยเป็นการประชาสัมพันธ์ จำนวน 14 แผ่นป้าย

ภาษาจีนส่วนหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีน
คือ ภาษาจีน การใช้ภาษาจีนในแผ่นป้าย เพื่อสื่อให้ทราบฝ่ายข้อมูลมาจาก
องค์กรจีน ซึ่งสถาบันขงจื่อ โดยเผยแพร่วัฒนธรรมจีนโดยตรง อีกทั้ง
เป็นวัฒนธรรมการประชาสัมพันธ์ด้วยสองภาษา ด้วยเหตุนี้ แผ่นป้ายดังกล่าว
เพื่อเน้นความเป็นจีน และเพื่อสอดคล้องกับวัฒนธรรมประชานิยม นอกจากนี้
ยังมีภาษาไทยจีนผสมอธิบาย เนื่องจากสถานที่ประชาสัมพันธ์คือประเทศไทย
และรัฐบาลจีนมุ่งเน้นเผยแพร่วัฒนธรรมจีนไปสู่ต่างประเทศ ดังนั้น การใช้ภาษาไทย
เพื่อเข้าถึงชาวไทยที่สนใจภาษาจีนและวัฒนธรรมจีน และดึงดูดสายตาของชาวไทย
มาเรียนภาษาจีนที่สถาบันขงจื่อ หากวิเคราะห์ในมุมมองโลกาภิวัตน์ การที่แผ่นป้าย
ประชาสัมพันธ์สามารถใช้ทั้งสองภาษาสื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของทั้งสอง
ประเทศแน่นแฟ้นจริงจัง เป็นมิตรต่อกัน

ดังนั้น การใช้วจนภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ได้กล่าวถึง 2 ด้าน คือ เนื้อหาข้อมูลในแผ่นป้าย ซึ่งข้อความที่เป็นข้อมูลพื้นฐานของกิจกรรมหรือข่าวสารและคำขวัญและคำอวยพร และรูปแบบการนำเสนอของ วจนภาษา ซึ่งการใช้ภาษาจีนกับภาษาไทยผสมกัน

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ กลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เทศกาลตรุษจีนออนไลน์ของสถาบันขงจื่อในประเทศไทยมี 2 กลวิธี กลวิธีแรก การใช้วจนภาษาที่เป็นสัญลักษณ์หลากหลาย เช่น สีแดงกับสีทอง โคมไฟ พัดกลม ดอกโบตั๋น นักษัตร และตราสถาบัน กลวิธีที่สอง การใช้วจนภาษา มี 3 ประเด็น คือ 1) เนื้อหาบอกข้อมูลพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์ เช่น วันที่เวลา สถานที่จัดกิจกรรม หรือกลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ 2) การใช้คำขวัญและคำอวยพร เช่น ออมาปีชวด ต้อนรับปีใหม่ หรือ โบตั๋นแบ่งบาน งดงามปีเถาะ 3) การใช้ภาษาจีนกับภาษาไทยผสมผสานกัน โดยมีทั้ง 2 กลวิธี ดังกล่าวมีวัตถุประสงค์สำคัญแฝงอยู่ในตัวบท คือ 1) เพื่อสื่อถึงความเป็นจีน และวัฒนธรรมจีนที่ดึงดูดใจ เช่น ความบริสุทธิ์ อุดมการณ์ปีใหม่ 2) เพื่อสื่อให้เห็นถึงความเป็นมิตรระหว่างไทย-จีน เช่น ความร่วมมือกันทางการศึกษา การอยู่ร่วมกันอย่างสงบ เป็นต้น

แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ขององค์กร นอกจากนั้น ยังเผยแพร่วัฒนธรรมจีนการใช้สื่อออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้ที่สนใจ ภาษาจีนและวัฒนธรรมจีน ซึ่งเช่นเดียวกับที่ผู้วิจัยพวก Wei (2021) นำเสนอไว้ คือ ประเทศจีนจึงเริ่มให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมของตนเองสู่โลกภายนอกอย่างกว้างขวางมากขึ้น ดังนั้น รัฐบาลจีนจึงได้กำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนขึ้น

กลวิธีการใช้ภาษาผ่านองค์ประกอบแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์กับการสื่อความหมายของป้ายประชาสัมพันธ์มีความเชื่อมโยงกันที่สำคัญ อย่างที่ จันทิมา อังคพณชกิจ ได้กล่าวถึง การใช้ภาษากับความคิด

วิธีพูดมักสัมพันธ์กับวิธีคิด และวิธีคิดก็นำไปสู่การเลือกใช้ถ้อยคำ ไวยากรณ์ รูปแบบและประเภทของข้อความ เพื่อสร้างและผลิตตัวบทเพื่อสื่อสารออกไป ดังนั้น เป้าหมายของการวิเคราะห์ข้อความ จึงมีใช่เพียงการวิเคราะห์ลักษณะ ภาษาในข้อความเท่านั้น แต่คือการวิเคราะห์ วิธีคิดและการเปิดเผยความคิด ที่แฝงอยู่ในข้อความนั้นด้วย (Angkapanichkit, 2018, p. 181) โดยสรุป จากข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า นอกจากการวิเคราะห์ภาษาแล้ว ยังควรสรุปสังเคราะห์ ความคิดและวิธีคิดจากการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ด้วย

ประเด็นที่หนึ่ง การเผยแพร่วัฒนธรรมจีนผ่านภาษาและสัญลักษณ์ ทางวัฒนธรรม แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื๊อมีนัยความหมาย ที่ซ่อนไว้ในทั้งอวัจนภาษาและวัจนภาษาโดยมีจุดประสงค์ คือ การเผยแพร่ ภาษาและวัฒนธรรมความเชื่อของจีนให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น นิสิตสถาบันขงจื๊อในประเทศไทย หรือบรรดาผู้ที่สนใจวัฒนธรรมจีนในสังคม ประเด็นที่สอง การแสดงให้เห็นความร่วมมือของสถาบันขงจื๊อกับสถาบัน อุดมศึกษาในประเทศไทย และเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทย กับวัฒนธรรมจีนเข้ามาด้วยกัน วัฒนธรรมร่วมกัน เช่น ปีนักษัตร ซึ่งไทย รับมาจากจีน นอกจากนั้น ตัวอักษรไทยจีนหรือสัญลักษณ์บางอย่างถึง เห็นได้ความเป็นมิตรระหว่างกัน เช่น การวางตราสถาบันขงจื๊อและ ตรามหาวิทยาลัยไทยอยู่ด้วยกัน และส่วนกลางเป็นสองภาษา ซึ่งภาษาไทย และภาษาจีน ประเด็นที่สาม แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื๊อ เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจทางสายตาของผู้ที่สนใจภาษาจีนและวัฒนธรรมจีน เพื่อกระตุ้นให้เข้าร่วมกิจกรรมของสถาบันขงจื๊อ

องค์ความรู้ทางการใช้ภาษาการประชาสัมพันธ์ในภูมิหลังข้ามวัฒนธรรม คือ ถ้าหากมุ่งสื่อให้เห็นถึงข้อมูลประชาสัมพันธ์พอสมควร อาจจะต้องใช้รูปแบบ วัจนภาษาผสมผสานกับอวัจนภาษา เนื่องจากลักษณะที่เด่นชัดของวัจนภาษา ในการประชาสัมพันธ์คือ โครงสร้างภาษาไม่ซับซ้อนยุ่งยาก และการตีความถ้อยคำ ไม่ลึกซึ้งมากนัก ซึ่งส่วนใหญ่สื่อความหมายโดยตรง แต่ทว่าอวัจนภาษา

เป็นส่วนเพิ่มเติมของวรรณภาษาก็ได้ หรือเป็นเครื่องมือสื่ออุดมการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น อุดมการณ์ของบริษัท อุดมการณ์ของภูมิภาค อุดมการณ์ของชนเผ่า เป็นต้น ซึ่งบางครั้งควรตีความให้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น ถึงจะพบเจอนัยที่แฝงอยู่ในอวัจนภาษา

References

- Angkapanichkit, J. (2018). *Discourse Analysis*. (2nd ed.). Pimdee Karnpim. [In Thai]
- Baidu Baike. (2023). *General Knowledge of Confucius*. Retrieved May 2, 2023. <https://baike.baidu.com/item/%E5%AD%A4%E5%AD%A6%E9%99%A2/812632?fr=Aladdin>
- Chanpeng, P., & Numtong, K. (2022). The Hidden Culture In Chinese Fan Traditions. *Journal of Liberal Art of Rajamangala of Technology Suvarnabhumi*, 5(1), 182-195. [In Thai]
- Charoensinolar, C. (2002). *Semiology, Structuralism, Post-Structuralism and The Study of Political Science*. Vibhasazine. [In Thai]
- Chinese PSU Surat. (2023). *Example of the Lantern in a Public Relations Posters*. Retrieved May 2, 2023. <https://web.facebook.com/ChinesePSUSurat>
- Confucius Institute and Center for Chinese Studies Burapha University. (2023). *Example of a Symbolic Animal in a Public Relations Posters*. Retrieved May 2, 2023. <https://web.facebook.com/Buuconfucius>
- Confucius Institute at Khon Kaen University. (2023). *Example of the Gold and Red in a Public Relations Posters*. Retrieved May 2, 2023. <https://web.facebook.com/confucius.kku>
- Confucius Institute of Chulalongkorn University. (2023). *Example of the Verbal in a Public Relations Posters*. Retrieved May 2, 2023. <https://web.facebook.com/confucius.chula>
- Confucius Institute Thailand Head Office. (2022). *Overview of the Confucius Institute of Thailand*. Retrieved May 2, 2023. <http://www.hanbanthai.org/kongzixueyuan/>

- Dhurakij Pundit University. (2023). *Example of a Round Fan in a Public Relations Posters*. Retrieved May 2, 2023. <https://web.facebook.com/dpu.ac.th>
- Dittabanjong, R. (2021). An Analysis of Contents and Language Strategies Used in the Public Relations of Cultural Tourism via Online Media. *Academic Journal for the Humanities and Social Sciences Dhonburi Rajabhat University*, 4(3), 36-53. [In Thai]
- Janjula, A., Somjit, S., & Chantarakeeree, S. (2019). *Development of Infographic Media to Create Awareness and Remember for Elementary Students in Yala Province*. [Dissertation, Yala Rajabhat University]. ProQuest Database. <https://wb.yru.ac.th/bitstream/yr/5054/1/%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%8A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%20%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%88%E0%B8%B8%E0%B8%AC%E0%B8%B2.pdf> [In Thai]
- Kantichon, K., & Angsuwiriya, N. (2022). Environmental Problem: A Student of Language Using Strategies from Online Headlines. *Parichart Journal Thaksin University*, 35(4), 147-164. [In Thai]
- Khaoroptham, Y. (2018). The Use of Colors in Branding for Banks and Customer Perception: Case study “Government Savings Bank”. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal*, 12(1), 303-335. [In Thai]
- Latiratanakun, W. (2010). *Public Relations*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]

- Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (2010). *Introduction to Linguistics*. Mahachulalongkornrajavidyalaya University Press. [In Thai]
- Ministry of Culture and Tourism of The People's Republic of China. (2012). *Peony and Humanistic Spirit*. Retrieved May 18, 2022. https://www.mct.gov.cn/preview/special/3578/3590/201204/t20120411_236845.html
- Nimitphan, W., & Phonlakanisok, S. (2016). Public Relations Strategy on Social Media. *Eau Heritage Journal Social Science and Humanities*, 6(1), 21-31. [In Thai]
- Nipawan, R., & Kanthairaj, D. (2021). Approaches for printed media development to accomplish social rule and cultural understanding in Lanna culture for Chinese tourists: Case study – Lanna culture tourism development region. *HUSO Journal of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University*, 6(2), 129-146. [In Thai]
- Panich, U., Anawatsiriwong, T., & Wiwathananukun, M. (1989). *Nonverbal Language in Novels of Decades 2516-2525 Research Report*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- P. A. Payutto. (1995). *Dictionary of Buddhism*. (8th ed.). Mahachulalongkornrajavidyalaya University Press. [In Thai]
- Phraphiphitpatcharodom & Phra Saroj Thamasaro. (2021). Public Relations With Thai Politics. *Journal of MCU Phetchaburi Review*, 2(1), 53-67. [In Thai]
- Phukasawat, A., & Satararujji, K., (2013). Public Relations Under the Social Media Trends. *Journal of Public Relations and Advertising*, 6(2), 24-38. [In Thai]

- Phramaha Santirat Jhanasanti (2019). Language Strategies in the Television Advertisement. *Mahachula Academic Journal*, 6(Special ed.), 238-250. [In Thai]
- Sawatdayawon, P. (2004). Auspicious Sing: Banners and Antithetical Couplets. *Journal of Language and Culture*, 23(2), 46-59. [In Thai]
- Sirisan, P. (2017). Development public relations media for learning of local wisdom for Jathaweefolk museum in Phitsanulok province. *Veridian E-Journal Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 10(3), 736-751. [In Thai]
- Srithongroong, R. (2000). *Development of Personality for Public Relations*. Khunnonthak Publisher. [In Thai]
- Suttiyotin, N. (2020). *Communication with Meanings of Semiotic*. Pimsuay Press. [In Thai]
- Thai Language Academic Department. (2010). *Modern and Complete Thai Dictionary*. SE-ED Publisher. [In Thai]
- Wei, F., Jutaviriya, K., & Punndhanamahakarune, D. (2021). Chinese Policy on Promoting the Development of Confucius Institute to Thailand. Political Science and Public Administration *Journal Khon Kean University*, 6(1), 1-30. [In Thai]
- Withawaphinyo, P. (2015). Language Strategies Used in the Patriotic Song of Thailand's National Council for Peace and Order-NCPO. *Journal of Liberal Arts Thammasat University*, 15(2), 145-161. [In Thai]
- Xu, W. (2020). Research of the Dissemination of Traditional Chinese Culture in Thailand. *Journal of Faculty of Chinese Language and Culture*, 7(2), 223-340. [In Thai]

มังกร: รูปลักษณ์และความเชื่อในสินค้าของเพจขายสินค้า Shopee และ Lazada

Dragon: The Appearance and Belief of Products on Shopee and Lazada Selling Pages

(Received: October 19, 2023 Revised: December 20, 2023 Accepted: December 25, 2023)

หลี่ ดานน่า¹, สมบัติ สมศรีพลอย²
Li Danna, Sombat Somsriploy

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปลักษณ์และความเชื่อของมังกรที่ปรากฏในเพจขายสินค้า Shopee และ Lazada เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าที่มีรูปลักษณ์และความเชื่อของมังกรจากเพจ Shopee และ Lazada จำนวน 25 รายการ ผลการศึกษา พบว่า 1) รูปลักษณ์มังกรในสินค้าเหล่านี้มีความคล้ายคลึงกันกับรูปลักษณ์มังกรตามตำนานของประเทศจีน ที่เล่าต่อ ๆ กันมานั้น ส่วนใหญ่เป็นมังกรที่รูปตัวสีทอง มีเกล็ด มีเขา มีหนวด มีหาง มี 4 ขา มี 5 เล็บหรือ 4 เล็บ ถือลูกแก้วด้วยขาหน้า และ 2) สินค้าที่มีรูปมังกรและข้อความแสดงความเชื่อ ประกอบด้วย 9 ความเชื่อ 1. สิริมงคล 2. โชคลาภ มั่งคั่งร่ำรวย 3. เสริมบารมี อำนาจ 4. เจริญรุ่งเรือง 5. ส่งเสริมธุรกิจการค้า 6. เสริมฮวงจุ้ย 7. แก้ปีชง เสริมดวง 8. ความสำเร็จ และ 9. สุขภาพดี

¹นักศึกษาลัทธิสุทธศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: lldnn320@gmail.com

²นักวาทาการทอ ดร. ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: sombatsomsriplay@gmail.com

นอกจากนี้ การผลิตสินค้ารูปมังกรมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อเกี่ยวกับมังกรของจีนกับการสร้างสรรค์ศิลปะรูปมังกรในสินค้าความเชื่อของข้อความประกอบโฆษณาสินค้าดังกล่าวถือว่าเป็นสิ่งมงคล เพราะเชื่อว่าใครที่ได้ซื้อสินค้าแล้วจะเกิดความเป็นสิริมงคล ทำให้ชีวิตมีความสุข ความเจริญรุ่งเรือง ดังนั้น สินค้าดังกล่าวเป็นการผสมผสานการสร้างสรรค์ศิลปะและความเชื่อได้อย่างมีศิลปะเป็นการประกอบสร้างเพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคที่มีความเชื่อศรัทธาในการตัดสินใจซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: มังกร รูปลักษณ์ ความเชื่อ สินค้า

Abstract

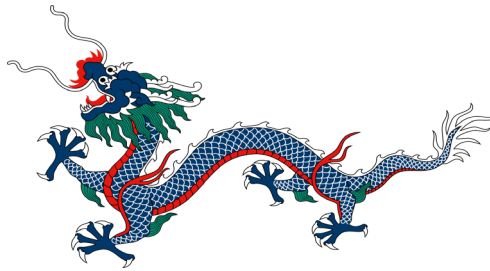
This research article aimed to investigate the appearance and the beliefs of dragons on the Shopee and Lazada product pages. This study was qualitative research, which analyzes information on available products and dragon legends from Shopee and Lazada pages, in a total of twenty-five items. The results were as follows: (1) The appearance of the dragons in the online products is similar to the appearance of dragons according to the Chinese mythical story. The majority of the dragon appearances are dragons with a golden body, scales, horns, antennae, a tail, four legs, five claws or four nails, holding a crystal ball with the front legs, and (2) The products with a dragon image and a message expressing beliefs has consisted of nine beliefs as were: a) auspiciousness, b) luck, c) wealth, d) prestige and power, e). prosperity, f) promote businesses, g) Feng Shui enhancement, h) fix bad years, enhance luck, i) success and j) good health.

In addition, the production of dragon-shaped products has a connection between beliefs about dragons in Chin and the creation of dragon arts. The message in the advertisement reflected the beliefs, which considered as auspicious things. Since it was believed that anyone who purchased the product, they would have good fortune, a happy life, and prosperity. Therefore, the product would have a combination of artistic creation and belief in an artistic way to respond to the demand of the consumers who have faith in dragon to buy the product.

Keywords: Dragon, Appearance, Belief, Product.

บทนำ

มังกร ถือเป็นสัญลักษณ์ของจักรพรรดิและวัฒนธรรมของประเทศจีนที่มีความโดดเด่นเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งชาวจีนนับถือเป็นเวลาหลายพันปี Jantrawongphaisan (2010, p. 155) กล่าวว่า มังกรสร้างขึ้นมาจากการนำเอาสัญลักษณ์เฉพาะของชนเผ่าโบราณเผ่าต่าง ๆ มารวมกันโดยหวังที่ได้แก่ ศีรษะของหมู, หูของวัว, หนวดของแพะ, เขาของกวาง, ลำตัวของงู, เกร็ดของปลา และอุ้งเท้าของเหยี่ยว มารวมกัน



ภาพที่ 1 รูปลักษณะมังกร

ที่มา: (Wikipedia, 2023, Online)

Jankrajangjaeng & Rueangsri (2020, p. 7) ได้กล่าวถึงรูปลักษณ์มังกรมีวิวัฒนาการความเปลี่ยนแปลงมาเรื่อยจนถึงสมัยราชวงศ์ชิงซึ่งเป็นรูปแบบที่พบเห็นอยู่ในปัจจุบัน และตั้งแต่สมัยราชวงศ์ฮั่นเรื่อยมาเริ่มมีนิยามและรูปลักษณ์ของมังกรที่เป็นพื้นฐาน ชาวจีนจะแทนลักษณะเฉพาะของมังกรด้วยความคล้ายของสัตว์ 9 ชนิด ส่วน PlaiNoi (2013, pp. 80-81) ให้ข้อมูลหน้าที่ของมังกร โดยแบ่งเป็น 4 พวก คือ 1. มังกรสวรรค์ หรือมังกรฟ้า มีหน้าที่รักษาวิมานเทวดาและค้าจุนหนุนวิมานเหล่านั้นไว้ไม่ให้พังหล่นลงมา 2. มังกรเทพหรือมังกรเจ้า มีหน้าที่ให้ลม ให้ฝนเพื่อประโยชน์ของมนุษย์ 3. มังกรพิภพหรือมังกรดิน มีหน้าที่กำหนดเส้นทาง ดูแลแม่น้ำและลำธาร 4. มังกรเผ่าทรัพย์ มีหน้าที่เผ่าชุมทรัพย์แผ่นดิน บางตำราเพิ่มมังกรกษัตริย์

อีกอย่างหนึ่งรวมเป็น 5 พวก มังกรเป็นสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ของจีน ซึ่งเป็นตัวแทนของความเป็นสิริมงคล ความยิ่งใหญ่ คุณธรรมความดี ถ้ากล่าวถึงมังกรสามารถเห็นภาพและทราบได้ทันทีว่าเป็นสัญลักษณ์ของประเทศจีนกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความขยันขันแข็ง เด็ดขาด เฉลียวฉลาด มองโลกในแง่ดี ส่วน Vechasat (2016, p. 8) ได้กล่าวสัญลักษณ์มังกรไว้ในงานวิจัยเรื่อง มโนทัศน์เรื่องนาคของชนชาติไท ดังนี้

มังกรจีนเป็นสัญลักษณ์ของจักรพรรดิอันสื่อความหมายถึงความยิ่งใหญ่ ความมีอำนาจเหนือผู้อื่น ดังจะเห็นรูปมังกร 5 เล็บเป็นตราของจักรพรรดิและรัชทายาทเป็นลายปักบนฉลองพระองค์ของจักรพรรดิและเป็นตราบนธงชาติจีนในสมัยโบราณ ชาวจีนเชื่อว่าตนสืบเชื้อสายมาจากเผ่าพันธุ์มังกรและมังกรเป็นสัตว์ที่มีอยู่จริงในโลก ทั้งยังมีความคิดว่ามังกรเป็นเครื่องหมายแห่งความเข้มแข็ง ความเป็นสิริมงคลความดีงาม ความมั่งคั่ง ความอุดมสมบูรณ์และความเจริญรุ่งเรือง ดังจะเห็นว่าชาวจีนและชนชาติที่รับอิทธิพลวัฒนธรรมจีนนิยมสร้างรูปมังกรเป็นองค์ประกอบของสถาปัตยกรรม พระราชวัง วัด และศาลเจ้า

ประเทศไทยกับประเทศจีนมีความผูกพันและติดต่อกันมายาวนานนับแต่โบราณกาล มังกรก็ได้แพร่มาสู่สังคมไทยตามการอพยพของชาวจีนและได้นำความเชื่อเรื่องมังกรมาด้วย มังกรจึงได้มีอิทธิพลต่อประเทศไทยมาก Jankrajangaeng & Rueangsri (2020, p. 12) กล่าวว่า ความเชื่อของมังกร เป็นตัวแทนความโชคดีสูงสุด ทำให้มนุษย์เกิดการบูชามังกรจนนำไปสู่การทำเครื่องรางมังกรด้วยความเชื่อที่ว่าหากมีมังกรอยู่ที่บ้านจะช่วยเสริมเรื่องความมั่งคั่ง พลังอำนาจและความโชคดี ส่วน PlaiNoi (2013, pp. 141-145) กล่าวว่า การที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าให้จัดพระราชพิธีต่าง ๆ แบบจีน และพระองค์ทรงประทับ

พระที่นั่งบัลลังก์อย่างจีน ทรงฉลองพระบาท พระมาลาอย่างจีน พระบรมวงศานุวงศ์ และข้าราชการก็แต่งแบบจีนซึ่งฉลองพระองค์ของพระมหากษัตริย์จะเป็น เสื้อปักไหมสีต่าง ๆ เป็นภาพมังกร 5 เล็บ ซึ่งสิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อเกี่ยวกับมังกรด้านพลังอำนาจ ตลอดจนความมั่งคั่ง

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media หรือ Social Network) เป็นต้น Facebook Line Google ฯลฯ มีความสำคัญในวงกว้างต่อระบบ การสื่อสารทำให้ผู้คนสามารถเชื่อมต่อความสัมพันธ์กันอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ที่สามารถสั่งซื้อสินค้าและบริการ จำนวนมากจากเพจขายสินค้าสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เพจ Shoppe และ Lazada ตามสถิติช้อปปิ้งออนไลน์ (E-Commerce) ที่เผยแพร่จาก Spring News (2022, Online) ว่า การเข้าชมเว็บไซต์ Shopee กับ Lazada อยู่ในอันดับ 1 และ 2 ของประเทศไทย ใน พ.ศ. 2565 ปัจจุบัน Shopee เป็นแพลตฟอร์ม ออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (SEA) เปิดตัวครั้งแรก อย่างเป็นทางการที่ประเทศสิงคโปร์ในปี พ.ศ. 2558 และขยายไปยัง ประเทศไทย ให้บริการซื้อและขายสินค้าออนไลน์แก่ผู้ใช้ในภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนลาซาด้า (Lazada) เป็นบริษัทอีคอมเมิร์ซระดับโลก ก่อตั้งโดย มักซิมิเลียน บิตเนอร์ เปิดตัวที่ประเทศสิงคโปร์ในเดือนมีนาคม 2555 และมีกลุ่มอาลีบาบาเป็นเจ้าของ ในปี 2557 ลาซาด้า กรู๊ป โดยมีรูปแบบ ธุรกิจขายสินค้าให้กับลูกค้าจากคลังสินค้าของตนเอง ให้บริการใน 5 ประเทศ ในภูมิภาคอาเซียน หนึ่งในนั้นคือ ประเทศไทยดังนั้น จะเห็นได้ว่า Shopee กับ Lazada มีอิทธิพลต่อสังคมไทยมากในสินค้าของเพจดังกล่าว มังกร เข้ามามีบทบาท เป็นรูปสัญลักษณ์ที่นำไปใช้เป็นรูปประกอบหรือตราสัญลักษณ์ ในสินค้าต่าง ๆ อันแสดงให้เห็นบทบาทหน้าที่ของมังกรในฐานะความเชื่อ ทางคติชนวิทยาที่ทำให้เกิดสิริมงคลหรือความโชคดี หากได้ซื้อสินค้าที่มี ตราสัญลักษณ์มังกรไปไว้ครอบครองหรือใช้บริการสินค้านั้น ๆ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษารูปลักษณ์และความเชื่อของมังกรที่ปรากฏในเพจขายสินค้า Shopee และ Lazada

กรอบแนวคิด

1. แนวคิดด้านคติชน

คติชนวิทยาเป็นการศึกษาวิถีชีวิต หรือแนวทางของมนุษย์ ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่ง WinithaSathitkul & Jiramethi (2015, pp. 31-40) กล่าวถึง แนวคิดคติชนวิทยา ว่า เป็นวิชาที่ศึกษาปรากฏการณ์ ที่เกิดขึ้นจากวิถีชีวิตหรือความเป็นอยู่ของมนุษย์ ตลอดจนผลผลิตหรือ การสร้างสรรค์ต่าง ๆ จากอดีตมาจนปัจจุบันของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ๆ เป็นวิชาที่เกี่ยวกับวิถีทางในการดำเนินชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม ที่ได้รับการสืบทอดมาเป็นเวลานาน ส่วนความเชื่อ คือ การยอมรับ ว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความจริงหรือเป็นสิ่งที่เราไว้วางใจความจริงหรือความไว้วางใจ ที่เป็นรูปของความเชื่อนั้น ไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นความจริงที่ตรงตามหลักเหตุผล หรือหลักวิทยาศาสตร์ใด ๆ คนที่เชื่อเรื่องราวของขลังก็必将มีความยึดมั่นว่า เรื่องราวของขลังให้คุณให้โทษแก่ตนได้จริง ตัวอย่างของความเชื่อ ได้แก่ ไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ โชคลาง ของขลัง ผีสง นางไม้ ความเชื่ออำนาจลึกลับ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ อิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์เหล่านี้ เป็นต้น

