

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
Chiang Mai Rajabhat University

ISSN 1686-7467 (Print)
ISSN 2651-141X (Online)

พินนศวรสาร

ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2569

CMRU

CMRU

GANESHA JOURNAL

พินนศวรสาร

Vol. 22 No. 1 January – June 2026



พินเนศวรสาร

วารสารสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ข้อมูลวารสาร¹

ชื่อวารสาร	(ภาษาไทย) พินเนศวรสาร (ภาษาอังกฤษ) Ganesha Journal
ISSN	1686-7467 (Print)
ISSN	2651-141X (Online)
หน่วยงานเจ้าของวารสาร	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
บรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ วงศ์ทิพย์
สถานที่ติดต่อ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 202 ถ.ช้างเผือก ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300
โทรศัพท์	09-7970-4563
เว็บไซต์ของวารสาร	https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

วัตถุประสงค์

พินเนศวรสาร ตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในสาขาภาษาและภาษาศาสตร์ วรรณกรรม และทฤษฎีวรรณกรรม รวมถึงการพัฒนาสังคม เพื่อก่อให้เกิดข้อค้นพบและประเด็นใหม่ในสาขาวิชานั้น ๆ และความก้าวหน้าทางวิชาการอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ

ขอบเขตการตีพิมพ์ของวารสาร

ภาษาและภาษาศาสตร์ วรรณกรรมและทฤษฎีวรรณกรรม และวัฒนธรรมสาขาต่าง ๆ อาทิ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ดนตรีและศิลปะ ประเพณี การท่องเที่ยว อาหาร เป็นต้น

กำหนดออก

พินเนศวรสารมีกำหนดออกเป็นราย 6 เดือน (2 ฉบับ/ปี) ดังนี้
ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน) และฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม)

¹ วารสารพินเนศวรสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ได้ผ่านการพิจารณาและรับรองคุณภาพวารสารให้อยู่ในฐานข้อมูล Thai-Journal Citation Index (TCI)

กลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

วิธีการส่งบทความ

ส่งต้นฉบับบทความในรูปแบบไฟล์เวิร์ด (Microsoft Word) ผ่านระบบจัดการวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (ThaiJo) ที่ Website: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan> พร้อมทั้งส่งแบบนำส่งบทความเพื่อตีพิมพ์และหนังสือรับรองก่อนการตีพิมพ์ตามที่วารสารกำหนด และหลักฐานการโอนค่าธรรมเนียมการพิจารณาบทความทางอีเมล pikanatesan@gmail.com และส่งเอกสารฉบับจริงทางไปรษณีย์

หมายเหตุ นักศึกษาที่ส่งบทความวิจัยที่เป็นผลงานจากวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ จะต้องให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ ลงนามรับรองในแบบฟอร์มนำส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ด้วย

ค่าธรรมเนียมการพิจารณาบทความก่อนตีพิมพ์ในวารสาร

3,500 บาท / เรื่อง

โดยชำระค่าธรรมเนียมหลังจากบทความผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการวารสารก่อนส่งผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

วิธีการชำระค่าธรรมเนียม

ชำระผ่านธนาคาร ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (กองทุนบัณฑิตวิทยาลัย) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เลขที่บัญชี 821-289065-5 ประเภทบัญชี ออมทรัพย์

นโยบาย

บทความที่นำมาตีพิมพ์ กองบรรณาธิการจะตรวจสอบเป็นขั้นแรก แล้วจัดให้มีคณะกรรมการกลั่นกรองบทความ (Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน โดยใช้ระบบผู้ทรงคุณวุฒิไม่ทราบชื่อผู้นิพนธ์และผู้นิพนธ์ไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double-blind Peer Review) จากหลากหลายสถาบัน และประเมินบทความตามเกณฑ์และแบบฟอร์มที่กำหนด ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการพิจารณาบทความประมาณ 90 วัน นับจากวันที่บทความได้แก้ไขตามคำแนะนำของกองบรรณาธิการก่อนที่จะส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (Reviewer) พิจารณา ผู้นิพนธ์ต้องแก้ไขบทความตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ และบทความอาจถูกดัดแปลง แก้ไขคำ สำนวน และรูปแบบการนำเสนอตามที่กองบรรณาธิการเห็นสมควร ภายหลังจากการพิจารณาบทความเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะส่งหนังสือตอบรับการตีพิมพ์เผยแพร่ให้แก่ผู้นิพนธ์ บทความที่ผู้ทรงคุณวุฒิมากกว่าหนึ่งท่านพิจารณาแล้วเห็นว่าไม่สมควรตีพิมพ์เผยแพร่ กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้นิพนธ์ทราบแต่จะไม่ส่งต้นฉบับคืนและผู้นิพนธ์จะไม่ได้รับเงินคืนไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งนี้ ผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นสิ้นสุด

เนื้อหาของแต่ละบทความเป็นทัศนะของผู้นิพนธ์ ซึ่งกองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี มณีโกศล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ โชติเดชานรงค์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ วงศ์ทิพย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์สนธิ สัตโยภาส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริพรรณนิชา ปัญจจริยะกุล

อาจารย์ ดร.ภัททนาวรรณ ฉันทรัตนโยธิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์รจนกร แบ่งทิศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ

ศาสตราจารย์ ดร.จรัส สุวรรณมาลา

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา วิชญาปกรณ์

รองศาสตราจารย์ ดร.ชลธิชา บำรุงรักษ์

รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา แก้วคัลณา

รองศาสตราจารย์ ดร.พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต

รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณนะ หนูหมื่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยรังสิต ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยนเรศวร ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยบูรพา ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
ประเทศไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก ปัญญาสิงห์

รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ ภู่วิภาดาวรรณ

รองศาสตราจารย์ ดร.สรบุศย์ รุ่งโรจน์สุวรรณ

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริณา จิตต์จรัส

รองศาสตราจารย์นราวัลย์ พูลพิพัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติมา กาวิระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุติมา แสงเงิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล กาญจนวงศ์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประเทศไทย (ข้าราชการเกษียณ)

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยศิลปากร ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประเทศไทย (ข้าราชการเกษียณ)

มหาวิทยาลัยพะเยา ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยมหิดล ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประเทศไทย

กองจัดการวารสาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ จินะเจริญ

นางวิไลพัทธ์ จริงโธสง

นายณัฐวัฒน์ ไรจนวุฒิธรรม

นางสาวกมลรัตน์ เชื้อเลื่อน้อย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย



Ganesha Journal

Vol. 22 No. 1 January – June 2026

Journal Information

Name	(In Thai) พินเนศวรสาร (In English) Ganesha Journal
ISSN	1686-7467 (print)
ISSN	2651-141X (online)
Affiliation	Graduate School, Chiang Mai Rajabhat University
Editor-in-chief	Assistant Professor Dr. Kittipong Wongtip
Contact	Graduate School, Chiang Mai Rajabhat University 202 Chang Puak Rd., Chang Puak, Muang, Chiang Mai, 50300
Tel.	+669 7970 4563
Email:	phikanatesan@gmail.com
Website	https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan

Publisher

Graduate School, Chiang Mai Rajabhat University

Objective:

Ganesha Journal publishes research articles and academic articles in the fields of humanities and social sciences, specifically in language and linguistics, literature, and literary theory, as well as societal development. The goal is to generate discoveries and new perspectives within these academic disciplines, contributing to the advancement of knowledge and benefiting the country's development.

Journal Scope:

The journal covers the areas of language and linguistics, literature and literary theory, and societal development.

Publication Policy:

Submitted articles undergo initial screening by the editorial board, followed by a peer-review process involving three reviewers in the relevant field from various institutions. The double-blind peer-review process

ensures anonymity for both authors and reviewers. The evaluation is based on predefined criteria and forms. The entire review process takes approximately 90 days from the date the article is edited according to the recommendations of the editorial team before the article is sent to reviewers for consideration. Authors are required to address reviewers' comments, and the article may undergo modifications as deemed appropriate by the editorial board. Accepted articles will receive a letter of acceptance for publication. If multiple reviewers find an article unsuitable for publication, the editorial board will inform the author without returning the original manuscript, and no refund will be provided. The decision of the editorial board is final.

Publication Schedule:

Ganesha Journal is issued biannually, with two editions per year. The first edition (January – June) is scheduled for release in the last week of June, while the second edition (July – December) is set to be released in the last week of December.

Submission Process:

Authors are required to submit their original manuscripts in Microsoft Word format through the electronic journal management system (ThaiJo) available at the website: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan>. Additionally, authors should submit the manuscript submission form, the certification of publication form, and evidence of payment of Article Processing Fees: via email to phikanatesan@gmail.com. The hard copy of the documents should be sent by postal mail.

Note for Students:

Students submitting research articles derived from theses or independent research must provide a signed certification from their thesis or research advisor using the submission form for article consideration.

Article Processing Fees:

The Article Processing Fees: for each article is 3,500 Thai Baht.

The payment is made after the article has been preliminarily reviewed by the journal. After that, the article will be reviewed by the experts.

Payment Method:

Payment should be made to the bank account of Chiang Mai Rajabhat University (Graduate School Fund) at Siam Commercial Bank, Chiang Mai Rajabhat University Branch, Account No. 821-289065-5, Savings Account.

Content Approval:

The content of each article represents the author's perspective, and the editorial board may not necessarily endorse it.

Consultants

Associate Professor Dr. Chatree Maneekosol	President of Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Assistant Professor Dr. Kittisak Chotikadachanarong	Dean of Graduate School, Chiang Mai Rajabhat University, Thailand

Editor in Chief

Assistant Professor Dr. Kittipong Wongtip	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
---	--

Assistant Editor

Associate Professor Sanit Sattayopat	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Assistant Professor Dr. Sirinnicha Puchaariyakun	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Dr. Phatthanawan Chanrattanayothin	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Assistant Professor Rojanakorn Baengthit	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand

Editorial Board

Emeritus Professor Dr. Manat Suwan	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Professor Dr. Charas Suwanmala	Rangsit University, Thailand
Associate Professor Dr. Kanchana Witchayapakorn	Naresuan University, Thailand
Associate Professor Dr. Cholticha Bamroongraks	Thammasat University, Thailand
Associate Professor Dr. Nittaya Kaewkallana	Thammasat University, Thailand
Associate Professor Dr. Pongsatean Luengalongkot	Burapha University, Thailand
Associate Professor Dr. Wanna Numun	Prince of Songkla University, Thailand
Associate Professor Dr. Somnuek Panyasing	Khon Kaen University, Thailand
Associate Professor Dr. Somsak Phuvipadawat	Chiang Mai University, Thailand, Retired
Associate Professor Dr. Sorabud Rungrojsuwan	Mae Fah Luang University, Thailand
Associate Professor Dr. Sirina Jitcharat	Silpakorn University, Thailand
Associate Professor Narawan Poonpipat	Chiang Mai University, Thailand (Retired)
Assistant Professor Dr. Chittima Kaweera	University of Phayao, Thailand
Assistant Professor Dr. Shutima Saeng-ngern	Mahidol University, Thailand, Retired
Assistant Professor Dr. Paisarn Kanchanawong	Maejo University, Thailand

Editorial Manager

Assistant Professor Dr. Saran Cheenacharoen	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Mrs. Wilaipug Jringthaisong	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Mr. Natthawat Rojchanawutthitum	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Ms. Kamonrat Chuesuanoi	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand

บทบรรณาธิการ

วารสารพินเศศวรสารฉบับนี้เป็นปีที่ 22 ฉบับที่ 1 ซึ่งได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รอบที่ 5 พ.ศ. 2568–2572 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2568 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2572 จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในสาขาภาษาและภาษาศาสตร์ วรรณกรรมและทฤษฎีวรรณกรรม และวัฒนธรรมสาขาต่าง ๆ อาทิ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ดนตรีและศิลปะ ประเพณี การท่องเที่ยว อาหาร เป็นต้น บทความทั้งหมดในวารสารได้รับการพิจารณากลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Reviewer) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากหลากหลายสถาบัน จำนวน 3 ท่าน เพื่อให้เป็นบทความที่มีคุณภาพทางวิชาการและเป็นการรักษาคุณภาพมาตรฐานของวารสารสู่การเป็นวารสารที่อยู่ในระดับนานาชาติหรือระดับที่สูงขึ้นต่อไป หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารพินเศศวรสารฉบับนี้จะให้ประโยชน์แก่ผู้อ่านทั้งด้านความรู้จากศาสตร์แขนงต่าง ๆ และด้านการต่อยอดองค์ความรู้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ วงศ์ทิพย์
บรรณาธิการวารสารพินเศศวรสาร

สารบัญ

บทความวิจัย

พื้นที่และตัวตนของคนชายขอบ: การวิเคราะห์ตัวละครในนวนิยาย เรื่อง วิมานหนาม ตามแนวคิดจิตวิเคราะห์เชิงสังคม ขวัญชนก นัยเจริญ	GJ-22-1-R01
โครงการการเล่าเรื่องและความหมายของโรคความจำเสื่อมในนวนิยายรักของไทย สุภาวดี เพชรเกตุ	GJ-22-1-R02
การศึกษาปริศนาเจตนาเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง ผลงานเขียนโดย ChatGPT กับผลงานเขียนของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 กนกทิภา ซาพิมล และ ปาจารย์ หน้วยจันทิก	GJ-22-1-R03
ภาษาและวัฒนธรรมจากการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” สำหรับผู้เรียนชาวจีน ที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ Tao Liu, นิธิอร พรอำไพสกุล และ สุภัค มหาวรรการ	GJ-22-1-R04
แนวคิดในนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา ขั้นพื้นฐาน อังคณา เครือคำ และ ปาริชาติ โปธิ	GJ-22-1-R05
วาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อในซีรีส์ไทย เรื่อง สาธุ เสี่ยวฮุย ลู และ วีรวัฒน์ อินทรพร	GJ-22-1-R06
การวิเคราะห์การใช้โวหารภาพพจน์ของโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าในอินสตาแกรม นันท์วัน คำสุริยา, สุวิชา แสงรุ่งเพชร, พีรเดช คุ่มวงศ์ไทย และ นันทิพร เรืองสวัสดิ์	GJ-22-1-R07
การศึกษาขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ญาณุา ยอดสุวรรณ, สุพิชญา สุขขวัญ, หฤทัย ไชยรักษ์ และ บุญทิศา จันทระเจริญ	GJ-22-1-R08
การวิเคราะห์มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ถึงถึง หวง, สุภัค มหาวรรการ และ นิธิอร พรอำไพสกุล	GJ-22-1-R09
การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี สุวัชร ศิริธรรมะสกุล, สมศรี ชัยวนิชยา, ประภาพร ศศิประพา, สร้อยสุดา สุวรรณะ, สรินทิพย์ ทวีเดช และ เขมจิรา หนองเบ็ด	GJ-22-1-R10
โครงสร้างมิต้องค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก บุรณพิภพ โพธิ์สิงห์, วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์	GJ-22-1-R11
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก วรรณพร บุญญาสฤติย์, พัลลยม สิ้นหน่ง, วณิศา ศิริวรรณสกุล, ญัฐรา เกิดทรัพย์	GJ-22-1-R12

พื้นที่และตัวตนของคนชายขอบ: การวิเคราะห์ตัวละครในนวนิยาย

เรื่อง วิมานหนาม ตามแนวคิดจิตวิเคราะห์เชิงสังคม

SPACE AND MARGINALIZED SELFHOOD: A SOCIOPSYCHOANALYTIC ANALYSIS OF
CHARACTERS IN THE NOVEL *WIMAN NAM*ขวัญชนก นัยจรรย์^{1*}Khwanchanok Naijarun^{1*}¹มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม 156 หมู่ 5 ต.พลายชุมพล อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000 ประเทศไทย¹Pibulsongkram Rajabhat University, 156 M.5, Phlai Chumphon Sub-district, Mueang Phitsanulok District, Phitsanulok Province,
65000, Thailand

*Corresponding author E-mail: nkhwanchanok@psru.ac.th

(Received: Jan 3, 2026; Revised: Jun 27, 2026; Accepted: Jun 30, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์การช่วงชิงพื้นที่และตัวตนของตัวละครชายขอบในนวนิยาย เรื่อง วิมานหนาม บทประพันธ์ของลาติต ภายใต้อำนาจเชิงโครงสร้างทางสังคม และ 2) วิเคราะห์บุคลิกภาพของตัวละครชายขอบที่สัมพันธ์กับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางมนุษยศาสตร์ทำความเข้าใจและตีความตัวบทวรรณกรรม โดยใช้กรอบแนวคิดจิตวิเคราะห์เชิงสังคม ซึ่งบูรณาการแนวคิดมาร์กซิสม์ของคาร์ล มาร์ก และแนวคิดจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ ผลการวิจัยพบว่า 1) การช่วงชิงพื้นที่ของตัวละครปรากฏทั้งพื้นที่ทางกายภาพซึ่งเป็นพื้นที่เชิงอำนาจที่กำหนดตัวตนของตัวละครชายขอบ และพื้นที่ทางสังคมที่ถูกควบคุมโดยโครงสร้างชนชั้น กฎหมาย และค่านิยม ส่งผลให้ตัวละครต้องต่อรองและช่วงชิงพื้นที่ทั้งในเชิงรูปธรรมและนามธรรมอันนำไปสู่ตัวตนที่ไม่มั่นคง และการสั่นไหวเพื่อความอยู่รอดภายใต้เงื่อนไขของความไม่เท่าเทียมในสังคม และ 2) บุคลิกภาพของตัวละครชายขอบถูกหล่อหลอมโดยโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม โดยขัดแย้งกับแรงขับเคลื่อนเพื่อความอยู่รอด อีกทั้งทำหน้าที่ต่อรองกับความเป็นจริงที่ถูกกำกับด้วยอำนาจเชิงโครงสร้างของสังคม ส่วนซูเปอร์อีโกทำหน้าที่เป็นตัวแทนอุดมการณ์ ซึ่งเป็นบรรทัดฐานทางสังคม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความเป็นชายขอบไม่ใช่เพียงสถานะทางสังคมเท่านั้น แต่รวมถึงเป็นประสบการณ์ทางจิตใจที่ถูกผลิตซ้ำผ่านโครงสร้างอำนาจของสังคมที่มีต่อคนชายขอบอย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ: ตัวละครชายขอบ, วิมานหนาม, จิตวิเคราะห์เชิงสังคม, มาร์กซิสม์

ABSTRACT

This research aimed (1) to analyze the contestation over space and selfhood of marginalized characters in *Wiman Nam* under conditions of structural social power, and (2) to examine the formation of marginalized characters' personalities in relation to economic and social structures. The study employed a qualitative research

approach and adopted a humanities-based methodology, focusing on interpretative literary textual analysis. The analytical framework was grounded in Sociopschoanalytic Analysis, integrating Marxist concepts of space derived from the ideas of Karl Marx with Sigmund Freud's psychoanalytic theory. The findings revealed that (1) the contestation over space among the characters was manifested in both physical space, which functioned as a site of power determining the selfhood of marginalized characters, and social space, which was regulated by class structure, legal systems, and social values. These conditions compelled the characters to negotiate and struggle over space in both tangible and intangible forms, resulting in unstable and fluid selfhood shaped by the need for survival under conditions of social inequality. (2) The personalities of marginalized characters were formed under the influence of economic and social structures: the Id was driven primarily by survival instincts, the Ego functioned as a mechanism that negotiated with realities governed by structural social power, and the Superego operated as a representation of ideology embodied in social norms and values. Overall, the findings demonstrated that marginalization was not merely a social status but a psychological experience that was systematically reproduced through structures of social power.

KEYWORDS: Marginalized Characters, Wiman Nam, Sociopschoanalytic Analysis, Marxism

บทนำ

พื้นที่ไม่ใช่เพียงเขตแดนทางภูมิศาสตร์ แต่พื้นที่เป็นอาณาเขตของการมีตัวตนและการได้รับการยอมรับในสังคม ดังนั้นพื้นที่ในความหมายเชิงสังคมจึงเป็นผลผลิตของความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่กำหนดมนุษย์อย่างไม่เท่าเทียม เมื่อบุคคลถูกทำให้กลายเป็นอื่นจากพื้นที่ทางสังคมทำให้เขารู้สึกไร้ตัวตน ซึ่งในความหมายนี้การไม่มีพื้นที่ไม่ได้หมายถึงการขาดทรัพยากรทางกายภาพ แต่รวมถึงการไม่มีพื้นที่ในสังคมด้วย เมื่อไม่มีพื้นที่ทำให้คนชายขอบต้องสร้างตัวตนที่ลื่นไหลเพื่อความอยู่รอดภายใต้โครงสร้างสังคมที่พวกเขาอาศัยอยู่

โครงสร้างทางเศรษฐกิจสังคมและความสัมพันธ์ทางชนชั้นมีส่วนสำคัญในการกำหนดตัวตนและความเป็นปัจเจกของบุคคลโดยมาร์กซิสต์กำหนดลักษณะของสังคมทุนนิยมออกเป็น 2 ส่วน คือ โครงสร้างส่วนล่าง (Base) ได้แก่ วิธีการผลิต (Mode of Production) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ พลังการผลิต (แรงงานและเครื่องมือในการผลิต) และความสัมพันธ์ในการผลิต (ทุนและที่ดิน) โครงสร้างส่วนบน (Super Structure) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความคิด ปรัชญา ค่านิยม อุดมการณ์ และกฎหมาย (Chantavanich, 2022) ความเป็นชายขอบจึงเป็นผลจากการจัดวางตำแหน่งของมนุษย์ในระบบการผลิตและการครอบครองทรัพยากรอย่างไม่เท่าเทียม ซึ่งวรรณกรรมในฐานะผลผลิตทางวัฒนธรรมสามารถสะท้อนการทำงานของโครงสร้างดังกล่าวได้ ดังที่สุรเดช โชติอุดมพันธ์ (Chotiudompant, 2024, p. 296) กล่าวว่า “บทบาทหน้าที่ของวรรณกรรมเป็นการนำเสนอภาพของชนชั้นต่าง ๆ อย่างเป็นจริง โดยชี้ให้เห็นการคัดค้านของค่านิยมของแต่ละชนชั้นในการพยายามสถาปนาอุดมการณ์ของตนให้เป็นสากล” สรุปได้ว่าโครงสร้างทางสังคมแบบมาร์กซิสต์เป็นการวิเคราะห์โครงสร้างในระดับภายนอกของสังคม แต่ผู้วิจัยมีความเห็นว่ามนุษย์ในสังคมมีความเป็นปัจเจก ตัวตน และถูกหล่อหลอมบุคลิกภาพส่วนหนึ่งจากสังคม รวมถึงสิ่งแวดล้อมด้วย ดังนั้นการวิเคราะห์บุคลิกภาพของตัวละครเชิงโครงสร้างภายนอกอย่างเดียวจึงอาจไม่ครอบคลุม ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ ตัวตน และโครงสร้างบุคลิกภาพของตัวละครผ่านกรอบจิตวิเคราะห์เชิงสังคมที่บูรณาการแนวคิดทางสังคมของคาร์ล มาร์กและแนวคิดจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ เพื่อทำความเข้าใจความเป็นชายขอบในฐานะผลผลิตของอำนาจเชิงโครงสร้างให้เป็นองค์รวม

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยให้นิยามว่า ตัวตน เป็นภาวะความเป็นบุคคลที่เกิดจากการรับรู้และให้ความหมายต่อตนเอง อันก่อรูปขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างแรงขับภายในของมนุษย์กับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และอำนาจที่แวดล้อมอยู่ โดยตัวตนไม่ใช่สิ่งคงที่ แต่เป็นผลของการต่อรอง ปรับเปลี่ยน และสร้างขึ้นอย่างต่อเนื่องภายใต้บริบทการดำรงอยู่ของบุคคลในสังคม ดังนั้น การศึกษาตัวตนของคนชายขอบจึงไม่อาจพิจารณาเฉพาะปัจจัยภายในหรือปัจจัยภายนอกเพียงด้านใดด้านหนึ่ง แต่ต้องพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางจิตกับโครงสร้างทางสังคมร่วมกัน ซึ่งแนวคิดจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) อธิบายโครงสร้างทางจิตว่าประกอบด้วยอิด (Id) อีโก้ (Ego) และ ซูเปอร์อีโก้ (Superego) โดยกล่าวถึงกลไกทางจิตว่าอิดเป็นพลังไร้ระเบียบและเต็มไปด้วยอารมณ์ความรู้สึก เป็นพื้นที่แห่งสัญชาตญาณอีโก้เป็นส่วนของจิตที่เป็นตัวแทนจิตสำนึก ใช้เหตุผล สามัญสำนึก และความสามารถที่จะชะลอการตอบสนองสิ่งเร้าภายนอกหรือแรงผลักดันจากสัญชาตญาณภายในซูเปอร์อีโก้เป็นผลผลิตของการวางเงื่อนไขซ้ำ ๆ จากการถูกตำหนิและข้อห้ามของสังคมอีโก้ดำรงอยู่ยากท่ามกลางโครงสร้างทั้งสองส่วน คือ อิด และซูเปอร์อีโก้ ดังนั้นอีโก้จึงต้องพยายามสร้างความสมดุลผ่านกลไกการป้องกันตัวรูปแบบต่าง ๆ (Storr, 2019) ซึ่งเมื่อพิจารณาร่วมกับแนวคิดมาร์กซิสต์ จะเห็นว่าโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และอุดมการณ์ส่งผลต่อมนุษย์ทั้งในระดับภายนอก กระทั่งแทรกซึมเข้าสู่กระบวนการทางจิตจนมีส่วนในการก่อรูปบุคลิกภาพ ความปรารถนา และการรับรู้ตนเองของบุคคล

วรรณกรรมเป็นพื้นที่สำคัญที่สะท้อนให้เห็นกระบวนการก่อรูปตัวตนของมนุษย์ภายใต้เงื่อนไขทางสังคม และแนวคิดจิตวิเคราะห์สามารถนำมาพิจารณาวรรณกรรมได้ดังที่สุเรช โชติอุดมพันธ์ (Chotiudompant, 2024, p. 310) อธิบายว่า การวิจารณ์แนวคิดจิตวิเคราะห์ทำให้ผู้อ่านเห็นถึงความหลากหลายและความซับซ้อนของความหมายในวรรณกรรม การประยุกต์ใช้ทฤษฎีจิตวิเคราะห์อาจทำให้ผู้วิจารณ์มองเห็นถึงความสลับซับซ้อนของความเป็นมนุษย์ในตัวละครและทำความเข้าใจตัวละครในมุมมองที่แตกต่างไป

นวนิยายเรื่องวิมานหนามมีลักษณะเด่นในการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างการช่วงชิงพื้นที่ การดำรงอยู่ของคนชายขอบ และการก่อรูปตัวตนของตัวละครภายใต้เงื่อนไขทางสังคมที่ไม่เท่าเทียม กล่าวคือ นวนิยายเรื่องวิมานหนาม ของ ลาติด (Ladid, 2025) ตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อ เดือนตุลาคม พุทธศักราช 2568 นำเสนอเรื่องราวการต่อสู้กับชะตากรรม ความหวัง ความสิ้นหวัง การสูญเสีย และการแย่งชิงของตัวละครชายขอบ คือ เสก ทองคำ และโหม่ ผู้ประพันธ์สร้างปมเรื่องให้เสกประสบอุบัติเหตุเสียชีวิต จึงก่อเกิดเรื่องราวต่าง ๆ ที่นำไปสู่การช่วงชิงอำนาจทั้งกรรมสิทธิ์ของที่ดินสวนทุเรียนซึ่งเป็นชื่อของเสก แม้ว่าเสกเป็นเจ้าของที่ดินตามกฎหมายและเป็นแรงงานสำคัญในการทำเกษตรบนที่ดิน แต่ผู้ไถ่ถอนจำนองที่ดินของเสกและหาเงินลงทุนทำเกษตรทั้งหมด คือ ทองคำ ชายหนุ่มที่เป็นเมียของเสก การแย่งชิงกรรมสิทธิ์ในพื้นที่หัวใจของเสกระหว่างทองคำกับโหม่ สาวเชื้อสายไทใหญ่ซึ่งเป็นเมียไร้สถานะที่เสกผูกมัดไว้ให้ดูแลแม่ของเขา เรื่องนี้จึงมีความโดดเด่นที่การช่วงชิงพื้นที่และการสร้างตัวตนเพื่อดำรงอยู่ของกลุ่มชายขอบ คือ ชายขอบทางชาติพันธุ์ ชายขอบทางสังคม และชายขอบทางด้านเศรษฐกิจ ตัวละครชายขอบจากนวนิยาย เรื่อง วิมานหนามเผชิญการกดทับทั้งในระดับพื้นที่ที่เป็นรูปธรรมและพื้นที่ที่เป็นนามธรรมจนก่อรูปเป็นบุคลิกภาพเชิงเงื่อนไข ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ตัวตนและโครงสร้างจิตใจของตัวละครผ่านกรอบจิตวิเคราะห์เชิงสังคมแบบมาร์กซิสต์เพื่อทำความเข้าใจความเป็นชายขอบในฐานะผลผลิตของอำนาจเชิงโครงสร้างอย่างเป็นองค์รวม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์การช่วงชิงพื้นที่และตัวตนของตัวละครชายขอบในนวนิยาย เรื่อง วิมานหนาม ภายใต้อำนาจเชิงโครงสร้างทางสังคม
2. เพื่อวิเคราะห์บุคลิกภาพของตัวละครชายขอบที่สัมพันธ์กับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ ร่วมกับแนวคิดทางสังคมแบบมาร์กซิสต์ เนื่องจากแนวคิดของมาร์กซิสต์ชี้ให้เห็นว่า วรรณกรรมสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ในยุคสมัยที่วรรณกรรมนั้น ๆ กำเนิดขึ้นมา สถาบันต่าง ๆ ที่ดำรงอยู่ในสังคมไม่ว่าจะเป็นระบบการปกครอง กฎหมาย ศาสนา ครอบครัว การศึกษา ศิลปะ หรือวรรณกรรม เมื่อวิเคราะห์ลึกลงไปจะมีพื้นฐานอยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นในกระบวนการผลิตทางเศรษฐกิจทั้งสิ้น ความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นเปรียบเสมือนโครงสร้างส่วนล่างที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดสถาบันต่าง ๆ อันเป็นโครงสร้างส่วนบนและเป็นเครื่องยึดโยงอุดมการณ์ที่ประกอบด้วยคติความเชื่อ ค่านิยม ที่อยู่ในจิตสำนึกของผู้คน ดังนั้นวรรณกรรมจึงเป็นผลผลิตของสังคมที่มีตำแหน่งอยู่ในโครงสร้างส่วนบน เคียงข้างกับการเมือง ศาสนา การศึกษา ซึ่งแนบแน่นกับอุดมการณ์ซึ่งเกิดจากโครงสร้างส่วนล่างนพพณ ประชากุล (Prachakul, 2009) ในขณะที่แนวคิดแบบมาร์กซิสต์เน้นความสำคัญของปัจจัยสังคมภายนอกเป็นตัวกำหนดการ แสดงออกของมนุษย์ (Osborn, 2022, p. 140) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ เน้นความสำคัญของปัจจัย ภายในบุคคล เช่น ความต้องการและการต่อสู้เพื่อความอยู่รอดภายในเป็นแรงผลักดันในการกระทำของบุคคล ซึ่งซูเปอร์อีโก์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ เปรียบเสมือนอำนาจภายนอกมีบทบาทสำคัญในการควบคุมชีวิตมนุษย์ (Osborn, 2022, p. 146) ซึ่งซิกมันด์ ฟรอยด์ อธิบายโครงสร้างบุคลิกภาพของมนุษย์ว่าประกอบไปด้วยพลังสามประการ คือ อิด เป็นพลังที่ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิดซึ่งรวมถึงสัญชาตญาณด้วยอีโก์เป็นพลังแห่งการรู้และเข้าใจ การรับรู้ข้อเท็จจริง การใช้เหตุผล การดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายและการแสวงหาวิธีการเพื่อตอบสนองอิด ส่วนซูเปอร์อีโก์เป็นพลัง ที่เกิดจากการเรียนรู้ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งเกี่ยวกับค่านิยมต่าง ๆ เช่น ความดี ความชั่ว มโนธรรม ความยุติธรรม (Kaewkangwan, 2018, pp. 20–21) จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า แนวคิดมาร์กซิสต์มีความสัมพันธ์กับแนวคิด จิตวิเคราะห์ทั้งในระดับโครงสร้างส่วนฐานและโครงสร้างส่วนบน ซึ่งมีบทบาทต่อการก่อรูปแรงขับ บุคลิกภาพ และ ตัวตนของมนุษย์

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์มาพิจารณาร่วมกับแนวคิดมาร์กซิสต์ โดยมองว่า แรงขับภายในของมนุษย์ไม่ได้อยู่อย่างอิสระจากสังคม แต่ถูกหล่อหลอมจากเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และ อุดมการณ์ที่บุคคลดำรงอยู่ ภายใต้กรอบจิตวิเคราะห์เชิงสังคมนี้ อิดสามารถพิจารณาได้ในฐานะแรงขับพื้นฐาน เพื่อการดำรงชีวิตและการผลิตซ้ำชีวิตของมนุษย์ซึ่งสัมพันธ์กับเงื่อนไขทางวัตถุและโครงสร้างส่วนฐาน (Base Structure) ขณะที่อีโก์ทำหน้าที่เป็นกลไกในการต่อรองระหว่างความต้องการภายในกับข้อจำกัดทางสังคม ส่วนซูเปอร์อีโก์เป็นผล จากการซึมซับค่านิยม กฎเกณฑ์ และอุดมการณ์ที่สังคมผลิตขึ้นผ่านโครงสร้างส่วนบน (Superstructure) จึงอาจกล่าว ได้ว่าบุคลิกภาพและตัวตนของมนุษย์เป็นผลจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางจิตกับโครงสร้างทางสังคมที่ทำงาน ร่วมกันอย่างไม่อาจแยกออกจากกันได้ กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ โครงสร้างส่วนฐานไม่ใช่แค่ระบบการผลิตทางเศรษฐกิจ แต่เป็นเงื่อนไขที่หล่อหลอมแรงขับพื้นฐานของมนุษย์ ขณะที่โครงสร้างส่วนบนทำหน้าที่กำกับสังคมจากภายนอกและ ยังแทรกซึมเข้าสู่จิตใจมนุษย์ในรูปของค่านิยม อุดมการณ์ และบรรทัดฐานทางสังคม จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของ ซูเปอร์อีโก์ ดังนั้นบุคลิกภาพของมนุษย์จึงสามารถพิจารณาได้ในฐานะผลผลิตของความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง ทางสังคมกับโครงสร้างทางจิตที่ทำงานร่วมกันอย่างเป็นพลวัต

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางมนุษยศาสตร์ทำความเข้าใจและ ตีความตัวละครชายขอบในนวนิยาย เรื่อง วิมานหนาม

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นวนิยาย เรื่อง วิมานหนาม บทประพันธ์ของ ลาติด จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์ Biblio ปีพุทธศักราช 2568

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวรรณกรรมตามแนวคิดจิตวิเคราะห์ และแนวคิดของคาร์ล มาร์กซ และนำแนวคิดดังกล่าวมาสังเคราะห์ร่วมกันเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เรียกว่า การวิจารณ์แนวจิตวิเคราะห์เชิงสังคม (Sociopsychanalytic Analysis)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาตัวบทเพื่อจำแนกประเภทตัวละครเอกที่เกี่ยวข้องกับกรอบของการวิจัย เป็นตัวละครจำนวน 3 ตัว ได้แก่ เสก ทองคำ และโหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ตัวละครตามแนวคิดจิตวิเคราะห์เชิงสังคมที่สังเคราะห์ขึ้น และนำเสนอผลการวิจัยในด้าน

1) การช่วงชิงพื้นที่และตัวตนของตัวละครชายขอบในนวนิยาย เรื่อง วิมานหนาม ภายใต้อำนาจเชิงโครงสร้างทางสังคม และ 2) วิเคราะห์บุคลิกภาพของตัวละครชายขอบที่สัมพันธ์กับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยโดยใช้การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ตัวละครชายขอบในนวนิยาย เรื่อง วิมานหนาม มีการช่วงชิงพื้นที่และพยายามสร้างตัวตนในสังคมโดยมีบุคลิกภาพที่สัมพันธ์กับโครงสร้างทางเศรษฐกิจของสังคม ดังนี้

1. การช่วงชิงพื้นที่และตัวตนของตัวละครชายขอบในนวนิยาย เรื่อง วิมานหนาม ภายใต้อำนาจเชิงโครงสร้างทางสังคม

ผลการวิเคราะห์การช่วงชิงพื้นที่และตัวตนของตัวละครชายขอบในนวนิยาย เรื่อง วิมานหนาม ภายใต้อำนาจเชิงโครงสร้างทางสังคม จำนวน 3 ตัว ได้แก่ เสก ทองคำ และโหม่ พบอำนาจเชิงโครงสร้างทางสังคมปรากฏผ่านความคิดและพฤติกรรมของตัวละคร ดังนี้

ตัวละคร “เสก” เสกสรร บุญคำสือ ชายหนุ่มฐานะยากจน ชาวอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นตัวละครผู้กุมอำนาจสูงสุด เสกเริ่มต้นจากการใช้แรงงานเป็นทุนในการหาเงินเพื่อส่งเสียเลี้ยงดูแม่ที่พิการ เขาใช้คำว่ารักและเพศสัมพันธ์ในการสร้างพื้นที่และตัวตนของตนเองให้อยู่รอด กล่าวคือ การใช้คำว่ารักและเพศสัมพันธ์ผูกมัดโหม่สาวชาวไทใหญ่ให้เป็นผู้ดูแลแม่ในช่วงเวลาที่เขาไปทำงาน ดังข้อความ

“อยู่ด้วยกันเถอะ อยู่มีความสุขด้วยกัน ... รักโหม่นะ”

“แค่นั้น...แคร์รัก แคร์คำสั้น ๆ ที่พี่ไม่เคยพูด แต่ก็มาพูดเอาเดี๋ยวนั้น และไอ้คำนั้นล่ะที่ผูกขาใส่แอกฉันไว้กับแม่สะเรียง กับดอกกะหล่ำ และกับพี่ที่ไม่เคยพูดถึงฉันด้วยสถานะเมีย” (Ladid, 2025, p. 30)

และใช้คำว่ารักและเพศสัมพันธ์กับทองคำ ชายหนุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) เพื่อสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจและตัวตนใหม่ในฐานะเจ้าของธุรกิจ

“วันที่มีงี้ออกดอกทุเรียนมาขอแต่งงาน ภูถึงแปลกใจ ภูก็มองดอกไม้สีขาวในมือที่มีแต่ผลของมิ่งปะติดปะต่อเรื่องราวที่ภูไม่เคยคิดฝันนี้ ความปริ่มปัดจึงเกิดขึ้นพร้อมน้ำตา “ทุเรียนดอกแรกของเรา แต่งงานกันนะ” คำพูดและเสียงมิ่งไม่เคยจางหายไปจากใจ ภูพยักหน้า คำตอบหายไปกับก้อนสะอื้นวินาทีนั้น ภูคิดไม่ออกจริง ๆ ว่าจะมีคนรักที่ดีไปกว่ามิ่งได้อย่างไร” (Ladid, 2025, pp. 40–41)

เมื่อพิจารณามิติของโครงสร้างทางสังคมเห็นได้ว่า เสกใช้ตนเองเป็นทุนในการสร้างตัวตนบนพื้นที่ใหม่ โดยใช้แรงขับทางเพศเป็นกลยุทธ์ในการแสวงหาพื้นที่ยอมรับ ใช้ความสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงทรัพยากร คือ เงินทุนกับการผูกขาดแรงงาน และสร้างฐานอำนาจ แม้ต้องมีการสั่นไหวของเพศสถานะที่ทำให้เขากลายเป็นไบเซ็กชวล (Bisexual) ที่มีรสนิยมทางเพศที่สนใจ ดึงดูดใจได้มากกว่าหนึ่งเพศ ไม่มีความเป็นตัวตนที่ตายตัวนั้น แต่การสั่นไหวของเพศสถานะดังกล่าวก็เป็นผลผลิตของการต่อรองกับโครงสร้างอำนาจเพื่อสร้างพื้นที่และตัวตนให้กับเขาได้ ดังคำพูดของจิงนะที่กล่าวถึงพฤติกรรมของเสกว่า “เมื่อผู้ชายก็มีแรงช่วยกันหาเงิน เมื่อผู้หญิงก็เอาไว้อุ้มแม่โขง ตาสว่างเออะ” (Ladid, 2025, p. 144) เห็นได้ว่า เสกใช้ความรักต่อรองเพื่อตัดวงจรทรัพย์สินจากทองคำ มาเป็นรากฐานทรัพยากรในการประกอบอาชีพ ในฐานะหุ้นส่วนธุรกิจและหุ้นส่วนชีวิต

หากเปรียบเทียบตัวละคร “เสก” เป็นผู้มีอำนาจสูงสุด ผู้ที่อยู่ภายใต้อำนาจ ก็คือ ตัวละครเอกชายขอบ 2 ตัว ซึ่งมีลักษณะเป็นชายขอบทางชาติพันธุ์ คือ โหม่ ตัวละครเอกหญิงเป็นชาวไทใหญ่ที่ข้ามแดนมาจากอีกฝั่ง มีฐานะยากจน จึงต้องใช้ตัวเองเป็นทุนในการสร้างตัวตนในพื้นที่ใหม่ และความเป็นชายขอบทางสังคมด้านเพศสภาพ คือ ทองคำ ตัวละครเอกชาย เป็นกลุ่มชายรักชายที่ไม่ได้รับการคุ้มครองและสวัสดิการคุ้มครองตามกฎหมาย เห็นได้ว่า ตัวละครชายขอบถูกจำกัดพื้นที่ทางสังคมด้วยอุดมการณ์โครงสร้างส่วนบน คือ ขนบธรรมเนียมการสมรสชายหญิงเท่านั้น จึงจะมีสิทธิ์ตามกฎหมาย ดังข้อความ

“คุณต้องเข้าใจก่อนว่าในทางกฎหมายคุณกับผู้ตายก็เหมือนเป็นเพื่อนกัน... ต้องรู้กฎหมายไว้บ้าง นะคุณ มรดกเมีย มันจะตกไปเป็นของเมียอันดับแรก ตามด้วยลูก – ซึ่งในกรณีนี้ ไม่มีทั้งคู่ ก็ไปตามอันดับ สามคือพ่อแม่เขา แปลว่าไอ้ที่ดินผืนนี้ มันก็เป็นของแม่เขาโดยอัตโนมัติเลย” (Ladid, 2025, p. 81)

ระบบครอบครัวที่ผู้ชายเป็นหัวหน้าครอบครัว มีหน้าที่ต้องดูแลเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัว และการเมืองแบบอนุรักษนิยม นอกจากนี้ตัวละครทั้ง 3 ตัวมีความเป็นชายขอบร่วมกัน คือ ชายขอบทางเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากฐานะที่ยากจนบนโครงสร้างสังคมส่วนฐานที่ต้องใช้แรงงานเป็นทุนในการแสวงหาทรัพยากรเพื่อดำรงชีพ ซึ่งตัวละครเสกได้ต่อรองพื้นที่ผ่านการสร้างตัวตน ได้แก่ การใช้แรงขับทางเพศเป็นกลยุทธ์แสวงหาพื้นที่ยอมรับ การพรางตัวตนโดยพรางตัวกับสังคมว่า ความรักแบบผู้ชายรักผู้ชายไม่เป็นที่ยอมรับจึงต้องอำพรางว่าเป็นเพื่อน พรางตัวตนเพื่อปิดเบือนความจริงที่อาจขัดต่อผลประโยชน์โดยอำพรางว่า ผู้หญิงที่มีเพศสัมพันธ์ด้วยว่าเป็นน้องสาว และใช้ความสัมพันธ์เชิงชู้สาวเพื่อเข้าถึงทรัพยากรและสร้างฐานอำนาจ

จากโครงเรื่องนำเสนอการช่วงชิงพื้นที่ทั้งพื้นที่เป็นรูปธรรม (ที่ดิน) และพื้นที่นามธรรม คือพื้นที่ของความรู้สึกและความเป็นเจ้าของ จึงทำให้ตัวละครเกิดสภาวะพื้นที่สั่นไหว (Fluid Space) ที่ไม่มีตัวตนที่ตายตัว พฤติกรรมของตัวละครที่แสดงออกต่อสิ่งเร้าและสถานการณ์คับขันจึงเป็นผลผลิตของการต่อรองกับโครงสร้างอำนาจ ซึ่งแสดงให้เห็นความสัมพันธ์แบบไม่เท่าเทียมระหว่างอำนาจเชิงโครงสร้างกับพื้นที่เชิงตัวตน ดังนี้

ตัวละคร “ทองคำ” แม้ทองคำจะช่วงชิงพื้นที่ในหัวใจของเสกมาได้ เห็นได้จากตอนที่เสกไปบอกเลิกกับโหม่ เพื่อจะอยู่กับทองคำอย่างเปิดเผย “เลิกกันนะ โหม่ ... พี่ทั้งฉันไปอยู่กับไอ้ทองคำ ไอ้จิงนะมันก็รู้ มันรู้แล้วยังจะมาขอให้ฉันใจดีให้บ้านให้ที่ไอ้ทองคำมันอาศัย ถามจริงเออะพี่ จะไม่ให้ฉันเจ็บใจได้ยังไง” (Ladid, 2025, pp. 225 – 227)

ทองคำลงทุนลงแรงทำมาหากินเพื่อสร้างฐานะที่ดีขึ้นร่วมกับเสก บนความหวังว่า “ผมแค่อยากสบาย อยากทำงานที่มีกินมีใช้ไปเรื่อย ๆ ไม่ลำบาก – แค่นั้นเลย” (Ladid, 2025, p. 17) เมื่อเสกเสียชีวิตลง ทองคำต้องไร้ซึ่งกรรมสิทธิ์และต้นทุนที่เป็นของตนเอง เนื่องจากกฎหมายไม่คุ้มครองคู่สมรสชายรักชาย จากโครงสร้างทางสังคมคู่รักที่ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณีจึงทำให้ทองคำสิ้นเนื้อประดาตัว ไม่มีสิทธิ์ในพื้นที่ของตัวเอง ทั้งพื้นที่ในตัวของเสกและพื้นที่กรรมสิทธิ์ที่ดินสวนทุเรียน

ทองคำเป็นตัวละครชายขอบที่มีรสนิยมความรักแบบชายรักชาย จึงต้องเผชิญกับการจำกัดพื้นที่ทางสังคมจากอุดมการณ์โครงสร้างส่วนบนของมาร์กซิสต์ ซึ่งสถาปนาความสัมพันธ์แบบชายหญิงเป็นบรรทัดฐานทางสังคมที่ชอบธรรมและได้รับการคุ้มครองทางกฎหมาย เห็นได้จากกรณีของตัวละครทองคำซึ่งใช้เงินทุนและแรงงานทั้งหมดในการสร้างสวนทุเรียนในที่ดินของเสก ที่เขาเชื่อว่าเป็นสามีคู่ชีวิต “ผมเป็นคนออกเงินนะ ที่ดินนี้ผมก็เป็นคนไถ่คืนมาเอง ผมจ่ายทั้งต้นทั้งดอกครบเองคนเดียว แล้วบ้านหลังนี้ผมก็ขายบ้านที่เชียงใหม่เพื่อเอาเงินมาทำนะ” (Ladid, 2025, p. 85) ทองคำเป็นนายทุนที่ใช้เงินทุนเพื่อต่อกรในพื้นที่การยอมรับในครอบครัวและสร้างสถานะความเป็นเจ้าของในพื้นที่ชนบท แต่เมื่อคู่ชีวิตเสียชีวิต เขากลับถูกครอบครัวฝ่ายชายยึดทรัพย์สินทั้งหมดด้วยเหตุผลทางกฎหมายที่ไม่รองรับความสัมพันธ์ของเพศเดียวกัน

“ที่นี่ทั้งหมดมันก็ของของเสกนี่...ของของลูกก็ถือว่าเป็นของของแม่อยู่แล้วนะ ... ใครจะตกลงกันยังไงแม่ไม่รู้หรอกนะ แต่ที่แม่รู้คือที่ดินนี้ พ่อไอ้เสกยกให้มัน พ่อไอ้เสกมันไป กฎหมายก็บอกว่ามันเป็นของแม่ – แม่ก็เชื่อแบบนั้น” (Ladid, 2025, pp. 84–85)

และ

“พิพากษายกฟ้อง ...พี่เสก หนูจะได้ชนะกับเขาสักยกไหมวะ ขอดี ๆ ูกี้แพ้ว – เล่นสงครามประสาท ูกี้แพ้ว – ฟ้องศาล ูกี้ยังเลือกแพ่ตั้งแต่ยังไม่ทันได้เริ่ม เขาว่า หลักฐานของกูอ่อนจนฟ้องไม่ได้” (Ladid, 2025, p. 100)

ตัวละครจึงไม่สามารถเรียกร้องสิทธิของตนได้และต้องยอมจำนนต่อสถานการณ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นอกจากไม่สามารถเรียกร้องสิทธิหรือต้นทุนที่ตัวเองลงทุนไปได้ทั้งหมดกลับคืนมาแล้ว ทองคำยังถูกลบหลู่ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์จนต้องศิโรราบต่อชะตากรรมด้วยการถูกไหม้ช่วงชิงทั้งเงินทองและที่ดินซึ่งเป็นน้ำพักน้ำแรงของเสก และทองคำจนหมดสิ้น ดังข้อความ

“สินสอดวันนี้ เจ้าบ่าวมีเงินสดกว่าล้านบาท เป็นเงินจากน้ำพักน้ำแรง...” -- แรงกู้นี้กูทำมาห้าหกปี ที่ทั้งคู่ทำสวนมาด้วยกันจนวันนี้”

กุมองกองแบงก์พันในพานสีทอง ข้างกันมีอีกพานที่ใส่โฉนดที่ดิน ูกูว่ากูน่าจะโกรธมากกว่านี้นะ แต่แรงจะกรอกตามองบนกูยังไม่มีเลย กูรู้สึกซาบซึ้งใจที่ตัวเองเหมือนว่าใจกูมันตันไปแล้ว แผนกูแม่งพังยับไม่เป็นท่า กูไม่เหลืออะไรเลย จะบ้าน จะที่ดิน ไม่มีเศษซากความหวังให้กูคิดหาทางต่อไปได้ – พายุลูกนี้พัดไอ้ทองคำของมึงออกจากสวนไปได้อย่างถอนรากถอนโคนจริง ๆ” (Ladid, 2025, p. 210)

เหตุการณ์ดังกล่าวสะท้อนว่า ความเป็นชายขอบของตัวละครไม่ได้เกิดจากตัวตนส่วนบุคคลเท่านั้น แต่ยังเป็นผลจากการทำงานของโครงสร้างส่วนบน โดยเฉพาะเรื่องของกฎหมาย ค่านิยมความรักต่างเพศ (Heteronormative) และระบบครอบครัวที่ผลิตซ้ำบรรทัดฐานว่า ความสัมพันธ์ที่ชอบธรรมต้องเป็นความสัมพันธ์ชายหญิงเท่านั้น ส่งผลให้

ตัวละครไร้พื้นที่ทั้งในเชิงนิติกรรม เชิงเศรษฐกิจ และเชิงอัตลักษณ์ กลายเป็นผู้ไร้เสียงในกระบวนการต่อรองเชิงสังคมอย่างสมบูรณ์

ตัวละคร “โหม” ตัวละครที่มีความเป็นชายขอบทางชาติพันธุ์และชายขอบทางเศรษฐกิจ จนทำให้ต้องเร่ร่อนมาสร้างพื้นที่ใหม่ในฐานะผู้ดูแลแม่ แม่ของเสก ด้วยฐานะที่ยากจนและขาดเครือข่ายทางสังคมเนื่องจากเป็นคนพลัดถิ่น โหมจึงใช้ทุนทางร่างกายและแรงงานในการต่อรองพื้นที่อยู่อาศัย ดังข้อความ

“ไอ้เด็กโง่ใหญ่จากฝั่งกระนูนอย่างฉันนะหรือที่จะดีพอสำหรับลูกชายคนเดียวอย่างพี่ – ไม่มีทาง แต่ถึงอย่างนั้นฉันก็พอใจนะ คนอย่างฉันมันจะไปหวังอะไรได้สูงนักละ พี่ดูแลฉัน ให้เงินฉัน... กระทั่งแม่แท้ ๆ ก็ยังทิ้งไป ฉันมีแค่พี่ แล้วฉันจะรักใครได้นอกจากพี่” (Ladid, 2025, p. 29)

โหมยอมตกเป็นเบี้ยล่างของสัมพันธเชิงชู้สาวเพื่อยืนยันสิทธิ์ผ่านความเป็นคนในบ้าน หรือสร้างภาพให้เห็นถึงความเป็นครอบครัว ดังข้อความ

“ฉันมีเพียงคำพูดของพี่ คำสัญญาว่าเรา – ทั้งพี่ แม่เสก และฉันจะสบาย ก็จริงที่ว่าความสุขสบายในอนาคตนั่นเป็นเชื้อไฟให้ความหวัง ฉันอยู่ด้วยความหวังในอก อุดหนุนในทุกวันเพื่อรอให้พี่กลับมาพร้อมเงินพร้อมข่าวดีว่าเราจะได้ทำบ้านใหม่กัน ฉันรอพี่บอกว่าจะกลับมาอยู่ด้วยกัน” (Ladid, 2025, pp. 49–50)

สะท้อนค่านิยมของสังคมซึ่งเป็นโครงสร้างส่วนบนในรูปแบบค่านิยมชายเป็นใหญ่ และการถูกจำกัดพื้นที่ทางสังคมด้วยอุดมการณ์โครงสร้างส่วนบน คือ ระบบครอบครัวที่สะกิดผู้หญิงต้องดูแลบิดามารดา ขณะที่ผู้นำครอบครัวต้องเป็นผู้ชายมีหน้าที่ส่งเสียเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัว

“ชีวิตต่อจากนั้นของฉันก็เฝ้าอยู่แต่ในบ้านพี่ เป็นมือเป็นตีนให้แม่พี่ เช็ดขี้เช็ดเยี่ยวดูแลแล้วรอให้พี่กลับมาพร้อมเงินที่ฉันไม่มีปัญหาหาเอง แล้วเงินที่พี่หามาฉันพอไหมนะหรือ – พี่ก็รู้อะไรไม่เลย ” (Ladid, 2025, p. 27)

จะเห็นได้ว่า โหมพยายามช่วงชิงพื้นที่และสร้างตัวตนในฐานะคนพลัดถิ่นของตนให้มีบทบาทในสังคมใหม่โดยใช้ทุนทางร่างกายและแรงงานเพื่อต่อรองพื้นที่ผ่านกลยุทธ์เชิงตัวตน คือ การใช้แรงขับทางเพศเป็นกลยุทธ์แสวงหาพื้นที่ยอมรับ ได้แก่ การเป็นภรรยาแบบลับ ๆ ของเสก เพื่อแลกกับที่อยู่ สถานะ และความมั่นคงในการดำรงชีวิต และการใช้ความสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงทรัพยากรและสร้างฐานอำนาจ โดยโหมหวังว่าผลของการภรรยาของเสก การดูแลแม่เสกแม่ของสามีจะทำให้โหมมีที่อยู่ มีทรัพย์สินสมบัติ และมีความมั่นคงทางชีวิตและทรัพย์สิน

เมื่อเสกเสียชีวิตทำให้โหมสูญเสียสถานะและพื้นที่ของความมั่นคง ทำให้เกิดสภาวะพื้นที่สั่นไหว (Fluid Space) ที่เปลี่ยนแปลงตัวตน เพื่อต่อรองกับโครงสร้างอำนาจและสร้างความมั่นคงผ่านการแต่งงานกับชายซึ่งเป็นข้าราชการ เพื่อสร้างความมั่นคงในพื้นที่และฝากตัวตนไว้ได้สวัสดิการของรัฐ ดังความตอนที่โหมพบกับตัง

“มันชื่อตัง หน้าตาธรรมดาที่หล่อกว่ามันเยอะ แต่มันเด่นเพราะใส่ชุดข้าราชการโก้กว่าใคร ... ฉันไม่ได้ชอบมันขนาดนั้นหรอก แต่ทำไมได้ล่ะ มันเป็นถึงข้าราชการเลยนะ ฉันก็ต้องมีแผนสำรองไว้เหมือนกัน ถ้าจับพลัดจับผลูไม่ได้อะไรเลย อย่างน้อยไปเป็นเมียมันก็ยังดี จะได้มีหน้ามีตา มีสวัสดิการไว้ใช้ ฉันคิดแค่นั้นล่ะ” (Ladid, 2025, pp. 188–189)

และ

“ถ้าแม่แสงยังอยู่ต้องภูมิใจในตัวมึงแน่ไหมเอ๋ย ได้ลูกเขยเป็นข้าราชการ คงเดินไปไหนก็ไม่อายใคร เมียไปหาหมอก็ก็น่าไม่ต้องจ่ายสักบาท แก่ไปก็มีเงินบำนาญใช้ไปจนตาย” (Ladid, 2025, pp. 210–211)

สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นโครงสร้างทางสังคมชายเป็นใหญ่และค่านิยมการรับข้าราชการคือความมั่นคง โดยไม่ต้องการความสัมพันธ์ด้วยทรัพย์สิน คือ สอนทุเรียนพร้อมผลผลิตเพื่อสร้างตัวตนใหม่ว่าเป็นเจ้าของสวนผู้อื่นจะกิน

“ที่ดิน บ้าน ผัว – คนไร้वासอย่างฉันทกลายเป็นอย่างได้ทั้งหมดนั้นมาโดยไม่ต้องเลือก จากอิโหมที่ไม่มีความรู้จก กลายเป็นคุณนายสวนทุเรียนที่มีผัวเป็นข้าราชการ” (Ladid, 2025, p. 205)

เหตุการณ์ดังกล่าวสะท้อนว่า ความเป็นชายขอบของตัวละครเกิดจากตัวตนส่วนบุคคลที่เป็นชนกลุ่มน้อย และผลจากการทำงานของโครงสร้างส่วนบน โดยเฉพาะกฎหมายเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกับวิถีคิดและการแสดงพฤติกรรม เช่น ผู้ที่จะได้รับสิทธิทางกฎหมายต้องเป็นเครือญาติ หากเป็นคู่สมรสต้องมีทะเบียนสมรส ซึ่งจากเรื่องโหมช่วงชิงพื้นที่ความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินโดยใช้ช่องทางกฎหมาย เธอบีบบังคับให้แม่แสงยอมรับเป็นลูกบุญธรรมและยกทรัพย์สินให้ตามกฎหมาย ภายใต้การให้คำปรึกษาของต่าง ชายข้าราชการ ดังข้อความ

“ฉันหยิบกระดาดขึ้นมามาวางไว้บนฝ่ามือก่อนจะยัดปากกาใส่มือแม่พี่ เมื่อขอกันดี ๆ ไม่ได้ก็บังคับมันอย่างนั้นละ เราเื่อย่อย่งกันไปมาอยู่เป็นนาที่ก่อนจะจบลงด้วยแผล ... กระดาดยาสูบมีร่องรอยปากกา หูฉันอื้ออื้อจนเหมือนว่าเสียงร้องของแม่พี่นั้นดังมาจากที่ไกลแสนไกล ฉันก็ลงไปหยิบกระดาดแผ่นนั้นขึ้นมา มันทั้งเปื้อนเศษดินและยับยู่ยี้ แต่สิ่งที่แม่พี่เขียนไว้นั้นชัดเจน” (Ladid, 2025, p. 203)

จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่า พื้นที่และตัวตนของตัวละครชายขอบในนวนิยาย เรื่อง วิมานหนาม ไม่ได้ถูกกำหนดด้วยความเป็นอัตวิสัยของบุคคลเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลผลิตจากการต่อรองกับโครงสร้างของสังคมที่ครอบงำชีวิตในระดับเศรษฐกิจ กฎหมาย ชาติพันธุ์ และบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม ดังนั้นความพยายามช่วงชิงพื้นที่ของตัวละครจึงนำไปสู่การเกิดตัวตนที่สั่นไหวและไม่มั่นคง ซึ่งสะท้อนความเป็นชายขอบเชิงโครงสร้างอย่างชัดเจน ภายใต้บริบทดังกล่าวสภาวะการขาดพื้นที่ทางสังคมและอำนาจต่อรองไม่เพียงส่งผลเพียงต่อสถานะเชิงรูปธรรมของตัวละคร แต่ยังเป็นแรงกดดันทางจิตใจที่มีผลต่อการพัฒนาตัวตน ความคิด และพฤติกรรมของตัวละครในระดับส่วนบุคคล การทำงานของพื้นที่เชิงโครงสร้างจึงเชื่อมโยงกับพื้นที่เชิงจิตวิทยาอย่างแยกไม่ออก และเป็นเงื่อนไขสำคัญที่นำไปสู่การสร้างบุคลิกภาพแบบชายขอบของตัวละครด้วย

2. บุคลิกภาพของตัวละครชายขอบที่สัมพันธ์กับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม

แนวคิดจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ แสดงให้เห็นว่าซูเปอร์อีโกมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างส่วนบนตามแนวคิดของมาร์กซิสต์ที่โครงสร้างส่วนบน เช่น กฎหมาย การเมือง วัฒนธรรม ค่านิยม ฯลฯ ถูกกำหนดโดยผู้มีอำนาจมีส่วนสำคัญในการกำหนดความเป็นชนชั้นและสร้างความไม่เท่าเทียมระหว่างกลุ่มคน ส่วน Id เป็นพลังพื้นฐานอันเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่มุ่งมั่นแสวงหาการตอบสนองความต้องการทางกายภาพและความมั่นคงในชีวิต สอดคล้องกับโครงสร้างสังคมในระดับฐานที่อธิบายเรื่องของการผลิตและกระบวนการผลิต แรงงานและนายทุน จากการวิเคราะห์บุคลิกภาพของ ตัวละครชายขอบที่สัมพันธ์กับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม อธิบายได้ดังนี้

ตัวละคร “เสก” เดิมเป็นหัวหน้าคนงานในสวนทุเรียน มีภาระต้องเลี้ยงดูแม่ที่พิการและโหมหญิงสาวที่คอยดูแลแม่ให้ระหว่างที่เขาไม่อยู่ เสกเป็นชนชั้นแรงงานมีฐานะยากจน มีทุนเป็นแรงงานและที่ดินติดจวนของ

เมื่อทองคำเสนอเงินให้แลกได้เลื่อนระดับเป็นเจ้าของกิจการสวนทุเรียนบนที่ดินของตนเอง เสกจึงได้มีความสัมพันธ์ทางเพศกับทองคำและช่วยกันทำมาหากินเรื่อยมา ขณะเดียวกันเสกก็ต้องการคนที่ดูแลแม่ซึ่งพิการ จึงสร้างความสัมพันธ์เชิงชู้สาวเพื่อผูกมัดให้ใหม่ดูแลแม่ระหว่างที่ตนไปทำงาน สร้างฐานะ จากภูมิหลังและพฤติกรรมของเสกสามารถนำมาวิเคราะห์โครงสร้างบุคลิกภาพพบว่า เสกมีการต่อรองระหว่างแรงขับภายในที่มุ่งสู่ความอยู่รอด (Lift Instinct) กับโครงสร้างสังคมส่วนฐานที่จำกัดให้ชนชั้นล่างต้องดิ้นรน เสกใช้ร่างกายและแรงงานเป็นทุนตั้งต้น ด้วยต้องต่อสู้ดิ้นรนเพื่อความอยู่รอดก็จึงต้องออกแบบกลยุทธ์ในการใช้แรงขับทางเพศเป็นอำนาจต่อรองเพื่อเข้าถึงทรัพยากรทั้งที่ดินและแรงงานของผู้อื่น อธิบายตามโครงสร้างบุคลิกภาพพบว่า พลังยึดของเสกทำงานอย่างเข้มข้นโดยเฉพาะแรงขับทางเพศ (Libido) ถูกนำมาใช้ในเชิงกลยุทธ์เป็นแรงขับเพื่ออยู่รอด มากกว่าผลักดันด้วยอารมณ์ซึ่งเป็นแรงขับเพื่อความสุข เห็นได้จากการใช้เสกสร้างความสัมพันธ์กับทั้งใหม่และทองคำในฐานะพื้นที่ของทรัพยากรอารมณ์ และเศรษฐกิจ เป็นการใช้อีรอส (Eros) เพื่อรักษาชีวิตให้อยู่ในระบบเศรษฐกิจที่ไม่มีหลักทรัพยากรรองรับ และฐานะเจ้าของกิจการ

เมื่อพลังอีโก้ของเสกเต็มไปด้วยผลประโยชน์ ดังนั้นทุกการตัดสินใจจึงมีเหตุผลที่สัมพันธ์กับความเป็นจริงเชิงทรัพย์สินและพื้นที่ทางสังคม อีกทั้งความเป็นชายขอบทางเศรษฐกิจในฐานะแรงงานเมื่อเขาได้ขึ้นมาเป็นเจ้าของกิจการจึงกลัวว่า หากสูญเสียพื้นที่ทางเศรษฐกิจไปแล้ว ชีวิตจะไม่เหลืออะไรให้ยึดมั่น พฤติกรรมทับซ้อนทางความสัมพันธ์จึงไม่ใช่สัญชาตญาณ แต่เป็นการที่อีโก้ปกป้องยึดเพื่อรักษาพื้นที่ตัวตนให้มั่นคง ซูเปอร์อีโก้ซึ่งเกิดจากค่านิยมครอบครัวยาวเป็นใหญ่และกฎจารีตการสมรสต่างเพศ ทำให้เสกต้องพรางตัวไม่เปิดเผยสถานะความสัมพันธ์กับทองคำ เพราะซูเปอร์อีโก้ครอบงำความคิดว่า ผู้ชายต้องเป็นผู้เลี้ยงดูครอบครัว และต้องรักต่างเพศจึงถูกต้องตามครรลองสังคม เสกจึงพยายามรักษาภาพลักษณ์ของตนในสายตาสังคม ผ่านการใช้กลไกป้องกันตัวเองเพื่อกดทับ (Repression) ความสัมพันธ์กับทองคำไว้ในพื้นที่ส่วนตัว และการแสดงปฏิกิริยาแกล้งทำ (Reaction Formation) แสดงความรักกับใหม่เพื่อความอยู่รอด เนื่องจากหากไม่มีใหม่คอยดูแลแม่ จะทำให้เขาเดือดร้อนและกระทบต่องานที่เขาทำ

เห็นได้ว่า เสกมีบุคลิกภาพแบบแบ่งส่วน (Compartmentalized Personality) คือการแยกตัวตนหลายชุดออกจากกันเพื่อความอยู่รอดในบริบทต่าง ๆ นำไปสู่การมีตัวตนที่ลื่นไหลทางเพศแต่ถูกกำกับด้วยโครงสร้างส่วนแบบอนุรักษ์นิยมที่ยอมรับเพียงความสัมพันธ์แบบชายหญิง เสกจึงเป็นตัวละครชายขอบที่ใช้กลยุทธ์ทางอารมณ์เพื่อชดเชยการขาดสิทธิ์เชิงโครงสร้างในระดับสังคม และเป็นภาพแทนของชนชั้นแรงงานที่มีแรงขับเพื่ออยู่รอดในระบบชนชั้น ความเป็นชายขอบด้านเศรษฐกิจ ความแร้นแค้นยากจนฝังอยู่ในจิตใจจึงทำให้เขาต้องทำทุกอย่างเพื่อหาพื้นที่และตัวตนในสังคม

ตัวละคร “ทองคำ” แม้จะมีฐานะปานกลางแต่ก็จัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นแรงงานที่ต้องต่อสู้ดิ้นรนเพื่อหาเลี้ยงชีพ

“ก่อนเจอมึง ภูเคยทำมาหลายอย่าง ภูเริ่มทำงานครั้งแรกตั้งแต่อยู่มัธยมปลาย ตอนนั้นภูอยากได้รถเครื่องคันใหม่ภูเลยไปเป็นเด็กเสิร์ฟอาหาร ... เข้มหา ‘ลัย์’ ก็ไปเป็นเด็กร้านเหล้าอยู่พักหนึ่ง จนตอนเรียนปัสอง ภูถึงได้มาเป็นลูกน้องเฮียเม้ง คอยรับทุเรียนจากสวนมาขายให้แก” (Ladid, 2025, p. 200)

ทองคำขายสมบัติทั้งหมดที่มีเพื่อแปลงสินทรัพย์เป็นทุน มาลงทุนสร้างกิจการสวนทุเรียนกับเสก บนที่ดินของเสก เมื่อเสกเสียชีวิต สมบัติทุกชิ้นของเสก รวมถึงสวนทุเรียนตกไปเป็นกรรมสิทธิ์ของแม่แสง ทองคำสิ้นเนื้อประดาตัวไม่ได้แม้แต่สถานะภรรยาของเสกเนื่องจากกฎหมายไม่รองรับการสมรสเพศเดียวกัน ทองคำยอมศิโรราบต่อชะตาเพราะยิ่งดิ้นรนก็ยิ่งแพ้ ตามแนวคิดฟรอยด์สะท้อนให้เห็นบุคลิกภาพที่เป็นผลจากแรงกดทับของโครงสร้างสังคม

โดยเฉพาะกฎหมาย ค่านิยมรักต่างเพศ และระบบครอบครัวแบบชายเป็นใหญ่ สอดคล้องกับซูเปอร์อีโก้ที่ทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมและความคิดของทองคำอย่างลึกซึ้ง เมื่อวิเคราะห์โครงสร้างทางบุคลิกภาพ พบว่า

พลังยึดทำให้ทองคำมีแรงขับเพื่อปรารถนาความมั่นคงในชีวิตและเศรษฐกิจ ความรักที่มีต่อเสกเป็นเครื่องมือสร้างการอยู่รอด เพื่อให้ตนเองมีพื้นที่ทางสังคมและมีความหวังในอนาคต “กูอยากมีสวน กูอยากสบาย ไม่สบายวันนี้ก็ต้องเป็นวันหน้าสักวัน แล้ววันหน้าสำหรับกู มันมีมึงอยู่ด้วยเสมอ กูถึงชวนมึงมาทำสวนทุเรียนด้วยกัน “ทำของเราเอง ไม่ต้องเป็นลูกจ้างเขาแล้ว พี่ลงแรง ผมลงเงินตกลงนะ” (Ladid, 2025, p. 19) การตัดสินใจลงเงินทุนและแรงงานทั้งหมดให้กับสวนทุเรียน จึงเป็นผลจากอิทธิพลที่ต้องการความปลอดภัยในระยะยาว

ขณะเดียวกันอีโก้ของทองคำทำงานหนักเพื่อปรับตัวเข้ากับความเป็นจริงที่ไม่เอื้ออำนวย เพราะแม้ตนเองจะมีบทบาทเสมือนคู่ชีวิตและผู้สร้างฐานะทางเศรษฐกิจ แต่กฎหมายก็ไม่รองรับสถานะของความสัมพันธ์นี้ ดังข้อความ

“กูไว้วางเสียงดังว่ารัฐมีสิทธิอะไร “ผมเป็นคนออกเงิน เป็นเจ้าของร่วมแต่ดันไม่ได้อะไรเลยอะนะ” แล้วพอกูขึ้น ไอ้ทนายทวงคืนนี่ก็ยกไหล่ “โทษตัวเองเถอะคุณ ทำไมไม่รู้จักวางแผนดี ๆ คุณน่าจะควรจะคุยกันเยอะ ๆ มากกว่าคนอื่นเขา เผลอคิดว่าตัวเองแต่งงานกันได้หรือไง” (Ladid, 2025, p. 81-82)

ความพยายามพิสูจน์ความเป็นเจ้าของพื้นที่ทางเศรษฐกิจผ่านการลงทุนเชิงต้นทุน ทำให้เกิดบุคลิกภาพแบบพึ่งพิงโครงสร้าง (Dependency Personality) คือการผูกตัวตนเข้ากับสถานะของเสกเพื่อยืนยันให้อีโก้สามารถดำรงอยู่รอดได้ภายใต้ระบบกฎหมายที่ไม่เห็นตัวตนของเขา การกระทำเช่นนี้สะท้อนกลไกป้องกันตนเอง (Defense Mechanisms) หลายประการ เช่น การปฏิเสธ (Denial) ไม่ยอมรับว่า ความรักของตนไม่มีสถานะทางกฎหมาย การหาเหตุผลเข้าข้างตนเอง (Rationalization) เชื่อว่าความดีและความทุ่มเทจะทำให้ครอบครัวเสกยอมรับ การเก็บกด (Repression) ไม่พูดถึงความไม่เท่าเทียมแม้จะตระหนักดีในระดับจิตไร้สำนึก ในระดับซูเปอร์อีโก้โครงสร้างสังคมทำงานในฐานะเสียงสั่งสอนที่กดทับทองคำอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกฎหมายการสมรสต่างเพศและค่านิยมว่าความสัมพันธ์ที่ถูกต้องต้องอยู่ในรูปแบบชาย-หญิง ทำให้บุคลิกภาพของทองคำมีลักษณะของการโทษตนเอง” (Self-reproach) และเก็บกด (Repression) เพื่อไม่เผชิญหน้ากับสถานะที่กฎหมายไม่ยอมรับ ความเจ็บปวดที่เกิดขึ้นหลังการเสียชีวิตของเสกจึงไม่ใช่เพียงความโศกเศร้าเชิงอารมณ์ แต่เป็นผลจากการที่ซูเปอร์อีโก้ซึ่งสัมพันธ์กับโครงสร้างส่วนบนของสังคมกำหนดค่านิยม วัฒนธรรม การเมือง และกฎหมาย บังคับให้เขาต้องศิโรราบในความไร้สถานะ ไม่มีสิทธิในชีวิตและทรัพย์สินที่ตัวเองร่วมสร้างมา

บุคลิกภาพของทองคำจึงมิได้เกิดจากความอ่อนแอของปัจเจก แต่เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากการปะทะระหว่างแรงขับเพื่ออยู่รอดกับโครงสร้างอำนาจที่ปฏิเสธตัวตนของเขา ผลลัพธ์คือการหลอมรวมของความเจ็บปวดเชิงจิตใจและความพ่ายแพ้เชิงกฎหมาย ซึ่งตอกย้ำความเป็นชายขอบทั้งในระดับสังคมและจิตวิญญาณ

ตัวละคร “โหม” เด็กสาวชาวไทยใหญ่ที่แม่นำตัวมาไว้กับแม่แสงเพื่อแลกข้าวหนึ่งกระสอบ

“พอถึงฝั่งไทย ไอ่จิงนะน้องฉันมันก็แยกไปก่อน แม่เอามันไปทิ้งไว้กับคนงานตัดต้นไม้ในป่าแลกกับข้าวสารหนึ่งกระสอบ และได้อีกกระสอบในสามวันต่อมาเมื่อแยกฉันให้ป่าแสง ... แล้วก็เป็นอย่างที่เราไม่รู้แม่ไม่เคยเยี่ยมหน้ากลับมาหาฉันอีกเลย” (Ladid, 2025, p. 19)

โหมพยายามดิ้นรนเพื่อสร้างตัวตนในพื้นที่ใหม่ เธอใช้ร่างกายเพื่อให้อยู่รอดในบ้านของเสก

“ฉันไม่รู้ด้วยซ้ำว่าฉันรู้สึกกับพี่แบบไหน ฉันรู้แค่ว่าพี่สำคัญ ฉันกับแม่ต้องพึ่งพาพี่ และบ้านเราคงอยู่กันไม่ได้ถ้าไม่มีพี่” (Ladid, 2025, p. 28)

โหม้เป็นภาพแทนของความเป็นชายขอบทางชาติพันธุ์และเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้บุคลิกภาพของเธอไม่ได้ถูกกำหนดด้วยแรงขับภายในตามธรรมชาติ แต่เป็นผลผลิตของการต่อรองอย่างต่อเนื่องกับโครงสร้างอำนาจที่ครอบงำชีวิต ตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงสถาบันของรัฐ โหม้มีบุคลิกภาพซ้อนชั้นที่เกิดจากการคั่งค้างระหว่าง อิดอีโก์ ซูเปอร์อีโก์ ซึ่งถูกกำกับโดยความเป็นชายขอบในระดับโครงสร้างส่วนบน

พลังจิตที่เป็นแรงขับหลักของโหม้ไม่ใช่การแสวงหาความสุขหรือความรักในอุดมคติ หากเป็นความต้องการพื้นที่ยืนและสิทธิในการอยู่รอด แรงขับทางเพศในกรณีของโหม้จึงไม่ใช่ความรัก แต่เป็นพลังงานที่ถูกทำให้เป็นเครื่องมือสำหรับหาพื้นที่อยู่อาศัย ความมั่นคง และพื้นที่ตัวตน การเป็นภรรยาไร้สถานะของเสกสะท้อนให้เห็นแรงขับที่ถูกบิดเบือนเพื่อตอบสนองความจำเป็นพื้นฐานเพื่อการอยู่รอด มากกว่าความต้องการเชิงรักใคร่แบบหนุ่มสาว อีกทั้งการที่โหม้ยอมสวามิภักดิ์ผู้ดูแลแม่และอยู่ในพื้นที่บ้านของเสกในฐานะเสมือนสะใภ้ หมายความว่า อีโก์ของเธอทำงานตลอดเวลาเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์จริงอีโก์ สิ่งเหล่านี้เป็นกลไกการใช้ต้นทุนของตนเองแม้จะมีต้นทุนน้อยที่สุดในทุกมิติ การเลือกแสดงบทบาทของหญิงเชื่อง การอดทน การรอคอย และการยอมรับสถานะซ้อนเร้น

“พี่บอกว่าถ้าเรามีเงินพอจะสบายกันเมื่อไร พี่จะทิ้งไอ้ทองคำมันทันที พี่ไม่รักมัน – ไม่เคยรักมัน มีแค่ฉันที่เป็นเมียพี่ “อีกหน่อยเราจะมาทำบ้านสวย ๆ ในสวนเล็ก ๆ ไว้อยู่กันนะ รอพี่หน่อยนะโหม้” แล้วฉันจะทำอะไรได้นอกจากรอ” (Ladid, 2025, p. 49)

การตัดสินใจของโหม้เป็นการใช้เหตุผลของอีโก์ต่อรองพื้นที่ทางสังคมเพื่อประโยชน์ของตน โหม้ใช้กลไกป้องกันตัวเอง (Defense Mechanisms) คือ การหาเหตุผลเข้าข้างตนเอง (Rationalization) การหาเหตุผลให้การยอมรับจำนวนกลายเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อกลบเกลื่อนความเจ็บปวด การทำตนให้เหมือน (Identification) เลียนแบบค่านิยมและภาพอุดมคติของหญิงในระบบรัฐ เพื่อพิสูจน์ตนว่าคู่ควรกับการยอมรับ การทดแทน (Displacement) ทุ่มเทแรงงานและร่างกายเพื่อชดเชยการไร้สิทธิ์ตัวตน และการเก็บกด (Repression) การเก็บงำความต้องการที่แท้จริงเพื่อไม่ให้กระทบต่อพื้นที่ที่ตนมีอยู่เพียงเล็กน้อยในบ้านของเสก

ในขณะที่ซูเปอร์อีโก์หรือระบบศีลธรรม-อุดมการณ์ที่สังคมสถาปนาขึ้น ปรากฏผ่านค่านิยมชายเป็นใหญ่ ความเชื่อเรื่องสมรสชายหญิง และอุดมการณ์ว่าภรรยาที่ดีต้องเชื่อฟังผู้เป็นสามี ทั้งหมดนี้ทำหน้าที่เป็นซูเปอร์อีโก์ที่แทรกซึมเข้ามาครอบงำความคิดของโหม้ หลังจากเสกเสียชีวิต การตัดสินใจของโหม้ที่จะแต่งงานกับข้าราชการยิ่งทำให้เห็นการเปลี่ยนผ่านของอีโก์ที่ต้องแสวงหาเส้นทางใหม่ในระบบชนชั้น อีโก์ของเธอเลือกเส้นทางชีวิตที่ตรงกับความคาดหวังของซูเปอร์อีโก์มากขึ้น การแต่งงานกับต่าง หนุ่มข้าราชการไม่ใช่แค่การเลือกคู่ชีวิต แต่เป็นการเลือกสถาบันรัฐเป็นหลักประกันความมั่นคง กล่าวได้ว่า ความรักในกรณีของโหม้ได้ถูกทำให้กลายเป็นทุนทางสังคม (Social Capital) และสัญญาทางสังคม (Social Contract) เพื่อแลกสิทธิในการเข้าถึงสวัสดิการ ความมั่นคง และการยอมรับจากสังคม

โหม้เป็นตัวละครที่แสดงให้เห็นว่า ความเป็นชายขอบนอกจากจะเป็นสถานะภายนอกที่ถูกกดทับลิดรอนสิทธิต่าง ๆ โดยสังคมแล้ว ยังลิดรอนโครงสร้างทางจิตใจจนกลายเป็นบุคลิกภาพที่ต้องดิ้นรน เอาตัวรอด และแลกพื้นที่ชีวิตเพื่อให้มีตัวตนในสังคม โหม้จึงเป็นภาพแทนของมนุษย์ที่ต้องต่อรองกับโครงสร้างผ่านร่างกาย จิตใจ และการเลือกคู่ชีวิต

จากการวิเคราะห์บุคลิกภาพของตัวละครชายขอบทั้ง 3 ตัวด้วยกรอบจิตวิเคราะห์เชิงสังคมของมาร์กซิสม์ ทำให้เห็นว่า บุคลิกภาพของตัวละครไม่ได้ดำรงอยู่ในฐานะโครงสร้างภายในที่เป็นอิสระจากโครงสร้างของสังคม แต่บุคลิกภาพเป็นผลผลิตของการตอบสนองและการต่อรองเชิงโครงสร้างที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตของมนุษย์ พลังอัดอั้น ฟูเปอรอีโก์ ของตัวละครเกิดจากจิตไร้สำนึก และมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างของสังคมที่ครอบงำด้วยชนชั้น กฎหมาย ค่านิยม และอุดมการณ์ที่กำหนดแบบแผนให้มนุษย์ต้องยอมรับปรับตัวเพื่อหาพื้นที่ดำรงอยู่ บุคลิกภาพของตัวละครทั้ง 3 ตัว เกิดขึ้นจากภาวะความเป็นชายขอบซ้ำซ้อนทั้งชายขอบในด้านเศรษฐกิจสังคม เพศภาวะ และชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจและการสร้างตัวตนที่สอดคล้องกับโครงสร้างอำนาจอันเป็นที่ยอมรับของสังคมมากกว่าความต้องการภายในของตนเอง ดังนั้นการขาดพื้นที่ทางสังคมจึงนำไปสู่การเลื่อนไหลของพื้นที่ทางจิตใจทำให้เกิดการเก็บกดสะท้อนการผลิตซ้ำโครงสร้างที่กดทับตัวละครชายขอบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สรุปผลการวิจัย

1. ตัวละครชายขอบต้องดำรงอยู่ในพื้นที่ชีวิตที่ถูกจำกัดด้วยโครงสร้างของสังคม เศรษฐกิจ ชนชั้นกฎหมาย ชาติพันธุ์ และบรรทัดฐานทางเพศภาวะ ทำให้พื้นที่เชิงรูปธรรมและพื้นที่เชิงนามธรรมเป็นทรัพยากรที่ต้องต่อรองอยู่ตลอดเวลา ตัวละครจึงสร้างตัวตนที่สิ้นไหลเพื่อคงพื้นที่การดำรงอยู่ภายใต้โครงสร้างที่ไม่เท่าเทียม สะท้อนสภาวะการผลิตซ้ำความเป็นชายขอบอย่างเป็นระบบในระดับสังคม
2. บุคลิกภาพของตัวละครชายขอบในนวนิยายเรื่อง วิมานหนามเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างแรงขับเคลื่อนภายในของมนุษย์กับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย และอุดมการณ์ที่แวดล้อมอยู่ โดยยึดเป็นแรงขับเคลื่อนออกผ่านความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดและความมั่นคงในชีวิตอีกทั้งทำหน้าที่ปรับตัวและต่อรองกับข้อจำกัดของสังคม ขณะที่ฟูเปอรอีโก์ สะท้อนค่านิยม บรรทัดฐาน และอุดมการณ์ทางสังคมที่ตัวละครได้รับและยึดถือ ส่งผลให้ตัวละครแต่ละตัวมีบุคลิกภาพและการแสดงพฤติกรรมแตกต่างกันไปตามเงื่อนไขทางสังคมที่เผชิญ

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า การช่วงชิงพื้นที่และตัวตนของตัวละครชายขอบภายใต้อำนาจเชิงโครงสร้างทางสังคมแสดงให้เห็นว่า พื้นที่ในนวนิยาย เรื่อง วิมานหนาม ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงพื้นที่ตามฉากทางกายภาพ หากแต่เป็นพื้นที่เชิงอำนาจที่กำหนดการมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนของตัวละครชายขอบอย่างเป็นระบบ กล่าวคือพื้นที่ทางกายภาพ เช่น บ้าน ที่ดิน และทรัพย์สินถูกผูกโยงกับสถานะทางชนชั้นและความชอบธรรมทางกฎหมาย ขณะที่พื้นที่เชิงนามธรรม ได้แก่ ความรัก ความสัมพันธ์ และศักดิ์ศรี ถูกทำให้ไม่มั่นคงและครอบครองไม่ได้ สอดคล้องกับ Zhilan Xu และพัชรินทร์ บุรณะกร (Xu and Buranakorn, 2023) ที่ศึกษาภาพสะท้อนคนชายขอบในนวนิยายไทย พ.ศ. 2540–2565 พบว่า คนชายขอบไม่ได้รับความเท่าเทียมเหมือนคนในท้องถิ่น และเป็นคนชายขอบอยู่ห่างไกลจากศูนย์กลางของสังคมและบริบททางเศรษฐกิจ ด้านสิทธิมนุษยชนคนชายขอบถูกละเมิดสิทธิทางเศรษฐกิจ สิทธิในชีวิตและร่างกาย สิทธิทางการศึกษา สะท้อนให้เห็นการเรียกร้องสิทธิมนุษยชนของคนชายขอบผ่านวรรณกรรมในด้านของสิทธิทางเศรษฐกิจ สิทธิเรื่องสุขภาพ สิทธิในการมีงานทำ การเลือกงานอย่างอิสระ และการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน สิ่งเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า พื้นที่ไม่ใช่สิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ แต่พื้นที่เป็นทรัพยากรที่ถูกควบคุมโดยโครงสร้างอำนาจของสังคม กล่าวได้ว่า พื้นที่เป็นผลผลิตของความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และเป็นสนามต่อรองทางสังคมโดยตัวละครชายขอบในเรื่องต้องต่อรองกับโครงสร้างชนชั้น กฎหมาย และค่านิยมที่จัดวางพวกเขาไว้ในฐานะผู้พึ่งพิงในฐานะผู้ที่อยู่ชายขอบทางสังคม ชายขอบทางชาติพันธุ์ และชายขอบทางเศรษฐกิจ การช่วงชิงพื้นที่จึงไม่ใช่การแสวงหาทรัพย์สิน แต่เป็นการเรียกร้องสิทธิและการมีตัวตน รวมถึงการได้รับการยอมรับจากสังคมของคนชายขอบด้วย สอดคล้องกับมิ่งมนัส

จังหวาร (Changharn, 2017) ที่ศึกษาความเป็นชายขอบและการสร้างความเป็นอื่นของตัวละครในเรื่องสั้นรางวัลนายอินทร์อะวอร์ด ผลการวิจัยประเด็นหนึ่งพบว่า ตัวละครชายขอบทางสังคมเป็นตัวละครที่มีวิถีปฏิบัติต่างไปจากมาตรฐานของสังคมส่วนใหญ่ ชายขอบทางชาติพันธุ์เป็นตัวละครที่ถูกกดทับด้วยอคติทางเชื้อชาติ และชายขอบทางเศรษฐกิจ เป็นตัวละครที่ไม่สามารถสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและไม่สามารถสร้างปัจจัยการผลิตจากตนเองได้ ความเป็นชายขอบจึงเป็นสถานะของการถูกกำหนดตัวตนในมิติสังคมให้เป็นเพียงกลุ่มหรือบุคคลที่ถูกลดคุณค่าของตัวตนที่แท้จริงจากคนกลุ่มใหญ่ในสังคมโดยกระบวนการของอำนาจที่มาจากศูนย์กลาง ทำให้บุคคลแตกต่างไปจากมาตรฐานทางสังคมหรือถูกนิยามในฐานะผู้เป็นอื่นที่มีสถานะต่ำกว่า นอกจากนี้การวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า การขาดพื้นที่นำไปสู่ความไม่มั่นคงและการถูกตีตราจนศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ส่งผลให้ตัวละครจึงไม่อาจยึดโยงตัวตนกับบทบาทใดบทบาทหนึ่งได้อย่างมั่นคง แต่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวตนอย่างต่อเนื่องเพื่อความอยู่รอด สะท้อนให้เห็นว่าตัวตนของคนชายขอบเป็นผลผลิตของเงื่อนไขเชิงโครงสร้างไม่ใช่ผลจากตัวตน สถานะของเขาเพียงลำพัง

ด้านบุคลิกภาพของตัวละครชายขอบที่สัมพันธ์กับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมพบว่า โครงสร้างอำนาจทางสังคมไม่ได้อยู่ในระดับปัจจัยภายนอกของสังคมเท่านั้น แต่ยังอยู่ในโครงสร้างภายในจิตใจของตัวละครชายขอบด้วย โดยปัจจัยเหล่านี้เป็นกระบวนการหล่อหลอมบุคลิกภาพ กล่าวคือพลังยึดของตัวละครถูกขับเคลื่อนด้วยแรงขับเพื่อความอยู่รอดภายใต้ความขาดแคลนมากกว่าการแสวงหาความสุขหรือการเติมเต็มความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ ขณะที่อิโก้ทำหน้าที่เป็นกลไกในการต่อรองกับความเป็นจริงที่ถูกกำกับด้วยชนชั้น กฎหมาย และบรรทัดฐานทางสังคม ส่วนซูเปอร์อีโก้ ของตัวละครทำงานในฐานะตัวแทนอุดมการณ์ทางสังคมที่ฝังลึกสู่จิตสำนึกของผู้คน ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมชายเป็นใหญ่ บรรทัดฐานของสังคมที่กำหนดความสัมพันธ์ความรักแบบชายหญิง รวมถึงการได้เป็นส่วนหนึ่งของรัฐคือความมั่นคงของประชาชน สอดคล้องกับ ดาริณี รอดสวัสดิ์ และคนอื่น ๆ (Rodsawat et al., 2024) ที่วิเคราะห์พฤติกรรมด้านมืดของตัวละครเอกฝ่ายหญิงในนวนิยาย เรื่อง กรงกรรม โดยใช้ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ พบว่าตัวละครหญิงทุกตัวมีภาพลักษณ์เฉพาะตัว ทั้ง 3 ตัวละครให้อึดแรงกระตุ้นมากกว่าอีโก้และซูเปอร์อีโก้ ทำให้พฤติกรรมด้านมืดแสดงออกมาได้อย่างชัดเจนโดยไม่คำนึงถึงความถูกต้อง แต่ในบางพฤติกรรมยังคงคำนึงถึงหลักความเป็นจริงและยังคงยึดมั่นในศีลธรรม จริยธรรม คุณธรรม ทั้ง 3 ตัวละครมักแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างชัดเจน ซึ่งสื่อถึงการดิ้นรนเพื่อเอาตัวรอดในการดำรงชีวิต รักตัวกลัวตาย ใช้คำพูดโกหกหลอกลวง

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าซูเปอร์อีโก้ ไม่ใช่บุคลิกภาพที่ถูกกำหนดโดยตัวตนของบุคคล แต่ซูเปอร์อีโก้เป็นกลไกเชิงโครงสร้างที่ทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมและการตัดสินใจของตัวละคร เห็นได้ชัดว่า บุคลิกภาพของตัวละครชายขอบมีลักษณะเป็นบุคลิกภาพเชิงเงื่อนไขที่ต้องยอมจำนน ปรับตัว หรือใช้กลไกการป้องกันตนเองเพื่อดำรงอยู่ในสังคมภายใต้ความไม่เท่าเทียม สอดคล้องกับแนวคิดของ Osborn (2022) ที่กล่าวว่า ความเคารพเชื่อฟังที่ประชาชนมีต่อรัฐเป็นเรื่องของนิสัย ประเพณี และการยอมรับชนชั้นปกครองทางจิตวิทยามากกว่าจะเป็นการใช้อำนาจทางกำลังมาบีบบังคับ ... อำนาจรัฐที่มีอยู่ได้เนื่องจากได้ส่งสมพลังทางจิตวิทยาส่วนใหญ่มาจากบทบาทของซูเปอร์อีโก้ รัฐจึงจัดเตรียมให้การสนับสนุนจากภายนอกเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ให้เกิดการยอมรับ และเป็นเครื่องถ่ายทอดเจตนารมณ์ของชนชั้นปกครองให้แพร่กระจายไปทั่วทั้งสังคม จึงกล่าวได้ว่า ความเป็นชายขอบไม่ใช่แค่เพียงสถานะทางสังคม แต่เป็นประสบการณ์ทางจิตใจที่ถูกผลิตซ้ำผ่านโครงสร้างเศรษฐกิจสังคม บุคลิกภาพของตัวละครจึงสะท้อนการทำงานระหว่างแรงขับภายในกับอำนาจเชิงโครงสร้างภายนอกอย่างกลมกลืน

พื้นที่และตัวตนของตัวละครชายขอบดำรงอยู่ในความสัมพันธ์ที่เป็นพลวัต ไม่มั่นคง สาเหตุมาจากการขาดพื้นที่ทางสังคมนำไปสู่การหล่อหลอมบุคลิกภาพและการแสดงพฤติกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งบุคลิกภาพที่ถูกหล่อหลอมภายใต้เงื่อนไขของสังคมนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตซ้ำความเป็นชายขอบในระดับสังคม กล่าวได้ว่า อำนาจเชิงโครงสร้างทำงานทั้งในระดับพื้นที่รูปธรรมและพื้นที่นามธรรม ที่รวมไปถึงระดับจิตสำนึกของบุคคลด้วย การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ความเป็นชายขอบที่ปรากฏในนวนิยายเป็นผลจากความไม่เท่าเทียมทางสังคมในระดับภายนอก

ที่ส่งผลต่อโครงสร้างทางจิตใจของมนุษย์ ดังนั้นการอ่านวรรณกรรมโดยใช้กรอบแนวคิดจิตวิเคราะห์เชิงสังคมจึงช่วยเปิดพื้นที่ใหม่ในการอ่านวรรณกรรมร่วมสมัยแบบร้อยสร้างในฐานะพื้นที่ของการทำงานของอำนาจ สังคม ชนชั้น และความไม่เท่าเทียมในสังคม นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่า การสังเคราะห์แนวคิดมาร์กซิสต์ร่วมกับแนวคิดจิตวิเคราะห์สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ ตัวตน และบุคลิกภาพของตัวละครได้อย่างเป็นองค์รวม โดยชี้ให้เห็นว่าความเป็นชายขอบไม่ได้เกิดจากปัจจัยทางสังคมหรือปัจจัยทางจิตเพียงด้านใดด้านหนึ่ง หากเป็นผลจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคมกับโครงสร้างทางจิตที่ทำงานร่วมกันอย่างเป็นพลวัต ข้อค้นพบดังกล่าวจึงแสดงให้เห็นศักยภาพของแนวคิดจิตวิเคราะห์เชิงสังคมในฐานะกรอบการวิจารณ์วรรณกรรมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาวรรณกรรม ตัวละคร หรือความเป็นชายขอบในวรรณกรรมเรื่องอื่นต่อไปได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นกรอบในการอ่านเพื่อวิเคราะห์วิจารณ์วรรณกรรมตามกรอบแนวคิดจิตวิเคราะห์เชิงสังคม ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้กับการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น วิชาวรรณกรรมวิจารณ์ รวมถึงผลการวิจัยสามารถใช้เป็นฐานความรู้ในการอภิปรายประเด็นความเหลื่อมล้ำและการกีดกันทางสังคมผ่านตัวบท ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความเข้าใจเชิงลึกของมนุษยชาติตามศาสตร์มนุษยศาสตร์ รวมถึงส่งเสริมการคิดเชิงวิพากษ์ในระดับอุดมศึกษาและการศึกษาด้านวัฒนธรรมด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการบูรณาการแนวคิดจิตวิเคราะห์เชิงสังคม ไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาวรรณกรรมประเภทอื่น เช่น วรรณกรรมเยาวชน วรรณกรรมการเมือง หรือการตีความสื่อทางวัฒนธรรมรูปแบบอื่นที่นำเสนอความเป็นสังคมร่วมสมัยในประเด็นที่หลากหลาย เช่น ความไม่เท่าเทียม ชนชั้น ความเป็นชายขอบ ซึ่งจะเป็นแนวทางในการต่อยอดองค์ความรู้วรรณกรรมวิจารณ์ในเชิงสหวิทยาการต่อไป

องค์ความรู้ใหม่

พื้นที่และตัวตนของตัวละครชายขอบมีลักษณะเป็นพลวัตและเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และอุดมการณ์ ความเป็นชายขอบไม่ใช่เพียงสถานะทางสังคมที่เกิดจากการขาดพื้นที่หรือการถูกกีดกันจากโครงสร้างอำนาจ แต่ยังส่งผลต่อการก่อรูปบุคลิกภาพ ตัวตน และพฤติกรรมของตัวละครในฐานะปัจเจกด้วย ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า อำนาจเชิงโครงสร้างอยู่ทั้งในพื้นที่รูปธรรมหรือความสัมพันธ์ทางสังคมและพื้นที่นามธรรมในระดับจิตสำนึก ผ่านกระบวนการหล่อหลอมแรงขับ การรับรู้ และการตัดสินใจของมนุษย์ จึงกล่าวได้ว่าโครงสร้างทางสังคมและโครงสร้างทางจิตมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นพลวัตและร่วมกันก่อรูปความเป็นชายขอบของตัวละคร

จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดจิตวิเคราะห์เชิงสังคม (Sociopsychanalytic Analysis) ซึ่งบูรณาการแนวคิดมาร์กซิสต์ร่วมกับแนวคิดจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ ตัวตน บุคลิกภาพ และพฤติกรรมของตัวละครในฐานะผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคมกับโครงสร้างทางจิต ซึ่งกรอบแนวคิดดังกล่าวเป็นแนวทางในการวิจารณ์วรรณกรรมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาตัวละคร ความเป็นชายขอบ รวมถึงประเด็นทางสังคมและการเมืองในวรรณกรรมเรื่องอื่น ตลอดจนพัฒนาต่อยอดเป็นกรอบการเรียนการสอนวรรณกรรมวิจารณ์ในระดับอุดมศึกษาได้

เอกสารอ้างอิง

- Changharn, M. (2017). *The marginality and the otherness of characters in short stories of the Naiin Award* [Master's thesis, Mahasarakham University]. http://khoon.msu.ac.th/_dir/fulltext/fulltextman/full4/mingmanut10989/titlepage.pdf [In Thai]
- Chantavanich, S. (2022). *Sociological theory* (10th ed.). Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Chotiudompant, S. (2024). *Western literary criticism theory from Plato to the early twentieth century*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Kaewkangwan, S. (2018). *Personality psychology theories: Knowing ourselves and others* (17th ed.). Moh–Chao–Ban Publishing. [In Thai]
- Ladid. (2025). *Wiman nam* [The palace of thorns]. Biblio. [In Thai]
- Osborn, R. (2022). *Marxism and psychoanalysis* (Chomphu, Trans.). Sayam Publishing. [In Thai]
- Prachakul, N. (2009). *Yok akson, yon khwam khit (Vol. 1): On literature*. Arn Publishing. [In Thai]
- Rodsawat, D., Samphiphatthanathada, S., Noppawong Na Ayuttaya, P., & Jitkhongkha, Ch. (2024). Analyzing the dark behavior of the female protagonist in the novel Krong Karm. *Journal of MBU Humanities*, 16(1), 1–17. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JoMbuHu/article/view/271016/183526> [In Thai]
- Storr, A. (2019). *Freud* (S. Suphuttamongkol, Trans.). Bookscape. (Original work published 1989). [In Thai]
- Xu, Z., & Buranakorn, P. (2023). Reflections of the marginalized in Thai novels, from 1997 to 2022. *Liberal Arts Review*, 18(2), 145–168. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/larhcu/article/view/266686/181676> [In Thai]

โครงสร้างการเล่าเรื่องและความหมายของโรคความจำเสื่อมในนวนิยายรักของไทย

NARRATIVE STRUCTURE AND MEANING OF AMNESIA IN THAI ROMANCE NOVELS

สุภาวดี เพชรเกต^{1*}Supawadee Petket^{1*}¹มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200 ประเทศไทย¹Chiang Mai University 239 Huay Kaew Rd., Suthep Sub-district, Mueang District, Chiang Mai Province 50200 Thailand

*Corresponding author E-mail: supawadeepk@hotmail.com

(Received: Mar 4, 2025; Revised: Jun 30, 2026; Accepted: Jun 30, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการเล่าเรื่องของนวนิยายและความหมายที่ซ่อนอยู่ของโรคความจำเสื่อมในนวนิยายรักของไทย โดยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) จากนวนิยายที่ตีพิมพ์พร้อมเล่ม จำนวน 28 เรื่อง ซึ่งประยุกต์ใช้แนวคิดโครงสร้างนิทานและแนวคิดเรื่องอุดมการณ์เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่าสามารถจำแนกพฤติกรรมตัวละครได้ทั้งสิ้น 22 พฤติกรรม (พฤติกรรม A-V) และทำให้จำแนกโครงการเล่าเรื่องของนวนิยายได้ 5 รูปแบบ ได้แก่ 1) นวนิยายรักและการตามหาตัวตน 2) นวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกความจำเสื่อม 3) นวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัวละครความจำเสื่อม 4) นวนิยายรักและตัวละครฝาแฝด และ 5) นวนิยายรักและความจำเสื่อมซ้ำซ้อน ในด้านความหมายที่ซ่อนอยู่พบว่า นวนิยายไทยไม่ได้นำเสนอโรคความจำเสื่อมในมิติทางการแพทย์หรือวิทยาศาสตร์ แต่ใช้เป็นกลวิธีทางวรรณศิลป์เพื่อสร้างความขัดแย้ง และมีความหมาย คือ 1) โอกาสในการเริ่มต้นใหม่ 2) บททดสอบรักแท้ 3) กลไกการพิสูจน์เนื้อแท้ และ 4) พื้นที่ปลอดภัย โรคความจำเสื่อมยังทำหน้าที่ลบล้างความสัมพันธ์ที่แตกร้างในอดีตให้กลับมาบริสุทธิ์อีกครั้ง นำไปสู่บทสรุปที่มีความสุข แม้จะเป็นนวนิยายรักที่มุ่งเน้นการสื่ออารมณ์มากกว่าความสมจริงตามหลักวิทยาศาสตร์ แต่อุดมการณ์ที่ปรากฏในนวนิยายเหล่านี้ยังคงดำรงไว้ซึ่งแบบแผนค่านิยมที่ฝังามและการเชิดชูผู้มีเนื้อแท้แห่งความดีที่ได้รับผลตอบแทนที่ดีในตอนท้าย

คำสำคัญ: โรคความจำเสื่อม, โครงสร้างวรรณกรรม, ความหมายของวรรณกรรม, นวนิยายรักของไทย

ABSTRACT

This research aimed to examine the narrative structures and the underlying meanings of amnesia in Thai Romance novels. Using a qualitative approach, the study conducted a textual analysis of 28 novels published in book form, applying Vladimir Propp's narrative structure theory and Louis Althusser's ideology theory as the analytical framework. The findings revealed that character behaviors could be categorized into 22 distinct types (Behaviors A-V), which subsequently led to the classification of five narrative patterns: 1) Romance and the quest for identity; 2) Romance and suspense involving an amnesiac protagonist; 3) Romance and suspense where the protagonist interacted with an amnesiac character; 4) Romance involving twins; and 5) Romance with

complex or recurring amnesia. Regarding the underlying meanings, the study found that Thai novels did not present amnesia through medical or scientific dimensions. Instead, it was employed as a literary device to create conflict, conveying four primary meanings: 1) An opportunity for a new beginning; 2) A test of true love; 3) A mechanism to prove one's inner virtue; and 4) A safe space. Furthermore, amnesia functioned to erase fractured past relationships, restoring them to a state of purity and resulting in a positive resolution. Although these were romance novels that prioritizing emotional appeal over scientific realism, the ideologies present in these works continued to uphold traditional values and honor those with inherent goodness, ensuring they received a rewarding conclusion.

KEYWORDS: Amnesia, Literary Structure, Literary Meaning, Thai Romance Novels

บทนำ

นวนิยายเป็นวรรณกรรมบันเทิงคดีที่ไทยรับอิทธิพลมาจากตะวันตกและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย (Thepsrimuang, 2017, p. 61) สมเกียรติ รัชชัณนี จำแนกประเภทของนวนิยายไว้หลากหลาย อาทิ นวนิยายชีวประวัติ ที่นำชีวิตจริงมาประยุกต์ นวนิยายประวัติศาสตร์ที่ใช้เหตุการณ์อดีตเป็นฉากหลัง และนวนิยายลึกลับเหนือธรรมชาติ ที่เน้นเรื่องราวเหนือจริง (Rakmanee, 2015)

นวนิยายที่ได้รับความนิยมประเภทหนึ่ง คือ นวนิยายรัก หรือนวนิยายพาฝัน เป็นนวนิยายที่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักระหว่างชายและหญิง นวนิยายรักเป็นสิ่งที่เข้ามาเติมเต็มและแต่งแต้มชีวิตให้มีสีสัน บางคนจึงกล่าวว่า หากเมื่อหาความรักที่สวयงามไม่ได้ในชีวิตจริง ก็มาหาความรักเอาจากนิยาย ฉะนั้นไม่ว่ายุคสมัยใดนิยายรักยังคงเป็นเรื่องราวที่ได้รับความนิยมเสมอมาจากการอ่าน เพราะความรักเหมือนน้ำทิพย์หยดหยาดชโลมโลกใบนี้ให้สวयงามและน่าอยู่ (Chanthasok, 2012)

โครงเรื่อง (Plot) ของนวนิยายรักมักเป็น “สูตรสำเร็จ” ที่พบได้บ่อย เช่น ความรักระหว่างศัตรู ความต่างชนชั้น หรือการปลอมตัวเพื่อตามหารักแท้ ซึ่งล้วนมีลักษณะร่วมกัน คือ การดำเนินเรื่องผ่านอุปสรรคเพื่อไปสู่บทสรุปที่ลงตัวและสมหวังในตอนท้าย

นอกจากโครงเรื่องสูตรสำเร็จดังกล่าวมาแล้ว ลักษณะที่พบบ่อยประการหนึ่ง คือ การสร้างตัวละครให้ประสบกับโรคความจำเสื่อม กล่าวคือตัวละครประสบเหตุบางประการทำให้ลืมข้อมูลต่าง ๆ ทั้งข้อมูลของตนเองและข้อมูลรอบตัว แต่ตัวละครยังสามารถใช้ชีวิตประจำวันได้ท่ามกลางโครงเรื่องที่มีความขัดแย้งที่ปรากฏเป็นประจำ คือ ความรักท่ามกลางความขัดแย้ง ความรักต่างชนชั้น การตามหารักแท้ ซึ่งเป็นเรื่องของอุปสรรคภายนอกของตัวละคร แต่ “โรคความจำเสื่อม” เป็นอุปสรรคภายใน (Internal Conflict) ที่ซับซ้อนยิ่งกว่า เนื่องจากตัวละครสูญเสียตัวตนไป (Identity) โรคความจำเสื่อมไม่ได้เป็นเพียงกลวิธีที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างปมขัดแย้งที่ซับซ้อนและเร้าอารมณ์เท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรสำคัญที่ขัดขวางไม่ให้ตัวละครบรรลุความสำเร็จในความรักได้อย่างง่ายดาย

ผู้วิจัยพบว่านวนิยายรักของไทยที่มีตัวละครความจำเสื่อมเป็นจำนวนมากจึงสนใจศึกษานวนิยายที่มีตัวละครความจำเสื่อม โดยประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องโครงสร้างของนิทานของวลาดีมี พรอพพ์ (Vladimir Propp) โครงสร้างของนิทาน คือ สิ่งที่กำหนดความเป็นนิทานแต่ละประเภทซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมหลักของตัวละครที่นำมาเรียงร้อยต่อกันอย่างมีระบบสัมพันธ์กัน (Na Thalang, 2001, p. 1) วลาดีมี พรอพพ์ ได้ศึกษานิทานรัสเซียแล้วพบว่า นิทานรัสเซียจำนวน 100 เรื่อง ดำเนินไปบนโครงสร้างเดียวกัน หมายถึงว่ามีลำดับการดำเนินเรื่องคล้าย ๆ กัน (Choengkhiri, 1999, p. 10) ในการศึกษา นิทาน พรอพพ์ไม่ได้ให้ความสำคัญกับตัวละครที่เปลี่ยนไป แต่ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมหรือการกระทำที่ไม่เปลี่ยนแปลง เขาแสดงให้เห็นว่า นิทานแต่ละเรื่องมีพฤติกรรมที่คล้าย ๆ กัน และมีลำดับที่คล้ายกัน

การนำแนวคิดเรื่องโครงสร้างของนิทานมาประยุกต์ใช้ในการศึกษานวนิยาย อาทิ การศึกษานวนิยายชุด “ลูกเบ็ดขี้เเอร์” ของสำนักพิมพ์แจ่มใส: แบบเรื่องและแนวคิดเรื่องความงามของผู้หญิงในสังคมไทย (Inphayung, 2016) นวนิยายแนวเกมออนไลน์ของไทย: โครงสร้างและความสัมพันธ์กับวรรณกรรมแนวอื่น (Chun-chai, 2016) การศึกษาแบบเรื่องนวนิยายของ อ.ไชยวรศิลป์ (Yu & Petket, 2025) งานวิจัยเหล่านี้ล้วนชี้ให้เห็นว่า นวนิยายไทย มีลักษณะความเป็น “สูตรสำเร็จ” (Formulaic) ที่สามารถจำแนกโครงสร้างและแบบเรื่องย่อยได้อย่างเป็นระบบ คล้ายคลึงกับนิทานพื้นบ้าน

อย่างไรก็ตาม โครงสร้างการเล่าเรื่องเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการอธิบาย “ความหมาย” ที่ซ่อนอยู่ภายใต้โครงสร้างเหล่านั้น ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องอุดมการณ์ (Ideology) ของหลุยส์ อัลธุสแซร์ (Althusser, 1970; 2014) เข้ามาเป็นกรอบวิเคราะห์ร่วมกับ อัลธุสแซร์เสนอว่า อุดมการณ์ไม่ใช่เพียง “ความคิด” แต่เป็น “ชุดความคิด” ที่ถูกติดตั้งไว้เพื่อสร้างความเข้าใจต่อตนเองและสังคม โดยมีหน้าที่หลักในการผลิตซ้ำและสืบทอดโครงสร้างทางสังคมให้ดำรงอยู่ต่อไปผ่านกระบวนการปฏิบัติการทางอุดมการณ์

ด้วยเหตุนี้ การผสานทฤษฎีโครงสร้างของพรอพพ์เข้ากับแนวคิดอุดมการณ์ของอัลธุสแซร์ จึงช่วยให้การศึกษานวนิยายที่มีตัวละครความจำเสื่อม สามารถเผยให้เห็นทั้งกลไกการทำงานของโครงเรื่องที่ผู้อ่านคุ้นเคย และความหมายที่ซ่อนอยู่ภายใต้กลไกทางสังคมที่ถูกนำเสนอผ่านนวนิยายเหล่านั้นได้อย่างเป็นระบบและแนบเนียน อีกทั้งยังแสดงให้เห็นอุดมการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านนวนิยายรักของไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างการเล่าเรื่องของนวนิยายรักที่มีตัวละครความจำเสื่อม
2. เพื่อศึกษาความหมายของโรคความจำเสื่อมในนวนิยายรักของไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาโครงสร้างของวรรณกรรมและความหมายของโรคความจำเสื่อมในนวนิยายรักของไทยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องโครงสร้างนิทาน (Morphology of the Folktale) แนวคิดนี้พัฒนาโดย วลาดิเมียร์ พรอพพ์ (Vladimir Propp) ซึ่งเสนอผลการศึกษาว่า นิทานพื้นบ้านรัสเซียดำเนินอยู่บนโครงสร้างชุดเดียวกันที่มีลำดับเหตุการณ์คล้ายคลึงกัน (Choengkhir, 1999, p. 10) พรอพพ์มุ่งเน้นการวิเคราะห์โดยพิจารณาจากพฤติกรรม (Functions) เป็นสำคัญ โดยเสนอว่า แม้ตัวละครในแต่ละเรื่องจะเปลี่ยนแปลงไป แต่พฤติกรรมกลับมีรูปแบบที่คงที่และไม่เปลี่ยนแปลง (Na Thalang, 2001, pp. 19–20)

พรอพพ์นิยามคำว่า Morphology หมายถึง การศึกษารูปแบบ (Forms) และองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างเป็นระบบ (Choengkhir, 1999, p. 12) ซึ่งช่วยให้สามารถจำแนกโครงสร้างของเรื่องเล่าผ่านลำดับพฤติกรรมที่ปรากฏซ้ำในตัวละครวรรณกรรมได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ในการศึกษาโครงสร้างของนวนิยายที่มีตัวละครความจำเสื่อม ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าวโดยการกำหนดพฤติกรรมของตัวละครขึ้นใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทของนวนิยายไทย และแทนค่าพฤติกรรมเหล่านั้นด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์โครงสร้าง

2. แนวคิดเรื่องอุดมการณ์ (Ideology) หลุยส์ อัลธุสแซร์ (Althusser, 1970; 2014) เสนอว่า อุดมการณ์ไม่ใช่เพียง “ความคิด” (Idea) แต่เป็น “ชุดความคิด” (Set of Ideas) หรือ “กรอบวิธีคิด” (Conceptual Framework) ที่ถูกติดตั้งไว้เพื่อสร้างความเข้าใจต่อตนเองและสังคม โดยอุดมการณ์มีหน้าที่หลักในการผลิตซ้ำ (Reproduction) และสืบทอด

โครงสร้างทางสังคมให้ดำรงอยู่ต่อไป ผ่านกระบวนการปฏิบัติการทางอุดมการณ์ (Ideological Practices) 4 ประการ ได้แก่ 1) การทำให้ดูเป็นธรรมชาติ (Naturalization) 2) การผสมผสานระหว่างความจริงและจินตนาการ (Real and Seemingness) 3) การสร้างชุดความสัมพันธ์ (Structuralist Set of Relations) และ 4) การผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอุดมการณ์ (Reproduction of Ideology)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพิจารณานวนิยายรักของไทยในฐานะเครื่องมือสำคัญในการผลิตซ้ำและดำรงไว้ซึ่งอุดมการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม โดยมุ่งวิเคราะห์ว่า ความหมายของโรคความจำเสื่อมที่ปรากฏในนวนิยายทำหน้าที่สื่อสารหรือถ่ายทอดอุดมการณ์ใดสู่ผู้อ่านและสังคมไทย เพื่อชี้ให้เห็นบทบาทของวรรณกรรมในการทำให้อุดมการณ์บางประการยังคงดำรงอยู่หรือเปลี่ยนแปลงไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาโครงสร้างของวรรณกรรมและความหมายของโรคความจำเสื่อมในนวนิยายรักของไทยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. การกำหนดประเด็นและการทบทวนวรรณกรรม กำหนดคำถามการวิจัยและประเด็นศึกษา พร้อมทั้งสำรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโรคความจำเสื่อม บทบาทของตัวละครในวรรณกรรม เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิด

2. การคัดเลือกข้อมูลและการเก็บข้อมูล รวบรวมและคัดเลือกนวนิยายรักของไทยที่ตีพิมพ์รวมเล่มครั้งแรกระหว่าง พ.ศ. 2478 – 2558 ที่มีตัวละครหลักเป็นโรคความจำเสื่อมจริงและส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินเรื่อง ตลอดจนทั้งเรื่อง ไม่ศึกษานวนิยายที่ตัวละครมีความจำเสื่อมเพียงชั่วคราวหรือเฉพาะช่วงใดช่วงหนึ่ง และไม่ศึกษานวนิยายประเภทนิยายวาย (Boy's Love) และนิยายยูริ (Girl's Love)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องของนวนิยายแต่ละเรื่องตามแนวคิดโครงสร้างของนิทานเพื่อสังเคราะห์หาโครงสร้างหลักของนวนิยาย และศึกษาความหมายของโรคความจำเสื่อมตามแนวคิดอุดมการณ์

4 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลเชิงวิเคราะห์ และข้อเสนอแนะในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาโครงสร้างของวรรณกรรมและความหมายของโรคความจำเสื่อมในนวนิยายรักของไทย

ศึกษาตัวละครความจำเสื่อม 29 ตัว จากนวนิยาย 28 เรื่อง ได้แก่ กรงน้ำผึ้ง (Phakbung, 2021), กรงรัก เทพบุตรเถื่อน (Gankanish, 2012), ก้อนรักจากใจ (Nabdao, 2012), กุหลาบซ่อนหนาม (Busayamas, 2003), เกมร้าย ...เกมรัก (Pa Fun, 2011), เงื่อนริษยา (Irin, 2000), เจ้าสัวมัวนิ่ม (Ketudadi, 2006), ดวงใจภูมินทร์ (Mallika, 2008), ตั้งไฟได้น้ำ (Kingchat, 1998), ตั้งสวรรค์สาป (Phannarai, 2009), ดาวกลางใจ (Dinsosichompu, 2011), บานไม่รู้โรย (Saengkrajang, 2005),

ปมปาริชาติ (Oraphim, 2009), ปรารณาพยาบาล (Chalamlai, 2010), ปลายฝนต้นรัก: After the Rain (Nanaspace, 2012), พ่อมาลัยริมทาง (Saijanthuek, 2008), พายุร้อนซ่อนรัก (Plaithangfan, 2012), พิรุณพรา้งรัก (Klin-ueang, 2014), รังรักพรางใจ (Chomulan, 2010), ลับแลลายเมฆ (Sakkasem, 2002), เล่ห์พรหม (Plaishinga, 2008), สามีนีรนาม (Kangkao, 2015), สามีตีทะเลเบียน (Thienkeaw, 2009), เสน่ห์นางทาส (Gaokalchana, 2011), สาวน้อย (Khojitmet, 2012), หนึ่งรักปักใจ (Thuwadara, 2009), อเวจีในดวงใจ (Phanchomphu, n.d.) และอุบัติรัก แรงแค้น (Thilaya, n.d.)

ผลการวิจัย

1. โครงสร้างของนวนิยายที่มีตัวละครความจำเสื่อม

จากการศึกษานวนิยายรักของไทยที่มีตัวละครความจำเสื่อมทั้ง 28 เรื่อง โดยประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องโครงสร้างของนิทานของวลาดีมี พรอพพ์ (Vladimir Propp) พบว่า ในนวนิยายมีเหตุการณ์ทั้งหมด 22 เหตุการณ์ ดังนี้

ตารางที่ 1 เหตุการณ์ของตัวละครในนวนิยายที่มีตัวละครความจำเสื่อม

เหตุการณ์	ความหมาย
A	ตัวละครเอกประสบปัญหาชีวิต (มี 5 ลักษณะ: A1 ตกงาน, A2 สูญเสียพ่อแม่, A3 ปัญหาคู่รัก/ แยกทาง, A4 ทะเลาะกับพ่อ, A5 ช่วยเหลือคนในครอบครัว)
B	ตัวละครเอกประสบอุบัติเหตุ (มี 3 ลักษณะ: B1 อุบัติเหตุทางรถยนต์, B2 ร่างกายกระแทก, B3 ถูกผู้ร้ายทำร้าย)
C	ตัวละครเอกความจำเสื่อม
D	ตัวละครเอกถูกหลอก (มี 2 ลักษณะ: D1 ถูกหลอกว่าเป็นคนรักคนอื่น, D2 ถูกหลอกว่าเป็นคนอื่น)
E	ตัวละครเอกถูกเข้าใจว่าเป็นฝาแฝดของตนเอง
F	การค้นหาความจริง (มี 2 ลักษณะ: F1 ค้นหาตัวตนคนความจำเสื่อม, F2 ค้นหาเรื่องราวลึกลับ)
G	ตัวละครเอกได้รับความทรงจำทั้งหมดกลับมา
H	ตัวละครเอกรู้เรื่องการสลับตัวกับฝาแฝด
I	ผู้ร้ายเปิดเผยตัว
J	ตัวละครเอกเข้าใจคนรักผิด (มี 3 ลักษณะ: J1 เข้าใจผิดเอง, J2 ถูกเข้าใจผิด, J3 ถูกกีดกันความรัก)
K	ตัวละครเอกได้รับความทรงจำกลับมาบางส่วนและลืมบางส่วน
L	การรู้ความจริงและเข้าใจกับคนรัก
M	ตัวละครเอกเจอภัยพิบัติทางธรรมชาติ
N	ตัวละครเอกได้รับการรักษาโรคความจำเสื่อม
O	ตัวละครเอกมีฝาแฝดและถูกแยกจากกันตั้งแต่เด็ก
P	มีเรื่องราวลึกลับเกิดขึ้น (มี 6 ลักษณะ: P1 ฆาตกรรม, P2 คำของเงื่อน, P3 คำอวยวะ, P4 คนหายลึกลับ, P5 ถูกวางแผนให้เข้าใจผิด, P6 ยักยอกทรัพย์)
Q	ตัวอิจฉาทำร้ายตัวละครเอกหรือตัวละครอื่น
R	ตัวละครเอกมีความรัก
S	การจบเรื่องแบบมีความสุข
T	ตัวละครเอกถูกทำร้ายจิตใจอย่างรุนแรง
U	ตัวละครเอกพยายามแก้ไขความเข้าใจผิด
V	ตัวละครเอกได้พบตัวละครความจำเสื่อม

เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของตัวละครในนวนิยายทั้ง 28 เรื่อง พบว่าสามารถจำแนกโครงสร้างของนวนิยายได้ดังนี้

1.1 นวนิยายรักและการตามหาตัวตน

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและการตามหาตัวตน คือ นวนิยายรักที่ตัวละครเอกมีความจำเลื่อมและพยายามตามหาความทรงจำที่หายไปของตนเอง พฤติกรรมสำคัญของเรื่อง คือ ตัวละครเอกจำเรื่องราวของตนเองไม่ได้ ส่งผลให้เกิดความไม่มั่นใจว่า ตนเองมีความคิด ความรู้สึกอย่างไร อีกทั้งยังลังเลว่า ตนเองเป็นคนดีหรือไม่ ในขณะที่ตัวละครเอกสูญเสียความทรงจำ เขาจะได้ใกล้ชิดกับตัวละครเพศตรงข้ามและมีความรักต่อกัน ความรักของตัวละครจะสมหวังเมื่อตัวละครเอกได้รับความทรงจำทั้งหมดกลับมา นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนี้มี 9 เรื่อง ดังนี้

ตารางที่ 2 โครงสร้างของนวนิยายรักและการตามหาตัวตน

นวนิยาย	โครงสร้าง									
กรงรักเทพบุตรเถื่อน	A3	B2	C	F1	R	B2	G	J1Q	L	S
ก่อนรักจางใจ	A2 A3	B1	C	F1	R	J1 B2	G	J1Q	L	S
ดวงใจภูมินทร์	A5	B1	C	D2	F1	R	Q B2	G	J1	L S
ดาวกลางใจ	A2 A3	B1	C	F1	R		G	J2	L	S
ปลายฝนต้นรัก	A2	B1	C	D2	F1	R	F1 B2	G	J1 J1	L S
พายุร้อนซ่อนรัก	A4	B2	C	F1	R		G	J3	L	S
ลับแลลายเมฆ	A2	T	C	D2	F1	R	N F1	G		S
หนึ่งรักปักใจ	A3	M	C	F1	R	F1 N F1 Q J1 B1	G	B2 G	L	S
อเวจีในดวงใจ	A2 A3	B2	C	F1	R		G	J1	L	S

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและการตามหาตัวตนมีโครงสร้างร่วมกัน คือ A B/T/M C F1 R G S พฤติกรรมสำคัญของโครงสร้างนี้ คือ การค้นหาความจริงเกี่ยวกับตัวละครความจำเลื่อม (F1) และตัวละครเอกมีความรัก (R) กล่าวคือการค้นหาความจริงเกี่ยวกับตัวละครความจำเลื่อม (F1) เนื่องจากนวนิยายที่มีแบบเรื่องนวนิยายรักและการตามหาตัวตนนั้นจะมีประเด็นสำคัญของเรื่องอยู่ที่ตัวละครเอกที่ความจำเลื่อมและไม่มั่นใจว่าตนเองนั้นเป็นใครและมีนิสัยอย่างไร เมื่อพบกับตัวละครต่าง ๆ ตัวละครความจำเลื่อมจะรู้สึกว่ามีผู้อื่นปฏิบัติตนต่อตนเองไม่ค่อยดีนักจึงต้องการรู้ว่า ในอดีตตนเองมีลักษณะนิสัยอย่างไร เพราะเหตุใดผู้อื่นจึงปฏิบัติตนไม่ดีต่อตนเอง พฤติกรรมนี้จะปรากฏในนวนิยายทุกเรื่อง เช่นเดียวกับพฤติกรรมตัวละครเอกมีความรัก (R) การตามหาตัวตนนั้นทำให้ตัวละครเอกได้พบกับตัวละครเพศตรงข้ามและมีโอกาสใกล้ชิดกันจนเกิดเป็นความรักขึ้น

1.2 นวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกความจำเลื่อม

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกความจำเลื่อม คือ นวนิยายที่มีตัวละครเอกความจำเลื่อมและได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับเรื่องราวลึกลับหรือคดีต่าง ๆ ในระหว่างที่ตัวละครเอกความจำเลื่อม เขาจะได้ใกล้ชิดกับตัวละครเพศตรงข้าม ความรักของทั้งคู่จะยังไม่สมหวังจนกว่าทั้งคู่จะทำความจริงปรากฏขึ้นหรือทำให้ผู้ร้ายยอมเปิดเผยตัว ความสุขสมหวังของตัวละครเอกชายหญิงจะเกิดขึ้นหลังจากผู้ร้ายได้รับการลงโทษหรือพบจุดจบ

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกเป็นตัวละครความจำเลื่อม มี 6 เรื่อง ดังนี้

ตารางที่ 3 โครงสร้างของนวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกความจำเลื่อม

นวนิยาย	โครงสร้าง									
กรงน้ำผึ้ง	P1 A1	B1	C	P1 F1	R	F2	G F2	I	S	
เงื่อนริษยา	P1	T	C	D2 A2 F1 P1	R	P1 F2 P1 F2I	G	I	S	
ดั่งไฟใต้ผ้า	A3 P2	B3	C	F1 P1 F1 P1 F2 P1 F2	R	J1 P1	G	I	S	
ปมปาริชาติ	P3 A2 P3	B3	C	D1 F1 P1F1	R	F2	G	I	S	
ปรารถนาพยาบาล	P4	B1	C	D1 F1	R	F2 B2	G F2	I	S	
เสน่ห์นางทาส	P1 A2	B1	C	D2 F1	R	P1 F2 B2	G Q I Q		S	

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกเป็นตัวละครความจำเลื่อม มีโครงสร้างร่วมกัน คือ P B/T C F1 (F2) R (F2) G (F2) I S พฤติกรรมสำคัญของโครงสร้างนี้ คือ มีเรื่องราวลึกลับเกิดขึ้น (P) การค้นหาความจริงเกี่ยวกับเรื่องราวลึกลับ (F2) และผู้ร้ายเปิดเผยตัว (I) กล่าวคือ การเปิดเรื่องของนวนิยายที่มีตัวละครความจำเลื่อมแบบนวนิยายรักและการสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกความจำเลื่อมจะเปิดเรื่องด้วยเรื่องราวลึกลับที่เกิดขึ้น (P) และตัวละครเอกจะเข้าไปเกี่ยวข้องหรือได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ลึกลับนั้น เป็นสาเหตุให้ตัวละครเอกต้องความจำเลื่อม เรื่องราวลึกลับนี้จะต้องมีในตอนเปิดเรื่องและอาจมีอีกในระหว่างดำเนินเรื่องได้หลายครั้ง

การค้นหาความจริงเกี่ยวกับเรื่องราวลึกลับ (F2) พฤติกรรมการค้นหาความจริงเกี่ยวกับเรื่องราวลึกลับสามารถเกิดขึ้นได้หลายครั้งจำแนกได้ 3 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 จะเกิดขึ้นหลังจากที่ตัวละครความจำเลื่อมแล้ว และเกิดขึ้นก่อนที่ตัวละครเอกจะมีความรัก ช่วงที่ 2 จะเกิดขึ้นหลังจากที่ตัวละครเอกมีความรัก ตัวละครเอกและคนรักจึงช่วยกันค้นหาความจริง และช่วงที่ 3 จะเกิดขึ้นหลังจากตัวละครเอกได้รับความทรงจำทั้งหมดกลับมา พฤติกรรมการค้นหาความจริงนี้สามารถปรากฏได้หลายครั้ง