2. ทฤษฎีการสร้างสรรคศิลป์

มนุษย์เป็นกลุ่มที่มีทักษะในการสร้างสรรคงานที่ถือว่าเป็น งานประณีตศิลป์ ซึ่งใช้กลวิธีการสร้างสรรคเพื่อให้เกิดความงดงาม Pidokrajt (2019, p. 234) การสร้างสรรคศิลป์มีหลักคิด 2 ประการคือ 1. หลักมิติ การสร้างสรรค กล่าวถึงการสร้างสรรคศิลป์เกิดขึ้นจากการกระทำของมนุษย์ เกิดขึ้นจากจินตนาการ การต่อยอดบุพภูมิด้วยผลวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัย

ความคิดริเริ่มจนก่อให้เกิดเป็นสมบัติศิลป์ของ 2. หลักวิพิธลักษณะการสร้างสรรค์หลักนี้อธิบายถึงลักษณะการพิจารณาคุณสมบัติผลงานการสร้างสรรค์ศิลป์ 5 ลักษณะ คือ 1. วิถีชน ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และกระบวนการทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กับงานสร้างสรรค์ศิลป์ 2. ปัจจัยภายในด้านความเชื่อ ศาสนา ความศรัทธา ความรัก มีผลต่อการสร้างสรรค์ศิลป์ 3. ปัจจัยภายนอกด้านวิถีโลกาภิวัตน์ การแพร่กระจายทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม มีผลต่อการสร้างสรรค์ศิลป์ 4. งานสร้างสรรค์ศิลป์สามารถเรียนรู้ สะสมความรู้ ถ่ายทอด ริเริ่มขึ้นใหม่ และพัฒนาต่อยอดได้ และ 5. คุณค่าของงานสร้างสรรค์ศิลป์ขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์ทางศิลป์ของผู้รับรสศิลป์ ซึ่งใช้เป็นทิศทางในการวิพากษ์และประเมินคุณค่าทางศิลปะที่เกิดจาก การสร้างสรรค์

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลรูปลักษณะของสินค้าในเพจ Shopee กับ Lazada โดยเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะสินค้าที่มีรูปมั้งกรและความเชื่อเรื่องมั้งกร โดยใช้ระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม - มีนาคม 2566

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมั้งกร
2. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อด้านคติชนวิทยาและการสร้างสรรค์ศิลป์
3. รวบรวมสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์เป็นรูปมั้งกรจากเพจ Shopee กับ Lazada จำนวน 25 รายการ ระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคมถึงมีนาคม 2566
4. นำข้อมูลรูปมั้งกรจากสินค้าในเพจ Shopee กับ Lazada มาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย

การศึกษา “มังกร: รูปลักษณ์และความเชื่อในสินค้าของเพจขายสินค้า Shopee และ Lazada” นี้ สามารถวิเคราะห์ได้ 2 ประเด็น ได้แก่ 1) รูปลักษณ์มังกรที่ปรากฏในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada 2) ความเชื่อเรื่องมังกรปรากฏในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada มีรายละเอียดดังนี้

1. รูปลักษณ์มังกรที่ปรากฏในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada

รูปลักษณ์สินค้าที่เป็นมังกรปรากฏในเพจ Shopee กับ Lazada สามารถรวบรวมสินค้าได้ทั้งหมด 25 รายการ ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 5 ประเภทตามลักษณะการสร้างสรรคงานศิลปะ ได้แก่ 1) ประติมากรรมมังกร 2) จิตรกรรมมังกร 3) สติกเกอร์มังกร 4) เครื่องประดับมังกร และ 5) กุญแจมังกร ซึ่งสินค้าเหล่านี้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณ์มังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada

1. ประติมากรรมมังกรแบบลอยตัว	รูปลักษณ์มังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
1.1 มังกรมงคล  ภาพที่ 2 มังกรมงคล ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- ตัวสีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 5 กรงเล็บ - ถือลูกแก้วด้วยขาหน้า - อยู่บนกองเงินกองทอง	- นำพาความมั่งคั่ง - รุ่งเรืองโชคลาภ - เงินทองเข้ามาหา - ช่วยให้เกิดความเจริญ - รุ่งเรืองต่ออาคารบ้านเรือน - ส่งเสริมธุรกิจการค้าให้ประสบความสำเร็จเร็วยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณะมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

1. ประติมากรรมมังกรแบบลอยตัว	รูปลักษณะมังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
1.2 มังกร 88  ภาพที่ 3 มังกร 88 ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- ตัวสีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 5 กรงเล็บ - ถือลูกแก้วสีทองด้วยขาหน้า - เหยียบเมฆ พันตัวเป็นเลข 88	- เสริมดวงจ้าย - เสริมบารมี เพิ่มพลัง - แก่ชง เฮง ๆ ทั้งปี
1.3 มังกรเลข 8  ภาพที่ 4 มังกรเลข 8 ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- ตัวสีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 5 กรงเล็บ - ถือลูกแก้วสีแดงด้วยขาหน้า - พันตัวเป็นเลข 8	- ความเป็นสิริมงคล - ช่วยเสริมโชคลาภเงินทองมหาศาล - ความรุ่งเรือง - เสริมอำนาจ บารมี - ส่งเสริมธุรกิจ - ความมั่งคั่ง สุขภาพดี - วางตกแต่งบ้านร้านค้า ที่ทำงาน - ให้เป็นของขวัญ

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณะมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

1. ประติมากรรมมังกรแบบลอยตัว	รูปลักษณะมังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
1.4 มังกรถือมุกอัคคี  ภาพที่ 5 มังกรถือมุกอัคคี ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- ลำตัวสีเขียว หัว กรงเล็บสีแดง เขา หางสีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 5 กรงเล็บ - ถือลูกแก้วสีทอง ด้วยขาหน้า - เหยียบเมฆ	- เสริมฮวงจุ้ย เสริมบารมีที่ดีที่สุด มีอำนาจบารมีสูงส่ง สามารถสะกดข่มสิ่งชั่วร้ายต่าง ๆ ให้หลีกหนีไป - คนส่วนใหญ่จึงนิยมนำไปตั้งไว้ที่ห้องทำงานหรือที่บ้านเพื่อเสริมส่งให้เจริญก้าวหน้ารุ่งเรือง และเป็นที่ยำเกรงต่อผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา อีกทั้งยังเป็นสัญลักษณ์นำโชคที่ดีต่อธุรกิจ การงานการค้า - หากตั้งมังกรไปทางทิศตะวันออกของบ้านหรือห้องทำงานได้ ก็จะช่วยส่งเสริมให้เกิดความมั่งคั่ง ร่ำรวย มีพลานามัยที่สมบูรณ์แข็งแรง บังเกิดแต่สรรพสิ่งมงคลทุกประการ

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณะมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

1. ประติมากรรมมังกรแบบลอยตัว	รูปลักษณะมังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
1.5 มังกรถือลูกแก้ว  ภาพที่ 6 มังกรถือลูกแก้ว ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- ตัวสีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 5 กรงเล็บ - ถือลูกแก้วสีทองด้วยขาหน้า - เหยียบเมฆ	- ช่วยเสริมโชคกลางเงินทองมหาศาล - ความรุ่งเรือง - เสริมอำนาจ บารมี ส่งเสริมธุรกิจ - ความมั่งคั่ง สุขภาพดี - ลูกแก้ว: ช่วยกระจายพลังงานที่ดีให้ไหลเวียนเข้าบ้าน ช่วยแก้จุดอับฮวงจุ้ยเสริมดวง
1.6 มังกรล้อมแก้ว  ภาพที่ 7 มังกรล้อมแก้ว ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- ตัวสีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 4 กรงเล็บ - ล้อมลูกแก้วสีทอง - นั่งอยู่บนเมฆ	- นำมาใช้แก้ปีชง - ปรับเสริมฮวงจุ้ยดวงชะตา ปรับบริหารแก้ไขปัญหา - มีสติปัญญา - นำไปตั้งโต๊ะทำงาน ตู้โชว์ ห้องรับแขก ห้องพัก ที่ทำงาน จัดสวน กระจ่างต้นไม้ ดิดหน้ารถ - เสริมราศีมังกร

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณ์มังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

2. ประติมากรรมมังกรแบบนูนต่ำ	รูปลักษณ์มังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
2.1 เหรียญที่ระลึก  ภาพที่ 8 เหรียญที่ระลึก ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- มังกรคู่กับฟีนิกซ์ - สีทอง - ไม่มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 5 กรงเล็บ	- มหามงคล - ความโชคดี
2.2 เหรียญที่ระลึก  ภาพที่ 9 เหรียญที่ระลึก ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- มังกรคู่กับฟีนิกซ์ - สีเงิน - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 5 กรงเล็บ	- เพื่อความเป็นมงคลของผู้ครอบครองและสามารถให้เป็นของขวัญมงคลในเทศกาลต่าง ๆ หรือเก็บไว้กระเป๋าสตางค์ - เพื่อความเป็นมงคลอำนาจบารมีและลดทลายอันเป็นเอกลักษณ์

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณะมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

2. ประติมากรรมมังกรแบบนูนต่ำ	รูปลักษณะมังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
2.3 เหรียญมังกรมงคล  ภาพที่ 10 เหรียญมังกรมงคล ที่มา: (Lazada, 2023, Online)	- พันตัวในเหรียญ - สีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 2 ขา 5 กรงเล็บ	- เหรียญมี 2 ด้าน ด้านที่เป็นมังกรหมายถึงพลังอำนาจบารมี ความยิ่งใหญ่ ด้านหลังเหรียญเป็นศิลปะยุโรป หมายถึงความมั่งคั่ง ร่ำรวย ดังนั้นความหมายเหรียญนี้คืออำนาจบารมี มั่งคั่งร่ำรวยที่มั่นคง - การนำสัญลักษณ์มังกรมาใช้ หากเป็นของจักรพรรดิมังกรจะมี 5 เล็บ ของขุนนางจะมี 5 เล็บ ถ้าสามัญชนจะมี 3 เล็บเท่านั้น - มังกรยังเป็นผู้นำฝนแห่งชีวิตมาให้ภาพลักษณ์ของมังกรจะเหมาะสมอย่างยิ่งกับผู้ที่เกิดปีไก่ (ระกา) ซึ่งเชื่อกันว่าแปลงร่างมาเป็นนกฟีนิกซ์ที่เป็นเพื่อนสนิทกับมังกร

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณ์มังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

3. จิตรกรรมมังกรติดผนัง	รูปลักษณ์มังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
3.1 กรอบรูปมงคลมังกรทอง  ภาพที่ 11 กรอบรูปมงคลมังกรทอง ที่มา: (Lazada, 2023, Online)	- ตัวสีทอง หางสีขาว - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 4 กรงเล็บ - ถือลูกแก้วสีขาวด้วยขาหน้า	- เสริมดวง เสริมอำนาจ เสริมวาสนา เสริมบารมี - เสริมฮวงจุ้ยเฮง ๆ รวย ๆ - สมหวังดังปรารถนา - เจริญก้าวหน้ารุ่งเรืองมั่นคง - เสริมความก้าวหน้า รุ่งเรืองให้สำเร็จรวดเร็ว - การคว่ำโชคลาภ และโอกาสทางธุรกิจ - เหมาะแก่เป็นของขวัญ ของฝากของแต่งบ้าน
3.2 กรอบรูปมังกร 9 ตัว  ภาพที่ 12 กรอบรูปมังกร 9 ตัว ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- 9 ตัว สีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 5 กรงเล็บ - มังกรเหยียบเมฆ	- ตามหลักของฮวงจุ้ย - การเสริมฮวงจุ้ยด้วยรูปมังกรจะช่วยเสริมบารมี พลังอำนาจให้กับเจ้าของบ้าน - และช่วยปิดเป่าพลังงานที่ไม่ดีให้ออกจากบ้าน

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณะมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

3. จิตรกรรมมังกรติดผนัง	รูปลักษณะมังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
3.3 กรอบมงคลมังกรทองคู่  ภาพที่ 13 กรอบมงคลมังกรทองคู่ ที่มา: (Lazada, 2023, Online)	- 2 ตัว สีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 5 กรงเล็บ - เล่นลูกแก้วสีทอง	- มังกรเป็นสัตว์ชนิดเทพที่ศักดิ์สิทธิ์ สามารถเหาะเหินเดินอากาศและแหวกน้ำดำดินได้ - มังกรเหมาะมากสำหรับการส่งเสริมธุรกิจการค้าให้รุ่งเรือง โดยเฉพาะสำนักงานหรือร้านค้าช่วยเรียกโชค लाभให้มาเยือน การวางมังกรต้องหันหน้าเข้าสู่สำนักงานหรือร้านค้าโดยยึดประตูเข้า-ออกเป็นหลัก
3.4 รูปภาพมังกรติดผนัง  ภาพที่ 14 รูปภาพมังกรติดผนัง ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- ลำตัวสีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 4 กรงเล็บ - เขี้ยวเบม	- มังกรเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นสิริมงคล เป็นคลที่ดีที่สุด มังกรเหยียบเมฆเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอำนาจและสวยงาม - การบังคับบัญชามังกรจะทรงอำนาจที่สุด หากตั้งไว้ทางทิศตะวันออกของบ้าน สามารถตั้งมังกรไว้ที่ใดก็ได้เพื่อนำโชคลาภมหาศาลเข้าบ้าน นำโชคที่ดีต่อธุรกิจ หากนำไว้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณะมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ
Lazada (ต่อ)

3. จิตรกรรมมังกรติดผนัง	รูปลักษณะมังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
3.4 รูปภาพมังกรติดผนัง (ต่อ)		ที่ทำงานจะบ่งบอกถึง ความยิ่งใหญ่อำนาจบารมี ความมั่งคั่ง พลานามัย ที่สมบูรณ์
3.5 โปสเตอร์รูปภาพมังกรติดผนัง  ภาพที่ 15 โปสเตอร์รูปภาพมังกรติดผนัง ที่มา: (Lazada, 2023, Online)	- ลำตัวสีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 4 กรงเล็บ - ถือลูกแก้วสีทองด้วยขาหน้า	- เหมาะสำหรับตกแต่งบ้านร้านค้าสำนักงานเพื่อ ความสวยงาม - เหมาะสำหรับใช้ประดับภายในบ้านเพื่อ เสริมความเป็นสิริมงคล ให้สวยงาม เสริมโชคลาภเสริมบารมี หรือให้เป็นของขวัญของฝากของที่ระลึกในวาระต่าง ๆ
3.6 สติกเกอร์มังกร  ภาพที่ 16 สติกเกอร์มังกร ที่มา: (Lazada, 2023, Online)	- มังกรคู่ สีดำ - ไม่มีมีเกล็ด - มีหนวด - มีเขา - มีหาง - ไม่มีเขา - ไม่มีกรงเล็บ	เสริมมงคล

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณ์มังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

4. เครื่องประดับมังกร	รูปลักษณ์มังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
4.1 สร้อยคอมังกร  ภาพที่ 17 สร้อยคอมังกร ที่มา: (Lazada, 2023, Online)	- ตัวสีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 4 กรงเล็บ - เล่นลูกแก้วสีทอง	นำโชค มงคล
4.2 สร้อยคอมังกร  ภาพที่ 18 สร้อยคอมังกร ที่มา: (Lazada, 2023, Online)	- ตัวสีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 4 กรงเล็บ - รอบเสาทอง	- ช่วยเสริมดวง-เหมาะกับ ผู้ดวงตกทำทุกสิ่งทุกอย่าง ก็มีอุปสรรคไม่ราบรื่น ให้ชีวิตรุ่งโรจน์โชคดี - ช่วยให้ฝ่าฟันอุปสรรค ต่าง ๆ ไปได้ง่าย ๆ เสริมดวงสุขภาพทำให้ จิตใจสงบ ส่งผลต่อ สุขภาพกายและใจที่ดี - เสริมดวงความงาม จะทำให้หน้าที่การงาน เลื่อนตำแหน่งขึ้นรายได้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณะมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

4. เครื่องประดับมังกร	รูปลักษณะมังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
4.3 จี้มังกร  ภาพที่ 19 จี้มังกร ที่มา: (Lazada, 2023, Online)	- สีเขียวหยก - มีเกล็ด - ไม่มีเขา - ไม่มีหนวด - ไม่มีหาง - ไม่มีขา - ไม่มีกรงเล็บ	- สามารถพกพาเสริมมงคลนำโชคลาภ มีแต่สิ่งดี ๆ เข้ามาในชีวิต จี้หยกมังกรประจำปีเกิดมะโรง = เสริมความมั่งคั่งอำนาจ เจริญรุ่งเรืองพลังที่ดี ๆ ในทุกด้าน - ตามความเชื่อของชาวจีนเครื่องรางมงคล พกติดตัวก็ช่วยเสริมสิริมงคลเป็นผลดีตลอดปีใหม่นี้ - จี้หินหยกจี๋แก๊ซงเสริมดวง
4.4 จี้มังกร  ภาพที่ 20 จี้มังกร ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- ตัวสีทอง - มี 4 ขา 4 กรงเล็บ - มีเกล็ด - มีเขา - ไม่มีหนวด - มีหาง - ถือลูกแก้วสีทองด้วยขาหน้า	- เหมาะมากสำหรับการส่งเสริมธุรกิจการค้าให้รุ่งเรือง - สำนักงานหรือร้านค้าช่วยเรียกโชคลาภให้มาเยือน

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณะมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

4. เครื่องประดับมังกร	รูปลักษณะมังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
4.5 สร้อยข้อมือ  ภาพที่ 21 สร้อยข้อมือ ที่มา: (Lazada, 2023, Online)	- มีหัวมังกร ลำตัว - พันเป็นวงกลม - สีเงิน - ไม่มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - ไม่มีขา - ไม่มีกรงเล็บ	- เสริมดวง - เสริมโชคลาภ - ความสำเร็จ - ร่ำรวย - แสดงพลังและ - ความแข็งแกร่ง
4.6 กำไลข้อมือ  ภาพที่ 22 กำไลข้อมือ ที่มา: (Lazada, 2023, Online)	- ลำตัวรอบกำไล - สีเงิน - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 4 ขา 4 กรงเล็บ	- เจ้าของจะปลอดภัย - ช่วยให้คุณมีอาชีพในฝัน - เงินล้านและ - ความอุดมสมบูรณ์ - ไม่มีหมดเงินอีกต่อไป - เจ้าของสามารถมี - โชคลาภทรัพย์สินสมบัติ - มากมายตลอดชีวิต

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณะมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

4. เครื่องประดับมังกร	รูปลักษณะมังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
4.7 กำไลข้อมือ  ภาพที่ 23 กำไลข้อมือ ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- หัวมังกร ไม่มีลำตัว - สีเงิน/ทอง - ไม่มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - ไม่มีหาง - ไม่มีขา - ไม่มีกรงเล็บ	- ความสำเร็จชีวิต - เจริญรุ่งเรือง ยืนต์ - พลังงาน - มังกรเป็นสัญลักษณ์ของฮวงจุ้ย - ป้องกันความชั่วร้าย - ช่วยเพิ่มความเจริญรุ่งเรืองของชีวิต
4.8 แหวนมังกร  แหวนมังกร เสริมบารมี ภาพที่ 24 แหวนมังกร ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- มังกรลายฉลุ - สีทอง - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 2 ขา 4 กรงเล็บ	- ใส่แล้วดูแพง - เสริมบารมี - งานเก๋ดพรีเมียม

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณะมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

5. พวงกุญแจรูปมังกร	รูปลักษณะมังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
5.1 พวงกุญแจไม้แกะสลัก  ภาพที่ 25 พวงกุญแจไม้แกะสลัก ที่มา: (Lazada, 2023, Online)	- สีนํ้าตาล - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - ไม่มีขา ไม่มีกรงเล็บ - พันตัวพันตัว เป็นเลข 8	- เสริมพลัง อำนาจ - บารมี ความมั่งคั่ง - ไม่มีที่สิ้นสุด เครื่องราง - มงคลจีน นำโชคเสริมดวง - นำโชคอันมหาศาล - เข้าบ้าน - นำโชคที่ดีต่อธุรกิจ - หากนำไปไว้ที่ทำงานจะ - บ่งบอกถึงความยิ่งใหญ่ - อำนาจบารมี ความมั่งคั่ง - พละนาถย์ที่สมบูรณ์
5.2 พวงกุญแจมังกร  ภาพที่ 26 พวงกุญแจมังกร ที่มา: (Shopee, 2023, Online)	- สีนํ้าตาล - มีเกล็ด - มีเขา - มีหนวด - มีหาง - มี 2 ขา 4 กรงเล็บ	- ช่วยสลายพลังพิฆาต - ทุกประเภทก็ได้ผลดี - เป็นอย่างมาก - ปิดเป่าสิ่งไม่ดีป้องกัน - คุณไสย์และสิ่งอัปมงคล - มังกรคือสัตว์มหามงคล - อำนาจโชคลาภยศฐา - บรรดาศักดิ์ - ช่วยเสริมโชคผู้ใหญ่ - อุปถัมภ์โชคลาภทรัพย์สิน - สมบัติและความอุดม - สมบูรณ์

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปลักษณะมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

5. พวงกุญแจรูปมังกร	รูปลักษณะมังกร	ข้อความโฆษณาสินค้า
5.2 พวงกุญแจมังกร (ต่อ)		- เสริมตำแหน่งหน้าที่ - การทำงานกิจการค้าราบรื่น - ดวงตาของมังกรนั้น - ส่งเสริมเรื่องการเห็น - ช่องทางทำมาหากิน - ให้เงินเพิ่มพูน

จากตัวอย่างที่ปรากฏทั้งหมด 25 รายการ พบรูปลักษณะของมังกรในงานศิลป์แต่ละชนิดที่คล้ายคลึงกันในแต่ละลักษณะที่เติมตัว แต่รายละเอียดจะต่างกันออกไป ดังนี้

1) ประเภทประติมากรรมมังกรแบบลอยตัวหรือรูปปั้นที่ปรากฏทั้งหมด 6 ตัวอย่าง สีของตัวมังกรที่เป็นสีทองพบจำนวน 5 รูป แสดงให้เห็นว่ารูปลักษณะของมังกรได้สร้างสรรค์ขึ้นจากวิถีชีวิตตามความเชื่อดั้งเดิมของมังกรที่ได้รับการนับถือในฐานะเทพเจ้า การนำสีทองมาสร้างสรรค์ให้รูปลักษณะของมังกรเด่นชัดขึ้น จึงเป็นการเน้นย้ำความศรัทธาผ่านรูปลักษณะของมังกร อีกทั้งสีทองยังมีความหมายเกี่ยวกับความเจริญรุ่งเรืองเช่นกัน ส่วนรูปปั้นมังกรที่เป็นสีเขียวจากภาพที่ 5 หมายถึงความมั่นคง ความเจริญเติบโตที่ดี ซึ่งหากจำแนกรูปลักษณะในส่วนประกอบของร่างกายจากรูปปั้นจะพบรูปปั้นมังกรนั้นมีเขา มีเกล็ด มีหาง มีขา และมีหนวด ส่วนเล็บพบว่ามี 5 เล็บจำนวน 5 รูป ส่วนรูปปั้นจากตัวอย่างสุดท้ายพบ 4 เล็บ

2) ประติมากรรมมังกรแบบปูนดำหรือเหรียญมังกรพบทั้งสิ้น 3 เหรียญ รูปลักษณะมังกรที่ปรากฏมีรูปลักษณะแบบเติมตัวการสร้างสรรค์รูปลักษณะยังพบว่าสร้างสรรค์โดยใช้ชุดความเชื่อลักษณะมังกรดั้งเดิม

ของชาวจีนที่ตกทอดมาในปัจจุบัน กล่าวคือ รูปลักษณ์ส่วนร่างกายของมังกรที่ปรากฏเหมือนกับ คือ มีเขา มีหาง มีหนวด ส่วนลำตัวเป็นสีทองบ่งบอกความเชื่อเกี่ยวกับความร่ำรวย 2 เหยี่ยว สีน้ำเงิน ปรากฏ 1 เหยี่ยว นอกจากนั้น เหยี่ยวที่ 1 และ 2 ยังพบว่ามีส่วนขาจำนวน 4 ขาและกรงเล็บ จำนวน 5 กรงเล็บ มีเพียงเหยี่ยวที่ 3 ที่ปรากฏ 2 ขา แต่มี 5 กรงเล็บเช่นเดียวกัน

3) ภาพมังกรในงานจิตรกรรมพบทั้งสิ้น 6 ภาพ ซึ่งมีรูปลักษณ์ที่เกิดจากการสร้างสรรค์โดยใช้ชุดความเชื่อเกี่ยวกับมังกรที่เป็นความเชื่อดั้งเดิมว่ามีรูปลักษณ์ เช่น มีเขา มีหาง มีกรงเล็บ เป็นต้น โดยในงานประเพณีจิตรกรรมนี้ พบว่า รูปลักษณ์ของมังกรที่ปรากฏลำตัวสีทองตามความเชื่อของชาวจีนเกี่ยวกับความร่ำรวย ปรากฏทั้งสิ้น 5 ภาพ ส่วนภาพที่ 6 ปรากฏเป็นสีดำ นอกจากนั้นรูปลักษณ์ของร่างกายที่มีเหมือนกันทั้งหมด 6 ภาพ ได้แก่ มีเขา มีหนวด มีหาง ส่วนที่รูปลักษณ์ไม่เหมือนกัน ได้แก่ จำนวนขาและจำนวนกรงเล็บ ดังที่ปรากฏในตาราง

4) เครื่องประดับมังกร ประกอบไปด้วยสร้อยคอ 2 เส้น จี้มังกร 2 จี้สร้อยและกำไลข้อมือ 3 เส้น/ขอน และแหวนมังกร 1 วง เครื่องประดับดังกล่าวปรากฏรูปลักษณ์ของมังกรที่ชัดเจนร่วมอยู่ด้วย โดยรูปลักษณ์ที่เหมือนกันจำนวน 3 ส่วน ได้แก่ มีเขา มีหนวด และมีหาง พบในสร้อยคอทั้ง 2 ตัวอย่าง จี้ 1 ตัวอย่าง สร้อย/กำไลข้อมือ 2 ตัวอย่าง และในแหวน รูปลักษณ์ต่อมาที่ปรากฏจำนวนเท่ากัน คือ มีเกล็ด พบ 6 ตัวอย่าง ได้แก่ สร้อยคอ 2 เส้น จี้ 1 จี้ กำไล 2 ขอน และไม่มีเกล็ดพบ 2 ตัวอย่าง จากกำไล 2 ขอน นอกจากนั้น ขา พบ 5 ตัวอย่าง จากสร้อยคอมังกร 2 เส้น จี้มังกร 1 จี้ กำไลข้อมือ 1 ขอน และจากแหวน 1 ตัวอย่าง

5) รูปลักษณ์จากกุญแจ พบว่ารูปลักษณ์ของมังกรเป็นสีน้ำตาล ซึ่งเกิดจากวัสดุ คือ เนื้อไม้ โดยส่วนที่เหมือนกัน ได้แก่ มีเกล็ด มีหนวด มีหาง มีเขา แต่สิ่งที่ไม่เหมือนกันคือไม่มีเขาและกรงเล็บ