ผู้ร้ายเปิดเผยตัว (I) พฤติกรรมผู้ร้ายเปิดเผยตัวจะเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในตอนท้ายเรื่อง ตัวละครเอกจะพบผู้ร้ายหรือผู้ที่ทำให้เกิดเหตุการณ์ลึกลับขึ้น ผู้ร้ายจะยอมบอกความจริงหรือเฉลยเรื่องราวลึกลับที่เกิดขึ้นหลังจากนั้นผู้ร้ายจะถูกลงโทษหรือได้รับผลของการกระทำผิด เมื่อผู้ร้ายเปิดเผยตัวแล้วเรื่องราวก็จะจบลงอย่างมีความสุข

1.3 นวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัวละครความจำเลื่อม

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและสืบสวนที่มีตัวละครเอกเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัวละครความจำเลื่อม คือ นวนิยายที่มีตัวละครเอกเข้าไปเกี่ยวข้องกับความเข้าใจผิดในอดีตและทำให้ตัวละครเอกได้พบกับตัวละครความจำเลื่อม ในระหว่างนั้นตัวละครเอกจะได้ใกล้ชิดกับตัวละครเพศตรงข้าม ความรักของทั้งคู่จะยังไม่สมหวังจนกว่าทั้งคู่จะทำให้ความเข้าใจผิดในอดีตได้รับการสะสางให้กระจ่างชัด

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัวละครความจำเลื่อมมี 3 เรื่อง ดังนี้

ตารางที่ 4 โครงสร้างของนวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนแบบตัวละครเอกเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัวละครความจำเสื่อม

นวนิยาย	โครงสร้าง						
กุหลาบซ่อนหนาม	P5	A5	V	R	F2	U	S
เล่ห์พรหม	P5	A2	V	R	F2	U	S
บานไม่รู้โรย	P5	A2	V	R	F2	U	S

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัวละครความจำเสื่อมมีโครงสร้างร่วมกัน คือ P5 A V R F2 U S พฤติกรรมสำคัญของโครงสร้างนี้ คือ การเข้าใจผิดโดยมีผู้วางแผนให้เข้าใจผิด (P5) ตัวละครเอกได้พบตัวละครความจำเสื่อม (V) การค้นหาความจริงเกี่ยวกับเรื่องราวลึกลับที่เกิดขึ้น (F2) และตัวละครเอกพยายามแก้ไขความเข้าใจผิด (U) กล่าวคือ โครงสร้างแบบนวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัวละครความจำเสื่อมจะเปิดเรื่องโดยความเข้าใจผิดซึ่งมีผู้ตั้งใจให้เข้าใจผิด (P5) และมีผู้ที่ทราบความจริงของเรื่องราวนั้นอยู่เพียงไม่กี่คน ตัวละครเอกจะไม่ทราบความจริงเกี่ยวกับความเข้าใจผิดนี้ทำให้ตัวละครเอกต้องไปพบกับตัวละครความจำเสื่อม (V) หลังจากตัวละครเอกได้พบกับตัวละครความจำเสื่อมแล้วจะมีการค้นหาความจริงเกี่ยวกับความเข้าใจผิดนั้น (F2) สุดท้ายตัวละครเอกจะทราบความจริงและพยายามแก้ไขความเข้าใจผิด (U) เรื่องจึงจะจบลง

1.4 นวนิยายรักและตัวละครฝาแฝด

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและตัวละครฝาแฝด คือ นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและมีตัวละครฝาแฝดในเรื่อง โดยตัวละครความจำเสื่อมจะมีฝาแฝดเป็นเหตุให้ตัวละครอื่นเข้าใจผิด ตัวละครความจำเสื่อมจะได้พบกับความรัก แต่ความรักนั้นจะไม่สมหวังจนกว่าความเข้าใจผิดเรื่องตัวละครฝาแฝดจะคลี่คลายซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อตัวละครความจำเสื่อมได้รับความทรงจำกลับมา หรือเมื่อตัวละครฝาแฝดอีกคนหนึ่งเปิดเผยตัว นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและตัวละครฝาแฝดมี 4 เรื่อง ดังนี้

ตารางที่ 5 โครงสร้างของนวนิยายรักและตัวละครฝาแฝด

นวนิยาย	โครงสร้าง										
เจ้าสัวม้วนิม	O		B3	C	E		R	F1	G	H	Q S
วางรักพรางใจ	O	P1	B3	C	E	F1 P1 F1	R	H	F2	G	I S
สามีดีทะเลียน	O		B2	C	E	F1	R		G	H	Q S
อุบัติรัก แรงแค้น	O		B1	C	E	F1	R		J1P6	H	I G L S

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและตัวละครฝาแฝดมีตัวละครเอกเป็นตัวละครความจำเสื่อมมีโครงสร้างร่วมกัน คือ O B C E R GH/HG S พฤติกรรมสำคัญของโครงสร้างนี้ คือ ตัวละครเอกมีฝาแฝดและถูกแยกออกจากฝาแฝดตั้งแต่วัยเด็ก (O) ตัวละครเอกถูกเข้าใจว่าเป็นฝาแฝดของตนเอง (E) ตัวละครเอกรู้เรื่องการสลับตัว (H) กล่าวคือนวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและตัวละครฝาแฝดจะเปิดเรื่องโดยกล่าวถึงตัวละครเอกมีฝาแฝดและถูกแยกออกจากฝาแฝดตั้งแต่วัยเด็ก โดยบางครั้งตัวละครฝาแฝดก็จะไม่ทราบว่าตนเองมีฝาแฝด เนื่องจากถูกแยกกันตั้งแต่วัยเด็กมาก (O)

พฤติกรรมตัวละครเอกถูกเข้าใจว่าเป็นฝาแฝดของตนเอง (E) เมื่อตัวละครเอกความจำเสื่อมตัวละครเอกจะถูกคนอื่นเข้าใจว่าเป็นฝาแฝดของตนเอง โดยที่ตัวละครเอกไม่สามารถปฏิเสธได้เนื่องจากกำลังความจำเสื่อม

และไม่แน่ใจว่าตนเองคือใคร ส่วนใหญ่แล้วตัวละครเอกจะรู้สึกว่าคุณเองมีความชอบแตกต่างจากสิ่งที่คุณรอบข้างบอก เนื่องจากตัวละครเอกมีความชอบในลักษณะที่ตรงข้ามกับฝาแฝดของตนเอง

พฤติกรรมตัวละครเอกรู้เรื่องการสลับตัว (H) อาจเกิดขึ้นก่อนหรือหลังจากการได้รับความทรงจำทั้งหมดกลับคืนมา หากนวนิยายเรื่องใดตัวละครเอกทราบว่าตนเองมีฝาแฝด เมื่อได้รับความทรงจำกลับมา ตัวละครนั้นจะรู้ทันทีว่าคุณถูกเข้าใจผิด แต่หากนวนิยายเรื่องใด ตัวละครเอกไม่ทราบว่าตนเองมีฝาแฝด ตัวละครเอกจะรู้เรื่องการเข้าใจผิดก็ต่อเมื่อมีผู้อื่นมาบอกหรือได้พบกับฝาแฝดของตนเอง

1.5 นวนิยายรักและความจำเสื่อมซ้ำซ้อน

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและความจำเสื่อมซ้ำซ้อน คือ นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและมีตัวละครความจำเสื่อมที่ความจำเสื่อมซ้อนกัน 2 ครั้ง โดยตัวละครความจำเสื่อมจะมีสาเหตุให้ความจำเสื่อม หลังจากนั้นตัวละครความจำเสื่อมจะได้พบรัก ต่อมาตัวละครความจำเสื่อมหายจากการความจำเสื่อมโดยจำเรื่องราวก่อนที่จะพบกับสาเหตุความจำเสื่อมได้ แต่ไม่สามารถจำเรื่องราวระหว่างความจำเสื่อมได้ ทำให้ตัวละครความจำเสื่อมจำคนรักของตนเองไม่ได้และปฏิเสธคนรักของตนเอง ความรักนั้นจะไม่สมหวังจนกว่าตัวละครความจำเสื่อมจะจำเรื่องราวทั้งหมดได้ นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและความจำเสื่อมซ้ำซ้อนมี 6 เรื่อง ดังนี้

ตารางที่ 6 โครงสร้างของนวนิยายรักและความจำเสื่อมซ้ำซ้อน

นวนิยาย	โครงสร้าง												
เกมร้าย...เกมรัก	A2	M	C		R	N	K	J2	R	L	Q	G	Q S
ดั่งสวรรค์สาป	A2	B1	C	F1QJ1J2	R		K		R			G	S
พอมาลัยริมทาง		B2	C		R	N	K	J2	R			G J3	L S
พิรุณพรำรัก	P1	B3	C		R		K	J2	R			G L I	S
สามีนินนา		B1	C		R	Q	K	J2	R			G	L S
สาวน้อย	A4	B3	C		R	N	K	Q	R		Q	G	S

นวนิยายที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักความจำเสื่อมซ้ำซ้อนมีโครงสร้างร่วมกัน คือ B/M C R K R G S พฤติกรรมสำคัญของโครงสร้างนี้ คือ ตัวละครเอกได้รับความทรงจำกลับมาบางส่วนและลืมบางส่วน (K) กล่าวคือ พฤติกรรมนี้ตัวละครเอกจะได้รับความทรงจำในส่วนที่ก่อนจะความจำเสื่อมกลับมา แต่จะจำช่วงเวลาที่มีความจำเสื่อมไม่ได้ พฤติกรรมนี้จะทำให้ตัวละครเอกประสบปัญหาด้านความรักเป็นสำคัญ เนื่องจากตัวละครเอกจะลืมเรื่องราวช่วงที่ได้พบกับเพศตรงข้ามและมีความรักต่อกัน พฤติกรรมนี้จะเกิดขึ้นได้เพียงครั้งเดียว แล้วหลังจากนั้นตัวละครเอกจะจำเรื่องราวทั้งหมดได้

นวนิยายที่มีตัวละครความจำเสื่อมทั้ง 28 เรื่องมีโครงสร้างหลักที่คล้ายคลึงกัน และมีโครงสร้างย่อย 5 แบบ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จากโครงสร้างย่อย 5 แบบสามารถจำแนกโครงสร้างหลักได้ 2 แบบ ได้แก่

โครงสร้างแบบที่ 1 B/T/M C R G S

โครงสร้างแบบที่ 2 A V R F2 U S

โครงสร้างหลักของนวนิยายที่มีตัวละครความจำเสื่อมแบบที่ 1 คือ B/M/T C R G S กล่าวคือตัวละครเอกต้องประสบกับสาเหตุที่ทำให้ความจำเสื่อมซึ่งอาจเกิดจากการประสบอุบัติเหตุ (B) การพบภัยพิบัติทางธรรมชาติ (M) หรือถูกทำร้ายจิตใจอย่างรุนแรง (T) หลังจากนั้นตัวละครเอกจะความจำเสื่อม (C) ในระหว่างที่ความจำเสื่อมตัวละครเอกจะเกิดความรักเนื่องจากได้ใกล้ชิดกับตัวละครที่เป็นเพศตรงข้าม (R) ต่อมาตัวละครเอกจะได้รับความทรงจำกลับมา (G) แล้วเรื่องก็จะจบลงด้วยความสุข (S) โครงสร้างของนวนิยายดังที่กล่าวมาเป็นโครงสร้างของนวนิยายรัก

โครงสร้างหลักของนวนิยายที่มีตัวละครความจำเสื่อมแบบที่ 2 คือ A V R F2 U S กล่าวคือ ตัวละครเอกต้องประสบปัญหาชีวิตบางประการ (A) หลังจากนั้นตัวละครเอกจะได้พบกับตัวละครความจำเสื่อม (V) ต่อมาตัวละครเอกจะเกิดความรักเนื่องจากได้ใกล้ชิดกับตัวละครที่เป็นเพศตรงข้าม (R) และตัวละครเอกจะค้นหาความจริงเกี่ยวกับเรื่องราวลึกลับ (F2) เมื่อพบคำตอบตัวละครเอกจะพยายามแก้ไขปัญหา (U) จนสุดท้ายเรื่องจะจบลงด้วยความสุข (S) โครงสร้างของนวนิยายดังที่กล่าวมาเป็นโครงสร้างของนวนิยายรักเช่นกัน แต่แตกต่างกันที่ตัวละครเอกไม่ได้เป็นตัวละครความจำเสื่อม

2. ความหมายโรคความจำเสื่อมในนวนิยายรักของไทย

โรคความจำเสื่อมในนวนิยายไทยไม่ได้ปรากฏในนวนิยายเพื่อนำเสนอข้อมูลความรู้ทางการแพทย์ แต่โรคความจำเสื่อมนำมาใช้เป็นความขัดแย้ง (Conflict) ของนวนิยาย ดังนั้นข้อมูลทางการแพทย์ที่ปรากฏในนวนิยายมีทั้งที่สอดคล้องและแตกต่างจากข้อมูลทางการแพทย์ โรคความจำเสื่อมมีความสำคัญต่อเนื้อเรื่องนวนิยาย ดังนี้

2.1 ความจำเสื่อมในฐานะ “โอกาสในการเริ่มต้นใหม่”

ในการเล่าเรื่องของนวนิยายมักจะเปิดเรื่องด้วยเหตุการณ์ตัวละครเอกประสบปัญหาชีวิต (A) หรือมีเรื่องราวลึกลับเกิดขึ้น (P) หลังจากนั้นจะมีเหตุการณ์ที่ทำให้ตัวละครสูญเสียความทรงจำ คือ เหตุการณ์ตัวละครเอกความจำเสื่อม (C) เมื่อตัวละครสูญเสียความทรงจำ ตัวละครจะสูญเสียตัวตนและไม่ทราบตัวตนเองเป็นใคร เคยทำอะไรไว้บ้าง ดังนั้นการสูญเสียความทรงจำเป็นเหมือน “การล้างมลทิน” ทั้งหมดของตัวละคร ตัวละครถูกทำให้เป็น “ผู้บริสุทธิ์” อีกครั้ง แต่ในทางตรงกันข้ามตัวละครอื่นยังจดจำการกระทำและความผิดของตัวละครความจำเสื่อมไว้ได้ เช่น ในนวนิยายเรื่องดังไฟใต้ น้ำ รุจรีความจำเสื่อม เมื่อพลิตซึ่งเป็นสามีมารับเธอกลับบ้าน เธอไม่เข้าใจว่าเพราะเหตุใดพลิตจึงทำตัวห่างเหิน แยกห้องนอนซึ่งแตกต่างจากวิถีชีวิตของคู่สามีภรรยาที่ควรเป็น อีกทั้งเขายังนัดหมายญาติและเพื่อนเพื่อให้เธอได้พบปะพูดคุยตลอดระยะเวลาที่พักที่กรุงเทพฯ รุจรีไม่เข้าใจเหตุผลในการกระทำของเขา และสุดท้ายเธอก็ทราบความจริงจากปากของสามีว่า ก่อนที่รุจรีจะประสบอุบัติเหตุ

“...ชีวิตคู่ของเราไม่ได้ราบเรียบนักหรอก มักมีปัญหาถกอยู่เรื่อย ๆ มีปากเสียงกันแทบไม่เว้นแต่ละวัน และพออายุฟ้าตาย...ทุกอย่างก็จบ รู้ดีว่าเราไปด้วยกันไม่ได้แน่ ถ้ายังดันทุรังอยู่ด้วยกันไปก็รังแต่จะไม่มีความสุขทั้งสองคน ผมต้องการหย่า” (Kingchat, 1998, p. 52)

รุจรีรู้สึกสับสนว่า เมื่อพลิตต้องการหย่า เหตุใดจึงไม่หย่ากับเธอเลย แต่กลับพยายามหาทางเลือกในชีวิตให้แก่เธอ รุจรีพยายามค้นหาความจริงว่าเกิดอะไรขึ้นในระหว่างความสัมพันธ์ของเธอกับสามี เหตุใดการใช้ชีวิตคู่จึงกำลังเดินทางไปสู่จุดจบที่เรียกว่า “หย่าร้าง” และในขณะเดียวกันเธอพบว่า เธอรักสามีของตนเองมากและไม่ต้องการหย่า แต่ความท้าทายของความสัมพันธ์ครั้งนี้ คือ เธอไม่แน่ใจว่า สามียังรักเธออยู่หรือไม่ และยังมีใจว่าต้องการหย่าดังเดิมหรือไม่ในนวนิยายเรื่องดังไฟใต้ น้ำ รุจรีทราบว่า เธอมีความสัมพันธ์ที่ไม่ดีกับสามีหลังจากลูกสาวเสียชีวิต สามีจึงขอหย่า แม้รุจรีจะจำไม่ได้ว่า ตนเองมีข้อบกพร่องมากน้อยเพียงใด แต่เธอก็ไม่ได้ต้องการสูญเสียลูกและสามีไป ทุกครั้งที่คิดถึงลูกและการที่ต้องสูญเสียลูกไป เธอก็เสียใจมากเช่นกัน

การสูญเสียความทรงจำทำให้รุจรีได้เริ่มเรียนรู้ชีวิตของตนเองใหม่ เธอเปลี่ยนแปลงเป็นคนใหม่ที่พึ่งพาตนเองได้ และสามารถดูแลผู้อื่นได้ด้วยจนสามีแปลกใจและชื่นชอบตัวตนใหม่ของรุจรี แต่ในขณะเดียวกันเขาก็กังวลว่าหากรุจรีได้รับความทรงจำกลับมา เธอจะกลับไปเป็นคนเอาแต่ใจแบบเดิมหรือไม่ โรคความจำเสื่อมในที่นี้จึงไม่ได้เป็นเพียงอาการป่วย แต่เป็นกลไกที่สร้าง “พื้นที่ว่าง” ให้ตัวละครได้พิสูจน์เนื้อแท้ของตนเองอีกครั้ง ท่ามกลางความกังวลของคนรอบข้างว่าตัวตนใหม่นี้จะคงอยู่ถาวรหรือไม่ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า โรคความจำเสื่อมในนวนิยายรักไทย

ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในกระบวนการชำระล้างมลทิน เพื่อพิสูจน์ว่าหากตัวละครมี “ความดี” เป็นที่ตั้ง ก็ย่อมสมควรได้รับโอกาสในการเริ่มต้นชีวิตใหม่และกลับมามีคุณค่าคู่ควรกับความรักอีกครั้งตามค่านิยมของสังคมไทย

2.2 ความจำเสื่อมในฐานะ “บททดสอบรักแท้”

นวนิยายที่ใช้ศึกษาทุกเรื่องเป็นนวนิยายรักจึงมีพฤติกรรมตัวละครเอกมีความรัก (R) เป็นแกนกลางของเรื่อง ความรักของนวนิยายที่เล่าเรื่องตัวละครความจำเสื่อมแบ่งเป็น 3 ลักษณะ ลักษณะแรกความรักที่มีปัญหา ก่อนการสูญเสียความทรงจำ ลักษณะถัดมาความรักที่ก่อตัวขึ้นใหม่ภายหลังความจำเสื่อม และลักษณะสุดท้ายความรักที่ถูกลิ้มรสจากการสูญเสียความทรงจำซ้ำสองแต่กลับมามตกลมรักคนเดิมซ้ำอีกครั้ง

รูปแบบความรักที่มีปัญหาก่อนการสูญเสียความทรงจำ (A3) และการสูญเสียความทรงจำซ้ำสอง (K) มีลักษณะร่วมที่สำคัญคือ ตัวละครเอกเคยมีความผูกพันกันมาก่อนแต่มีอุปสรรคขวางกั้น เมื่อเกิดโรคความจำเสื่อม (C) ตัวละครเอกจะลิ้มรสเรื่องราวความรักหรือความขัดแย้งในอดีตไปจนสิ้น โรคความจำเสื่อมในมิตินี้จึงทำหน้าที่เป็น “บททดสอบทางความรู้สึก” โดยตัวละครเอกมักใช้ความรู้สึกคุ้นเคยเป็นเครื่องนำทางในการพิสูจน์ใจตนเอง จนนำไปสู่การตกลมรักคนรักคนเดิมซ้ำอีกครั้ง แม้จะยังไม่ได้รับความทรงจำกลับคืนมาก็ตาม

ดังจะเห็นได้จากนวนิยายเรื่องกรงรักเทพบุตรเถื่อน พิมพ์พิศราไม่แน่ใจว่า เธอรักชนม์ชนกหรือไม่ เนื่องจากปมปัญหาในอดีตก่อนความจำเสื่อม ทว่าเมื่อเธอได้ใช้เวลาพิสูจน์ใจตนเองในสภาวะที่ไร้ความทรงจำ เธอกลับเลิอกที่จะรัก และหลังจากได้รับความทรงจำทั้งหมดกลับมาแล้ว พิมพ์พิศราก็ให้อภัยเขา โดยไม่นำความผิดพลาดในอดีตมาเป็นอุปสรรคต่อการสร้างครอบครัวใหม่ ดังที่เธอกล่าวกับชนม์ชนกว่า

“พิมพ์จะรักช้าน้อยเหมือนแกเป็นลูกของพิมพ์เองคะ พิมพ์จะไม่ทำให้ช้าน้อยมีปมด้อยเด็ดขาด ในเมื่อพิมพ์รักคุณชาย พิมพ์ก็ต้องรักช้าน้อยด้วยเหมือนกัน” (Gankanish, 2012, p. 342)

ในนวนิยายเรื่องดังสรรพศรีสาป ทุกคนเข้าใจว่าดาหวันรักอติเทพ เมื่อดาหวันความจำเสื่อม เธอรับรู้ข้อมูลจากผู้อื่นว่า เธอคบหากับอติเทพอยู่ทั้งที่มีคู่หมั้นแล้ว ดาหวันไม่มั่นใจต่อข้อมูลที่เธอได้รับ ในนวนิยายเรื่องนี้ โรคความจำเสื่อมช่วยคัดกรอง “รักหลง” ออกจาก “รักแท้” แม้ดาหวันจะได้รับข้อมูลจากคนรอบข้างว่าเธอรักอติเทพ แต่สัญชาตญาณภายในกลับปฏิเสธความรู้สึกนั้น ดาหวันรู้สึก “แต่ฉัน...ไม่รู้สึก...เหมือนเคย...รัก...คุณ” และ “คุณเป็นคนแปลกหน้า” (Phannarai, 2009, p. 15) และเมื่อเธอให้อภัยเขาได้ก็ใกล้ชิดเพื่อพิสูจน์ความจริง เธอกลับพบว่าตนเองไม่ได้มีความพึงพอใจต่อเขาในฐานะคนรักเลย

การนำเสนอเรื่องความรักผ่านนวนิยายทั้งสองเรื่องชี้ให้เห็นว่า ความรักในนวนิยายไทยมีอำนาจอยู่เหนือข้อเท็จจริงทางวิทยาศาสตร์และการแพทย์ แม้สมองจะสูญเสียความทรงจำในอดีตไป แต่ความจำของหัวใจยังคงทำหน้าที่อย่างแม่นยำ สะท้อนให้อิทธิพลของอุดมการณ์ความรักโรแมนติกที่เชื่อว่า พรหมลิขิตและความผูกพันทางจิตใจมีอำนาจเหนือความจำทางกายภาพ

2.3 ความจำเสื่อมในฐานะ “กลไกการสลัตัวตนเพื่อพิสูจน์เนื้อแท้”

ในนวนิยายที่เล่าเรื่องตัวละครความจำเสื่อมที่มีพฤติกรรมตัวละครมีฝาแฝดและถูกแยกจากกันแต่เด็ก (O) หลังจากนั้นตัวละครเอกเป็นโรคความจำเสื่อม (C) มักจะปรากฏร่วมกับพฤติกรรมตัวละครเอกถูกเข้าใจว่าเป็นฝาแฝดของตนเอง (E) กลวิธีนี้ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่สร้างความสับสนหรือความสนุกสนานในเนื้อเรื่อง แต่มีความหมายแฝงในเชิงการพิสูจน์ “คุณค่าของคน” และ “อิทธิพลของการเลี้ยงดู”

ในนวนิยายที่เล่าเรื่องตัวละครความจำเสื่อมมีนวนิยายกลุ่มที่มีโครงสร้างแบบนวนิยายรักและตัวละครฝาแฝด โครงสร้างนี้ตัวละครฝาแฝดจะถูกแยกจากครอบครัวตั้งแต่ยังเด็ก หลังจากตัวละครสูญเสียความทรงจำแล้วเขาจะถูกสลัตัวทำให้เข้าใจว่าเป็นฝาแฝดอีกคนหนึ่งที่มีนิสัยเลวร้ายหรือมีปัญหาสังคม การสลัตัวในสภาวะ

ที่ตัวเอกจำอดีตไม่ได้ส่งผลให้คนรอบข้างเกิดความฉงนต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นอย่างกะทันหัน ตัวอย่างที่เด่นชัดปรากฏในนวนิยายเรื่องเจ้าสัวม้วนี่ม ผ่านตัวละครพรตและพารณ ซึ่งมีปูมหลังการเติบโตที่ต่างกันอย่างสุดขั้ว พรตเติบโตมาด้วยความยากลำบากภายใต้การอุปการะของ “ลุงฟุ้ง” ภารโรงผู้เก็บเขามาเลี้ยงจากกองขยะ สภาพแวดล้อมที่ต้องดิ้นรนและคอยช่วยเหลือผู้อื่นอยู่เสมอหล่อหลอมให้พรตกลายเป็นคนเข้มแข็ง มีจิตใจดีงาม และรู้จักกตัญญู ในขณะที่พารณผู้เป็นแฝดอีกคนกลับเติบโตมาในครอบครัวที่มั่งคั่ง ได้รับการดูแลอย่างประคบประหงม จนไม่เคยสัมผัสกับความยากลำบาก ส่งผลให้มีบุคลิกภาพที่แตกต่างออกไป พารณไม่ชอบทำงานเนื่องจากเห็นว่า มีผู้อื่นคอยทำให้แล้ว อีกทั้งเขายังมักดูถูกคนที่มีฐานะต่ำต้อยกว่า

นวนิยายเรื่องนี้ชี้ให้เห็นว่า การที่ตัวละครเอก คือ พรตความจำเสื่อมและเข้าไปสวมรอยเป็นอีกคนนั้น เป็นการพิสูจน์ว่า สภาพแวดล้อมและการเลี้ยงดูมีผลต่อการสร้างตัวตน แม้พรตจะจำไม่ได้ว่าตนเองเป็นใคร แต่ความดีงามที่ถูกหล่อหลอมมาผ่านความยากลำบาก ทั้งการกตัญญูต่อลุงฟุ้ง หรือการทำหน้าที่เป็นสายสืบ ช่วยเหลือกองปราบยาเสพติด ย่อมแสดงออกมาเป็นสัญชาตญาณที่ไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้ โรคความจำเสื่อม จึงกลายเป็น “พื้นที่ว่าง” ที่เปิดโอกาสให้เนื้อแท้ของความดีได้ทำหน้าที่แก้ไขความเข้าใจผิดและเอาชนะใจคนรอบข้าง ได้อย่างเป็นธรรมชาติ

ในนวนิยายเรื่องรางวัลพรางใจและอุปนิสัยรักแรงแคน ปรากฏปมตัวละครเอกหญิงที่มีฝาแฝด ซึ่งถูกแยกกันเติบโตเนื่องจากปัญหาครอบครัว ฝาแฝดคนหนึ่งอาศัยอยู่กับบิดาและอีกคนหนึ่งอาศัยอยู่กับมารดา นวนิยายทั้งสองเรื่องนี้แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมและต้นแบบ (Role Model) ของผู้เลี้ยงดูมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการหล่อหลอมทัศนคติและวิถีการดำเนินชีวิตของลูก เช่น เก๋จอยาและแสงเดือน ซึ่งเติบโตภายใต้การดูแลของบิดา ที่มีพฤติกรรมเจ้าชู้และล้มเหลวในการสร้างครอบครัวที่มั่นคง โดยเฉพาะในกรณีของแสงเดือนที่ต้องเผชิญกับสภาวะความขัดแย้งระหว่างมารดากับภรรยาเดิมของบิดา จนนำไปสู่การเติบโตมากับแม่เลี้ยงที่มีทัศนคติลบต่อตนเอง ประสบการณ์ที่ขาดความรักที่แท้จริงและการเห็นต้นแบบความสัมพันธ์ที่ไม่มั่นคง ส่งผลให้ตัวละครทั้งสองมีพฤติกรรมความสัมพันธ์แบบฉาบฉวย มุ่งเน้นผลประโยชน์ และไม่สามารถรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวไว้ได้

ในทางตรงกันข้าม เก๋จอยาและแสงดาว ซึ่งเติบโตมากับมารดาและบิดาเลี้ยงที่ให้ความรักและเอาใจใส่อย่างเต็มที่ กลับได้รับความมั่นคงทางอารมณ์ (Emotional Security) ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่ส่งผลให้ทั้งคู่ประสบความสำเร็จทั้งในด้านหน้าที่การงานและชีวิตคู่ การเปรียบเทียบระหว่างคู่แฝดในนวนิยายทั้งสองเรื่องนี้จึงเป็นการยืนยันว่า พฤติกรรมและการเลี้ยงดูของผู้ปกครองส่งผลกระทบโดยตรงต่อระบบความคิดและตัวตนของเด็ก

เมื่อตัวละครฝ่ายที่มีความมั่นคงทางอารมณ์ (ฝาแฝดที่เป็นคนดี) บ่อยเป็นโรคความจำเสื่อมและต้องสลัดตัวไปอยู่ในวิถีชีวิตของแฝดอีกคนที่มีปัญหาสังคม โรคความจำเสื่อมจึงทำหน้าที่เป็นเครื่องมือคัดกรองตัวตน เพื่อพิสูจน์ว่า แม้บุคลิกจะเหมือนกัน แต่ “คุณภาพของจิตใจ” ที่ถูกหล่อหลอมมาแตกต่างกัน จะเป็นตัวกำหนดผลลัพธ์ของชีวิตในท้ายที่สุด ดอกย้าความเชื่อที่ว่า ความดีงามภายใน คือ สิ่งที่ไม่อาจลอกเลียนแบบหรือสลับสับเปลี่ยนกันได้

ในนวนิยายเมื่อตัวละครฝาแฝดที่มีนิสัยดีสูญเสียความทรงจำและถูกเข้าใจว่าเป็นตัวละครฝาแฝดที่มีนิสัยไม่ดี ตัวละครเอกจำไม่ได้ว่า ตนเองเป็นใคร แต่ถูกนำไปวางไว้ในฐานะ “ฝาแฝด” อีกคนที่ถูกมองว่าเป็นคนไม่ดี และมีศัตรู การที่ตัวละครเอกสามารถเอาชนะใจผู้อื่นและชนะอุปสรรคเหล่านั้นได้ด้วยนิสัยใหม่ที่ต่างจากฝาแฝดคนเดิมเป็นการตอบย้ำว่า “ตัวตน” (Identity) ไม่ได้สร้างจากชื่อเรียกหรือรูปร่างหน้าตา แต่สร้างจากการกระทำ โรคความจำเสื่อมช่วยให้ตัวละครนั้นแสดง “เนื้อแท้” ที่ดีงามออกมาท่ามกลางสภาพแวดล้อมเดิมของฝาแฝดอีกคน สะท้อนค่านิยมที่ว่า รูปร่างภายนอกอาจหลอกกันได้ แต่ความดีงามภายในนั้นสลับกันไม่ได้

นอกจากนี้โครงสร้างเรื่องแบบความรักและตัวละครฝาแฝดยังเป็นกลไกที่สะท้อนความเชื่อเรื่องพรหมลิขิตและสายเลือด โดยชี้ให้เห็นว่า ในท้ายที่สุดความจริงเรื่องฝาแฝดและการสลับตัวจะถูกเปิดเผยผ่าน

พฤติกรรมและการรู้เรื่องการสลับตัวเพื่อนำไปสู่การคืนสถานะที่ถูกต้องและส่งเสริมความสุขสมหวังให้แก่ตัวละครที่มีคุณธรรมในตอนจบเรื่องอย่างสมเหตุสมผลในเชิงความรู้สึกของผู้อ่าน

2.4 ความจำเสื่อมในฐานะ “พื้นที่ปลอดภัย”

นวนิยายที่มีตัวละครความจำเสื่อมหลายเรื่องเปิดเรื่องด้วยการมีเรื่องราวลึกลับเกิดขึ้น (P) ทำให้ตัวละครเอกต้องเข้าไปพัวพันกับเหตุการณ์ลึกลับนั้นและประสบเหตุให้ความจำเสื่อม (C) หรือได้ไปพบกับตัวละครความจำเสื่อม (V) โรคความจำเสื่อมในบริบทนี้จึงไม่ได้เป็นเพียงอาการทางกายภาพ แต่ทำหน้าที่เป็น “พื้นที่ปลอดภัย” (Safety Zone) ที่ช่วยประวิงเวลาให้ตัวละครเอกรอดพ้นจากการคุกคามของผู้ร้ายในขณะที่ยังอยู่ในสภาวะอ่อนแอ

ดังเช่นในนวนิยายเรื่องปมปาริชาติ ปาริชาติสูญเสียความทรงจำ แต่เธอทราบว่ามีคนกลุ่มหนึ่งต้องการตัวเธอ เนื่องจากเธอคือนักวิจัยที่คิดค้นสูตรเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อโตได้สำเร็จ กลุ่มค้ายาวะจึงต้องการสูตรเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อโตจากเธอเพื่อทำไปทำธุรกิจค้ายาวะ แต่ไม่ว่าปาริชาติจะพยายามคิดข้อมูลสูตรอย่างไรเธอก็จำไม่ได้ อีกทั้งเมื่อได้สูตรเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อมาแล้วเธอก็ไม่สามารถถอดรหัสลับจากสูตรนั้นได้ โรคความจำเสื่อมในนวนิยายที่มีโครงสร้างนวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนจึงเป็นเกราะคุ้มกันภัยให้กับตัวละครเอก เมื่อตัวละครเอกยังจำความลับไม่ได้ ผู้ร้ายจึงยังไม่สามารถลงมือสังหารตัวละครเอกได้ทันทีเพราะต้องการข้อมูลที่หายไป หรือบางครั้งก็เข้าใจว่า ตัวเอกไม่เป็นอันตรายอีกต่อไป ความเจียบงั้นในความทรงจำจึงกลายเป็นกลไกที่รักษาชีวิตตัวละครเอกไว้ จนกว่าจะเข้มแข็งพอที่จะสืบค้นความจริงได้

การที่ตัวละครลืมเหตุการณ์ร้ายแรงทำให้ผู้อ่านและตัวละครอื่นต้องร่วมกันปะติดปะต่อเรื่องราวผ่านร่องรอยเล็กน้อยที่หลงเหลืออยู่ โรคความจำเสื่อมจึงกลายเป็นปริศนาที่ต้องคลี่คลาย ควบคู่ไปกับการก่อตัวของความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครเอกกับผู้ที่เข้ามาช่วยเหลือและร่วมกันไขปริศนาที่ถูกซ่อนไว้และนำไปสู่การจับกุมผู้ร้ายได้ในที่สุด

โรคความจำเสื่อมในโครงเรื่องนี้สะท้อนค่านิยมสังคมไทยเรื่อง “ธรรมะย่อมชนะอธรรม” และ “ความลับไม่มีในโลก” โดยชี้ให้เห็นว่า แม้ความทรงจำจะถูกปิดกั้น แต่ความจริงจะค่อย ๆ ปรากฏขึ้นในเวลาที่เหมาะสม โรคความจำเสื่อมจึงเป็นเพียงเครื่องมือชะลอเวลาเพื่อให้ความจริงปรากฏออกมาในจังหวะที่ความยุติธรรมจะทำหน้าที่ของมันอย่างสมบูรณ์

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษานวนิยายที่มีตัวละครความจำเสื่อม 28 เรื่อง พบว่าสามารถจำแนกพฤติกรรมหลักได้ 22 พฤติกรรม โดยเรียงตามลำดับตัวอักษร A-V จากลำดับพฤติกรรมดังกล่าวสามารถจำแนกโครงสร้างนวนิยายได้ 2 โครงสร้างหลัก และแบ่งเป็น 5 โครงสร้างย่อย คือ นวนิยายรักและการตามหาตัวตน นวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกเป็นตัวละครความจำเสื่อม นวนิยายรักและสืบสวนสอบสวนที่มีตัวละครเอกเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัวละครความจำเสื่อม นวนิยายรักและตัวละครฝาแฝด และนวนิยายรักและความจำเสื่อมซ้ำซ้อน

โรคความจำเสื่อมในนวนิยายรักของไทยถูกนำมาใช้เพื่อความขัดแย้งของนวนิยายและมีความสำคัญในฐานะที่เป็นการเปิดโอกาสให้ตัวละครได้เริ่มต้นใหม่ในชีวิต เป็นบททดสอบรักแท้ระหว่างชายหญิง เป็นกลไกในการสลับตัวตนเพื่อพิสูจน์เนื้อแท้แห่งคุณความดี และเป็นพื้นที่ปลอดภัยจากผู้ร้ายก่อนความที่ความจริงจะปรากฏ

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษานวนิยายที่มีตัวละครความจำเสื่อมพบว่า ในนวนิยายแต่ละโครงสร้างจะมีพฤติกรรมเด่นของตนเองที่ทำให้แต่ละโครงสร้างแตกต่างกัน การศึกษาความหมายที่ซ่อนอยู่ในโครงสร้างของนวนิยายที่มีตัวละคร

ความจำเสื่อมพบว่า นวนิยายรักของไทยไม่ได้นำเสนอ “โรคความจำเสื่อม” ในฐานะอาการเจ็บป่วยที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ทางการแพทย์ หรือการรักษาตามหลักวิทยาศาสตร์ แต่ใช้ความจำเสื่อมเป็น “ปมขัดแย้ง” (Conflict) ที่สำคัญยิ่งกว่าอุปสรรคภายนอก ภาวะการสูญเสียตัวตน (Identity) นี้ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่องเพื่อสื่อความหมายที่ซ่อนอยู่ภายใต้อุดมการณ์และค่านิยมของสังคมไทย ดังนี้

ความจำเสื่อมในฐานะ “โอกาสในการเริ่มต้นใหม่” นวนิยายเปลี่ยนโรคภัยให้กลายเป็น “โอกาส” โดยใช้การลืมเพื่อล้างมลทินในอดีต และเปิดทางให้ตัวละครเริ่มต้นชีวิตใหม่ในฐานะผู้บริสุทธิ์ สะท้อนให้เห็นความเชื่อเรื่องการให้อภัยและการเริ่มต้นใหม่หากบุคคลนั้นพร้อมที่จะพัฒนาและปรับปรุงตนเอง

ความจำเสื่อมในฐานะ “บททดสอบรักแท้” นวนิยายใช้ความจำเสื่อมเพื่อท้าทายสิ่งที่มองเห็นด้วยตาหรือข้อมูลทางสมอง โดยเน้นย้ำว่า “ความรู้สึก” และ “สัญชาตญาณ” มีอำนาจเหนือเหตุผล โรคความจำเสื่อมจึงเป็นบททดสอบว่า “รักแท้” ของคนจะยังคงอยู่แม้ความทรงจำจะหายไป ซึ่งสอดคล้องกับอุดมการณ์ความรักแบบโรแมนติก ความจำเสื่อมในนวนิยายรักของไทยไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่เป็นอุปสรรคเชิงโครงสร้าง (Structural Conflict) แต่เป็นเครื่องมือเชิงอุดมการณ์ที่ผลักดันให้นวนิยายก้าวข้ามความเชื่อเรื่องบุพเพสันนิวาสไปสู่ “ความเป็นปัจเจกนิยม” ในความรักซึ่งคล้ายคลึงกับอุดมการณ์เรื่องความรักในนิยายรักโคกประชานิยมของไทย พ.ศ. 2540–2550 (Sounsamut, 2009) ที่แสดงให้เห็นว่า ความรักในนวนิยายไทยร่วมสมัยไม่ใช่ผลผลิตจากอำนาจเหนือธรรมชาติแต่เป็นอิสรภาพในการเลือกของปัจเจกบุคคล

ความจำเสื่อมในฐานะ “กลไกการสลบตัวตนเพื่อพิสูจน์เนื้อแท้” โรคความจำเสื่อมในโครงเรื่องแบบฝ่าฝืนไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่การสร้างสถานการณ์สลบตัวเพื่อความสนุกสนาน แต่เป็นบททดสอบที่แยบยล การที่ตัวละครเอกสูญเสียความทรงจำแล้วถูกนำไปวางไว้ในบริบทชีวิตของฝ่าฝืนอีกคนที่มีความสับสน เป็นการพิสูจน์ว่า “ตัวตน” (Identity) ของมนุษย์นั้นไม่ได้ถูกกำหนดด้วยรูปลักษณ์ภายนอก ชื่อเรียก หรือสายเลือดเพียงอย่างเดียว แต่ถูกสร้างขึ้นผ่าน “เนื้อแท้” และ “การกระทำ” ที่สะสมมาจากการเลี้ยงดูและการขัดเกลาทางจิตใจ กลวิธีนี้ตอกย้ำค่านิยมของสังคมไทยที่เชื่อว่า รูปร่างภายนอกอาจลวงตาได้ แต่ความดีงามภายในนั้นสลับซับซ้อนเปลี่ยนแปลงไม่ได้

ความดีงามที่ตัวละครแสดงออกภายหลังสูญเสียความทรงจำไม่ใช่คุณลักษณะที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เป็นผลผลิตของ “การขัดเกลาทางสังคม” (Socialization) ที่ปลูกฝังมาตั้งแต่เยาว์ ตัวละครที่มี “ความดีเป็นแก่นแท้” ทำหน้าที่เป็นผู้คลี่คลายความขัดแย้งของเรื่องราว (Narrative Resolution) ผ่านการตัดสินใจที่ถูกต้องตามศีลธรรม แม้ตัวละครจะไร้ซึ่งความจำหรือสถานะทางสังคม การที่ผู้ประพันธ์กำหนดให้ตัวเอกต้องเป็นคนดีสะท้อนให้เห็นว่า ในอุดมการณ์ของสังคมไทย “คนดี” ไม่ได้มีหน้าที่เพียงแค่ทำความดีส่วนตัว แต่มีหน้าที่ในฐานะตัวแทนของทางออกที่จะนำพาความสงบสุขมาสู่ครอบครัวและสังคม ดังที่นวนิยายแสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าจะเกิดวิกฤตความจำเสื่อมหรือปัญหาใด ๆ หากตัวละครยึดมั่นในความเป็นคนดี เหตุการณ์นั้นย่อมคลี่คลายไปในทางที่ดีเสมอ

ความจำเสื่อมในฐานะ “พื้นที่ปลอดภัย” ในเรื่องราวการฆาตกรรมและความลึกลับ ความจำเสื่อมไม่ได้หมายถึงความอ่อนแอ แต่เป็น “พื้นที่ปลอดภัย” ที่ช่วยปกป้องตัวละครเอกจากอันตราย และเป็นเครื่องมือชะลอเวลาเพื่อให้ความจริงปรากฏในจังหวะที่ธรรมะพร้อมจะทำหน้าที่เอาชนะอธรรม

โรคความจำเสื่อมในนวนิยายไทยเป็นเครื่องพิสูจน์ว่า คุณค่าที่แท้จริงของบุคคลไม่ได้สถิตอยู่ในความทรงจำหรือหลักฐานทางกายภาพ แต่สถิตอยู่ในจิตวิญญาณและการกระทำที่งดงาม ซึ่งเป็นแก่นสำคัญที่นวนิยายรักของไทยต้องการธำรงไว้ในสังคม ในนวนิยายหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ความขัดแย้งระหว่างครอบครัวหรือความผิดพลาดในอดีตนั้นหนักหนาเกินกว่าจะใช้วิธีการเจรจาตามปกติ โรคความจำเสื่อมจึงทำหน้าที่ลบล้างรอยร้าวในความสัมพันธ์ เมื่อความทรงจำเลวร้ายหายไป ความรักที่ก่อตัวขึ้นใหม่จึงบริสุทธิ์พอที่จะทำให้ทุกฝ่ายยอมรับ ในนวนิยายรักแม้ว่าตัวละครจะพจญกับโรคความจำเสื่อมและอุปสรรคต่าง ๆ มาเพียงไร แต่ก็จะมีหนทางหนทางสู่ตอนจบที่สมบูรณ์

(Happy Ending) ตอนจบแบบนี้ไม่ได้เป็นเพียงบทสรุปของนวนิยาย แต่เป็นการยืนยันว่า “ผู้ที่มีเนื้อแท้ดีงาม” ย่อมคู่ควรกับตอนจบที่ดีที่สุด

นวนิยายที่เล่าเรื่องโรคความจำเสื่อมเป็นนวนิยายรักหรือนวนิยายพาฝัน ตามที่ศุภร จารุจรณ (Jarujorn, 1998, pp. 192–194) ได้กล่าวไว้ว่า นวนิยายพาฝันเป็นนวนิยายที่อ่านเพื่อประเทืองอารมณ์ ไม่เน้นความสมจริง เป้าหมายของนวนิยายพาฝัน คือ การลืออารมณ์ แนวเรื่องพาฝันจึงเป็นเรื่องราวของอารมณ์มากกว่าความสมจริง เป็นเรื่องราวของความรักรซึ่งเป็นจุดสำคัญในการดำเนินเรื่อง อย่างไรก็ตาม นวนิยายพาฝันก็ยังดำเนินเรื่องตามแบบแผนค่านิยมที่ดีและสอดคล้องกับสังคมไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้เขียนนวนิยายสามารถนำผลการศึกษาคโครงสร้างและความหมายของโรคความจำเสื่อมในงานวิจัยนี้เป็นฐานข้อมูลในการสร้างตัวละครที่มีภาวะสมองเสื่อมให้มีความหลากหลายและแตกต่างไปจากภาพเดิมในวรรณกรรมไทยเพื่อสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งและสมจริงยิ่งขึ้น

อาจารย์และนักวิชาการสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนด้านมนุษยศาสตร์ การแพทย์ (Medical Humanities) เพื่อให้ผู้เรียนเห็นความเชื่อมโยงระหว่างศาสตร์ทางวิทยาศาสตร์และมนุษยศาสตร์ อีกทั้งยังเป็นการขยายขอบเขตการศึกษาวรรณกรรมไทยให้ก้าวไปสู่การวิจารณ์เชิงสังคมและสุขภาพ (Social and Health Criticism) อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบโรคความจำเสื่อมข้ามสื่อและวัฒนธรรม เช่น ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ทั้งของไทยและต่างประเทศ รวมทั้งการศึกษาในวรรณกรรมเพศทางเลือก (LGBTQ+)

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยเรื่องนี้แสดงให้เห็นว่านวนิยายรักที่มีตัวละครความจำเสื่อมมีโครงสร้างการเล่าเรื่องแบบเฉพาะตัวที่แตกต่างกันไปตามเงื่อนไขของ “การลืม” อีกทั้งยังแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่าง “ความจำ” กับ “ความเป็นมนุษย์” ในบริบทสังคมไทยซึ่งความเป็นมนุษย์ของตัวละครไทยไม่ได้ผูกติดอยู่กับความทรงจำที่ครบถ้วนเท่านั้น แต่ยังถูกประกอบสร้างผ่านการเลือกที่จะลืมหรือการเริ่มต้นใหม่เพื่อการยอมรับในบริบทจารีตของสังคมไทยอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- Althusser, L. (2014). *Ideology and ideological state apparatuses* (K. Kaewthep, Trans.; P. Bulsathaporn, Ed.). Siam Paritut. (Original work published 1970) [In Thai]
- Busayamas. (2003). *Kulap son nam 1–2*. Chokchai Tewet. [In Thai]
- Busaba Pa Fun. (2011). *Game rai... game rak* (2nd ed.). SE–ED Education. [In Thai]
- Chalamlai. (2010). *Pratthana phayabat*. Saengdao. [In Thai]
- Chanthasok, P. (2012). *Love in Books*. Reading Culture Promotion Foundation. <https://www.happyreading.in.th/article/ความรักในหนังสือ/> [In Thai]
- Chomulan. (2010). *Rang rak phrang chai*. Happy Banana. [In Thai]
- Choengkhir, P. (1999). *A study of Thai folktales based on Vladimir Propp's structural theory* [Unpublished master's thesis]. Chulalongkorn University. [In Thai]

- Chun–chai, P. (2016). *Thai online game novels: Structure and relationship with other literary genres* [Unpublished master’s thesis]. Silpakorn University. [In Thai]
- Dinsosichompu. (2011). *Dao klang chai*. Namnueng. [In Thai]
- Gankanish. (2012). *Krong rak theppabut thuean*. Light of Love. [In Thai]
- Gaokalchana. (2011). *Sane nang that*. Inlove Publishing. [In Thai]
- Inphayung, P. (2016). “*Ugly Duckling*” *novel series by Jamsai Publishing: Narrative patterns and concepts of female beauty in Thai society* [Unpublished master’s thesis]. Silpakorn University. [In Thai]
- Irin. (2000). *Nguan ritsaya 1–2*. Ruamsarn. [In Thai]
- Jarujorn, S. (1998). *Archetypal characters in romantic novels between 1937–1973* [Unpublished master’s thesis]. Mahasarakham University. [In Thai]
- Kangkao. (2015). *Sami niranam*. Amarin Book Center. [In Thai]
- Ketuadi. (2006). *Chaosua muannim*. Tawisitsora–at. [In Thai]
- Khojitmet, A. (2012). *Sao noi*. Saengdao. [In Thai]
- Kingchat. (1998). *Dang fai tai nam*. Arun. [In Thai]
- Klin–ueang. (2014). *Phirun phram rak*. Satapornbooks. [In Thai]
- Mallika. (2008). *Duang chai Phumin 1–2*. SE–ED Education. [In Thai]
- Nabdao. (2012). *Kon rak chang chai*. Arun Amarin Printing and Publishing. [In Thai]
- Na Thalang, S. (2001). *Waiyakon khong nithan: Kan suksa nithan choeng khongsang*. Chulalongkorn University. [In Thai]
- Nanaspace. (2012). *Plai fon ton rak After the Rain*. Arun Amarin Printing and Publishing. [In Thai]
- Oraphim. (2009). *Pom parichat*. Satapornbooks. [In Thai]
- Phanchomphu, J. (n.d.). *Awenchi nai duang chai*. Hunsu. [In Thai]
- Phannarai, S. (2009). *Dang sawan sap*. Beauty Book. [In Thai]
- Phakbung. (2021). *Krong namphueng*. Satapornbooks. [In Thai]
- Plaisingha. (2008). *Le phrom*. Fine Book. [In Thai]
- Plaithangfan. (2012). *Phayu ron son rak*. Kled Thai. [In Thai]
- Rakmanee, S. (2015). *Novel Writing*. Sampachanya Publishing. [In Thai]
- Saijanthuek, P. (2008). *Pho malai rim thang*. The Knowledge Center. [In Thai]
- Sakkasem, P. (2002). *Laplae lai mek*. Double Nine. [In Thai]
- Saengkrajang, C. (2005). *Ban mai ru roy*. Kled Thai. [In Thai]
- Sounsamut, P. (2009). *The ideology of love in popular Thai tragic romance, 1997–2007* [Unpublished doctoral dissertation]. Chulalongkorn University.
- Thepsrimuang, J. (2017). *Contemporary Thai Literature*. Department of Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Udon Thani Rajabhat University. [In Thai]
- Thienkeaw. (2009). *Sami ti thabian*. Bongkoch Publishing. [In Thai]
- Thilaya. (n.d.). *Ubat rak raeng khaen*. Amarin Book Center. [In Thai]
- Thuwadara. (2009). *Nueng rak pak chai*. Smart Books. [In Thai]
- Yu, H., & Petket, S. (2025). The tale type in A. Chaiworasin’s novels. *Ganesha Journal*, 21(1), 1–15. [In Thai]

การศึกษาปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง
ผลงานเขียนโดย ChatGPT กับผลงานเขียนของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6
A DISCOURSE ANALYSIS OF THAI CREATIVE WRITING: A COMPARATIVE CASE STUDY
OF CHATGPT-GENERATED TEXTS AND GRADE 6 ELEMENTARY STUDENTS'
COMPOSITIONS

กุนตিকা ชาพิมล^{1*} และ ปาจารย์ นนวยจันท์²

Kuntika Chapimon^{1*} and Pajaree Noyjantuek²

^{1, 2}มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 ประเทศไทย

^{1, 2}Kasetsart University, 50 Ngamwongwan Road, Lat Yao Sub-district, Chatuchak District, Bangkok Province 10900 Thailand

*Corresponding author E-mail: Kuntika.c@ku.th

(Received: Nov 11, 2025; Revised: Feb 27, 2026; Accepted: Mar 10, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเงื่อนไขข้อจำกัดทางภาษาของโปรแกรม ChatGPT ในปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย โดยเปรียบเทียบกับผลงานเขียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 80 ปริจเฉท การวิเคราะห์ข้อมูลครอบคลุม 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ โครงสร้างเชิงปริจเฉทตามประเภทงานเขียน ความสัมพันธ์เชิงเนื้อหาและเอกภาพของปริจเฉท และลักษณะทางภาษาศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ChatGPT มีข้อจำกัดทางภาษา 5 ด้านหลัก ประกอบด้วย (1) โครงสร้างปริจเฉทเป็นแบบแผนสำเร็จรูปที่ขาดความหลากหลาย (2) เนื้อหามีลักษณะเป็นสากล ขาดความเฉพาะเจาะจงทางวัฒนธรรมไทย (3) การเชื่อมโยงเชิงภาษามีความถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ แต่ขาดความคิดสร้างสรรค์ (4) การใช้ภาษาเขียนมีลักษณะเป็นทางการ ขาดการสื่อสารทางอารมณ์ที่เป็นธรรมชาติ และ (5) ขาดการใช้ภาษาอุปมาอุปไมยและคำศัพท์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางภาษาไทย ในทางตรงกันข้าม งานเขียนของนักเรียนมีโครงสร้างปริจเฉทที่หลากหลาย สะท้อนความคิดสร้างสรรค์ บริบททางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการใช้ภาษาที่มีเอกลักษณ์และความเข้าใจบริบท แม้จะพบข้อบกพร่องด้านการสะกดคำ ผลการวิจัยนี้จึงมีบทบาทสำคัญต่อการจัดการศึกษาและการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยเน้นย้ำให้เห็นทั้งศักยภาพและข้อจำกัดของเทคโนโลยี เพื่อให้ผู้เรียนสามารถใช้ประโยชน์จากเครื่องมือดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมโดยควรใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นเครื่องมือเสริมการเรียนรู้เพื่อช่วยพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เปรียบเทียบระหว่างงานเขียนของปัญญาประดิษฐ์กับงานเขียนที่มีคุณภาพ

คำสำคัญ: โปรแกรม ChatGPT, งานเขียนเชิงสร้างสรรค์, การวิเคราะห์ปริจเฉท, ภาษาไทย

¹ อาจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการสอนภาษาไทย ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์

² อาจารย์ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย (ประถมศึกษา) โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา

ABSTRACT

This study aimed to investigate the linguistic constraints of ChatGPT in Thai creative writing discourse by comparing 80 texts produced by ChatGPT with those written by Grade 6 students. The data analysis encompassed three main aspects: discourse structure according to writing genre, content cohesion and unity of discourse, and linguistic features. The findings revealed five primary linguistic limitations of ChatGPT: (1) stereotypical discourse structure following fixed patterns with limited variation; (2) generic content lacking Thai cultural specificity; (3) grammatically correct linguistic cohesion but lacking creative innovation; (4) formal written language devoid of natural emotional expression; and (5) absence of figurative language and lexical items reflecting Thai linguistic identity. In contrast, student writing exhibited diverse discourse structures demonstrating creativity, reflection of sociocultural contexts, and distinctive language use with contextual understanding, despite displaying spelling errors. These findings therefore play a significant role in educational management and artificial intelligence (AI) applications, emphasizing both the potential and limitations of the technology to enable learners to utilize such tools effectively and appropriately. Teachers should use artificial intelligence (AI) as a supplementary learning tool to enhance instruction and to foster students' critical and analytical thinking skills through comparative evaluation of AI-generated writing and high-quality written works.