การสร้างสรรครูปลักษณะมังกรในรูปแบบต่าง ๆ ที่ปรากฏทั้งหมด 5 รูปแบบ ได้แก่ 1) ประติมากรรมมังกรประเภทลอยตัว 2) ประติมากรรมมังกรแบบเหรียญ 3) ภาพจิตรกรรมมังกร 4) เครื่องประดับมังกร และ 5) พวงกุญแจมังกร เป็นการสร้างสรรค์ศิลป์ที่เกิดจากความเชื่อดั้งเดิมของชาวจีนที่ตกทอดมาสู่กลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนในปัจจุบัน จากการวิเคราะห์แม้ว่ามังกรจะสร้างขึ้นจากรูปแบบงานที่แตกต่างกัน แต่รูปลักษณะของมังกรยังคงอยู่โดยสิ่งสำคัญที่ยังพบมากที่สุด คือ หัว หาง และเขาของมังกร ส่วนหนวดขา และกรงเล็บ อาจปรากฏหรือไม่ปรากฏก็ได้ สีที่สำคัญในลำตัวของมังกรคือ สีทองที่หมายถึง ความเจริญ รุ่งเรือง นอกจากนั้นยังพบสีเขียว สีดำ และสีไม้ โดยความเชื่อเหล่านี้แม้จะข้ามวัฒนธรรมมาเป็นรูปแบบสินค้าในประเทศไทย แต่ต้องประกอบความเชื่อดั้งเดิมยังคงอยู่ และมีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์ศิลป์ในสินค้าออนไลน์ผ่านเพจขายสินค้า Shopee และ Lazada ดังที่ปรากฏในรูปลักษณะจากตารางที่ 1

2. ความเชื่อของมังกรที่ปรากฏในสินค้าของเพจ ขายสินค้า Shopee และ Lazada

การโฆษณาของสินค้า นอกจากมีรูปลักษณะของมังกรที่สร้างสรรค์ขึ้นผ่านความเชื่อของกลุ่มชน และได้รับการถ่ายทอดมาเป็นสินค้าแล้วยังมีข้อความปรากฏในการอธิบายคุณลักษณะความเชื่อของสินค้าที่มาจากตัวมังกร ดังรายละเอียดข้อความที่ปรากฏในตารางข้อที่ 1 สามารถวิเคราะห์เกี่ยวกับความเชื่อทางด้านคติชนได้ตารางต่อไป

ตารางที่ 2 ตารางแสดงความเชื่อของมังกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada

ความเชื่อ ชื่อสินค้า	สิริ มงคล	โชคลาภ มั่งคั่ง ร่ำรวย	เสริม บารมี อำนาจ	เจริญ รุ่งเรือง	ส่งเสริม ธุรกิจ การค้า	แก้ปชง เสริม ดวง	เสริม ฮวงจุ้ย	ความ สำเร็จ	สุขภาพ ดี	รวม
2.1 กรอบรูป มงคลมังกร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		8
2.2 มังกร ถือลูกอัคคี	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	7
2.3 มังกรเลข 8	✓	✓	✓	✓	✓				✓	6
2.4 มังกร ถือลูกแก้ว		✓	✓	✓	✓	✓	✓			6
2.5 จี้มังกร	✓	✓	✓	✓	✓	✓				6
2.6 พวงกุญแจ ไม้แกะสลัก	✓	✓	✓		✓	✓				5
2.7 มังกรมงคล	✓	✓		✓	✓			✓		5
2.8 กรอบมงคล มังกรทองคู่	✓	✓		✓	✓					4
2.9 สร้อยข้อมือ		✓				✓		✓	✓	4
2.10 กรอบรูป มังกร 9 ตัว	✓		✓				✓			3
2.11 รูปภาพ มังกรติดผนัง	✓	✓	✓							3
2.12 โปสเตอร์ รูปภาพมังกร ติดผนัง	✓	✓	✓							3
2.13 จี้มังกร	✓	✓		✓						3
2.14 กำไลข้อมือ				✓			✓	✓		3
2.15 เหรียญ มังกรมงคล	✓	✓	✓							3

ตารางที่ 2 ตารางแสดงความเชื่อของม้งกรในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada (ต่อ)

ความเชื่อ ซื้อสินค้า	สิทธิ ม้งกร	โชคลาภ ม้งคั่ง ร่ำรวย	เสริม บารมี อำนาจ	เจริญ รุ่งเรือง	ส่งเสริม ธุรกิจ การค้า	แก้ปัญหา เสริม ดวง	เสริม ฮวงจุ้ย	ความ สำเร็จ	สุขภาพ ดี	รวม
2.16 พวงกุญแจ ม้งกร	✓	✓			✓					3
2.17 ม้งกร 88			✓				✓			2
2.18 ม้งกร หล่อแก้ว						✓	✓			2
2.19 สร้อยคอ ม้งกร	✓	✓								2
2.20 สร้อยคอ ม้งกร						✓			✓	2
2.21 กำไลข้อมือ		✓		✓						2
2.22 แหวนม้งกร	✓		✓							2
2.23 เหรียญที่ ระลึก	✓	✓								2
2.24 เหรียญ ที่ระลึก	✓		✓							2
2.25 สติกเกอร์ ม้งกร	✓									1
รวม	18	17	13	10	9	7	7	4	4	

จากตารางที่ 2 พบว่าสินค้าที่มีรูปม้งกรจำนวน 25 รายการ ปรากฏความเชื่อที่ได้รับการสืบทอดมาจากอดีต โดยความเชื่อเหล่านี้ เชื่อว่า ม้งกรมีอำนาจในด้านความเป็นสิริมงคลให้โชคลาภ มั่งคั่ง ร่ำรวย เป็นต้น สินค้ารูปม้งกรทุกชิ้นในเพจขายสินค้าจะมีข้อความแสดงอำนาจความเชื่อ ด้านต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก โดยแบ่งเป็น 1) สินค้าที่มีรูปม้งกรและข้อความ ที่แสดงความเชื่อและ 2) ความเชื่อที่ปรากฏในข้อความประกอบสินค้าที่มี รูปม้งกร

2.1 สินค้าที่มีรูปม้งกรและข้อความที่แสดงความเชื่อ

สินค้าที่มีรูปม้งกรและข้อความแสดงความเชื่อเป็นการโฆษณาที่ปรากฏความเชื่ออยู่ภายในสินค้า ซึ่งทั้ง 2 เพจขายสินค้านี้จะปรากฏการใช้ข้อความที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อในด้านต่าง ๆ เพื่อบ่งชี้ให้เห็นอำนาจของม้งกรที่เป็นความเชื่อความศรัทธาของกลุ่มชน โดยจากการวิเคราะห์พบรูปลักษณะของม้งกรที่มีข้อความประกอบความเชื่อในแต่ละรายการตามลำดับ ดังนี้

1. กรอบรูปม้งกร ปรากฏข้อความโฆษณาประกอบความเชื่อของม้งกรมากที่สุดจำนวน 8 ด้าน ได้แก่ “สิริมงคล” “โชคลาภ มั่งคั่งร่ำรวย” “เจริญรุ่งเรือง” “เสริมบารมี อำนาจ” “แก้ปีชง เสริมดวง” “เสริมฮวงจุ้ย” “ความสำเร็จ” และ “ส่งเสริมธุรกิจการค้า”

2. ม้งกรถือมุกอัคคี ปรากฏข้อความโฆษณาประกอบด้วยความเชื่อของม้งกรจำนวน 7 เรื่อง ได้แก่ “สิริมงคล” “โชคลาภ มั่งคั่งร่ำรวย” “เจริญรุ่งเรือง” “เสริมบารมี อำนาจ” “เสริมฮวงจุ้ย” “ส่งเสริมธุรกิจการค้า” และ “สุขภาพดี”

3. ประกอบด้วยสินค้า 3 รายการ ที่ปรากฏข้อความโฆษณาประกอบความเชื่อของม้งกรจำนวน 6 เรื่อง ได้แก่ 1) ม้งกรเลข ประกอบด้วย “สิริมงคล” “โชคลาภ มั่งคั่งร่ำรวย” “เจริญรุ่งเรือง” “เสริมบารมี อำนาจ” “ส่งเสริมธุรกิจการค้า” “สุขภาพดี” 2) ม้งกรถือลูกแก้วประกอบด้วย “โชคลาภ มั่งคั่งร่ำรวย” “เจริญรุ่งเรือง” “เสริมบารมี อำนาจ” “แก้ปีชง เสริมดวง” “เสริมฮวงจุ้ย” และ “ส่งเสริมธุรกิจการค้า” และ 3) จั้มกร ประกอบด้วย “สิริมงคล” “โชคลาภ มั่งคั่งร่ำรวย” “เจริญรุ่งเรือง” “เสริมบารมี อำนาจ” “แก้ปีชง เสริมดวง” และ “ส่งเสริมธุรกิจการค้า”

2.2 ความเชื่อที่ปรากฏในข้อความประกอบสินค้าที่มีรูปมังกร

ความเชื่อที่ปรากฏประกอบการโฆษณาสินค้ารูปมังกร ในเพจขายสินค้า Shopee และ Lazada เป็นความเชื่อที่เชื่อมโยงอยู่กับอำนาจของมังกรที่ให้คุณประโยชน์ และดลบันดาลสิ่งต่าง ๆ ตามที่ผู้ครอบครองประสงค์ ตลอดจนช่วยให้ชีวิตและครอบครัวของผู้ครอบครองเจริญรุ่งเรืองได้ โดยข้อความที่ปรากฏความเชื่อดังกล่าวพบทั้งหมด 9 ด้าน ตามลำดับ ดังนี้

1) ด้าน “สิริมงคล” มีสินค้าจำนวน 18 รายการ หมายถึง สิ่งที่ดีว่าเป็นสิริมงคลอันจะนำความสุขความเจริญมาสู่ ซึ่งความสิริมงคลที่ปรากฏมากที่สุด จึงชี้ให้เห็นว่าความเชื่อด้านสิริมงคลมีส่วนสำคัญให้กับผู้สนใจสินค้ามาก

2) ด้าน “โชคลาภ มั่งคั่งร่ำรวย” มีสินค้าจำนวน 17 รายการ หมายถึง สิ่งที่ดีที่ได้รับมาโดยไม่ได้คาดหมาย มีทรัพย์มาก เป็นเศรษฐกิจ มีเงินมีทอง ความเชื่อด้านโชคลาภ หรือมั่งคั่งร่ำรวย เป็นที่นิยมมากขึ้น อาจเพราะมีผลต่อจิตใจมนุษย์ที่ต้องการความมั่นคงทางสถานภาพการเงิน

3) ด้าน “เสริมบารมี อำนาจ” มีสินค้าจำนวน 13 รายการ หมายถึง คุณความดีที่ได้บำเพ็ญมา คุณสมบัติที่ทำให้ยิ่งใหญ่ ความที่สามารถบันดาลให้เป็นไปตามความประสงค์ อำนาจบารมีนี้เป็นชุดความเชื่อดั้งเดิมเกี่ยวกับมังกรของชาวจีน เพราะมังกรเป็นสัญลักษณ์ของอำนาจ ดังนั้นจึงปรากฏการใช้ความเชื่อด้านนี้อยู่ในสินค้ารูปมังกร

4) ด้าน “เจริญรุ่งเรือง” มีสินค้าจำนวน 10 รายการ หมายถึง เป็นสถานะแห่งความเฟื่องฟู ความเจริญรุ่งเรือง โชคดีหรือมีความสำเร็จ ในสถานภาพทางสังคม ความรุ่งเรืองในชีวิตมีส่วนสำคัญมาก เพราะจะเป็นส่วนที่ทำให้สถานภาพทางสังคมสูงขึ้น ดังนั้น เนื้อหาด้านความเจริญรุ่งเรืองจึงเป็นที่นิยม

5) ด้าน “ส่งเสริมธุรกิจการค้า” มีสินค้าจำนวน 9 รายการ หมายถึง ช่วยเหลือเพิ่มเติมธุรกิจการค้าให้ดียิ่งขึ้น การค้าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ค้า ดังนั้น การใช้ความเชื่อนี้จึงมีส่วนสำคัญในการเชิญชวนให้ผู้สนใจเข้ามาซื้อขายได้

6) ด้าน “เสริมฮวงจุ้ย” มีสินค้าจำนวน 7 รายการ หมายถึง ช่วยเหลือเพิ่มเติมสภาวะแวดล้อม หรือการอยู่อาศัยให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ฮวงจุ้ยเป็นความเชื่อดั้งเดิมของชาวจีน ดังนั้นการนำมั่งกรมาสร้างเพื่อช่วยเสริมฮวงจุ้ยจึงมีส่วนทำให้ผู้ที่มีความเชื่อสนใจได้

7) ด้าน “แก้ปีชง เสริมดวง” มีสินค้าจำนวน 7 รายการ หมายถึง ปัดเป่าเคราะห์กรรม เสริมดวง ให้ก้าวผ่านอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ความเชื่อเรื่องดวงชะตาเป็นความเชื่อพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นการนำมั่งกรมาเป็นสัญลักษณ์เพื่อปัดเป่าสิ่งชั่วร้ายในชีวิตจึงมีความสำคัญมาก เพราะทำให้ชีวิตประสบความสำเร็จ

8) ด้าน “ความสำเร็จ” มีสินค้าจำนวน 4 รายการ หมายถึง ได้ผลประสบความสำเร็จ ซึ่งความสำเร็จเป็นสิ่งที่ผู้คนที่ต้องการประสบ เพราะจะช่วยส่งเสริมให้ชีวิตดีขึ้น

9) ด้าน “สุขภาพดี” มีสินค้าจำนวน 4 รายการ หมายถึง สุขภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ เป็นความเชื่อชี้ให้เห็นว่ามนุษย์นอกจากยังต้องการความมั่นคงทางทรัพย์สินแล้ว ด้านสุขภาพร่างกายก็ยังเป็นสิ่งสำคัญ

ความเชื่อเป็นการยอมรับว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความจริงหรือเป็นสิ่งที่เราไว้วางใจ ซึ่งมั่งกรที่ปรากฏอยู่ในเพจขายสินค้า Shopee และ Lazada นั้น ปรากฏความเชื่อร่วมอยู่ด้วยในฐานะสิ่งมงคลที่มีอำนาจในด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยให้ผู้สนใจประสบกับสิ่งที่ดีในชีวิต เพราะสิ่งเหล่านี้ถือเป็นวัตถุมงคลที่มีผลต่อจิตใจของมนุษย์ โดยเฉพาะผู้ครอบครองหรือ

ผู้สนใจสินค้า หากเข้าบูชาหรือซื้อสินค้าไปอาจทำให้ชีวิตดีขึ้นตามเนื้อหาที่ปรากฏในข้อ 1) – 9) ความเชื่อต่าง ๆ เป็นสิ่งที่สอดคล้องกับคติชนวิทยาในเรื่องของความเชื่อว่า มนุษย์ทุกคนมีความเชื่อ เช่น เชื่อว่ารูปปั้นมังกรสีทองจะนำพาความมั่งคั่งรุ่งเรืองมาให้ตลอดจนส่งเสริมธุรกิจการค้าให้ประสบความสำเร็จเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะตามความเชื่อดั้งเดิมว่ามังกรเป็นสัตว์ศักดิ์สิทธิ์เสมือนเทพเจ้าที่มีอำนาจให้ความเป็นสิริมงคลแก่ผู้ครอบครอง เพราะฉะนั้น ข้อความเกี่ยวกับความเชื่อเหล่านี้จึงเป็นข้อความที่เชิญให้บุคคลที่มีความเชื่อและศรัทธาได้ซื้อสินค้าต่าง ๆ ในเพจ Shopee และ Lazada

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “มังกร: รูปลักษณ์และความเชื่อในสินค้าของเพจขายสินค้า Shopee และ Lazada” พบว่า

1. รูปลักษณ์มังกรในสินค้าเหล่านี้มีความคล้ายคลึงกัน เป็นลักษณะรูปแบบตามตำนานของประเทศจีนที่เล่าต่อ ๆ กันมา แม้ว่าอิทธิพลของจีนย้ายมาอยู่ในเมืองไทย แต่โดยภาพรวมรูปลักษณ์ของตัวมังกรก็ยังคงอยู่ในสินค้าและบริการ อาจมีความแตกต่างในเรื่องสี ขา และกรงเล็บ สัญลักษณ์ของมังกรแทนความเป็นสิริมงคล ความยิ่งใหญ่ อำนาจ ความเจริญรุ่งเรืองนั้นเห็นได้ชัด ซึ่งในสินค้าที่ปรากฏรูปลักษณ์มังกรเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นมังกรที่รูปตัวสีทอง มีเกล็ด มีเขา มีหนวด มีหาง มี 4 ขา มี 5 เล็บ 4 เล็บ ถือลูกแก้วด้วยขาหน้า นอกจากนี้ กระบวนการวัฒนธรรมมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับงานสร้างสรรค์ศิลป์ กล่าวคือ เป็นการยึดโยงความเชื่อทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับตำนาน รูปลักษณ์ของมังกรมาสร้างสรรค์เป็นงานต่าง ๆ และความเชื่อของมังกรนั้นมีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์ศิลป์

2. ความเชื่อของมังกรที่ปรากฏในสินค้าของเพจ Shopee กับ Lazada พบ 1) สินค้าที่มีรูปมังกรและข้อความแสดงความเชื่อทางคติชนสามารถวิเคราะห์ได้ 3 อันดับ ได้แก่ อันดับที่ 1 “กรอรูปมงคลมังกร”

มีถ้อยคำความเชื่อของมังกรมากที่สุด จำนวน 8 เรื่อง อันดับที่ 2 “มังกรถือมุกอค์คี” มีถ้อยคำความเชื่อของมังกรจำนวน 7 เรื่อง อันดับที่ 3 “มังกรเลข 8” มังกรถือลูกแก้ว” “จี้มังกร” มีถ้อยคำความเชื่อของมังกรจำนวน 6 เรื่อง และ 2) ความเชื่อที่ปรากฏในข้อความประกอบสินค้าที่มีรูปมังกร “สิริมงคล” 18 รายการ “โชคลาภ มั่งคั่งร่ำรวย” 17 รายการ “เสริมบารมี อำนาจ” 13 รายการ “เจริญรุ่งเรือง” มีสินค้าจำนวน 10 รายการ “ส่งเสริมธุรกิจการค้า” 9 รายการ “เสริมฮวงจุ้ย” และด้าน “แก้ปีชง เสริมดวง” มีสินค้าจำนวน 7 รายการ “ความสำเร็จ” และ “สุขภาพดี” มีสินค้าจำนวน 4 รายการ

รูปลักษณะมังกรที่ปรากฏในเพจขายสินค้า Shopee กับ Lazada ชี้ให้เห็นว่าการสร้างสรรค์รูปลักษณะมังกรสร้างขึ้นโดย วิถีชน ซึ่งอาศัยกระบวนการทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กับงานสร้างสรรค์ศิลป์ กล่าวคือนำปัจจัยด้านความเชื่อ ความศรัทธา จากตำนานและรูปลักษณะมังกรมาสร้างสรรค์ให้กลายมาเป็นวัตถุมงคล หรือเครื่องรางอันนำมาสู่คุณค่าด้านจิตใจคือตอกย้ำความเชื่อเกี่ยวกับมังกรผ่านการใช้ข้อความที่สร้างความเชื่อดังกล่าว

อภิปรายผล

1. การผลิตซ้ำเรื่องรูปลักษณะมังกรกับความเชื่อยังคงปรากฏอยู่ในสังคมไทย แม้จะได้รับอิทธิพลจากสังคมจีนมาแล้ว แต่ก็ยังมีการผลิตซ้ำในเรื่องของรูปลักษณะและความเชื่อมังกรว่าเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นสิริมงคล มั่งคั่งร่ำรวย และการเสริมอำนาจบารมี ฯลฯ ปรากฏอยู่ในสินค้ารูปแบบออนไลน์ ซึ่งการผลิตซ้ำความเชื่อในเชิงธุรกิจ และเป็นสินค้าที่ขายดี

2. ข้อความที่มีความเชื่อในสินค้าของเพจ Shopee และ Lazada นั้น แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมีส่วนสำคัญในการยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่จะทำให้ผู้ครอบครองทำสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างราบรื่น ซึ่งแม้จะหาเหตุหรือไม่ได้ แต่ก็มิมีบทบาทสำคัญต่อจิตใจ โดยเฉพาะเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต ดังนั้น หากมนุษย์

ขาดที่พึ่งพา หรือมีความซบเซาหรือหมดกำลังใจสินค้ามีรูปแบบต่าง ๆ ในฐานะวัตถุมงคลจึงมีบทบาทในการช่วยยึดเหนี่ยวและเป็นทางออกแก่ความหมองใจนั้น

3. ความเชื่อของมังกรได้รับการสร้างสรรค์ใหม่ แต่ยังคงผสมผสานกับความเชื่อดั้งเดิม ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์โดยการต่อยอด ริเริ่มตามรูปแบบใหม่ ซึ่งแม้จะมีการสร้างสรรค์หรือต่อยอดรูปแบบงานมังกรมาในรูปแบบใหม่ ๆ แต่คุณค่าสำคัญของงานยังมีคุณค่าต่อจิตใจผู้ครอบครองที่จะช่วยให้เกิดความเป็นสิริมงคล ตลอดจนเจริญรุ่งเรืองในชีวิตและครอบครัว นอกจากนี้ในอนาคตอาจจะใช้รูปแบบมังกรในการสร้างสรรค์ที่หลากหลายขึ้น แต่ความเชื่อก็ยังคงเดิมเช่นกัน และการสร้างสรรค์กับความเชื่ออาจจะทำให้เกิดสินค้าในเชิงพาณิชย์ และมีผลต่อยอดขายดีด้วย

References

- Jankrajangaeng, N., & Rueangsri, S. (2020). A comparison study between the great naga and dragon from religion and faith point of view. *Valaya Alongkorn Review Journal Valaya Alongkorn Rajabhat University Under Royal Patronage*, 10(3), 165-179. [In Thai]
- Lazada. (2023). Retrieved March 28, 2023. <https://www.lazada.co.th/> [In Thai]
- Pidokrajt, N. (2019). Theory of art creation. *Academic journal Faculty of Humanities and Social Sciences Nakhon Sawan Rajabhat University*, 6(2), 234-248. [In Thai]
- PlaiNoi, S. (2013). *Tell dragon stories Legends of many peoples*. (6th ed.). Sataporn. [In Thai]
- Shopee. (2023). Retrieved March 28, 2023. <https://shopee.co.th/> [In Thai]
- Spring News. (2022). “Shopee” Number 1 e-commerce in Asia Thai people like to shop online, overtaking America. Retrieved March 24, 2023. <https://www.Springnews.co.th/infographic/828643> [In Thai]
- Vechasat, K. (2016). The Reflection of Naga in the Tai Concepts. *Veridian Electronic Journal Silpakorn University*, 9(1), 1099-1116. [In Thai]
- Wikipedia (2023). *The Chinese Dragon*. Retrieved March 18, 2023. https://th.wikipedia.org/wiki/The_Chinese_Dragon [In Thai]
- WinithaSathitkul, P., & Jiramethi, P.M.J (2015). Folklore: Beliefs in Thai Society. *MCU Humanities Review Journal*, 1(1), 31-44. [In Thai]

“สุขสันต์วันตาย” ความไม่สุภาพในข้อความแสดงความคิดเห็น
ในสถานการณ์วันคล้ายวันเกิดทางเฟซบุ๊ก
“Happy Death Day” Impoliteness of Birthday Wishes
Expressed in Facebook Comments

(Received: September 2, 2023 Revised: December 20, 2023 Accepted: December 25, 2023)

นภัทร อังกุลสินธนา¹
Naphat Angkunsinthana

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชนวนความไม่สุภาพในข้อความแสดงความคิดเห็นในสถานการณ์วันคล้ายวันเกิดทางเฟซบุ๊ก โดยเก็บข้อมูลจากข้อความความคิดเห็นหรือคอมเมนต์สาธารณะในข่าววันคล้ายวันเกิดของบุคคลผู้มีชื่อเสียงที่เผยแพร่ทางเฟซบุ๊กของสำนักข่าวออนไลน์ช่องวัน ระหว่างวันที่ 11 สิงหาคม - 31 ธันวาคม พ.ศ. 2564 จำนวน 1,220 ข้อความ ผลการวิจัยพบชนวนความไม่สุภาพ 2 ประเภท คือชนวนความไม่สุภาพตามชนบและชนวนความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือชนวนความไม่สุภาพความหมายขี้บ่งเป็นนัย โดยชนวนความไม่สุภาพตามชนบนั้นปรากฏการใช้ชนวนความไม่สุภาพ 6 ประเภท ได้แก่ การสบประมาท การวิพากษ์วิจารณ์หรือการตำหนิอย่างตรงประเด็น การใช้รูปประโยคคำถามที่ทำให้กระดากอายหรือเกิดความหมายมูลบท การกล่าวถ้อยคำที่ทำให้ลดตนลงมา การกล่าวถ้อยคำขี้บไล้ และการกล่าวถ้อยคำแสดงความรู้สึกเชิงลบ ส่วนชนวนความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือชนวนความไม่สุภาพความหมายขี้บ่งเป็นนัยนั้น

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
E-mail: naphat.a@pkru.ac.th

ปรากฏการใช้ชวณควมไม่สุภพ 3 ประภท ได้แก่ การใช้ควมสุภพตามชนบเป็นชวณควมไม่สุภพ การใช้ควมเป็นนัยสนทนเป็นชวณควมไม่สุภพและ การใช้บริบทเป็นชวณควมไม่สุภพ นอกจกนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทงสถิติพบว่าผู้แสดงควมคิดเห็นเลือกใช้ชวณควมไม่สุภพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือชวณควมไม่สุภพควมหมยซ้บ่งเป็นนัยมกกว่ชวณควมไม่สุภพตามชนบ

คำสำคัญ: ควมไม่สุภพ เฟซบุ๊ก การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์

Abstract

This research aims to examine causes of impoliteness found in Facebook comments below famous people's birthday news posts. The data gathered was 1,220 comments on public birthday posts published on the official page of One News Agency during 11th August – 31st December 2021. The study discovered two categories of impoliteness triggers: conventionalized impoliteness triggers and non-conventionalized impoliteness or implicational impoliteness triggers. Conventionalized impoliteness triggers were divided into six types, namely insults, pointed criticisms/complaints, unpalatable questions and/or presuppositions, condescension, dismissals, and negative expressive. Moreover, three types of non-conventionalized impoliteness triggers were found, including the convention-driven, the form-driven, and the context-driven. The statistical data analysis showed that Facebook users applied non-conventionalized impoliteness triggers more frequently than conventionalized ones.

Keywords: Impoliteness, Facebook, Computer-Mediated Communication.