KEYWORDS: ChatGPT Program, Creative Writing, Discourse Analysis, Thai language

บทนำ

ยุคดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน (Digital Transformation) ในปัจจุบัน (พ.ศ. 2568) นับเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่เทคโนโลยีได้เข้ามาแทรกซึมในชีวิตประจำวันของมนุษย์อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดตัวของโปรแกรม ChatGPT ซึ่งเป็นโมเดลภาษาปัญญาประดิษฐ์ขั้นสูงที่พัฒนาโดยบริษัท OpenAI โปรแกรมนี้อาศัยโครงข่ายประสาทเทียมที่มีพารามิเตอร์กว่า 1.75 แสนล้านพารามิเตอร์ ทำให้สามารถตอบสนองต่อคำถามและคำสั่งได้อย่างประณีตใกล้เคียงกับมนุษย์ (Amity Solutions, 2566) จุดเด่นของ ChatGPT อยู่ที่ความสามารถในการโต้ตอบอย่างเป็นธรรมชาติ การใช้ภาษาได้อย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกัน มีตรรกะและความรวดเร็วในการประมวลผลสูง ส่งผลให้โปรแกรมนี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายไปทั่วโลก

ระบบการทำงานของโปรแกรม ChatGPT สามารถสร้างสรรค์ผลงานทางภาษาที่หลากหลาย ทั้งบทกวี เนื้อเพลง นิทาน นวนิยาย และบทความ งานเขียนเหล่านี้ล้วนอยู่ในลักษณะของงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งโดยทั่วไปถือเป็นความสามารถพิเศษเฉพาะของมนุษย์ เนื่องจากต้องอาศัยความคิด ประสบการณ์ และจินตนาการ อันเป็นส่วนหนึ่งของความคิดสร้างสรรค์แบบไดเวอร์เจนซ์ (Divergent Thinking) คือการคิดในหลายทิศทาง หลายมุมมอง โดยนำประสบการณ์มาสร้างสรรค์สิ่งใหม่อย่างมีคุณค่า (Dankongrak, 2022) งานเขียนเชิงสร้างสรรค์หมายถึง งานเขียนที่ผู้เขียนใช้จินตนาการและประสบการณ์ของตนเองเชื่อมโยงความคิด ถ่ายทอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร ทั้งในรูปแบบความเรียงหรืองานกวีนิพนธ์ โดยมีเอกภาพและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Cheewaphan, 2018; Phianchop & Inthramphan, 1995) จุดมุ่งหมายสำคัญคือ การเปิดโอกาสให้ผู้เขียนได้แสดงออกอย่างอิสระ ผิฝฝนการใช้จินตนาการ และเห็นคุณค่าความงามของภาษา (Toiyeebi, 2011)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะได้รับการพัฒนาให้ทัดเทียมกับมนุษย์มากขึ้น แต่ยังคงมี “เงื่อนไขและข้อจำกัด” ของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ไม่อาจทดแทนความสามารถทางภาษา (Linguistic Competence) และความสามารถในการสื่อสาร (Communicative Competence) ของมนุษย์ได้อย่างแท้จริง Bender and Koller (2020) ชี้ว่า ระบบที่ฝึก

จากรูปแบบภาษาไม่สามารถเรียนรู้ความหมายของภาษาที่แท้จริงได้ ส่วน Floridi and Chiriatti (2020) วิเคราะห์ว่า ปัญหาประดิษฐ์แยกความสามารถแก้ปัญหาออกจากสติปัญญา ขณะที่ Mahowald et al. (2024) แยกแยะความสามารถทางภาษาเป็น 2 มิติ คือ ความสามารถเชิงรูปแบบซึ่งปัญหาประดิษฐ์เชี่ยวชาญ และความสามารถเชิงหน้าที่ซึ่งปัญหาประดิษฐ์ยังคงล้มเหลวอยู่ จะเห็นได้ว่า งานเขียนของปัญหาประดิษฐ์มักสะท้อนแบบแผนทางสถิติของภาษามากกว่าประสบการณ์หรือแรงบันดาลใจที่เกิดจากชีวิตจริงของผู้เขียน ในขณะที่งานเขียนของนักเรียนสามารถสะท้อนความคิดสร้างสรรค์เฉพาะตัวและมุมมองทางวัฒนธรรมที่ก่อตัวขึ้นในบริบทการเรียนรู้ของนักเรียนได้

การวิเคราะห์งานเขียนในมิติทางภาษาศาสตร์นั้นอาศัยแนวคิดเรื่อง “ปริจเฉท (discourse)” ซึ่งเป็นหน่วยภาษาที่มีระดับสูงกว่าประโยค เกิดจากการเรียงประโยคที่มีความต่อเนื่องและเอกภาพทางความหมาย (Jaratjarungkiat, 2000; Panpothong, 2013) ตามแนวคิดของ Stubbs (1983) และ Halliday (1978) ปริจเฉทเป็น “หน่วยภาษาที่สูงกว่าประโยคหรือสูงกว่าอนุประโยค” ซึ่งยากที่จะกำหนดขอบเขตได้อย่างชัดเจน ลักษณะสำคัญของปริจเฉทคือ ความมีเอกภาพและการเชื่อมโยงความ โดยเอกภาพในปริจเฉทเกิดจากปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ การบอกรว่าอะไรเป็นอะไร (Identification) การเชื่อมโยง (Conjunction) และการใช้คำรวมกลุ่ม (Collocation) (Jaratjarungkiat, 2000) ส่วนความเชื่อมโยงของภาษา (Cohesion) เกิดจากกลไก 5 ประการ ได้แก่ การอ้างอิง (Reference) การแทนที่ (Substitution) การตัดทอน (Ellipsis) การเชื่อมโยง (Conjunction) และการเชื่อมโยงทางคำศัพท์ (Lexical Cohesion) ซึ่งประกอบด้วยการใช้คำซ้ำ (Reiteration) และการใช้คำรวมกลุ่ม (Collocation) (Halliday and Hasan, 1976) ทั้งนี้ Longacre (1983) ได้จำแนกประเภทปริจเฉทออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ปริจเฉทเรื่องเล่า ปริจเฉทโน้มน้าว ปริจเฉทปฏิบัติ และปริจเฉทพรรณนา โดยพิจารณาจากลักษณะเนื้อหา การมีตัวละคร และลำดับเวลา การวิเคราะห์ปริจเฉทจึงช่วยให้เห็นโครงสร้างทางภาษา การเชื่อมโยงความคิด และการถ่ายทอดความหมายในระดับเนื้อหาได้อย่างเป็นระบบ

ในบริบทการศึกษา การเข้ามาของปัญหาประดิษฐ์ โดยเฉพาะ ChatGPT ก่อให้เกิดทั้งโอกาสและความท้าทาย Holmes et al. (2019) ได้เน้นย้ำว่า การใช้ปัญหาประดิษฐ์ในการศึกษานั้นจะต้องคำนึงถึงมุมมองเชิงวิพากษ์ จริยธรรม และสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะในการพัฒนาทักษะการเขียนเชิงสร้างสรรค์ซึ่งสะท้อนประสบการณ์ จินตนาการ และบริบทวัฒนธรรมที่ปัญหาประดิษฐ์ไม่สามารถจำลองได้อย่างสมบูรณ์ ครูและนักเรียนสามารถใช้เทคโนโลยีนี้เพื่อพัฒนาทักษะการคิด การเขียน และการวิเคราะห์เชิงภาษาได้อย่างหลากหลาย แต่ในขณะเดียวกัน ครูจำเป็นต้องตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างภาษาที่ปัญหาประดิษฐ์สร้างขึ้นกับภาษาที่มนุษย์สร้างสรรค์ด้วยตนเอง เพื่อรักษาเป้าหมายหลักของการเรียนภาษาไทยที่มุ่งพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และอัตลักษณ์ทางภาษา

ดังนั้น การศึกษาปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผลงานเขียนโดย ChatGPT กับผลงานเขียนของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 จึงเป็นการวิเคราะห์เชิงภาษาศาสตร์ที่มุ่งทำความเข้าใจโครงสร้างการใช้ภาษา ความคิดสร้างสรรค์ และขอบเขตการทำงานของปัญหาประดิษฐ์ในการผลิตภาษาที่มีคุณค่าเชิงวรรณศิลป์ อันจะนำไปสู่การออกแบบแนวทางการเรียนรู้ การประเมิน และการใช้เทคโนโลยีอย่างมีวิจารณญาณในบริบทการศึกษาภาษาไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาเงื่อนไขข้อจำกัดทางภาษาของโปรแกรม ChatGPT ในปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย

สมมติฐานการวิจัย

โปรแกรม ChatGPT มีเงื่อนไขข้อจำกัดทางภาษาในปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย เมื่อเปรียบเทียบกับผลงานเขียนของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ในด้านโครงสร้างของปริจเฉท การเลือกใช้คำศัพท์ การอ้างอิง

และการใช้คำเชื่อมโยง ซึ่งสะท้อนถึงความแตกต่างของสามมิติของการสื่อสาร (Communicative Competence) ระหว่างกับผู้ใช้อย่างที่เป็นมนุษย์

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้มีกลุ่มผู้ผลิตงานเขียนจำนวน 2 กลุ่มงานเขียนโดย ChatGPT และงานเขียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 แบ่งกลุ่มประเภทงานเขียน 4 ประเภท ได้แก่ เรียงความ นิทาน บรรยายและพรรณนา โน้มน้าวใจ โดยใช้กรอบทฤษฎีการวิเคราะห์ปริจเฉท (Halliday & Hasan, 1976) และการจำแนกประเภทโครงสร้างปริจเฉท (Longacre, 1983) กำหนดให้มีมิติการวิเคราะห์ 3 มิติ คือ 1) โครงสร้างเชิงปริจเฉท 2) ความสัมพันธ์เชิงเนื้อหาและเอกภาพ และ 3) ลักษณะทางภาษาศาสตร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ที่ศึกษาเปรียบเทียบปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทยระหว่างงานเขียนที่ผลิตโดย ChatGPT กับงานเขียนของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 อยู่ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง เงื่อนไขข้อจำกัดของโปรแกรม Chat GPT ในปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย และการนำไปใช้เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนสำหรับนักเรียนยุคดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันโดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผลงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย 2 กลุ่ม คือ (1) งานเขียนที่ผลิตโดยโปรแกรม ChatGPT และ (2) งานเขียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนแห่งหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย รวมทั้งสิ้น 80 ปริจเฉท แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ งานเขียนโดย ChatGPT จำนวน 40 ตัวอย่าง งานเขียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 40 ตัวอย่าง ทั้งสองกลุ่มครอบคลุมงานเขียน 4 ประเภท ได้แก่ 1) การเขียนเรียงความตามจินตนาการ 2) การเขียนนิทาน 3) การเขียนบรรยายและพรรณนา และ 4) การเขียนโน้มน้าวใจ ประเภทละ 10 ตัวอย่าง เพื่อให้การเปรียบเทียบงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ระหว่างโปรแกรม ChatGPT กับนักเรียนมีความเที่ยงตรง ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อและคำสั่งการเขียนให้มีลักษณะเหมือนกันทั้งสองกลุ่ม กล่าวคือ งานเขียนทั้งสองกลุ่มเป็นงานเขียนประเภทเดียวกัน ใช้หัวข้อเดียวกัน และมีขอบเขตเนื้อหาใกล้เคียงกัน ทั้งนี้เพื่อควบคุมตัวแปรด้านเนื้อหาและประเภทงานเขียนไม่ให้ส่งผลต่อความแตกต่างของผลการวิเคราะห์

การกำหนดเงื่อนไขดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความแตกต่างที่ปรากฏในงานเขียนสะท้อนลักษณะการใช้ภาษาและการสร้างปริจเฉทของผู้เขียนแต่ละกลุ่มอย่างแท้จริง อันเป็นการเสริมสร้างความเที่ยงตรงภายในของการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. กรอบแนวคิดเรื่องเอกภาพในปริจเฉทของ Halliday and Hasan (1976) ที่เน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเนื้อหาและเอกภาพ (Cohesion and Coherence) และการจำแนกองค์ประกอบเพื่อบ่งชี้ประเภทของโครงสร้างปริจเฉทของ Longacre (1983) ผู้วิจัยได้สร้างเกณฑ์การประเมินปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ โดยกำหนดให้มีมิติการวิเคราะห์ 3 มิติ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

มิติที่ 1 คือ โครงสร้างเชิงปริจเฉทตามประเภทงานเขียน (Discourse Type Structure)

มิติที่ 2 คือ ความสัมพันธ์เชิงเนื้อหาและเอกภาพ (Cohesion & Coherence)

มิติที่ 3 คือ ลักษณะทางภาษาศาสตร์ (Linguistic Features)

ในแต่ละมิติมีเกณฑ์อัตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ ระดับ 1-5 (น้อยมาก-ดีมาก) โดยเครื่องมือผ่านการตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาไทย ด้านภาษาศาสตร์ และครูผู้สอนภาษาไทยระดับประถมศึกษา คำนวณค่า IOC = 0.85-1.00 (ค่า IOC ที่ยอมรับได้คือ ≥ 0.50) ทั้งนี้ เกณฑ์การประเมินดังกล่าวได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์งานเขียนทุกตัวบทในทั้งสองกลุ่ม โดยใช้กรอบการวิเคราะห์เดียวกันและเกณฑ์การให้คะแนนเดียวกันในทุกมิติ เพื่อให้การเปรียบเทียบข้อมูลมีความสอดคล้องและลดความคลาดเคลื่อนจากการตีความเชิงอัตวิสัยของผู้วิจัย

2. แผนการจัดการเรียนรู้

ผู้วิจัยพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติจำนวน 4 แผน ครอบคลุมงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ 4 ประเภท ได้แก่ 1) ฐเรียนเขียนความ 2) สนุกล้ำทำนิทาน 3) ไชยานโวหารเยี่ยม และ 4) บทพูดเปี่ยมโน้มน้าวใจ โดยออกแบบกิจกรรมที่มุ่งเน้นให้นักเรียนเขียนตามธรรมชาติ โดยไม่ให้อำนาจงานเขียนหรือรูปแบบภาษาที่อาจชี้นำการเขียนผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน คัดเลือกข้อที่มีค่า IOC ≥ 0.50 ผลการประเมินพบว่าทุกแผนได้รับการประเมินว่ามีคุณภาพผ่านเกณฑ์ทุกรายการ (IOC = 1.00)

ตารางที่ 1 ตัวอย่างแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 ฐเรียนเขียนความ

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 ฐเรียนเขียนความ		เวลา: 50 นาที
ระดับชั้น: ประถมศึกษาปีที่ 6		
จุดประสงค์การเรียนรู้		
1) บอกหลักการเขียนเรื่องตามจินตนาการได้ 2) เขียนเรื่องจากจินตนาการตามหัวข้อที่กำหนดด้วยภาษาที่เหมาะสม 3) มีมารยาทในการเขียนและเจตคติที่ดีต่อภาษาไทย		
สาระสำคัญ		
การเขียนเรื่องตามจินตนาการเป็นการถ่ายทอดความคิด ความใฝ่ฝัน และความรู้สึกนึกคิดของผู้เขียนด้วยภาษาที่เหมาะสม เกิดจากจินตนาการที่สร้างสรรค์ ไม่ซ้ำใคร เราความสนใจผู้อ่าน และให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์		
กระบวนการจัดการเรียนรู้		
ขั้นนำ (10 นาที)	ครูให้นักเรียน 3 คนสัมผัสและอธิบายสิ่งของในถุงปริศนา 5 ชิ้น (ตุ๊กตากระต่าย ไม้ปัดขนไก่ ถั่วฝักยาว มะกรูด กระดาษชำระ) นักเรียนทายสิ่งของจากคำอธิบาย	
ขั้นสอน (25 นาที)	ครูแปะรูปภาพบนกระดาน ให้นักเรียน 5 คนแต่งประโยคต่อเนื่องตามรูปภาพ และวิเคราะห์ข้อความว่า ส่วนใดเป็นข้อเท็จจริง ส่วนใดเป็นความรู้สึก นักเรียนอธิบายความแตกต่างระหว่างการเขียนบรรยายข้อเท็จจริงกับการเขียนจากจินตนาการ จากนั้นครูมอบหมายให้เขียนเรื่องตามจินตนาการในหัวข้อ “ถ้าฉันเกิดเป็น...”	
ขั้นสรุป (15 นาที)	นักเรียน 2 คนอ่านงานเขียนของตนเอง ทุกคนร่วมกันสรุปเนื้อหาการเขียนเรื่องจากจินตนาการ	
การวัดและประเมินผล	ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม การตอบคำถาม และงานเขียนตามจินตนาการ โดยใช้เกณฑ์ประเมิน 3 ระดับ (ดีมาก/ดี/พอใช้)	

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะเตรียมการ ระยะเก็บรวบรวมข้อมูล และระยะวิเคราะห์และสรุปผล ดังนี้

ระยะที่ 1: ระยะเตรียมการ

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสำรวจแนวโน้มการใช้โปรแกรม ChatGPT ในวงการศึกษา จากนั้นกำหนดหัวข้องานเขียนเชิงสร้างสรรค์และศึกษาตัวบทที่ผลิตโดย ChatGPT เพื่อหาเงื่อนไขข้อจำกัดทางภาษา ควบคู่กับการสร้างแผนการจัดการเรียนรู้จำนวน 4 แผน สำหรับนักเรียน จำนวน 41 คน

ผู้วิจัยเขียนโครงการวิจัยเพื่อขอรับทุนสนับสนุนและยื่นขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ต่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งได้รับการรับรอง Study Code: KUREC-SSR68/025

ระยะที่ 2: ระยะเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน-กันยายน 2568 แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1: งานเขียนโดย ChatGPT ใช้คำสั่ง (Prompt) “คุณคือนักเรียนชาวไทยระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ช่วยเขียน[ประเภทงานเขียน]เรื่อง[หัวข้อ] จำนวน 12 บรรทัด” เพื่อสร้างงานเขียน 4 ประเภท ประเภทละ 10 ตัวบท รวม 40 ตัวบท มีรายละเอียดดังนี้

เวอร์ชันที่ใช้: ChatGPT-4 (GPT-4)

วันที่สร้างข้อมูล: 15-20 มิถุนายน พ.ศ. 2568

วิธีการสร้าง: สร้างแต่ละตัวบทในเซสชันใหม่ (New Chat Session)

กลุ่มที่ 2: งานเขียนของนักเรียน จัดกิจกรรมการเขียนเชิงสร้างสรรค์โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 4 คาบเรียน ซึ่งก่อนการเขียน ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์และลักษณะของงานเขียนให้ผู้เรียนเข้าใจโดยรวม โดยมีให้ตัวอย่างงานเขียนหรือรูปแบบภาษาที่อาจชี้นำการเขียน ทั้งนี้เพื่อให้งานเขียนที่ได้สะท้อนความสามารถในการใช้ภาษา และจินตนาการของผู้เรียนตามสภาพจริงของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 41 คน ได้ผลงาน 164 ตัวบท จากนั้นคัดเลือก 4 ประเภท ประเภทละ 10 ตัวบท รวม 40 ตัวบท รวมข้อมูลทั้งสิ้น 80 ตัวบท มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง: นักเรียน 41 คน จากโรงเรียนสาธิตแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ลักษณะโรงเรียน: โรงเรียนสาธิตแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

วิธีการคัดเลือก: ใช้เกณฑ์ความสมบูรณ์ ความยาว ความหลากหลาย และความชัดเจนของลายมือ

ระยะที่ 3: ระยะวิเคราะห์และสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ปริเจตงานเขียนทั้ง 80 ตัวบท โดยการจำแนกหมวดหมู่งานเขียน 4 ประเภท และแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ งานเขียนโดย ChatGPT และงานเขียนของนักเรียน และวิเคราะห์ตามกรอบทฤษฎีของ Halliday and Hasan (1976) และ Longacre (1983) โดยเปรียบเทียบลักษณะเฉพาะของงานเขียนทั้ง 2 กลุ่มใน 3 ประเด็นตามเกณฑ์การประเมินปริเจตงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ มิติที่ 1) โครงสร้างเชิงปริเจต มิติที่ 2) ความสัมพันธ์เชิงเนื้อหา และเอกภาพ และ มิติที่ 3) ลักษณะทางภาษาศาสตร์ และให้คะแนนตามเกณฑ์ของรูปคี่ที่กำหนดไว้

จากนั้นสังเคราะห์ผลการวิเคราะห์เพื่อศึกษาเงื่อนไขข้อจำกัดทางภาษาของ ChatGPT ในปริเจตงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย โดยการเปรียบเทียบลักษณะเฉพาะของงานเขียนแต่ละกลุ่ม และเรียบเรียงผลการวิจัยอภิปราย และสรุปผลการวิจัยพร้อมข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทยโดยมีหลักเกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 3 ประเด็นหลัก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. โครงสร้างเชิงปริจเฉทตามประเภทงานเขียน (Discourse Type Structure) เป็นการวิเคราะห์เพื่อแสดงให้เห็นลักษณะเฉพาะของโครงสร้างปริจเฉทแต่ละประเภท ทั้งการเขียนเรียงความ การเขียนนิทาน การเขียนบรรยาย และพรรณนา รวมถึงการเขียนโน้มน้าวใจ ตามแนวคิดของ Longacre (1983) ผลการวิเคราะห์พบว่า ปริจเฉทงานเขียนแต่ละกลุ่มมีความสอดคล้องทั้งด้านมิติเวลาและมิติตัวละคร

ตัวอย่าง การเขียนเรียงความตามจินตนาการ

1) “ถ้าฉันเกิดเป็นนก ฉันคงมีความสุขมาก...ตอนเช้าฉันจะร้องเพลงปลุกผู้คนให้ตื่นขึ้นมาทำงานอย่างสดใส” (ChatGPT)

2) “ถ้าฉันเกิดเป็นปลาในทะเล ฉันคงมีความสุขมาก...ตอนเช้าฉันจะออกหากินแพลงก์ตอนกับเพื่อน ๆ” (ChatGPT)

3) “ถ้าฉันเกิดเป็นต้นไม้ ฉันคงมีความสุขมากที่ได้อยู่กับธรรมชาติ...ตอนเช้าฉันจะรับแสงอาทิตย์เพื่อสร้างอาหารให้ตัวเอง” (ChatGPT)

4) “ถ้าฉันเป็นแม่มด ฉันจะฝึกเวทมนตร์ให้เก่งขึ้น ฉันจะลบคำพูดที่หลาย ๆ คนคิดว่าแม่มดจะต้องเป็นตัวร้าย.... ฉันจะแต่งนิทานต่าง ๆ...และเก็บไว้ให้คนรุ่นต่อ ๆ ไปได้อ่าน” (นักเรียน)

5) “ถ้าฉันเกิดเป็นสุนัข ฉันจะจงรักภักดี...ฉันจะเป็นหมาที่ซื่อสัตย์รักเจ้าของและอยากให้เจ้าของรักเรา” (นักเรียน)

6) “ถ้าฉันเกิดเป็นตัวละครในเกมมายคราฟ ซึ่งผมจะไปตัดต้นไม้ และสร้างอุปกรณ์ แล้วจากนั้นผมจะสร้างบ้าน” (นักเรียน)

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่า งานเขียนเรียงความโดย ChatGPT มีการจัดลำดับองค์ประกอบของเนื้อหาสอดคล้องกับลักษณะของปริจเฉทเรื่องเล่า (Narrative discourse) คือ มีทั้งเนื้อหาที่บ่งบอกเวลา เช่น “ตอนเช้า” และมิติด้านตัวละคร เช่น “ฉัน” ทั้งนี้งานเขียนของ ChatGPT แสดงให้เห็นลักษณะของโครงสร้างการลำดับเนื้อหาที่เป็นรูปแบบสำเร็จรูป กล่าวคือ [เงื่อนไข: ถ้าฉันเกิดเป็น X] → [ความรู้สึก: ฉันคงมีความสุขมาก] สะท้อนให้เห็นว่า ตัวบทได้สร้างรูปแบบตามโครงสร้างการเขียนที่กำหนดไว้ มีการจัดลำดับเวลาและตัวละคร โดยการกำหนดเงื่อนไขกับความรู้สึกเท่านั้น การเรียงลำดับของเรื่องตามเงื่อนไขของเวลาด้วยคำกำหนดเวลามากกว่าการเล่าเรื่องที่ตัวละครตามจินตนาการ และยังคงขาดการพัฒนาเรื่องให้มีความหลากหลาย

ส่วนงานเขียนเรียงความโดยนักเรียน มีการจัดลำดับองค์ประกอบของเนื้อหาสอดคล้องกับลักษณะของปริจเฉทเรื่องเล่าเช่นกัน แต่มีการลำดับเนื้อหาที่ตัวละครเช่น “ฉัน” “ผม” เป็นผู้ดำเนินเรื่อง และมีการลำดับเวลา เช่น “แล้วจากนั้น” ทั้งนี้งานเขียนของนักเรียนมีลักษณะการลำดับเนื้อหาอย่างเป็นเหตุเป็นผล สร้างความเชื่อมโยงของเหตุการณ์เกิดขึ้นก่อนหน้า และลำดับเรื่องด้วยเหตุการณ์ต่อไป เช่น “ฉันจะเป็นหมาที่ซื่อสัตย์รักเจ้าของและอยากให้เจ้าของรักเรา” สื่อว่าผู้เขียนสร้างบทบาทของ “ฉัน” ด้วยรูปแบบการกำหนดบทบาท [บทบาท: จงรักภักดี] → [คุณลักษณะ: ซื่อสัตย์รักเจ้าของ] → [ความปรารถนา: อยากให้เจ้าของรักเรา] ขณะที่ “ฉันอยากเกิดเป็นตัวละครในเกมมายคราฟ” ลำดับเรื่องด้วยรูปแบบการกำหนดสถานการณ์ [สถานการณ์: เป็นตัวละครในเกม] → [เหตุการณ์ 1: ตัดต้นไม้] → [เหตุการณ์ 2: สร้างอุปกรณ์] → [เหตุการณ์ 3: สร้างบ้าน] นอกจากนี้ งานเขียนของนักเรียนจะมีลักษณะการเล่าเรื่องที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับจินตนาการของผู้เขียน และมีการปรับโครงสร้างของเนื้อหาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเล่าเรื่องของแต่ละบุคคล

ตัวอย่าง การเขียนนิทาน

7) “กาลครั้งหนึ่ง มีอัศวินหนุ่มชื่อเซอร์ริวอาศัยอยู่ในอาณาจักรเอเดน เขาได้รับการฝึกจากกษัตริย์ให้ช่วยเจ้าหญิงที่ถูกแม่มดจับตัวไป...อัศวินจึงออกเดินทางพร้อมดาบวิเศษที่ส่องแสงสีทอง... ข้าคือดาบแห่งการกลายร่าง ผู้กล้าที่แท้ต้องพิสูจน์ใจตนเอง...เจ้าหญิงได้รับการช่วยเหลือและกลับสู่ราชวังอย่างปลอดภัย” (ChatGPT)

8) “กาลครั้งหนึ่งนานมาแล้ว ในอาณาจักรอันสงบสุข มีเจ้าหญิงแสนงามที่ถูกแม่มดใจร้ายจับตัวไป อัศวินหนุ่มนามว่าเซอร์อาร์นตัดสินใจออกตามหาเธอ...ดาบเปล่งแสงเจิดจ้าและกลายเป็นดาบวิเศษ เขาฟันเวทมนตร์ของแม่มดจนสลายหายไปเจ้าหญิงได้รับการช่วยเหลือและกลับสู่ราชวังอย่างปลอดภัย” (ChatGPT)

9) “กาลครั้งหนึ่งนานมาแล้วมีเจ้าชายและเจ้าหญิงซึ่งเป็นสามีภรรยา กัน อยู่มาวันหนึ่งมีอัศวินหลงทางมาจากป่า เดินทางมาเรื่อย ๆ จนพบเจอบปราสาท...อัศวินเข้ามาเป็นคนรับใช้ในปราสาท...แต่เจ้าหญิงและแม่มดไม่ชอบอัศวิน เพราะต่อหน้าเจ้าชายทำตัวดี...ลับหลังเป็นคนทรยศ...เจ้าหญิงและแม่มดถูกไล่ออกจากวัง...เจ้าหญิงไปพบกับเจ้าชายก่อนที่จะเลิกกัน...เจ้าชายฟันเจ้าหญิงตาย...แม่มดโกรธมากจึงกลายร่างเป็นนางฟ้า...สู้กับเจ้าชาย...แม่มดชนะ...ทำให้เมืองนี้ปกครองด้วยแม่มด” (นักเรียน)

10) “เมื่อนานมาแล้วมีหญิงคนหนึ่งหรือก็คือเจ้าหญิง...กำลังเข้าไปในอาณาเขตของแม่มด...แม่มดจึงได้สาปให้เจ้าหญิงหลับไปหลายวัน...หลายวันต่อมาได้มีอัศวินมาที่ป่า...แม่มดกับอัศวินก็ได้ต่อสู้กัน...หลังจากนั้นอัศวินก็ได้นำดาบแทงเข้าไปที่หัวใจของแม่มด ทำให้แม่มดเสียชีวิต...เจ้าหญิงกลับมาอย่างปลอดภัย” (นักเรียน)

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่า งานเขียนนิทานโดย ChatGPT มีองค์ประกอบของมิติเวลาและมิติของตัวละครตามโครงสร้างของปริศนาเรื่องเล่า มีการใช้คำเชื่อมเวลาตามรูปแบบของนิทาน เช่น “กาลครั้งหนึ่ง” “กาลครั้งหนึ่งนานมาแล้ว” “จึง” และได้กำหนดบทบาทตัวละครให้เป็นอัศวินที่มีภารกิจช่วยเหลือเจ้าหญิงให้รอดพ้นจากอันตรายของแม่มดซึ่งเป็นภารกิจรูปแบบเดียวกัน ลือให้เห็นว่า งานเขียนของChatGPT ได้กำหนดการลำดับเนื้อหาตามรูปแบบโครงสร้างของนิทานมาตรฐานและมีความคล้ายกันสูง ดังนี้ [กาลครั้งหนึ่ง] → [อัศวิน (ฮีโร่)] + [ภารกิจ (ช่วยเจ้าหญิง)] → [แม่มด (วายร้าย)] → [ดาบวิเศษ (มนต์ขลัง)] → [การทดสอบ] → [ชนะ] → [จบแบบมีความสุข]

ส่วนงานเขียนนิทานโดยนักเรียน มีองค์ประกอบของมิติเวลาและมิติของตัวละครตามโครงสร้างของปริศนาเรื่องเล่าเช่นกัน ปรากฏการใช้คำเชื่อมเวลา เช่น “กาลครั้งหนึ่งนานมาแล้ว” “อยู่มาวันหนึ่ง” “เมื่อนานมาแล้ว” และได้กำหนดบทบาททั้งรูปแบบมาตรฐานแม่มดเป็นตัวร้าย ขณะเดียวกันก็พลิกแพลงบทบาทของแม่มดกลายเป็นตัวละครฝ่ายดี และสร้างให้เจ้าชายกลายเป็นตัวละครฝ่ายร้าย การเล่าเรื่องในงานเขียนนิทานของนักเรียนมีความพลิกผันทั้งภารกิจและบทบาทของตัวละคร การลำดับเนื้อหาเช่นนี้ทำให้โครงสร้างนิทานมีความซับซ้อนมากขึ้น ดังนี้ [กาลครั้งหนึ่ง] → [เจ้าชาย+เจ้าหญิง] → [อัศวินเข้ามาเป็นคนรับใช้] → [ทรยศ] → [เจ้าหญิง+แม่มดถูกไล่ออก] → [เจ้าหญิงพบกับเจ้าชาย] → [เจ้าชายฆ่าเจ้าหญิง] → [แม่มดแก้แค้น] → [แม่มดชนะ] → [ปกครองโดยแม่มด]

ตัวอย่าง การเขียนบรรยายโวหาร

11) “ดวงอาทิตย์เป็นดาวฤกษ์ที่ส่องแสงสว่างอยู่กลางท้องฟ้า ดวงอาทิตย์จะโผล่ขึ้นจากขอบฟ้าทางทิศตะวันออกแสงของมันทำให้โลกสว่างและอบอุ่นน่าอยู่ **ต้นไม้ใช้แสงแดดในการสร้างอาหารให้ตัวเอง**” (ChatGPT)

12) “ดวงอาทิตย์เป็นดาวเคราะห์ดวงใหญ่ที่ส่องแสงอยู่บนท้องฟ้า เมื่อดวงอาทิตย์ขึ้น โลกจะสว่างไสวและอบอุ่น แสงของมันช่วยให้**ต้นไม้สร้างอาหารและเติบโตได้ดี** สัตว์และมนุษย์ก็ได้อาศัยแสงนั้นในการดำรงชีวิต” (ChatGPT)

13) “ดวงอาทิตย์เป็นดาวในระบบสุริยะจักรวาล ในกาแล็กซีทางช้างเผือก และเป็นดาวฤกษ์เพียงดวงเดียวเป็นดาวที่ใหญ่ที่สุดในระบบสุริยะ มี**ประโยชน์ต่อโลกคือ** ช่วยให้โลกมีแสงสว่าง ช่วยให้โลกอบอุ่น” (นักเรียน)

14) “ดวงอาทิตย์มีสีขาว แต่อาจจะมองเป็นสีส้มหรือสีแดง ดวงอาทิตย์มีอุณหภูมิมากกว่า 1,000 องศาเซลเซียส เป็นดาวที่มีแสงในตัวเรียกว่าดาวฤกษ์ และเป็นดาวฤกษ์ดวงเดียวในกาแล็กซีทางช้างเผือก” (นักเรียน)

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่า งานเขียนบรรยายโวหารโดย ChatGPT จัดว่าเป็นโครงสร้างปริจเจทพรรณนา (Expository Discourse) คือไม่ปรากฏมิติของเวลาและตัวละคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเขียนเพื่อให้ความรู้ (Inform) จากการพิจารณาตัวบทที่ 12 กล่าวว่า “ดวงอาทิตย์เป็นดาวเคราะห์” เป็นข้อมูลที่คลาดเคลื่อนไม่ถูกต้อง เนื่องจากดวงอาทิตย์คือดาวฤกษ์ที่สามารถสร้างพลังงานและแสงสว่างได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ตัวบทที่ 11 และ 12 มีเนื้อความคล้ายคลึงกันในการกล่าวถึงดวงอาทิตย์ว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ต้นไม้สร้างอาหารได้ และลำดับเนื้อหาในลักษณะของ [คำนิยาม] → [การเคลื่อนที่] → [ผลกระทบ] → [ประโยชน์] เป็นการให้ข้อมูลโดยทั่วไปของดวงอาทิตย์ ไม่แสดงให้เห็นลักษณะความแตกต่างระหว่างตัวบท

ส่วนงานเขียนบรรยายโวหารโดยนักเรียนนั้น ไม่มีการปรากฏมิติของเวลาและตัวละครเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลำดับเนื้อหาของตัวบทจะมีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ดังที่ตัวบทที่ 13 ลำดับเนื้อหาโดยขึ้นต้นด้วย [คำนิยาม] → [ตำแหน่งในจักรวาล] → [ลักษณะเฉพาะ] → [ประโยชน์] ส่วนตัวบทที่ 14 ขึ้นต้นด้วย [สี] → [อุณหภูมิ] → [ประเภท] → [ความพิเศษ] ด้วยลักษณะเช่นนี้ทำให้นักเรียนสร้างตัวบทที่มีรูปแบบหลากหลายในการบรรยายถึงดวงอาทิตย์ เห็นความแตกต่างในลีลาการเขียนเฉพาะบุคคล

ตัวอย่าง การเขียนพรรณนาโวหาร

15) “ดวงอาทิตย์ค่อย ๆ โผล่ขึ้นจากขอบฟ้าอย่างงดงาม แสงสีทองอ่อน ๆ ส่องไปทั่วท้องทุ่งและยอดไม้ ไหวเอน เสียงนกร้องรับแสงแรกของวันอย่างมีความสุข ท้องฟ้าสีส้มอมชมพูดูสดใสเหมือนภาพในความฝัน” (ChatGPT)

16) “เมื่อเช้า ดวงอาทิตย์ค่อย ๆ โผล่พ้นขอบฟ้าด้วยแสงสีทองอ่อน ๆ แสงแรกของวันส่องกระทบยอดไม้ จนเป็นประกายระยิบระยับ ท้องฟ้าเปลี่ยนจากสีเทาหม่นเป็นสีส้มสดใสอย่างงดงาม ลมอ่อน ๆ พัดพาแสงแดดอุ่น ๆ มาสัมผัสแก้มฉันอย่างแผ่วเบา” (ChatGPT)

17) “ดวงอาทิตย์เป็นดาวที่มีความสำคัญต่อโลกมากเหมือนกับสมองและหัวใจของมนุษย์เลย ดวงอาทิตย์เป็นดาวที่มีแสงสว่างโชติช่วงชัชวาล และมีความร้อนเหมือนไฟบอลโลกัล จนยังไม่มีใครที่มีความสามารถเข้าไปใกล้ได้” (นักเรียน)

18) “ดวงอาทิตย์เป็นดาวฤกษ์ที่มีแสงสว่างเจิดจ้าตั้งแสงสว่างจากสรวงสวรรค์ ดวงอาทิตย์มีขนาดใหญ่ตั้งภูเขานับล้านลูกรวมกันเป็นหนึ่งแม่เมื่อเทียบกับดาวฤกษ์อื่นก็ไม่ได้ใหญ่เว่อวังตั้งภูเขาล้านลูก” (นักเรียน)

งานเขียนพรรณนาโวหารมีลักษณะก้ำกึ่งระหว่างปริจเจทพรรณนา (Expository Discourse) และปริจเจทเล่าเรื่อง (Narrative Discourse) กล่าวคือ อาจจะมีมิติเวลาหรือไม่ก็ได้ และอาจจะมีมิติของตัวละครหรือไม่ก็ได้ กล่าวได้ว่า งานเขียนพรรณนาโวหารมีวัตถุประสงค์สำคัญในการสร้างภาพ (Visualize) ให้ผู้อ่านได้เกิดจินตนาการ เนื้อความจึงประกอบด้วยคามมีสีสันและอารมณ์ความรู้สึก จึงมีความแตกต่างจากการเขียนบรรยายโวหาร

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่า งานเขียนพรรณนาโวหารโดย ChatGPT ปรากฏมิติเวลา เช่น “แสงแรกของวัน” “เมื่อเช้า” และมีมิติของตัวละครในตัวบทที่ 16 คือ คำว่า “ฉัน” ทั้งนี้มีการลำดับเนื้อหาในโครงสร้างปริจเจทที่คล้ายกันทั้งตัวบทที่ 15 และ 16 คือ [ดวงอาทิตย์โผล่ขึ้น] → [แสงสีทองส่อง] → [ท้องทุ่ง+ยอดไม้] → [ท้องฟ้าสีส้มอมชมพู/ส้มสดใส] ขณะที่งานเขียนโดยนักเรียน ไม่ปรากฏมิติเวลาและมิติตัวละคร และมีโครงสร้างปริจเจทที่มุ่งเน้นการอุปมาเป็นหลัก ดังตัวบทที่ 17 ลำดับเนื้อหาโดยการกล่าวถึง [อุปมา 1: ความสำคัญ] → [อุปมา 2:

แสงสว่าง] → [อุปมา 3: ความร้อน] ส่วนตัวบทที่ 16 มีการลำดับเนื้อหาที่เน้นการอุปมาเช่นกัน [อุปมา 1: แสง] → [อุปมา 2: ขนาดใหญ่] → [การเปรียบเทียบ: ไม่ใหญ่เท่าดาวอื่น]

เมื่อพิจารณาโครงสร้างปริศนาจะเห็นว่า งานเขียนโดย ChatGPT สื่อให้เห็นภาพตามการพรรณนาได้ชัดเจนกว่างานเขียนของนักเรียน และยังคงมีความซ้ำซ้อนของโครงสร้าง ส่วนการใช้อุปมาเพื่อสร้างความหมายเปรียบเทียบในงานเขียนของนักเรียนนั้นมีความสร้างสรรค์และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะมากกว่า ดังเช่น “ดวงอาทิตย์เป็นดาวที่มีแสงสว่างโชติช่วงชัชวาล และมีความร้อนเหมือนไฟบอลโลก” สื่อถึงความสว่างจ้าและความรุนแรงของความร้อนที่เป็นลักษณะสำคัญของดวงอาทิตย์

ตัวอย่าง การเขียนโน้มน้าวใจ

19) “คนไทยทุกคนควรยึดมั่นในความซื่อสัตย์และไม่ทุจริต การทุจริตเป็นสิ่งที่ทำให้ประเทศชาติล่มจมและไม่พัฒนา ถ้าเราซื่อสัตย์ประเทศของเราก็จะเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคง นักเรียนอย่างพวกเราควรเริ่มต้นจากเรื่องเล็ก ๆ เช่น ไม่ลอกการบ้าน ไม่โกงข้อสอบ...เมื่อเติบโตขึ้นเราก็จะเป็นผู้ใหญ่ที่มีความซื่อสัตย์ในหน้าที่ คนไทยที่ไม่ทุจริตคือคนที่รักความยุติธรรมและเห็นแก่ส่วนรวม ถ้าทุกคนช่วยกันซื่อสัตย์ บ้านเมืองของเราจะสงบสุข...เราควรภาคภูมิใจที่ได้เป็นคนดีและไม่เอาเปรียบผู้อื่น...แต่เราจะได้รับความภูมิใจและความไว้วางใจจากทุกคนตลอดไป” (ChatGPT)

20) “ณ ปัจจุบันมีปัญหาด้านโลกร้อนอย่างมาก ทั้งที่เกิดมาจากมนุษย์และเป็นที่ธรรมชาติเอง ซึ่งมันก็ส่งผลให้อุณหภูมิโลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้มนุษย์โลกอย่างเราอุ่นมาก ๆ กันเลยทีเดียว...ซึ่งถ้าไม่ได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนใน 7 ปีข้างหน้า มนุษย์อาจจะอยู่ไม่ได้เลยทีเดียวเพราะอุณหภูมิที่สูงกว่าปกติทำให้มนุษย์มีการปรับตัวไม่ทันเสียก่อน เพราะฉะนั้นเราควรลดพฤติกรรมที่ส่งผลให้โลกร้อนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเผาไหม้ การตัดไม้ เพราะฉะนั้นเราควรร่วมมือกันช่วยลดโลกร้อน” (นักเรียน)

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่า งานเขียนโน้มน้าวใจโดย ChatGPT มีองค์ประกอบของมิติตัวละคร เช่น “คนไทยทุกคน” “เรา” “พวกเรา” “นักเรียน” แต่ไม่ปรากฏมิติของเวลาสอดคล้องกับโครงสร้างของปริศนาโน้มน้าวใจ (Hortatory discourse) ที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างความเชื่อในประเด็นที่ต้องสื่อโน้มน้าวใจเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และมีการลำดับเนื้อหา ดังนี้ [ข้อเสนอ] → [เหตุผลด้านลบ 1] → [เหตุผลด้านบวก 2] → [หลักฐาน] → [การเตือน] → [การเรียกร้อง] → [ตัวอย่าง] → [วิสัยทัศน์] ด้วยลักษณะโครงสร้างเช่นนี้ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือของเนื้อความ และแสดงภาพด้านบวกเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้รับสารเกิดการเปรียบเทียบและคล้อยตามได้

ส่วนงานเขียนโน้มน้าวใจโดยนักเรียน มีองค์ประกอบของมิติตัวละคร เช่น “เรา” “มนุษย์” “มนุษย์โลก” และไม่ปรากฏมิติของเวลาเช่นกัน แต่งานเขียนของนักเรียนจะมีการลำดับเนื้อหาที่ประกอบด้วย [ปัญหา] → [สาเหตุ] → [ผลกระทบ] → [หลักฐาน] → [การเตือน] → [การเรียกร้อง] → [ตัวอย่าง] → [การเรียกร้องเพื่อเน้นย้ำ] การลำดับเนื้อหาเช่นนี้ทำให้ผู้อ่านเข้าถึงปัญหา และสร้างน้ำหนักของปัญหาให้เพิ่มมากขึ้นด้วยผลกระทบ หลักฐาน การเตือน เพื่อนำไปสู่การเรียกร้องให้คล้อยตาม และที่สำคัญคือการเน้นย้ำสิ่งที่ต้องการโน้มน้าวใจในตอนท้ายของโครงสร้างปริศนา ทำให้เนื้อความมีความน่าเชื่อถือและเน้นย้ำวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

จากการพิจารณาโครงสร้างของปริศนาทั้ง 4 กลุ่ม สะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของงานเขียนแต่ละประเภท ทั้งยังเห็นลักษณะความแตกต่างระหว่างงานเขียนโดย ChatGPT และงานเขียนโดยนักเรียน กล่าวได้ว่า งานเขียนของ ChatGPT มีโครงสร้างที่เป็นแบบแผนสำเร็จรูป มีความสมบูรณ์ตามหลักวิชา แต่ขาดความหลากหลายและความคิดสร้างสรรค์ ขณะที่งานเขียนของนักเรียนมีโครงสร้างที่หลากหลาย สะท้อนมุมมองและจินตนาการที่แตกต่างกัน แม้อาจมีข้อบกพร่องในด้านการสะกดคำและการใช้ไวยากรณ์บางประการ

ตารางที่ 1 โครงสร้างปริจเฉทตามประเภทงานเขียน

ประเภทของงานเขียน	งานเขียนของ ChatGPT	งานเขียนของนักเรียน
1. เรียงความตามจินตนาการ	[เงื่อนไข] → [ความรู้สึก] → [คุณค่า]	หลากหลายตามจินตนาการ
2. นิทาน	โครงสร้างมาตรฐาน ไม่มีการพลิกแพลง	มีทั้งมาตรฐานและพลิกแพลง
3. บรรยาย-พรรณนา	[คำนิยาม] → [ลักษณะ] → [ประโยชน์]	เน้นการใช้อุปมาเป็นหลัก
4. โน้มน้าวใจ	[ข้อเสนอ] → [เหตุผล] → [วิสัยทัศน์]	[ปัญหา] → [ผลกระทบ] → [เน้นย้ำ]

จากตารางที่ 1 พบว่า การเขียนเรียงความตามจินตนาการ ผลงานของ ChatGPT มักจะมีคุณค่าของเรื่อง การให้ข้อคิด การสะท้อนคุณค่าของสิ่งที่กล่าวถึงเสมอ ขณะที่งานเขียนของนักเรียนจะเน้นการเล่าเรื่องด้วยมุมมองที่ต่างกันไป แต่จะเลือกเขียนถึงสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว ความชื่นชอบ เป็นต้น ไม่จำเพาะแค่เรื่องของธรรมชาติอย่าง ChatGPT ที่เน้น นก ต้นไม้ ดอกไม้ เป็นต้น ส่วนการเขียนนิทาน ChatGPT จะมีลักษณะโครงสร้างของนิทานตามแบบฉบับ การลำดับเรื่องเส้นตรง กำหนดบทบาทตัวละครดีและร้าย ขณะที่งานเขียนของนักเรียนมีทั้งการเล่านิทานตามแบบฉบับ และนิทานที่ลำดับเรื่องแบบพลิกแพลง ตัวละครมีพัฒนาการอย่างชัดเจน ให้ประสบปัญหา เรียนรู้ปัญหา และหาทางแก้ไขได้สำเร็จ จึงดูเป็นธรรมชาติ นอกจากนี้งานเขียนบรรยายและพรรณนา ChatGPT จะกล่าวถึงข้อมูลที่มีความใกล้เคียงกัน ขาดความแปลกใหม่ ส่วนงานเขียนของนักเรียนเน้นการเขียนอุปมาอย่างชัดเจนในพรรณนาโวหาร และงานเขียนโน้มน้าวใจ ChatGPT มีโครงสร้างที่สมบูรณ์ในการโน้มน้าวใจ เขียนด้วยภาษาที่เป็นทางการ และขาดความเป็นธรรมชาติ ขณะที่งานเขียนของนักเรียนสื่อถึงความกังวลจากการเน้นย้ำปัญหาและการกล่าวซ้ำในตอนท้ายของปริจเฉท

2. ความสัมพันธ์เชิงเนื้อหาและเอกภาพ (Cohesion & Coherence) เป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการเกาะเกี่ยวกันของความในปริจเฉท ประกอบด้วย ความเชื่อมโยงของภาษา (Cohesion) และความเป็นเอกภาพ (Coherence) ตามแนวคิดของ Halliday and Hasan (1976) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ความเชื่อมโยงของภาษา (Cohesion) ประกอบด้วย 1) การใช้คำเชื่อม (Conjunction) ที่ทำให้เนื้อความมีลักษณะเกาะเกี่ยวกัน เช่น “ตอนเช้าฉันจะร้องเพลงปลุกผู้คน...บางครั้งฉันอาจจะบินไปดูเมืองใหญ่...เมื่อเหนื่อยฉันจะกลับมาพักบนกิ่งไม้” (ChatGPT) เป็นคำเชื่อมเวลาที่แสดงให้เห็นความต่อเนื่องกัน ส่งผลต่อการลำดับเนื้อหาเหตุการณ์ที่เกิดก่อน-หลัง ส่วนคำเชื่อมเหตุผล เช่น “ซึ่งมันก็ส่งผลให้อุณหภูมิโลกเปลี่ยนแปลง ทำให้มนุษย์โลกอย่างเราอ่อนมาก ๆ...ก็เพราะอุณหภูมิที่สูงกว่าปกติ ทำให้มนุษย์มีการปรับตัวไม่ทัน เพราะฉะนั้นเราควรลดพฤติกรรม...” (นักเรียน) เป็นการใช้อยู่คำเพื่อเกาะเกี่ยวกันของเนื้อความอย่างเป็นเหตุเป็นผล 2) การอ้างอิง (Reference) เป็นวิธีการกล่าวถึงสิ่งที่ต้องการอ้างจากประโยคก่อนหน้าเพื่อทำให้ความเกี่ยวข้องกัน เช่น ““มีสัตว์หนุมซ้ำชื่อเซอร์ลีโอ...เขาจับหน้าที่ปกป้องเจ้าหญิง...” (ChatGPT) แสดงให้เห็นว่า การใช้คำสรรพนามอ้างอิงทำหน้าที่เชื่อมโยง การอ้างอิงกับสิ่งที่ถูกกล่าวถึง ในข้อความเดียวกันหรือคนละข้อความ เพื่อคงความชัดเจนของความหมาย และรักษาเอกภาพของปริจเฉทไว้ และ 3) การเชื่อมโยงทางคำศัพท์ (Lexical Cohesion) เป็นการเชื่อมโยงข้อความโดยอาศัยคำศัพท์ที่มีความสัมพันธ์กันทางความหมาย เพื่อสร้างความต่อเนื่องและเอกภาพของปริจเฉท เช่น “ดวงอาทิตย์มีลักษณะกลมและสีดั่งลูกส้ม มีขนาดมหึมา มีความร้อนมหาศาล ที่แผ่ไปสู่ดาวเคราะห์ 8 ดวง ...เมื่อใกล้หมดอายุจะขยายเป็นดาวฤกษ์แดงยักษ์อย่างเนื้อลูกแตงโม” (นักเรียน) เป็นการเชื่อมโยงทางคำศัพท์เกี่ยวกับดวงอาทิตย์เท่านั้นเพื่อให้มีเอกภาพของปริจเฉท

2.2 ความเป็นเอกภาพ (Coherence) ประกอบด้วย 1) ความต่อเนื่องของความคิดที่สื่อว่าเนื้อหาลำดับอย่างเป็นขั้นตอน เช่น “กาลครั้งหนึ่ง...มีเจ้าหญิงถูกแม่มดจับ...อัศวินตัดสินใจออกตามหา...เขามีเพียงดาบเก่า...

ดาบกลายเป็นดาบวิเศษ... พันเวทมนตร์จนสลาย... เจ้าหญิงกลับราชวัง” (ChatGPT) 2) ตรรกะของเนื้อหา (Logical Coherence) เป็นการจัดเรียงความคิดให้สัมพันธ์กันทั้งในเชิงเหตุผล เวลา หรือสาเหตุกับผลลัพธ์ เพื่อให้เนื้อหา มีความต่อเนื่องและสมเหตุสมผลกันอย่างเป็นระบบ เช่น “โลกร้อน...เกิดจากมนุษย์และธรรมชาติ...อุณหภูมิเปลี่ยน... ต้องลดพฤติกรรม...การเผาไหม้ การตัดไม้...ความร่วมมือกัน” (นักเรียน) ที่กล่าวถึงการโน้มน้าวใจให้ช่วยกันลดปัญหา โลกร้อน 3) ความเป็นหนึ่งเดียวกัน (Unity) ในปริศนาหนึ่ง ๆ ต้องมีความเป็นหนึ่งเดียวกันของทุกประโยคเพื่อสื่อสาร ความคิดหลักเพียงหนึ่งเดียวเท่านั้น รวมถึงไม่มีข้อความที่ไม่เกี่ยวข้องปรากฏในปริศนา เช่น “ดวงอาทิตย์ เป็นดาวเคราะห์ดวงใหญ่ที่ส่องแสงอยู่บนท้องฟ้า ทุกเช้าเมื่อดวงอาทิตย์ขึ้น โลกจะสว่างไสวและอบอุ่น แสงของมัน ช่วยให้ต้นไม้สร้างอาหารและเติบโตได้ดี สัตว์และมนุษย์ก็ได้อาศัยแสงนั้นในการดำรงชีวิต ตอนเที่ยงแสงแดด จะร้อนแรงและส่องตรงลงมาจากรัง” (ChatGPT) ในตัวบทนี้ประกอบด้วยประโยคที่กล่าวถึงดวงอาทิตย์เพื่อสนับสนุน ประเด็นหลักของตัวบท

จากการพิจารณาความสัมพันธ์เชิงเนื้อหาและเอกภาพ (Cohesion & Coherence) โดยการเปรียบเทียบระหว่าง งานเขียนโดย ChatGPT กับงานเขียนโดยนักเรียน พบว่า งานเขียนของ ChatGPT มีความสมบูรณ์ในด้านความเชื่อมโยง ของภาษาและความเป็นเอกภาพมากกว่างานเขียนของนักเรียน ทั้งในด้านการใช้คำเชื่อมที่มีความหลากหลาย การอ้างอิงที่สัมพันธ์อย่างถูกต้อง ความต่อเนื่องของความคิดที่ทำให้ลำดับเนื้อหาไม่มีความวุ่นวาย และความเป็นเอกภาพ ในการสื่อถึงประเด็นหลักเพียงประเด็นเดียวในตัวบท ส่วนงานเขียนของนักเรียนมีความแตกต่างในด้านการเชื่อมโยง ทางคำศัพท์ที่มีความสร้างสรรค์ ไม่เป็นรูปแบบตายตัว นอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตเกี่ยวกับความเชื่อมโยงของภาษา ในงานเขียนของนักเรียนว่า แม้ว่าการเขียนของนักเรียนจะมีความโดดเด่นในด้านการเชื่อมโยงทางคำศัพท์ที่มีความ สร้างสรรค์ แต่ยังพบข้อบกพร่องในด้านอื่น ๆ เช่น การขาดความเป็นเอกภาพในบางตัวบท นักเรียนบางคน มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนประเด็นหรือข้ามเหตุการณ์โดยไม่มีการเชื่อมโยงที่ชัดเจน การใช้คำเชื่อมซ้ำเดิม นักเรียนมักใช้ คำเชื่อมเพียงไม่กี่คำซ้ำ ๆ กัน ทำให้งานเขียนขาดความหลากหลาย และการอ้างอิงที่ไม่ชัดเจน นักเรียนมักใช้ คำสรรพนามอ้างอิงที่ทำให้เกิดความสับสน ซึ่งสาเหตุที่ทำให้งานเขียนของนักเรียนขาดความเป็นเอกภาพอาจจะ มาจากการวางแผนก่อนเริ่มเขียน ข้อจำกัดด้านคลังคำศัพท์ รวมถึงการพัฒนาทักษะทางภาษาในแต่ละช่วงวัย

3. ลักษณะทางภาษาศาสตร์ (Linguistic Features) เป็นการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในปริศนา ประกอบด้วย ความหลากหลายของคำศัพท์ ความซับซ้อนของประโยค การใช้ภาษาที่สื่ออารมณ์และทรรศนะ การใช้ ภาษาภาพพจน์และสำนวน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ความหลากหลายของคำศัพท์ (Lexical Variety) เป็นลักษณะของการเลือกใช้คำที่มีความหลากหลาย และเหมาะสม สะท้อนให้เห็นความสามารถทางภาษา การเข้าใจความหมายในบริบทต่าง ๆ และคลังคำศัพท์ ของผู้เขียน ผลการวิจัยพบว่า ด้วยโครงสร้างปริศนาของ ChatGPT มีลักษณะคล้ายคลึงกัน และกล่าวถึงประเด็นซ้ำกัน เช่น การเขียนเรียงความตามจินตนาการ มักจะปรากฏว่า “ถ้าฉันเกิดเป็นนก...เช่น นกแก้ว นกนางแอ่น และ นกกระเจียว” มีลักษณะของคำจากกลุ่ม คือคำว่า “นก” และคำลูกกลุ่ม คือ กลุ่มชนิดของนกที่สัมพันธ์กัน ทั้งยังปรากฏ ในหลาย ๆ ตัวบท ทำให้มีการใช้คำศัพท์ในวงความหมายเดียวกัน

ขณะที่งานเขียนของนักเรียน มีประเด็นการเขียนแตกต่างกัน เช่น “ถ้าฉันเกิดเป็นหมาชิบะ...” “ถ้าฉันเกิด เป็นหุ่นยนต์” เป็นต้น ส่งผลให้มีการใช้คำศัพท์ค่อนข้างกว้างและหลากหลาย ทั้งยังมีการใช้คำจากกลุ่มและคำลูกกลุ่ม เช่น “ถ้าฉันเกิดเป็นแม่มด...ฉันจะช่วยเหลือคนที่โดนทำร้าย โดนขู่ โดนแกล้ง โดนปล้น” แสดงให้เห็นว่า “การทำร้าย” คือคำจากกลุ่ม ประกอบด้วย การขู่ การถูกแกล้ง และการถูกปล้น เป็นคำลูกกลุ่ม

นอกจากนี้งานเขียนทั้งสองกลุ่มยังปรากฏการใช้คำพ้องความหมาย เช่น “เพราะจะได้บินไปบนท้องฟ้า อย่างอิสระ...เพราะฉันรักอิสระภาพ” (ChatGPT) เป็นการเลือกใช้คำที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน

ขณะที่งานเขียนของนักเรียน “ดวงอาทิตย์...มีขนาดมหึมา มีความร้อนมหาศาล” เป็นคำที่มีความหมายว่าปริมาณมาก จำนวนมาก ขนาดใหญ่ จะเห็นได้ว่า นักเรียนเลือกใช้คำว่า “มหึมา” เพื่อเปรียบเทียบกับขนาด และคำว่า “มหาศาล” เปรียบเทียบกับปริมาณ สื่อถึงความเข้าใจในบริบททางความหมาย ส่วนการใช้คำซ้ำกันมักจะปรากฏในงานเขียนของ ChatGPT เช่น การตั้งชื่อจะขึ้นต้นด้วย “เซอร์” เสมอ เช่น “อัศวินหนุ่มชื่อเซอร์ริวอาศัยอยู่ในอาณาจักรเอเดน” “อัศวินหนุ่มนามว่าเซอร์อาร์นตัดสินใจออกตามหาเธอ” แสดงให้เห็นรูปแบบที่ถูกกำหนดไว้เป็นต้นแบบในการตั้งชื่อตัวละครในนิทาน

3.2 ความซับซ้อนของประโยค (Syntactic Complexity) เป็นลักษณะทางไวยากรณ์ของโครงสร้างประโยคที่มีการเชื่อมหรือขยายความหลายชั้นสื่อถึงความคิดของผู้เขียนและความสามารถทางภาษา ผลการวิจัยพบว่า ความยาวของประโยคที่งานเขียนโดย ChatGPT และงานเขียนของนักเรียนมีความยาวใกล้เคียงกัน แต่จะพบลักษณะของประโยคที่มีขนาดยาวในงานเขียนของนักเรียนอาจจะด้วยข้อผิดพลาดทางด้านการใช้วรรคตอน

ส่วนความยากของประโยคพบว่า ในงานเขียนของนักเรียนมีความยากของประโยคมากกว่า เช่น “ผมได้ไปตกหลุมรักหญิงคนหนึ่งในปีซึ่งหญิงคนนั้นเป็นแม่หมดแล้วผมขอยกเลิกสัญญาการแต่งงานได้ไหมครับ” เป็นโครงสร้างประโยคที่มีความซับซ้อน ผู้รับสารจะต้องเข้าใจบริบทว่า “ผม” มีวัตถุประสงค์ในการขอยกเลิกงานแต่งงานกับเจ้าหญิงตามที่เคยสัญญาไว้ เพราะรักผู้หญิงที่เป็นแม่หมด แสดงให้เห็นว่า ผู้เขียนอาจจะเขียนประโยคด้วยการลำดับความคิดแต่ยังคงขาดการปรับภาษาให้มีความสละสลวย โดยการแยกประโยคบอกเล่าและประโยคคำถาม

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าโครงสร้างของประโยคในงานเขียนของ ChatGPT จะไม่มีความซับซ้อนง่ายต่อการทำความเข้าใจ แต่พบว่ามีการใช้โครงสร้างซ้ำในหลาย ๆ ตัวบท เช่น “ตอนเช้าฉันจะร้องเพลงปลุกผู้คนให้ตื่นขึ้นมาทำงานอย่างสดใส” “ตอนเช้าฉันจะร้องเพลงปลุกผู้คนให้ตื่นขึ้นมาทำงาน” “ตอนเช้าฉันจะออกหากินแพลงก์ตอนกับเพื่อน” มีลักษณะรูปแบบที่ซ้ำกันทั้งคำบอกเวลา ประธาน และกริยาของประโยคจึงทำให้ไม่มีความหลากหลาย

3.3 การใช้ภาษาที่สื่ออารมณ์และทัศนคติ (Mood & Modality) เป็นการใช้ถ้อยคำและรูปประโยคที่สื่อสะท้อนอารมณ์ ความรู้สึก และความคิดของผู้เขียน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผลการวิจัยพบว่า งานเขียนของนักเรียนมีการใช้ภาษาที่สื่ออารมณ์และทัศนคติได้ชัดเจนกว่างานเขียนของ ChatGPT เช่น “อุณภูมิโลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้มนุษย์โลกอย่างเรา **ร้อนมาก ๆ กันเลยทีเดียว**” สื่อความถึงความรู้สึกร้อนที่แสดงออกอย่างเป็นธรรมชาติ ทำให้ตัวบทนี้เข้าใจได้ง่าย สื่อสารด้วยความจริงใจ รวมถึงข้อความที่ว่า “**ฉันจะลบคำพูดที่หลาย ๆ คนคิดว่าแม่หมดจะต้องเป็นตัวร้าย**” สื่อถึงความรู้สึกต่อต้านกับความเชื่อเดิม มีเจตนาของผู้เขียนที่ชัดเจน

ขณะที่งานเขียนของ ChatGPT จะใช้ภาษาเขียนที่มีความเป็นทางการในการสื่อสาร เน้นความถูกต้องมากกว่าการสื่ออารมณ์ความรู้สึก เช่น “ถ้าฉันเกิดเป็นนก ฉันคงมีความสุขมาก” “ถ้าฉันเกิดเป็นปลาในทะเล ฉันคงมีความสุขมาก” เป็นรูปแบบซ้ำกันและสื่อความได้ว่าเกิดเป็นอะไรก็ตามจะมีความสุขแน่นอน แต่เป็นการใช้คำแสดงความรู้สึกที่ไม่เป็นธรรมชาติ ไม่สื่อถึงความรู้สึกว่ามีความสุข

นอกจากนี้ระดับของภาษางานเขียนโดย ChatGPT จะใช้ภาษาเขียนเท่านั้น เนื่องด้วยการกำหนด Prompt ให้ ChatGPT สร้างสรรค์งานเขียน ส่งผลให้แตกต่างจากงานเขียนของนักเรียนที่มีลักษณะผสมผสานระหว่างภาษาพูดกับภาษาเขียน

3.4 การใช้ภาษาภาพพจน์และสำนวน (Figurative Use) เป็นการใช้ถ้อยคำหรือสำนวนที่ไม่ได้สื่อความหมายตรงตัว แต่สื่อความหมายในเชิงเปรียบเทียบ เพื่อทำให้งานเขียนมีลักษณะทางวรรณศิลป์ที่สละสลวย มีความลึกซึ้งทางความหมายและสะท้อนจินตนาการของผู้เขียนได้ ผลการวิจัยพบว่า งานเขียนโดย ChatGPT ปรากฏ

การใช้อุปมาว่า “ท้องฟ้าสีส้มอมชมพูสุดใสเหมือนภาพในความฝัน” เปรียบเทียบสีของท้องฟ้ากับภาพในความฝัน แต่เป็นการกล่าวเปรียบที่ยังไม่มีความลึกซึ้งทางความหมาย ไม่เห็นภาพจินตนาการ ส่วนงานเขียนโดยนักเรียน พบว่า “ดวงอาทิตย์มีขนาดใหญ่ตั้งภูเขานับล้านลูกรวมกันเป็นหนึ่ง” เป็นการกล่าวเปรียบขนาดของภูเขาที่รวมกันเพื่อให้เท่ากับดวงอาทิตย์ที่มีความแปลกใหม่ เห็นภาพจินตนาการของผู้เขียน ทั้งนี้ยังพบว่า งานเขียนของนักเรียนมีการใช้คำไทยในการกล่าวเปรียบ เช่น “มีความร้อนเหมือนไฟบอลโลก” สะท้อนว่าผู้เขียนมีความเข้าใจความหมายของคำ สื่อถึงวัฒนธรรมความเชื่อ แต่เขียนสะกดคำไม่ถูกต้อง ดังคำว่า “ไฟบรลล์กัลป์” ที่หมายถึง ไฟที่มีความรุนแรงถึงขั้นสามารถทำลายล้างโลกได้ ส่วนงานเขียนของ ChatGPT ไม่ปรากฏการใช้คำเปรียบที่สร้างสรรค์หรือสะท้อนลักษณะความเป็นไทยอย่างชัดเจน

ผู้วิจัยยังพบข้อสังเกตเกี่ยวกับการใช้ภาษาของนักเรียน ว่ามีจุดเด่นในด้านความหลากหลายของคำศัพท์ที่สะท้อนประสบการณ์จริง การใช้ภาษาภาพพจน์และสำนวนที่สร้างสรรค์ การสื่ออารมณ์และทรรศนะที่เป็นธรรมชาติ ความกล้าทดลองเขียนในมุมมองใหม่ ๆ และความคิดสร้างสรรค์ และการสะท้อนบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ส่วนจุดที่ควรปรับปรุง คือ ด้านการสะกดคำ โครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนและไม่ชัดเจน และการใช้วรรคตอน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเงื่อนไขข้อจำกัดทางภาษาของโปรแกรม ChatGPT ในปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทยโดยการเปรียบเทียบกับผลงานเขียนของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ตามประเด็นหลัก 3 ประการ ดังนี้

1. โครงสร้างเชิงปริจเฉทตามประเภทงานเขียน (Discourse Type Structure) สรุปได้ว่างานเขียนของ ChatGPT มีโครงสร้างสอดคล้องกับทฤษฎี Longacre (1983) แต่เป็นรูปแบบสำเร็จรูป (Template-based) ที่ซ้ำซากและขาดความหลากหลาย เช่น งานเขียนจินตนาการใช้โครงสร้าง [ถ้าฉันเกิดเป็น X → ฉันคงมีความสุขมาก] ซ้ำกัน และนิทานทุกเรื่องมีโครงสร้างแบบแผนมาตรฐานเหมือนกัน ส่วนงานเขียนของนักเรียนมีโครงสร้างที่หลากหลายตามจินตนาการของแต่ละคน แสดงความคิดสร้างสรรค์และการออกนอกกรอบ เช่น การพลิกแพลงบทบาทตัวละคร และการใช้อุปมาเป็นหลักในการสร้างโครงสร้างพรรณนาโวหาร

2. ความสัมพันธ์เชิงเนื้อหาและเอกภาพ (Cohesion & Coherence) สรุปได้ว่า การเชื่อมโยงทางภาษา งานเขียนของ ChatGPT มีคำเชื่อมหลากหลาย ถูกต้อง ไม่ซ้ำซ้อน มีการอ้างอิงชัดเจนสอดคล้องตลอดทั้งตัวบท และการเชื่อมโยงทางคำศัพท์ต่อเนื่องสม่ำเสมอ ส่วนงานเขียนของนักเรียนมีการเชื่อมโยงทางคำศัพท์สร้างสรรค์ไม่ตายตัว ใช้คำโวหารและอุปมาแปลกใหม่ รวมถึงยังแสดงความเข้าใจบริบทความหมายและน้ำหนักทางอรรถศาสตร์ ส่วนความเป็นเอกภาพในงานเขียนของ ChatGPT มีความต่อเนื่องของความคิดเป็นขั้นตอน ตรรกะเนื้อหาสมเหตุสมผล เชื่อมโยงเป็นระบบ และความเป็นหนึ่งเดียวกัน ส่วนงานเขียนของนักเรียนมีความโดดเด่นของการเชื่อมโยงทางคำศัพท์ที่มีความสร้างสรรค์และไม่เป็นรูปแบบที่ตายตัว

3. ลักษณะทางภาษาศาสตร์ (Linguistic Features) สรุปได้ว่า งานเขียนของ ChatGPT มีการใช้คำศัพท์จำกัดและซ้ำซ้อน แตกต่างจากงานเขียนของนักเรียนที่มีการใช้คำศัพท์หลากหลายกว้างขวาง ตามความสนใจและประสบการณ์ ส่วนโครงสร้างประโยคของ ChatGPT มีความซับซ้อนน้อยกว่า ง่าย ถูกต้อง แต่ซ้ำซ้อนกับตัวบทอื่น ๆ อีกทั้งการสื่ออารมณ์และทรรศนะจะพบในงานเขียนของนักเรียนมากกว่า มีความธรรมชาติ และใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายกว่า ChatGPT นอกจากนี้การใช้ภาษาภาพพจน์และสำนวน งานเขียนของนักเรียนมีความสร้างสรรค์และแปลกใหม่ มีการใช้คำไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมและความเชื่อของไทยแตกต่างจากงานเขียนของ ChatGPT

ผู้วิจัยได้เลือกประเด็นที่เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นว่า ลักษณะปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 2 กลุ่ม มีข้อแตกต่างในด้านต่าง ๆ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 สรุปเปรียบเทียบลักษณะปริจเฉทงานเขียนของ ChatGPT และนักเรียน

มิติการวิเคราะห์	งานเขียนของ ChatGPT	งานเขียนของนักเรียน
1. โครงสร้างปริจเฉท	แบบแผนสำเร็จรูป ตายตัว	หลากหลาย ยืดหยุ่น
2. ความคิดสร้างสรรค์	ไม่มีการพลิกแพลง	มีการสร้างสรรค์
3. การใช้คำเชื่อม	หลากหลาย ถูกต้อง	จำกัด ใช้ซ้ำ
4. การเชื่อมโยงทางคำศัพท์	ต่อเนื่อง สม่่าเสมอ	สร้างสรรค์ ใช้โวหาร
5. ความเป็นเอกภาพ	สูง	ปานกลาง
6. ความหลากหลายของคำศัพท์	จำกัด ซ้ำซ้อน	หลากหลาย กว้างขวาง
7. การสื่ออารมณ์	เป็นทางการ	เป็นธรรมชาติ
8. ภาษาภาพพจน์	ไม่ลึกซึ้ง	สร้างสรรค์ แปลกใหม่
9. การใช้สำนวนไทย	ไม่มี	มี
10. การสะกดคำ	ถูกต้องสมบูรณ์	มีข้อผิดพลาด

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยนี้สามารถสังเคราะห์เงื่อนไขข้อจำกัดทางภาษาของโปรแกรม ChatGPT ในปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย ได้ 5 ประเด็นหลัก ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 เงื่อนไขข้อจำกัดทางภาษาของ ChatGPT

ข้อจำกัด	รายละเอียด
1. ด้านโครงสร้างและรูปแบบ	แบบแผนสำเร็จรูป ขาดความหลากหลาย
2. ความหลากหลายของเนื้อหา	เป็นสากล ขาดบริบททางวัฒนธรรมไทย
3. ด้านความเชื่อมโยงของภาษา	ถูกต้องตามไวยากรณ์ แต่ขาดความสร้างสรรค์
4. ด้านภาษาและการสื่อสาร	ภาษาเขียนทางการ ขาดการสื่ออารมณ์
5. ด้านความคิดสร้างสรรค์และเอกลักษณ์ทางภาษา	ขาดภาษาภาพพจน์และสำนวนไทย

จากตารางที่ 3 อธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. **ข้อจำกัดด้านโครงสร้างและรูปแบบ** งานเขียนเชิงสร้างสรรค์โดยโปรแกรม ChatGPT มีการใช้โครงสร้างปริจเฉทตามประเภทงานเขียนอย่างสอดคล้องกับการจำแนกประเภทปริจเฉทของ Longacre (1983) แต่มีลักษณะเป็นแบบแผนสำเร็จรูปและปรากฏซ้ำในหลายตัวบท สามารถอธิบายได้ว่า ChatGPT อาศัยโครงสร้างต้นแบบของปริจเฉท (Prototypical Discourse Structure) ในการจัดลำดับเนื้อหาเป็นหลัก โดยขาดการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบให้สอดคล้องกับเจตนาและบริบทเฉพาะของการสื่อสาร เช่น งานเขียนเรียงความตามจินตนาการที่เปิดเรื่องด้วย “ถ้าฉันเกิดเป็น X ฉันคงมีความสุขมาก” ซ้ำกัน และนิทานทุกเรื่องมีโครงสร้างแบบแผนมาตรฐานเหมือนกัน โดยไม่มีการพลิกแพลงหรือสร้างความแปลกใหม่ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ Dale (2021) ที่ระบุว่า Large Language Models (LLM) มักจะสร้างข้อความที่ “มีความปลอดภัย (Safe)” และ “สามารถคาดเดาได้ (Predictable)” สอดคล้องกับ Floridi and Chiriat

(2020) ที่วิเคราะห์ว่าปัญญาประดิษฐ์แยกความสามารถแก้ปัญหาออกจากสติปัญญา โดย ChatGPT ได้จัดโครงสร้างที่ถูกต้องเสมอแต่ขาดสติปัญญาในการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่

ในบริบทการศึกษา ข้อจำกัดด้านโครงสร้างนี้ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเขียนเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียน หากนักเรียนพึ่งพาปัญญาประดิษฐ์ในการสร้างงานเขียนโดยไม่มีการวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณ อาจส่งผลให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้แบบแผนที่จำกัด ขาดการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์แบบอบเนกนัย (Divergent Thinking) ตามแนวคิดของ จันทร่า ด้านคงรักษ์ (Dankongrak, 2022) ดังนั้น บทบาทของครูจึงมีความสำคัญในการชี้แนะให้นักเรียนเห็นถึงข้อจำกัดของปัญญาประดิษฐ์และส่งเสริมให้นักเรียนสร้างสรรค์โครงสร้างที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และกล้าทดลองรูปแบบการเขียนที่แปลกใหม่ ครูควรออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เปรียบเทียบงานเขียนของปัญญาประดิษฐ์กับงานเขียนของมนุษย์ เพื่อให้นักเรียนวิเคราะห์ความแตกต่างและตระหนักถึงคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์ที่แท้จริง

2. ข้อจำกัดด้านความหลากหลายของเนื้อหา งานเขียนของ ChatGPT มีลักษณะเป็นสากลและขาดความเฉพาะเจาะจงทางวัฒนธรรมไทย สามารถอธิบายได้ว่าการสร้างเนื้อหาของปัญญาประดิษฐ์มีที่ตั้งอยู่บนฐานประสบการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษา แต่เป็นการเลือกใช้ธีมและสถานการณ์ที่ปรากฏบ่อยในคลังข้อมูลภาษา ส่งผลให้เนื้อหามีความปลอดภัยและเป็นกลางทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Holmes et al. (2019) ที่ชี้ว่าปัญญาประดิษฐ์ยังไม่สามารถรับรู้และถ่ายทอดบริบทเชิงวัฒนธรรมได้อย่างลึกซึ้ง

ในทางตรงกันข้าม งานเขียนของนักเรียนสะท้อนการเลือกประเด็นจากประสบการณ์ใกล้ตัว ความสนใจส่วนบุคคล และบริบททางสังคมที่ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์อยู่จริง สอดคล้องกับแนวคิดของ Vygotsky (1978) ที่มองว่าการใช้ภาษาเป็นกระบวนการสร้างความหมายผ่านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ผลการวิจัยจึงตอบย้ว่า งานเขียนเชิงสร้างสรรค์ของมนุษย์มีรากฐานจากบริบททางวัฒนธรรมที่ปัญญาประดิษฐ์ยังไม่สามารถจำลองได้อย่างแท้จริง

ในมุมมองของการออกแบบหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนภาษาไทย ครูควรเน้นให้นักเรียนเขียนจากประสบการณ์ตรงและบริบทที่ใกล้ชิดกับชีวิตจริง ส่งเสริมให้นักเรียนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมไทย และเรื่องราวในชุมชนเป็นแรงบันดาลใจในการเขียนเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kramsch (1998) ที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรม การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในห้องเรียนจึงควรเป็นเครื่องมือเปรียบเทียบเพื่อให้นักเรียนตระหนักถึงความสำคัญของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในงานเขียนมากกว่าการใช้เป็นแบบอย่างหลักในการเขียน นอกจากนี้ ครูควรพัฒนาชุดกิจกรรมที่กระตุ้นให้นักเรียนสำรวจและบันทึกเรื่องราวจากชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และประเพณีไทย เพื่อสร้างคลังความคิดที่หลากหลายและมีรากฐานทางวัฒนธรรมสำหรับการเขียนเชิงสร้างสรรค์

3. ข้อจำกัดด้านความเชื่อมโยงของภาษา แม้งานเขียนของ ChatGPT จะมีความสมบูรณ์ด้านความเชื่อมโยงของภาษาและความเป็นเอกภาพของปริจเฉท สอดคล้องกับแนวคิดของ Halliday and Hasan (1976) ที่เน้นกลไกการสร้าง Cohesion ผ่านคำเชื่อม การอ้างอิง และการเชื่อมโยงทางคำศัพท์ ทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ เทพี จรัสจรวงเกียรติ (Jaratjarungkiat, 2000) เกี่ยวกับหน่วยเชื่อมโยงปริจเฉทภาษาไทย อย่างไรก็ตาม งานเขียนของ ChatGPT ยังคงขาดความสามารถในการเชื่อมโยงทางคำศัพท์ โดยเฉพาะคำโวหารและอุปมาที่แปลกใหม่ ซึ่งเป็นจุดเด่นสำคัญของนักเรียน กล่าวคือ ChatGPT สามารถจัดวางองค์ประกอบทางภาษาให้เชื่อมโยงกันอย่างถูกต้องและเป็นระบบ แต่ยังขาดการเลือกใช้คำและการเชื่อมโยงความหมายที่สะท้อนจินตนาการและมุมมองเฉพาะของผู้เขียน ข้อค้นพบนี้สะท้อนความแตกต่างระหว่างความสามารถเชิงรูปแบบ (Formal Competence) กับความสามารถเชิงหน้าที่ (Functional Competence) ตาม Mahowald et al. (2024) โดย ChatGPT นั้นมีความเชี่ยวชาญในความสามารถเชิงรูปแบบแต่มีข้อจำกัดในความสามารถเชิงหน้าที่ นอกจากนี้ งานวิจัยของ กาญจนา ยอดศิริจินดา (Yodsirijinda, 2002) ได้เน้นย้ำข้อจำกัด

ของ ChatGPT ที่ใช้ภาษาเขียนทางการเพียงอย่างเดียวและไม่สามารถผสมผสานวจนลีลาแบบพูดได้อย่างเป็นธรรมชาติ จึงไม่เป็นไปตามวจนลีลาของผู้ใช้ภาษาไทย

ในด้านการประเมินผลงานเขียนของนักเรียน ครูควรให้น้ำหนักกับความสามารถในการใช้ภาษาอย่างสร้างสรรค์ และเหมาะสมกับบริบท ไม่ใช่เพียงความถูกต้องทางไวยากรณ์เท่านั้น เกณฑ์การประเมินควรครอบคลุมมิติของการใช้ คำโวหาร การสร้างอุปมาอุปไมย การผสมผสานวจนลีลาพูดและเขียน และความเหมาะสมของภาษากับผู้อ่าน

4. ข้อจำกัดด้านภาษาและการสื่อสาร เป็นข้อจำกัดที่โดดเด่นที่สุด กล่าวคือ โปรแกรม ChatGPT ใช้ภาษาเขียนทางการและขาดความเป็นธรรมชาติในการสื่อสารอารมณ์ โดยการแสดงอารมณ์เป็นรูปแบบตายตัวเสมอ ทำให้ขาดความจริงใจ สะท้อนข้อจำกัดด้านการสื่อสารอารมณ์และทรงสนะ สามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของ Bender and Koller (2020) ที่ชี้ว่า ระบบที่ฝึกจากรูปแบบภาษาไม่สามารถเรียนรู้ความหมายของภาษาที่แท้จริงได้ เนื่องจาก ขาดการเชื่อมโยงกับโลกแห่งความเป็นจริง ประสบการณ์ และบริบททางสังคม ดังที่ Bender et al. (2021) ชี้ว่า Large Language Models มีปัญหาในการสร้างข้อความที่สะท้อน “ความหมายทางสังคม (social meaning)” และ “บริบทของ สถานการณ์ (contextual appropriateness)” นอกจากนี้ยังสะท้อนว่า ChatGPT จัดโครงสร้างได้ตามแบบแผนมาตรฐาน แต่ขาดความยืดหยุ่นในการปรับใช้ภาษาให้เหมาะสมกับบริบท ในขณะที่งานเขียนของนักเรียนแสดงการใช้ภาษา ที่ผสมผสานระหว่างภาษาพูดและภาษาเขียน การเน้นย้ำอารมณ์ และการแสดงทัศนะที่เป็นธรรมชาติ สอดคล้องกับ แนวคิดเรื่องความสามารถในการสื่อสาร (Communicative Competence) ซึ่งครอบคลุมทั้งมิติทางภาษาและมิติทาง สังคมวัฒนธรรม ผลการวิจัยจึงยืนยันว่า ความถูกต้องทางภาษาเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากขาดความเหมาะสม เชิงบริบทและการสื่อสารเชิงอารมณ์

หากพิจารณานโยบายด้านหลักสูตรและการสอนภาษาไทย หลักสูตรควรเน้นการพัฒนาความสามารถ ในการสื่อสาร (Communicative Competence) ที่ครอบคลุมทั้งความสามารถทางภาษา (Linguistic Competence) และ ความสามารถทางสังคมวัฒนธรรม (Sociolinguistic Competence) ตามที่ กองเทพ เคลือบพณิชกุล (Kluabphanitchakul, 1999) ได้กล่าวถึงการใช้ภาษาไทยว่า ครูควรออกแบบกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักเรียนเขียนโดยคำนึงถึงผู้อ่าน วัตถุประสงค์ และบริบทของการสื่อสาร เช่น การเขียนจดหมายถึงเพื่อน การเขียนบทความส่งหนังสือพิมพ์โรงเรียน หรือการเขียนเรื่องสั้นเพื่อแสดงในงานวันสำคัญ กิจกรรมเหล่านี้จะช่วยให้นักเรียนตระหนักถึงความแตกต่างของ การใช้ภาษาตามบริบท ซึ่งปัญญาประดิษฐ์ยังไม่สามารถจำลองได้อย่างสมบูรณ์ นอกจากนี้ ครูควรใช้ตัวอย่างงานเขียน ของปัญญาประดิษฐ์เป็นกรณีศึกษาเพื่อให้นักเรียนวิเคราะห์ข้อจำกัดและเปรียบเทียบกับงานเขียนที่มีความเป็นธรรมชาติ และสื่อสารอารมณ์ได้ดี

5. ข้อจำกัดด้านความคิดสร้างสรรค์และเอกลักษณ์ทางภาษา งานเขียนของ ChatGPT ไม่ปรากฏการใช้ ภาษาภาพพจน์ ลำนวน หรือคำไทยที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างชัดเจน สะท้อนข้อจำกัดด้านความคิด สร้างสรรค์ทางภาษา ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของ Kramsch (1998) ที่มองว่าภาษาเป็นตัวแทนของมุมมอง ค่านิยม และวัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษา การขาดบริบททางวัฒนธรรมทำให้ปัญญาประดิษฐ์ไม่สามารถสร้างความหมาย เชิงลึกในลักษณะเดียวกับมนุษย์ได้ และ Mahowald et al. (2024) ที่พบว่า ChatGPT เชี่ยวชาญในความสามารถ เชิงรูปแบบแต่ล้มเหลวในความสามารถเชิงหน้าที่ที่ต้องอาศัยความเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมและการสื่อความหมาย เชิงลึก ในขณะที่งานเขียนของนักเรียนแสดงการใช้ภาษาอุปมาอุปไมยและคำไทยที่มีรากฐานจากความเชื่อและ วัฒนธรรมไทย แม้จะมีข้อผิดพลาดทางรูปแบบภาษา แต่กลับสะท้อนพลังของจินตนาการและอัตลักษณ์ทางภาษา ได้อย่างชัดเจน ผลการวิจัยจึงตอกย้ำว่า งานเขียนเชิงสร้างสรรค์ของมนุษย์ยังคงมีคุณค่าในฐานะพื้นที่ของการใช้ภาษา อย่างมีชีวิต ซึ่งปัญญาประดิษฐ์ยังไม่สามารถทดแทนได้

ในประเด็นนี้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทักษะการเขียนเชิงสร้างสรรค์และการอนุรักษ์ภาษาไทยไว้ ดังที่ อัจฉรา ชิวพันธ์ (Cheewaphan, 2018) และสมพร ตอยยีบี (Toiyeebi, 2011) กล่าวถึงการพัฒนาแบบฝึกทักษะ

การเขียนเชิงสร้างสรรค์ว่า ครูควรส่งเสริมให้นักเรียนศึกษาและใช้สำนวนไทย คำโวหาร และภาษาภาพพจน์จากวรรณกรรมไทย นิทานพื้นบ้าน และวรรณคดี โดยบูรณาการเข้ากับกิจกรรมการเขียนเชิงสร้างสรรค์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ควรอยู่ในบทบาทของเครื่องมือเปรียบเทียบที่ทำให้เห็นความโดดเด่นและคุณค่าของภาษาไทยที่มนุษย์สามารถสร้างสรรค์ได้ ไม่ใช่แบบอย่างหลักในการเขียน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับข้อจำกัดของปัญญาประดิษฐ์และส่งเสริมการใช้เป็นเครื่องมือเสริมการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมในชั้นเรียน
2. ใช้งานเขียนของปัญญาประดิษฐ์เป็นกรณีศึกษาในการสอนการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ โดยให้นักเรียนเปรียบเทียบงานเขียนของปัญญาประดิษฐ์กับงานเขียนที่มีคุณภาพ เพื่อเรียนรู้จุดแข็งและจุดอ่อนของงานเขียนแต่ละประเภท

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบงานเขียนของปัญญาประดิษฐ์กับงานเขียนของนักเรียนในระดับอื่น ๆ เพื่อดูแนวโน้มและความแตกต่างตามพัฒนาการของผู้เรียน
2. ควรศึกษาวิธีการใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นเครื่องมือเสริมการเรียนการสอนการเขียนที่สามารถพัฒนาทักษะของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยนี้สร้างองค์ความรู้ใหม่ด้วยการนำทฤษฎีการวิเคราะห์ปริจเฉทของ Halliday & Hasan (1976) และ Longacre (1983) มาศึกษาข้อจำกัดทางภาษาของ ChatGPT ในงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย 4 ประเภท พบว่าข้อจำกัดของ ChatGPT อยู่ที่ความสามารถเชิงหน้าที่ ได้แก่ การสร้างความหมายทางวัฒนธรรม การสื่ออารมณ์ตามบริบทการใช้ภาษาและการใช้ภาษาภาพพจน์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นไทย นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาเกณฑ์ประเมินปริจเฉทงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย 3 มิติ (IOC = 0.85–1.00) สำหรับประเมินงานเขียนของนักเรียนและงานเขียนที่ผลิตโดยปัญญาประดิษฐ์

บทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์

กฤษติกา ชำพิมล: วางแนวความคิด ระเบียบวิธีวิจัย สืบสวน วิเคราะห์อย่างเป็นทางการ เขียนฉบับร่างต้นฉบับ บริหารโครงการ และจัดหาทุน

อาจารย์ หน่วยจันทึก: ทรัพยากร สืบสวน ตรวจสอบความถูกต้อง และเขียน ทบทวนและแก้ไข

เอกสารอ้างอิง

- Amity Solutions. (2023). *What is ChatGPT? How is it beneficial for organizations?*. <https://www.amitysolutions.com/th/blogs/what-is-chat-gpt> [In Thai]
- Angkanawin, M. (2004). *Discourse of travelogues in Or.Sor.Thor. magazine* [Master's thesis, Chulalongkorn University]. <https://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2004.1867> [In Thai]

- Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big? In *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (pp. 610–623). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3442188.3445922>
- Bender, E. M., & Koller, A. (2020). Climbing towards NLU: On meaning, form, and understanding in the age of data. In *Proceedings of the 58th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics* (pp. 5185–5198). Association for Computational Linguistics. <https://doi.org/10.18653/v1/2020.acl-main.463>
- Jaratjarungkiat, T. (2000). *Cohesive devices in Thai discourse from Sukhothai period to present* [Doctoral dissertation, Chulalongkorn University]. <https://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2000.1508> [In Thai]
- Cheewaphan, A. (2018). *Creative writing activities in elementary school*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Dale, R. (2021). GPT-3: What's it good for? *Natural Language Engineering*, 27(1), 113–118. <https://doi.org/10.1017/S1351324920000601>
- Dankongrak, C. (2022). *Development of creative thinking skills instruction*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- de Bono, E. (1990). *Lateral thinking: A textbook of creativity*. Penguin Books. (Original work published 1970)
- Floridi, L., & Chiriatti, M. (2020). GPT-3: Its nature, scope, limits, and consequences. *Minds and Machines*, 30(4), 681–694. <https://doi.org/10.1007/s11023-020-09548-1>
- Halliday, M. A. K. (1978). Ideas about language. *Arts: The Journal of the Sydney University Arts Association*, 11, 21–33. <https://openjournals.library.sydney.edu.au/ART/article/view/5494>
- Halliday, M. A. K., & Hasan, R. (1976). *Cohesion in English*. Longman.
- Holmes, W., Bidlik, M., & Fadel, C. (2019). *Artificial intelligence in education: Promises and implications for teaching and learning*. The Center for Curriculum Redesign.
- Kluabphanitchakul, K. (1999). *Thai language usage*. Odeon Store Publishing. [In Thai]
- Kramsch, C. (1998). *Language and culture*. Oxford University Press.
- Longacre, R. E. (1983). *The grammar of discourse*. Plenum Press.
- Mahowald, K., Ivanova, A. A., Blank, I. A., Kanwisher, N., Tenenbaum, J. B., & Fedorenko, E. (2024). Dissociating language and thought in large language models: A cognitive perspective. *Trends in Cognitive Sciences*, 28(6), 555–568. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2024.01.011>
- Mill, S. (2004). *Discourse*. Routledge.
- Panpothong, N. (2013). *Critical discourse analysis in linguistics: Concepts and application to Thai discourse studies*. Academic Publication Project, Faculty of Arts, Chulalongkorn University. [In Thai]
- Phianchop, S., & Inthramphan, S. (1995). *Teaching methods for Thai language at secondary level*. Thai Wattana Panich. [In Thai]
- Stubbs, M. (1983). *Discourse analysis: The sociolinguistic analysis of natural language*. University of Chicago Press.
- Toiyeebi, S. (2011). *Development of creative writing skill exercises in Thai language for grade 7 students at St. Theresa Nong Chok School, Bangkok* [Master's thesis, Srinakharinwirot University]. http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Sec_Ed/Somporn_To.pdf [In Thai]
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.
- Yodsirijiinda, K. (2002). *Cohesive devices in Thai speaking and writing styles* [Master's thesis, Chulalongkorn University]. <http://doi.org/10.14457/CU.the.2002.172> [In Thai]

ภาษาและวัฒนธรรมจากการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” สำหรับผู้เรียนชาวจีน ที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ

THAI LANGUAGE AND CULTURE IN THE FOLK GAME “WAO” (KITE) FOR CHINESE LEARNERS OF THAI AS A FOREIGN LANGUAGE

Tao Liu^{1*}, นิธิพร พรอำไพสกุล² และ สุภัค มหาวารการ³

Tao Liu^{1*}, Niton Pornumpaisakul² and Supak Mahavarakorn³

1, 2, ³มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 114 ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 ประเทศไทย

1, 2, ³Srinakharinwirot University, 114 Sukhumvit 23, Wattana District, Bangkok, 10110 Thailand

*Corresponding author E-mail: tao.liu@g.swu.ac.th

(Received: Dec 10, 2025; Revised: Jun 18, 2026; Accepted: Jun 29, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์คุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมจากการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” สำหรับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและยึดแนวคิดการเข้าใจวัฒนธรรมใน 3 มิติของ Moran (2001) เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย กลุ่มข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ เอกสาร จำนวน 7 เล่ม ได้แก่ (1) การอ่านภาษาไทยระดับมหาวิทยาลัย (เล่มต้น) 大学泰语阅读教程 (上) (2) Thailand Only เรื่องแบบนี้ มีแต่ไทย ๆ (3) กีฬามิปัญญาไทย: มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ (4) สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ ฉบับเสริมการเรียนรู้ เล่ม 37 (5) สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคกลาง เล่ม 13 (6) ภาษิต คำพังเพย สำนวนไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน และ (7) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ลงภาคสนามเพื่อสัมผัสการเล่นว่าวในบริบทจริง

ผลการวิจัยพบว่า ว่าวสะท้อนคุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรม 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านภูมิปัญญาพื้นบ้าน (2) ด้านบริบทสังคม (3) ด้านความเชื่อและประเพณี และ (4) ด้านสำนวนไทย อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังพบข้อจำกัดในการเรียนรู้การละเล่นว่าวของผู้เรียนชาวจีน ได้แก่ เนื้อหาการเรียนรู้ขาดบริบทเชิงลึกด้านวัฒนธรรม องค์ประกอบของบทเรียนยังไม่ครบถ้วน รูปแบบการจัดการเรียนการสอนยังคงเป็นแบบเดิมซึ่งไม่ดึงดูดใจผู้เรียน และขาดการเชื่อมโยงกับบริบทการใช้จริง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้การละเล่นว่าวในการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีน ใน 2 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านรูปแบบการเรียนรู้ เช่น การจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการบูรณาการทักษะทางสังคม และ (2) ด้านรูปแบบสื่อการเรียนรู้ ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นสื่อการเรียนรู้ที่บูรณาการความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมแบบองค์รวมอย่างสร้างสรรค์ และทันสมัย

คำสำคัญ: การละเล่นพื้นบ้านไทย, ว่าว, ภาษาและวัฒนธรรม, ผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ

¹ นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์

²⁻³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์

ABSTRACT

This research aimed to analyze the linguistic and cultural values embedded in the traditional Thai folk game “kite” for Chinese learners of Thai as a Foreign Language. The study employed content analysis and utilized Moran’s (2001) 3Ps of Culture as the conceptual framework. The data were collected from seven documentary sources: (1) University Thai Reading Course (Part I), (2) Thailand Only: Unique Thai Stories, (3) Thai Wisdom Sports: A National Cultural Heritage, (4) Thai Encyclopedia for Youth, Learning Supplement Edition, Volume 37, (5) Encyclopedia of Thai Culture, Central Region, Volume 13, (6) Thai Proverbs, Sayings, and Idioms by the Royal Institute, and (7) Royal Institute Dictionary, B.E. 2554 (2011). In addition, fieldwork was conducted to observe and participate in kite flying in an authentic cultural context.

The research findings revealed that the kite reflected four key aspects of linguistic and cultural values: (1) local wisdom, (2) social context, (3) beliefs and traditions, and (4) Thai idiomatic expressions. The study also identified several limitations in learning this topic among Chinese learners of Thai, including insufficient depth of cultural content, incomplete lesson components, teacher-centered instructional approaches that limited learner engagement, and a lack of connection to real-life language use. Based on these findings, the study proposed guidelines for incorporating the kite folk game into Thai language instruction for Chinese learners in two main aspects: (1) learning models, emphasizing active learning and the integration of social skills development; and (2) learning media formats, recommending the development of creative and contemporary instructional materials that integrated linguistic and cultural knowledge in a holistic manner.

KEYWORDS: Thai Folk Game, Kite, Language and Culture, Chinese Learners of Thai as a Foreign Language

บทนำ

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (Intangible Cultural Heritage) คือสินทรัพย์อันล้ำค่าที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ สืบส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น ประกอบด้วยองค์ความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ การแสดงออก ตลอดจนวัตถุและพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งชุมชนยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ของตน มรดกภูมิปัญญาเหล่านี้ไม่ได้หยุดนิ่งแต่มีการปรับเปลี่ยนและสืบทอดอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองสภาพแวดล้อม สังคม และประวัติศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลงไป กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการหล่อหลอมและธำรงรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชน (Department of Cultural Promotion, 2017)

ในบรรดามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของไทย การละเล่นพื้นบ้านถือเป็นสาขาหนึ่งที่สะท้อนวิถีชีวิต ความเชื่อ และค่านิยมของสังคมไทย การละเล่นเหล่านี้ปรากฏอยู่ทั่วทุกภูมิภาค เป็นกิจกรรมที่สร้างความบันเทิง เชื่อมโยงความสัมพันธ์ในชุมชน และเผยแพร่งานศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจากประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม (Sukchit, 2005, p. 71) หนึ่งในการเล่นพื้นบ้านที่โดดเด่นและได้รับการยอมรับในระดับชาติคือ “ว้าว” ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ ประจำปี พ.ศ. 2554 ในสาขากีฬามรดกภูมิปัญญาไทย (Department of Cultural Promotion, 2016)

การเล่นว้าวมีมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย โดยถือเป็นการละเล่นประเภทหนึ่งที่มีความนิยมในหมู่คนไทยทุกชนชั้น ในสมัยโบราณ (Sukchit, 2005) ว้าวไม่เพียงแต่เป็นการเล่นเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าจากด้านรูปธรรมและนามธรรมที่หลอมรวมอยู่ในวัฒนธรรมไทย ในด้านรูปธรรมสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ โดยมักใช้ไม้ไผ่ในการทำโครง และตัววัสดุอื่น ๆ ที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น ลักษณะ

รูปทรงของว้าวมีความหลากหลาย สะท้อนถึงภูมิปัญญาพื้นบ้านและความคิดสร้างสรรค์เชิงศิลปะท้องถิ่น ว้าวยังมีคุณค่าทางนามธรรมที่ล้ำลึก การเล่นว้าวนอกจากมีบทบาทในการส่งเสริมทักษะทางสังคม เช่น การทำงานร่วมกัน ประสานและสื่อสารกับบุคคล แล้วยังปลูกฝังความสามัคคีในชุมชน ถ่ายทอดค่านิยมและความรู้ในบริบททางสังคม เช่น การเลือกช่วงเวลาในการเล่นที่สัมพันธ์กับฤดูกาลแสดงถึงความรู้ด้านภูมิศาสตร์พื้นฐานของคนในชุมชน อีกทั้งยังมีการใช้ภาษาที่เกี่ยวข้องกับว้าวจนกลายเป็นสำนวนที่สะท้อนแนวคิดและพฤติกรรมของคนในสังคมไทย เช่น “ว้าวติดลม” ซึ่งหมายถึงอาการเพลิดเพลินจนลืมตัว จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่า “ว้าว” เป็นแหล่งรวมองค์ความรู้ที่เชื่อมโยงทั้งภาษาและวัฒนธรรมของคนไทยได้อย่างลึกซึ้งและมีนัยสำคัญที่มากกว่าของเล่น การละเล่นว้าวจึงเป็นเสมือนห้องเรียนวัฒนธรรมกลางแจ้งที่สะท้อนการเรียนรู้แบบองค์รวม ทั้งในมิติของความคิด ความรู้สึก และสังคม (Komaratat, 2011)

อย่างไรก็ตาม ในบริบทของการเรียนการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะผู้เรียนชาวจีน การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับว้าวยังมีข้อจำกัดอยู่ ผู้เรียนชาวจีนได้เรียนรู้เรื่อง “ว้าว” ในหนังสือเรียนการอ่านภาษาไทย ระดับมหาวิทยาลัย (เล่มต้น) หรือชื่อภาษาจีนว่า 大学泰语阅读教程 (上) (You, 2009, pp. 65–67) โดยในบทเรียนดังกล่าวมีบทอ่านเรื่อง “ว้าวไทย” ซึ่งมีความยาวไม่มากนัก และมีเนื้อหาเน้นการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ “ว้าว” ได้แก่ ประวัติความเป็นมา ชนิดของว้าวไทย เช่น ว้าวจุฬา ว้าวปักเป้า รวมถึงลักษณะทั่วไปของการเล่นว้าวในประเทศไทย ถึงแม้ว่าข้อมูลเหล่านี้จะมีประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับว้าวไทยในฐานะการละเล่นแบบดั้งเดิมของไทย แต่รูปแบบการนำเสนอที่เน้นข้อมูลพื้นฐาน ยังขาดความเชื่อมโยงกับมิติเชิงลึกทางภาษาและวัฒนธรรม

งานวิจัยที่สะท้อนศักยภาพของการใช้ “มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม” เป็นฐานในการออกแบบการเรียนรู้ภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีน ดังเช่น กฤษณา สมบัติ และสุภัค มหาวรรการ (Sombat & Mahavarakorn, 2022) ศึกษา “ชื่นตื้นจกแม่แจ่ม” และนำมาบูรณาการเป็นบทเรียนภาษาไทยตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านกิจกรรมนอกห้องเรียนร่วมกับในห้องเรียน ส่งผลให้ผู้เรียนเข้าใจวัฒนธรรมมากขึ้นและพัฒนาทักษะภาษาได้ชัดเจน และ Su (2023) ที่ศึกษา “น้ำพริก” และนำมาสร้างหนังสืออ่านเพิ่มเติม เพื่อส่งเสริมความรู้ทางวัฒนธรรมให้แก่ผู้เรียนชาวจีน

แม้ว่าจะมีงานวิจัยหลายชิ้นที่กล่าวถึงการใช้วัฒนธรรมในภาพรวม เช่น เทศกาลประเพณี อาหาร หรืองานหัตถกรรมในการสอนภาษาไทยให้แก่ชาวต่างชาติ แต่พบว่ามีช่องว่างขององค์ความรู้ในการนำ “การละเล่นพื้นบ้าน” โดยเฉพาะ “ว้าว” ซึ่งมีความลึกซึ้งทั้งในมิติภาษา วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และสังคม มาวิเคราะห์หาคุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรม เพื่อประยุกต์ใช้เป็นสื่อการเรียนรู้ในการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีน

ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์คุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมจากการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว้าว” เพื่อเน้นความสำคัญของภาษาและวัฒนธรรม สามารถนำไปต่อยอดสู่การเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์คุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมจากการละเล่นว้าวไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ

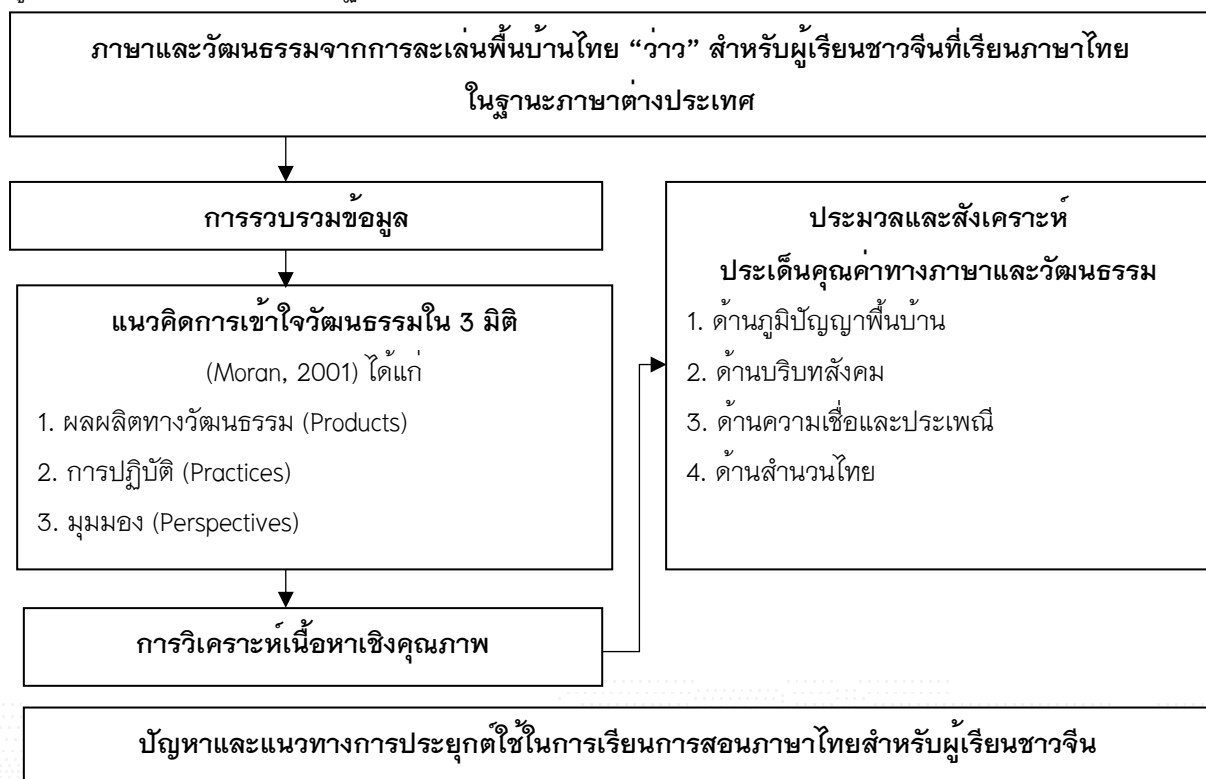
กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) โดยใช้แนวคิดการเข้าใจวัฒนธรรมใน 3 มิติ ของ Moran (2001) สอดคล้องกับโครงสร้างวัฒนธรรมของการละเล่นว้าว การใช้แนวคิดนี้เป็นกรอบในการวิเคราะห์คุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมของการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว้าว” อย่างเป็นระบบโดยการวิเคราะห์ครอบคลุม 3 มิติ ได้แก่

1. ผลผลิตทางวัฒนธรรม (Products) เช่น ว้าวจุฬา ว้าวปักเป้า งานประเพณี การประดิษฐ์ว้าว ฯลฯ
2. การปฏิบัติ (Practices) เช่น การเล่นว้าว การแข่งขัน ภาษาและสำนวนที่ใช้ในการเล่นว้าว การสืบทอดภูมิปัญญาความรู้จากรุ่นสู่รุ่น
3. มุมมอง (Perspectives) ความคิดพื้นฐาน เช่น ความสามัคคี ความสนุก ความละเอียดประณีต ความคิดสร้างสรรค์ ค่านิยม ฯลฯ

ผู้วิจัยใช้แนวคิดวัฒนธรรม 3 มิติ ของ Moran (2001) เป็นกรอบในการจัดหมวดหมู่ผลการวิเคราะห์ จากนั้นประมวลและสังเคราะห์ประเด็นคุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมจากการละเล่น “ว้าว” เพื่อนำมาพัฒนาแนวทางการเรียนการสอนภาษาไทยให้กับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจภาษาไทยในบริบทวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง

ผู้วิจัยสรุปแนวคิดการวิเคราะห์คุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมจากการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว้าว” สำหรับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์คุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมจากการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว้าว” สำหรับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ผู้วิจัยดำเนินการโดยมีขั้นตอนดังนี้

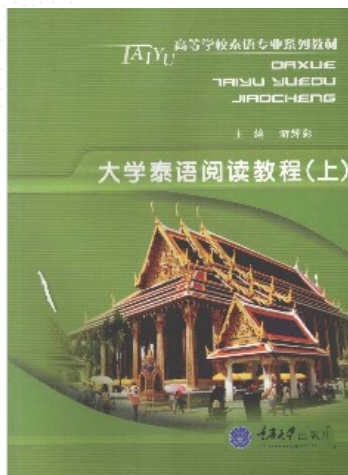
เครื่องมือการวิจัย

1. แบบบันทึกการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Record Form) ใช้สำหรับวิเคราะห์เนื้อหาจากตำราเรียนและแหล่งข้อมูล 7 เล่มที่เกี่ยวกับ “ว้าว” โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์คุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง
2. แบบบันทึกภาคสนาม (Field Note) ใช้บันทึกการรายละเอียดเชิงลึกเกี่ยวกับกิจกรรมภาคสนาม เช่น กระบวนการเรียนรู้ของผู้วิจัย คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา สภาพแวดล้อมของกิจกรรม ประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับว้าวและการเล่นว้าว ความเข้าใจที่เกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. สืบหาเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” จำนวน 7 เล่ม ดังนี้

ตำราเรียน 1 เล่ม ได้แก่ การอ่านภาษาไทยระดับมหาวิทยาลัย (เล่มต้น) 大学泰语阅读教程 (上) (You, 2009) ซึ่งเป็นตำราเรียนที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” เขียนด้วยภาษาไทย ผู้วิจัยจะศึกษาและสำรวจเพื่อค้นหาข้อจำกัดในด้านเนื้อหาทางภาษาและวัฒนธรรมไทย



ภาพที่ 2 หน้าปกหนังสือการอ่านภาษาไทยระดับมหาวิทยาลัย (เล่มต้น) 大学泰语阅读教程 (上)

ที่มา: You, 2009

หนังสืออ้างอิง 5 เล่ม ได้แก่ 1) กีฬากฎมปัญญาไทย: มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ (Department of Cultural Promotion, 2016) 2) สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่ม 37 (Sukchit, 2005) 3) สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคกลาง เล่ม 13 (Phattarachai, 1999) 4) ภาษิต คำพังเพย สำนวนไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (The Royal Institute, 2015) และ 5) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (The Royal Institute, 2013) หนังสืออ้างอิง 5 เล่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” และได้รับการจัดพิมพ์โดยองค์กรของรัฐ มีแหล่งที่มาเชื่อถือได้ และเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาคุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมจากการละเล่นว่าว

หนังสือเสริมความรู้ 1 เล่ม ได้แก่ Thailand only เรื่องแบบนี้ มีแต่ไทย ๆ (Wetin & Phaki, 2015) ซึ่งเป็นหนังสือเสริมความรู้ที่นำเสนอวัฒนธรรมไทยในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เหมาะสำหรับชาวต่างชาติ เนื้อหาไม่มีติหลากหลายที่ช่วยให้ผู้อ่านเห็นภาพรวมวัฒนธรรมไทยอย่างชัดเจน

2. การลงภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูล

การลงภาคสนามครั้งนี้ดำเนินการภายใต้แนวคิดการมีส่วนร่วมและสังเกตการณ์ในงาน “จุฬาฯ มหาสนุก อนุรักษ์การเล่นพื้นบ้านและกีฬาไทย” ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2568 โดยความร่วมมือระหว่างสำนักบริหารกิจการนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (PMCU) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการทำและการเล่นว่าวไทยในบริบทของกิจกรรมอนุรักษ์วัฒนธรรม ผู้วิจัยได้เข้าเรียนรู้เชิงลึกเกี่ยวกับองค์ประกอบสำคัญของการทำว่าว ได้แก่ ชนิดและคุณสมบัติของอุปกรณ์ที่ใช้ในการประดิษฐ์ว่าวไทยแต่ละประเภทอย่างละเอียด รวมถึงขั้นตอนการทำว่าวตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้าย พร้อมทั้งรับฟังข้อควรระวังและเทคนิคการเล่นว่าวอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ จากนั้นได้ลงมือปฏิบัติประดิษฐ์ว่าวด้วยตนเองตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และทดลองเล่นว่าวที่ประดิษฐ์ขึ้นในสถานการณ์จริง ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้สัมผัสประสบการณ์ตรงและทำความเข้าใจถึงหลักการทางกายภาพที่เกี่ยวข้องกับการลอยตัวและการควบคุมทิศทางของว่าว รวมถึงปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการเล่นว่าวแบบกลุ่ม



ภาพที่ 3 อุปกรณ์การทำว่าว

ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัย วันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2568



ภาพที่ 4 การเล่นว่าว

ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัย วันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2568

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์คุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมจากการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” สำหรับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) วิเคราะห์คุณค่าทางวัฒนธรรมจากการจำแนกหมวดหมู่ (Thematic Categorization) กำหนดหัวข้อย่อยตามข้อมูลที่เก็บมา เช่น ภูมิปัญญา บทบาทสังคม ความเชื่อและประเพณี และวิเคราะห์คุณค่าทางภาษาด้วยการวิเคราะห์ความหมาย (Semantic Analysis) ของสำนวนที่เกี่ยวข้องกับว่าว เพื่อสรุปผลการวิจัยและนำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

การละเล่นพื้นบ้านไทยเป็นแหล่งเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะ “ว่าว” ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมใช้เวลาว่างของเด็กหรือผู้ใหญ่ แต่ยังเป็นหนึ่งในองค์ประกอบระบบวัฒนธรรมที่สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้าน ค่านิยม ประเพณี ความเชื่อ และภาษาอย่างครบถ้วน เมื่อสังเคราะห์ผลการศึกษาศึกษาสามารถสรุปคุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมที่ปรากฏ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภูมิปัญญาพื้นบ้าน ด้านบริบทสังคม ด้านความเชื่อและประเพณี และด้านสำนวนไทย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เสนอปัญหาและแนวทางการประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีน ดังนี้

1. ด้านภูมิปัญญาพื้นบ้าน

“วาว” เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านไทยที่สั่งสมและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งสะท้อนความหลากหลายในการสังเกตรธรรมชาติ ความคิดสร้างสรรค์ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและสังคม (Department of Cultural Promotion, 2016) โดยสามารถจำแนกภูมิปัญญาที่ปรากฏได้ 3 ประการ ดังนี้

1.1 การใช้ทรัพยากรธรรมชาติรอบตัว

ภูมิปัญญาในการสร้าง “วาว” ของไทยสะท้อนถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติรอบตัวอย่างชาญฉลาดและลึกซึ้ง โดยเริ่มจากการคัดเลือกไม้ไผ่สีสุก ประเทศไทยอุดมไปด้วยต้นไผ่ (Department of Cultural Promotion, 2016) ซึ่งเป็นพืชพื้นถิ่นที่พบได้ทั่วไปและมีคุณสมบัติเหมาะสมในการนำมาทำโครงวาวที่เบาและเหนียว โดยผ่านกระบวนการเหลาและตัดด้วยไฟอย่างชำนาญเพื่อทำเป็นโครงสร้างที่แข็งแรงแต่ยืดหยุ่น จากนั้นจึงใช้กระดาษสาหรือวัสดุจากพืชในท้องถิ่นที่มีน้ำหนักเบาและต้านลมได้ดีมาปิดทับและยึดทุกส่วนเข้าด้วยกันโดยใช้แฉ่งเปียกจากข้าวเหนียวเป็นการธรรมชาติ ส่วนสายป่านทำจากเส้นใยพืชที่เหนียวทนทาน และหางวาวที่ช่วยสร้างสมดุลมักทำจากเศษผ้าเหลือใช้ (Sukchit, 2005, pp. 133–135) กระบวนการทั้งหมดนี้แสดงถึงทักษะการทำวาวที่เชี่ยวชาญ และเป็นหลักฐานที่สะท้อนความเข้าใจในคุณสมบัติของวัสดุของชาวบ้าน การพึ่งพาตนเอง และการประยุกต์ใช้สิ่งของรอบกายให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งเป็นหัวใจของภูมิปัญญาพื้นบ้านที่เชื่อมโยงวิถีชีวิตเข้ากับธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน

1.2 ความเข้าใจในลมฟ้าอากาศ

คนไทยนิยมเล่นวาวทั้งในฤดูหนาวและฤดูร้อน โดยกระแสลมที่ใช้เล่นวาวแบ่งออกเป็น 2 ช่วงหลัก ได้แก่ ช่วงฤดูหนาวหรือหน้าหนาว ลมจะพัดจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือจากแผ่นดินลงสู่ทะเล ทำให้ทางภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมเล่นวาวในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ ส่วนช่วงฤดูร้อนหรือหน้าร้อนจะมีลมทะเลพัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้จากทะเลเข้าสู่แผ่นดิน โดยชาวไทยในภาคกลาง ภาคตะวันตกและภาคใต้ มักเล่นวาวในช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายน และเรียกลมชนิดนี้ว่า “ลมวาว” (Sukchit, 2005, pp. 124–125)

ภูมิปัญญาในการเลือกช่วงเวลาเล่นวาวให้สอดคล้องกับทิศทางและความเร็วลมตามฤดูกาล คนไทยรู้จัก “ลมวาว” หรือลมทะเลที่พัดจากทะเลเข้าสู่แผ่นดินในฤดูร้อนซึ่งเหมาะกับการเล่นวาวในภาคกลางและภาคใต้ และรู้วาลมหนาวที่พัดจากตะวันออกเฉียงเหนือในฤดูหนาวก็เหมาะกับการเล่นวาวในภาคเหนือและอีสาน แสดงถึงความรู้ด้านสภาพแวดล้อมที่แม่นยำ

1.3 การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์

“วาว” เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มนุษย์ทำขึ้นมาเป็นการละเล่นเพื่อความบันเทิงและประโยชน์อื่น ๆ โดยวาวมีรูปทรงที่หลากหลาย เช่น สีเหลี่ยมขนมเปียกปูน สามเหลี่ยม หรือรูปทรงที่สร้างสรรค์ตามความคิดของผู้ประดิษฐ์ พร้อมทั้งติดหางยาวเพื่อช่วยให้วาวทรงตัวได้ดี เมื่อโยกวาวไปมาจะทำให้การเล่นสนุกและเร้าใจมากขึ้น แตกต่างจากวาวในต่างประเทศที่มักจะบินนิ่ง ๆ ซึ่งไม่สร้างความท้าทายในการเล่น

เนื่องจากคนไทยมีความรู้ความชำนาญในการประดิษฐ์วาวและวิธีเล่นวาวจากการถ่ายทอดสืบต่อกันมาโดยไม่ขาดสาย วาวจึงมีหลากหลายรูปลักษณะ แบ่งเป็นประเภทใหญ่ได้ 2 ประเภท คือ วาวแพ่ง กับ วาวภาพ (Sukchit, 2005, p. 119) ดังนี้

1) วาวแพ่ง คือวาวที่มีลักษณะไม่หนาแต่มีความกว้างและยาว เช่น วาวจุฬา วาวปักเป้า วาวอีลุ่ม หรือวาวที่มีรูปร่างเป็นสัตว์ต่าง ๆ

2) วาวภาพ คือวาวที่ออกแบบให้มีลักษณะพิเศษเพื่อแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์และฝีมือในการทำ แบ่งเป็น 3 ประเภทย่อย ได้แก่ วาวที่เน้นความสวยงาม วาวที่สะท้อนแนวความคิด และวาวที่มีลักษณะตลกขบขัน



ภาพที่ 5 ว่าวที่มีรูปร่างเป็นสัตว์ต่าง ๆ

ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัย วันที่ 14 เมษายน พ.ศ. 2568



ภาพที่ 6 ว่าวจุฬา

ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัย วันที่ 14 เมษายน พ.ศ. 2568

โดยภาพรวม ประเทศไทยมีการเล่นว่าวหลากหลายชนิดซึ่งแพร่หลายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค โดยแต่ละท้องถิ่นมีชื่อเรียกที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างกันไป เช่น ว่าวอีลุ่ม ว่าวดุ่ยดุย ว่าวจุฬา และว่าวปักเป้า ในจำนวนนี้ ว่าวจุฬาและว่าวปักเป้าถือเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางที่สุด เนื่องจากการจัดการแข่งขันเป็นประจำปี ยิ่งไปกว่านั้นยังเคยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวที่โปรดเกล้าฯ เสด็จทอดพระเนตรและเป็นองค์ประธานการแข่งขันด้วยพระองค์เอง ด้วยเหตุผลสำคัญนี้ ว่าวจุฬาและว่าวปักเป้าจึงได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของว่าวไทยที่ผู้คนจดจำได้เป็นอย่างดี (Department of Cultural Promotion, 2016)

ในเชิงศิลปะและวัฒนธรรม การออกแบบของว่าวไทยที่มีรูปทรงหลากหลายสะท้อนให้เห็นถึง ศิลปะพื้นบ้านของไทยอย่างชัดเจนผ่านความคิดสร้างสรรค์ ว่าวเป็นศิลปะพื้นบ้านที่เกิดจากภูมิปัญญาและทักษะฝีมือที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น คนไทยไม่ได้ทำว่าวเพื่อเล่นอย่างเดียว แต่ยังใช้ว่าวเป็นงานสร้างสรรค์ที่แสดงให้เห็นจินตนาการของคนในท้องถิ่น ผ่านรูปทรงต่าง ๆ ทั้งว่าวแบบธรรมดาที่ใช้เล่นทั่วไปและว่าวภาพที่เน้นความสวยงามและความคิดเชิงศิลปะ รวมถึงการทำว่าวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตจนกลายเป็นประเพณีการแข่งขันประจำปี ทั้งหมดนี้ทำให้เห็นว่าวว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและยังคงมีบทบาทสำคัญในสังคมไทย

2. ด้านบริบทสังคม

การละเล่นว่าวคือมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนค่านิยมและบริบทของสังคมอย่างแนบแน่น มีหน้าที่เป็นพื้นที่ทางสังคมที่เชื่อมโยงผู้คนเข้ากับบรรพชนชาติและวิถีชีวิตชุมชนอย่างลึกซึ้ง นับเป็นการละเล่นที่มีความหมายและบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน (Sukchit, 2005, p. 71) 3 ประการ ดังนี้

2.1 การฝึกทักษะทางสังคม

ในมิติทักษะทางสังคม การเล่นว้าวามีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการพัฒนาทักษะทางสังคม ซึ่งเห็นได้จากรีธีการเล่นว้าว จะแบ่งได้เป็นเล่นคนเดียวและเล่น 2 คน ดังเช่น สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่ม 37 (Sukchit, 2005, pp. 132-133) กล่าวว่า การเล่นว้าวคนเดียว จะวางว้าวราบกับพื้น โดยหันหัวว้าวเข้าหาตัว ห่างประมาณ 2-3 เมตร แล้ววิ่งพร้อมกระตุกและพ่อนสาย ว้าวจึงจะลอยขึ้น ถ้าเล่นสองคน คนหนึ่งถือว้าวหันหัวขึ้น รอกติศลมอีกคนกระตุกและพ่อนเชือกให้ว้าวขึ้นสู่ลมบน เมื่อว้าวลอยได้แล้วสามารถบังคับให้ส่ายไปมา เพื่อความสนุกสนาน กระตุกว้าวให้ปักหัวลง แล้วกระตุกซ้ำอีกครั้ง เพิ่มความตื่นเต้นในการเล่นว้าว การเล่นนี้จึงมักต้องอาศัยผู้เล่นมากกว่าหนึ่งคน ประสานงานกันเป็นอย่างดี เช่น คนหนึ่งทำหน้าที่ถือตัวว้าวเพื่อเตรียมปล่อย อีกคนคอยควบคุมสายป่านและวิ่งเพื่อส่งว้าวให้ลอยขึ้นสู่ท้องฟ้า หัวใจสำคัญคือการสื่อสารที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการให้จังหวะ การส่งสัญญาณ หรือการบอกทิศทางลม ซึ่งล้วนเป็นการฝึกฝนทักษะการทำงานเป็นทีมและความร่วมมือร่วมใจโดยธรรมชาติ นอกเหนือจากการทำงานร่วมกันแล้ว การเล่นว้าวยังเปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และร่วมกันแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เช่น เมื่อว้าวไม่ขึ้นลม หรือสายป่านพันกัน การผ่านอุปสรรคและแบ่งปันความสำเร็จ เมื่อว้าวทะยานขึ้นสู่ท้องฟ้าได้อย่างสง่างามนี้เองที่ช่วยหล่อหลอมความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้น สร้างความไว้วางใจ และก่อให้เกิดเป็นความสนิทสนมกันยิ่งขึ้น

ดังนั้น การเล่นว้าวจึงเป็นเครื่องมือที่มีคุณค่าในการสร้างเสริมทักษะสังคม สอนให้รู้จักการประสานงาน การสื่อสาร และที่สำคัญที่สุดคือการสร้างมิตรภาพในชุมชน

2.2 การปลูกฝังค่านิยมในสังคม

ในด้านค่านิยม การเล่นว้าวยังเป็นกระบวนการฝึกฝนและปลูกฝังค่านิยมที่สำคัญในสังคมไทย โดยเฉพาะในเด็กและเยาวชน ซึ่งได้เรียนรู้ทั้งผ่านกระบวนการสร้างว้าว การฝึกควบคุม และการร่วมแข่งขัน เด็กจะได้เรียนรู้คุณค่า เช่น ความมีน้ำใจ การยอมรับกติกา ความอดทน ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และการรอคอยจังหวะที่เหมาะสม ตลอดจนกระบวนการการเล่น ผู้เล่นจะได้เรียนรู้การรับคำแนะนำจากผู้ใหญ่ในชุมชน ซึ่งถือเป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาและเสริมสร้างความเคารพในระบบครอบครัวและเครือข่ายของชุมชน ภูมิปัญญาการประดิษฐ์ว้าวก็เป็นบทเรียนที่สอดแทรกความรู้จากผู้มีประสบการณ์สู่เยาวชนอย่างไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ การเล่นว้าวยังส่งเสริมพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของผู้เล่น ได้แก่ ด้านร่างกาย การเล่นว้าวต้องอาศัยการเคลื่อนไหวร่างกายอย่างต่อเนื่อง เช่น การวิ่ง การควบคุมสายป่าน และการปรับทิศทางว้าว ซึ่งช่วยพัฒนากล้ามเนื้อ ความคล่องแคล่ว ว่องไว และการประสานงานระหว่างมือกับตา รวมทั้งยังส่งเสริมสุขภาพกายโดยรวมผ่านกิจกรรมกลางแจ้ง ด้านจิตใจ เช่น การประดิษฐ์และบังคับว้าวบินได้ด้วยตนเองช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในตนเองและความภาคภูมิใจในผลงาน ด้านอารมณ์ ในการควบคุมว้าวท่ามกลางแรงลมและสิ่งแวดล้อมภายนอกเป็นการฝึกสมาธิ ส่งเสริมความตั้งใจ และช่วยสร้างความสงบทางอารมณ์ และด้านสติปัญญา ผู้เล่นต้องเรียนรู้และทดลองประยุกต์ใช้ความรู้เรื่องทิศทางลม การยกตัว และจุดศูนย์ถ่วง เหล่านี้ผ่านประสบการณ์จริง ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยส่งเสริมการคิดวิเคราะห์และการเรียนรู้เชิงทดลอง

2.3 การสืบทอดวัฒนธรรม

ในด้านการสืบทอดวัฒนธรรม การสืบทอดวัฒนธรรมการเล่นว้าวในไทยดำเนินมาเกือบพันปี สะสมองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่นผ่านครอบครัว ชุมชน และกิจกรรมประเพณี ไม่เพียงสะท้อนถึงความคิดสร้างสรรค์และความสามารถด้านช่างมือของชาวบ้าน แต่ยังแฝงด้วยความหมายทางสังคมที่สำคัญ ว้าวเป็นสื่อกลางที่เชื่อมโยงคนในชุมชนเข้าด้วยกัน ส่งเสริมความสามัคคี การใช้เวลาร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ และแสดงให้เห็นถึงการธำรงรักษาอัตลักษณ์ไทยไว้ในท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสังคม

ว่าวไทยมีประวัติศาสตร์ยาวนานตั้งแต่สมัยสุโขทัย โดยพงศาวดารเหนือกล่าวถึงพระร่วงเจ้าโปรดทรงว่าวจนว่าวขาดไปตกถึงเมืองตองอู ต่อมาในสมัยอยุธยาปรากฏหลักฐานในกฎหมายที่ห้ามเล่นว่าวข้ามพระราชวัง และในจดหมายเหตุของลาลูแบร์ที่กล่าวถึงการเล่นว่าวในฤดูหนาวของพระเจ้าแผ่นดิน นอกจากนี้ยังมีการใช้ว่าวเชิงกลยุทธ์ เช่น สมัยพระเพทราชาที่ใช้ว่าวจุฬาเผาเมืองนครราชสีมาเพื่อปราบขบถ ในสมัยรัตนโกสินทร์ การเล่นว่าวพนันระหว่างว่าวจุฬาและว่าวปักเป้าได้รับความนิยม โดยเฉพาะในรัชกาลที่ 5 ที่มีการจัดแข่งขันที่สนามหลวงและพระราชวังดุสิต พร้อมตรากติกาและมอบถ้วยรางวัล ต่อมาในรัชกาลที่ 6 สนามทุ่งศาลาแดงเป็นสถานที่เล่นว่าวสำคัญ แม้ภายหลังความนิยมการเล่นพนันจะค่อย ๆ ลดลง (Phattarachai, 1999, pp. 6082–6083)

ทั้งนี้ การแข่งขันว่าวได้พัฒนาจนเป็นประเพณีประจำปี และเคยได้รับพระมหากฤษฎีคุณโดยเสด็จทอดพระเนตรและทรงเป็นองค์ประธานการแข่งขัน อันย้าสถานะความสำคัญของว่าวไทยในสังคม ปัจจุบันแม้ว่าการเล่นว่าวอาจไม่แพร่หลายดังเช่นในอดีต แต่ยังคงมีการสืบสานผ่านเทศกาลว่าว งานว่าวพื้นบ้าน แหล่งเรียนรู้ และสถาบันการศึกษา ซึ่งฟื้นฟูบทบาทว่าวให้เป็นสื่อวัฒนธรรมร่วมสมัย และสะท้อนกระบวนการสืบทอด อนุรักษ์ และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านความเชื่อและประเพณี

ว่าวมีรากฐานที่เชื่อมโยงกับระบบความเชื่อ ความศรัทธา และพิธีกรรมที่ฝังลึกอยู่ในวิถีชีวิตของคนไทยมาตั้งแต่อดีต ปรากฏในหลักฐานทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยสุโขทัยและกรุงศรีอยุธยา รวมถึงยังคงมีบทบาทในพิธีกรรมพื้นบ้านของท้องถิ่นต่าง ๆ ในยุคปัจจุบัน ว่าวจึงมีสถานะเป็นสื่อเชิงสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับพลังธรรมชาติ ตลอดจนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่นอกเหนือจากตัวมนุษย์

ว่าวห่าว บางที่เรียกว่า ว่าวดุ่ยดูย หรือ ว่าวดุ่ยคู้ เป็นว่าวที่ชักขึ้นไปแล้วมีเสียง เป็นว่าวที่ไทยรับมาจากอินเดียซึ่งใช้เป็นว่าวสำคัญในพระราชพิธีเสี่ยงโชคเคราะห์ของบ้านเมือง (Phattarachai, 1999, pp. 6083–6084) ในสมัยสุโขทัย การชักว่าวห่าวให้ส่งเสียงบนท้องฟ้าในพิธีดังกล่าวถูกตีความว่าเป็นการกระทำที่ศักดิ์สิทธิ์ เป็นการเสริมพลังแห่งขัตติยะมงคล และส่งสารถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์บนฟากฟ้า จึงถือเป็นการเล่นว่าวในเชิงพิธีกรรมที่แฝงพลังทางจิตวิญญาณ

ในสมัยกรุงศรีอยุธยา การใช้ว่าวในพิธีกรรมยังคงถูกสืบทอด โดยเฉพาะใน “พิธีแคลง” ซึ่งเป็นพิธีกรรมตามความเชื่อทางศาสนาพราหมณ์ โดยมีการใช้ว่าวห่าวชักขึ้นไปบนฟ้าเพื่อให้เกิดเสียงดังกล่าวเข้าเฝ้าพระพวยเทพแห่งลม ทั้งนี้มีความเชื่อว่า ว่าวเป็นตัวกลางในการเสี่ยงทายหรือเป็นเครื่องบูชาพระพวย เพื่อขอให้ฤดูกาลเป็นไปอย่างเหมาะสม ฝนฟ้าตกต้องตามฤดู ลมหายใจของธรรมชาติก็จะดำเนินไปอย่างปกติ (Sukchit, 2005, pp. 123–125) จึงเห็นได้ว่า ว่าวไม่ได้มีไว้เพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่มีสถานะในฐานะวัตถุพิธีกรรมที่มีความศักดิ์สิทธิ์ในระดับราชสำนักและทางศาสนา

จากหลักฐานข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ว่าวมีบทบาทเป็นทั้งสื่อกลางทางพิธีกรรมและสัญลักษณ์แห่งความศรัทธาในสังคมไทยโบราณ ไม่ว่าจะเป็นในระดับราชสำนัก ศาสนาพราหมณ์ หรือความเชื่อชาวบ้าน โดยต่างมีฐานคิดร่วมคือการเคารพธรรมชาติ ความเชื่อในพลังเหนือธรรมชาติ และการแสวงหาความกลมกลืนผ่านพิธีกรรม นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานความเชื่อแบบไสยศาสตร์ ศาสนา และวิถีชุมชนไว้อย่างแนบแน่น

4. ด้านสำนวนไทย

ว่าวเป็นการละเล่นพื้นบ้านที่มีบทบาทในชีวิตประจำวันของชาวไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ด้วยลักษณะของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ การประดิษฐ์ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลให้ว่าวเป็นสื่อที่สะท้อนประสบการณ์ชีวิตของผู้คนในสังคม ผ่านการถ่ายทอดทางภาษาในรูปแบบของสำนวนไทยที่พบเห็นในสังคมไทย โดยอาศัยภาพพจน์จากกิจกรรมการเล่นว่าวมาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมสำนวนไทยที่เกี่ยวข้องกับคำว่าจากภายิต คำพังเพย สำนวนไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (The Royal Institute, 2015) และพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (The Royal Institute, 2013) พบว่ามีสำนวน 6 สำนวนที่เกี่ยวข้องกับคำว่า ได้แก่ “ว้าวติดลม” “ว้าวเหลิงลม” “สุดสายป่าน” “วิ่งรอก” “ลมเสีย” และ “เข้าปิ้ง” ดังนี้

“ว้าวติดลม” หมายถึง การกระทำบางอย่างที่เพลิดเพล็นหรือลุ่มหลงจนลืมหืมตา ไม่สามารถหยุดยั้งได้ (The Royal Institute, 2015, p. 82) เปรียบเสมือนว่าผู้ที่ได้รับแรงลมต่อเนื่อง จนลอยสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยไม่สามารถควบคุมได้สะดวก สำนวนนี้จึงมักใช้กับพฤติกรรมที่อยู่เหนือการควบคุมทั้งทางร่างกายและจิตใจ เช่น การเล่นพนัน การเข้าสังคม

“ว้าวเหลิงลม” หรือ “ว้าวเหลิง” หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่หลงระเริงกับคำชม หรือความสำเร็จ โดยไม่รู้ตัว (The Royal Institute, 2015, p. 82) เปรียบกับว้าวที่ลอยดีเพราะลมแรงแล้วกลายเป็น “เหลิง” คือ คุมทิศทางไม่ได้ สำนวนนี้ใช้ในลักษณะที่สื่อถึงความอ่อนแอของการควบคุมตนเอง เช่น เมื่อได้รับการยกยอมากเกินไป

“สุดสายป่าน” หมายถึง การปล่อยว้าวจนสายป่านหมด ไม่สามารถควบคุมได้อีกต่อไป (The Royal Institute, 2013) ใช้เปรียบเปรยถึงพฤติกรรมของผู้ที่ยอมตามใจผู้อื่นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ปกครองกับเด็ก จนขาดอำนาจควบคุมในที่สุด

“วิ่งรอก” เป็นคำที่เกิดจากกิจกรรมแข่งขันว้าว ซึ่งมักมีผู้ช่วยคอยดึงสายหรือเคลื่อนไหวกว้าวไปมา เพื่อควบคุมว้าวไม่ให้ตกหรือขาด (The Royal Institute, 2013) สำนวนนี้จึงใช้เปรียบเทียบในชีวิตประจำวัน หมายถึงการทำงานหลายอย่างพร้อมกัน หรือการต้องเคลื่อนไหวกว้าวตลอดเวลา เพื่อให้ทุกอย่างเป็นไปตามแผน เช่น แม่บ้านที่ต้องวิ่งรอกไปมาระหว่างงานบ้านกับการดูแลลูก

“ลมเสีย” หมายถึง ใจคอขุ่นมัวหรือรู้สึกโกรธ (The Royal Institute, 2013) สืบเนื่องจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เมื่อกระแสลมหยุดนิ่ง ว้าวก็ไม่สามารถลอยขึ้นได้ หรืออาจตกลงมา กลายเป็นอารมณ์ที่เสียหรือสะดุดในการดำเนินงาน