บทนำ

การอวยพรวันคล้ายวันเกิดนั้นถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติในสังคมไทย ดังที่ Pukbhasuk (2016, p. 86) ได้กล่าวถึงการอวยพรวันเกิดหรือวันคล้ายวันเกิดไว้ว่า “การอวยพรวันเกิดนั้นเป็นโอกาสพิเศษโอกาสหนึ่งที่จะมีการให้พรหรืออวยพรกัน อันถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ภาษาที่อวยพรนั้นจะต้องเป็นถ้อยคำที่มีความหมายเป็นมงคล ได้แก่ ความหมายเกี่ยวกับความสุข ความสมหวัง สุขภาพแข็งแรง ความเจริญ ความร่ำรวย ความสำเร็จ อายุยืน ความสดชื่น ลาก โชคดี ยศ เกียรติยศ และจตุรพิธพรหรือพรสี่ประการ” ดังจะเห็นได้ว่าความหมายของถ้อยคำที่ใช้อวยพรต่างเป็นความหมายเชิงบวกหรือความหมายที่ดี ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่าการอวยพรวันคล้ายวันเกิดหรือถ้อยคำอวยพรวันคล้ายวันเกิดที่ให้แก่กันนั้นเป็นความสุภาพอย่างหนึ่ง

อย่างไรก็ดี จากสถานการณ์วันคล้ายวันเกิดของบุคคลผู้มีชื่อเสียงที่เผยแพร่ในข่าวออนไลน์นั้น ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่ามีผู้ใช้สื่อออนไลน์จำนวนมากได้เข้ามาแสดงความคิดเห็น ทั้งร่วมอวยพรและสาปแช่ง โดยเฉพาะการสาปแช่งนั้นเป็นพฤติกรรมทางภาษาที่ตรงกันข้ามกับธรรมเนียมปฏิบัติข้างต้น ดังตัวอย่าง

- 1) ขอให้ตายจากโรคไวก ๆ นะครับ
- 2) ขอให้เบาหวานที่เป็นอยู่จงสถิตสถาพรตราบกาลนานเทอญ
- 3) ขอแสดงความเสียใจด้วยครับ

จากตัวอย่างที่ 1) และตัวอย่างที่ 2) จะเห็นว่าถ้อยคำมีเนื้อความเป็นการสาปแช่งให้เจ้าของวันคล้ายวันเกิดเสียชีวิตและประสบกับความทุกข์ทรมานจากโรคภัยที่เป็นอยู่ ส่วนตัวอย่างที่ 3) ผู้แสดงความคิดเห็นแสดงความรู้สึกเสียใจ ทั้งที่วันคล้ายวันเกิดเป็นวันมงคลก็ตาม ลักษณะของถ้อยคำดังกล่าวแจ่มชัดว่าไม่สุภาพ กล่าวคือเป็นการใช้ภาษาที่มุ่งสร้างความขุ่นข้องหมองใจให้เกิดแก่เจ้าของวันคล้ายวันเกิดอันนำมาซึ่งความขัดแย้งหรือไม่ลงรอยกัน

ดังที่ Culpeper, Bousfield & Wichmann (2003, p. 1546) ได้กล่าวถึงความไม่สุภาพไว้ว่า “ความไม่สุภาพนั้นเป็นกลวิธีการสื่อสาร ที่สร้างขึ้นมาเพื่อโจมตีหรือทำลายหน้า ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ของอีกฝ่ายที่แสดงต่อสังคม อันนำซึ่งความไม่ลงรอยและความแตกแยกระหว่างกัน”

ด้วยเหตุที่ความไม่สุภาพเป็นการใช้ภาษาในเชิงลบ จึงมีความเชื่อว่าความไม่สุภาพเป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับความสุภาพ ดังนั้นในช่วงแรกจึงมีการศึกษาความไม่สุภาพจำนวนน้อย อีกทั้งแนวคิดที่ใช้ศึกษาก็ล้าชุนานไปกับกลวิธีความสุภาพของ Brown & Levinson (1987) ดังในงานของ Culpeper (1996) แต่กระนั้น Culpeper (2016, p. 423) เสนอให้กลับมาพิจารณาคำว่า “กลวิธี” (Strategy) ความสุภาพและความไม่สุภาพใหม่ทั้งนี้เนื่องจากกลวิธีทางภาษาหรือกลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ที่นำมาใช้ในการศึกษาทั้งความสุภาพและความไม่สุภาพนั้น ไม่ได้เป็นเพียงการใช้ภาษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวคิดของ Brown & Levinson (1987) เท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึง “ความเป็นปกติวิสัย” (Routine) ที่เกิดขึ้นด้วยทั้งนี้เนื่องจากเมื่อผู้ส่งสารส่งสารไม่ว่าสารนั้นจะถูกส่งไปเพื่อความสุภาพหรือความไม่สุภาพก็ตาม ผู้ส่งสารย่อมต้องประเมินแล้วว่าผู้รับสารจะสามารถประเมินความสุภาพหรือความไม่สุภาพในสารนั้นได้ ดังนั้นกลวิธีที่ผู้ส่งสารเลือกใช้ จึงมักเลือกใช้กลวิธีที่ปรากฏอยู่บ่อยครั้งในการปฏิสัมพันธ์กัน และอยู่ในการรับรู้ของคนส่วนใหญ่ด้วยเช่นกัน ที่เป็นเช่นนี้ก็เพื่อให้การสื่อสารนั้นสัมฤทธิ์ผล ด้วยเหตุนี้ Culpeper (2011, 2016) จึงเสนอให้ใช้คำว่า “ชนวน” (Trigger) แทนคำว่า “กลวิธี” เพราะกลวิธีทางภาษาอาจมีได้หลากหลายกลวิธีไม่สิ้นสุด แต่ท้ายที่สุดแล้วเราสามารถจัดกลุ่มของกลวิธีความไม่สุภาพเหล่านั้นตามประเภทของชนวนที่ก่อให้เกิดความไม่สุภาพได้ครอบคลุมทั้งหมด

จากที่กล่าวมานี้ Culpeper (2011, 2016) จึงได้แบ่งชนวนความไม่สุภาพออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ ชนวนความไม่สุภาพตามชนบ (Conventionalized impoliteness triggers) คือชนวนความไม่สุภาพที่เป็นชนบ อยู่ในการรับรู้ของคนทั่วไปในสังคมว่าไม่สุภาพ ดังนั้น จึงไม่จำเป็นต้องอาศัยบริบทในการตีความรูปลักษณ์ว่าไม่สุภาพ เพราะชนวนความไม่สุภาพประเภทนี้จะไม่สุภาพหรือถูกตีความว่าไม่สุภาพในบริบทที่หลากหลายมากกว่าที่จะถูกตีความว่าสุภาพ เช่น การสบประมาท (Insults) ด้วยการใช้คำหยาบเรียกขานผู้ฟัง เป็นต้น และชนวนความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือชนวนความไม่สุภาพความหมายซึ่งบ่งเป็นนัย (Non-conventionalized impoliteness หรือ Implicational impoliteness) คือถ้อยคำที่ไม่ได้ไม่สุภาพอย่างเป็นปกติวิสัยแต่ต้องอาศัยบริบทในการตีความจึงแปลความถ้อยคำนั้นได้ว่าไม่สุภาพ เช่น การแสร้งสุภาพ ด้วยการกล่าวถ้อยคำสุภาพตามชนบ “ขอบคุณ” แต่บริบทแวดล้อม เช่น น้ำเสียงที่สูง ช่วยให้ผู้ฟังตีความได้ว่า ผู้พูดไม่ได้ตั้งใจหรือมีเจตนาที่จะขอบคุณจริง แต่ต้องการประชดประชัน

การศึกษาความไม่สุภาพมักศึกษาในสถานการณ์การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากันเป็นส่วนใหญ่ (Face-to-Face) แต่กระนั้นก็คาดว่าจะพบความไม่สุภาพเสมอไป เนื่องจากสังคมยังต้องการความปรองดอง ดังนั้นความไม่สุภาพจึงปรากฏน้อยเมื่อเทียบกับความสุภาพ (Culpeper, 1996, 2011) ในทางตรงกันข้ามการสื่อสารในสถานการณ์ที่ไม่ต้องเผชิญหน้ากัน อย่างการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication; CMC) กลับเอื้อให้เกิดความไม่สุภาพมากขึ้น ดังที่ Graham & Hardaker (2017) ได้กล่าวถึงว่า “ลักษณะเฉพาะของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ ลักษณะหนึ่งคือการสื่อสารอาจเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน (Synchronous) หรือการสื่อสารนั้นอาจไม่ได้เกิดขึ้นในเวลาเดียวกันก็ได้ (Asynchronous) โดยเฉพาะการสื่อสารที่ไม่ได้เกิดขึ้นในเวลาเดียวกันนั้น เช่น การแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Network Sites; SNSs) อย่างเพชฌก

(Facebook) ฯลฯ นั้น กลับส่งผลให้เกิดความรู้สึกที่ไม่สุภาพมากกว่าเดิมอีก” นอกจากนี้ Thurlow, Lengel & Tomic (2004, as cited in Rabab’ah & Alali, 2020, pp. 9-10) ยังเห็นว่าการที่ผู้ส่งสารผ่านคอมพิวเตอร์สามารถไม่ระบุตัวตน (Anonymity) หรือใช้นามสมมติได้นั้น ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่เอื้อให้ผู้ส่งสารสามารถส่งสาร โดยเฉพาะสารที่ขัดต่อความต้องการของสังคม อย่างความไม่สุภาพนั้นได้ง่ายและสะดวกใจมากขึ้น ทั้งนี้ไม่ต้องกังวลว่าจะมีใครมาระบุตัวตนที่แท้จริงหรือมาคุกคามผู้ส่งสารได้ เปรียบเช่นเดียวกับ Santana (2014, as cited in Rabab’ah & Alali, 2020, p. 10) ที่เห็นว่าการไม่ระบุตัวตนหรือใช้นามสมมติในการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ได้นั้น ทำให้มีแนวโน้มที่ผู้ส่งสารจะภาษาที่ไม่สุภาพมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงไม่แปลกที่ในชาวออนไลน์ทางเฟซบุ๊กในวันคล้ายวันเกิดของบุคคลผู้มีชื่อเสียง ข้างต้น จะมีผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นและใช้ภาษาที่ไม่สุภาพจำนวนมาก

อย่างไรก็ดี งานวิจัยทางด้านความไม่สุภาพในภาษาไทยมีจำนวนน้อย (Sawanglap, 2013; Bunnag, 2016; Kaewjungate & Rattanadilok Na Phuket, 2018; Angkunsinthana, 2018) อีกทั้งยังไม่มีงานวิจัยใด ศึกษาความไม่สุภาพในการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ อีกทั้งด้วยคุณสมบัติของการสื่อสารคอมพิวเตอร์ดังกล่าวจึงทำให้เกิดคำถามการวิจัยขึ้นว่า ในสถานการณ์การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้น ผู้ใช้ภาษาไทยจะเลือกใช้ ขนวนความไม่สุภาพประเภทใดมากกว่ากัน และเป็นขนวนประเภทย่อยใดบ้าง จึงนำมาสู่การวิจัยในครั้งนี้ ที่ต้องการศึกษาขนวนความไม่สุภาพในข้อความ แสดงความคิดเห็นในสถานการณ์วันคล้ายวันเกิดทางเฟซบุ๊ก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาชนวนความไม่สุภาพในข้อความแสดงความคิดเห็นในสถานการณ์วันคล้ายวันเกิดทางเฟซบุ๊ก

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อความแสดงความคิดเห็นในข่าววันคล้ายวันเกิดของบุคคลผู้มีชื่อเสียงที่เผยแพร่ทางเฟซบุ๊กของสำนักข่าวออนไลน์ช่องวัน ระหว่างวันที่ 11 สิงหาคม - 31 ธันวาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นข้อมูลสาธารณะที่ทุกคนสามารถเข้ามาอ่านหรือพิมพ์ข้อความแสดงความคิดเห็นได้ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทำให้ได้ข้อความแสดงความคิดเห็นทั้งหมด 35,018 ข้อความ แบ่งออกเป็นข้อความแสดงความคิดเห็นหลัก ซึ่งเป็นข้อความที่ผู้แสดงความคิดเห็นตั้งใจแสดงความคิดเห็นต่อข่าว และข้อความแสดงความคิดเห็นรอง ซึ่งเป็นข้อความที่ผู้แสดงความคิดเห็นตอบกลับข้อความแสดงความคิดเห็นหลัก

อย่างไรก็ดี ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะข้อความแสดงความคิดเห็นหลักเท่านั้น ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นข้อความที่ผู้แสดงความคิดเห็นตั้งใจที่จะแสดงความคิดเห็นต่อข่าว รวมทั้งเก็บเฉพาะข้อความแสดงความคิดเห็นที่ผู้แสดงความคิดเห็นตั้งใจให้เป็นสาธารณะเพื่อให้บุคคลทั่วไปเห็นข้อความนั้นได้จากการคัดเลือกข้อมูลในขั้นตอนนี้ทำให้ได้ข้อความแสดงความคิดเห็นหลักทั้งหมด 1,444 ข้อความ

2. เมื่อได้ข้อความแสดงความคิดเห็นหลักทั้ง 1,444 ข้อความแล้ว จากนั้นผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อความแสดงความคิดเห็นที่มีเนื้อหาสัมพันธ์กับเนื้อหาของข่าว กล่าวคือมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวันคล้ายวันเกิดของบุคคลผู้มีชื่อเสียง จากการคัดเลือกข้อความแสดงความคิดเห็นในขั้นตอนนี้ทำให้เหลือข้อความแสดงความคิดเห็นจำนวน 1,398 ข้อความ

3. ผู้วิจัยนำข้อความแสดงความเห็นทั้ง 1,398 ข้อความ มาคัดเลือกเฉพาะข้อความที่ไม่สุภาพและต้องเป็นความไม่สุภาพทางภาษาเท่านั้น (Culpeper, Bousfield & Wichmann, 2003; Culpeper, 2011, 2016) ในขั้นตอนนี้ทำให้ได้ข้อความที่ไม่สุภาพจำนวน 1,220 ข้อความ จากนั้นจึงวิเคราะห์ประเภทของชนวนความไม่สุภาพตามแนวคิดของ Culpeper (2011, 2016) ที่ให้พิจารณาข้อมูลจากระดับจุลภาคขึ้นไป (Bottom-up approach) แล้วจึงกำหนดชนวนความไม่สุภาพที่ครอบคลุมชุดข้อมูลนั้น

4. นำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ กระนั้นก็ดี ความไม่สุภาพเป็นปรากฏการณ์ทางภาษาในเชิงลบที่ฝ่าฝืนบรรทัดฐานของสังคม ดังนั้นในการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยจะใช้ตัวอักษร X เป็นนามสมมติเจ้าของวันคล้ายวันเกิด และจะไม่กล่าวอ้างถึงชื่อของผู้แสดงความคิดเห็นหลักทุกความคิดเห็น ทั้งนี้เพื่อเป็นการปกป้องความเป็นส่วนตัว

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อความแสดงความคิดเห็นในข่าววันคล้ายวันเกิดของบุคคลผู้มีชื่อเสียงที่เผยแพร่ทางเฟซบุ๊กของสำนักข่าวออนไลน์ทั้ง 1,220 ข้อความนั้น พบชนวนความไม่สุภาพ 2 ประเภท คือชนวนความไม่สุภาพตามชนบ และชนวนความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือชนวนความไม่สุภาพความหมายขี้บ่งเป็นนัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. **ชนวนความไม่สุภาพตามชนบ** หมายถึงถ้อยคำที่ไม่สุภาพอย่างเป็นปกติวิสัย กล่าวคือไม่ว่าจะปรากฏในบริบทใดก็ตาม ถ้อยคำดังกล่าวนี้ก็ไม่สุภาพ จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบชนวนความไม่สุภาพตามชนบนี้ 6 ประเภท ได้แก่ การสบประมาท การวิพากษ์วิจารณ์หรือการตำหนิ

อย่างตรงประเด็น การใช้รูปประโยคคำถามที่ทำให้กระตือรือร้นหรือเกิดความหมายมูลบท การกล่าวถ้อยคำที่ทำให้ลดตณลงมา การกล่าวถ้อยคำซับซ้อน และการกล่าวถ้อยคำแสดงความรู้สึกเชิงลบ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 การสบประมาท คือการที่ผู้แสดงความคิดเห็นกล่าวถ้อยคำหยาบคาย ที่มีเนื้อความในเชิงลบอันเป็นการดูหมิ่นเจ้าของวันคล้ายวันเกิด ทั้งนี้เนื้อความที่กล่าวนั้นอาจเป็นข้อเท็จจริงหรือไม่ก็ได้ (Culpeper, 2011, 2016) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้แสดงความคิดเห็นสบประมาทเจ้าของวันคล้ายวันเกิดใน 4 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำเรียกขานในเชิงลบ การอ้างถึงบุคคลในเชิงลบ การกล่าวถึงลักษณะส่วนบุคคลในเชิงลบ และการกล่าวถึงข้อบกพร่องในร่างกาย ดังตัวอย่าง

1) X คุณควย คุณเล่นโซเซียลปะ คุณหัดมาดูเมนต์ที่เขาอวยพรบ้างนะ

จากตัวอย่างที่ 1) ผู้แสดงความคิดเห็นเลือกใช้คำหยาบที่เป็นคำต้องห้ามอย่างคำว่า “ควย” ซึ่งเป็นคำเรียกอวัยวะเพศชายมาใช้เรียกขานเจ้าของวันคล้ายวันเกิด แม้จะมีการใช้คำนำหน้านามที่แสดงการยกย่องอย่างคำว่า “คุณ” ก็ตาม แต่การใช้คำต้องห้ามคำนี้เรียกขานเจ้าของวันคล้ายวันเกิดก็แฝงชัดว่าไม่สุภาพอยู่ดี

1.2 การวิพากษ์วิจารณ์หรือการตำหนิอย่างตรงประเด็น คือการที่ผู้แสดงความคิดเห็นกล่าวถ้อยคำที่มีเนื้อความเกี่ยวกับความผิดพลาดหรือความบกพร่องของเจ้าของวันคล้ายวันเกิดที่ผู้แสดงความคิดเห็นเชื่อว่าไม่ดี ไม่ถูกต้อง และทำให้เกิดผลเสียต่าง ๆ ตามมา ดังตัวอย่าง

2)ไปทานอนพักผอนอยู่บ้านโน้น ไม่ใช่มาทลปในเวลางาน 😊

จากตัวอย่างที่ 2) ผู้แสดงความคิดเห็นตำหนิเจ้าของวันคล้ายวันเกิดอย่างตรงประเด็นในกรณีที่เจ้าของวันคล้ายวันเกิดเคยมาทลปในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่

1.3 การใช้รูปประโยคคำถามที่ทำให้กระตือรือร้นหรือเกิดความหมายมุลบท คือ การใช้รูปประโยคคำถามที่มีเนื้อความเชิงลบและไม่ต้องการคำตอบ ทั้งนี้เพื่อให้เจ้าของวันคล้ายวันเกิดนั้นรู้สึกอับอายหรือไม่พอใจ ดังตัวอย่าง

3) เกิดมาทำเหี้ยอะไร ไอ้สัส

จากตัวอย่างที่ 3) การที่ผู้แสดงความคิดเห็นใช้รูปประโยคคำถาม “เกิดมาทำเหี้ยอะไร” นั้น ผู้แสดงความคิดเห็นไม่ได้ต้องการคำตอบจากรูปประโยคคำถาม เพราะไม่สามารถหาเหตุผลของการเกิดมาของเจ้าของวันคล้ายวันเกิดได้ แต่การเลือกใช้รูปประโยคคำถามดังกล่าวนั้นก็เพื่อสื่อความหมายว่าเจ้าของวันคล้ายวันเกิดไม่ควรจะเกิดมา

1.4 การกล่าวถ้อยคำที่ทำให้ลดตนลงมา คือการแสดงความคิดเห็นด้วยถ้อยคำที่มีเนื้อความให้เจ้าของวันคล้ายวันเกิดอยู่ในสถานะที่ด้อยหรือต่ำกว่าที่เป็นอยู่ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความรู้สึกต่ำต้อยหรือไร้คุณค่าจากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบว่าผู้แสดงความคิดเห็นมักทำให้เจ้าของวันเกิดรู้สึกต่ำต้อยด้อยค่าด้วยการเปรียบเทียบเจ้าของวันคล้ายวันเกิดกับการเกิดของสัตว์เดรัจฉานอย่างสุนัขหรือหมา ดังตัวอย่าง

4) หมาจะเกิด ชิงหมาเกิด หมาจะเกิด ชิงหมาเกิด โถ้วเอ๊ย สันดานหมา 😊

จากตัวอย่างที่ 4) ผู้แสดงความคิดเห็นเปรียบเทียบการเกิดของเจ้าของวันคล้ายวันเกิดกับการเกิดของหมาด้วยทำนองเพลงวันคล้ายวันเกิด ทั้งนี้เพราะคนไทยเชื่อว่ามนุษย์เป็นสัตว์ประเสริฐที่รู้จักผิดชอบชั่วดีและพัฒนาได้ ดังนั้น จึงยกย่องมนุษย์ให้อยู่ในสถานะที่เหนือกว่าสัตว์ชนิดอื่น ด้วยเหตุนี้การเปรียบเทียบบุคคลใดก็ตามให้อยู่ในสถานภาพที่เทียบเท่าหรือต่ำกว่าสัตว์ จึงไม่สุภาพและทำให้บุคคลเป้าหมายรู้สึกต่ำต้อยด้อยค่าลงอย่างมาก แต่การที่ผู้แสดงความคิดเห็นหลายคนเลือกใช้หมา

มาเป็นแบบเปรียบก็เนื่องจากความเชื่อและทัศนคติในเชิงลบที่มีต่อสัตว์ชนิดนี้ที่มีมานานแล้ว ดังที่ Likhit (2018, Online) ได้กล่าวถึงการนำคำว่า “หมา” มาเป็นคำด่านั้นเพราะคนไทยมีความเชื่อว่าเป็นสัตว์เดรัจฉานและนิสัยของหมาบางอย่างเป็นนิสัยที่ไม่ดี ด้วยเหตุนี้หมาจึงถูกนำมาเป็นคำด่าหรือคำเปรียบเทียบกับบุคคลให้รู้สึกต่ำต้อยตั้งแต่ในอดีตแล้ว ดังปรากฏทั้งในพระไตรปิฎกและวรรณคดีเรื่องต่าง ๆ เช่น ในโคลงโลกนิติ วัตโพธิ์ของสมเด็จพระยาเดชาดิศร มีบทหนึ่งที่เปรียบคนใช้แรงงานว่าต่ำต้อยเหมือนกับหมา เป็นต้น

1.5 การกล่าวถ้อยคำขบไล่ คือการแสดงความคิดเห็นด้วยถ้อยคำที่มีเนื้อความขบไล่ให้เจ้าของวันคล้ายวันเกิดออกไปจากที่เดิมที่ใดที่หนึ่ง ดังตัวอย่าง

5) ไปไปเถอะ ไอ้สัส ไปไหนก็ไป!!!!/ ไปปปปปปป

จากตัวอย่างที่ 5) ผู้แสดงความคิดเห็นเลือกที่แสดงความคิดเห็นด้วยถ้อยคำ “ไปไปเถอะ...ไปไหนก็ไป!!!!/ ไปปปปปปป” ซึ่งเป็นถ้อยคำที่มีเนื้อความขบไล่ให้เจ้าของวันคล้ายวันเกิดลาออกและยุติบทบาทหน้าที่ใดหน้าที่หนึ่งเพื่อจะได้ไม่ต้องเกี่ยวข้องกับผู้แสดงความคิดเห็นอีก

1.6 การกล่าวถ้อยคำแสดงความรู้สึกเชิงลบ คือการแสดงความคิดเห็นด้วยถ้อยคำที่มีเนื้อความเกี่ยวกับความรู้สึกในเชิงลบของผู้แสดงความคิดเห็นเองที่มีต่อเจ้าของวันคล้ายวันเกิด โดยเฉพาะการใช้คำกริยาส่วนตัว ซึ่งเป็นคำกริยาแสดงอารมณ์ ความรู้สึก ทัศนคติหรือความคิด (Natpratan, 2015) ดังตัวอย่าง

6) ขอไม่อวยพรนะ ในสายตาเรา บุคคลนี้ไม่ได้สร้างความดีไรให้น่าจดจำเลย...สารรูปก็ไม่ได้อยากจะมอง ไม่ได้รักไม่ได้ชอบ ไม่ได้รังเกียจ แค่ขยะแขยงหน่อย ๆ วันวันทำไรบ้าง ...

จากตัวอย่างที่ 6) จะเห็นว่าผู้แสดงความคิดเห็นเลือกใช้คำกริยาส่วนตัวคำว่า “ขยี้ขยี้” ที่มีความหมายว่า เกลียด หรือน่ารังเกียจ ทั้งนี้เพื่อแสดงความรู้สึกไม่ชอบหรือรังเกียจเจ้าของวันคล้ายวันเกิดที่มีรูปลักษณะที่ไม่น่ามองและพฤติกรรมที่ไม่ดีหรือไม่ทำงานในหน้าที่ของตนให้ดี

ดังที่ได้กล่าวแล้วว่าในสถานการณ์วันคล้ายวันเกิดนั้น ตามธรรมเนียมปฏิบัติแล้วต้องมีการอวยพรวันเกิดให้แก่เจ้าของวันคล้ายวันเกิด แต่กระนั้นผู้วิจัยพบว่าผู้แสดงความคิดเห็นจำนวนมากเลือกทำในสิ่งที่ตรงกันข้ามกันด้วยการกล่าวถ้อยคำสาปแช่ง ซึ่งเป็นถ้อยคำที่มีเนื้อความเกี่ยวกับผลกระทบเชิงลบหรืออันตรายที่ต้องการให้เกิดกับบุคคลเป้าหมายในอนาคต (Angkunsinthana, 2018) ซึ่งในบริบทนี้ก็คือเจ้าของวันคล้ายวันเกิด การสาปแช่งถือว่เป็นการแสดงความรู้สึกในเชิงลบวิธีการหนึ่ง ทั้งนี้เพราะผลกระทบหรืออันตรายที่สาปแช่งนั้นอาจจะเกิดขึ้นหรือไม่ก็ได้ แต่เมื่อกล่าวถ้อยคำสาปแช่งแล้ว ผู้สาปแช่งก็เท่ากับได้ระบายอารมณ์ ความโกรธแค้น ดังตัวอย่าง

7) สุขสันต์วันเกิดครับ X ขอให้ท่านได้ตายในวันเกิดตัวเองที่ใกล้ถึงที่สุด...

8) แซ่ชนะ ขอให้มันเป็นไปในเร็ววัน

จากตัวอย่างที่ 7) จะเห็นว่าถ้อยคำที่พิมพ์ตัวหนานั้น มีเนื้อความที่ต้องการให้เจ้าของวันคล้ายวันเกิดถึงแก่ความตายในเร็ววัน และผู้แสดงความคิดเห็นก็ทราบดีว่าถ้อยคำดังกล่าวไม่ใช่คำอวยพรแต่เป็นการสาปแช่ง ดังในตัวอย่างที่ 8) ที่ผู้แสดงความคิดเห็นกล่าวคำว่า “แซ่” ก่อนที่จะกล่าวถ้อยคำสาปแช่งในภายหลัง

2. ขบวนการไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามขนบ หรือขบวนการไม่สุภาพความหมายซึ่งบ่งเป็นนัย คือถ้อยคำที่ความหมายของถ้อยคำไม่ได้บ่งชี้หรือบ่งบอกถึงความไม่สุภาพเลย หากต้องอาศัยบริบทในการตีความจึงจะเข้าใจได้ว่าถ้อยคำนั้นไม่สุภาพ ดังที่ได้กล่าวแล้วว่าการแสดงความไม่สุภาพนั้นไม่จำเป็นต้องการใช้ขบวนการไม่สุภาพตามขนบเสมอไป บ่อยครั้งที่ผู้ส่งสารเลือกใช้ถ้อยคำที่ไม่สื่อความไม่สุภาพโดยตรง แต่ต้องการให้ผู้รับสารตีความหมายของถ้อยคำนั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบขบวนการไม่สุภาพประเภทนี้ 3 ประเภทย่อย ได้แก่ การใช้ความสุภาพตามขนบเป็นขบวนการไม่สุภาพ การใช้ความหมายซึ่งบ่งเป็นนัยจากการสนทนาเป็นขบวนการไม่สุภาพ และการใช้บริบทเป็นขบวนการไม่สุภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การใช้ความสุภาพตามขนบเป็นขบวนการไม่สุภาพ คือการกล่าวถ้อยคำที่เป็นความสุภาพตามขนบ แต่ถ้อยคำนั้นไม่สัมพันธ์หรือขัดแย้งกันกับบริบท เช่น ข้อความแฉล้มหรือภูมิหลังของความสัมพันธ์ที่ไม่ดีระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร จึงทำให้ถ้อยคำที่เป็นความสุภาพตามขนบนั้นไม่สุภาพ หรือทำให้ผู้รับสารสามารถตีความเจตนาที่ผู้ส่งสารต้องการจะแสดงความไม่สุภาพได้ ดังตัวอย่าง

9) สุขสันต์วันเกิดครับ X ขอให้ท่านได้ตายในวันเกิดตัวเองที่ใกล้ถึงที่สุด...สุขสันต์วันเกิดครับ

จากตัวอย่างที่ 9) แม้ผู้แสดงความคิดเห็นจะกล่าวถ้อยคำอวยพรวันเกิดที่เป็นความสุภาพตามขนบว่า “สุขสันต์วันเกิดครับ” ถึง 2 ครั้ง คือก่อนและหลังข้อความ แต่ถ้อยคำดังกล่าวก็ขัดแย้งหรือไม่สัมพันธ์กับถ้อยคำ “ขอให้ท่านได้ตายในวันเกิดตัวเองที่ใกล้ถึงที่สุด” ที่อยู่ในข้อความเดียวกันที่เป็นถ้อยคำที่ไม่สุภาพตามขนบ ทั้งนี้เนื่องจากมีเนื้อความแจ่มชัดว่าเป็นการสาปแช่งเจ้าของวันคล้ายวันเกิดให้ถึงแก่ความตายในเร็ววัน ดังนั้นจึงทำให้สรุปได้ว่าผู้แสดงความคิดเห็นไม่ได้มีเจตนาจะอวยพรวันเกิดจริง แต่ต้องการที่จะแสดงความไม่สุภาพด้วยการประชดประชัน

2.3 การใช้บริบทเป็นชนวนความไม่สุภาพ คือถ้อยคำที่ไม่มีรูปภาษาใดบ่งชี้ว่าไม่สุภาพเลย มีเพียงบริบทเท่านั้นที่สำคัญและช่วยให้ตีความได้ว่าถ้อยคำดังกล่าวนั้นไม่สุภาพ Culpeper (2011, 2016) ได้แบ่งประเภทของชนวนความไม่สุภาพประเภทนี้ไว้ 2 ประเภทย่อย ได้แก่

Unmarked behavior และ Absence of behaviour ดังที่ได้กล่าวไว้ในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแล้ว แต่จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบเฉพาะ Unmarked behavior เท่านั้น ดังตัวอย่าง

12) ท่านอายุเยอะแล้ว ควรพักผ่อนนะค่ะ HBD ค่ะ

จากตัวอย่างที่ 12) เมื่อพิจารณารูปภาษาและความหมายในข้อความ “ท่านอายุเยอะแล้ว ควรพักผ่อนนะค่ะ” ดูเหมือนผู้แสดงความคิดเห็นจะมีเจตนาแสดงความปรารถนาดี ต่อเจ้าของวันคล้ายวันเกิด ให้เกษียณอายุราชการเพื่อไปพักผ่อน ทั้งนี้เนื่องจากเจ้าของวันคล้ายวันเกิดมีอายุมากแล้ว แต่เมื่อพิจารณาบริบท ที่ผู้แสดงความคิดเห็นและเจ้าของวันคล้ายวันเกิด ที่ไม่ได้มีความใกล้ชิดกัน อีกทั้งผู้แสดงความคิดเห็นก็มีอายุอ่อนกว่าเจ้าของวันคล้ายวันเกิดมาก ผู้แสดงความคิดเห็นจึงไม่ควรกล่าวถึงเรื่องของอายุมากหรือการพักผ่อน อันเป็นเรื่องส่วนตัวของเจ้าของวันคล้ายวันเกิด แต่ควรมุ่งไปที่การกล่าวอวยพรวันคล้ายวันเกิดมากกว่า แม้ว่าจะมีข้อความ HBD หรือ แฮปปี้เบิร์ธเดย์ แต่ด้วยวิสัยทัศน์ที่ต่างกันถ้อยคำดังกล่าวถึงไม่เหมาะสม และให้เห็นว่าผู้แสดงความคิดเห็นนั้นไม่ได้จริงจังหรือตั้งใจที่จะอวยพรวันคล้ายวันเกิดจริง แต่ต้องการที่จะขับไล่ให้เจ้าของวันคล้ายวันเกิดลาออกจากหน้าที่หรือตำแหน่งที่ทำอยู่มากกว่า

อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ข้อความแสดงความคิดเห็นในข่าววันคล้ายวันเกิดที่เผยแพร่ทางเฟซบุ๊กนั้น พบว่าผู้แสดงความคิดเห็นเลือกใช้ความไม่สุภาพทั้ง 2 ประเภทในความถี่ที่แตกต่างกันดังในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความถี่ของความไม่สุภาพแต่ละประเภท

ประเภทของความไม่สุภาพ	จำนวน	ค่าร้อยละ
1. ขนวนความไม่สุภาพตามชนบ	780	44.29
2. ขนวนความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบ หรือขนวนความไม่สุภาพความหมายซึบ่งเป็นนัย	981	55.71
รวมทั้งหมด	1761	100

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่าผู้แสดงความคิดเห็นมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือความไม่สุภาพความหมายซึบ่งเป็นนัยมากกว่าความไม่สุภาพตามชนบ โดยมีการใช้ความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบทั้งหมด 981 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.71 และมีการใช้ความไม่สุภาพตามชนบทั้งหมด 780 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.29 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Culpeper (2011, p. 155) ที่เห็นว่าเหตุการณ์ความไม่สุภาพทางภาษามักปรากฏการใช้ความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือความไม่สุภาพความหมายซึบ่งเป็นนัยมากกว่าความไม่สุภาพตามชนบ ทั้งนี้ เพราะผู้แสดงความคิดเห็นไม่ต้องการผูกมัดตนเองกับความหมายซึบ่งเป็นนัยที่ไม่สุภาพนั้น กล่าวคือลักษณะของความหมายซึบ่งเป็นนัยประการหนึ่งนั้นคือผู้พูดสามารถยกเลิกได้ (Cancellable หรือ Defeasible) หากผู้พูดไม่ต้องการจะสื่อความหมายซึบ่งเป็นนัยนั้นแล้ว ผู้พูดก็สามารถยกเลิกหรือปฏิเสธความหมายซึบ่งเป็นนัยที่ผู้ฟังอนุมานนั้นได้ทันที (Panpothong, 2010) ฉะนั้นจากสถานการณ์ในงานวิจัยนี้ หากเจ้าของวันคล้ายวันเกิดหรือผู้เกี่ยวข้องต้องการเอาผิดผู้แสดงความคิดเห็น ผู้แสดงความคิดเห็นก็อาจยกเลิกหรือปฏิเสธความหมายซึบ่งเป็นนัยนั้นว่าตนไม่ได้มีเจตนาที่จะสื่อความหมายซึบ่งเป็นนัยนั้นแต่อย่างใด

นอกจากนี้ ปัจจุบันมีกฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information law) หรือกฎหมายไอที โดยเฉพาะในส่วนของพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ที่มีผลบังคับใช้เพื่อควบคุมและกำหนดโทษผู้ที่กระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ เช่น การเผยแพร่รูปภาพ ข้อความ ที่มีลักษณะลามก อนาจาร หรือข้อมูลอันเป็นเท็จที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคล การหมิ่นประมาทหรือกระทำให้อื่นเสียชื่อเสียง เป็นต้น อาจมีความผิดตามมาตรา 14 ปรับไม่เกิน 100,000 บาท จำคุกไม่เกิน 5 ปี (Burapha University. Faculty of Information, 2022, Online) ฉะนั้นหากผู้แสดงความคิดเห็นเลือกใช้ความไม่สุภาพตามชนบ โดยเฉพาะชนวนการสบประมาท ก็อาจถูกดำเนินคดีตามกฎหมายดังกล่าว ด้วยเหตุนี้การเลือกใช้ความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือความไม่สุภาพความหมายขี้บ่งเป็นนัยจึงน่าที่จะเลี่ยงจากการถูกดำเนินคดีตามกฎหมายดังกล่าวนี้ได้ เพราะความไม่สุภาพประเภทนี้สามารถยกเลิกหรือปฏิเสธได้

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้พบชนวนความไม่สุภาพ 2 ประเภท คือชนวนความไม่สุภาพตามชนบและชนวนความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือชนวนความไม่สุภาพความหมายขี้บ่งเป็นนัย โดยชนวนความไม่สุภาพตามชนบนั้นปรากฏการใช้ชนวนความไม่สุภาพ 6 ประเภท ได้แก่ การสบประมาท การวิพากษ์วิจารณ์หรือการตำหนิอย่างตรงประเด็น การใช้รูปประโยคคำถามที่ทำให้กระดากอายหรือเกิดความหมายมูลบท การกล่าวถ้อยคำที่ทำให้ลดตนลงมา การกล่าวถ้อยคำขบไล่ และการกล่าวถ้อยคำแสดงความรู้สึกเชิงลบ ส่วนชนวนความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือชนวนความไม่สุภาพความหมายขี้บ่งเป็นนัยนั้น ปรากฏการใช้ชนวนความไม่สุภาพ 3 ประเภท ได้แก่ การใช้ความสุภาพตามชนบเป็นชนวนความไม่สุภาพ การใช้ความเป็นนัยสนทนาเป็นชนวนความไม่สุภาพ และการใช้บริบทเป็น ชนวนความไม่สุภาพ

แม้ว่าการวิจัยในครั้งนี้จะพบความไม่สุภาพทางภาษาทั้ง 2 ประเภท คือความไม่สุภาพตามชนบและความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือความไม่สุภาพความหมายขี้บ่งเป็นนัย แต่ผู้แสดงความคิดเห็นก็มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือความไม่สุภาพความหมายขี้บ่งเป็นนัยมากกว่า ทั้งนี้อาจด้วยนิสัยของคนไทยที่มักกล่าวถ้อยคำอ้อมมากกว่าที่จะกล่าวถ้อยคำตรง (Srinarawat, 2001) แต่กระนั้นการกล่าวถ้อยคำที่อ้อมก็ไม่ได้หมายความว่าลดทอนความไม่สุภาพลง เพราะผู้รับสารก็ยังตีความหรือเข้าใจความไม่สุภาพของถ้อยคำอ้อมนั้นได้อยู่ (Angkunsinthana, 2018, p. 148) ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Rabab'ah & Alali (2020) ที่ศึกษาความไม่สุภาพตามแนวคิดของ Culpeper (2011, 2016) ในข้อความแสดงความคิดเห็นทางเฟซบุ๊กของสำนักข่าวอัลจาซีรา (Al-Jazeera channel news) ก็พบทั้งความไม่สุภาพตามชนบและความไม่สุภาพที่ไม่เป็นไปตามชนบหรือความไม่สุภาพ

ความหมายซึ่งบ่งเป็นนัย แต่กระนั้นในส่วนของคุณภาพข้อความไม่สุภาพของข้อความไม่สุภาพแต่ละประเภทที่พบในงานวิจัยนั้นแตกต่างกัน กล่าวคือในงานวิจัยของ Rabab'ah & Alali (2020) พบคุณลักษณะข้อความไม่สุภาพทุกประเภทดังที่ Culpeper (2011, 2016) ได้เสนอไว้ แต่ในงานวิจัยของผู้วิจัยเองปรากฏ 9 คุณลักษณะนั้น ดังปรากฏในผลการวิจัย ส่วนคุณลักษณะข้อความไม่สุภาพที่ไม่ปรากฏนั้น ได้แก่ การกล่าวถ้อยคำเชิงบังคับ การสั่งให้เงียบหรือหุบปาก และการข่มขู่ อาจเป็นเพราะปัจจัยของสถานการณ์ในงานวิจัยนี้ที่เป็นสถานการณ์วันคล้ายวันเกิดซึ่งอาจเฉพาะเจาะจง ทำให้คุณลักษณะข้อความไม่สุภาพดังกล่าวไม่เหมาะที่จะนำมาใช้ในสถานการณ์นี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าเนื้อความของข้อความส่วนใหญ่มักเกี่ยวข้องกับความตายหรือการสาปแช่งให้เสียชีวิต ซึ่งเป็นเนื้อความที่เฉพาะเจาะจงและตรงกันข้ามกับคาดหวังและคาดการณ์ในสถานการณ์วันคล้ายวันเกิดนี้ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าสถานการณ์มีส่วนกำหนดรูปแบบการใช้ภาษาด้วยเช่นกัน ดังที่ Thurlow, Lengel & Tomic (2004, as cited in Rabab'ah & Alali, 2020, pp. 9-10) ที่เห็นว่าสถานการณ์เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะรูปแบบของภาษาที่ใช้ อีกทั้งประเภทของคุณลักษณะข้อความไม่สุภาพบางประเภทยังสะท้อนให้เห็นมุมมองของสังคมไทยได้เป็นอย่างดี เช่นการกล่าวถ้อยคำที่ทำให้ลดตนลงมาด้วยการเปรียบเทียบกับเจ้าของวันคล้ายวันเกิดกับการเกิดของสุนัขหรือหมานั้น สะท้อนให้เห็นมุมมองของสังคมไทยที่มีต่อสัตว์ชนิดนี้ในเชิงลบตั้งแต่ในอดีต ดังปรากฏในสำนวนไทยที่เกี่ยวกับหมาที่มีความหมายในเชิงลบ เช่น หมาหางด้วน หมากัดอย่ากัดตอบ หมาจนตรอกหมาลอบกัด เป็นต้น

อย่างไรก็ดี จากข้อความแสดงความคิดเห็นหลักทั้งหมด 1,398 ข้อความ พบข้อความที่ผู้แสดงความคิดเห็นตั้งใจแสดงข้อความไม่สุภาพมากถึง 1,220 ข้อความ (97.26%) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้นเอื้อต่อการแสดงข้อความไม่สุภาพ ทั้งนี้อาจเนื่องจากคุณลักษณะของการสื่อสาร

ผ่านคอมพิวเตอร์ กล่าวคือการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ อย่างการแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กนั้นเป็นการสื่อสารที่ไม่ประสานเวลากัน ที่ผู้แสดงความคิดเห็นและเจ้าของวันคล้ายวันเกิดไม่ต้องเผชิญหน้ากันอย่างการสื่อสารปกติหรือการสื่อสารแบบออฟไลน์ ฉะนั้นผู้แสดงความคิดเห็นจึงไม่ถูกกดดันจากอีกฝ่ายหนึ่ง ทำให้แสดงความคิดเห็น

ตามความรู้สึกที่แท้จริงของตนเองได้อย่างอิสระ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงความไม่สุภาพ นอกจากนี้การที่ผู้แสดงความคิดเห็นสามารถใช้นามสมมติหรือไม่ระบุตัวตนหรือสามารถปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลได้ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เอื้อให้ผู้แสดงความคิดเห็นกล้าที่จะแสดงความไม่สุภาพมากยิ่งขึ้น ดังที่ Thurlow, Lengel & Tomic (2004, as cited in Rabab'ah & Alali, 2020, pp. 9-10) และ Santana (2014, as cited in Rabab'ah & Alali, 2020, p. 10) ได้กล่าวไว้จริง ทั้งนี้เพราะผู้แสดงความคิดเห็นไม่ต้องกลัวบุคคลเป้าหมายที่ทำลายหรือผู้เกี่ยวข้องจะระบุตัวตนและเอาผิดผู้แสดงความคิดเห็นได้ ผู้แสดงความคิดเห็นจึงแสดงออกซึ่งความไม่สุภาพได้อย่างอิสระ

แม้ว่าการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์จะเอื้อให้ผู้แสดงความคิดเห็นปกปิดตัวตนเพื่อสะดวกใจที่จะแสดงความไม่สุภาพมากยิ่งขึ้น แต่คุณลักษณะดังกล่าวก็ส่งผลต่อชนวนความไม่สุภาพบางชนวนด้วยเช่นกัน กล่าวคือการปกปิดตัวตนของผู้แสดงความคิดเห็นทำให้ผู้วิจัยหรือบุคคลอื่นไม่ทราบภูมิหลังของผู้แสดงความคิดเห็น โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างผู้แสดงความคิดเห็นกับเจ้าของวันคล้ายวันเกิด ส่งผลให้ชนวนความไม่สุภาพบางชนวนปรากฏใช้น้อยมาก เพราะตีความเจตนาว่าไม่สุภาพได้ยากหรือไม่ชัดเจน ดังการใช้ความสุภาพตามชนวนเป็นชนวนความไม่สุภาพนั้น ก็ปรากฏเฉพาะประเภทย่อยที่ต้องใช้บริบทภายในข้อความ (Internal) ตีความเท่านั้น ส่วนบริบทภายนอกข้อความ (External) นั้นปรากฏใช้เพียงตัวอย่างเดียว ซึ่งทั้งสองฝ่ายเป็นบุคคลสาธารณะที่มีชื่อเสียง จึงทราบภูมิหลังของทั้งสองฝ่ายได้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้แสดงความคิดเห็นเข้าใจปัจจัยและข้อจำกัดนี้ ดังนั้น ในการใช้ความสุภาพ

ตามชนบเป็นชนวนความไม่สุภาพจึงปรากฏใช้บริบทภายในข้อความเพื่อให้เจ้าของวันคล้ายวันเกิดหรือบุคคลอื่นที่เข้ามาอ่านรู้เจตนาของผู้แสดงความคิดเห็นที่ต้องการแสดงความไม่สุภาพ ซึ่งบริบทภายในข้อความมีความหลากหลาย ทั้งรูปภาษาที่แวดล้อม การใช้สัญลักษณ์ (Emojicon) หรือภาพประกอบซึ่งเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ปรากฏใช้มากและเป็นลักษณะที่โดดเด่นของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างจากการสื่อสารปกติ นอกจากนี้การใช้บริบทเป็นชนวนความไม่สุภาพนั้นก็ปรากฏเฉพาะ Unmarked behaviour ส่วน Absence of behaviour ซึ่งเป็นการละเลยความสุภาพในสถานการณ์ที่คาดหวังความสุภาพนั้นไม่ปรากฏใช้ในข้อมูล ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดของสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ไม่ประสานเวลากัน บริบทที่ใช้ในการตีความจึงถูกจำกัดเฉพาะในข้อความที่แสดงความคิดเห็นนั้นตรงกันข้ามกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ประสานเวลากัน จึงทำให้มีบริบทอื่น ๆ โดยเฉพาะอวัจนภาษา (Non-verbal language) เข้ามาช่วยในการสื่อเจตนาที่จะไม่สุภาพได้อย่างดี

ข้อเสนอแนะการวิจัย

การศึกษาประเด็นความไม่สุภาพในภาษาไทยยังมีน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นความสุภาพ โดยเฉพาะความไม่สุภาพในการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ ที่เอื้อให้ผู้ใช้งานสามารถแสดงความไม่สุภาพได้มากกว่าการสื่อสารแบบออฟไลน์ การศึกษาในครั้งนี้ศึกษาเฉพาะความไม่สุภาพในสถานการณ์วันคล้ายวันเกิดเท่านั้น จึงควรมีการศึกษาประเด็นความไม่สุภาพในสถานการณ์อื่น ๆ ต่อไปเพื่อให้เห็นลักษณะทางภาษาที่ไม่สุภาพในภาษาไทยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

References

- Angkunsinthana, N. (2018). *Impoliteness Strategies in Thai*. [Doctoral dissertation, Kasetsart University]. [In Thai]
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Bunnag, O. (2016). Impoliteness Strategies for Interviewing Celebrities by Alternative Television Channel Hosts. *Chophayom Journal*, 27(2), 13-23.
- Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics*. 25, 349- 367.
- . (2011). *Impoliteness: using language to cause offence*. Cambridge University Press.
- . (2016). Impoliteness strategies. In A. Capone & L. Jacob (Eds.). *Interdisciplinary studies in pragmatics, culture and society* (pp. 421- 445). Springer.
- Culpeper, J., Bousfield, D., & Wichmann, A. (2003). Impoliteness revised: with special reference to dynamic and prosodic aspects. *Journal of Pragmatics*. 35, 1545-1579.
- Burapha University. Faculty of Information. (2022). *Moving Forward in Digital Society with ICT*. Retrieved May 10, 2022. <https://www.informatics.buu.ac.th>. [In Thai]
- Graham, S. L., & Hardaker, C. (2017). (Im) politeness in Digital Communication. In J. Culpeper, M. Haugh & D. Z. Kádár (Eds.). *The Palgrave Handbook of Linguistic (Im) Politeness* (pp. 785- 809). Palgrave Macmillan.

- Kaewjungate, W., & Rattanadilok Na Phuket, W. (2018). Impoliteness Strategies on The Face Thailand TV Program. *Journal of the Faculty of Arts Silpakorn University*, 40(2), 177-201. [In Thai]
- Likhit, W. (2018). *Khamda Bap Thai Thai Tham Mai Tong Phat Phing Thueng Ma*. Retrieved June 20, 2018. <https://voicetv.co.th/read/ByKXfRRmX>. [In Thai]
- Natpratan, N. (2015). Private Verbs and Public Verbs in Thai Legal Language Political Language Media Language and Academic Language. *Humanities Journal Naresuan University*, 12(3), 107-126. [In Thai]
- Panpothong, N. (2010). *Pragmatic Analysis of Thai*. Chulalongkorn University. [In Thai]
- Pukbhasuk, P. (2016). Mongkhon Laklai Nai Kham Hai Pon Wan Koet. *Thai Language and Literature*, 21, 86-96. [In Thai]
- Rabab'ah, G., & Alali, N. (2020). Impoliteness in reader comments on the Al-Jazeera chanel news website. *Journal of Politeness Research*, 16(1), 1-43.
- Sawanglap, J. (2013). *Impoliteness Strategies in Thai Reality Shows*. [Master's thesis, Chulalongkorn University]. [In Thai]
- Srinarawat, D. (2001). Indirectness as a Communicative Strategy of Thai Speakers. *Journal of Liberal Arts Thammasat University*, 1, 85-101. [In Thai]

การสร้างสัญลักษณ์ในวัฒนธรรมบริโภคไก่ของสังคมไทย
จากแคมเปญโฆษณาธูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พันของเคเอฟซี
Construction of Sign in Chicken Consumption
Culture in Thai Society from KFC Fried Chicken
Incense Sticks Campaign

(Received: February 10, 2023 Revised: December 20, 2023 Accepted: December 25, 2023)

พิทยา พละพลีวัลย์¹
Phittaya Palapreewan

บทคัดย่อ

การบริโภคได้กลายเป็นแก่นแกนหลักของผู้คนร่วมสมัย แม้แต่การบริโภคไก่ซึ่งจะเป็นกิจกรรมอันเรียบง่าย ปราศจากความซับซ้อนแต่ในความเป็นจริงการบริโภคไก่ในกรณีแบรนด์ไก่ทอดชื่อดังระดับโลกอย่างเช่นเคเอฟซี ที่ผู้คนส่วนใหญ่คุ้นเคยและรู้จักกันดีกลับเต็มไปด้วยการประกอบสร้างชุดความหมายที่ผู้ผลิตสร้างขึ้นและเลือกมานำเสนอ

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไก่และการวิเคราะห์ตัวบทซึ่งเป็นวิธีโอคลิปและโปสเตอร์แคมเปญธูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน เผยแพร่บนเฟซบุ๊กเคเอฟซีช่วงเทศกาลตรุษจีนปี พ.ศ. 2566 สำหรับบทความนี้ต้องการนำเสนอการสร้างสัญลักษณ์ให้กับไก่เคเอฟซีโดยใช้แนวคิดทฤษฎีวิทยาการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของ Jean Baudrillard มาเป็นเลนส์ในการมองปรากฏการณ์ โดยบทความนำเสนอความเป็นมาของเคเอฟซีในสังคมไทย กระบวนการสร้างความหมายของเคเอฟซี

¹อาจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ E-mail: phittayapal@pim.ac.th

ในหลายทศวรรษที่ผ่านมาผ่านการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่นสื่อโฆษณา ตั๋วร้านเคเอฟซี และองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในร้าน รวมทั้งการนำเสนอ ปรากฏการณ์สังคมปัจจุบันผ่านการวิเคราะห์แคมเปญ รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน ของเคเอฟซี ในช่วงเทศกาลตรุษจีนปี พ.ศ. 2566

ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ผลิตให้ความสำคัญกับการใช้ตรรกวิทยา การบริโภคเชิงสัญลักษณ์และตรรกวิทยาการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ในการร่วม ประกอบสร้างความหมายให้กับรูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พันและไก่ทอดเคเอฟซี โดยชุดความหมายหลักที่ผู้ผลิตเลือกมานำเสนอ ได้แก่ ความยึดมั่นในประเพณีจีน ความเป็นมงคล ความศักดิ์สิทธิ์ ความเป็นชนชั้นกลาง ความทันสมัย และความกตัญญู สัญลักษณ์จึงเป็นกลไกสำคัญ ในการสร้างความหมายชุดใหม่ ให้กับสินค้า ทำให้การบริโภคและเศรษฐกิจภายใต้ระบอบทุนนิยมยังคง ดำเนินต่อไปโดยไม่หยุดชะงัก

คำสำคัญ: สัญลักษณ์ วัฒนธรรมบริโภค เคเอฟซี รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน ตรรกวิทยาการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

Abstract

Consumption has become the essence of contemporary life, and chicken consumption might be regarded as an uncomplicated matter. In fact, positive meanings underlying chicken consumption have been selectively constructed and presented, especially a case of a world-famous fried chicken brand KFC.

This research adopted the qualitative approach. The data was collected from documents concerning the fried chicken industry. Following the documentary research, the textual analysis was conducted. Selected texts were a video clip and posters for the KFC Fried Chicken Incense Sticks campaign, which were published on the KFC Facebook page during the Chinese New Year festival in 2023. The purpose of this article is to demonstrate construction of sign of KFC fried chicken based on Jean Baudrillard's logic of sign consumption framework. This research article illustrates a history of KFC in Thai society, the brand's sign construction process in several last decades through different types of communication, including advertisements and restaurants and their design elements, as well as the analysis of the 2023 KFC Fried Chicken Incense Sticks campaign and its social phenomenon.

The results show that the producer emphasized both the logic of sign and the logic of symbolic exchange in order to construct positive meanings for KFC fried chicken incense sticks and KFC products. The positive connotations

mainly selected included adherence to Chinese traditions, auspiciousness, sacredness, middle- class status, modernity, and gratitude. Therefore, utilization of signs served as a crucial mechanism for generating new meanings for products, thereby sustaining consumption and economic growth under capitalism.

Keywords: Sign, Consumption Culture, KFC Fried Chicken, Incense Sticks, Consumption of Sign.