“เข้าปิ้ง” หมายถึง การตกอยู่ในสถานการณ์ลำบากหรือคับขัน หาทางออกไม่ได้ (The Royal Institute, 2013) โดยมีต้นกำเนิดจากการแข่งขันว้าว เมื่อว้าวของฝ่ายหนึ่งเข้าไปพันกับสายของฝ่ายตรงข้าม เป็นเหตุให้ไม่สามารถปัดหรือหาทางแก้ไขได้ง่าย

จากการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่า สำนวนไทยที่เกี่ยวข้องกับว้าวมีความหลากหลายทั้งทางด้านความหมายและการใช้งาน โดยล้วนมีรากฐานมาจากประสบการณ์จริงของผู้คนในอดีต ผ่านการสังเกตพฤติกรรมของว้าวและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง นำมาถ่ายทอดในการใช้ภาษาและสำนวน โดยสำนวนเหล่านี้สามารถสื่อความหมายในระดับทั้งรูปธรรม เช่น การกระทำจริง และนามธรรม เช่น ความรู้สึก อารมณ์ หรือจิตวิทยา

จึงสรุปได้ว่า ว้าวในสำนวนไทยมีบทบาทสำคัญในฐานะภาพแทนของพฤติกรรม ความรู้สึก อารมณ์ รวมถึงค่านิยมทางสังคม โดยเฉพาะในแง่ของการควบคุม การปล่อยวาง และการเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ การที่ว้าวถูกนำมาใช้ในสำนวนอย่างแพร่หลาย จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของมรดกวัฒนธรรมด้านภาษาของไทย และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาวัฒนธรรมของสังคมไทยได้

5. ปัญหาและแนวทางการประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนภาษาไทย

ผู้วิจัยได้สำรวจสภาพการเรียนรู้เกี่ยวกับการละเล่นว้าวของผู้เรียนชาวจีน ทั้งจากตำราเรียนภาษาไทยในประเทศจีน และการลงภาคสนามในประเทศไทย พบข้อจำกัดหลายประการ ซึ่งสามารถสรุปปัญหาและแนวทางการประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาไทยได้ดังนี้

5.1 ข้อจำกัดในตำราเรียนจีน

จากการสำรวจตำราเรียน การอ่านภาษาไทย ระดับมหาวิทยาลัย (เล่มต้น) 大学泰语阅读教程 (上) โดย You (2009, pp. 65-67) พบว่า หน่วยการเรียนรู้เกี่ยวกับ “ว่าวไทย” อยู่ในบทที่ 8 “การกีฬา” มีความยาวเพียง 1 หน้า แม้จะกล่าวถึงประเภทของว่าวและประวัติความเป็นมา แต่เนื้อหายังขาดบริบทเชิงลึก ด้านวัฒนธรรม สังคม และความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับการละเล่นดังกล่าว โดยเฉพาะประเด็นที่สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้าน นอกจากนี้ยังไม่มีภาพประกอบหรือกิจกรรมเสริมที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงกับประสบการณ์จริงหรือฝึกทักษะภาษาไทยอย่างรอบด้าน

5.2 การสังเกตจากการลงภาคสนาม

การลงพื้นที่สังเกตการเล่นว่าวในบริบทจริงช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจมิติของการเล่น “ว่าว” ในฐานะกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่ผสานหลักการทางกายภาพ เช่น การลอยตัว การควบคุมแรงลม ตลอดจนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่น ทั้งหมัดนี้ไม่สามารถเรียนรู้ได้จากการอ่านตำราเพียงอย่างเดียว สอดคล้องกับ Yang (2024) ที่ชี้ว่า รูปแบบการสอนภาษาไทยในจีนยังคงเน้นไวยากรณ์และคำศัพท์เป็นหลัก ขาดบริบทการใช้งานจริง ทำให้ผู้เรียนสื่อสารได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพ และสูญเสียความสนใจในการเรียนภาษาไทย ดังนั้นแนวทางการสอนควรเปลี่ยนจากการสอนแบบท่องจำไปสู่การเรียนรู้เชิงกิจกรรมและประสบการณ์ตรง

5.3 แนวทางการประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนภาษาไทย

จากการวิเคราะห์คุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมของการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” ผู้วิจัยพบว่า มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นสื่อการเรียนรู้ โดยสามารถประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนใน 2 ด้านหลัก ดังนี้

5.3.1 ด้านรูปแบบการเรียนรู้

แนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน (Active Learning) (Phothiyeen, 2021) เป็นวิธีที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ที่ลึกซึ้งและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะสำหรับนักเรียนชาวจีนที่ยังไม่คุ้นเคยกับบริบทของภาษาและวัฒนธรรมไทย การเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ เช่น การประดิษฐ์ว่าว การออกแบบกิจกรรมเล่นว่าว การบรรยายขั้นตอนโดยใช้ภาษาไทย จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดประสบการณ์ตรง มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้น และสามารถฝึกใช้ภาษาไทยในสถานการณ์จริง ชันธชัย อธิเกียรติ (Athikiet, 2017) เสริมว่า กิจกรรมที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น จะสามารถสร้างเสริมความคิดสร้างสรรค์ การทำงานเป็นทีม และการใช้ภาษาที่เกิดจากการสื่อสารจริงในชั้นเรียนเดียวกัน

นอกจากนี้ การเล่นว่าวยังสามารถบูรณาการทักษะทางสังคม (Social Skills) ซึ่ง สุภาวรรณ อินตะแก้ว และคนอื่น ๆ (Intakaew et al., 2017) ระบุว่า ทักษะสังคมคือความสามารถในการสื่อสาร การรับฟัง การอยู่ร่วมกับผู้อื่น และการเคารพกติกา ซึ่งสามารถฝึกฝนผ่านการเรียนรู้แบบกลุ่ม เช่น การร่วมมือประดิษฐ์ว่าว การวางแผนการนำเสนอกิจกรรม หรือการแข่งขันว่าว สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้เรียนชาวจีนได้ฝึกทั้งภาษาและการเข้าสังคมในแบบไทยอย่างเป็นธรรมชาติ

สรุปได้ว่า การละเล่น “ว่าว” เมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในรูปแบบ Active Learning จะส่งเสริมทั้งการเรียนภาษาไทยและการปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมไทยของผู้เรียนต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2 ด้านรูปแบบสื่อการเรียนรู้

การละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” มีคุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมที่สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้าน บริบทสังคม ความเชื่อประเพณี ตลอดจนสุนันทาไทย องค์ประกอบเหล่านี้ทำให้ “ว่าว” มีศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้เป็นสื่อในการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในเชิงการพัฒนา

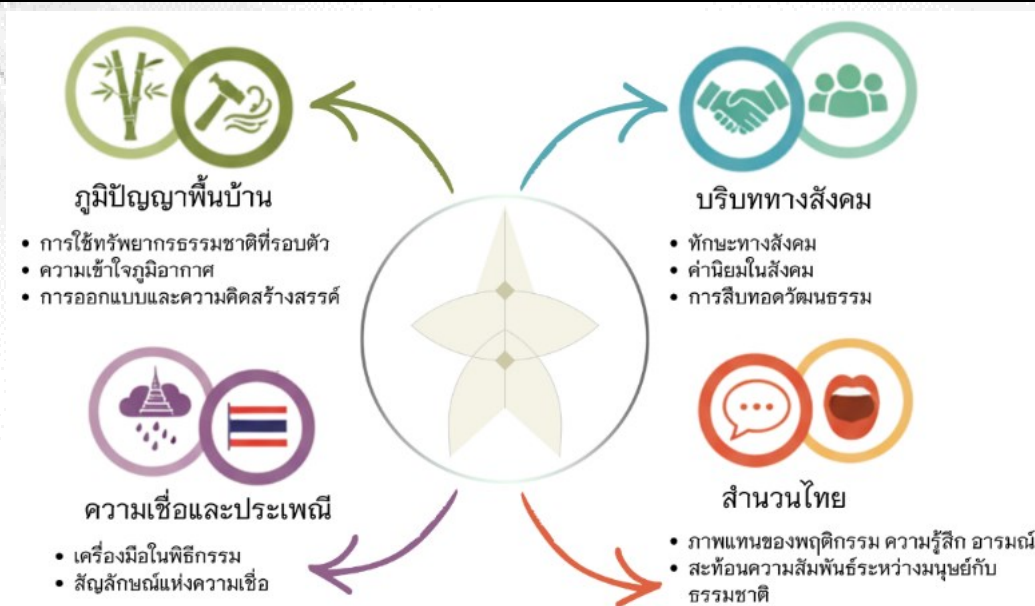
ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน การฝึกใช้คำศัพท์และสำนวนในบริบทที่มีความหมาย รวมถึงการเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรมไทยให้แก่ผู้เรียนด้วยวิธีการที่สนุก มีส่วนร่วม และเกิดการเรียนรู้แบบองค์รวม

นอกจากนี้ การเล่นเกมยังสามารถนำมาพัฒนาเป็นสื่อการเรียนรู้ที่มีเนื้อหาทางภาษาและวัฒนธรรมไทยแฝงอยู่ในรูปแบบที่ทันสมัยและน่าสนใจได้ เช่น สื่อดิจิทัล หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ วิดีทัศน์สอนการทำว้าว หรือเกมเสมือนจริงที่ให้ผู้เรียนเรียนรู้ภาษาเกี่ยวกับว้าว และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องผ่านสถานการณ์จำลอง เช่น ศุภกานต์ มาลยาภรณ์ (Malayaporn, 2022) ได้จัดทำหนังสืออ่านเพิ่มเติมอิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “อาหารไทยที่ขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ” สำหรับนักศึกษาชาวเวียดนาม โดยเนื้อหาเป็นการบูรณาการสารทางวัฒนธรรมและใช้เทคโนโลยีในการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะการอ่านภาษาไทยควบคู่กับการสร้างความเข้าใจในคุณค่าทางวัฒนธรรมไทยได้อย่างลึกซึ้ง

สรุปได้ว่า “ว้าว” สามารถพัฒนาเป็นสื่อการเรียนรู้ที่มีคุณค่า ตอบสนองการพัฒนาทักษะภาษาไทย และเสริมสร้างความเข้าใจในบริบทสังคมไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนที่ต้องการฝึกภาษาไทยควบคู่กับการเข้าใจวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์และทันสมัย

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์คุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมจากการเล่นเกมพื้นบ้านไทย “ว้าว” สำหรับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ โดยมุ่งทำความเข้าใจคุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในการเล่นเกมว้าว โดยพบว่ามีคุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านภูมิปัญญาพื้นบ้าน การเล่นเกมว้าวสะท้อนภูมิปัญญาที่สั่งสมจากประสบการณ์ เช่น การเลือกใช้วัสดุที่รอบรู้ ความรู้เกี่ยวกับลมฟ้าอากาศ และการออกแบบว้าวอย่างสร้างสรรค์และมีเอกลักษณ์ ซึ่งล้วนเป็นการบูรณาการระหว่างธรรมชาติและเทคโนโลยีพื้นบ้าน 2) ด้านบริบทสังคม ว้าวทำหน้าที่เป็นทั้งกิจกรรมและพื้นที่ทางสังคมที่สร้างความร่วมมือ การสื่อสาร และมิตรภาพ การเล่นเกมว้าวปลูกฝังค่านิยมสำคัญ เช่น ความสามัคคี ความอดทน และการเคารพผู้อาวุโส สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของว้าวในฐานะเครื่องมือถ่ายทอดค่านิยมที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาทักษะทางสังคมของผู้เรียนภาษา 3) ด้านความเชื่อและประเพณี ว้าวเกี่ยวข้องกับพิธีกรรมในระดับชุมชนและราชสำนักมาแต่โบราณ เช่น พิธีบูชาภิเษก พิธีแคลง หรือพิธีขอฝน ซึ่งสะท้อนโลกทัศน์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ ว้าวจึงเป็นวัตถุพิธีกรรมที่แฝงมิติจิตวิญญาณ 4) ด้านสำนวนไทย พบว่ามีการใช้ “ว้าว” ในสำนวนไทยจำนวน 6 สำนวน ว้าวถูกนำมาใช้เป็นภาพแทนของพฤติกรรม อารมณ์ และค่านิยมของสังคมไทยในหลากหลายแง่มุม โดยเฉพาะในเรื่องของการควบคุมภาวะอารมณ์ การปล่อยวาง และการปรับตัวต่อสถานการณ์ ส่วนในปัญหาและแนวทางการประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนภาษาไทยพบว่า เนื้อหาเกี่ยวกับการเล่นเกมว้าวในตำราเรียนภาษาไทยของจีนยังมีความจำกัดและขาดมิติวัฒนธรรม ส่งผลให้ผู้เรียนขาดโอกาสในการฝึกภาษาไทยในสถานการณ์จริง อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า การเล่นเกมว้าวสามารถประยุกต์ใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนภาษาไทยในรูปแบบหลากหลายสำหรับผู้เรียนชาวจีนได้ โดยควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Active Learning) และพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงเนื้อหาทางภาษาและวัฒนธรรมไทย เพื่อให้การเรียนรู้เกิดขึ้นอย่างมีความหมายและสอดคล้องกับบริบทของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21



ภาพที่ 7 ภาษาและวัฒนธรรมจากการละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” สำหรับผู้เรียนชาวจีน

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” มีคุณค่าทางภาษาและวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง โดยปรากฏผ่านองค์ประกอบหลายด้าน ได้แก่ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน บริบทสังคม ความเชื่อประเพณี ตลอดจนสำนวนไทย มีศักยภาพในการเป็นสื่อกลางทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์เป็นฐานในการจัดการเรียนรู้ภาษาไทยได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้เรียนชาวจีน

จากการศึกษาพบว่า การละเล่น “ว่าว” เป็นการละเล่นพื้นบ้านไทยที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างภาษาไทยกับบริบทวัฒนธรรมไทยได้อย่างเป็นระบบ องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับว่าว เช่น การประดิษฐ์ว่าว ลักษณะของว่าว ประเภทต่าง ๆ การเล่นว่าว และสำนวน เช่น “ว่าวติดลม” หรือ “สุดสายป่าน” ล้วนสะท้อนมิติทางภาษาด้านการสื่อสารที่สามารถนำมาใช้เป็นเนื้อหาในการเรียนรู้ภาษาไทยที่มีบริบทจริง ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการรับรู้ทางภาษาและวัฒนธรรมอย่างควบคู่กัน สอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้แบบองค์รวม (Holistic Learning) (Miller, 2007) ที่พัฒนาผู้เรียนในด้านความรู้ ทักษะ และเจตคติอย่างรอบด้าน

นอกจากนี้ ว่าวในฐานะวัตถุทางวัฒนธรรมยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีความหมาย ช่วยให้กระบวนการเรียนรู้เกิดจากการลงมือทำ (Learning by Doing) และเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับเนื้อหาได้อย่างลึกซึ้ง สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning ซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน ดังที่ กฤษณา สมบัติ และสุภัค มหาวรรการ (Sombat & Mahavarakorn, 2022) ชี้ว่า การนำมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุกสามารถส่งเสริมทักษะภาษาและความเข้าใจวัฒนธรรมไทยในหมู่นักเรียนต่างชาติได้อย่างชัดเจน ขณะเดียวกันยังสัมพันธ์กับข้อเสนอของ Yang (2024) ซึ่งเห็นว่าการเรียนการสอนภาษาไทยในประเทศจีนควรปรับเปลี่ยนจากรูปแบบดั้งเดิมที่เน้นไวยากรณ์และการท่องจำไปสู่การเรียนรู้ที่บูรณาการกิจกรรมวัฒนธรรมและประสบการณ์จริงของภาษา

ลักษณะโดดเด่นของงานวิจัยนี้คือ การเลือกนำการละเล่น “ว่าว” มาเป็นฐานในการศึกษาการเรียนรู้ภาษาไทย ซึ่งขยายขอบเขตของการนำมรดกภูมิปัญญามาใช้ในการเรียนการสอนภาษาไทยจากระดับ “องค์ความรู้” มาสู่ระดับ “กิจกรรมที่มีมิติทางวัฒนธรรมแบบองค์รวม” กล่าวคือ ว่าวไม่ใช่เพียงวัตถุทางวัฒนธรรม แต่ยังเป็น “กิจกรรมวัฒนธรรม” ที่บูรณาการคุณค่าทางภาษา ความรู้ช่างฝีมือ ความเชื่อ และปฏิสัมพันธ์ในชุมชน จึงสามารถ

ประยุกต์ใช้ในระบบการเรียนการสอนภาษาไทยในรูปแบบของโครงการ กิจกรรมกลุ่ม การเรียนรู้ผ่านสถานการณ์จำลอง และสื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์

ในเชิงวิชาการ งานวิจัยนี้เสนอให้การละเล่น “ว่าว” ทำหน้าที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่สามารถต่อยอดเป็นนวัตกรรมทางการสอนภาษาไทยแบบมีบริบท โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เรียนชาวต่างชาติ ซึ่งแสวงหาวิธีเรียนรู้ภาษาไทยที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วิถีคิด และอัตลักษณ์ของคนไทย การใช้ว่าวจึงเป็นสื่อกลางที่ช่วยสร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทั้งด้านภาษาและวัฒนธรรมไปพร้อมกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ จตุรงค์ เล่าหะเพ็งแสง (Laohapensang, 2557) ที่ให้ความสำคัญกับการบูรณาการทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) เข้ากับการออกแบบหลักสูตรการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษา ซึ่งพบว่า แนวทางดังกล่าวสามารถยกระดับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนได้อย่างเด่นชัดทั้งด้านความรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจในระบบการเรียนรู้

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า “ว่าว” มีศักยภาพสูงในฐานะฐานของการจัดการเรียนรู้ภาษาไทยที่บูรณาการทั้งภาษาและวัฒนธรรมอย่างครบถ้วน เหมาะสมกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะสำหรับผู้เรียนชาวจีนที่มีความสนใจในวัฒนธรรมไทยและพร้อมเปิดรับแนวทางการเรียนรู้ที่เน้นประสบการณ์จริงเป็นศูนย์กลาง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรนำการละเล่น “ว่าว” มาบูรณาการในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีน โดยออกแบบบทเรียนให้เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและภาษา ผ่านกิจกรรม Active Learning เช่น การประดิษฐ์ว่าว การเรียนรู้สำนวน การเล่นว่าว และการสื่อสารในสถานการณ์จริง เพื่อเสริมแรงจูงใจและความเข้าใจภาษาและวัฒนธรรมไทยอย่างลึกซึ้ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรดำเนินการวิจัยเชิงทดลองหรือวิจัยเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาผลของการใช้การละเล่น “ว่าว” เป็นสื่อวัฒนธรรมสำหรับผู้เรียนชาวจีน โดยมุ่งวัดผลสัมฤทธิ์ทางภาษา ทักษะคิด และความเข้าใจวัฒนธรรมของผู้เรียนชาวจีนอย่างเป็นระบบ

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้เสนอองค์ความรู้ใหม่ว่า การละเล่นพื้นบ้านไทย “ว่าว” สามารถทำหน้าที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนได้ โดยบูรณาการองค์ความรู้ 4 ด้าน ได้แก่ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน บริบทสังคม ความเชื่อและประเพณี และภาษาและสำนวนไทย เข้ากับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) และการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning) อันนำไปสู่การพัฒนาทักษะภาษาไทยควบคู่กับความเข้าใจวัฒนธรรมไทยอย่างเป็นองค์รวม

บทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์

TAO LIU: วางแนวความคิด ระเบียบวิธีวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล เขียนฉบับร่างต้นฉบับ และทบทวนและแก้ไข
นิธิอร พรอำไพสกุล: วิเคราะห์ข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง กำกับดูแล อ้างอิงและจริยธรรมการวิจัย
สุภัค มหาวารการ: วิเคราะห์ข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง กำกับดูแล อ้างอิงและจริยธรรมการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- Athikiet, K. (2017). *Learning activities in Thai teaching: CTH 3109* (TL 316) (2nd ed.). Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Department of Cultural Promotion. (2016). *Thai wisdom sports: National intangible cultural heritage*. Printing Affairs Office, War Veterans Organization of Thailand Under the Royal Patronage. [In Thai]
- Department of Cultural Promotion. (2017). *Knowledge and practices concerning nature and the universe: National intangible cultural heritage*. Veterans Organization Printing Office. [In Thai]
- Intakaew, S., Aditphatnan, N., & Maneekul, J. (2017). The use of group competition games to promote English grammar knowledge, English speaking ability, and social skills of Grade 7 students. *Ganesha Journal*, 10(1), 101–112. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan/article/view/97683> [In Thai]
- Komaratat, C. (2011). *Central Thai traditional sports: Study and analysis of origin, rules, and values* (2nd ed.). Sataporn Books. [In Thai]
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage Publications.
- Laohapensang, J. (2014). A study of methodology for integrate cultural capital with design education curriculum at higher education level. *Journal of Industrial Education*, 13(3), 91–98. <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/JIE/article/view/126758> [In Thai]
- Moran, P. R. (2001). *Teaching culture: Perspectives in practice*. Heinle & Heinle.
- Miller, R. (2007). *The holistic curriculum* (2nd ed.). Toronto, Canada: University of Toronto Press.
- Malayaporn, S. (2022). *Electronic supplementary reader: “Thai dishes registered as national intangible cultural heritage” for Vietnamese students* [Master’s thesis, Srinakharinwirot University]. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/handle/123456789/2188> [In Thai]
- Phattarachai, S. (1999). “Kites: Play.” In *Thai cultural encyclopedia: Central region* (Vol. 13, pp. 6082–6087). Thailand Cultural Encyclopedia Foundation, Siam Commercial Bank. [In Thai]
- Phothiyen, K. (2021). Active learning: Learning to satisfy education in the 21st century. *Journal of Education, Silpakorn University*, 19(1), 216–230. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/suedujournal/article/view/245317> [In Thai]
- Sukchit, P. (2005). Kites. In *The Thai Junior Encyclopedia by Royal Command: Learning enhancement edition* (Vol. 37, pp. 115–151). The Thai Junior Encyclopedia Project. [In Thai]
- Sombat, K., & Mahavarakorn, S. (2022). Mae Chaem woven textile: Intangible cultural heritage and knowledge management toward Thai as a foreign language in active learning concept. *Community and Social Development Journal*, 23(1), 37–53. <https://doi.org/10.14456/rcmrj.2022.251807> [In Thai]
- Su, W. (2023). *Supplementary reader on Thai chili pastes registered as national intangible cultural heritage for Chinese students* [Master’s thesis, Srinakharinwirot University]. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/handle/123456789/2719> [In Thai]
- The Royal Institute. (2013). *Royal Institute dictionary B.E. 2554* (2nd ed.). The Royal Institute. [In Thai]
- The Royal Institute. (2015). *Thai proverbs, sayings, and idioms: Royal Institute edition* (16th ed.). The Royal Institute. [In Thai]
- Wetin, C., & Phakin, L. (2015). *Thailand only: These things exist only in Thailand*. Amarin. [In Thai]

Yang, C. (2024). Exploring pathways of “cultural exchange and mutual learning” in university Thai–language teaching.

Journal of Jiamusi Vocational Institute, 40(6), 61–63. <http://dehzz.com/qk-2-829-5-26845> [In Chinese]

You, H. (2009). *University Thai reading course* (Part I). Chongqing University. [In Chinese]

แนวคิดในนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยที่ได้รับรางวัล
จากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน*

CONCEPTS IN EARLY CHILDHOOD TALES AWARDED BY THE OFFICE
OF THE BASIC EDUCATION COMMISSION

อังคณา เครือคำ¹ และ ปาริชาติ โพธิ^{2**}
Aungkana Kercome¹ and Parichart Pothi^{2**}

^{1,2}มหาวิทยาลัยพะเยา 19 ต.แม่กา อ.เมือง จ.พะเยา 56000 ประเทศไทย

^{1,2}University of Phayao 19 Meaka Sub-district, Mueang District, Phayao Province, 56000, Thailand

**Corresponding author E-mail: Parichart.po@up.ac.th

(Received: Dec 9, 2025; Revised: Jun 26, 2026; Accepted: Jun 29, 2026)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์แนวคิดที่ปรากฏในเนื้อหาของนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน วิจัยเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลตัวบทนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยอายุ 3-5 ปี ที่ได้รับรางวัลดีเด่นและรางวัลชมเชยจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ตั้งแต่ พ.ศ. 2564-2568 จำนวน 20 เรื่อง และข้อมูลแนวคิดทฤษฎี คือ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านพัฒนาการเด็กปฐมวัย แนวคิดสุขภาวะ แนวคิดคุณธรรมและจริยธรรม และแนวคิดคุณลักษณะความเป็นไทย และการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประพันธ์ได้นำเสนอแนวคิดสำคัญไว้ 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาทักษะสมอง 2) ด้านร่างกาย 3) ด้านจิตใจและอารมณ์ 4) ด้านสังคม 5) ด้านสติปัญญา 6) ด้านการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรม และ 7) ด้านความเป็นไทยและพหุวัฒนธรรม

โดยภาพรวมการนำเสนอแนวคิดในนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประพันธ์ให้ความสำคัญกับการสื่อสารแนวคิดโดยตรงเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาเด็กอย่างรอบด้านทั้งการพัฒนาทักษะสมอง ร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ซึ่งเรียกว่า การสร้างเสริมสุขภาวะองค์รวม เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม และความเป็นไทยภายใต้บริบทพหุวัฒนธรรม นับเป็นพื้นฐานสำคัญของการเติบโตเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์

คำสำคัญ: แนวคิด, นิทานสำหรับเด็กปฐมวัย, สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง กลวิธีการใช้ภาษาและแนวคิดในนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

¹ นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์

ABSTRACT

The objectives of this study were to analyze the concepts included in early childhood tales that were honored with Basic Education Commission Awards. The relevant data were collected from the contents of 20 early childhood tales for young children aged 3–5 years that were honored with outstanding awards and honorable mentions from the Office of the Basic Education Commission from 2021 to 2025, including theoretical concepts relating to early childhood development, well-being, morality and ethics, as well as Thai characteristics and coexistence in a multicultural society. The data obtained were then analyzed and presented using descriptive analysis. The results showed that these tales included 7 main dimensions of child development: 1) executive function (EF), 2) physical, 3) mental and emotional, 4) social, 5) intellectual, 6) moral and ethical, and 7) Thainess and multiculturalism.

Overall, the concepts included in these early childhood tales reflected the authors' emphasis on direct communication aimed at holistic child development, encompassing the development of cognitive, physical, emotional, social, and intellectual skills—referred to as holistic well-being—as a primary focus. Furthermore, it also prioritized the development of morality, ethics, and Thainess within a multicultural context, forming a crucial foundation for the growth of a well-rounded human being.

KEYWORDS: Concepts, Early Childhood Tales, Office of the Basic Education Commission

บทนำ

เด็กปฐมวัยเป็นช่วงวัยเริ่มแรกของร่างกาย สมอง และระบบประสาทที่กำลังเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ตลอดทั้งเป็นช่วงเวลา “หน้าต่างแห่งโอกาส” ที่สำคัญต่อการวางรากฐานการเรียนรู้ตลอดชีวิต การส่งเสริมพัฒนาการตามวัยอย่างเหมาะสมในระยะนี้จะช่วยสร้างพื้นฐานคุณภาพชีวิตที่ดีและส่งผลต่อการพัฒนาความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ต่อไปในอนาคต (Office of the Education Council, 2021) โดยเฉพาะด้านพัฒนาการทางสมอง จากผลการศึกษาขององค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาสมองจะเกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ภายในช่วงก่อนอายุ 6 ปี ซึ่งจะส่งผลให้การออกแบบและการจัดประสบการณ์การเรียนรู้มีคุณภาพและเหมาะสมกับพัฒนาการตามวัย อันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของเด็กและการวางรากฐานการเรียนรู้ในระยะยาว (United Nations Children's Fund, 2021)

หนึ่งในสื่อการเรียนรู้ที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและมีบทบาทสำคัญต่อพัฒนาการสำหรับเด็กปฐมวัยคือ หนังสือนิทานสำหรับเด็ก ซึ่งถือเป็นสื่อสำคัญที่ช่วยส่งเสริมพัฒนาการด้านภาษา ความคิด และจินตนาการของเด็กอย่างมีประสิทธิภาพ อาจกล่าวได้ว่า ช่วงเวลาสำคัญในการพัฒนาทักษะพื้นฐานต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นี้ เด็กจะซึมซับภาษาและความคิดผ่านเรื่องราวที่เข้าใจง่ายและมีความสนุกสนาน (Niland, 2023) ซึ่งนิทานนับเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมในการถ่ายทอดพัฒนาการดังกล่าว

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านและการใช้นิทานสำหรับเด็กปฐมวัยเป็นสื่อการเรียนรู้ จึงได้จัดโครงการประกวดหนังสือดีเด่น โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกที่มุ่งเน้นความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาสำหรับเด็ก และองค์ประกอบทางศิลปะที่สนับสนุนการเรียนรู้เชิงพัฒนาการ (Office of the Basic Education Commission, Bureau of Academic Affairs and Educational Standards, 2020) ส่งผลให้หนังสือและนิทานที่ได้รับรางวัลสะท้อนมาตรฐานคุณภาพของนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม แม้หนังสือนิทานเหล่านี้จะผ่านการรับรองมาตรฐานด้านเนื้อหาและรูปแบบแล้ว แต่จากการสำรวจงานวิจัยพบว่า ในปัจจุบันยังคงขาดการศึกษาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบด้านแนวคิดและสาระสำคัญที่มุ่งปลูกฝังแก่เด็กปฐมวัย โดยเฉพาะกลวิธีการแปลงแนวคิดนามธรรมให้เป็นรูปธรรมผ่านพฤติกรรมตัวละคร ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารที่จำเพาะต่อพัฒนาการทางสติปัญญาของเด็กเล็ก ในขณะที่การศึกษาวรรณกรรมในประเทศไทย ส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่กลุ่มวรรณกรรมเยาวชนช่วงอายุ 12-18 ปี ซึ่งมีทักษะการคิดเชิงตรรกะและสามารถตีความสัญลักษณ์เชิงอุปมาอุปไมยที่ซับซ้อนได้แล้ว ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวคิดและกลวิธีการนำเสนอในงานวรรณกรรมสำหรับเยาวชน เรื่อง ครูทนาย” ของกนกวรรณ เกษชัยภูมิ และคณะ (Ngaochaiphum et al., 2018) “แนวคิดเกี่ยวกับเด็กและคุณค่าในวรรณกรรมเยาวชนของสุมาลี บำรุงสุข” ของ วิจิตรา รุ่งแสง (Rungsaeng, 2021) “การวิเคราะห์แนวคิดและกลวิธีการนำเสนอแนวคิดในวรรณกรรมสำหรับเยาวชนของปิงชิน” ของ มัลลยา มาศชัยชนะกิจพงษ์ และกนกพร นุ่มทอง (Chaichanakipong & Numtong, 2023) และ “กลวิธีการนำเสนอแนวคิดนิเวศสำนึกในวรรณกรรมเยาวชน เรื่อง หมอยาน้อย ของ กิตติศักดิ์ ศรีแก้ววร” ของวัลภา ธารเวท และมารศรี สอทิพย์ (Tarawet & Sorthip, 2024)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งวิเคราะห์แนวคิดที่ปรากฏในนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อให้เข้าใจแนวทางการถ่ายทอดแนวคิดและสาระสำคัญที่แฝงอยู่ในนิทาน การศึกษาดังนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยให้เข้าใจกลไกการเปลี่ยนแนวคิดนามธรรมให้เป็นรูปธรรมสอดคล้องกับ ช่วงวัย แต่ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ปกครอง ครู และนักสร้างสรรค์สื่อ ในการเลือกใช้และพัฒนานิทานที่มีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างรากฐานความคิดและมุมมองที่เหมาะสมให้แก่เด็กปฐมวัยอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์แนวคิดที่ปรากฏในเนื้อหาของนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎี 4 ประเด็น มีรายละเอียดดังนี้

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านพัฒนาการเด็กปฐมวัย คือ ทฤษฎีทักษะสมอง (Executive Functions) เป็นกระบวนการทางความคิด การควบคุมอารมณ์ และการกำกับพฤติกรรม (Thai Health Promotion Foundation, 2026) โดยองค์ประกอบของทักษะสมอง ได้แก่ ความจำเพื่อการใช้งาน การยืดหยุ่นทางความคิด การจดจ่อใส่ใจ การควบคุมอารมณ์ การประเมินตนเอง การริเริ่มและลงมือทำ การวางแผนและจัดระบบดำเนินการ และการมุ่งเป้าหมาย

2. แนวคิดสุขภาวะ เป็นความสมบูรณ์ทางร่างกาย ทางอารมณ์หรือจิตใจ ทางสังคม และทางจิตวิญญาณ ที่มีความสมดุลและมีความสุข (World Health Organization [WHO], 1998) นอกจากนี้ Adams et al. (1997) กล่าวถึงแนวคิดสุขภาวะไว้เพิ่มเติม คือ สุขภาวะด้านปัญญา เป็นกระบวนการคิดไตร่ตรอง ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยปัญญาอย่างเหมาะสม

3. แนวคิดคุณธรรมและจริยธรรม เป็นแนวคิดการพัฒนาทางจิตใจและมีอิทธิพลต่อเด็กทางด้านความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมผ่านการส่งเสริมและกระบวนการขัดเกลาทางสังคม การอบรมเลี้ยงดูของผู้ปกครอง การเป็นแบบอย่างที่ดีของผู้ปกครอง การอบรมสั่งสอนของโรงเรียน การปฏิบัติตามคำสอนทางพระพุทธศาสนา การเรียนรู้จากกลุ่มเพื่อน และการเรียนรู้จากสื่อมวลชน (Sodmanee & Junprasert, 2011)

4. แนวคิดคุณลักษณะความเป็นไทยและการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม โดยแนวคิดคุณลักษณะความเป็นไทยจำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะสำคัญ ได้แก่ 1) ความเป็นไทยที่มีลักษณะคงตัว เช่น ศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม และความจงรักภักดีต่อสถาบัน และ 2) ความเป็นไทยที่มีลักษณะพลวัตหรือยืดหยุ่นที่เปลี่ยนแปลงได้ตามบริบทของสังคมและโลกสมัยใหม่ (Chutintaranond, 2016; Thapporn, 2010) ด้านการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม เป็นแนวทางส่งเสริมความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างกลุ่มวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในสังคมเพื่อให้เด็กได้เรียนรู้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Arphattananon, 2018; Changjan, 2021) และนำไปสู่สังคมที่ยุติธรรมและการอยู่ร่วมกันอย่างสันติในระยะยาว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารหรือตัวบท แล้วนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

แหล่งข้อมูล

การเลือกแหล่งข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ คือ นิทานสำหรับเด็กปฐมวัยอายุ 3-5 ปี ที่ได้รับรางวัลดีเด่นและรางวัลชมเชยจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยอายุ 3-5 ปี ที่ได้รับรางวัลดีเด่นและรางวัลชมเชยจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 - 2568 จำนวน 20 เรื่อง ด้วยวิธีการเลือกตัวบทแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาจากแนวคิดของนิทานสะท้อนบริบทสังคมสมัยใหม่ การปรับตัวในยุคดิจิทัล และการมุ่งเน้นการสร้างสมรรถนะเด็กปฐมวัยตามทิศทางการศึกษายุคใหม่ และเกณฑ์ด้านคุณภาพของหนังสือที่ผ่านการรับรองว่าเป็นนิทานที่ได้รับรางวัลดีเด่นหรือรางวัลชมเชยจากการประกวดหนังสือดีเด่นจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในมาตรฐานด้านเนื้อหา ภาษา และภาพประกอบ

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบบันทึกแนวคิดที่ปรากฏในนิทานสำหรับเด็กปฐมวัย ผู้วิจัยสร้างตามการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎี ได้แก่ 1) ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านพัฒนาการเด็กปฐมวัย คือ ทฤษฎีทักษะสมอง (Thai Health Promotion Foundation, 2026) 2) แนวคิดสุขภาวะ (Adams et al., 1997; WHO, 1998) 3) แนวคิดคุณธรรมและจริยธรรม (Sodmanee & Junprasert, 2011) และ 4) แนวคิดคุณลักษณะความเป็นไทย (Chutintaranond, 2016; Thapporn, 2010) และการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม (Arphattananon, 2018; Changjan, 2021) โดยการประเมินคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยนำแบบบันทึกแนวคิดที่ปรากฏในนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ

ด้านภาษาไทย จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งเมื่อนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน มาหาค่าเฉลี่ยมีค่า IOC เท่ากับ 0.80 จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบบันทึกมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในลำดับต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย รวบรวมข้อมูลตัวบทและข้อมูลแนวคิดทฤษฎี โดยข้อมูลตัวบทได้รวบรวมตัวบทนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยอายุ 3-5 ปี ที่ได้รับรางวัลดีเด่นและรางวัลชมเชยจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 - 2568 จำนวน 20 เรื่อง จากนั้นอ่านตัวบทในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ อ่านคร่าว ๆ อ่านเก็บความคิด และอ่านละเอียด ส่วนข้อมูลแนวคิดทฤษฎี รวบรวมไว้ 4 แนวคิด คือ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านพัฒนาการเด็กปฐมวัย แนวคิดสุขภาวะ แนวคิดคุณธรรมและจริยธรรม และแนวคิดคุณลักษณะความเป็นไทยและการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม

2. หลังจากอ่านตัวบทนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยอายุ 3-5 ปี ที่ได้รับรางวัลดีเด่นและรางวัลชมเชยจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลด้วยการบันทึกรายละเอียดในด้านแนวคิดสำคัญที่ปรากฏลงในแบบบันทึกข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการ 2 ขั้นตอน ได้แก่ การจัดระบบข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดระบบข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บบันทึกไว้แล้วมาจัดระบบให้อยู่ในกลุ่มเนื้อหาเดียวกัน โดยเน้นวิเคราะห์เฉพาะด้านแนวคิดสำคัญสำหรับเด็กปฐมวัยว่าปรากฏในแง่มุมใดบ้าง ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการพิจารณาความหมายอันเป็นความรู้ความจริงด้านภาษาที่สะท้อนแนวคิดสำคัญ โดยผู้แต่งอาจนำเสนอโดยตรงหรือการเปรียบเทียบ การวิเคราะห์ข้อมูลได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีและแนวคิดด้านต่าง ๆ ที่ได้ศึกษาไว้ แล้วนำข้อมูลจากการวิเคราะห์มาจัดกลุ่มเข้าด้วยกันตามประเด็นที่กำหนดไว้ จากนั้นสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ต่อไป

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลตัวบทนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยอายุ 3-5 ปี ที่ได้รับรางวัลดีเด่นและรางวัลชมเชยจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ตั้งแต่ พ.ศ. 2564 – 2568 จำนวน 20 เรื่อง ผลการวิจัยที่พบสรุปได้ 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาทักษะสมอง (Executive Function) 2) ด้านร่างกาย 3) ด้านจิตใจและอารมณ์ 4) ด้านสังคม 5) ด้านสติปัญญา 6) ด้านการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรม และ 7) ด้านความเป็นไทยและพหุวัฒนธรรม กล่าวรายละเอียดโดยสังเขปได้ดังนี้

1. **ด้านการพัฒนาทักษะสมอง (Executive Function)** เป็นแนวคิดที่มุ่งกระบวนการทางความคิดในสมองส่วนหน้าซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการคิดวิเคราะห์ การควบคุมอารมณ์ และการกำกับพฤติกรรมของบุคคล สิ่งสำคัญคือการส่งเสริมและสนับสนุนพัฒนาการอย่างเหมาะสมกับช่วงวัยให้ครอบคลุมหลากหลายเพื่อให้เด็กปฐมวัยสามารถเติบโตอย่างสมบูรณ์ ดังตัวอย่างนิทานเรื่องความจำยาวของปูขี้ลืม ของสุกัลลักษณ์ พูนสินบุระนกุล เนื้อความว่า

"หลานยังโกรธอยู่ใช่ไหม ถ้าอย่างนั้นเราไปที่ปิ้งใหญ่กัน หลานโกรธใคร โกรธอะไรก็เขียนบนก้อนหิน แล้วขว้างมันออกไปให้ไกล ๆ เลย ผมทำตามที่ปู่บอก ผมขว้างก้อนหินสุดแรง ที่ละก้อน ที่ละก้อน อารมณ์ค่อย ๆ สงบเยือกเย็นลงจนสบายใจขึ้นจริง ๆ" (Poonsinburanakul, 2021, p. 29)

จากตัวอย่างข้างต้น ปรากฏองค์ประกอบพัฒนาการด้านทักษะสมอง (Executive Functions) ในทักษะการควบคุมอารมณ์และทักษะการยับยั้งชั่งใจและคิดไตร่ตรอง จากสถานการณ์หลานรู้สึกโกรธและเสียใจหลังจากถูกเพื่อนแกล้งจนตรึงจักรยาน ซึ่งความรู้สึกรุนแรงนี้อาจนำไปสู่พฤติกรรมก้าวร้าวหรือการโต้ตอบที่ไม่เหมาะสม แต่ปู่ได้สอนวิธีการจัดการกับอารมณ์เหล่านั้นได้อย่างสร้างสรรค์ โดยปู่ไม่ได้บอกให้หลานไปแค้นแค้นหรือทำพฤติกรรมที่ไม่ดีกลับไป แต่ได้แนะนำให้ "เขียนบนก้อนหิน" ซึ่งเป็นการเปลี่ยนความรู้สึกเชิงลบให้กลายเป็นวัตถุที่จับต้องได้ จากนั้นจึง "ขว้างมันออกไป" การที่หลานทำตามคำแนะนำของปู่และขว้างก้อนหิน "ทีละก้อน" ส่งผลให้อารมณ์ค่อย ๆ สงบลง การกระทำนี้เป็นการแสดงออกถึงความสามารถในการยับยั้งความโกรธที่อยู่ภายในและเปลี่ยนไปใช้กลไกการจัดการอารมณ์ที่เหมาะสม ซึ่งหมายถึงการควบคุมตนเองจากสิ่งกระตุ้นหรือแรงขับภายในเพื่อไม่ให้แสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมออกมา การเปลี่ยนผ่านจาก "การสอน" ไปสู่ "การสร้างประสบการณ์เรียนรู้ที่มีความหมาย" ผ่านตัวละครและเนื้อเรื่องที่แนบเนียน จะช่วยให้เด็กซึมซับพฤติกรรมเชิงบวกได้โดยไม่รู้สึกถูกบังคับ การปลูกฝังแนวคิดเช่นนี้จึงเปรียบเสมือนการสร้างโครงสร้างพื้นฐานของชีวิตที่ส่งผลต่อเนื่องไปถึงความสำเร็จทางการเรียนและการปรับตัวในสังคมเมื่อเติบโตต่อไป

ตัวอย่างด้านการพัฒนาทักษะสมองอีกตัวอย่างหนึ่งคือ ทักษะการประเมินตนเอง กล่าวคือการสะท้อน การกระทำของตนเองและรู้จักพฤติกรรมของตนเอง ดังตัวอย่างนิทานเรื่องกระเจกพิเศษของปู่ป๊อ ของมณีนดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (Palakawong Na Ayudhya, 2022, pp. 14–15) เนื้อความว่า

“เมื่อมาถึงบ้าน แม่ยืนยิ้มรออยู่ “ปู่ป๊อ ! ลูกไปไหนมาจ๊ะ” แม่ถาม ปู่ป๊อนึกได้ว่า งอนแม่อยู่ จึงทำหน้าอหังที่ “ไปเล่นกับเพื่อนมาครับ” ปู่ป๊อตอบ แล้วไปนั่งหน้าจั่วอยู่บนม้านั่งตัวเก๋ง “อ๊ะ ! ใครเนี่ย” ปู่ป๊อเปลือยทวนออกมาเมื่อเห็นหน้าตัวเองในกระจก “แล้วถ้าแบบนี้ล่ะ” ปู่ป๊อฝึกยิ้ม “อืม...หล่อกว่าเมื่อกี้ เยอะเลยแฮะ”

ข้อความข้างต้น การที่ปู่ป๊อเห็นภาพสะท้อนของตนเองในกระจกและเกิดความคิดในการปรับเปลี่ยน พฤติกรรม ถือเป็นกระบวนการพิจารณาและทบทวนตนเองอย่างมีระบบ ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์พฤติกรรม ความคิด และความรู้สึกของตนเองอย่างลึกซึ้ง เพื่อทำความเข้าใจตนเองให้ชัดเจนยิ่งขึ้น กระบวนการดังกล่าว เปรียบเสมือนการมองสะท้อนพฤติกรรมของตนเองเพื่อตรวจสอบจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนา และข้อบกพร่องที่ต้องปรับปรุง อันนำไปสู่การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องต่อไป

2. ด้านร่างกาย เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการวางรากฐานการพัฒนาเด็กให้มีความสมบูรณ์โดยเน้นความพร้อม ทางร่างกาย อาทิ การมีสุขภาพแข็งแรง การปราศจากโรคภัย การได้รับปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต และการอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตและการเรียนรู้เพื่อให้เด็กได้พัฒนาเติบโตสมวัยและแข็งแรง สำหรับเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศในอนาคตต่อไป ดังตัวอย่างนิทานเรื่องตามแม่ไปเที่ยวป่า ของวันวิสา ธรรมสังวาล และสันติภาพ ก่อเจริญวัฒน์ (Thammasangwan & Kocharoenwat 2020, p. 25) เนื้อความว่า

กลิ่นเหงื่ออบอวล	ชวนกันอาบน้ำ
ก่อนจะพลบค่ำ	ทำตามหน้าที่
แปร่งฟันสะอาด	ไม่พลาดสักซี่
ฟอกสบู่ให้ดี	ขัดสีฉวีวรรณ

จากตัวอย่างข้างต้น ปรากฏแนวคิดด้านการดูแลสุขภาพร่างกาย โดยเนื้อความกล่าวถึงกิจกรรมการอาบน้ำ การแปรงฟัน และการฟอกสบู่อย่างถูกวิธี ถือเป็นพฤติกรรมพื้นฐานในการรักษาความสะอาดของร่างกาย การปฏิบัติ ดังกล่าวช่วยลดการสะสมของเชื้อโรคและลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคต่าง ๆ ดังนั้นการแทรกแนวคิดให้เด็กได้ดูแล สุขอนามัยส่วนบุคคลอย่างสม่ำเสมอจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมให้เด็กมีสุขภาพกายที่แข็งแรงและมี คุณภาพชีวิตที่ดี

ตัวอย่างด้านร่างกายอีกตัวอย่างหนึ่งคือ การสอนเรื่องโภชนาการของผลไม้ไทย ดังตัวอย่างนิทานเรื่องชื่นใจ ผลไม้ไทยอร่อยจัง ของทิพย์วรรณ แสงวงศ์ (Sawangsri, 2023, p. 21) เนื้อความว่า

ผลไม้ของไทย	อยากให้ลิ้มลอง
สมควรยกย่อง	ป้องกันโรคภัย
วิตามินนานา	ยืดอายุชัย
กินเป็นนิสัย	อ่อนวัยงามตา

จากตัวอย่างข้างต้น ปรากฏแนวคิดด้านการดูแลสุขภาพร่างกาย โดยเนื้อความกล่าวถึงการให้ข้อมูลและสร้าง ความเชื่อมั่นในคุณค่าทางโภชนาการของผลไม้ไทย การสอนว่า ผลไม้ช่วย “ป้องกันโรคภัย” และมี “วิตามินนานา” เป็นการปลูกฝังความรู้ด้านสุขภาพ และส่งเสริมให้เด็กมีพฤติกรรมบริโภคที่ดี การนำเสนอแนวคิดดังกล่าวจึงเป็น

การวางรากฐานทางพฤติกรรมสุขภาพผ่านการสร้างความฉลาดทางสุขภาพให้แกเด็ก โดยใช้สื่อรูปธรรมอย่างผลไม้ไทยเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงความรู้สู่การปฏิบัติจริง การเน้นย้ำถึงคุณค่าทางโภชนาการมิได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการมีร่างกายที่แข็งแรงเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันทางทัศนคติที่ช่วยให้เด็กสามารถเลือกรับประทานสิ่งที่มีประโยชน์ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยอาหารไม่มีโภชนาการในปัจจุบัน ซึ่งนับเป็นพื้นฐานสำคัญของการมีสุขภาพทางร่างกายที่แข็งแรงและยั่งยืน

3. ด้านจิตใจและอารมณ์ เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสภาพจิตใจให้มีความมั่นคงและสมดุล โดยมุ่งส่งเสริมให้เด็กมีความสุขทางอารมณ์ สามารถชื่นชมและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวอย่างมีความหมาย ตระหนักถึงคุณค่าและศักยภาพภายในตนเอง รวมทั้งมีความเชื่อมั่นในตนเองและความสามารถของตน การมีทัศนคติเชิงบวก การเปิดรับประสบการณ์ใหม่ และการมีความหวังในการดำเนินชีวิต ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งทางจิตใจและคุณภาพชีวิตโดยรวม ดังตัวอย่างนิทานเรื่องตุ๊กตาของลูก ของปรีดา ปัญญาจันทร์ (Panyachan, 2021, p. 21) เนื้อความว่า

“ลูกยิ้มได้ และยังคงคิดถึงแม่ทุกวัน”

จากตัวอย่างข้างต้น เนื้อความสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดด้านจิตใจและอารมณ์ของเด็ก แม้ว่าในเบื้องต้นจะดูเหมือนมีความขัดแย้งกันระหว่างคำว่า “ยิ้มได้” กับ “คิดถึงแม่ทุกวัน” แต่ทว่าประโยคนี้นี้แสดงให้เห็นถึงกลไกการปรับตัว และการรับมือกับความรู้สึกที่ซับซ้อนของเด็กในสถานการณ์การพลัดพรากจากแม่ “ลูกยิ้มได้” บ่งชี้ว่าเด็กสามารถประคับประคองอารมณ์ และปรับตัวให้เผชิญกับสถานการณ์ความโศกเศร้าหรือความพลัดพรากได้ในระดับหนึ่ง ส่วนการยิ้มได้ไม่ได้หมายถึงการปราศจากความรู้สึกเศร้าโดยสิ้นเชิง แต่เป็นการแสดงออกถึงการยอมรับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น นับเป็นลักษณะสำคัญของการมีสุขภาพจิตที่ดี ขณะเดียวกันการ “คิดถึงแม่ทุกวัน” แสดงให้เห็นถึงการดำรงอยู่ของความผูกพันทางอารมณ์ที่ลึกซึ้ง เด็กสามารถคิดถึงแม่ได้โดยที่ยังคงยิ้มได้ แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการจัดการอารมณ์ที่ซับซ้อน แต่สามารถแยกแยะและคงไว้ซึ่งความรู้สึกเชิงบวกในชีวิตประจำวันได้ การแทรกแนวคิดทางจิตใจและอารมณ์จะพัฒนาให้เด็กเรียนรู้การปรับตัวเพื่อรับความเปลี่ยนแปลง และจัดการกับชีวิตได้อย่างมีเหมาะสม

ตัวอย่างแนวคิดด้านจิตใจและอารมณ์อีกตัวอย่างหนึ่งจากนิทานเรื่องหุไวตาไว ชุณินทานเดือนกัญบุหรีไฟฟ้า เด็กปลอดพอด ของชีวัน วิสาสะ (Wisasa, 2023, p. 22) กล่าวถึงการสอนเรื่องบุหรีไฟฟ้า เนื้อความว่า

นิโคบอทพัง แพนพลังเด็ก
ถึงจะตัวเล็ก แต่ก็มียุทธ
รักเพื่อน รักตัว เราใช้หัวคิด
เรารู้ถูกผิด หุไว ตาไว
ใครคิดมาหลอก ออกไปไกลไกล
หุไว ตาไว ไม่โดนหลอกหลง

จากตัวอย่างข้างต้น ปรากฏแนวคิดด้านจิตใจและอารมณ์ของเด็ก เนื้อความกล่าวถึง “นิโคบอทพัง แพนพลังเด็ก ถึงจะตัวเล็กแต่มียุทธ” แสดงให้เห็นว่า พลังที่แท้จริงไม่ได้มาจากพลังกำลัง แต่มาจากความสามารถในการคิดและความเข้มแข็งทางจิตใจของเด็กในการแยกแยะเรื่องถูกผิด นับเป็นเครื่องมือสำคัญในการตัดสินใจที่ถูกต้อง อีกทั้งยังชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการคิดและจิตใจ กล่าวคือ การสร้างจิตใจที่แข็งแกร่งจะเป็นภูมิคุ้มกันที่ทำให้เด็ก ๆ

สามารถรับมือกับสิ่งชั่วร้าย ภัยคุกคามในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่ถูกหลอกลวง อันจะนำไปสู่ความปลอดภัยในชีวิตได้

4. ด้านสังคม เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์และการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง การส่งเสริมความสัมพันธ์ทางสังคมที่ดีจะสร้างให้เด็กพัฒนาความสามารถการอยู่ร่วมกับผู้อื่น การมีปฏิสัมพันธ์ที่เหมาะสม การทำความเข้าใจผู้อื่น และการปรับตัวเข้ากับสังคม อันจะเป็นกุญแจสำคัญทำให้เด็กแสดงพฤติกรรมสอดคล้องกับแบบแผนสังคมและบทบาททางสังคม ดังตัวอย่างนิทานเรื่องตามแม่ไปเที่ยวป่า ของวันวิสา ธรรมสังวาล และสันติภาพ ก่อเจริญวัฒน์ (Thammasangwan & Kocharoenwat, 2020, p. 21) เนื้อความว่า

แม่สอนให้รู้ หนูกินพออิ่ม
ผู้อื่นอยากชิม ลิ้มรสเหมือนกัน
ผลไม้เหล่านี้ มีไว้แบ่งปัน
แบ่งเธอแบ่งฉัน แบ่งกันอร่อยดี

จากตัวอย่างข้างต้น เนื้อความกล่าวถึงการปลูกฝังความสัมพันธ์เชิงสังคมที่สำคัญ ได้แก่ การแบ่งปัน และการคำนึงถึงผู้อื่น โดยแม่ข้างทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดการอยู่ร่วมกันในสังคมผ่านการสอนให้ลูกข้างตระหนักว่า “ผู้อื่นอยากชิม” เหมือนกัน การสอนให้ “กินพออิ่ม” และแบ่งปันสิ่งของจึงเป็นการพัฒนาจิตสำนึกพร้อมและสร้างความเข้าใจในหลักการของการอยู่ร่วมกันในสังคม เพราะการแบ่งปันดังกล่าวไม่เพียงแต่สร้างความสุขร่วมกัน แต่ยังเป็นการวางรากฐานของพฤติกรรมช่วยเหลือสังคมซึ่งนับเป็นรากฐานสำคัญของสุขภาวะทางสังคมที่ยั่งยืน

ตัวอย่างแนวคิดด้านสังคมอีกตัวอย่างหนึ่งกล่าวถึงการส่งเสริมความสัมพันธ์ทางสังคมที่ดีจากนิทานเรื่อง ตะวันแจ่มใสกับดอกไม้ไร่ร้าง ของตูปอง (เรื่องศักดิ์ ปิ่นประทีป) (Tubpong, 2022, p. 6) เนื้อความว่า

สองรัก ดันไม้ ใบหญ้า
ดอกไม้ ไร่ร้าง “เพื่อนรัก เพื่อนเรา”
เพื่อน เพื่อน ปีกสวยขยับ
ตะวัน สองรัก “เพื่อนรัก เพื่อนเรา”

จากตัวอย่างดังกล่าวสะท้อนแนวคิดด้านสังคมที่แสดงให้เห็นถึงการอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูลและการพึ่งพาอาศัยกัน โดยดอกไม้ทำหน้าที่เป็นแหล่งพลังงานให้ผีเสื้อ ขณะที่ผีเสื้อมีบทบาทในการช่วยผสมเกสรเพื่อให้พืชสามารถขยายพันธุ์ต่อไป อีกทั้งใบหญ้าเป็นแหล่งอาหารของหนอนผีเสื้อก่อนเจริญเติบโตเป็นผีเสื้อเต็มวัย ความสัมพันธ์เชิงพึ่งพาหวั่นสิ่งมีชีวิตดังกล่าวเป็นตัวอย่างของความสมดุลและความยั่งยืนในธรรมชาติ ซึ่งสามารถประยุกต์เป็นแนวทางการเรียนรู้สำหรับเด็กในการพัฒนาทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสร้างสรรค์

5. ด้านสติปัญญา เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการที่บุคคลมีกระบวนการคิดไตร่ตรอง ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยปัญญาอย่างเหมาะสม และการปฏิสัมพันธ์ทางความคิดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้เกิดความคิดที่กว้างไกลเท่านั้น แต่ยังช่วยเสริมสร้างความสามารถในการเรียนรู้และการแก้ปัญหาตลอดชีวิต ดังตัวอย่างนิทานเรื่องชวนเพื่อนเล่นกลางทุ่ง ของปรีดา ปัญญาจันทร์ (Panyachan, 2021, pp. 8–15) เนื้อความว่า

ลาดามากลางทุ่ง เด็กวิ่งมุ่งลงสระน้ำ
เอ๊ะ นั่นจุดสีดำ อ้อ...ลูกออดแยกออกไป
เอาดินมาปั้นคัน เป็นเขตก้นสระน้อยใหญ่

บ้างทำทางไกล สิ้นลงน้ำสนุกจริง
 พักเล่นบนดินเหนียว บั้นเดี้ยวเดียวได้ทุกสิ่ง
 ทหารถือดาบนิ่ง ยืนเฝ้าเมืองป้องกันภัย
 แด่จัดไปเถอะเรา หลบร่มเงาต้นไม้ใหญ่
 ในร่มก็เล่นได้ ทั้งไล่จับชุดแมลง

จากข้อความที่ยกมาสะท้อนกระบวนการด้านการคิด การสังเกต และการแก้ปัญหาของเด็ก ดังจะเห็นได้จากการที่เด็กแสดงความสามารถในการคิดและสังเกตสิ่งรอบตัวอย่างละเอียด เช่น เห็น “จุดสีดำ” แล้วพิจารณาว่าเป็น “ลูกบอล” แสดงถึงการแยกแยะและรับรู้ลักษณะต่าง ๆ ของสิ่งมีชีวิต หรือการนำดินมาปั้นเป็นคันกันน้ำ หรือปั้นเป็นรูปทหาร แสดงความสามารถในการดัดแปลงเป็นความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งการแก้ปัญหาและการปรับตัว เช่น เมื่อแตรรถเด็กปรับตัวด้วยการ “หลบร่มเงา ต้นไม้ใหญ่” แล้วหากิจกรรมเล่นต่อ แสดงความสามารถในการจัดการสถานการณ์และคิดหาทางเลือกใหม่ การแทรกแนวคิดดังกล่าวนับเป็นการสอนให้เด็กสังเกตสิ่งรอบตัวอย่างละเอียด การวิเคราะห์และจำแนกสิ่งที่พบเห็น การแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง รวมถึงการปรับตัวและใช้ความคิดสร้างสรรค์กับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติในการเล่นและเรียนรู้

ตัวอย่างด้านสติปัญญาอีกตัวอย่างหนึ่งกล่าวถึงการคิดไตร่ตรองอย่างมีเหตุผลและการใช้สติปัญญาในการเรียนรู้และปรับตัว จากนิทานเรื่องแผ่นฟ้าที่หายไป ของชัยฤทธิ์ ศรีโรจน์ฤทธิ์ (Srirojrit, 2020, p. 26) เนื้อความว่า

ฟ้าที่ยังคงอยู่ ฟ้าที่ยังคงอยู่บนฟ้า
 แผ่นฟ้าที่ไม่ได้หายไปไหน
 แผ่นฟ้ากว้างใหญ่เกินจะบังหาย
 เพียงแต่เราอยู่ในที่ไม่เห็นฟ้า
 จึงคิดว่าแผ่นฟ้าหายไป
 จนต้องออกมาหาแผ่นฟ้า
 ในที่สุดก็ยังเห็นว่า บนฟ้ายังมีฟ้า
 เพราะ...ฟ้ายังคงอยู่บนฟ้า

จากตัวอย่างดังกล่าวสะท้อนแนวคิดการพัฒนาให้เด็กรู้จักคิดอย่างมีเหตุผลและไตร่ตรองต่อปรากฏการณ์รอบตัว โดยเนื้อความชี้ให้เห็นว่า สิ่งสำคัญในชีวิต เช่น ความหวังหรือโอกาส “ฟ้าที่ยังคงอยู่บนฟ้า” เปรียบเหมือนความหวังหรือความงดงามในชีวิตที่แท้จริงแล้วไม่เคยหายไป หากแต่อาจถูกจำกัดด้วยเงื่อนไขบางประการจนมองไม่เห็นในช่วงเวลาหนึ่ง การปรับมุมมองหรือออกจากสภาพที่คับข้อง และการรับรู้สิ่งใหม่ ๆ จะทำให้ตระหนักได้ว่า สิ่งดีงามเหล่านั้นยังคงดำรงอยู่เสมอ แนวคิดนี้จึงเป็นบทเรียนสำคัญต่อการเสริมสร้างทัศนคติที่มั่นคงและการมองโลกในเชิงบวกของเด็ก

6. ด้านการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรม เป็นแนวคิดการสร้างรากฐานทางจิตใจ เพื่อให้เด็กสามารถเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีพฤติกรรมดีงามเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม และสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีระเบียบแบบแผน ดังตัวอย่างนิทานเรื่องแม่อ้วนกับแม่วอม ของปรีดา ปัญญาจันทร์ (Panyachan, 2022, pp. 6–14) เนื้อความว่า

แม่อ้วนชอบลูกบอลลูกใหญ่
 แม่วอมชอบลูกบอลลูกเล็ก
 แม่อ้วนนอนที่นอนใหญ่ ๆ หนา ๆ

แมวพอมนอนที่นอนเล็ก ๆ บาง ๆ
แต่แมวอ้วนกับแมวพอมก็อยู่ด้วยกัน
ช่วยเหลือกัน
จากหนักก็กลายเป็นเบา
จากที่ไกลเกินเอื้อมก็คว่ำมาได้
คอยช่วยจุดดั่งจากความทุกข์
และใช้เวลาแห่งความสุขร่วมกัน

จากตัวอย่างข้างต้น เนื้อความกล่าวถึงมิตรภาพระหว่างเพื่อนท่ามกลางความแตกต่าง” โดยตัวละคร “แมวอ้วน” และ “แมวพอม” มีลักษณะนิสัย ความชอบ และพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกัน แต่ความแตกต่างดังกล่าวมิได้เป็นอุปสรรคต่อการสร้างความสัมพันธ์อันดี ตรงกันข้ามภายในเรื่องปรากฏพฤติกรรมการช่วยเหลือเกื้อกูล การให้กำลังใจทางด้านจิตใจ รวมถึงการแบ่งปันช่วงเวลาแห่งความสุขระหว่างกัน ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญของมิตรภาพที่ดี กล่าวได้ว่า แนวคิดนี้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของมิตรภาพที่มีต่อการพัฒนาทักษะทางสังคมและอารมณ์ของบุคคล โดยเฉพาะการยอมรับความแตกต่างและการสร้างประสบการณ์ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสันติและเคารพกันและกัน

ตัวอย่างด้านการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรมอีกตัวอย่างหนึ่งกล่าวถึงการสอนคุณธรรมด้านการแบ่งปัน จากนิทานเรื่องเตงโมลูกโตโต ของระพีพรรณ พัฒนาเวช (Pattanawech, 2020, pp. 4-14) เนื้อความว่า

“เตงโมลูกโตโต ช่วยผ่าแบ่งเตงโมให้หน้อยจ๊ะ”
เตงโมถูกแบ่งออกเป็น 2 ชิ้นใหญ่ ๆ
กระรอกเตรียมกินเตงโมแดงน้ำ
“เดี๋ยวก่อน เดี๋ยวก่อนแบ่งเตงโมให้กระต่ายกินบ้างได้ไหม”
“ได้จ๊ะ ได้จ๊ะ อย่างนั้น ช่วยผ่าเตงโมให้อีกครึ่งนะจ๊ะ”
“เจี๋ยก เจี๋ยก เจี๋ยกอยากกินเตงโมแบ่งบ้างได้ไหม”
“ได้จ๊ะ ได้จ๊ะ อย่างนั้น ช่วยผ่าเตงโมอีกครึ่งนะจ๊ะ”

จากตัวอย่างข้างต้น เนื้อความสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าด้านการแบ่งปัน การยินดีแบ่งปันสิ่งของ (เตงโม) กับผู้อื่นที่ร้องขอ (กระต่ายกับลิง) โดยกระรอกไม่มีความลังเล แสดงถึงการมีน้ำใจและความเห็นอกเห็นใจอันนำไปสู่การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในกลุ่มสังคม การแบ่งปันจึงนับเป็นการส่งเสริมคุณธรรมพื้นฐานที่จำเป็นต่อการอยู่ร่วมกันในสังคม และเป็นหลักธรรมสำคัญที่ส่งเสริมความรัก ความสามัคคี และความสุขอย่างยั่งยืน