บทนำ

การบริโภคกลายเป็นส่วนสำคัญของชีวิตผู้คนร่วมสมัย เป็นกิจวัตรของผู้คนในทุกมุมโลก รวมทั้งสังคมไทย กิจกรรมของผู้คนส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้าและบริการรูปแบบต่าง ๆ ทั้งสิ้น Slater (1997, p. 24) มีมุมมองเกี่ยวกับการบริโภคว่า การบริโภคได้แทรกซึมในวิถีชีวิตทางสังคมของผู้คนในทุกอณู จนกระทั่งแทบเป็นไปไม่ได้เลยที่คนเราจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมแต่ละวันโดยปราศจากการบริโภค นอกจากนี้วัฒนธรรมบริโภคในโลกสมัยใหม่ ยังมีนัยยะถึงปฏิบัติการทางสังคม ค่านิยมเชิงวัฒนธรรม ความคิด แรงบันดาลใจ และอัตลักษณ์ซึ่งถูกกำหนด และมีความหมายเชื่อมโยงกับการบริโภคมากกว่าจะเป็นการกำหนดหรือนิยามจากมิติอื่นทางสังคม เช่น มิติการทำงาน มิติความเป็นพลเมืองหรือมิติทางศาสนา ดังนั้นการพูดถึงสังคมสมัยใหม่ในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมบริโภค จึงไม่ใช่การอ้างอิงเพียงแค่รูปแบบเฉพาะของความต้องการและวัตถุเท่านั้น แต่เป็นวัฒนธรรมของการบริโภค

วัฒนธรรมบริโภคเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการโฆษณาและการตลาด Baudrillard (1998, p. 15) นักปรัชญาสังคมชาวฝรั่งเศสได้พูดถึงบทบาทของการโฆษณาว่า มีความสำคัญ โดยโฆษณาไม่ได้สร้างความต้องการขึ้นมาเท่านั้น แต่โฆษณาส่งสัญญาณซึ่งสัญญาณได้ถูกนำมาใช้ในการแข่งขันทางด้านสถานภาพและการบริโภควัฒนธรรม ในมุมมองของ Baudrillard ความต้องการที่แท้ (Real needs) ไม่มีอยู่จริง สิ่งที่คนในสังคมบริโภคแข่งขันกันคือ สถานภาพ (Status) สอดคล้องกับแนวคิดของ Ewen (1976, p. 48) ซึ่งระบุว่า จากเดิมการสร้างความต้องการให้มีความสำคัญกับตัวสินค้า แต่เมื่อสินค้ามีมากมายมากขึ้น นักการโฆษณาจึงเปลี่ยนเป็นมุ่งเน้นความสำคัญระหว่างคนกับสินค้าแทน กล่าวได้ว่าโฆษณายเป็นสื่อกลางในการนำผู้บริโภคมาแทรกอยู่ในเครือข่ายอันซับซ้อนของการแสดงออกถึงสถานะทางสังคม และความหมายในเชิงสัญญาณเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

โฆษณา มีบทบาทในการสร้างและรักษาวัฒนธรรมบริโภคให้เติบโต และคงอยู่ต่อไป โฆษณาทำหน้าที่บอกกล่าวให้สมาชิกในสังคมได้รู้จัก โลกของสินค้า ทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค รูปแบบต่าง ๆ โดยโฆษณา ทำหน้าที่เชื่อมโลกทางสังคมอันได้แก่ โลกของสื่อ โลกของสินค้า โลกของผู้รับสาร และโลกของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน (Leiss et al., 2005, p. 269)

บทความชิ้นนี้วิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมร่วมสมัยโดยศึกษา แบรินด์โก๋ทอดเคเอฟซีซึ่งเป็นเจ้าตลาดโก๋ทอดและเป็นเจ้าตลาดฟาสต์ฟู้ด ในประเทศไทย เคเอฟซีมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ผลิตความหมายชุดต่าง ๆ ให้กับสินค้าประเภทโก๋ในวัฒนธรรมบริโภคของสังคมไทย เคเอฟซีมีกระบวนการ ประกอบสร้างสัญลักษณ์ผ่านการโฆษณามานานหลายทศวรรษ บทความนี้มุ่งเน้น วิเคราะห์การสร้างความหมายให้กับโก๋เคเอฟซีจากแคมเปญตรุษจีนปี พ.ศ. 2566 ผ่านการศึกษาแคมเปญรูปกลืนโก๋ทอดสูตรผู้พันของเคเอฟซี โดยใช้แนวคิด ตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of consumption) ของ Jean Baudrillard มาเป็นเลนส์ในการอธิบายปรากฏการณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับการสร้างสัญลักษณ์ในวัฒนธรรมบริโภคโก๋ ของสังคมไทย จากแคมเปญโฆษณารูปกลืนโก๋ทอดสูตรผู้พันของเคเอฟซี เป็นการวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ วิเคราะห์การประกอบสร้าง ความหมายให้กับโก๋ในสังคมไทย โดยวิเคราะห์ตัวบท อันได้แก่คลิปวิดีโอ และโปสเตอร์แคมเปญโฆษณารูปกลืนโก๋ทอดสูตรผู้พัน เผยแพร่บนช่องทาง เฟซบุ๊กของเคเอฟซี ประเทศไทยในช่วงเทศกาลตรุษจีน ปี พ.ศ. 2566

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น สองส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากการสืบค้นรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฟาสต์ฟู้ดโดยเฉพาะเคเอฟซี

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) จากสื่อออนไลน์แคมเปญรูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พันซึ่งผู้ผลิตเผยแพร่บนช่องทางเฟซบุ๊กเคเอฟซีในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2566 สำหรับตัวบทที่นำมาวิเคราะห์ได้แก่คลิปวิดีโอ “ตรุษจีนปีนี้ ขอเดบิวต์รูปเจนใหม่ กลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน” (KFC Thailand, 2023, Online) ความยาว 30 วินาทีและโปสเตอร์รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พันจำนวนสามภาพ (KFC Thailand, 2023, Online)

ผลการวิจัย

การเคลื่อนย้ายจากสังคมที่เคยเน้นมิติการผลิตในศตวรรษที่ 19 สู่การให้ความสำคัญกับมิติการบริโภคตั้งแต่ศตวรรษที่ 20 จนถึงปัจจุบันทำให้แนวทางการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมปรับเปลี่ยนไป Jean Baudrillard เป็นหนึ่งในนักทฤษฎีสายวิพากษ์ซึ่งให้ความสนใจมิติการบริโภคร่วมสมัย โดยระบบทุนนิยมยุคหลังสมัยใหม่ตั้งคำถามว่า จะกระตุ้นผู้บริโภคให้บริโภคเพิ่มขึ้น บริโภคถี่ขึ้น รวมทั้งบริโภครวดเร็วขึ้นได้อย่างไร ทั้งนี้เนื่องจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ประกอบกับความมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและการคมนาคมขนส่ง ทำให้ผู้ผลิตสินค้าสามารถผลิตสินค้าทุกประเภทออกมาได้ในปริมาณมหาศาลจนเกินความต้องการของผู้บริโภค ปรากฏการณ์การบริโภคไก่เคเอฟซีในสังคมไทยเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นปฏิบัติการของผู้คนในสังคมที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันจนกลายเป็นกิจวัตรที่ดูผิวเผินมีความเป็นธรรมชาติ และกลมกลืนไปกับกิจกรรมทางสังคมรูปแบบอื่น ๆ จนคนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับและไม่เคยตั้งคำถามกับกิจกรรมการบริโภคที่เกิดขึ้น

แนวคิดตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of consumption) แสดงให้เห็นว่าการบริโภควัตถุหรือสินค้ามีความหมายเป็นส่วนประกอบอยู่ 4 ประการ (Kaewthep & Hinwiman, 2008, pp. 463-464) ดังนี้

ตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ของการใช้และอรรถประโยชน์ (The Functional Logic of Use Value) เป็นตรรกวิทยาในเชิงปฏิบัติหรือการนำวัตถุดิบมาใช้ประโยชน์ในแง่เครื่องมือเครื่องใช้โดยวัตถุดิบนั้นมีคุณค่าในเชิงปฏิบัติหรือเพื่อสนองตอบความต้องการทางกายภาพระดับพื้นฐานทั่วไป เช่น เสื้อผ้า มีหน้าที่ปกปิดร่างกาย สำหรับการรับประทานไก่เคเอฟซีในฐานะอาหาร ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ผู้บริโภคจะได้รับความอึดท้อง

ตรรกวิทยาเชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าแลกเปลี่ยน (The Economic Logic of Exchange Value) เป็นตรรกวิทยาเชิงเปรียบเทียบค่าหรือตรรกวิทยาเชิงตลาดที่นำวัตถุดิบไปแลกเปลี่ยนกับวัตถุอื่น ๆ ซึ่งมีมูลค่าที่เทียบกันหรือสินค้าที่มีมูลค่าแลกเปลี่ยนเป็นตัวเงิน ส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ในที่นี้คือการที่สินค้าและบริการในร้านเคเอฟซีได้รับการกำหนดราคาให้มีมูลค่าเป็นตัวเลข เพื่อให้ผู้บริโภคที่ต้องการซื้อหาสินค้าสามารถใช้จ่ายเงินในการแลกเปลี่ยนกับอาหารและบริการตามราคาที่ระบุไว้ นอกจากนี้ในบางครั้งมูลค่าการแลกเปลี่ยนอาจปรากฏอยู่ในการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ อาทิเช่น การลดราคา การแจกของแถม การแจกคูปองสำหรับแลกสินค้า การแจกรางวัลแก่ผู้โชคดี เป็นต้น

ตรรกวิทยาของค่าสัญลักษณ์ (The Logic of Sign Value) เป็นตรรกะที่สถานะของวัตถุกลายเป็นตัวแทนในการสร้างสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่งให้แก่เจ้าของ การบริโภคสินค้าสัญลักษณ์เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างด้านชนชั้นและรายได้ในสังคม เช่น การสวมเสื้อผ้ามียี่ห้อราคาแพงของชนชั้นสูงและชนชั้นกลางซึ่งมีความหมายมากกว่าการสวมใส่เพื่อปกปิดร่างกาย แต่เป็นการสร้างความแตกต่าง (Distinction) ให้กับบุคคลนั้น ตรรกวิทยาประเภทนี้ปรากฏอยู่ในการวางตำแหน่งแห่งที่ของแบรนด์และการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะให้กับแบรนด์สินค้า สำหรับเคเอฟซีมีความหมายอื่นนอกเหนือจากการเป็นไก่ทอดนั่นคือ ความเป็นอเมริกัน ความเป็นตะวันตก ความเป็นมาตรฐานและความเป็นชนชั้นกลาง เป็นต้น

ตรรกวิทยาของค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (A Logic of Symbolic Exchange) เป็นการให้ความหมายหรือสัญลักษณ์แก่วัตถุหรือสินค้า เพื่อเป็นตัวแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วนำไปแลกเปลี่ยนกับบุคคลหรือมอบให้บุคคลอื่น ในรูปของขวัญหรือของกำนัลโดยการแลกเปลี่ยนมิได้เป็นไปตามกฎของการแลกเปลี่ยนสิ่งของที่มีราคาเท่าเทียมกัน เช่น ของขวัญ โดยความหมายของของขวัญไม่ใช่มูลค่าเพื่อการใช้สอยโดยตรง ไม่ใช่มูลค่าใช้สอยทางเศรษฐกิจ คุณค่าที่แนบมากับของขวัญจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคาหรือสรรพประโยชน์เสมอไป เพราะบางครั้งของขวัญที่ปราศจากมูลค่าและนำไปใช้ประโยชน์ไม่ได้ แต่กลับมีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์อย่างมากสำหรับผู้รับ สำหรับตรรกประเภทนี้ตามที่ปรากฏในร้านเคเอฟซี ได้แก่ การที่ผู้ปกครองพาเด็ก ๆ ไปเลี้ยงฉลองวันเกิดในร้านเคเอฟซี เป็นต้น

การสื่อความหมายของไก่เคเอฟซีที่ปรากฏในสื่อโฆษณาได้รับการสร้างสรรค์จากทีมนักการสื่อสารที่มีความเชี่ยวชาญ ทำให้ไก่เคเอฟซีนอกเหนือจากจะมีตรรกเชิงประโยชน์ใช้สอยในฐานะอาหารและตรรกเชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าแลกเปลี่ยน ไก่เคเอฟซียังถูกเปลี่ยนให้มีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์เป็นการเชื่อมโยงสินค้า ผู้ผลิตไก่เคเอฟซี และผู้บริโภคเข้าด้วยกันอีกด้วย โดยผลจากการวิเคราะห์เอกสารและการวิเคราะห์คลิวิดิโอและโปสเตอร์ สามารถนำเสนอเป็นสองส่วนได้ดังนี้

1. ไก่ทอดเคเอฟซีในสังคมไทย

1.1 การดำเนินธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์

เคเอฟซีเป็นแบรนด์ไก่ทอดสัญชาติอเมริกัน เคเอฟซีเป็นหนึ่งในแบรนด์ชั้นนำของกลุ่มธุรกิจอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดหรืออาหารจานด่วนเคเอฟซีถือกำเนิดอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2495 โดยผู้พันแซนเดอร์สชายแฟรนไชส์ให้กับเพื่อนชื่อ พิต ฮาร์แมน ซึ่งเป็นคนตั้งชื่อ Kentucky Fried Chicken ในปี พ.ศ. 2566 เคเอฟซีมีร้านทั้งหมด 25,000 ร้าน

กระจายอยู่ใน 145 ประเทศทั่วโลก (KFC Thailand, 2023, Online) ด้วยเมนูอันเป็นเอกลักษณ์ของเคเอฟซี คือ สูตรไก่ทอดต้นตำรับด้วยสูตรลับเครื่องเทศ 11 ชนิดของผู้พันแซนเดอร์ส



ภาพที่ 1 ไก่ทอดเคเอฟซีสูตรต้นตำรับ

(KFC Thailand, 2021, Online)

เคเอฟซีเริ่มดำเนินการในไทยครั้งแรกในปี พ.ศ. 2527 โดยสาขาแรกเป็นการร่วมมือทำธุรกิจกับพันธมิตรใหญ่อย่าง เซ็นทรัล เรสเทอรองต์ กรุ๊ป จำกัด (CRG) ที่เซ็นทรัลลาดพร้าว ตลาดฟาสต์ฟู้ด จัดว่าเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง สำหรับตลาดไก่ทอดในประเทศไทย มีมูลค่า 28,000 ล้านบาท (NALISA, 2021, Online) ปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดฟาสต์ฟู้ด คือ การเพิ่มขึ้นของกลุ่มคนชั้นกลาง ซึ่งมีการปรับนิสัยการรับประทานอาหารให้เข้ากับความเป็นสากลเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในสังคมไทยที่เน้นความเร่งรีบต้องการความเป็นมาตรฐานและความสะดวกสบาย ส่งผลให้ตลาดฟาสต์ฟู้ดกลายเป็นทางเลือกที่ตอบสนองการใช้ชีวิตของผู้คนรุ่นใหม่จำนวนมากได้เป็นอย่างดี

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา เคเอฟซี ในประเทศไทย มีบริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) หรือ ยัม ประเทศไทย ทำหน้าที่บริหารแบรนด์ ทำการตลาดและทำกิจกรรม

ส่งเสริมการขาย ส่วนร้านอาหารเคเอฟซีที่ดำเนินการในเมืองไทยอยู่ในรูปแบบแฟรนไชส์ทั้งหมด เคเอฟซีมีแฟรนไชส์ 3 รายดังนี้ บริษัท เซ็นทรัล เรสตอเรตส์ จำกัด (CRG) กลุ่มเซ็นทรัล บริษัท เรสตอเรตส์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (CRD) ทีมลูกหม้อของบริษัทยัม บริษัท เดอะ คิวเอสอาร์ ออฟ เอเชีย จำกัด (QSA) ในเครือไทยเบฟ

เคเอฟซีเป็นเจ้าตลาดไก่ทอดในเมืองไทยมายาวนาน โดยมี ส่วนแบ่งการตลาด 20,000 ล้านบาท ในปี 2565 เคเอฟซีมีสาขาในไทย 1,000 สาขา โดย CRG มี 320 สาขา QSA มี 430 สาขา และ CRD มี 250 สาขา เคเอฟซีเป็นแบรนด์ร้านอาหารที่เติบโตเร็วที่สุดในประเทศไทย ตลาดในไทยจัดว่ามีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 7 ของโลก เศกชัย ชูหมื่นไวย กรรมการผู้จัดการบริษัทยัม ประเทศไทย มีแผนขยายร้านเคเอฟซีเพิ่มอีก 80 สาขา ในปี 2566 โดยจะเน้นความสะดวก รวดเร็วผ่านการนำระบบดิจิทัล มาใช้สนับสนุนการบริการ และยัม ประเทศไทยจะพัฒนาสินค้า เมนู และ จัดแคมเปญใหม่ ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง (Pupanasang, 2022, Online)

1.2 กระบวนการสร้างความหมายให้กับเคเอฟซี

กระบวนการสร้างสัญลักษณ์ของสังคมบริโภคสมัยใหม่ เป็นการพยายามเชื่อมโยงสินค้าสัญลักษณ์เข้าด้วยกัน แม้แต่การบริโภคไก่เคเอฟซี ซึ่งได้แทรกซึมเข้ามาเป็นกิจกรรมทางสังคมในชีวิตประจำวันของผู้คน ซึ่งดูผิวเผินการบริโภคไก่ไม่มีความซับซ้อนแต่อย่างใด แต่ผลจากการศึกษาของ Palapreewan (2012) เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านวัฒนธรรมการบริโภคไก่เคเอฟซีในสังคมไทย พบว่า แบรินดระดับโลกอย่างเคเอฟซีมีกระบวนการสร้างความหมายให้กับไก่เคเอฟซี เคเอฟซีให้ความสำคัญกับตรรกวิทยาเชิงสัญลักษณ์มากที่สุด โดยสัญลักษณ์ได้รับการนำเสนอผ่านการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเล่าเรื่องและองค์ประกอบที่ปรากฏในโฆษณา ตัวร้านเคเอฟซี รวมทั้งองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในร้าน เช่น การออกแบบตกแต่ง การใช้สี ภายในร้าน แม้แต่พนักงานและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานเคเอฟซี

กับลูกค้า ผู้ผลิตมุ่งเน้นการนำเสนอสัญลักษณ์ชุดต่าง ๆ ที่แสดงความเป็นโลก เช่น ความเป็นชนชั้นกลาง ความเป็นมาตรฐาน ความทันสมัย ความสะดวกสบาย ความมีสุขภาพดี ความรวดเร็ว

เคเอฟซียังเลือกชุดความหมายอันแสดงถึงค่านิยมหลักของคนในสังคมที่แสดงถึงความเป็นท้องถิ่น อาทิเช่น ความเป็นเครือญาติ ความสุขในครอบครัวมิตรภาพ การแบ่งปัน และความประณีตพิถีพิถัน มานำเสนอในชิ้นงานโฆษณา โดยโฆษณาแสดงให้เห็นว่า ความสุขในกลุ่มเพื่อนเกิดขึ้นได้จากการบริโภคไก่เคเอฟซีร่วมกัน



ภาพที่ 2 ภาพความสุขในกลุ่มเพื่อนจากการบริโภคไก่เคเอฟซี
(KFC Thailand, 2023, Online)

ตรรกวิทยาเชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าแลกเปลี่ยนเป็นตรรกวิทยาในเชิงการตลาดที่เคเอฟซีในฐานะผู้ผลิตสารให้มีความสำคัญเป็นลำดับรองลงมา ส่วนตรรกวิทยาเชิงหน้าที่การใช้และอรรถประโยชน์อยู่ในลำดับที่สาม ทั้ง ๆ ที่ไก่เคเอฟซีเป็นอาหาร แต่โฆษณาได้ลดทอนหน้าที่อันแท้จริงของสินค้าลงไป เคเอฟซีเน้นย้ำว่าไก่ทอดที่อร่อย คือ ไก่ทอดสีเหลืองทอง มีลักษณะกรอบนอกนุ่มใน ตรรกวิทยาของค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์เป็นส่วนที่เคเอฟซีให้ความสำคัญน้อยที่สุด ตรรกชุดนี้จะเกิดขึ้น

เมื่อบุคคลให้ความหมายแก่สินค้าเพื่อเป็นตัวแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วจึงนำไปมอบให้หรือแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่นในรูปของขวัญหรือของกำนัล

การสร้างสินค้าสัญลักษณ์กลายเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมเสรี ในมุมมองของ Williamson (1978) กล่าวว่า หน้าที่หลักของการโฆษณาคือการสร้าง ‘โครงสร้างแห่งความหมาย’ (Structure of meaning) ดังนั้น หน้าที่ของการโฆษณาก็คือการเติมเต็มความหมายให้กับสินค้า โฆษณาจึงเป็นพื้นที่ที่ผู้ผลิตสารได้ลงรหัสเอาไว้ส่งผลให้รายละเอียดทุกอย่างที่ปรากฏในโฆษณาล้วนแล้วแต่ผ่านการคัดเลือกจากทีมงานสร้างสรรค์มีอาชีพเพื่อใช้เป็นตัวแทนบางสิ่งบางอย่างที่ผู้ผลิตสารต้องการสื่อกับผู้บริโภคเคเอฟซียังคงผลิตโฆษณาออกมาต่อเนื่อง โดยเน้นการโฆษณาสินค้า การส่งเสริมการขายโดยอิงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น วันพ่อ วันแม่ วันสงกรานต์ วันวาเลนไทน์ วันคริสต์มาส เทศกาลปีใหม่ รวมทั้งเทศกาลตรุษจีนซึ่งเป็นเทศกาลประจำปีที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับคนไทยเชื้อสายจีนในประเทศไทย เคเอฟซีได้ออกแคมเปญช่วงเทศกาลตรุษจีนปี พ.ศ. 2566 ซึ่งนำเสนอชุดความหมายแตกต่างจากที่ผ่านมานั้นคือ การออกแคมเปญ ‘ธูปกลั่นไก่ทอดสูตรผู้พัน’ แคมเปญนี้สามารถสร้างกระแสในสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมาก

2. การสร้างสัญลักษณ์ชุดใหม่ให้กับเคเอฟซีในเทศกาลตรุษจีน

2.1 แคมเปญ“ธูปกลั่นไก่ทอดสูตรผู้พัน” ของเคเอฟซี

เทศกาลตรุษจีน หรือการฉลองปีใหม่ของชาวไทยเชื้อสายจีน Boonthum (2013, Online) แสดงความเห็นว่ ประเพณีวัฒนธรรมจีนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยมานานมากจนคนไทยไม่รู้สึกรว่าประเพณีจีนเป็นสิ่งแปลกในวิถีชีวิต จากผลการสำรวจของ NIDA Poll (2014, Online) คาดว่ามีคนไทยเชื้อสายจีนประมาณ 16 ล้านคน จากจำนวนประชากร 64 ล้านคน

ยังไหว้เจ้าตามประเพณีจีนที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยครอบครัวคนไทยเชื้อสายจีน ร้อยละ 87.46 ระบุว่า ยังคงไหว้เจ้าในช่วงเทศกาลตรุษจีน สาเหตุที่ต้องไหว้เจ้าเพราะเป็นประเพณีที่ทำสืบทอดกันมา เป็นการไหว้เทพเจ้าและบรรพบุรุษ เป็นการขอพรเพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ครอบครัวและการประกอบธุรกิจหรือกิจการ และยังเป็นการพบปะสังสรรค์กับญาติพี่น้องด้วย

ในปี พ.ศ. 2566 เคเอฟซีได้พัฒนาแคมเปญ “รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน” ซูเฮล ลิมาตะ ประธานบริหารฝ่ายการตลาดเคเอฟซี ประเทศไทย กล่าวว่า เคเอฟซีต้องการสร้างและสานสัมพันธ์กับ Gen Z ผ่านวัฒนธรรมไทยเชื้อสายจีนให้แน่นแฟ้นขึ้น เพื่อให้ Gen Z และครอบครัวได้ฉลองปีใหม่อีกกันพร้อมหน้า ผู้ผลิตจึงพัฒนารูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พันซึ่งได้แรงบันดาลใจจากเครื่องเทศ 11 ชนิดตามสูตรลับเฉพาะของเคเอฟซี ออกแบบให้มีผิวสัมผัสแบบไก่ทอด ด้วยการเคลือบรูปสามชั้นและทำผิวสัมผัสภายนอกให้ดูกรอบคล้ายไก่ทอดสูตรผู้พัน ในแต่ละชุดมีรูปจำนวน 11 ดอกใส่ในกล่องสีแดงพร้อมโลโก้เคเอฟซี (MarketThink, 2023, Online)

เคเอฟซีสื่อสารแคมเปญ “รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน” กับกลุ่มเป้าหมายด้วยการปล่อยคลิปวิดีโอ “ตรุษจีนปีนี้ ขอเดบิวต์รูปเงินใหม่ กลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน” ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเคเอฟซี คลิปมีความยาว 30 วินาที เนื้อหาแนะนำความพิเศษของรูปและไก่เคเอฟซีผ่านภาพประกอบเสียงดนตรีไม่มีบทบรรยาย คลิปนี้เป็น Teaser กระตุ้นผู้ติดตามเฟซบุ๊กเคเอฟซีให้เกิดความสนใจติดตามรายละเอียดต่อไปเนื่องจากรูปกลืนไก่ทอดไม่มีขายแต่ต้องร่วมกิจกรรมกับเคเอฟซีเท่านั้น สำหรับสื่อที่ปล่อยตามมาคือโปสเตอร์รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน จำนวน 3 ภาพ โดยกติกา คือ ให้ผู้สนใจร่วมกิจกรรมต้องคิดคำอวยพรตรุษจีนที่เกี่ยวกับเคเอฟซีได้คอมเมนต์โพสต์ในเฟซบุ๊กเคเอฟซีพร้อมกับติด #ตรุษจีนนี้ทีมไก่ทอด คอมเมนต์ที่ถูกใจคณะกรรมการจะได้ “รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน” 1 กล่อง โดยจะมีจำนวนจำกัดเพียง 100 รางวัล ระยะเวลาร่วมกิจกรรม คือ 10 มกราคม พ.ศ. 2566 – 12 มกราคม พ.ศ. 2566

2.2 การนำเสนอชุดความหมาย “รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน”

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอและโปสเตอร์แคมเปญ “รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน” ผู้ผลิตสารให้ความสำคัญกับตรรกวิทยาเชิงค่าสัญญาและตรรกวิทยาเชิงค่าสัญญลักษณ์ในระดับใกล้เคียงกัน ผู้ผลิตได้สร้างความหมายให้กับสินค้าในที่นี้คือรูปและไก่ทอด โดยสินค้าได้รับการบรรจุความหมายชุดต่าง ๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นเชิงบวกทั้งสิ้น สำหรับชุดความหมายที่ผู้ผลิตเลือกมานำเสนอในวิดีโอและโปสเตอร์เป็นชุดความหมายที่แสดงถึงความยึดมั่นในประเพณีจีน ความเป็นมงคล ความศักดิ์สิทธิ์ ความเป็นชนชั้นกลางและความทันสมัย ชุดความหมายเหล่านี้ถูกนำเสนอผ่านการออกแบบจัดวางองค์ประกอบสินค้า การคัดเลือกนักแสดง การใช้สี ซึ่งร่วมกันสื่อสารให้ผู้บริโภคได้เห็นว่าในเทศกาลตรุษจีน รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พันของเคเอฟซีและไก่ทอดเคเอฟซีสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบพิธีกรรมในวันตรุษจีนได้อย่างสมบูรณ์แบบ ที่สำคัญคือถ้าคุณคือหนึ่งในผู้ที่ครอบครอง “รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน” คุณคือผู้โชคดีที่แตกต่างจากคนอื่น เพราะคุณสามารถสื่อสารกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์และบรรพบุรุษด้วยรูปที่มีความพิเศษเพราะบรรจุความเป็นเอกลักษณ์ของเคเอฟซีในฐานะต้นตำรับสูตรลับเครื่องเทศ 11 ชนิดไปด้วย

ในส่วนของตรรกวิทยาเชิงค่าสัญญลักษณ์นั้น จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลให้ความหมายแก่วัตถุหรือสินค้า เพื่อเป็นตัวแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วนำไปมอบให้หรือแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่นในรูปของขวัญหรือของกำนัล ในที่นี้ผู้ผลิตนำเสนอ ‘รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน’ ในฐานะส่วนประกอบหนึ่งในพิธีกรรมไหว้เจ้า คนไทยเชื้อสายจีนสามารถใช้รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พันเป็นเครื่องมือในการแสดงความขอบคุณต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์และแสดงความกตัญญูกตเวทีต่อบรรพบุรุษ นอกจากนั้นทั้งรูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พันและไก่ทอดเคเอฟซียังมีสถานะเป็นเครื่องเซ่นไหว้อีกด้วย ส่วนตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ของการใช้และอรรถประโยชน์ และตรรกวิทยาเชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าแลกเปลี่ยนแทบไม่ปรากฏให้เห็นในคลิปวิดีโอและโปสเตอร์ที่นำมาวิเคราะห์ สำหรับการเลือกชุดความหมายในคลิปวิดีโอและโปสเตอร์มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการเลือกชุดความหมายที่ปรากฏในวิดีโอคลิป
“ตรุษจีนปีนี้ ขอเดบิวต์รูปโฉมใหม่ กลิ่นไก่ทอดสูตรผู้พัน”

ความหมาย	ชิ้นงานโฆษณา	ลักษณะของสิ่งที่โฆษณาใช้เป็นตัวแทน
ความเป็นชนชั้นกลาง ความทันสมัย	ภาพหญิงสาวจุดรูป	การใช้นักแสดง (Presenter) - หญิงสาว หน้าตาดี มีรอยยิ้ม
ความยึดมั่นในประเพณีจีน ความเป็นมงคล		การใช้เครื่องแต่งกาย/ อาภักปิริยา และสี - เสื้อเรียบร้อยปกปิดมิดชิด สีแดง - ไหว้เจ้าด้วยรูปกลิ่นไก่ทอด สูตรผู้พัน - การใช้สีแดงและสีทอง
ความเป็นเอกลักษณ์ ของเคเอฟซี	(KFC Thailand, 2023, Online)	- การใช้ควีนรูปสื่อถึงกลิ่นหอม - คำบรรยาย “กลิ่นหอม ยั่วชวน จากเครื่องเทศ 11 ชนิด”
ความยึดมั่นในประเพณีจีน ความเป็นมงคล	ภาพไก่ทอดและกล่องรูป	การใช้องค์ประกอบภาพ และ Copy - ภาพไก่ทอดเคเอฟซี สีเหลืองทอง - รูปกลิ่นไก่ทอดสูตรผู้พัน สำหรับพิธีกรรมไหว้เจ้า - ตัวหนังสือจีน 春节 chūn jié คือ Spring Festival หรือ ตรุษจีน - การใช้สีแดงและสีทอง
		
	(KFC Thailand, 2023, Online)	

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการเลือกชุดความหมายที่ปรากฏในวิดีโอคลิป
 “ตรุษจีนปีนี้ ขอเดบิวต์รูปเจนนใหม่ กลิ่นไก่ทอดสูตรผู้พัน” (ต่อ)

ความหมาย	ชิ้นงานโฆษณา	ลักษณะของสิ่งที่โฆษณาใช้เป็นตัวแทน
ความเป็นสากล		- ภาษาอังกฤษ ที่กล่องรูป Fried Chicken Incense Sticks - ภาษาอังกฤษ Secret Recipes, Herbs and Spices
ความศักดิ์สิทธิ์	ภาพการเซ่นไหว้	การใช้องค์ประกอบภาพและสี
ความยึดมั่นในประเพณีจีน ความเป็นมงคล	 (KFC Thailand, 2023, Online)	- การเตรียมอาหารที่ดีที่สุด อันได้แก่ ไก่เคเอฟซีสีเหลืองทองสำหรับการไหว้เจ้า - การใช้สีแดงและสีทอง
ความสะดวก	ตัวหนังสือบน clip	Copy ไทย และอังกฤษ - สั่ง KFC Delivery

ตารางที่ 2 แสดงการเลือกชุดความหมายที่ปรากฏในโปสเตอร์แคมเปญ
“รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน”

ความหมาย	ชิ้นงานโฆษณา	ลักษณะของสิ่งที่โฆษณา ใช้เป็นตัวแทน
ความศักดิ์สิทธิ์ ความเป็นทางการ	ภาพรูป กล่องรูป และป้ายคำสั่ง 	การจัดวางองค์ประกอบภาพ และการใช้คำใน Copy - รูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน สำหรับพิธีกรรมไหว้เจ้า วันตรุษจีน - ตัวหนังสือจีน 春节 chūn jié คือ Spring Festival หรือ ตรุษจีน
ความเป็นเอกลักษณ์ ของเคเอฟซี	(KFC Thailand, 2023, Online)	การใช้ logo/slogan และการเลือกใช้คำ ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ - ภาพผู้พันแซนเดอร์ส - FINGER LICKIN’ GOOD - KFC Fried Chicken - เครื่องเทศ 11 ชนิด - สูตรลับเฉพาะของ KFC - ผิวนุ่มฉ่ำไก่ทอดสูตรผู้พัน - กลิ่นหอมของไก่ทอด - ไก่ทอดพร้อมรับประทาน
ความยึดมั่นในประเพณีจีน ความเป็นมงคล		สี - การใช้สีแดงและสีทอง

ตารางที่ 2 แสดงการเลือกชุดความหมายที่ปรากฏในโปสเตอร์แคมเปญ “ธูปกลิ่นไก่ทอดสูตรผู้พัน” (ต่อ)

ความหมาย	ชิ้นงานโฆษณา	ลักษณะของสิ่งที่โฆษณาใช้เป็นตัวแทน
ความยึดมั่นในประเพณีจีน ความเป็นมงคล	ภาพไก่ทอดและกล่องธูป  (KFC Thailand, 2023, Online)	การใช้องค์ประกอบภาพและคำบรรยาย - ภาพไก่ทอดเคเอฟซี สีเหลืองทอง - ธูปกลิ่นไก่ทอดสูตรผู้พัน สำหรับพิธีกรรมไหว้เจ้า - ตัวหนังสือจีน 春节 chūn jié คือ Spring Festival หรือ ตรุษจีน - ตัวหนังสือไทย ‘ฉลองตรุษจีน’ - การใช้สีแดงและสีทอง
ความเป็นสากล		- ภาษาอังกฤษที่กล่องธูป Fried Chicken Incense Sticks - ภาษาอังกฤษ Secret Recipes, Herbs and Spices
ความน่าตื่นเต้น ความท้าทาย	การเลือกใช้คำที่กระตุ้น เร้าใจ	- ลับรับธูปกลิ่นไก่ทอด - ฉลองตรุษจีน

ตารางที่ 2 แสดงการเลือกชุดความหมายที่ปรากฏในโปสเตอร์แคมเปญ
“รูปกลิ่นไก่ทอดสูตรผู้พัน” (ต่อ)

ความหมาย	ชิ้นงานโฆษณา	ลักษณะของสิ่งที่โฆษณาใช้เป็นตัวแทน
ความศักดิ์สิทธิ์	ภาพรูป  (KFC Thailand, 2023, Online)	การใช้องค์ประกอบภาพและสี - การจัดวางรูปเน้นเนื้อรูป สีทอง - การใช้สีแดงและสีทอง

สรุป

กิจกรรมทางการตลาดของแบรนด์ดังระดับโลก เช่น เคเอฟซี จากแคมเปญรูปกลืนไก่ทอดสูตรผู้พัน แสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตนำเสนอสินค้า และกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสร้างความหมาย ในเชิงบวก อันสอดคล้องกับค่านิยมที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีทุนทรัพย์ ที่จะทำการบริโภคสินค้าของเคเอฟซี ในที่นี้คือ กลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน ชุดความหมายที่ถูกเลือกมา ได้แก่ ความยึดมั่นในประเพณีจีน ความเป็นมงคล ความศักดิ์สิทธิ์ ความเป็นชนชั้นกลาง ความทันสมัย ความกตัญญู ผู้ผลิต สามารถถ่ายทอดความหมายจากการพัฒนาบุ ซึ่งปราศจากความเกี่ยวข้องใด ๆ กับสินค้าประเภทอาหารของเคเอฟซี ผู้ผลิตเลือกใช้การผลิตซ้ำชุดความหมาย ที่แสดงถึงความเป็นตำนานของไก่ทอดสูตรต้นตำรับ ด้วยการนำสูตรลับเครื่องเทศ 11 ชนิดมาพัฒนาให้เป็นกลืนไก่ทอดเพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ซึ่งเป็น กลุ่มเป้าหมายของแคมเปญที่เคเอฟซีต้องการสื่อสารได้รับความตื่นเต้น กับความแปลกใหม่ สิ่งสำคัญ คือ การที่เคเอฟซีค่อย ๆ แทรกซึมเข้ามา เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมสำคัญประจำปีของกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนได้

การสร้างสัญลักษณ์ให้กับสินค้าเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจแบบทุนนิยมให้เดินหน้าต่อไปได้โดยไม่หยุดชะงัก ถ้าผู้บริโภค ได้บริโภคไก่เคเอฟซีในฐานะอาหารเพื่อความอึด การบริโภคจะจบลง ในระยะเวลาอันสั้น แต่การบริโภคเชิงสัญลักษณ์นั้นจะทำให้การบริโภคดีำเนินต่อไป ไม่มีวันสิ้นสุด เพราะถึงแม้ว่าการบริโภคจะผ่านไปแต่ชุดความหมายที่ถูกติด มากับสินค้ายังคงอยู่กับผู้บริโภคไปอีกยาวนาน อาจกล่าวได้ว่าผู้ผลิตพยายาม ใช้การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ในการสร้างความชอบธรรมให้กับการบริโภค ไก่เคเอฟซี ดังที่ Wongyannava (2007, p. 11) กล่าวว่าในสภาวะสมัยใหม่ การบริโภคจะปรากฏอยู่ทั่วไป อาณาเขตต่าง ๆ ของสภาวะสมัยใหม่จะขาด การบริโภคเสียไม่ได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่าแบรนด์ฟาสต์ฟู้ดระดับโลกอย่างเคเอฟซีซึ่งดำเนินธุรกิจในประเทศไทยมา 40 ปี ปัจจุบันเคเอฟซียังคงรักษาความเป็นเจ้าตลาดฟาสต์ฟู้ดโดยเฉพาะประเภทไก่ทอดไว้ได้อย่างเข้มแข็ง นอกจากเคเอฟซีจะเป็นที่รู้จักในฐานะไก่ทอดซึ่งเป็นอาหารแล้วเคเอฟซียังเป็นสินค้าที่ถูกผู้ผลิตประกอบสร้างให้มีชุดความหมายเชิงบวกที่ช่วยสนับสนุนการบริโภคสินค้า อาทิเช่น ความเป็นอเมริกัน ความเป็นชนชั้นกลาง ความสะดวกสบาย ความทันสมัย ความมีมาตรฐาน โดยชุดความหมายเหล่านี้ได้รับการผลิตซ้ำเน้นย้ำผ่านการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จของเคเอฟซีส่วนหนึ่งมาจากการที่เคเอฟซีสามารถปรับตัวให้เข้ากับรสนิยมและความต้องการของคนในท้องถิ่นได้ดี อาทิการออกแบบเมนูรสจัดเพิ่มเติมในตลาดประเทศไทย เช่น เมนูข้าวไก่แซ่บและข้าวไก่กรอบแกงเขียวหวาน KFC Thailand (2023, Online) เป็นต้น รวมไปถึงการออกแคมเปญรูดกลืนไก่ทอดสูตรผู้พันในช่วงเทศกาลตรุษจีนปี พ.ศ. 2566 ถือเป็นการปรับตัวของเคเอฟซีในการทำตลาดประเทศไทย โดยผู้ผลิตเลือกคำนึง ความเชื่อของกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนมานำเสนอและสร้างความหมายเชิงบวกชุดใหม่ให้กับรูดกลืนผู้พัน อันได้แก่ความศักดิ์สิทธิ์ ความยึดมั่นในประเพณีจีน ความเป็นมงคล ความกตัญญูและชุดความหมายเหล่านี้ยังถูกถ่ายโอนกลับไปยังแบรนด์เคเอฟซีและสินค้าเคเอฟซีอีกด้วย

จากการนำตรรกะการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของ Jean Baudrillard มาวิเคราะห์ งานชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตพยายามยกระดับจากสินค้าสัญลักษณ์ให้เป็นเชิงค่าสัญลักษณ์ทำให้รูปและสินค้าเคเอฟซีเป็นตัวกลางเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับบรรพบุรุษและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้บริโภคนับถือ ในอดีตกาลเมื่อแกนกลางของสังคมไทยมีศาสนาเป็นเครื่องยึดโยง การบริโภคไก่ในอดีตมีความเกี่ยวข้องกับพิธีกรรม ความเชื่อและข้อห้าม เช่นสมาชิกในชุมชนนำไก่ที่ผ่านพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์มารับประทานร่วมกันเพื่อความเป็นสิริมงคล

หรือการกินไก่ดำช่วยให้หายป่วย เป็นต้น แต่ปัจจุบันภายใต้ระบอบทุนนิยมทุกภาคส่วนล้วนถูกขับเคลื่อนด้วยเศรษฐกิจ เป้าหมายของผู้ผลิตคือผลกำไร ดังนั้นการขายตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญ แคมเปญ “ชูปลิ่นไก่ทอดสูตรผู้พัน” กิจกรรมทางการตลาดบน แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเปิดโอกาสให้ลูกค้าเคเอฟซีโดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z ในฐานะผู้ที่จะสืบทอดประเพณีตรุษจีนในอนาคตได้เข้ามามีส่วนร่วมกับแบรนด์เคเอฟซี อันเป็นการช่วยกระตุ้นให้เกิดการบริโภคเคเอฟซีมากขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีน จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีแหล่งเงินทุนขนาดใหญ่พยายามคิดค้นกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้กำหนดทิศทางความหมายให้กับสินค้า ทำให้สินค้ากลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของผู้คนอย่างแนบเนียน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

งานชิ้นนี้ศึกษาการประกอบสร้างความหมายจากมิติผู้ผลิต ผู้สนใจศึกษาปรากฏการณ์เดียวกันสามารถศึกษาการอ่านและตีความหมายจากมิติผู้บริโภคเพื่อดูปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภคกับตัวบทได้อีกทางหนึ่ง

References

- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society Myths and Structures*. SAGE.
- Boonthum, D. (2013). *Chinese New Year Festival in Thai Society*. Retrieved August 10, 2023. www.thaistudies.chula.ac.th [In Thai]
- Ewen, S. (1976). *Captains of Consciousness*. McGraw-Hill.
- Kaewthep, K. & Hinviman, S. (2008). *Streams of Scholars in Political Economy and Communication Studies*. Parp-Pim Printing. [In Thai]
- KFC. (2023). *Our Locations*. Retrieved August 7, 2023. <https://global.kfc.com/our-locations/>
- KFC Thailand. (2021). *KFC Original Recipe*. Retrieved August 3, 2023. <https://twitter.com/kfcth/status/1392404182448033792> [In Thai]
- _____. (2023). *Debut New Gen. Incense, KFC Fried Chicken Incense Sticks This Chinese New Year*. Retrieved August 25, 2023. <https://www.facebook.com/watch/?v=882069676168999> [In Thai]
- _____. (2023). *KFC Fried Chicken Incense Sticks Poster*. Retrieved August 20, 2023. <https://www.facebook.com/kfcth/posts/5786823878039261> [In Thai]
- _____. (2023). *Image of Happiness among Friends from Consuming KFC: KFC advertisement entitles “Festiver Bucket”*. Retrieved August 20, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=sDJUo4LAaFU> [In Thai]

- KFC Thailand. (2023). *KFC Fried Chicken Incense Sticks*. Retrieved August 25, 2023. <https://www.facebook.com/kfcth/posts/5786823878039261> [In Thai]
- _____. (2023). *Rice and Bowl*. Retrieved December 12, 2023. <https://www.kfc.co.th/menu/a-la-carte/chicken> [In Thai]
- Leiss, W., Kline, S., Jhally, S., & Botterill, J. (2005). *Social Communication in Advertising*. Routledge.
- MarketThink. (2023). *Ancestors Must Smell KFC “KFC Fried Chicken Incense Stick this Chinese New Year*. Retrieved January 13, 2024. <https://www.facebook.com/MarketThinkTH/photos/5730711027021241/?type=3> [In Thai]
- NALISA. (2021). *When Burger King Becomes a Player in Fried Chicken Market Segment*. Retrieved January 15, 2024. <https://marketeeronline.co/archives/211979> [In Thai]
- Nida Poll. (2014). *Thai People and Chinese New Year*. Retrieved January 11, 2024. https://nidapoll.nida.ac.th/survey_detail?survey_id=471 [In Thai]
- Palapreewan, P. (2012). *Communication of Global and Local Via Chicken Consumption Culture in Thai Society: Case Study of KFC and Five Star Chicken Consumption*. [Doctoral dissertation, Thammasat University]. [In Thai]
- Pupanasang, J. (2022). *Reveal KFC Strategies as Number One in Fried Chicken Market Segment After Achieving Highest Sales within Four Years. Next Year, KFC Plans to Expand More Branches and Use More Digital to Serve Customers*. Retrieved August 28, 2023. <https://thestandard.co/kfc-chicken-market-leader/> [In Thai]

- Slater, D. (1997). *Consumer Culture & Modernity*. Polity Press.
- Williamson, J. (1978). *Decoding Advertisements*. Marion Boyars.
- Wongyannava, T. (2007). *Consumption Revolution: From Luxury to Necessities*. Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre. [In Thai]

ปริทัศน์หนังสือ (Book Review)

วัยเก่าเล่าเรื่อง@ฝั่งธนฯ

สมบัติ สมศรีพลอย¹

Sombat Somsriploy



Rojanawipat, W. (2021). *Old age tells tales@Thonburi*. Office of Art and Culture Bansomdejchaopraya Rajabhat University.

หนังสือ วิจิตรวัฒนธรรม ฉบับพิเศษ “วัยเก่าเล่าเรื่อง@ฝั่งธนฯ” งานเขียนของ วรार्ห โรจนวิภาต จัดพิมพ์โดยสำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา หนังสือเล่มนี้ทรงคุณค่าในฐานะ ปฐมมุขปาฐะที่แปรรูปมาเป็นงานเขียนของคุณลุงวรार्ห (วัยเก่า) ผู้เป็นรัตติกาลทรงจำวันคืนและเรื่องราวประวัติศาสตร์พื้นที่และบุคคลย่านฝั่งธนบุรี อันเป็นรกรากฐานถิ่นบ้านเกิดของท่าน โดยได้คัดสรรบทความที่เคยตีพิมพ์

¹นาวาอากาศโท ดร. ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail: sombatsomsriploy@gmail.com

ในหนังสือ ที่ทัศนวัฒนธรรม ของสำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กัวารสารเมืองโบราณ ทั้งนี้ได้ปรับปรุงข้อมูลและเพิ่มเติมพร้อมภาพถ่ายสีและภาพถ่ายขาวดำของสถานที่และบุคคลประกอบเนื้อหาตลอดเล่ม ตลอดจนแผนที่คลองบางหลวง เพื่อให้ผู้อ่านเห็นภาพอดีตอันรุ่งเรืองของฝั่งธนบุรี บทความในหนังสือประกอบด้วย 12 บทความประกอบด้วย

เรื่องแรก **ย้ารอยอดีตคลองบางหลวง** เป็นการฟื้นความทรงจำถึงบ้านเรือนสองฝั่งคลองของคลองบางหลวงหรือคลองบางกอกใหญ่ เริ่มต้นตั้งแต่ปากคลองตรงป้อมวิชัยประสิทธิ์จนถึงคลองด่าน เป็นการเล่าเรื่องเสริมต่อเรื่องราวจาก “เด็กคลองบางหลวง” ของ ชุนวิจิตรมาตรา แบ่งเรื่องเล่าออกเป็นคลองบางหลวงฝั่งซ้ายและฝั่งขวา กล่าวถึงสถานที่ตั้งบ้านของขุนนางข้าราชการที่ปลูกสร้างอยู่ริมฝั่งคลอง พรรณนารูปทรง อาณาบริเวณของบ้าน และกล่าวถึงประวัติเจ้าของบ้านไว้ได้อย่างละเอียด ดังตัวอย่าง

บ้านหลวงฤทธิณรงค์รอน (แจ็ก แสงมณี) เชิงสะพาน
เนาจำเนียรทางฝั่งซ้ายของคลองบางหลวงว่า เป็นตึกขนาดกลาง
อาณาบริเวณบ้านกว้างขวาง มีต้นไม้ยืนต้นมากมาย สนามในบ้าน
คลาคล่ำไปด้วยโอ่งอ่างกระถางลายครามเต็มไปหมด...
และมีโป๊ะลอยอยู่ในน้ำ ภรรยาเจ้าของบ้านใช้เป็นที่พักผ่อน
ตอนเช้า...ชาวบ้านมีคำถามถามกันเล่น ๆ ว่าในคลองบางหลวงนี้
ใครรวยที่สุด ทุกคนจะเห็นพ้องต้องกันหมดว่าหลวงฤทธิณรงค์รอน
รวยที่สุด... หลวงฤทธิณรงค์รอนไม่มีบุตร คงมีแต่ลูกบุญธรรม
คนหนึ่ง...ทราบภายหลังว่าบ้านพร้อมที่ดิน หลวงฤทธิณรงค์รอน
ยกให้แก่กระทรวงศึกษาธิการเพื่อทำสถานศึกษา ต่อมาเป็น
โรงเรียนฤทธิณรงค์รอน....

ผู้เขียนเล่าเรื่องราวของบ้านขุนนางตลอดสองฝั่งคลองบางหลวงไว้อย่างละเอียดในลักษณะเชิงประวัติที่ผ่านมุมมองและสายตาของท่านตั้งแต่เยาว์วัย ทำให้เห็นภาพชีวิตอันมีสีสันของผู้คนสองฝั่งคลอง แต่ในปัจจุบันอดีตชีวิตชาวคลองบางหลวงอันรุ่งโรจน์ได้พลัดพรายไปกับสายน้ำแห่งกาลเวลาดังคำของผู้เขียนผู้เขียนที่ตระหนักในสังขารที่ว่า

สภาพบ้านเรือนริมฝั่งคลองส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางพอมีกินมีใช้ คนมีฐานะดีมีไม่มาก การค้าส่วนใหญ่อยู่ในมือคนจีนคนไทยทำเรือกสวน ค่าขายเล็ก ๆ น้อย ๆ สภาพบ้านเรือนเปลี่ยนแปลงไปเป็นส่วนใหญ่ บ้านเรือนเก่า ๆ ที่เคยมีถูกรื้อถอนไปแล้วสร้างใหม่ ที่ดินบางแห่งเปลี่ยนสภาพและกลายเป็นตึกรามไปก็มี ที่ไม่เปลี่ยนแปลงก็คือวัด อยู่ที่ไหนก็คงอยู่ที่นั่น โบสถ์วิหารถ้าไม่ผุพังทรุดโทรมไปตามเวลาบางแห่งก็สร้างใหม่ทั้งหมด

วังเจ้าตุ้ม เป็นเรื่องที่สอง คลองบางหลวงนอกจากเป็นที่ตั้งบ้านขุนนางพ่อค้า และประชาชนทั่วไปแล้ว ยังมีวังของเจ้านาย พระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าสนิทวงศ์พัฒนเดช หรือ หม่อมเจ้าตุ้ม สนิทวงศ์ ด้านหลังวังติดกับวัดประดิษฐารามหรือวัดมอญ ผู้เขียนเกิดในบ้านปลายพระชนม์ชีพของท่านไม่เคยเห็นท่านแต่สามารถพรรณนาถึงรายละเอียดของวังทั้งภายในภายนอกได้เป็นอย่างดีเนื่องจากเคยตามแม่เข้าไปซื้อชิ้นผ้าไหมที่หม่อมของท่านนำมาขาย หลังจากหม่อมเจ้าตุ้มสิ้น หม่อมที่ได้รับมรดกเป็นเจ้าของวังก็ได้แต่งงานใหม่ ด้วยภาวะผิดเคืองจึงทำให้ทั้งวังและที่ดินก็ถูกขายเปลี่ยนมือไป เรื่องที่สาม **บ้านวิเศษนิยม** เจ้าของบ้าน คือ หลวงแจ่มวิชาสอน (แจ่ม นิยมเหตุ) เป็นครูโรงเรียนบ้านสมเด็จเจ้าพระยา บ้านทาสีเขียวवलสวยที่สุดในคลองบางหลวง ปลุกติดอยู่กับวัดสังข์กระจาย บ้านนี้ผลิต “ยาสีฟันวิเศษนิยม” ขายเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน มีชื่อเสียงโด่งดังยอดนิยมติดตลาดในอดีต ตอนหลังบ้านวิเศษนิยมกับที่ดินก็ได้บริจาคให้แก่ราชการ

ที่ว่าการอำเภอบางกอกใหญ่ เป็นเรื่องที่สี่ เป็นสถานที่ราชการ ตั้งอยู่บริเวณปากคลองบางไส้ไก่ที่บรรจบกับคลองบางหลวง ความโดดเด่นของอาคารสร้างตามแบบสถาปัตยกรรมปัตตาเวีย รายละเอียดผู้เขียนบรรยายไว้อย่างชัดเจน ต่อมาทางราชการขายให้ขุนสง่าบุริปิตาของผู้เขียน ซึ่งผู้เขียนเกิดที่ตึกหลังนี้และพำนักอาศัยมาถึงปัจจุบัน เรื่องที่ห้า ภาพจำ...ตลาดคุณหญิงอายูยีน หรือตลาดยั้งยีน หรือตลาดป๊อ อยู่ติดสะพานเจริญพาศน์ ผู้เขียนได้เล่าเรื่องผ่านความทรงจำถึงประวัติความเป็นมา บรรยากาศ เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยต่าง ๆ ตลอดจนมหรสพแต่ละชนิดที่เคยแสดงบนวิกในตลาดยั้งยีน

คลองเขตหมู่บ้านสมเด็จพระยา เป็นเรื่องที่หก กล่าวถึงคลองสายต่าง ๆ ที่อยู่ในเขตหมู่บ้านของสมเด็จพระยาสองพี่น้องตระกูลขุนนาทที่กินอาณาบริเวณตั้งแต่สะพานพุทธจนถึงวัดอนงค์าราม ประกอบด้วยคลองบางเกาะเหนือ บางเกาะใต้ คลองวัดชำแถม คลองหน้าบ้านสมเด็จพระยา คลองสาน คลองบางไส้ไก่ ฯลฯ ปัจจุบันคลองต่าง ๆ ยังคงหลงเหลืออยู่ แม้จะเป็นซากคลองก็ตาม และมีคลองที่หายไป ล้วนถูกทางราชการถมเป็นถนน หรือไม่ก็ถูกประชาชนรื้อถล่มจนไม่เหลือร่องรอย

เล่าเรื่องชุมชนมอญวัดประดิษฐาราม เป็นเรื่องที่เจ็ด เรื่องนี้ผู้เขียนเขียนจากคำบอกเล่าของผู้ใหญ่และคำสัมภาษณ์ กล่าวถึงภูมิณามบ้านมอญ ประวัติความเป็นมาของชาวมอญที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานที่เรียกว่าหัวบ้านกลางบ้าน และท้ายบ้านมอญ นอกจากนั้นบอกเล่าถึงวัดประดิษฐารามว่าเป็นศูนย์กลาง บ้านมอญที่มีศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนวิถีชีวิตคนมอญปรากฏ สืบทอด และปรับเปลี่ยนในชุมชนจนมาถึงปัจจุบัน เรื่องที่แปด **รอยอดีตโรงเรียนบ้านสมเด็จพระยา** กล่าวถึงประวัติสถานที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จพระยาในปัจจุบันที่ได้แลกพื้นที่กับโรงเรียนศึกษานารี มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงตั้งแต่การตั้งชื่อตลอดจนอาคารสถานที่ต่าง ๆ ไว้อย่างละเอียด รวมทั้งเรื่องเล่าเกี่ยวกับการย้ายศาลเจ้าพ่อสมเด็จพระยาบรมมหาศรีสุริยวงศ์ (ช่วง บุนนาค) จากที่เดิมมาที่ตั้งใหม่จนถึงที่ประดิษฐานในปัจจุบัน