7. ด้านความเป็นไทยและพหุวัฒนธรรม เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการทำความเข้าใจและยอมรับความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรมที่ดำรงอยู่ร่วมกันในประเทศไทย โดยไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ความเป็นไทยกระแสหลักเท่านั้น แต่ยังรวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ ศาสนา และวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน การตระหนักถึงมิตินี้ส่งเสริมให้เกิดการเคารพความแตกต่าง การอยู่ร่วมกันอย่างสันติ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างสังคมที่เข้มแข็ง และมีความยืดหยุ่นภายใต้บริบทของความหลากหลาย ดังตัวอย่างนิทานเรื่องร้องเป็นเล่นสนุก บทร้องเล่นเด็กไทย ของพุ่ม (Peemu, 2023, p. 4) เนื้อความว่า

วันนี้จะเล่นอะไรดี “หนูอ๋มน้อยอยากเล่นจ๊ะจ๋อเจี๋ยบ อยากอ่านนิทานสุดเนี้ยบที่ห้องสมุดสร้างสรรค์
พิพิธภัณฑ์เด็ก”

จากตัวอย่างข้างต้น เนื้อหาปรากฏตัวละครชื่อ “หนูอัมมิ” เป็นชื่อในศาสนาอิสลาม ต้องการอยากเล่น “จี๋จ๋อเจี้ยบ” เป็นบทร้องเล่นสำหรับเด็กไทย ข้อความดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการอยู่ร่วมกันของวัฒนธรรมที่หลากหลายในสังคมไทย โดยที่เด็กต่างศาสนาสามารถเรียนรู้และสนุกสนานไปกับมรดกทางวัฒนธรรมของไทยได้อย่างกลมกลืน อีกทั้ง การกล่าวถึงสถานที่ “พิพิธภัณฑ์เด็ก” เป็นแหล่งเรียนรู้สาธารณะ เป็นการย้ำถึงการเปิดโอกาสให้เด็ก ๆ จากทุกภูมิภาคได้มีปฏิสัมพันธ์และเรียนรู้ร่วมกันซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของสังคมพหุวัฒนธรรม

ตัวอย่างด้านความเป็นไทยและพหุวัฒนธรรมอีกตัวอย่างหนึ่งกล่าวถึงการแทรกแนวคิดสำคัญเรื่องความรักและความผูกพันระหว่างมนุษย์ โดยไม่ได้มีการแบ่งแยกชนชาติ ศาสนา หรือวรรณะใด ๆ จากนิทานเรื่องเจ้าชายน้อยกับเพื่อนใหม่ในลันนา ของปริดา ปัญญาจันทร์ (Panyachan, 2023, p. 6) เนื้อความว่า

“ที่นี่ เรามีดอกบัวตอง บานอยู่เต็มทุ่ง เต็มคอย”
เจ้าชายน้อยตื่นตื่น ไม่เคยเห็นดอกไม้มากมายเท่านี้มาก่อน
เล่นกันจนเหนื่อยและหิวเหลือเกิน
เจ้าชายน้อยชอบกินข้าวเม่านุ่ม ๆ

จากตัวอย่างข้างต้น เนื้อหาแสดงให้เห็นถึงการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านประสบการณ์ของ “เจ้าชายน้อย” ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้อ่านจากพื้นที่แตกต่างกัน เขาได้สัมผัสสถานที่ ผู้คน และวิถีชีวิตแบบล้านนาอย่างใกล้ชิด เช่น การพบเห็น “ดอกบัวตอง” ซึ่งเป็นดอกไม้สัญลักษณ์ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน สะท้อนให้เห็นถึงภูมิประเทศและความงดงามของธรรมชาติในลันนา นอกจากนี้ การได้ทดลอง “กินข้าวเม่า” ซึ่งเป็นอาหารหลักของชาวล้านนายังแสดงถึงการเปิดใจเรียนรู้และยอมรับวัฒนธรรมการกินของท้องถิ่นอย่างแท้จริง แนวคิดดังกล่าวจึงเป็นพื้นฐานสำคัญของการอยู่ร่วมกันอย่างเคารพและเข้าใจกันในสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดในนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564–2568 จำนวน 20 เรื่อง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประพันธ์ได้นำเสนอแนวคิดสำคัญไว้ 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาทักษะสมอง 2) ด้านร่างกาย 3) ด้านจิตใจและอารมณ์ 4) ด้านสังคม 5) ด้านสติปัญญา 6) ด้านการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรม และ 7) ด้านความเป็นไทยและพหุวัฒนธรรม

โดยภาพรวม ผู้ประพันธ์สะท้อนให้เห็นว่า การสร้างนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยมุ่งเน้นการนำเสนอแนวคิดการพัฒนาเด็กโดยตรงอย่างรอบด้านทั้งการพัฒนาทักษะสมอง ร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ซึ่งเรียกว่าการพัฒนาสุขภาวะองค์รวม เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรม และความเป็นไทยและการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม นับเป็นพื้นฐานสำคัญของการเติบโตเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดในนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในช่วงปี พ.ศ. 2564–2568 จำนวน 20 เรื่อง อภิปรายผลการวิจัยได้ว่า แนวคิดที่ปรากฏส่วนใหญ่มุ่งเน้นการพัฒนาสุขภาวะแบบองค์รวม ซึ่งครอบคลุมการพัฒนาทักษะสมอง ด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา แนวคิดดังกล่าวถือเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการมีพัฒนาการที่ดีตลอดช่วงชีวิตมนุษย์ การให้ความสำคัญและส่งเสริมสุขภาวะที่เหมาะสมแก่เด็กปฐมวัยจึงนับเป็นกลไกสำคัญในการวางรากฐานการพัฒนาเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ อีกทั้งการพัฒนาเด็กปฐมวัยแบบองค์รวมนี้จะนำไปสู่การจัดประสบการณ์เรียนรู้ที่มีความหมาย และการพัฒนาศักยภาพของเด็กอย่างเต็มที่ โดยเหตุที่แนวคิดส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาสุขภาวะองค์รวม เนื่องจาก

ช่วงวัยปฐมวัยเป็นหน้าต่างแห่งโอกาสที่ระบบประสาทและพัฒนาการทุกด้านมีความเชื่อมโยงและส่งผลกระทบต่อกันอย่างแยกไม่ได้อ การที่นิทานได้รับรางวัลเหล่านี้มุ่งเน้นการบูรณาการทั้งการพัฒนาทักษะสมอง ร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาไปพร้อมกันนั้น เป็นเพราะความสมบูรณ์ของด้านหนึ่งย่อมเป็นฐานส่งเสริมให้อีกด้านหนึ่งพัฒนาได้อย่างเต็มศักยภาพ

ด้วยเหตุนี้ การปลูกฝังแนวคิดดังกล่าวผ่านนิทานจึงช่วยเสริมสร้างพฤติกรรมเชิงบวก และเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางการเรียนรู้ในอนาคต ผลลัพธ์จากการพัฒนาเด็กปฐมวัยอย่างรอบด้านคือการเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ มีสุขภาพที่ดี และสามารถเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติในอนาคตต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารียา อินคำ (Inkham, 2025) ที่ศึกษาเรื่องคุณค่าและกลวิธีการนำเสนอในวรรณกรรมบันเทิงคดีสำหรับเด็กที่ได้รับรางวัลหนังสือดีเด่นจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าที่ปรากฏในวรรณกรรมบันเทิงคดีสำหรับเด็กมีความครอบคลุมทั้งคุณค่าด้านอารมณ์และจิตใจ คุณค่าด้านสังคม และคุณค่าด้านสติปัญญา อาจกล่าวได้ว่า วรรณกรรมที่ดีไม่ได้ให้เพียงความสนุกสนาน แต่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการบ่มเพาะและพัฒนาเด็กอย่างรอบด้าน

แนวคิดที่พบบelowมา คือ แนวคิดเกี่ยวกับคุณธรรมและจริยธรรม ถือเป็นการพัฒนาในมิติทางจิตใจ แนวคิดนี้มีอิทธิพลสำคัญต่อความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของเด็กแต่ละคน โดยพัฒนาการทางคุณธรรมและจริยธรรมของเด็กนั้นจะก้าวหน้าไปตามลำดับขั้นของการรับรู้ทางสังคมและบทบาททางสังคม การตัดสินใจคุณธรรมในแต่ละขั้นจึงเป็นผลลัพธ์จากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่มาพร้อมกับพัฒนาการทางสติปัญญาและอายุของเด็กที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง สอดคล้องกับแนวคิดของ อ้อมเดือน สดมนี และฐาศุภร์ จันประเสริฐ (Sodmanee & Junprasert, 2011) กล่าวว่า การพัฒนาทางจิตใจและพฤติกรรมเกิดขึ้นจากการส่งเสริมและกระบวนการขัดเกลาทางสังคม การอบรมเลี้ยงดูของผู้ปกครอง การเป็นแบบอย่างที่ดีของผู้ปกครอง การอบรมสั่งสอนของโรงเรียน การปฏิบัติตามคำสอนทางพระพุทธศาสนา การเรียนรู้จากกลุ่มเพื่อน และการเรียนรู้จากสื่อมวลชน รวมทั้งงานวิจัยของ กนกวรรณ เกาชัยภูมิ และคณะ (Ngaochaiphum et al., 2018) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวคิดและกลวิธีการนำเสนอในงานวรรณกรรมสำหรับเด็ก เรื่อง ครูทนาย ผลการวิจัยพบว่า วรรณกรรมสะท้อนทัศนะของผู้เขียนเกี่ยวกับข้อที่มนุษย์ควรประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม คุณธรรม และคุณงามความดีในด้านต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้ การแทรกแนวคิดเกี่ยวกับคุณธรรมและจริยธรรมในงานวรรณกรรมสำหรับเด็กปฐมวัยจึงไม่แตกต่างจากการสอดแทรกในวรรณกรรมเยาวชน แต่เป็นจุดเริ่มต้นของการหล่อหลอมข้อปฏิบัติหรือหลักความประพฤติที่ดีงามให้แก่เด็ก อันจะนำไปสู่ประโยชน์ต่อทั้งตนเองและสังคมส่วนรวม และส่งผลให้การดำเนินชีวิตของเด็กมีระเบียบแบบแผน ที่ถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

ประการต่อมา การนำเสนอแนวคิดความเป็นไทยและการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม แม้วานิทานสำหรับเด็กปฐมวัยที่ได้ศึกษาดังกล่าวจะพบจำนวนเพียง 2 เรื่อง แต่อาจกล่าวได้ว่า การนำแนวคิดนี้มีมาสอดแทรกในวรรณกรรมนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการธำรงรักษาและพัฒนาอัตลักษณ์ความเป็นไทยให้เด็กสามารถปรับตัวเข้ากับบริบทสังคมสมัยใหม่ได้ ต้องอาศัยการปลูกฝังและถ่ายทอดอย่างต่อเนื่องผ่านกระบวนการทางสังคม ตั้งแต่ช่วงปฐมวัย ดังที่ ธนสิน ชุตินทรานนท์ (Chutintranont, 2016) กล่าวว่า ความเป็นไทยเป็นลักษณะความเป็นหนึ่งเดียวกันที่ต้องได้รับการปลูกฝังและถ่ายทอดสู่จิตสำนึกจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งมีพลวัตและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามเงื่อนไขทางสังคม ดังนั้น การส่งเสริมความเป็นไทยในฐานะอัตลักษณ์ของชาติจึงควรเน้นการธำรงรักษา รากเหง้าทางวัฒนธรรมไปพร้อมกับการปรับตัวให้สอดคล้องกับยุคสมัยเพื่อนำไปสู่การดำรงไว้ซึ่งผลประโยชน์ของประเทศชาติอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การสอดแทรกแนวคิดการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรมนับเป็นการพัฒนาให้เด็กเรียนรู้และยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างเปิดกว้าง ซึ่งรวมถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ในด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ และความต้องการพิเศษ สอดคล้องกับการศึกษาของ มณฑิรา อึ้งน้อย และคนอื่น ๆ

(Augnoi et al., 2020) กล่าวว่า การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ด้านการพัฒนาจิตรู้เคารพของเด็กปฐมวัยในบริบทพหุวัฒนธรรม จะส่งเสริมให้เด็กเข้าใจในวัฒนธรรมของตนเองและของผู้อื่น รวมถึงมีการปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยการให้เกียรติ และการยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล ด้วยเหตุนี้ การนำเสนอแนวคิดดังกล่าวในนิทานสำหรับเด็กปฐมวัย จึงชี้ให้เห็นว่าจะช่วยพัฒนาเด็กให้มีความเข้าใจในตนเองและผู้อื่นอย่างถ่องแท้ และสามารถปรับตัวเพื่ออยู่ร่วมกับสังคมที่เปลี่ยนแปลงและมีความหลากหลายได้อย่างราบรื่นและมีความสุขในสังคมสืบไป

การนำเสนอแนวคิดในนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยจึงช่วยสร้างมาตรฐานใหม่ในการเลือกใช้นิทานเพื่อพัฒนาเด็กอย่างตรงจุด ช่วยให้ครูและผู้ปกครองเห็นแนวทางที่ชัดเจนในการใช้สื่อเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะองค์รวมและการพัฒนาทักษะทางสังคม นอกจากนี้ ผลการศึกษายังเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางการผลิตนิทานของชาติให้ทันสมัยและมีคุณภาพ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อวางรากฐานการพัฒนาเด็กให้เติบโตเป็นมนุษย์ที่มีคุณภาพในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกหนังสือนิทานที่สอดคล้องกับความสนใจและช่วงวัยของเด็กปฐมวัย โดยเฉพาะสำหรับผู้ปกครอง ครูปฐมวัย และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางภาษา ความคิด และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของเด็กได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษานิทานสำหรับเด็กปฐมวัยที่ได้รับรางวัลจากหน่วยงานอื่นเพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของแนวคิดที่ปรากฏในผลงานจากแต่ละแหล่ง

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ค้นพบคือกรอบทิศทางแนวคิดที่ปรากฏในเนื้อหาของนิทานสำหรับเด็กปฐมวัยที่มุ่งสร้างสุขภาวะองค์รวมและทักษะสมองเป็นรากฐานสำคัญอันดับแรกในการพัฒนาเด็ก ควบคู่กับการนำเสนอคุณค่าคุณธรรมและความเป็นไทยมาบูรณาการเข้ากับบริบทสังคมพหุวัฒนธรรมอย่างกลมกลืน ซึ่งข้อค้นพบเชิงประจักษ์นี้ได้กลายเป็นต้นแบบสำคัญในการสร้างสรรค์วรรณกรรมปฐมวัย เพื่อหล่อหลอมให้เด็กเติบโตเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์อย่างรอบด้าน

บทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์

อังคณา เครือคำ: วางแนวคิด ระเบียบวิธีวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล และเขียน-ทบทวนและแก้ไข

ปาริชาติ โพธิ์: วางแนวคิด ดูแลข้อมูล กำกับดูแล และตรวจสอบความถูกต้อง

เอกสารอ้างอิง

- Adams, T., Bezner, J., & Steinhardt, M. (1997). The conceptualization and measurement of perceived wellness: Integrating balance across and within dimensions. *American Journal of Health Promotion*, 11(3), 208–218. <http://dx.doi.org/10.4278/0890-1171-11.3.208>
- Arphattananon, T. (2018). *Multicultural schools: the educational management policy of the Thai state in a plural society*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]

- Augnoi, M., Tongthawon, R., & U-Panno, P. (2020). Development of early childhood children's respectful mind in multicultural context. *Journal of Education Naresuan University*, 22(3), 177–190. <https://www.tci-thaijo.org/articles/social06-103452> [In Thai]
- Chaichanakipong, M., & Numtong, K. (2023). Conceptual analysis and presentation tactics pingxin's concepts in youth literature. *Ganesha Journal*, 19(2), 95–109. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan/article/view/266530> [In Thai]
- Changjan, P. (2021). *Guidelines for strengthening thai characteristics expected by society for students of higher education institutions* [Doctoral thesis, Srinakharinwirot University]. Srinakharinwirot University Thesis Repository. <https://ir-ithesis.swu.ac.th/handle/123456789/1869> [In Thai]
- Chutintaranond, T. (2016). *Thainess enhancement using drama-based instruction for undergraduate students* [Doctoral dissertation, Chulalongkorn University]. Chulalongkorn University Thesis Repository. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/36803/> [In Thai]
- Inkham, A. (2025). *Values and presentation strategies in the best children's literature awarded from office of the basic education commission* [Unpublished master's thesis]. Phayao University. [In Thai]
- Ngaochaiphum, K., Biadkhuntod, J., Papor, P., Promkuntha, P., & Chompuphra, P. (2018). The study of conception and strategies for presenting in the youth literature of a little garuda. *Panya Journal*, 25(2), 18–27. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/panya-thjo/article/view/193975> [In Thai]
- Niland, A. (2023). Picture books, imagination and play: Pathways to positive reading identities for young children. *Education sciences*, 13(5), 511–510. <https://doi.org/10.3390/educsci13050511>
- Office of the Basic Education Commission, Bureau of Academic Affairs and Educational Standards. (2020). *Results of the outstanding book contest 2020*. <https://academic.obec.go.th/web/news/view/153> [In Thai]
- Office of the Education Council. (2021). *Early childhood development plan 2021–2027*. Office of the Education Council. [In Thai]
- Palakawong Na Ayudhya, M. (2022). *The magic mirror of pop pup*. Plan for Kids. [In Thai]
- Panyachan, P. (2021). *The child's doll*. The Foundation for Promoting Reading Culture. [In Thai]
- Panyachan, P. (2021). *Invite friends to play in the field*. Plan for Kids. [In Thai]
- Panyachan, P. (2022). *The fat cat and the thin cat*. Kidbuak Publishing. [In Thai]
- Panyachan, P. (2023). *The little prince and a new friend in Lanna*. Plan Printing. [In Thai]
- Pattanawech, R. (2020). *Big watermelons*. Children's aid Organization in Collaboration with the Reading Culture Promotion Foundation. [In Thai]
- Peemu. (2023). *Singing for fun and play: Thai children's rhymes and songs*. Plan Printing. [In Thai]
- Poonsinburanakul, S. (2021). *The long memory of a forgetful grandfather*. Plan Printing. [In Thai]
- Rungsaeng, V. (2021). *Themes about children and values in youth literature works by Sumalee Bamroongsuk* [Master thesis, Ubon Ratchathani University]. Ubon Ratchathani University Thesis Repository. https://www.esanpedia.oar.ubu.ac.th/e-research/sites/default/files/Wijittra_Ruanseang.pdf [In Thai]
- Sawangstri, T. (2023). *Thai fruits are so delicious*. Kang Xuan Culture and Education. [In Thai]

- Sodmanee, O., & Junprasert, T. (2011). Moral principles and ethical development: from concept to practical approach. *Journal of Behavioral Science*, 17(1), 19–30. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/BSRI/article/view/359> [In Thai]
- Srirojrit, C. (2020). *The vanished sky*. Hello Kids Printing. [In Thai]
- Tarawet, W., & Sorthip, M. (2024). Presentation strategies for ecological conscience in children's literature: A case study of "Mo Yai Noi" by kitisak srikaewboworn. *Journal of Social Sciences and Culture*, 8(10), 124–136. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSC/article/view/277234> [In Thai]
- Thai Health Promotion Foundation. (2026, January 10). *A guide to developing Executive Functions (EF) skills for early childhood educator*. <https://dol.thaihealth.or.th/File/media/fcaa3c03-e621-4719-bf36-cf5336c727af.pdf> [In Thai]
- Thammasangwan, W., & Kocharoenwat, S. (2020). *Jungle with mom*. Sky Printing. [In Thai]
- Thapporn, T. (2010). *An analytical study on cultivating desirable Thai awareness for Thai youth in the context of Thai society today*. Chulalongkorn University. [In Thai]
- Tubpong. (2022). *Bright sun and cheerful flowers*. Plan Printing. [In Thai]
- United Nations Children's Fund. (2021). *Early childhood development: The foundation for a fair and sustainable future*. UNICEF.
- Wisasa, C. (2023). *Vigilant and alert: E-cigarette awareness story series for pod-free kids*. Goodhead Printing. [In Thai]
- World Health Organization. (1998). *Life in 21st century*. World Health Organization.

วาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อในซีรีส์ไทย เรื่อง สาทู

DISCOURSES AND DISCURSIVE CONSTRUCTION OF THE BELIEF BUSINESS IN THE THAI SERIES SATHU

เสี่ยวฮุย ลู่^{1*} และ วีรวัฒน์ อินทรพร²

Xiaohui Lu^{1*} and Weerawat Intharaporn²

^{1, 2}มหาวิทยาลัยหัวเลี้ยวเฉลิมพระเกียรติ 18/18 ถ.บางนาตราด กม. 18 ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540 ประเทศไทย

^{1, 2}HuachiewChalermprakiet University, 18/18 Bangna-Trad Rd., Km. 18, Bang Chalong Sub-district, Bang Phli District,

Samut Prakan Province, 10540, Thailand

*Corresponding author E-mail: 3280310267@qq.com

(Received: Dec 31, 2025; Revised: Jun 30, 2026; Accepted: Jun 30, 2026)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์วาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมที่เกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อในการสร้างศรัทธาในซีรีส์ไทยเรื่อง สาทู 2) วิเคราะห์วาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมที่เกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อในการตลาดศรัทธาในซีรีส์ไทยเรื่อง สาทู 3) วิเคราะห์วาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมการบริโภคศรัทธาในซีรีส์ไทยเรื่อง สาทู โดยอาศัยกรอบแนวคิดด้านวาทกรรมและแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อ และใช้การวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า วาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจความเชื่อที่ปรากฏในซีรีส์ไทยเรื่อง สาทู มีทั้งหมด 3 ประการ ได้แก่ 1) วาทกรรมการสร้างศรัทธา ซึ่งศาสนสถานมีการใช้พิธีกรรมและการเทศนาคำสอนทางพระพุทธศาสนา รวมทั้งการสร้างเรื่องเล่าและปฎิหาริย์เป็นเครื่องมือในการสร้างศรัทธาให้แก่ศาสนสถานหรือวัตถุมงคล 2) วาทกรรมการตลาดศรัทธา ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การใช้บุคคลสาธารณะในการโฆษณาศาสนสถาน การใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือสำคัญในการโฆษณา และการโจมตีภาพลักษณ์ของศาสนสถานคู่แข่ง โดยใช้กลยุทธ์ดังกล่าวทั้ง 3 ประการ เป็นเครื่องมือในการทำตลาดความเชื่อ และ 3) วาทกรรมการบริโภคความเชื่อ ซึ่งมีการสร้างวาทกรรมว่า การเข้ามาทำบุญที่ศาสนสถานหรือการซื้อวัตถุมงคลเป็นการลงทุนทางจิตวิญญาณ และยังสามารถช่วยให้ชีวิตดำเนินไปอย่างราบรื่น ทั้งนี้ ซีรีส์เรื่องนี้ไม่เพียงเป็นวรรณกรรมที่ให้ความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการสร้างวาทกรรมที่เกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อเพื่อประโยชน์ของกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

คำสำคัญ: วาทกรรม, ธุรกิจความเชื่อ, ซีรีส์ไทยเรื่อง สาทู

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง คณะศิลปศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการสื่อสารภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง คณะศิลปศาสตร์

ABSTRACT

This study examined discourses surrounding belief-based business in the Thai television series Sathu through the lenses of discourse theory and belief-based business concepts. The research employed discourse analysis and textual analysis to explore how belief was constructed, marketed, and consumed within the narrative. The findings identified three dominant discourses. The first was the discourse of faith construction, which relied on Buddhist rituals, sermons, narratives, and miracles to generate religious legitimacy and trust. The second was the discourse of faith marketing, which was manifested through the use of public figures, new media promotion, and the strategic discrediting of competing religious institutions. The third was the discourse of belief consumption, which framed merit-making practices and the purchase of sacred objects as forms of spiritual investment that promised personal success and life stability. Overall, the series functioned not only as entertainment but also as a reflection of discourse production that supported the commercialization of faith for specific interests.

KEYWORDS: Discourse, Belief-based Business, Thai Television Series Sathu

บทนำ

ประเทศไทยเป็นสังคมที่มีความเชื่อหลากหลาย สามารถกล่าวได้ว่าความเชื่อได้ฝังรากลึกอยู่ในวิถีชีวิตของชาวไทยมาอย่างยาวนาน อีกทั้งยังส่งอิทธิพลต่อสังคมและวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญ จึงส่งผลให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ เรียกรวมกันว่า ธุรกิจความเชื่อ ซึ่งหมายถึง ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ โดยมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการด้านจิตใจและการดำเนินชีวิตของผู้มีความเชื่อในบริบทสังคมไทยร่วมสมัย ธุรกิจความเชื่อมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับความเชื่อและวัฒนธรรมไทย (National Culture Act B.E. 2553, 2010) สอดคล้องกับข้อเสนอของ รุจิกาญจน์ สานนท์ และคณะ (Rujikarn et al., 2017) ที่ระบุว่าในช่วงที่ผ่านมา ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และสามารถจำแนกออกเป็นหลายประเภท อาทิ ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) ธุรกิจบริการหลังความตาย (After-life Service) ธุรกิจโหราศาสตร์ (Astrology Business) ตลอดจนธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ในกระบวนการสร้างของธุรกิจความเชื่อ วัดและศาสนสถานถือเป็นพื้นที่สำคัญในการสร้างและการพัฒนา รวมถึงมีส่วนช่วยในการเติบโตของธุรกิจความเชื่อ เนื่องจากสังคมไทยมีความผูกพันกับวัดอย่างลึกซึ้ง ตั้งแต่ช่วงชีวิตแรกจนถึงวาระสุดท้าย ในชีวิตประจำวัน ชาวไทยมักเข้าวัดเพื่อขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือบรรเทาความเครียด และแสวงหาความสงบทางจิตใจ ดังนั้นวัดจึงมิได้ทำหน้าที่เพียงเป็นพื้นที่ทางศาสนาเท่านั้น หากยังเป็นพื้นที่ทางสังคมที่ช่วยเสริมสร้างพลังใจและความมั่นคงทางจิตใจให้แก่ผู้ศรัทธา ในขณะเดียวกัน การเข้าศาสนสถานเพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนา เช่น การทำบุญและการกราบไหว้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ยังสามารถมองได้ว่าเป็นพฤติกรรมที่เชื่อมโยงกับธุรกิจความเชื่อในหลายมิติ เนื่องจากผู้ศรัทธามักมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดเตรียม เครื่องเซ่นไหว้ หรือการบริจาคทรัพย์สินและเงินทองแก่ศาสนสถาน ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องและมีส่วนสนับสนุนระบบเศรษฐกิจในระดับกว้าง นอกจากนี้ธนภัทร บัวพันธ์ และปฐมา ภู่อ้อย (Buaphanat & Punoi, 2025) ยังได้กล่าวว่า วัดเป็นศูนย์กลางของศาสนา วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนไทยมาอย่างยาวนาน นอกจากการเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาแล้ว วัดยังทำหน้าที่เป็นแหล่งเรียนรู้ แหล่งอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และเป็นพื้นที่ทางสังคมที่เชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกัน ในยุคปัจจุบัน วัดหลายแห่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งผลให้การท่องเที่ยวในวัดกลายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า ในโลกวรรณกรรมก็เช่นกัน ซีรีส์เรื่องนี้ได้ประกอบสร้างศาสนสถานให้เป็นเพียงพื้นที่ให้บริการด้านการกราบไหว้บูชาเท่านั้น หากแต่ยังเป็นพื้นที่ที่มีการจัดกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ศรัทธา อาทิ การจำหน่ายเครื่องสักการะบูชา การรับบริจาคทรัพย์สินหรือเงินทอง การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมพิธีกรรม และการจัดตลาดในวัด ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ล้วนสะท้อนบทบาทของวัดและศาสนสถานในฐานะแหล่งรายได้และองค์ประกอบหนึ่งของธุรกิจความเชื่อในสังคมไทย อีกทั้งยังส่งเสริมให้ความสัมพันธ์ระหว่างศาสนสถานและผู้ศรัทธามีความใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น ศาสนสถานจึงถูกประกอบสร้างให้กลายเป็นพื้นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจของผู้ศรัทธา แต่ในปัจจุบัน หลายประเทศมีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นปัญหาของศาสนสถานและผู้ที่เกี่ยวข้องกับศาสนสถาน รวมถึงประเทศไทยด้วย เช่น ปัญหาการทุจริต ปัญหาด้านจริยธรรมของพระสงฆ์ และการบริหารจัดการที่ขาดความโปร่งใส เป็นต้น อาทิ ในสังคมไทยเคยมีข่าวสารที่ได้รับความสนใจอย่างมาก ได้แก่ กรณีเจ้าอาวาสวัดไร่ขิงยักยอกเงินวัดหลายร้อยล้านบาท นอกจากนี้ ยังมีกรณีพระสงฆ์บางรูปนำเงินบริจาคไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัว เช่น ซื้อที่ดิน ซื้อรถยนต์ราคาแพง ซื้อกระเป๋าแบรนด์เนม รวมไปถึงเดินทางด้วยเครื่องบินส่วนตัว (Thai PBS, 2025) นอกจากนี้ปัญหาดังกล่าวแล้ว ในปัจจุบัน ประเทศไทยยังมีการวิพากษ์วิจารณ์ว่า วัดบางแห่งได้เปลี่ยนแปลงบทบาทของวัดจากสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ไปสู่สถานที่เชิงพาณิชย์ ตัวอย่างเช่น วัดหัวลำโพง ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นวัดที่ประชาชนนิยมไปทำบุญผ่านช่องทางต่าง ๆ (Thai PBS, 2025) จึงสามารถกล่าวได้ว่า ศาสนสถานมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงธุรกิจมากขึ้น และทำให้เกิดกระแสความคิดเห็นหนึ่งที่ว่า ผู้ประกอบพิธีกรรมและพระสงฆ์ใช้พื้นที่ทางศาสนาเป็นแหล่งสร้างรายได้ ส่งผลให้ลักษณะของศาสนสถานมีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย วัดจึงถูกเปรียบเป็นตลาด ผู้ที่เข้ามาเช่นไหว้บูชากลายเป็นผู้บริโภค และพระสงฆ์ถูกมองว่าเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่นำศาสนาหรือความเชื่อมาใช้เพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตน นอกจากนี้ ธนภัทร บัวพนัส และปฐมา ภู่น้อย (Buaphanat & Punoi, 2025) ยังกล่าวว่า การนำสัญลักษณ์ทางศาสนามาใช้ในเชิงพาณิชย์อาจส่งผลกระทบต่อความศักดิ์สิทธิ์และคุณค่าทางจิตวิญญาณของวัด อีกทั้งยังมีความกังวลว่าการพาณิชย์ศาสนาอาจนำไปสู่การบิดเบือนหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา ดังนั้น ความขัดแย้งระหว่างความศรัทธาแท้กับความศรัทธาเชิงธุรกิจ รวมถึงการถกเถียงระหว่างการสร้างวัดเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนากับการสร้างรายได้ให้แก่กรรมการวัด จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

ซีรีส์เป็นประเภทหนึ่งของวรรณกรรมที่มีบทบาทในการสะท้อนความเชื่อ วัฒนธรรม และคติความคิดในสังคม ในปัจจุบัน ผู้วิจัยพบว่าซีรีส์จำนวนมากได้นำเสนอประเด็นเกี่ยวกับความเชื่อ ศาสนสถาน และธุรกิจความเชื่อ ซึ่งได้รับความนิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีเรื่องหนึ่งที่ได้รับนิยมนิยมอย่างมากและได้เกิดกระแสการถกเถียงเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อในสังคมไทยอย่างกว้างขวาง จนขึ้นอันดับหนึ่งชาร์ตเน็ตฟริกประเทศไทย (NetflixTH, 2024) ซีรีส์เรื่องนี้คือ สาธุ (Wongwan, 2024) เป็นซีซั่นแรกของ ซีรีส์เรื่อง สาธุ (Wongwan, 2024) มีจำนวนทั้งหมด 9 ตอน เรื่องเริ่มจากตัวละครเอกสามคน ได้แก่ วิน เกม และเดียร์ ทั้งสามประกอบธุรกิจเกมร่วมกัน แต่ประสบความล้มเหลวและเป็นหนี้จำนวนมาก แม้ว่าตัวละครทั้งสามต้องเผชิญกับปัญหาชีวิตด้านการเงิน แต่พวกเขาก็ยังไม่ท้อแท้ หลังพบว่าชาวไทยมีความเชื่อเกี่ยวกับการทำบุญและการเซ่นไหว้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นอย่างมาก พวกเขาจึงตั้งใจเดินทางไปสายธุรกิจความเชื่อ ตั้งแต่ การบำรุงซ่อมวัด การเชิญพระสงฆ์มาเทศนาและจัดพิธีกรรมเพื่อดึงดูดผู้ศรัทธา การสร้างชื่อเสียงให้วัดโดยผ่านวิธีต่าง ๆ อีกทั้งยังได้แต่งเรื่องเล่าที่ลึกลับให้แก่ศาสนสถาน ซึ่งดังกล่าวล้วนนำมาซึ่งเป้าหมายเดียว ก็คือการหาประโยชน์ทางการเงินจากศาสนสถานและผู้ศรัทธา สามารถกล่าวได้ว่าเป็นการใช้ความเชื่อและความศรัทธาของชาวไทยเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ทางการเงิน ตัวละครทั้งสามคนก็ได้เดินทางไปเส้นทางสุดท้าย วัดมีชื่อเสียงมากขึ้น วัดถูกมองที่ทางศาสนสถานออกแบบให้ ก็มียอดขายและได้รับนิยมนิยมอย่างมาก ซึ่งทำให้ตัวละครได้ปลดหนี้ไปอย่างมาก ละครเรื่องนี้สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการเกิดธุรกิจความเชื่ออย่างครบวงจร และนำเสนอแนวคิดการสร้างวัดเป็นแบรนด์ ทำให้ศาสนสถานเปลี่ยนจากสถานที่ที่มีคนรู้จักน้อย เป็นวัดที่มีชื่อเสียงและมีผู้เซ่นไหว้

ทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นจำนวนมาก จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจและสะท้อนมิติทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของไทยอย่างชัดเจน

ในวงวิชาการ มีงานวิจัยหลายเรื่องได้ศึกษาว่าทศวรรษความเชื่อ ธุรกิจความเชื่อ รวมทั้งซีรีส์เรื่อง สาธุ อย่างหลายนุ่มมอง อาทิ งานวิจัยที่เกี่ยวกับว่าทศวรรษทางความเชื่อศาสนา โดยสามารถแบ่งออกเป็นงานวิจัยวิเคราะห์เกี่ยวกับบุญ หรือบาป รวมถึงวัดถุมงคล ในส่วนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับบุญ อาทิ งานวิจัยของ สุนทรี โชติดีลิก (Chotidilok, 2017) ได้ศึกษาเรื่อง บุญ: ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในว่าทศวรรษที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ซึ่งเป็นงานวิจัยที่นำเสนอประเด็นที่เกี่ยวกับว่าทศวรรษบุญ ผลการศึกษาพบว่า ว่าทศวรรษบุญถูกสร้างขึ้นผ่านภาษา ซึ่งมีการเชื่อมโยงระหว่างการทำบุญกับผลตอบแทนและความสำเร็จชีวิตของผู้ศรัทธา นอกจากนี้มีนักวิชาการอีกท่านได้ศึกษาเกี่ยวกับว่าทศวรรษความเชื่อเช่นกัน ได้แก่ อำนาจ ปักสาสุข (Paksasuk, 2019) ได้ศึกษาเรื่อง ว่าทศวรรษเกี่ยวกับ “บุญ” ในสื่อสาธารณะ ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับ “บาป” เช่น สุนทรี โชติดีลิก (Chotidilok, 2025) ได้ศึกษาเรื่อง บาป: ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในว่าทศวรรษหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับว่าทศวรรษและวัดพระธรรมกาย นอกจากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับว่าทศวรรษความเชื่อทางศาสนาแล้ว ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับว่าทศวรรษวัดถุมงคล เช่น สุนทรี โชติดีลิก และประเสริฐ รุณรา (Chotidilok & Rungra, 2017) ได้ศึกษาเรื่อง ตักตลักเทพ : การผลิตซ้ำว่าทศวรรษ “ไม่เชื่ออย่าลบหลู่” และบทบาทของวัดถุมงคลสมัยใหม่ในสังคมไทย ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า งานวิจัยที่ศึกษาว่าทศวรรษความเชื่อในสังคมไทยมีความหลากหลายประเด็น และได้ศึกษาจากข้อมูลที่แตกต่าง นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อหลายประเด็น อาทิ ประเด็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจศาสตร์มูเตลู การเติบโตธุรกิจความเชื่อในยุคดิจิทัล กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในธุรกิจความเชื่อ เป็นต้น ซึ่งสามารถเห็นได้ว่ามีงานวิจัยศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อจากข้อมูลที่หลากหลาย ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับซีรีส์เรื่องสาธยายังมีจำกัด เช่น เชน นคร และคนอื่น ๆ (Nakhon et al., 2026) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพแทนบทบาทพระสงฆ์ในวรรณกรรมพุทธศาสนาไทยร่วมสมัย: การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระหว่างเรื่อง “หลวงตา” และซีรีส์ สาธยายานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาภาพแทนและบทบาทของพระสงฆ์และยังได้นำลักษณะของภาพแทนวรรณกรรมทั้งสองเรื่องมาเปรียบเทียบกัน จากการศึกษางานวิจัยดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงส่วนขาดของการศึกษาว่าทศวรรษความเชื่อในซีรีส์เรื่องสาธยาย ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุประเด็นใหม่ของการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยในฐานะชาวต่างชาติที่มีความสนใจในวัฒนธรรมและความเชื่อของสังคมไทย จึงได้ตั้งคำถามว่า ซีรีส์เรื่อง สาธยายาน (Wongwan, 2024) มีการปรากฏว่าทศวรรษและประกอบสร้างว่าทศวรรษธุรกิจความเชื่อใด ผู้วิจัยหวังว่าผลการศึกษาจะมีประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจด้านว่าทศวรรษธุรกิจความเชื่อ ตลอดจนวัฒนธรรมและความเชื่อของสังคมไทย อีกทั้งยังช่วยแสดงให้เห็นถึงกลไกการตลาดและการบริหารจัดการศาสนสถานอีกด้วย ทำให้ผู้อ่านสามารถตระหนักถึงความเชื่อสามารถถูกประกอบสร้างขึ้น จึงไม่หลงใหลและมกมายในความเชื่อของตนเอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์ว่าทศวรรษและการประกอบสร้างว่าทศวรรษการสร้างศรัทธาในซีรีส์ไทยเรื่อง สาธยายาน
2. เพื่อวิเคราะห์ว่าทศวรรษและการประกอบสร้างว่าทศวรรษการตลาดศรัทธาในซีรีส์ไทยเรื่อง สาธยายาน
3. เพื่อวิเคราะห์ว่าทศวรรษและการประกอบสร้างว่าทศวรรษการบริโภคศรัทธาในซีรีส์ไทยเรื่อง สาธยายาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

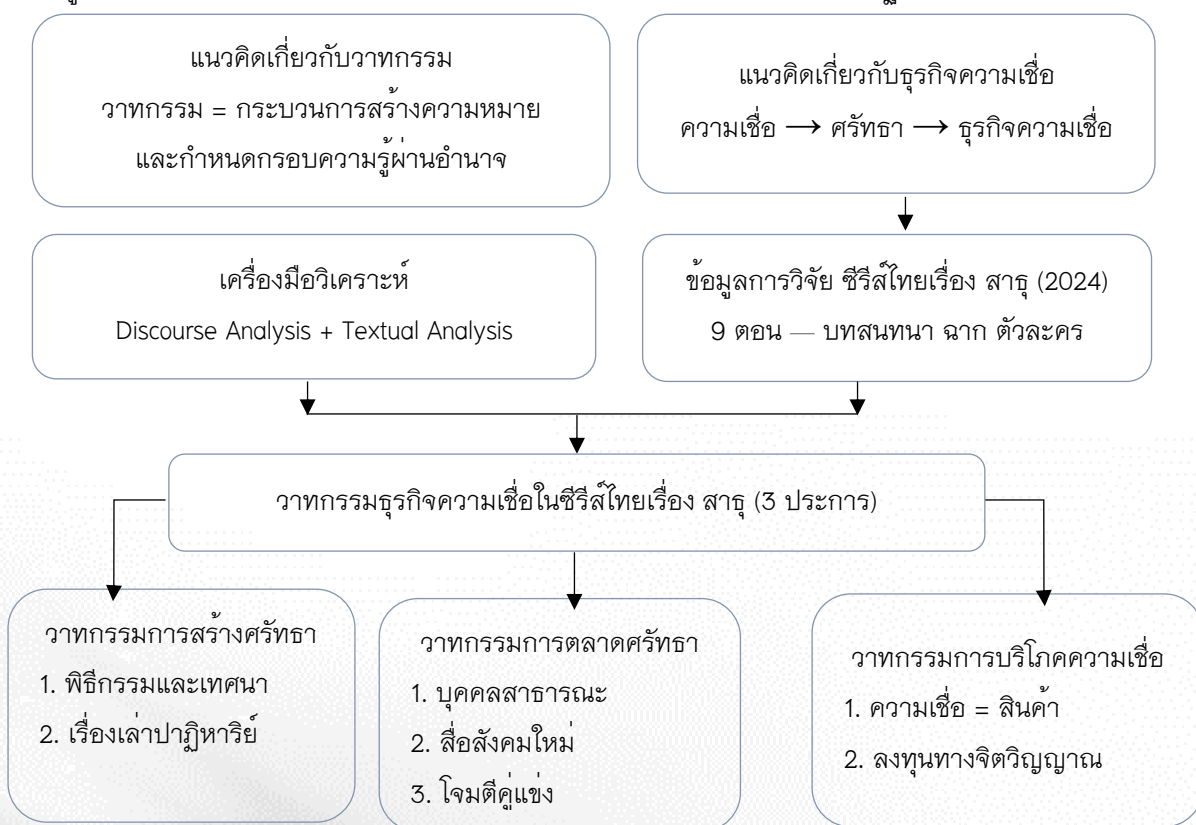
ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยมีการใช้กรอบแนวคิดทั้งหมด 2 ประการ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรมและแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อ

1. แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแนวคิดวาทกรรมในกรอบทฤษฎีของ Foucault (1972) มาใช้เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ตัวบทชีรีส์เรื่อง สาธุ โดยมองว่าวาทกรรมเป็นกระบวนการสร้างความหมายและเอกลักษณ์ให้กับสิ่งต่าง ๆ ผู้วิจัยมุ่งวิเคราะห์ว่าตัวบทดังกล่าวสร้างความหมายและเอกลักษณ์ให้กับธุรกิจความเชื่ออย่างไร ผ่านบทสนทนา การเล่าเรื่อง เหตุการณ์ และบริบทของเรื่อง นอกจากนี้ ยังวิเคราะห์บทบาทของอำนาจและสถาบันที่มีส่วนกำหนดกรอบความรู้และความเชื่ออีกด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดธุรกิจความเชื่อของ วัฒน ชัยวงศ์ และคนอื่น ๆ (Chaiwong et al., 2022) ซึ่งระบุว่า ความเชื่อมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อสังคมไทย โดยนำไปสู่การปลูกฝังทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยม จนก่อให้เกิดความศรัทธา และนำไปสู่การแสวงหาผลประโยชน์ของวัดผ่านการสร้างเรื่องเล่าและกระแส จนเกิดกิจกรรมพุทธพาณิชย์ และส่งผลให้มีการสะสมทุนด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ตัวบทชีรีส์เรื่อง สาธุ โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาว่า ความเชื่อเป็นทรัพยากรที่สามารถสร้างมูลค่าให้แก่ศาสนสถานได้อย่างไร และมีความเชื่อมโยงกับกระบวนการทางเศรษฐกิจในลักษณะใด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: สังเคราะห์จาก Foucault 1972; Chaiwong et al., 2022

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์วาทกรรมและการตีความความหมายจากตัวบท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมการสร้าง การตลาด และการบริโภคศรัทธาในซีรีส์ไทยเรื่อง สารู (Wongwan, 2024)

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรม ธุรกิจความเชื่อ ศาสนา และความศรัทธาในสังคมไทย

2. ตัวบทจากซีรีส์ไทยเรื่อง สารู (Wongwan, 2024) ได้แก่ เนื้อเรื่อง บทสนทนา ฉาก ตัวละคร และการดำเนินเรื่องที่สะท้อนรูปแบบและกระบวนการสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อในบริบทสังคมไทยร่วมสมัย

เครื่องมือการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) เพื่อศึกษาการสร้างความหมาย การนำเสนอแนวคิด และการผลิตซ้ำของวาทกรรมความเชื่อในซีรีส์ที่ศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยรับชมซีรีส์เรื่อง สารู จำนวน 9 ตอนอย่างละเอียด จากนั้นถอดความเนื้อหาบทสนทนา และฉากที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการศึกษา แล้วคัดเลือกข้อมูลที่เกี่ยวข้องคล้อยกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อนำไปจัดหมวดหมู่ตามประเด็นศึกษาที่กำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) กับ การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยพิจารณาเนื้อเรื่อง บทสนทนา ฉาก ตัวละคร และกลวิธีการนำเสนอที่สะท้อนการประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อ จากนั้นจึงวิเคราะห์และตีความข้อมูลตามกรอบแนวคิดวาทกรรมและแนวคิดธุรกิจความเชื่อเพื่ออธิบายรูปแบบและกระบวนการประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับการสร้างศรัทธา การตลาดศรัทธา และการบริโภคศรัทธาในซีรีส์ไทยเรื่อง สารู (Wongwan, 2024)

สำหรับการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบโดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความเหมาะสมของการจัดหมวดหมู่ข้อมูล การตีความ และความสอดคล้องระหว่างข้อมูลกับกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง และเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

สังคมของประเทศไทยเต็มไปด้วยความเชื่อและความศรัทธาในเรื่องลึกลับ สำหรับผู้ศรัทธาแล้ว ความเชื่อมีบทบาทสำคัญในการเยียวยาจิตใจ อีกทั้งยังมีส่วนช่วยให้คนไทยมีกำลังใจในการเผชิญหน้ากับปัญหาชีวิตได้มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อความเชื่อกลายเป็นที่พึ่งพาของชาวไทยจึงทำให้เกิดอุตสาหกรรมเกี่ยวกับความเชื่อต่าง ๆ เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นในวรรณกรรมไทยจึงได้มีการนำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องและเผยแพร่ออกไปอย่างกว้างขวางในซีรีส์ไทยเรื่อง สารู ได้มีการนำเสนอวาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อไว้ 3 ประการ ได้แก่ 1) วาทกรรมการสร้างศรัทธา 2) วาทกรรมการตลาดศรัทธา 3) วาทกรรมการบริโภคศรัทธา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. วาทกรรมการสร้างศรัทธา

แม้คำว่า อธิษฐานความเชื่อ จะมีคำว่าอธิษฐานเป็นคำแรก แต่หากปราศจากความเชื่อ อธิษฐานลักษณะนี้ก็ย่อมไม่อาจเกิดขึ้นได้ เนื่องจากอธิษฐานนี้ต้องพึ่งพาความเชื่อและความศรัทธาจึงจะสามารถพัฒนาและเติบโตได้

ในซีรีส์เรื่องสาธุ ได้มีการแสดงถึงวาทกรรมว่าด้วยการสร้างศรัทธา โดยผ่าน 2 วิธี ได้แก่ การจัดพิธีกรรมและการเทศนาเพื่อเชิญชวนให้ผู้ศรัทธาได้สร้างความสัมพันธ์กับวัดมากยิ่งขึ้น สร้างแรงกระตุ้นให้ผู้ศรัทธาเต็มใจที่จะบริจาคเงินและทำบุญกับทางวัดและการสร้างเรื่องเล่าเกี่ยวกับปาฏิหาริย์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ศรัทธาให้เข้ามาทำบุญที่วัดและเพิ่มยอดจำหน่ายวัตถุมงคล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 วาทกรรมการจัดพิธีกรรมเทศนา

ในศาสนสถาน มักมีการประกอบพิธีกรรมและเทศนาในวาระสำคัญต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานประจำปี เทศกาลทางศาสนา หรือวาระสำคัญอื่น ๆ ทั้งนี้ล้วนมีวัตถุประสงค์คือเพื่อจูงใจผู้ศรัทธาให้มาร่วมพิธีกรรมและสร้างความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับศาสนสถานเสริมสร้างบรรยากาศแห่งความศรัทธาและเปิดโอกาสให้มีการทำบุญร่วมกันกับเหล่าผู้ที่มีความเชื่อเดียวกัน

ในซีรีส์เรื่อง สาธุ มีการบรรยายเหตุการณ์ที่วัดภูมามารามได้จัดพิธีกรรมเช่นไหว้บูชาในช่วงเทศกาลพิเศษ โดยยกตัวอย่างในช่วงเทศกาลเข้าพรรษา ซึ่งเป็นเทศกาลที่สำคัญของประเทศไทย วัดภูมามารามได้จัดกิจกรรมทำบุญและประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้มีศรัทธาให้มาร่วมด้วยกัน ซึ่งไม่เพียงแต่สะท้อนบทบาทของศาสนสถานในการดำรงรักษาประเพณีและพิธีกรรมดั้งเดิมเท่านั้น แต่ยังชี้ให้เห็นกระบวนการสร้างวาทกรรมด้านศรัทธาและความเชื่อมั่นของผู้คนต่อวัด ดังนี้

ขอเชิญร่วมกับกิจกรรมประจำปีครั้งใหญ่ พร้อมกับร่วมหล่อเทียนพรรษา ณ วัดภูมามาราม พร้อมพบกับศิลปินชื่อดังอีกมากมายครบถ้วน วันนี้เป็นวันดี เป็นวันแรกของงานประจำปีครั้งที่ 1 ของวัดภูมามารามแห่งนี้ ทางวัดจัดหนักจัดเต็ม(เป็น) 5 วัน 5 คืน นอกนั้นยังไม่พอ เราจะมีแห่เทียนพรรษาอีก 1 วัน ด้วย เรียกว่ามาครั้งนี้นะ อิ่มบุญ อิ่มทอง และที่สำคัญ อิ่มอกอิ่มใจ พ่อแม่พี่น้อง

(Wongwan, 2024, Episode 2)

จากตัวอย่างพบว่า ซีรีส์เรื่อง สาธุ มีการนำเสนอวาทกรรมการสร้างศรัทธาโดยผ่านการจัดพิธีกรรมและเทศนา โดยมีการนำเสนอว่า เทศกาลเข้าพรรษาไม่เพียงเป็นเทศกาลสำคัญทางพระพุทธศาสนา แต่ยังเป็นพื้นที่ในการสร้างความศรัทธา วัดภูมามารามจึงมีการจัดพิธีกรรมเช่นไหว้และกิจกรรมทำบุญต่าง ๆ ใช้กิจกรรมทางศาสนาเป็นกลวิธีในการดึงดูดผู้ศรัทธาเข้าร่วมและเชื่อมโยงกับศาสนสถานมากขึ้น อีกทั้งยังใช้ภาษาที่มีคำขยายซึ่งแสดงถึงความยิ่งใหญ่และวาระพิเศษ เช่น “ครั้งใหญ่” “มากมาย” เป็นคำที่สร้างแรงจูงใจให้ผู้ศรัทธา รวมถึงมีการใช้คำว่า “ครั้งที่ 1” “วันแรก”, หรือ “5 วัน 5 คืน” เป็นการเน้นย้ำสร้างความแตกต่างสำหรับการจัดงานประจำปีของวัดให้ผู้ศรัทธาเห็นถึงโอกาสการเข้าร่วมงานเทศกาลประจำปีครั้งประวัติศาสตร์เร่งเร้าให้รู้สึกว่าการพลาดงานประจำปีคราวนี้ ต้องรู้สึกเสียดายเป็นอย่างมากอีกทั้ง ซีรีส์เรื่องนี้ยังสร้างวาทกรรมว่าการนำดอกไม้ ธูปเทียนบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือการบริจาคเงินทองให้แก่วัดจะทำให้ผู้ศรัทธาเกิดความสุขและความสงบทางจิตใจ ได้บุญติดตัวกลับบ้านด้วยกลวิธีภาษาด้านการใช้ถ้อยคำเชิงอารมณ์ เช่น อิ่มบุญอิ่มใจ เป็นการกระตุ้นความสนใจของผู้ศรัทธาเนื่องจากการทำบุญไม่ได้เป็นเพียงนิยามของการปฏิบัติตามความเชื่อ หากแต่ยังมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้ศรัทธาอีกด้วยซึ่งทำให้ความเชื่อและศรัทธาแปรเปลี่ยนเป็นสินค้าที่สามารถบริโภคได้ นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่าในมิติอำนาจศาสนสถานมีบทบาทในการนิยามคุณค่าของการทำบุญและยังได้แสดงให้เห็นถึงวาทกรรมเกี่ยวกับบุญ

โดยเสนอว่าการถวายทรัพย์สินหรือการเข้าร่วมพิธีกรรมคือการสะสมบุญกุศลและความสงบสุข ซึ่งเป็นการตอกย้ำความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างวัดกับญาติโยม โดยที่ศาสนสถานมีสถานะอยู่เหนือกว่าญาติโยม

นอกจากนี้ ในซีรีส์เรื่องสาธุยังได้กล่าวถึงตัวละครเอกเกมกับวินที่มีการนิมนต์พระสงฆ์ของวัดป่าไปเทศนาที่วัดภุมมมารามเพื่อดึงดูดผู้ศรัทธาให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งตัวละครเกมกับวินใช้เทคนิคการพูดเชิญชวนดังต่อไปนี้

เกม: คือว่าผมอยากให้คุณลุงและป้าในวัดภุมมมารามเขาได้ฟังหลวงพี่เทศน์บ้าง...

วิน: ผมได้คุยกับท่านเจ้าอาวาสแล้ว ท่านไม่ได้ติดอะไร ส่วนตัวผมเอง ผมก็คิดว่าจะเป็นพระป่าหรือพระเมืองก็อยู่ได้พระพุทธเจ้าเหมือนกัน ไม่มีความจำเป็นที่ต้องแบ่งแยกเป็นเขาเป็นเรา มีชาวบ้านอีกเยอะที่เขาอยากฟังคำสอน แต่ว่าเขาไม่มีโอกาสเข้ามาได้ฟัง เพราะเขาไม่ใช่คนแถวนี้ แต่วันนี้ที่ได้ฟังหลวงพี่เทศน์แล้วเนี่ย พวกเขาก็คิดว่าการสร้างศาลาปฏิบัติของเรานั้นจะช่วยอุดช่องว่างตรงนี้ได้ครับ ผมอยากให้คำสอนของสมเด็จพระพุทธเจ้าเผยแพร่ออกไปได้ไกลมากกว่านี้

(Wongwan, 2024, Episode 2)

จากตัวอย่างนี้พบว่า ในซีรีส์มีการปรากฏของวาทกรรมและกระบวนการประกอบการสร้างวาทกรรมความศรัทธา โดยความศรัทธาประกอบด้วยคำสอนทางพระพุทธศาสนาและเทศนาของพระสงฆ์ ซึ่งส่งผลให้ศาสนิกชนสามารถเข้าถึงและรับรู้คุณค่าทางจิตวิญญาณของพระพุทธศาสนาได้อย่างลึกซึ้ง ตัวละครยังมีการใช้ถ้อยคำสื่อถึงการรวมกลุ่ม อาทิ ประโยคที่ว่า“ไม่มีความจำเป็นที่ต้องแบ่งแยกเป็นเขาเป็นเรา” และ“เป็นพระป่าหรือพระเมืองก็อยู่ได้พระพุทธเจ้าเหมือนกัน” เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียว ลดความแตกต่าง รวมถึงการแบ่งแยกระหว่างพระเมืองและพระป่า โดยการนำเสนอศาลาปฏิบัติเพื่อให้พระป่าสามารถเทศนาธรรมในวัดภุมมมารามได้ ซีรีส์ได้แสดงให้เห็นอีกว่าชาวบ้านในบางพื้นที่ยังขาดโอกาสในการรับฟังเทศนาและการเข้าถึงคำสอนของพระพุทธเจ้าดังนั้นจึงกลายเป็นปัญหาสำคัญในการเสริมสร้างความเชื่อและความศรัทธาส่งผลกระทบต่อการพัฒนาของศาสนสถานและธุรกิจด้านความเชื่อ ดังนั้น ศาสนสถานจึงจำเป็นต้องเชิญชวนพระผู้มีความสามารถในการเทศน์และการถ่ายทอดคำสอนเพื่อเผยแพร่วรรณกรรมทางพระพุทธศาสนาให้แพร่หลาย พร้อมทั้งเสริมสร้างความผูกพันระหว่างผู้ศรัทธากับศาสนสถานให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นการนิมนต์พระสงฆ์มาเทศนาธรรมถือว่าเป็นการลงทุนธุรกิจด้านความศรัทธาอย่างหนึ่ง

1.2 วาทกรรมว่าด้วยปาฏิหาริย์

ไม่ว่าจะเป็นในโลกแห่งความเป็นจริงหรือในโลกของซีรีส์เรื่อง สาธุ ศาสนสถานและวัดถึงมณคลที่ได้รับคามนิยมจากผู้ศรัทธามักเชื่อมโยงกับเรื่องเล่าตำนานอันลึกลับและปาฏิหาริย์ต่าง ๆ ในโลกแห่งความเป็นจริง อาทิ วัดพระธาตุตอดคำ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่อดันใจมีความเชื่อว่าหากไปขอพรจะประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงมีผู้ศรัทธาเดินทางกราบไหว้เป็นจำนวนมาก (MGR Online, 2025) ส่วนมีข่าวเกี่ยวกับการบูชาวัดถึงมณคลและการรอดชีวิตจากอุบัติเหตุมีข่าวหลายเรื่องเช่นกัน ในที่นี้ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างของปี พ.ศ. 2569 เมื่อวันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2569 มีอุบัติเหตุรถชนอย่างรุนแรงจนรถมีสภาพเสียหาย แต่ผู้ประสบเหตุสามารถรอดชีวิตมาได้อย่างปลอดภัย โดยพบว่ามีการแขวนพระเครื่องหลายองค์ภายในรถ เช่น หลวงปู่ทวด รุ่นเสมา หลวงปู่ทิม ปี 04 และหลวงพ่อดันใจ ลายธงชาติ ซึ่งเป็นพระเกจิผู้มีชื่อเสียงในการดำนแคล้วคลาดปลอดภัย (Naewna Online, 2026) จากการณดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการนำเสนอข่าวเรื่องเล่าหรือเหตุการณ์ปาฏิหาริย์มีเป็นจำนวนมาก แม้ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าปาฏิหาริย์หรือเรื่องเล่าเหล่านั้นเกิดจากพลังเหนือธรรมชาติก็ตาม แต่ความเชื่อดังกล่าวยังคงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้คนและไม่เคยเลือนหายไป ตำนานหรือปาฏิหาริย์ได้กลายเป็นพลังแรงจูงใจผลักดันให้ผู้คนก้าวเข้าสู่วัดและศาลเจ้า กราบไหว้ขอพรและบูชาวัดถึงมณคลต่าง ๆ เพื่อการหลุดพ้นจากความทุกข์ทางจิตใจและดำเนินชีวิตได้อย่างราบรื่นในโลกของซีรีส์เรื่อง สาธุ ก็เช่นกัน ซีรีส์เรื่องนี้ได้นำเสนอวาทกรรมและกระบวนการ

ประกอบสร้างวาทกรรมความศรัทธาผ่านการสร้างเรื่องเล่าปาฏิหาริย์ กล่าวคือ ผู้ประกอบกิจกรรมวางแผนจะสร้างเรื่องเล่าหรือปาฏิหาริย์เกี่ยวกับวัด เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ศรัทธา มารับไหว้บูชาทำบุญกับทางศาสนสถาน และสร้างรายได้ให้แก่วัด จึงมีการมอบวัตถุมงคลที่จำหน่ายโดยศาสนสถานให้แก่ผู้ประสบเหตุภายหลังเกิดเหตุการณ์อุบัติเหตุเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อวัตถุมงคลของผู้คนซึ่งเป็นการสร้างวาทกรรมศรัทธาและเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจความเชื่อ จากการรวบรวมข้อมูลทั้งโลกความจริงกับโลกวรรณกรรมจึงสามารถกล่าวได้ว่าทั้งสองโลกมีความสอดคล้องกันในการประกอบสร้างวาทกรรมความเชื่อเกี่ยวกับศรัทธา

ซีรีส์เรื่องสาธุจึงได้กล่าวถึงวัดที่มีชื่อเสียงซึ่งมักจะมีตำนานเก่าแก่ ชักจูงให้ผู้ศรัทธาจำนวนมากเดินทางมาเช่นไหว้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นสาเหตุให้ผู้ประกอบกิจกรรมของวัดภุมมารามวางแผนสร้างเรื่องเล่าหรือปาฏิหาริย์ที่เกี่ยวข้องกับวัด เพื่อดึงดูดให้ผู้คนเดินทางมาที่วัดเช่นเดียวกันดังตัวอย่างต่อไปนี้

เกม: เท้าที่ภูเหินนะ วัดที่ตั้ง ๆ มันจะต้องมีตำนาน บางวัดเนียพระพุทธรูปลอยน้ำ บางวัดเนียโดนไฟเผาแล้วไม่เป็นไร เอาอย่างนี้ไหมละ ไปทางสี่เลย เราก้เชิญพี่บ๊องมาเนีย เอาที่สุดไปเลย

(Wongwan, 2024, Episode 3)

จากตัวอย่างดังกล่าว ซีรีส์เรื่อง สาธุ ได้แสดงให้เห็นถึงปรากฏการณ์วาทกรรมและกระบวนการสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับการสร้างศรัทธา กล่าวคือ ศาสนสถานมีการวางแผนสร้างเรื่องเล่าและตำนานลึกลับเพื่อปลุกเร้าศรัทธาของผู้คนที่มาต่อศาสนสถาน โดยมองว่าศาสนสถานหรือวัตถุมงคลที่มีชื่อเสียงมักเชื่อมโยงกับเรื่องเล่าลึกลับหรือปาฏิหาริย์ลักษณะพิเศษเป็นฉากหลัง อาทิ ในกรณีที่เกิดปรากฏการณ์ภัยธรรมชาติหรืออุบัติเหตุร้ายแรง กลับไม่ส่งผลกระทบต่อวัดหรือพระพุทธรูป จึงนำไปสู่การตีความว่าศาสนสถานได้รับการคุ้มครองจากพลังเหนือธรรมชาติทำให้ผู้ศรัทธาหลงใหลเข้ามากราบไหว้บูชาและฟังพาลังศักดิ์สิทธิ์ จากเนื้อหาข้างต้นซีรีส์เรื่อง สาธุมีการใช้กลวิธีภาษาเพื่อลดความศักดิ์สิทธิ์และเปิดเผยให้ผู้ชมรับรู้ว่าความศักดิ์สิทธิ์และความศรัทธาสามารถถูกสร้างขึ้นผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ปาฏิหาริย์หรือเรื่องเล่าต่าง ๆ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นกระบวนการที่ศรัทธาถูกแปรเปลี่ยนให้กลายเป็นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ อาทิ การเดินทางมากราบไหว้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในศาสนสถานควบคู่กับการบริจาคเงินทองและสิ่งของให้แก่วัดหรือศาสนสถาน รวมถึงการสั่งซื้อวัตถุมงคล ดังนั้น การสร้างเรื่องเล่าหรือตำนานจึงนับเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงความเชื่อ ความศรัทธา และเครื่องมือในการกระตุ้นธุรกิจเข้าด้วยกันอย่างแนบเนียน

นอกจากนี้ ในซีรีส์เรื่อง สาธุ ยังมีการนำเสนอเหตุการณ์ที่ตัวละครเอกวินเข้าไปโรงพยาบาลเพื่อติดต่อกับผู้ประสบอุบัติเหตุที่รอดชีวิต โดยได้มอบวัตถุมงคลของวัดภุมมารามพร้อมทั้งให้คำตอบแทนแก่ผู้รอดชีวิตเพื่อให้ผู้ประสบเหตุกล่าวถึงบทบาทของวัตถุมงคลเมื่อมีการสัมภาษณ์โดยให้ผู้ประสบเหตุยืนยันว่าการรอดชีวิตและการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วเป็นผลมาจากการบูชาพระเครื่อง ถึงแม้ว่าผู้ประสบเหตุไม่เคยเข้าวัดภุมมารามหรือมีประสบการณ์เข้าพระเครื่องมาก่อน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตำรวจ: ขยายอย่างเดียวนะ ไม่พอ ยังโกหกประชาชนอีก