เรื่องที่เก่า **นายหรั่ง เรืองนาม** เป็นเจ้าของคณะระบำโป๊ที่มีชื่อเสียงในอดีต ได้โยกย้ายมาอยู่ฝั่งธนบุรีหลังวัดบุปผาราม ผู้เขียนเล่าถึงประสบการณ์การดูระบำคณะนายหรั่งในเทศกาลงานประจำปีวัดประยุรวงศาวาส ว่ามีวิธีการและขั้นตอนการแสดงอย่างไร ต่อมานายหรั่งได้เปิดวิกการแสดงลิเก ผู้เขียนก็ได้ติดตามไปชมการแสดง **วงเวียนเล็ก** เป็นเรื่องที่สืบทอดวงเวียนใหญ่ เนื่องจากการสร้างสะพานพระพุทธยอดฟ้า ทำให้เกิดถนนประชาธิปไตยเพื่อความเรียบร้อยในการสัญจรรถยนต์จึงได้สร้างวงเวียนรูปวงกลมไว้ที่หัวถนน ต่อมาก็ได้มีการปรับปรุงสภาพและได้ย้ายสถานที่ จนรื้อทิ้งเมื่อสร้างสะพานพระปกเกล้า ชื่อวงเวียนเล็กคงเหลืออยู่เป็นนามธรรม

เมื่อกรุงเทพฯ เผชิญภัยทางอากาศ เรื่องที่สืบทอด ขณะที่ผู้เขียนอายุ 6 ขวบ เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นยกพลยึดพื้นที่ประเทศไทย ทำให้ข้าวของแพงไปทุกอย่าง อยู่กันอย่างลำบากยากแค้น โรคหิดระบาดพร้อมกับน้ำท่วมใหญ่กรุงเทพ ผู้เขียนเล่าถึงบรรยากาศการทิ้งระเบิดของอังกฤษและอเมริกา ตอนนั้นยังเด็กไม่กลัวเห็นเป็นเรื่องสนุก เล่าถึงการบอมบ์ของสถานที่ต่าง ๆ ทางฝั่งพระนคร ทางฝั่งธนเป้าหมายคือ ทางรถไฟสายแม่กลอง ย่านสะพานพุทธยอดฟ้าเป็นอีกเป้าหมายหลักเพราะเป็นจุดเชื่อมต่อสองฝั่งมีความพยายามทิ้งระเบิดอยู่หลายครั้งแต่พลาดเป้า มีเรื่องเล่าว่าเห็นเป็นเงาคนรูปร่างสูงใหญ่เอามือปิดลูกกระเบิด อันหมายถึงปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี เรื่องสุดท้าย **สะพานเจริญพาศน์กับหลุมหลบภัย** สะพานเจริญพาศน์สร้างขึ้นเนื่องในวโรกาสที่ล้นเกล้ารัชกาลที่ 6 เจริญพระชนมายุ 33 พรรษา เป็นสะพานคอนกรีตข้ามคลองบางกอกใหญ่ ราวสะพานเป็นกำแพงทึบ บนราวสะพานเป็นรูปพญานาคสองตัวเลื้อยมาชนกันกลางสะพาน เหตุที่ใช้สัญลักษณ์พญานาคเนื่องจากรัชกาลที่ 6 เสด็จพระราชสมภพในปีมะโรงนักษัตร ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ทางราชการได้สร้างหลุมหลบภัยคอนกรีตให้ประชาชน บริเวณข้างสะพานตรงชายน้ำด้านตลาดยังยืนไว้ 1 หลุม บรรจุคนได้ 60 คน เมื่อบ้านเมืองเจริญทางราชการได้ขยายสะพานให้กว้างกว่าเดิมสูงกว่าเดิม ทำให้หลุมหลบภัยถูกทุบทิ้ง

“วัยเก่าเล่าเรื่อง@ฝั่งธนฯ” ทั้ง 12 เรื่อง เป็นเรื่องเล่าทำนองมุขปาฐะ ที่ผ่านการกลั่นกรองมาจากการผ่านพบเป็นประสบการณ์ตรง เรื่องที่ผู้ใหญ่วัยเก่าให้ฟัง การสัมภาษณ์ กอปรกับการค้นคว้าข้อมูลบางส่วน ท่วงทำนองลีลาเหมือนการเล่าเรื่องของผู้ใหญ่ใจดีให้ลูกหลานฟังเล่น มีเกร็ดเล็กผสมน้อย ผสมผสานในเรื่องเล่า บางครั้งแสดงทรรศนะ บางช่วงบางตอนก็แฝงอารมณ์ขัน มีข้อสังเกตว่า ข้อความปิดท้ายมักแสดงให้เห็นสัจธรรมของการเปลี่ยนแปลงของสถานที่ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ตลอดจนความรู้สึกนึกคิดของคน อันเป็น การกระตุกเตือนผู้อ่านให้พึงสังวรกับชีวิต

หนังสือเล่มนี้นับเป็นจดหมายเหตุของฝั่งธนบุรี โดยเฉพาะสองฝั่งคลองบางกอกใหญ่ ที่ผู้เขียนมีความทรงจำอันยอดเยี่ยม สามารถพรรณนาถึงรูปทรงอาคารบ้านเรือน อาณาบริเวณ อาชีพ ลูกหลานว่านเครือของเจ้าของบ้านแต่ละหลังได้เป็นอย่างดี ตลอดจนวิถีชีวิตของผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ที่อยู่ร่วมกันในคลองสายนี้ นอกจากนั้นยังมีเรื่องเล่าปึกฉีกเกี่ยวกับตระกูลขุนนาง และสถานที่อีกหลายแห่ง ถนนหนทาง สถานศึกษาที่สำคัญ ตลอดจนวัดวาอารามต่าง ๆ เรื่องเล่าดังกล่าวล้วนประโยชน์ต่อผู้สนใจใคร่รู้เกี่ยวกับธนบุรีศึกษา หน่วยงานราชการ สถานศึกษา ที่ต้องการทราบประวัติความเป็นมาของสถานที่ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ที่ไม่พบข้อมูลในหนังสือหรือเอกสารทางราชการ เพื่อจะได้เข้าใจรากเหง้าอัตลักษณ์ของตน อันอาจจะเป็นการต่อยอดสืบสานอย่างสร้างสรรค์ โดยใช้วัตถุดิบทางวัฒนธรรมนี้ประยุกต์ใช้ให้เข้ากับบริบทการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ภาคผลสืบไป

หากใครได้อ่านหนังสือเล่มนี้ จะอ่านเพลิน ด้วยข้อมูล ภาษา วัจนลีลา การเล่าเรื่อง ทำให้ผู้อ่านเกิดจินตภาพ ล่องเรืออักษรย้อนกลับไปในอดีตของสายน้ำย่านฝั่งธนบุรี รับรองว่าท่านจะวางไม่ลง

“เรื่องเล่า” ของ “วัยเก่า” ที่ “ฝั่งธน”

ข้อกำหนดในการส่งต้นฉบับบทความ เพื่อลงพิมพ์เผยแพร่ในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มีรายละเอียด หลักเกณฑ์ และรูปแบบในการเสนอบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ ดังต่อไปนี้

บทความที่รับตีพิมพ์

- ผลงานที่รับตีพิมพ์ ได้แก่ บทความวิจัย บทความวิชาการ และวิทยานิพนธ์ในสาขาที่เกี่ยวข้องทางศาสตร์มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
- บทความต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น
- บทความเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ
- บทความที่จะได้รับการลงตีพิมพ์ผ่านการตรวจอ่านและประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน โดยพิจารณาแบบ Double - Blind Peer Review และกลั่นกรองการตีพิมพ์โดยกองบรรณาธิการของวารสาร

ลิขสิทธิ์

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ถือเป็นลิขสิทธิ์ของผู้เขียนบทความ ผู้ใดต้องการตีพิมพ์ซ้ำต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนก่อน บทความที่ได้รับการตอบรับเพื่อตีพิมพ์ในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาจะต้องไม่ปรากฏในสิ่งพิมพ์อื่นใดก่อนที่จะปรากฏในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ

เจ้าพระยา กองบรรณาธิการจะส่งวารสารที่มีบทความของผู้เขียนตีพิมพ์ให้แก่ผู้เขียนจำนวน 2 ฉบับ หากผู้เขียนต้องการได้บทความที่ตีพิมพ์เพิ่มเติมสามารถดาวน์โหลดได้ที่เว็บไซต์ <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jhusocbru>

การส่งต้นฉบับ

1. ส่งต้นฉบับผ่านระบบ E-Journal ของวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ดำเนินการลงทะเบียนสมัครสมาชิกก่อนเข้าสู่ระบบ โดยเข้าไปยังหน้าเว็บไซต์ ลิงก์ไปที่วารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Journal) วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
2. ส่งต้นฉบับผ่านระบบเป็นไฟล์บันทึกข้อมูลในรูปของ MS Word และรอรับผลยืนยันการได้รับตีพิมพ์
3. กองบรรณาธิการพิจารณารูปแบบและเนื้อหาเบื้องต้น ก่อนส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน หากไม่เป็นไปตามข้อกำหนดจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบโดยไม่ส่งต้นฉบับคืน
4. รอรับผลการตรวจประเมินบทความโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewer) และตรวจสอบผลการประเมิน
5. กรณีที่บทความผ่านเกณฑ์การประเมิน อนุญาตให้ตีพิมพ์ได้ให้แก่ผู้ติดตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิชี้แจง จากนั้นส่งต้นฉบับ (ฉบับแก้ไข) ผ่านระบบกลับมาอีกครั้ง เป็นไฟล์บันทึกข้อมูลในรูปของ MS Word
6. การอนุญาตตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่บทความเป็นสิทธิของกองบรรณาธิการ ด้วยเหตุที่บทความนี้ปรากฏในวารสารที่เข้าถึงได้ จึงอนุญาตให้นำบทความไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษา แต่มิใช่เพื่อการพาณิชย์

สิ่งที่ผู้เขียนจะได้รับ

กองบรรณาธิการจะมอบวารสารฉบับที่บทความของผู้เขียนลงตีพิมพ์จำนวน 2 ฉบับ ในกรณีที่ผู้เขียนร่วมจะมอบให้ผู้เขียนชื่อแรก

การเตรียมต้นฉบับ

1. ต้นฉบับต้องมีความยาวไม่เกิน 15 หน้า กระดาษขนาด A4 ระยะบรรทัด 1 เท่า พิมพ์หน้าเดียวพร้อมระบุเลขหน้า เป็นไฟล์ในรูปแบบ MS Word
2. กรณียกความมีภาพประกอบ ดำเนินการส่งไฟล์รูปภาพนามสกุลไฟล์ .jpeg ความละเอียด 100 - 300 Pixels ทางอีเมล husocjournal@bsru.ac.th
3. ตัวอักษรที่ใช้ในการพิมพ์ ใช้ฟอนต์ TH SarabunPSK
4. การตั้งค่าหน้ากระดาษ
 - 4.1 ขอบบน และขอบซ้าย กั้นขอบกระดาษ 1.5 นิ้ว
 - 4.2 ขอบขวาและขอบล่าง กั้นขอบกระดาษ 1 นิ้ว
 - 4.3 ชื่อเรื่อง (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ใช้ตัวหนา ขนาด 20 พอยต์ ไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
 - 4.4 ชื่อผู้เขียนใช้ตัวเอียง ขนาด 16 พอยต์ ซิดขวา
 - 4.5 หัวข้อหลักใช้ตัวหนา ขนาด 18 พอยต์ ซิดซ้าย
 - 4.6 หัวข้อรองใช้ตัวหนา ขนาด 16 พอยต์ ซิดซ้าย ให้เยื้องจากหัวข้อหลัก
 - 4.7 หัวข้อย่อยใช้ตัวปกติ ขนาด 16 พอยต์
 - 4.8 เนื้อเรื่องใช้ตัวปกติ ขนาด 16 พอยต์

ส่วนประกอบของต้นฉบับบทความ

1. ชื่อเรื่อง (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
2. ชื่อผู้เขียนบทความ ชื่อ - นามสกุล ผู้เขียนบทความ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) รายละเอียดเกี่ยวกับผู้เขียนให้ระบุวุฒิการศึกษา ตำแหน่งทางวิชาการ และสังกัด (ใส่ที่เชิงอรรถ)

3. **บทคัดย่อ** ความยาวไม่เกิน 250 - 300 คำ และคำสำคัญ 3 - 5 คำ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

4. เนื้อเรื่อง

4.1 บทความวิจัย และบทความวิทยานิพนธ์ ประกอบด้วยบทนำ วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย ข้อเสนอแนะการวิจัย เอกสารอ้างอิง

4.2 บทความวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อเรื่อง และสรุป

4.3 นอกเหนือจากเนื้อเรื่อง หากมีตารางหรือภาพประกอบ ที่มีขนาดใหญ่ ให้บันทึกไฟล์แยกต่างหากเพิ่มเติม และความละเอียด 300 Pixel/High resolution ขนาดไม่ต่ำกว่า 500 KB

4.4 ภาพประกอบควรมีความชัดเจนและคุณภาพดี ทั้งนี้ต้องอ้างอิง แหล่งข้อมูลแบบนาม - ปี ไว้ได้ภาพประกอบทุกครั้ง

การอ้างอิง

1. การอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่อง ให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม - ปี โดยระบุชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์ของเอกสารไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังของข้อความ ที่ต้องการอ้างอิง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น และระบุเลขหน้า ของเอกสารที่อ้างอิงด้วยดังตัวอย่างข้างท้าย

2. กรณีบทความที่นำมาอ้างอิงแบบนาม - ปี นำมาจากอินเทอร์เน็ต เป็นภาษาต่างประเทศให้ใช้คำว่า “Online”

3. การอ้างอิงท้ายบทความ (เอกสารอ้างอิง) ให้รวบรวมเอกสารทั้งหมด ที่ใช้อ้างอิง (นาม - ปี) ไว้ท้ายบทความ โดยใช้คำว่า “References” ทั้งนี้ ให้จัดเรียงตามลำดับอักษรของชื่อผู้แต่ง (A-Z) สำหรับรูปแบบการเขียน เอกสารอ้างอิง ให้ใช้ตามระบบ APA (American Psychological Association) (7th Edition) ดังตัวอย่างข้างท้าย

การอ้างอิงแบบนาม – ปี	การอ้างอิงท้ายบทความ
หนังสือทั่วไป	
Auwatanamongkol (2020, p. 25)	Auwatanamongkol, S. (2020). <i>Data Mining</i> . (3rd ed.). National Institute of Development Administration Press. [In Thai]
Srisaard (2011, pp. 33 – 37)	Srisaard, B. (2011). <i>Introduction to research</i> . (8th ed.). Suveeriyasan. [In Thai]
Dell’Atti & Trotta (2016, pp. 50-65)	Dell’Atti, S., & Trotta, A. (2016). <i>Managing Reputation in The Banking Industry: Theory and Practice</i> . Springer.
บทความในหนังสือ	
Chanlekha (2013, p. 26)	Chanlekha, S. (2013). A narration of antique conservation at Bansomdej. In Rangsan Buathong (Eds.), <i>Thithat Watthanatham</i> . (p.26). Office of Art and Culture, Bansomdej chaopraya Rajabhat University. [In Thai]
McKenzie, Boughton, Hayes & Forsyth (2008, pp. 20-25)	McKenzie, H., Boughton, M., Hayes, L., & Forsyth, S. (2008). Explaining the complexities and value of nursing practice and knowledge. In I. Morley & M. Crouch (Eds.), <i>Knowledge as value: Illumination through critical prisms</i> (pp. 209-224). Rodopi.

การอ้างอิงแบบนาม – ปี	การอ้างอิงท้ายบทความ
วารสาร	
Wongchan et al. (2022, pp. 71-94)	Wongchan, A., Homsaen, N., Yeepho, P., Kittiworavej, S., & Kittiworavej, K. (2022). Covid-19 knowledge, perception and preventive behaviors, in the elderly club, Ubon Ratchathani province. <i>Humanities and Social Sciences Journal Ubon Ratchathani University</i> , 13(2), 71-94. [In Thai]
Bhornchareon et al. (2020)	Bhornchareon, S., Techataweewan, W., & Prapinongsakorn, S. (2020). Factors influencing information literacy among undergraduate students of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. <i>T.L.A. Research Journal</i> , 13(2), 58-76. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tla_research/article/view/246906 [In Thai]
Cheung, Bartlett, Armour, Laba & Saini (2018, pp. 1-26)	Cheung, J. M. Y., Bartlett, D. J., Armour, C. L., Laba, T. L., & Saini, B. (2018). To drug or not to drug: A qualitative study of patients' decision-making processes for managing insomnia. <i>Behavioral Sleep Medicine</i> , 16(1), 1-26.

การอ้างอิงแบบนาม – ปี	การอ้างอิงท้ายบทความ
เว็บไซต์	
Duangmanee (2019, Online)	Duangmanee, T. (2019). <i>Roles of Libraries and Publishing Support Services</i> . Retrieved April 15, 2022. https://km.li.mahidol.ac.th/publication-support-services/ [In Thai]
Wu et al. (2010, Online)	Wu, F. S., Wei, S. R., Wang, H. S., & Wong, A. H. (2010). <i>The Great Wall</i> . Retrieved July 10, 2013. http://www.hechinaaide.com/index.php?action=activity/greatwallofChina
วิทยานิพนธ์	
Kumnuansin (2017, p. 60)	Kumnuansin, J. (2017). <i>Cloud-based Adaptive Learning System based on SSCS Model to enhance creative problem-solving of Undergraduate students</i> . [Doctoral dissertation, Chulalongkorn University]. [In Thai]
Lope (2014, pp. 12-20)	Lope, M. D. (2014). <i>Perceptions of global mindedness in the international baccalaureate middle years programme: The relationship to student academic performance and teacher characteristics</i> . [Doctoral dissertation, University of Maryland]. ProQuest Database. https://www.proquest.com/openview/6cea83871740622213e84f93d4d50096/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750

การอ้างอิงแบบนาม – ปี	การอ้างอิงท้ายบทความ
เอกสารประกอบการประชุม	
Narongwit & Pangprasert (2017, pp. 56-63)	Narongwit, P., & Pangprasert, R. (2017). Banana Rope: From Handicraft to Product Development. <i>3rd National Conference “Home of Proudness”: Wisdom to the Future</i> (pp. 437-445). Faculty of Architecture KhonKaen University. [In Thai]
Mardis et al. (2012)	Mardis, M., McLaughlin, C., & Gingell, G. (2012). Web2MARC: Sharing and using STEM digital content in school libraries. In K. Boughida, et al. (Eds.), <i>Proceedings of the 12th ACM/IEEE-CS joint conference on digital libraries</i> (pp. 407-408). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/2232817.2232914
รายงานการวิจัย	
Thiamkaew (2018, pp. 50-66)	Thiamkaew, N. (2561). <i>A study of satisfaction on the service quality of the Academic Resource Center</i> (Research Report). Office of Academic Resources Mahasarakham University. [In Thai]
รูปภาพ	
Bansomdejchaopraya Rajabhat University. Office of Art and Culture (Photographer, 2017)	Bansomdejchaopraya Rajabhat University. Office of Art and Culture. [Photographer]. (2017). <i>Thonburi Knowledge Center</i> . [Photo]. Office of Art and Culture Bansomdejchaopraya Rajabhat University. [In Thai]



ประกาศ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
เรื่อง การเก็บค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความ
ของวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา พ.ศ. 2566

ตามที่คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้ดำเนินการจัดทำวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ของบุคลากรทั้งภายในและภายนอก ซึ่งวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จึงกำหนดอัตราการเก็บค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความเพื่อใช้เป็นค่าตอบแทน ค่าใช้สอย ค่าวัสดุ ค่าสาธารณูปโภค ในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 31(1), (2) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.2547 จึงออกประกาศไว้ ดังนี้

ข้อ 1 ประกาศนี้เรียกว่า “การเก็บค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความของวารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา พ.ศ. 2566”

ข้อ 2 ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่ถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ 3 ประเภทบทความที่รับพิจารณาตีพิมพ์ ได้แก่

3.1 บทความวิจัย (Research Article) เป็นผลงานวิจัยที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยด้วยตนเอง ประกอบด้วย บทความย่อ บทนำ วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย ข้อเสนอแนะการวิจัย และเอกสารอ้างอิง

3.2 บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นผลงานที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการ มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบ โดยมุ่งเน้นการนำเสนอความรู้ใหม่ในเชิงวิชาการ ประกอบด้วย บทความย่อ บทนำ เนื้อหา สรุป และเอกสารอ้างอิง

ข้อ 4 ผู้ที่ประสงค์ส่งบทความตีพิมพ์ในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ บ้านสมเด็จเจ้าพระยา สามารถส่งบทความโดยชำระค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์บทความเพื่อเป็นค่าดำเนินการและค่าตอบแทนการพิจารณากลับกรองบทความของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยชำระค่าธรรมเนียมหลังจากที่ กองบรรณาธิการพิจารณาความสมบูรณ์และความถูกต้องของบทความตามรูปแบบแล้ว

ข้อ 5 อัตราค่าธรรมเนียม

5.1 อัตราค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์บทความสำหรับบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ บ้านสมเด็จเจ้าพระยา

(1) บทความภาษาไทย

บทความละ 3,500 บาท

(2) บทความภาษาอังกฤษ

บทความละ 4,000 บาท

5.2 อัตราค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์บทความสำหรับบุคคลภายนอก

(1) บทความภาษาไทย

บทความละ 4,000 บาท

(2) บทความภาษาต่างประเทศ

บทความละ 4,500 บาท

ข้อ 6 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาจะไม่คืนเงินค่าธรรมเนียมตามข้อ 5 ให้กับผู้ส่งบทความ ไม่ว่ากรณีใด ๆ

ข้อ 7 การเบิกจ่ายเงินที่เรียกเก็บตามประกาศนี้ ให้เบิกจ่าย ดังนี้

7.1 จัดสรรเป็นเงินรายได้ประเภทเงินฝากถอนคืนของมหาวิทยาลัยหลังหักค่าใช้จ่ายร้อยละ 10

7.2 ค่าตอบแทนบรรณาธิการ ฉบับละไม่เกิน 5,000 บาท

7.3 ค่าตอบแทนกองบรรณาธิการ ฉบับละไม่เกิน 18,000 บาท

7.4 ค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ ไม่เกินคนละ 1,500 บาท

7.5 ค่าตอบแทนคณะกรรมการแปลบทความภาษาอังกฤษ ไม่เกินบทความละ 500 บาท

7.6 ค่าตอบแทนคณะกรรมการพิสูจน์อักษร บทความภาษาไทยและบทความภาษาอังกฤษ ไม่เกินบทความละ 500 บาท

7.7 ค่าตอบแทนคณะกรรมการตรวจสอบบรรณานุกรม ไม่เกินบทความละ 300 บาท

7.8 ค่าตอบแทนคณะกรรมการฝ่ายประสานงาน คณะกรรมการฝ่ายการเงิน คณะกรรมการ ฝ่ายเอกสารและประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการฝ่ายสารสนเทศ ฉบับละไม่เกิน 14,000 บาท

7.9 ค่าตอบแทนคณะกรรมการฝ่ายเอกสารและประชาสัมพันธ์ (ออกแบบปกวารสาร) ไม่เกินปกละ 2,000 บาท

7.10 ค่าใช้สอยในการประชุมกองบรรณาธิการ ไม่เกินครั้งละ 3,000 บาท

7.11 ค่าวัสดุวารสาร ไม่เกินฉบับละ 30,000 บาท

7.12 ค่าสาธารณูปโภค ไม่เกินฉบับละ 7,000 บาท

7.13 ค่าบริการระบบวารสารออนไลน์ของระบบ Thai Journal Online (ThaiJO) ตามที่ ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index (TCI) Centre) เรียกเก็บ

การเบิกจ่ายเพื่อจัดสรรเป็นเงินรายได้ในข้อ 7.1 ให้เป็นหน้าที่ของบุคลากรสังกัดคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ หรือบุคลากรอื่นที่คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ หรือมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มอบหมายให้รับผิดชอบด้านการเงินเป็นผู้เบิกจ่าย

ข้อ 8 ค่าใช้จ่ายอื่นที่นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในข้อ 7 ให้เบิกจ่ายตามระเบียบกระทรวงการคลังหรือระเบียบมหาวิทยาลัย

ข้อ 9 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามประกาศนี้ หากไม่เป็นไปตามเงื่อนไขของประกาศฉบับนี้ ให้อยู่ในดุลยพินิจของอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

สถานที่ติดต่อ

**คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา**

1061 ซอยอิสรภาพ 15 แขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600

โทรศัพท์: 0 2473 7000 ต่อ 2073

มือถือ: 081 - 657 - 4023

อีเมล: husocjournal@bsru.ac.th

เว็บไซต์: <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jhusocbru>

บทความวิจัย

- การจัดทำคำอธิบายเอกสารจดหมายเหตุกลุ่มเอกสารส่วนบุคคลของเจ้าพระยาอภัยราชามหายุทธธรรม (หม่อมราชวงศ์ลพ สุทัศน์) พิพิธภัณฑสถานไทยและหอจดหมายเหตุ สำนักงานศาลยุติธรรม
- การบอกเล่าเรื่องราวผ่านงานเครื่องประดับเงินชนเผ่าป๋าวร่วมสมัย: โดยใช้หมู่บ้านซันห้วยมณฑลวีนหนานเป็นกรณีศึกษา
- การบูรณาการแนวคิดจากทุนวัฒนธรรมสู่ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเขตรอบบุรี
- การประเมินโครงการพัฒนาแอปพลิเคชันหิรัญพุด เพื่อส่งเสริมช่องทางการขายสินค้าออนไลน์และทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการร้านอาหารในบริเวณชุมชนรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- การละเล่นของเด็ก: วิวัฒนาการของการละเล่นและภาพสะท้อนความผูกพันระหว่างแม่กับลูกในผลงานศิลปะระชามิท
- การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นผ่านละครสร้างสรรค์
- การวิจัยแนวคิดสัมพันธภาพกับภาพประกอบตัวละครในพงศาวดารสามก๊ก เพื่อสร้างผลงานศิลปะจัดวางเครื่องเคลือบร่วมสมัย: กรณีศึกษา “คำสาบานในสวนทิว”
- การวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรมในดารุสชาลามของหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน
- การพัฒนาแบบฝึกการอ่านจับใจความสำคัญภาษาไทยสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง
- ความตระหนักทางจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อมต่อการจัดการขยะมูลฝอยของประชาชนในเทศบาลพระประแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
- ความตั้งใจที่จะประกอบการเพื่อสังคม: กรณีนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
- เทศกาลตรุษจีน: กลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของสถาบันขงจื้อในประเทศไทย
- มังกร: สัญลักษณ์และความเชื่อในสินค้าของเพชขายสินค้า Shopee และ Lazada
- “สุขสันต์วันตาย” ความไม่สุภาพในข้อความแสดงความคิดเห็นในสถานการณ์วันคล้ายวันเกิดทางเฟซบุ๊ก
- การสร้างสัญญาในวัฒนธรรมบริโภคไทยของสังคมไทยจากแคมเปญโฆษณารูปกลืนโลกทอดสูตรผู้พันของเคเอฟซี



คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา



BANSOMDEJ
CHAO PRAYA
RAJABHAT UNIVERSITY



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

เลขที่ 1061 ถนนอิสรภาพ ซอยอิสรภาพ 15

แขวงหิรัญบุรี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

โทรศัพท์: 02-473-7000 ต่อ 2073 และ 081-657-4023

อีเมล: husocjournal@bsru.ac.th

เว็บไซต์: <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jhusocbru/>