วิน: พูดเรื่องอะไรอีก

ตำรวจ: วัตถุมงคลไง

วิน: วัตถุมงคลมีทุกวัด คนซื้อคนเช่าเพราะความสบายใจ เต็มใจจ่าย จะหลอกหลวงได้อย่างไรเล่า

(ตำรวจเปิดหนังสือพิมพ์ให้วินพร้อมเปิดเสียงคำให้สัมภาษณ์ของผู้ประสบเหตุ)

ผู้ประสบเหตุ: ตอนที่ผมนอนรักษาตัวอยู่ที่โรงพยาบาล มีชายหญิงสองคนเอาพระเครื่ององค์นี้มาให้ พร้อมเงินสดสองแสนบาท เขาบอกให้ผมบอกนักข่าวว่า การที่รอดชีวิตมาได้ เป็นเพราะพระเครื่ององค์นี้

(Wongwan, 2024, Episode 9)

จากตัวอย่างดังกล่าวได้เปิดเผยวาทกรรมและสะท้อนให้เห็นกระบวนการสร้างศรัทธาในซีรีส์เรื่อง สาธุ กล่าวคือ ตัวละครเอกในฐานะผู้รับผิดชอบด้านการตลาดของวัดภุมมารามและผู้ออกแบบวัตถุมงคล มุ่งที่จะสร้างความศรัทธาต่อวัตถุมงคลเพื่อขยายฐานผู้บริโภคและเพิ่มยอดขายของวัตถุมงคล โดยเลือกใช้เหตุการณ์อุบัติเหตุเป็นกลไกทางการตลาด ให้ผู้ประสบเหตุทำหน้าที่ยืนยันและเผยแพร่เรื่องเล่าการมีชีวิตรอดว่าเป็นผลมาจากการบูชาพระเครื่องของวัดภุมมาราม พร้อมทั้งใช้อิทธิพลของสื่อสังคมในการขยายผลของเรื่องเล่า ตัวอย่างนี้เปิดเผยให้เห็นกระบวนการสร้างวาทกรรมธุรกิจความเชื่อในมิติของการสร้างศรัทธาโดยมีการใช้กลวิธีทางภาษา ได้แก่ การใช้ถ้อยคำเชิงโต้แย้ง อาทิ คำพูดของตำรวจ “โกหกประชาชน” ซึ่งมีส่วนช่วยในการสร้างความขัดแย้งระหว่างตัวละครและชี้นำการตัดสินใจของผู้รับสารและยังมีการใช้กลวิธีภาษาการตั้งคำถามเชิงโต้แย้ง เช่น ตัวละครวินกล่าวว่า “จะหลอกหลวงได้อย่างไรเล่า” ซึ่งเป็นการปฏิเสธข้อกล่าวหาของตำรวจ ทำให้การใช้ความเชื่อและความศรัทธาของผู้คนดูสมเหตุสมผล ศรัทธาถูกทำให้เป็นทรัพยากรที่สามารถจัดการและแปรเปลี่ยนเป็นสินค้าที่สามารถบริโภคได้ ผู้บริโภคยอมซื้อวัตถุมงคลเนื่องจากต้องการความสงบทางจิตใจ

สรุปได้ว่า ซีรีส์เรื่อง สาธุ แสดงให้เห็นถึงวาทกรรมความเชื่อในมิติของการสร้างศรัทธา กล่าวคือ ศาสนสถานได้อาศัยพิธีกรรมและเทศกาลเป็นเครื่องมือในการดึงดูดผู้ศรัทธาให้เข้าสู่ศาสนสถานเพื่อประกอบปฏิบัติการทางความเชื่อมิใช่เพียงการสร้างศรัทธาและเปิดโอกาสให้ผู้ศรัทธาของวัดภุมมารามได้เรียนรู้แนวคิดของพระพุทธศาสนาเท่านั้นแต่ยังนำไปสู่เป้าหมายเชิงเศรษฐกิจ อาทิ การซื้อเครื่องเซ่นไหว้และการบริจาคทรัพย์สินเงินทองแก่วัด รวมถึงศาสนสถานยังเป็นสถานที่ผลิตวัตถุมงคลควบคู่กับการสร้างเรื่องเล่า ส่งผลให้ศรัทธาถูกแปรเปลี่ยนเป็นสินค้าบริโภคและสามารถต่อยอดเป็นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ซีรีส์ยังเปิดมุมมองอีกด้านหนึ่งให้ผู้ชมเห็นเบื้องหลังปาฏิหาริย์และเรื่องเล่าที่ถูกเชื่อมโยงเข้ากับศาสนสถานและวัตถุมงคล สะท้อนให้เห็นความเสี่ยงในภาวะที่ความเชื่อและความศรัทธาอาจถูกกลายเป็นเครื่องมือในการแสวงหาประโยชน์ทางเศรษฐกิจของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

2. วาทกรรมการตลาดศรัทธา

หากกล่าวถึงการประกอบธุรกิจหรือการบริโภค มักต้องพูดพร้อมกันคือการตลาดและการโฆษณา ความเชื่อก็เช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่าความเชื่อเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น แต่ความเชื่อสามารถสร้างสินค้าที่ทั้งจับต้องได้และมีสามารถจับต้องได้ ตัวอย่าง สินค้าที่เป็นรูปธรรม เช่น รูปปั้นของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เครื่องเซ่นไหว้บูชา และวัตถุมงคลต่าง ๆ ส่วนสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น การร่วมกิจกรรมทำบุญกับศาสนสถานผ่านวิธีต่าง ๆ อาทิ การบริจาคเงินหรือสิ่งของให้แก่ศาสนสถาน ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า ความเชื่อและศรัทธาสามารถสร้างธุรกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ เมื่อพิจารณาความเชื่อเป็นสินค้า การตลาดจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็น ประเด็นดังกล่าวมีการนำเสนอในซีรีส์เรื่องสาธุ หลายต่อหลายครั้งโดยตัวละครเอกซึ่งเป็นเยาวชนที่มีความรู้ด้านการตลาดและโฆษณาได้นำวิธีการต่าง ๆ มาปรับใช้เพื่อทำการตลาดให้แก่วัดภุมมาราม ส่งผลให้วัดภุมมารามซึ่งเคยเป็นวัดที่ไม่มีชื่อเสียง กลายเป็นศาสนสถานที่มีศาสนิกชนเดินทางมาเซ่นไหว้บูชาเป็นจำนวนมาก วาทกรรมธุรกิจความเชื่อที่ปรากฏในซีรีส์มีวาทกรรมการใช้บุคคลสาธารณะในการโฆษณาศาสนสถาน การใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการโฆษณาศาสนสถานและการโจมตีภาพลักษณ์ศาสนสถานคู่แข่ง ดังที่จะกล่าวต่อไป

2.1 การใช้บุคคลสาธารณะโฆษณาศาสนสถานและวัตถุมงคล

ในซีรีส์เรื่องสาธุมีการกล่าวถึงการกระทำของตัวละครซึ่งได้นิมนต์พระที่มีชื่อเสียงมาโฆษณาวัด โดยใช้คำว่า “หาแบรนด์แอมบาสเดอร์” เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ที่มาเซ่นไหว้บูชาในวัด (Wongwan, 2024, Episode 4) ดังต่อไปนี้

เคียร์: เหมือนเราหาแบรนด์แอมบาสเดอร์ให้วัด เพื่อสื่อสารกับtargetของวัดโดยตรง

เกม: น่าสนใจนะ นอกจากวัดดังแล้ว ยังมีพระดังด้วย

วิน: ก็เหมือนว่าเราหาพระมาเป็นตัวดึงคนเข้าวัดได้

สอดคล้องกับการณีที่ตัวละคร เดียร์เสนอให้ใช้พระคัลซึ่งมีผู้ติดตามจำนวนมากบนสื่อออนไลน์ เป็นตัวแทนวัดถุมงคลเพื่อเพิ่มยอดขายของวัดถุมงคลและส่งเสริมการบูชาพระพุทธรูป ดังตัวอย่าง

เดียร์: กูว่าเขามีฐานแฟนคลับในโซเชียลมีเดียเยอะพอสมควร มีผลต่อยอดขายของเรา

(Wongwan, 2024, Episode 5)

จากตัวอย่างสะท้อนให้เห็นถึงวาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมการตลาดศรัทธาในซีรีส์เรื่อง สาธุ กล่าวคือ ศาสนสถานมีการใช้บุคคลสาธารณะเป็นตัวแทนของศาสนสถานและวัดถุมงคล โดยอาศัยอิทธิพลของ ผู้มีชื่อเสียงเป็นเครื่องมือในการโฆษณาข่าวสารและสินค้าที่เกี่ยวข้อง ไม่เพียงแต่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของวัดและ เพิ่มยอดการบริโภควัดถุมงคลเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่สร้างความน่าเชื่อถือและความผูกพันระหว่างผู้ศรัทธากับ ศาสนสถาน แสดงถึงบทบาทของบุคคลสาธารณะในการทำตลาด นอกจากนี้ ยังได้สะท้อนให้เห็นถึงกลไกการตลาด ของธุรกิจความเชื่ออย่างชัดเจน ผ่านกลวิธีภาษาการใช้คำศัพท์ทางการตลาด อาทิ “แบรนด์แอมบาสเดอร์” และ “Target” ซึ่งเป็นคำศัพท์เฉพาะของการตลาด นอกจากนี้ยังมีการใช้กลวิธีภาษาการเปรียบเทียบ โดยตัวละคร นำพระสงฆ์อุปมาเป็นตัวแทน และเทียบเคียงวัดเป็นแบรนด์สินค้าอย่างหนึ่ง การใช้กลวิธีทางภาษาดังกล่าวล้วนเป็น การตอกย้ำให้เห็นว่าศรัทธาถูกเชื่อมโยงกับกลไกการตลาด

2.2 การใช้สื่อสังคมใหม่เป็นเครื่องมือสำคัญในการโฆษณาศาสนสถานและวัดถุมงคล

ณ ปัจจุบัน รูปแบบสื่อและช่องทางการสื่อสารมีความหลากหลายพร้อมพัฒนาตลอดเวลา สื่อสังคม ไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่สำหรับแบ่งปันชีวิตส่วนตัว แต่ช่วยทำให้ผู้คนสามารถรับข่าวสารจากช่องทางต่าง ๆ ตามความสนใจ ของตนเอง ในขณะที่วงก้นก็ได้เป็นพื้นที่ในการโฆษณาเช่นกัน ดังนั้นในยุคปัจจุบันนี้เจ้าของธุรกิจต้องรู้จักใช้ช่องทาง การสื่อสารเพื่อโฆษณาธุรกิจมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างรุ่งเรือง ไม่ให้ล้าหลังคู่แข่ง ธุรกิจความเชื่อก็เช่นเดียวกัน ปัจจุบัน ผู้คนสามารถพบกับโฆษณาศาสนสถานและสินค้าทางความเชื่อจำนวนมากบนสื่อสังคมซึ่งกลายเป็นพื้นที่สำคัญ สำหรับนำเสนอและประชาสัมพันธ์ความเชื่อ รวมถึงขยายฐานผู้ศรัทธาและกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของศาสนสถาน

ในซีรีส์เรื่องสาธุมีการนำเสนอว่าตัวละครทั้งสามคนมีความรู้ด้านการทำตลาด ดังนั้นจึงไม่ได้พึ่งพา วิธีแบบดั้งเดิม ได้แก่ ปากต่อปาก โดยเผยแพร่ศาสนสถาน แต่ยังใช้สื่อใหม่ มีการเพิ่มช่องทางโซเชียลเพื่อขายชื่อเสียง ของศาสนสถาน ดังต่อไปนี้

วิน: ถ้ากระแสเป็นแบบนี้ละ กูว่าปากต่อปากน่าจะเริ่มทำงานแล้ว

เกม: ถ้าอย่างงี้ก็ต้องเพิ่มช่องทางโซเชียลไง ซึ่งถ้าเป็นไปได้ก็ต้องเอ็มไอเพิ่มนี้แหละ

เดียร์: เราทำพอดแคสต์ใหม่ละ เราจะได้เริ่มแบบจริงจัง

(Wongwan, 2024, Episode 7)

จากตัวอย่างในซีรีส์เรื่องสาธุแสดงให้เห็นถึงวาทกรรมธุรกิจความเชื่อในมิติอำนาจของสื่อสังคม โดยสะท้อนให้เห็นว่าสื่อสังคมไม่เพียงได้ทำหน้าที่การรายงานข่าวสารและเผยแพร่ความรู้เท่านั้นแต่ยังมีบทบาทสำคัญ ในการทำตลาดธุรกิจความเชื่อ กล่าวคือ ตัวละครในเรื่องมีการใช้อิทธิพลของสื่อสังคมเป็นเครื่องมือทางการตลาด เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ศาสนสถานและวัดถุมงคลทางศรัทธาดึงดูดความสนใจของผู้ศรัทธากราบไหว้บูชาที่ศาสนสถาน และเข้าวัดถุมงคลโดยใช้กลวิธีทางภาษาในด้านการใช้ถ้อยคำเชิงกลยุทธ์เช่น ตัวละครมีการใช้คำศัพท์ทางการตลาด ในยุคดิจิทัล อาทิ “โซเชียล”, “เอ็มไอ”, “พอดแคสต์” ซึ่งเป็นการนำแนวคิดการจัดการธุรกิจและการใช้สื่อสังคม สมัยใหม่ในยุคดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการวัด ทำให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงความเชื่อมโยงระหว่างกลไก ทางการตลาด การใช้สื่อสังคมและธุรกิจความเชื่อมากยิ่งขึ้น

2.3 การโจมตีภาพลักษณ์ศาสนสถานคู่แข่ง

ในการแข่งขันทางธุรกิจ มักจะต้องพบกับคู่แข่งมากมายธุรกิจความเชื่อก็เช่นเดียวกัน สังคมไทยเป็นสังคมที่มีความเชื่อหลากหลาย ดังนั้นจึงมีศาสนสถานจำนวนมาก ทั้งที่ตั้งอยู่ในเมืองและในชนบท แต่ละศาสนสถานต่างพยายามใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การสร้างเรื่องเล่าและตำนานปาฏิหาริย์ การนำบุคคลสาธารณะมาโฆษณาศาสนสถานหรือวัตถุมงคล อาทิการปลุกเสกโดยพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง ดาราหรือนักการเมืองไทยนิยมไปวัดทำไม้จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งทำให้เกิดกระแสนิยมให้ผู้ศรัทธาหรือแฟนคลับตามรอยของดาราด้วย (Thairath Online, 2021) รวมทั้งการจำหน่ายวัตถุมงคลแปลกใหม่ ทั้งหมดนี้ถือเป็นวิธีการโฆษณาเชิงชอบธรรม ในขณะเดียวกัน ก็มีวิธีการแข่งขันที่มีขอบธรรมเช่นกัน เนื่องจากแต่ละวัดมีการแข่งขันกันเอง ซึ่งบางครั้งการแข่งขันระหว่างศาสนสถานอาจจะรุนแรงไม่แพ้ธุรกิจทั่วไป ผู้วิจัยพบว่า ซีรีส์เรื่อง สาธุ มีปรากฏกลยุทธ์ที่สามารถสร้างอิทธิพลเชิงลบต่อคู่แข่งทางศาสนาคือการโจมตีภาพลักษณ์ของคู่แข่ง โดยอาจใช้ภาษาหรือสื่อภาพเพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านลบให้กับศาสนสถานหรือพระสงฆ์ฝ่ายตรงข้าม

ในซีรีส์เรื่อง สาธุ มีการนำเสนอเหตุการณ์ป้ายโฆษณาของวัดภุมมารามถูกทำลาย ทางวัดภุมมารามจึงสงสัยว่าเป็นฝีมือของคู่แข่ง เนื่องจากวัดภุมมารามซึ่งเป็นวัดคู่แข่งได้รับการสนับสนุนจากเจ้าคณะภาคอยู่เสมอก่อนจะถูกเปลี่ยนเป็นวัดภุมมาราม ดังนั้นตัวละครเกมจึงไม่โหมมาก ต่อมาเมื่อตัวละครเกมทราบข่าวว่าหลวงพ่อบุญของวัดภุมมารามเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และมีพฤติกรรมใกล้ชิดกับคนที่ทำงานในวัด จึงนำข่าวไปเผยแพร่ผ่านสื่อสังคม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการโจมตีภาพลักษณ์ของพระสงฆ์และวัดคู่แข่ง ดังต่อไปนี้

เด็กเล่นเกม: ประมานนี่ได้มัยพี

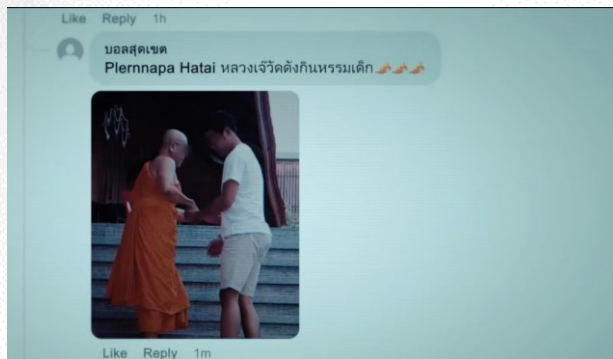
(ภาพที่ตัวละครเด็กเล่นเกมบันทึกไว้ ซึ่งแสดงให้เห็นหลวงพ่อบุญของวัดภุมมารามมีพฤติกรรมใกล้ชิดกับผู้ชาย โดยมีข้อความกำกับเชิงขี้กว่า “ล้วงลึก หลวงเจ๊วัดดัง”)

เกม: เฮ้ย ดีเลย เอาอันนี้ไปโพสต์ไว้ทุกเพจเลย

เด็กเล่นเกมคอมพิวเตอร์: ทุกเพจเลยนะ

(Wongwan, 2024, Episode 4)

จากการวิเคราะห์ตัวอย่างพบว่า ซีรีส์เรื่อง สาธุ ได้แสดงให้เห็นกระบวนการสร้างวาทกรรมธุรกิจความเชื่อในมิติของการแข่งขันระหว่างศาสนสถาน โดยเฉพาะการโจมตีภาพลักษณ์ของศาสนสถานคู่แข่ง ซึ่งถูกนำเสนอในฐานะเครื่องมือสำคัญของการทำการตลาดทางศรัทธา กล่าวคือ ซีรีส์สะท้อนให้เห็นการใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการแสดงวาทกรรมเชิงลบผ่านการว่าจ้างบุคคลภายนอกให้ทำหน้าที่เป็นหน้าม้าในการเผยแพร่ภาพและข้อความบ่อนทำลายความน่าเชื่อถือของพระสงฆ์และศาสนสถานคู่แข่ง โดยเลือกใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและแฝงอารมณ์ขันและตลก (ดังภาพที่ 1) เพื่อดึงดูดความสนใจและโน้มน้าวการรับรู้ของผู้รับสาร อีกทั้งยังได้สร้างภาพลักษณ์เชิงลบแก่คู่แข่ง จึงสะท้อนให้เห็นว่า ศาสนสถานมีการจัดการอย่างเป็นระบบทางการตลาดเพื่อรับใช้เป้าหมายทางธุรกิจ โดยการลดทอนความเลื่อมใสของผู้ศรัทธาที่มีต่อศาสนสถานคู่แข่งโดยผ่านข่าวเชิงลบ



ภาพที่ 1 การโจมตีภาพลักษณ์พระสงฆ์ของวัดคู่แข่ง

ที่มา: Wongwan, 2024

3. วาทกรรมกรบริโภคนิศาความเชื่อ

ธุรกิจความเชื่อยังมีประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งที่ไม่อาจละเลยได้ คือ การบริโภค ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง ความเชื่อมั่นของผู้ศรัทธาที่มีต่อศาสนสถานหรือวัดถุ่มงคล ตลอดจนการทำการตลาดให้แก่ศาสนสถานและวัดถุ่มงคล ต่าง ๆ ซึ่งล้วนมีจุดประสงค์เดียวกัน คือ การกระตุ้นการบริโภคสินค้าหรือบริการทางความเชื่อ เพื่อส่งเสริมและ พัฒนารูปร่างที่เกี่ยวกับศาสนาและความเชื่อในซีรีส์เรื่อง สารู มีการแสดงให้เห็นถึงกลไกวาทกรรมธุรกิจความเชื่อ จากมุมมองของผู้บริโภค ได้แก่ ผู้ที่เข้ามากราบไหว้บูชาขอพร รวมถึงผู้ที่ซื้อวัดถุ่มงคลด้วยความเต็มใจ การบริโภค สินค้าทางความเชื่อดังกล่าวไม่เพียงแต่มีบทบาทในเชิงบำบัดจิตใจหรือทำให้ผู้ศรัทธาได้รับความสงบแต่จากในมุมมอง ของศาสนสถานยังช่วยสร้างรายได้และผลกำไรแก่ศาสนสถานอีกด้วย

ในซีรีส์เรื่อง สารู มีเหตุการณ์หนึ่งที่ตัวละครวินถูกตำราวจำกัดว่ากำลังกินเลือดศาสนาและหลอกลวง ประชาชน อย่างไรก็ตาม วินกลับโต้แย้งโดยเปรียบเทียบการเข้าวัดทำบุญไม่แตกต่างจากการซื้อสินค้า โดยชี้ให้เห็นว่า จุดขายของสินค้าหรือบริการทางความเชื่อ คือ การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ศรัทธา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

วิน: ก็เรื่องปกติปะ ถ้าเรื่องนี้ผิดกฎหมายจริงอะ คุณจับไวหรรอก วัดเป็นเศรษฐกิจหน่วยหนึ่งที่มีเงิน เข้าเงินออก โปรดัคส์ก็คือความสบายใจ ใครเชื่อก็ไป ใครไม่เชื่อก็ไม่ต้องไป คนรวยบริจาคมมาก คนจนบริจาด น้อย มันก็ไม่ได้มีใครถูกบังคับ

(Wongwan, 2024, Episode 9)

ซึ่งสอดคล้องกับอีกฉากหนึ่งในซีรีส์ สารู ที่ตัวละครเกมกลับบ้านเพื่อดูแลปู่ที่ป่วยหนักนอนติดเตียง แต่กลับพบว่าพ่อได้ซื้อพระเครื่องซึ่งเป็นวัดถุ่มงคลที่ทางวัดถุ่มมารามออกให้และเป็นผลงานของเกมกับเพื่อน ออกแบบและสร้างเรื่องเล่าเอง เกมพบว่าพ่อของตนเองเชื่อบทบาทของพระเครื่องเป็นอย่างมาก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

พ่อของเกม: เกมดูอาการสิ ป๊าป๊าเข้าพระมา อาการก็อาการดีขึ้นเลย
เกม: ป๊า หมอมารักษาเนี่ยนะ รักษาตามอาการ มันก็ต้องดีขึ้นดิ ป๊าพูดอย่างนี้ป๊าให้เกียรติหมอด้วยนะ
พ่อของเกม: ของแบบนี้มันรักษาทั้งกายและใจนะเกม
เกม: ป๊า รักษาทางกายและใจอะไรก่อน ฮ้านี้ดูง่าย ๆ เละนะ เจ้าแม่กวนอิมตั้งหัวได้อู๋นี่ จี๋กตั้งอยู่เนี่ย ถ้ามั่นช่วยได้จริง...

พ่อของเกม: หยุตนะ เกม พูดอย่างนี้ได้อู๋

(Wongwan, 2024, Episode 8)

จากตัวอย่างในซีรีส์เรื่อง สาธุ ได้แสดงให้เห็นวาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับการบริโภคโดยซีรีส์มีการใช้กลวิธีทางภาษา ได้แก่ การนิยามใหม่ อาทิ การนิยามวัดว่าเป็นเศรษฐกิจหน่วยหนึ่งที่มีเงินเข้าเงินออกอย่างเป็นระบบ แทนที่จะเป็นเพียงสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา อีกทั้งยังใช้กลวิธีทางภาษาด้วยการให้เหตุผลผ่านถ้อยคำว่า “ใครเชื่อก็ไป ใครไม่เชื่อก็ไม่ต้องไป คนรวยบริจาคมาก คนจนบริจาคน้อย” ซึ่งเป็นการนิยามการทำบุญตามกำลังและความศรัทธาของแต่ละบุคคล ส่งผลให้ประเด็นการหลอกลวงและแสวงหาผลประโยชน์จากผู้ศรัทธา ถูกเปลี่ยนเป็นการตัดสินใจส่วนบุคคล นอกจากนี้ยังได้สร้างวาทกรรมความเชื่อในมิติบริโภคว่าการเข้าวัดทำบุญหรือการซื้อวัตถุมงคลมีได้มีเพียงคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจเท่านั้นแต่ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสงบและความสบายทางจิตใจแก่ผู้ศรัทธา ช่วยเสริมสร้างกำลังใจและความมั่นใจในการดำเนินชีวิต ด้วยเหตุนี้ ผู้ศรัทธาจึงยินดีเข้าสู่ศาสนสถานเพื่อสักการบูชาและบริจาคเงินหรือสิ่งของต่าง ๆ แก่ศาสนสถาน รวมถึงการซื้อวัตถุมงคล เพื่อแลกกับความสงบทางจิตใจ โดยเชื่อว่าการทำบุญหรือการบริจาคสามารถเปลี่ยนแปลงดวงชะตาจากเคราะห์ร้ายให้กลายเป็นเคราะห์ดีและนำไปสู่การมีชีวิตราบรื่นยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ตัวอย่างดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่า ซีรีส์เรื่องสาธุ ไม่ได้ชักนำให้ผู้มีความเชื่อหลงเชื่ออย่างปิดหูปิดตา

สรุปผลการวิจัย

ซีรีส์เรื่อง สาธุ ถือเป็นวรรณกรรมไทยร่วมสมัยที่นำเสนอวัฒนธรรมและความเชื่อในหลากหลายประเด็น โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อจึงทำให้ซีรีส์เรื่องนี้มีความซับซ้อนมากขึ้น ซีรีส์เรื่อง สาธุ ปรากฏวาทกรรมและการประกอบสร้างธุรกิจความเชื่อ ผ่านการสร้างศรัทธา การใช้กลไกทางการตลาด และการบริโภคสินค้าความเชื่อของผู้ศรัทธา

ในวาทกรรมและการประกอบสร้างศรัทธา ตัวละครในฐานะเป็นผู้ดูแลศาสนสถานได้นำความเชื่อของชาวไทย การนับถือศาสนาและความเชื่อเรื่องการทำบุญ รวมถึงการเช่าเครื่องรางวัตถุมงคล มาใช้เป็นเครื่องมือในการแสวงหาประโยชน์ จึงมีการผลิตและปลุกเร้าความศรัทธาผ่านการจัดพิธีกรรมต่าง ๆ ควบคู่กับการสร้างเรื่องเล่าและปาฏิหาริย์ที่เชื่อมโยงกับวัดและวัตถุมงคล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศแห่งความศักดิ์สิทธิ์ซึ่งถือเป็นขั้นตอนสำคัญของการประกอบธุรกิจความเชื่อ เนื่องจากความเชื่อในระดับปัจเจกเพียงอย่างเดียวอาจยังไม่เพียงพอในการก่อให้เกิดการบริโภคได้ แต่เมื่อความเชื่อถูกยกระดับให้กลายเป็นความศรัทธาแล้ว ย่อมนำมาสู่ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เพื่อแลกกับความหวังในการดำเนินชีวิตอย่างราบรื่น

นอกจากนี้ ธุรกิจความเชื่อยังจำเป็นต้องพึ่งพากลไกทางการตลาดเช่นเดียวกับธุรกิจประเภทอื่น กล่าวคือหากปราศจากวิธีการตลาด อาทิ การโฆษณา ธุรกิจความเชื่อและศรัทธาย่อมเผชิญข้อจำกัดในการขยายตัวและการดำรงอยู่ ซีรีส์เรื่องนี้จึงสะท้อนให้เห็นถึงการใช้วิธีการตลาดทั้งในรูปแบบดั้งเดิม เช่น การเชิญพระสงฆ์ผู้มีชื่อเสียงมาเทศนาเพื่อเผยแพร่คำสอน ตลอดจนรูปแบบร่วมสมัยที่อาศัยสื่อมวลชนในการขยายฐานผู้ศรัทธาซึ่งไม่จำกัดกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคอยู่เพียงในพื้นที่ของวัด หากแต่ครอบคลุมไปถึงสังคมในวงกว้าง นอกจากนี้ยังมีการใช้วิธีการการโจมตีภาพลักษณ์ของศาสนสถานคู่แข่ง เพื่อบั่นทอนชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของฝ่ายตรงข้าม

นอกจากนี้ ในกระบวนการผลิตธุรกิจความเชื่อที่มีความสำคัญและสามารถนำผลประโยชน์โดยตรง คือ การบริโภค โดยศาสนสถานได้จัดการบริการและสินค้าที่เกี่ยวกับความเชื่อหลากหลาย เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ศรัทธาสามารถบริโภคได้ตั้งแต่ช่วงเวลาที่ก้าวเข้าสู่วัดหรือศาลเจ้า ไปจนถึงการนำสิ่งของเหล่านั้นกลับไปใช้ในชีวิตประจำวัน ตัวอย่างเช่น การจำหน่ายเครื่องสักการะบูชาภายในศาสนสถาน เพื่อให้ผู้ที่มีความเชื่อสามารถนำไปใช้ประกอบพิธีกรรมและแสดงความเคารพนับถือต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตลอดจนการจำหน่ายวัตถุมงคลที่ผู้ศรัทธาสามารถพกพาติดตัวได้ การบริโภคดังกล่าวล้วนมีส่วนในการสร้างรายได้แก่ศาสนสถาน อีกทั้งกระตุ้นการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จนสามารถกล่าวได้ว่ามีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับประเทศ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ผู้ศรัทธา

มิได้มีบทบาทในฐานะผู้บริโภคนั้น แต่ยังมีบทบาทในการพัฒนาของธุรกิจความเชื่ออีกด้วย นอกจากนี้ กระบวนการบริโภคภายใต้ธุรกิจความเชื่อยังมีบทบาทในการสร้างกำลังใจให้แก่ผู้ที่มีความเชื่ออีกด้วย จึงสรุปได้ว่า ซีรีส์เรื่อง สาธุ ได้เปิดพื้นที่ให้ผู้ชมตั้งคำถามต่อความศรัทธา และมีได้ชักนำให้ผู้ที่มีความเชื่อหลงเชื่ออย่างปิดหูปิดตา จนตกเป็นเหยื่อของธุรกิจความเชื่อ หากแต่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความตระหนักรู้และการใคร่ครวญอย่างมีวิจารณญาณ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้ทำความเข้าใจบทบาทของศาสนาในสังคมไทยภายใต้บริบทของทุนนิยมและการบริโภคในยุคปัจจุบัน

ตารางที่ 2 สรุปวาทกรรมและกลวิธีประกอบสร้างวาทกรรมซีรีส์เรื่อง สาธุ

ประเภทวาทกรรม	กลวิธีประกอบสร้างวาทกรรม	ตัวอย่างจากซีรีส์เรื่อง สาธุ	ผลที่นำมา
วาทกรรมการสร้างศรัทธา	การจัดพิธีกรรมและเทศนา	1. วัดภูมามารามมีการจัดพิธีกรรมตามเทศกาลหรือวาระสำคัญ 2. วัดภูมามารามการนิมนต์พระสงฆ์มาเทศนา	เสริมสร้างบรรยากาศแห่งความศักดิ์สิทธิ์ อีกทั้งยังได้เผยแพร่คำสอนและจิตวิญญาณของพระพุทธศาสนาและดึงดูดผู้ศรัทธามากราบเช่นไหว้บูชาและทำบุญบริจาคเงินทองกับวัด
	การใช้เรื่องเล่าและปาฏิหาริย์	1. ตัวละครมีการวางแผนว่าจะสร้างเรื่องเล่าหรือปาฏิหาริย์ให้แก่ทางวัด 2. ตัวละครมีการมอบวัตถุมงคลให้แก่ผู้ประสบอุบัติเหตุ	กระตุ้นให้ผู้ศรัทธาเดินทางมากราบไหว้บูชาและร่วมกิจกรรมกับวัด จนเกิดการบริโภคสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะในวัดภูมิงคผล ทำให้ยอดขายของวัดภูมิงคผลได้เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน
วาทกรรมการตลาดศรัทธา	การใช้บุคคลสาธารณะในการโฆษณาศาสนสถาน	การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง อาทิ พระสงฆ์ที่ได้รับความนิยมในโซเชียลมีเดียเป็นตัวแทนของวัดและวัดภูมิงคผล	ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของวัด ขยายฐานของผู้ศรัทธา และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้ามาบริโภค
	การใช้สื่อสังคมใหม่เป็นเครื่องมือสำคัญในการโฆษณาศาสนสถานและวัดภูมิงคผล	การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับวัด อาทิ การจัดพิธีกรรม การจำหน่ายวัตถุมงคลผ่านสื่อออนไลน์	ช่วยเพิ่มยอดขายของวัดภูมิงคผล ทำให้ผู้ศรัทธาหันมาซื้อของที่ระลึกเกี่ยวกับวัด และวัดภูมิงคผลมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเปิดช่องทางใหม่ในการจัดจำหน่าย
	การโจมตีภาพลักษณ์วัดคู่แข่ง	การเผยแพร่ข้อมูลและนำเสนอภาพลักษณ์เชิงลบของวัดคู่แข่ง อาทิ การนำเสนอรูปภาพพระสงฆ์ของวัดคู่แข่งชั้นที่มีพฤติกรรมสนิทกับเจ้าหน้าที่	ลดความน่าเชื่อถือและความศักดิ์สิทธิ์ของวัดคู่แข่ง ทำให้กลุ่มเป้าหมายหันกลับมาทำบุญกับวัดภูมามาราม
วาทกรรมการบริโภคความเชื่อ	การเชื่อมโยงความเชื่อกับผลประโยชน์	การนำเสนอบทบาทของการทำบุญหรือการเข้าวัดอุทิศผลพระเครื่อง	ช่วยสร้างกำลังใจและความสงบแก่ผู้ศรัทธา และทำให้ผู้ศรัทธาเต็มใจตัดสินใจซื้อวัตถุมงคล เพื่อให้ได้รับผลลัพธ์ตามที่ถูกโฆษณาว่าช่วยให้การดำเนินชีวิตดีขึ้น

การอภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า วาทกรรมและกระบวนการธุรกิจความเชื่อที่ปรากฏในซีรีส์เรื่อง สาธุ มีทั้งหมด 3 วาทกรรม ได้แก่ วาทกรรมการสร้างความศรัทธา วาทกรรมการตลาดศรัทธา และวาทกรรมการบริโภคสินค้าความเชื่อ โดยผู้วิจัยลำดับตามกระบวนการเกิดธุรกิจความเชื่อ เพื่ออธิบายว่าเมื่อความเชื่อถูกแปรเป็นสินค้าจะถูกนำเสนอ โฆษณา จำหน่าย และบริโภคในลักษณะใด โดยมีรายละเอียดดังนี้

วาทกรรมธุรกิจความเชื่อแรก คือ วาทกรรมการสร้างความศรัทธา ถึงแม้ว่าความเชื่อไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริงหรือไม่ แต่ความเชื่อก็ไม่เคยหายไป ในซีรีส์เรื่อง สาธุ สะท้อนให้เห็นถึงวาทกรรมธุรกิจความเชื่อในมิติการสร้างศรัทธา โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 วาทกรรม ได้แก่ วาทกรรมว่าด้วยการจัดพิธีกรรมและเทศนา และการแต่งเรื่องเล่าปาฏิหาริย์ กล่าวคือ ศาสนสถานใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและสื่อสารว่าการเข้าร่วมกิจกรรมในวัด สามารถทำให้ได้รับบุญอย่างเต็มที่ อีกทั้งยังนิยามคุณค่าของการทำบุญให้เป็นการลงทุนทางจิตใจ ซึ่งสร้างความสบายใจแก่ผู้ศรัทธาที่มาร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ยังปรากฏวาทกรรมการแต่งเรื่องเล่าเกี่ยวกับศาสนสถานและวัตถุมงคล โดยผู้บริหารศาสนสถานมีความตั้งใจที่จะสร้างเรื่องราวลึกลับต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ศรัทธาเชื่อว่าศาสนสถานและวัตถุมงคลมีพลังเหนือธรรมชาติจริง

วาทกรรมธุรกิจความเชื่อที่สอง คือ วาทกรรมการตลาดความเชื่อ เมื่อความเชื่อถูกแปรเป็นสินค้าที่สามารถจำหน่ายและสั่งซื้อได้ การตลาดจึงกลายเป็นสิ่งที่จำเป็น ผู้วิจัยพบว่าวาทกรรมการตลาดความเชื่อสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การใช้บุคคลสาธารณะในการโฆษณา การใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือสำคัญในการโฆษณา และการโจมตีภาพลักษณ์คู่แข่งทางศาสนสถาน กล่าวคือ ในซีรีส์เรื่อง สาธุ มีการใช้อิทธิพลของบุคคลสาธารณะเพื่อขยายชื่อเสียงของศาสนสถานและวัตถุมงคล ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ อีกทั้งการเชิญบุคคลสาธารณะมาทำบุญยังสื่อความหมายว่า ผู้มีอำนาจและอิทธิพลยังศรัทธาในศาสนสถานแห่งนี้ บุคคลทั่วไปจึงควรปฏิบัติตาม ส่งผลให้ชาวพุทธเข้ามาบริจาคและซื้อวัตถุมงคลมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการแสดงให้เห็นถึงกลไกวาทกรรมธุรกิจความเชื่อมีการใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการโฆษณาศาสนสถาน ตัวละครหลักทั้งสามซึ่งมีความรู้ด้านการตลาด โดยใช้สื่อทั้งทางโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ในการเผยแพร่เรื่องเล่าต่าง ๆ หลายครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิยานันธิยวงษ์ (Nantiwong, 2013) เรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเช่าพระเครื่องออนไลน์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษพบว่า สื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าพระเครื่องของผู้บริโภคที่มีความศรัทธา นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เช่านิยมเหรียญคุณจารย่มากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า แม้ในโลกแห่งความเป็นจริง สื่อออนไลน์ก็เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินธุรกิจด้านความเชื่อ และหากเป็นพระเครื่องที่จัดทำโดยบุคคลที่มีชื่อเสียง ก็อาจได้รับความนิยมมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่าซีรีส์เรื่อง สาธุ (Wongwan, 2024) ได้สะท้อนให้เห็นวาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมการตลาดศรัทธา โดยมีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นเครื่องมือในการโฆษณาวัตถุมงคล อย่างไรก็ตาม งานวิจัยดังกล่าวแตกต่างจากการศึกษาค้นคว้าในด้านวัตถุประสงค์ ขอบเขตข้อมูล และแนวทางการวิเคราะห์ กล่าวคือ งานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยที่เก็บข้อมูลจากภาคสนาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเช่าพระเครื่องออนไลน์ ลักษณะส่วนบุคคล และการเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่วนการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เก็บข้อมูลจากตัวบทซีรีส์เรื่อง สาธุ (Wongwan, 2024) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมการสร้างศรัทธา การตลาดศรัทธา และการบริโภคศรัทธา นอกจากนี้ ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยังพบประเด็นที่แตกต่างออกไป กล่าวคือ ในขณะที่งานวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าผู้คนยินดีเช่าพระเครื่องที่บุคคลมีชื่อเสียงออกแบบหรือจัดทำขึ้น ผลการศึกษาค้นคว้ากลับพบว่า ศาสนสถานมีการใช้พระสงฆ์ที่มีชื่อเสียงมาเป็นตัวแทนของศาสนสถาน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและส่งเสริมภาพลักษณ์ของวัตถุมงคล อีกทั้งยังมีวาทกรรมการโจมตีคู่แข่งระหว่างศาสนสถาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการตลาดศรัทธามีได้จำกัดอยู่เพียงการโฆษณาวัตถุมงคลเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ การแข่งขัน

และการประกอบสร้างความน่าเชื่อถือของศาสนสถานด้วยโดยตัวละครได้ปล่อยรูปภาพที่นำเสนอภาพเชิงลบของพระสงฆ์ของคู่แข่ง เพื่อทำลายความน่าเชื่อถือของศาสนสถานคู่แข่ง จึงสะท้อนให้เห็นว่าทางการตลาดของธุรกิจความเชื่อก็มีการแข่งขันอย่างหนักแน่น ซึ่งสอดคล้องกับ วีระพงษ์ อินทรพานิช (Intharapanich, 2005) ได้ศึกษาการวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดพระเครื่อง กรณีศึกษา พระเครื่องหลวงปู่ทวด วัดช้างให้ จังหวัดปัตตานีที่ได้ศึกษา การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดพระเครื่อง กรณีศึกษา พระเครื่องหลวงปู่ทวดวัดช้างให้ จังหวัดปัตตานี ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการในธุรกิจความเชื่อมีลักษณะของการแข่งขันอย่างหนักเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงทำให้ผู้ประกอบการใช้นโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าให้กับธุรกิจของตน เช่นเดียวกับในซีรีส์เรื่อง สารู นอกจากนี้ ยังสะท้อนสอดคล้องกับงานวิจัยอีกท่านหนึ่ง วคินี บุญเอิบ และสารภี ชนะทัพ (Boonoeb & Chanathap, 2024) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพลตฟอร์มเช่าพระเครื่องผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล โดยกล่าวว่า พระอาจารย์ที่ได้รับความนิยมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อพระเครื่อง ดังนั้น จึงแสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ของพระอาจารย์มีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องนี้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ส่วนที่แตกต่างจากงานวิจัยดังกล่าวคือ งานวิจัยเรื่องนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงวิธีการทำตลาดของวัดถ้ำมรกตในเชิงมิชชั่นอย่างชัดเจน ได้แก่ การโจมตีภาพลักษณ์ของพระอาจารย์ของคู่แข่ง ซึ่งเป็นวิธีการแข่งขันทางการตลาดรูปแบบหนึ่งเช่นกัน

วาทกรรมธุรกิจความเชื่อประการสุดท้าย คือ วาทกรรมการบริโภคความเชื่อ ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญของธุรกิจความเชื่อและเป็นขั้นตอนที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ศาสนสถาน ผู้บริหารศาสนสถานมองว่าศาสนสถานเป็นหน่วยงานหนึ่งของเศรษฐกิจ การเข้าวัดและการทำบุญเป็นรูปแบบหนึ่งของการบริโภค สินค้าที่จำหน่ายคือความสบายทางจิตใจ ดังนั้นจึงทำให้ผู้ศรัทธายอมซื้อเครื่องเช่นไห้วและสิ่งบูชาต่าง ๆ เพื่อแลกกับพลังเหนือธรรมชาติ โดยเชื่อว่าจะบันดาลให้ชีวิตพบแต่สิ่งมงคลและสวยงาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบนาสิต เพียรรักษ์ และศรัณย์ ธิติลักษณ์ (Pianrak & Thitilak, 2021) ได้ศึกษาเรื่อง คตินิยมของธุรกิจและสินค้าที่เกี่ยวกับความเชื่อ พบว่า เมื่อมนุษย์มีความประสงค์ที่จะดำเนินชีวิตอย่างราบรื่นมากขึ้น จึงต้องการเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ส่งผลให้เกิดการค้าขายและทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อยังคงดำรงอยู่มาจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับสุริยะ หาญพิชัย (Harnpichai, 2025) ที่ได้ศึกษาเรื่อง เศรษฐศาสตร์มูเตลู: ธุรกิจบนฐานความเชื่อกับการสร้างมูลค่าให้เศรษฐกิจไทย ผลการศึกษาพบว่า มนุษย์มีความหวังและศรัทธาเป็นที่พึงเพื่อเสริมความมั่นใจ จนก่อให้เกิดอุตสาหกรรมรูปแบบหนึ่งในเศรษฐกิจไทย อีกทั้งยังชี้ให้เห็นว่า ความเชื่อสามารถแปรเปลี่ยนเป็นสินค้า สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคมไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

งานวิจัยนี้เป็นการเปิดมุมมองใหม่วาทกรรมความเชื่อในสื่อร่วมสมัย โดยทำให้ผู้อ่านเข้าใจกระบวนการประกอบสร้างธุรกิจความเชื่อ และสามารถตระหนักและตั้งคำถามต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อได้อย่างมีวิจารณญาณมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษานี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์วาทกรรมธุรกิจความเชื่อในซีรีส์เรื่อง สารู หลังจากได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า ยังมีหลายประเด็นสามารถนำมาศึกษาวิเคราะห์ครั้งต่อไป ดังนี้ 1) ควรวิเคราะห์วาทกรรมอื่นที่ปรากฏในซีรีส์ไทยเรื่องสารู อาทิ วาทกรรมความเชื่อการทำบุญ วาทกรรมอำนาจ 2) ควรวิเคราะห์ภาพแทนของผู้ศรัทธา

ในซีรีส์เรื่อง สาธุ เนื่องจากในเรื่องนี้ได้นำเสนอภาพแทนที่เกี่ยวกับผู้ศรัทธาในหลากหลายมิติ 3) ควบคู่กับปฏิกริยาของผู้ชมในการรับรู้วาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อ

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัยเรื่องนี้ คือ การเปิดมุมมองใหม่ในการวิเคราะห์วาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อผ่านวรรณกรรมประเภทซีรีส์ไทยเรื่อง สาธุ ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยในอดีตที่มักศึกษาเรื่องธุรกิจความเชื่อจากการเก็บข้อมูลภาคสนามเป็นหลัก งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ซีรีส์ไทยสามารถเป็นพื้นที่ในการประกอบสร้าง สะท้อนและเผยแพร่วาทกรรมเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อในสังคมไทยร่วมสมัยด้วย

โดยผลการศึกษาพบว่า วาทกรรมและการประกอบสร้างวาทกรรมที่ปรากฏในซีรีส์เรื่อง สาธุ มีทั้งหมด 3 ประการหลัก ได้แก่ วาทกรรมการสร้างศรัทธา วาทกรรมการตลาดศรัทธา และวาทกรรมการบริโภคสินค้าความเชื่อ โดยผู้วิจัยได้ลำดับตามกระบวนการเกิดธุรกิจความเชื่อ

ในด้านวาทกรรมการสร้างศรัทธา พบว่า ศรัทธาไม่ได้เกิดขึ้นโดยลำพังเท่านั้น แต่สามารถประกอบสร้างผ่านการจัดพิธีกรรม การเทศนา การใช้เรื่องเล่า และปาฏิหาริย์ ในส่วนนี้ ศาสนสถานอาจใช้กลยุทธ์แบบดั้งเดิม กล่าวคือ มีการจัดพิธีกรรมตามเทศกาลหรือวาระสำคัญ หรือมีการนิมนต์พระสงฆ์มาเทศนา นอกจากนี้วิธีดังกล่าวแล้ว ยังมีการสร้างเรื่องเล่าหรือปาฏิหาริย์ให้แก่ทางวัด เพื่อเพิ่มความลึกลับและความศักดิ์สิทธิ์ให้แก่ศาสนสถาน รวมทั้งยังมีการใช้สื่อสมัยใหม่ เช่น การมอบวัตถุมงคลให้แก่ผู้ประสบอุบัติเหตุ เพื่อให้ผู้ประสบอุบัติเหตุให้สัมภาษณ์ อันเป็นการขยายชื่อเสียงของศาสนสถานและวัตถุมงคล

ส่วนวาทกรรมการตลาดศรัทธาเป็นประเด็นศึกษาที่แตกต่างจากงานวิจัยอื่นเช่นกัน ในส่วนนี้ ผู้วิจัยพบว่า ศาสนสถานมีการใช้วิธีการทำการตลาดทั้งที่ชอบธรรมและไม่ชอบธรรม อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นว่าสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการโฆษณาวัด กล่าวคือ ทางวัดมีการใช้บุคคลสาธารณะในการโฆษณาศาสนสถาน การใช้สื่อสังคมใหม่เป็นเครื่องมือสำคัญในการโฆษณาศาสนสถานและวัตถุมงคล รวมทั้งการโจมตีภาพลักษณ์ของวัดคู่แข่ง ซึ่งล้วนแสดงให้เห็นว่าความเชื่อและศรัทธาสามารถถูกประกอบสร้างขึ้นมาได้ และสามารถเผยแพร่ออกไปอย่างกว้างขวาง

ส่วนประเด็นสุดท้ายก็คือ วาทกรรมการบริโภคความเชื่อ ผู้วิจัยพบว่า เนื่องจากศาสนสถานมีการใช้วิธีการทำการตลาดและโฆษณาทั้งแบบดั้งเดิมและการใช้สื่อสังคมสมัยใหม่ จึงก่อให้เกิดความเชื่อและศรัทธาต่อศาสนสถานและวัตถุมงคลที่วัดปล่อยเช่า อีกทั้งยังได้นำบทบาทของการทำบุญและการเช่าวัตถุมงคลมาเชื่อมโยงกับสินค้า ดังนั้น จึงช่วยสร้างกำลังใจและความสงบแก่ผู้ศรัทธา และทำให้ผู้ศรัทธาเต็มใจตัดสินใจซื้อวัตถุมงคลเพื่อให้ได้รับผลลัพธ์ตามที่ถูกโฆษณาว่าช่วยให้การดำเนินชีวิตดีขึ้น

บทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์

เลี้ยวสุข ลู่: วางแนวความคิด ระเบียบวิธีวิจัย การวิเคราะห์อย่างเป็นทางการ และการเขียน-ฉบับร่างต้นฉบับ
วีรวัฒน์ อินทรพร: ตรวจสอบความถูกต้อง การกำกับดูแล

เอกสารอ้างอิง

Boonoeb, W., & Chanathap, S. (2024). Consumer behaviors and factors affecting the decision to use amulet rental platforms through e-commerce websites in the digital age. *Journal of Accounting Review Chiang Rai Rajabhat University*, 9(2), 155–183. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JAR_CRRU/article/view/274693 [In Thai]

- Buaphanat, T., & Punoi, P. (2025). Temple tourism: Balance between faith and economy. *Academic Graduate Journal*, 3(4), 132–141. https://so18.tci-thaijo.org/index.php/A_GJ/article/view/1391 [In Thai]
- Chotidilok, S. (2017). [Bun] “merit”: The relationship between language and ideology in discourses produced by Wat Phra Dhammakaya [Doctoral dissertation, Chulalongkorn University]. <http://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2017.1156> [In Thai]
- Chotidilok, S., & Runra, P. (2017). Goddess dolls: The reproduction of the discourse “If you don’t believe it, don’t disrespect it” and the functions of modern sacred objects in Thai society. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 9(1), 149–172. <https://e-journal.sru.ac.th/index.php/jhsc/article/view/597> [In Thai]
- Chotidilok, S. (2025). Sin: The relationship between language and ideology in the discourse of electronic books produced by Wat Phra Dhammakaya. *Journal of Arts and Thai Studies*, 47(2), E4065(1–21). <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/artssu/article/view/4489>
- Chaiwong, S., Isariyanon, S., Prasatsate, S., & Khruenwan, C. (2022). Political economy of seeking and utilizing surplus benefits of religious organizations. *Journal of Research and Academics*, 5(2), 207–222. <https://doi.org/10.14456/jra.2022.44> [In Thai]
- Foucault, M. (1972). *The archaeology of knowledge and the discourse on language* (A. M. Sheridan Smith, Trans.). Pantheon Books.
- Intharapanich, W. (2005). *An analysis of market structure and competitive behavior of entrepreneurs in the amulet market: A case study of Luang Pu Thuat amulets, Chang Hai Temple, Pattani Province* [Master’s thesis, Thammasat University]. TU Digital Collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:114167 [In Thai]
- Luang Phi Uthen. [u24.1] (2021). *Why famous celebrities must come to Wat Tha Mai: Fortune telling, Mutelu, VIP only?*. <https://www.thairath.co.th/horoscope/belief/2269346> [In Thai]
- Naewna Online. (2026, January 23). Car wrecked into scrap metal, rescuers stunned: Young man miraculously survives, people look at sacred objects beside him. *Naewna*. <https://www.naewna.com/likesara/942714> [In Thai]
- Nantiwong, N. (2013). *Service marketing mix factors influencing consumers’ decision-making behavior in renting amulets online in the Bangkok metropolitan area* [Master’s thesis, Srinakharinwirot University]. https://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Nantiya_N.pdf [In Thai]
- Nakorn, C., Warasyanon, W., & Madee, K. (2026). Representations of Buddhist monks’ roles in contemporary Thai Buddhist literature: A comparative analysis between “Luang Ta” and the series “The Believers”. *Journal of Language and Culture Studies*, 5(1), 154–164. <https://so11.tci-thaijo.org/index.php/jlcs/article/view/3062> [In Thai]
- NetflixTH. (2024). *The believers series soars to number one, responding to the power of faith!*. <https://about.netflix.com/th/news/behind-the-believers> [In Thai]
- National Culture Act B.E. 2553. (2010). *Royal Gazette*. Vol. 127 Part 69 A p. 29. https://www.culture.go.th/off_secretary/ewt_news.php?filename=index&nid=802 [In Thai]
- Paksasuk, A. (2019). *Discourse about “puñña” in public media*. Silpakorn University. <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/25408> [In Thai]

- Pathamthammakun, C. (2007). *An analysis of beauty discourse construction in skincare product advertisements* [Master's thesis, Program in Mass Communication, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University]. TU Digital Collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:110798 [In Thai]
- Pianrak, B., & Thitiluck, S. (2021). Business and product ideologies related to beliefs. *MCU Journal of Social Science Review*, 10(3), 14–25. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/251767> [In Thai]
- Rujikarn, S., Thienthai, J., & Satthapong, K. (2017). Business directions of belief-based enterprises in Thai society 4.0. *Romphruek Journal*, 35(1), 11–32. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/article/view/93507> [In Thai]
- Sanont, R., Thianthai, C., & Sathapong, K. (2017). Business direction on belief in Thailand 4.0. *Romphruek Journal, Krirk University*, 35(1), 12–33. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/article/view/93507> [In Thai]
- Thai PBS. (2025, May 15). Undercover police spent eight months closing the case of the “Wat Rai Khing abbot”. *Thai PBS News*. <https://www.thaipbs.or.th/news/content/352176> [In Thai]
- Thai PBS. (2025). Famous cases of “monks and money”. *Thai PBS Now*. <https://www.thaipbs.or.th/now/content/2684> [In Thai]
- Thairath Online. (2021, December 23). Luang Phi Uthen: “Why do famous celebrities have to come to Wat Tha Mai?” Fortune-telling, spiritual believers, and VIP-only access? *Thairath*. <https://www.thairath.co.th/horoscope/belief/2269346> [In Thai]
- Wongwan, W. (2024). *Sathu* [Television series]. Netflix. <https://www.netflix.com/th/title/81517165> [In Thai]

การวิเคราะห์การใช้โวหารภาพพจน์ของโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าในอินสตาแกรม*

AN ANALYSIS OF FIGURATIVE LANGUAGE IN FACIAL SKINCARE ADVERTISEMENTS ON INSTAGRAM

นันทวัน คำสุริยา^{1*}, สุวิชา แสงรุ่งเพชร², พีรเดช คุ่มวงศ์ไทย³ และ นันทิพร เรืองสวัสดิ์⁴

Nantawan Kamsuriya^{1*}, Suwicha Saengroongpetch², Peeradej Koomwongthai³ and Nuntiporn Raungsawat⁴

^{1, 2, 3, 4}มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ 422 ถ.มรุพงษ์ ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000

^{1, 2, 3, 4}Rajabhat Rajanagarindra University 422 Marupong Road, Namueang, Mueang, Chachoengsao, 24000, Thailand

*Corresponding author E-mail: nantawan.kam@gmail.com

(Received: Dec 28, 2025; Revised: Jun 25, 2026; Accepted: Jun 30, 2026)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทและเหตุผลในการใช้ภาพพจน์ในโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าผ่านสื่ออินสตาแกรม ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้คำบรรยายโฆษณา จำนวน 100 ชิ้น จากผลิตภัณฑ์แบรนด์ชายดีห้าอันดับที่นำเสนอระหว่างปี พ.ศ. 2567 ถึง พ.ศ. 2568 โดยมีกระบวนการกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อศึกษาประเภทของภาพพจน์ในภาษาโฆษณาตามกรอบแนวคิดของ Kerof และการวิจัยเชิงคุณภาพได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่ออธิบายเหตุผลในการใช้ภาพพจน์ในรูปแบบดังกล่าว ผลการวิจัยพบว่า จากคำบรรยายโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า 100 ชิ้นในอินสตาแกรมมีการใช้ภาพพจน์ 406 ครั้ง โดยพบการใช้ภาพพจน์ 28 ประเภทตามกรอบแนวคิดของ Kerof นอกจากนั้นพบการใช้ภาพพจน์เพิ่มเติมอีก 5 ประเภท และพบว่า ภาพพจน์ที่ใช้มากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ อติพจน์ (Hyperbole) จำนวน 64 ครั้ง (15.96%) บุคลาธิษฐาน (Personification) จำนวน 44 ครั้ง (10.83%) และสัมผัสอักษร (Alliteration) จำนวน 37 ครั้ง (9.11%) นอกจากนี้พบการใช้วาทวิทยา (Figures of Rhetoric) มากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ อติพจน์ (Hyperbole) จำนวน 64 ครั้ง (27.11%) สัมผัสอักษร (Alliteration) จำนวน 37 ครั้ง (15.67%) และการละคำสันธาน (Asyndeton) จำนวน 35 ครั้ง (14.83%) และโวหารเชิงเปรียบเทียบ (Figures of Analogy) มากที่สุดสามอันดับแรก คือ บุคลาธิษฐาน (Personification) จำนวน 44 ครั้ง (46.80%) อุปลักษณ์ (Metaphor) จำนวน 11 ครั้ง (11.70%) รวมทั้งอุปมาโวหาร (Simile) และการเปรียบเทียบ (Comparison) ประเภทละ 10 ครั้ง (10.63%) นอกจากนี้ ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่า เหตุผลในการใช้ภาพพจน์ในโฆษณาเพื่อการดึงดูดความสนใจ สร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และสร้างความเชื่อถือของแบรนด์

คำสำคัญ: การโฆษณา, โฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า, ภาพพจน์, อินสตาแกรม

* The research was funded for publication by the Research and Development Institute, Rajabhat Rajanagarindra University.

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

²⁻³ อาจารย์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

⁴ อาจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ABSTRACT

This research aimed to study the types and reasons for using figurative language in facial skincare product advertisements on Instagram. The data was collected from 100 advertising captions posted on Instagram of top five best-selling facial skincare brands during 2024 to 2025 based on purposive sampling. A mixed-methods approach was utilized for data analysis in this study. Quantitative method was employed to investigate the types of figurative language used in facial skincare advertisements on Instagram by using descriptive statistics. Figures of speech framework proposed by Keraf was adopted to analyze the data. Qualitative approach was conducted to describe the reasons of advertisers to employ those types of figurative language through content analysis. The findings revealed that there were 406 utterances out of 100 facial skincare advertisement captions on Instagram containing figurative language. Twenty-eight figurative language types based on Keraf's framework were found while five additional figurative language types were discovered. The top three types of figurative language included Hyperbole (64 times, 15.96%), followed by Personification (44 times, 10.83%), and Alliteration (37, 9.11%), respectively. The top three types of figures of rhetoric were Hyperbole (64 times, 27.11%), followed by Alliteration (37 times, 15.67%), and Asyndeton (35 times, 14.83%), respectively. Moreover, the top three types of figures of analogy were Personification (44 times, 46.80%), followed by Metaphor (11 times, 11.70%), Simile and Comparison (10 times, 10.63% each), respectively. The results from content analysis revealed three categories of reasons advertisers used figurative language to present the products to their customers, namely getting attention, enhancing a product's image, and building credibility.

KEYWORDS: Advertisements, Facial Skincare Advertisements, Figurative Language, Instagram

Introduction

Fundamental aspect of successful business operation is to achieve sales and profits. So, it is essential for business to engage in advertisement that can impact customers' determination. Advertisements is the powerful means for reshaping individuals' attentions. For this reason, large companies, non-profit organizations, and small businesses use strategic advertisements to transfer product and service information. Furthermore, advertisement supports to accelerate and activate product sales across boundary (Qader et al., 2022). Advertisement has undoubtedly grown into a major element in human social life. Advertisement is an important tool that is greatly helpful to persuade consumers to purchase the products or services (Hutagalung et al., 2023; Septiana, 2022). Moreover, advertisement is a communication instrument in marketing strategy, and the effective language is key mechanism for capturing customers' attitude and influencing the purchasing decision including brand loyalty (Bahadur et al., 2025; Gong & Seo, 2025). According to Qader et al. (2022), the information shown in the advertisements can motivate customers' impression and judgement for product's aspect. In addition, the language employed in the advertisement is distinct from the everyday language because it must be as interesting as possible. Thus, companies need to focus on language style used to ensure it coordinates with target group (Septiana, 2022).

Language is the significant strategy in advertisements to promote the products or services to public. Figurative language is employed in advertisements to convey a hidden meaning rather than literal meaning, so the readers should interpret the contextual meaning (Anastari et al, 2024; Atmaja, 2022; Ketaren et al., 2021). Figurative language is defined as words or phrases that are meaningful, but not literally true (Merriam-Webster Dictionary, 2025). Similarly, Meredith (2022) describes that figurative language is a rhetorical device that uses words, phrases or expressions in ways that go beyond their literal meanings, enhancing persuasion in language. These devices include various classifications, such as Metaphors, Similes, Idioms, and Hyperboles, which convey meanings more vividly and creatively. To make messages in advertisements more impactful and memorable, the use of figurative language is recommended.

In the recent digital world, social media marketing plays a major role to inform and persuade prospect customers about the products. Recently, advertising on social media is rapidly growing so that marketers and customers can interact in online communities anywhere and anytime. Instagram is a platform that brands employ to attract customers and build brand loyalty. Instagram is the popular social media platform where more than 3,000 million people around the globe engage in the forms of photos, videos, texts, audio, and animation (Hesti et al., 2022; Salim & Purwaningtyas, 2022; Statista, 2025). Moreover, it is the center of trendy and inspired contents. Consumers could widely explore the latest products depending on individual preferences (Alexander, 2025). Skincare product advertisements are mostly found on Instagram these days (Amalina, 2023) which is consistent with the report of Trade Policy and Strategy Office (TPSO), Ministry of Commerce. It revealed that skincare products held the largest global market share among all cosmetics at 48.13% in 2024. In the same year, skincare was also announced to be the largest category within cosmetics market share in Thailand with 46.8% (Mandala AI, 2025). Especially, facial skincare had sharply higher sale figures (84%) when compared to body skincare (16%). The aim of facial skincare advertisements is to persuade customers that the products can treat a variety of facial skin problems, including acne, wrinkles, dullness, and others (Hesti et al., 2022).

Trakulkasemsuk (2018) emphasizes that since the facial skincare industry is highly competitive and the products are luxury items, their advertisements should be wisely created to persuade costumers to purchase them. To convince customers that products advertised on Instagram are worth buying, advertisers attempt to draw consumers' attention and make their advertisements recognizable at a glance by using impactful language in the captions (Pho-Klang, 2020). Salim and Purwaningtyas (2022) stated that the use of figurative language plays an important role in advertisement captions. According to Yusuf and Abas (2024), figurative language has been widely acknowledged by advertisers to illustrate images and grasp customers' interest, increase product memorization as well as improve the efficacy of the persuasive process. Several studies have investigated the use of figurative language in advertisements on Instagram. Pho-Klang (2020) investigated the figurative language and functions used in captions for clothing advertisements on Instagram using the framework of Phillips and McQuarrie launched in 2002.

A wide range of studies have investigated figurative language used in beauty advertisements. Anastari et al. (2024) examined figurative used in fashion and beauty advertisements of Red Digital Magazine based on Johnson and Arp's theory. It was found that seven types of figurative language – Simile, Metaphor, Personification, Metonymy, Allegory, Paradox, and Hyperbole – out of twelve types of figurative language were employed in

the advertisements in Red Digital Magazine. The three most frequently used figurative language were Hyperbole (e.g. “Rapid is exactly the word we’d use. This gave patchy-looking skin a polish glow after a week and continued to lighten the darkened area over time.”), Metaphor (e.g. “Victoria Beckham’s lilac sequin skirt is a serious serotonin booster, especially when it’s paired with Palma Martin’s floral cotton puffed-sleeve dream”), and Personification (e.g. “One swipe gives a whisper of color and petal-soft lips.”), whereas, no Synecdoche, Apostrophe, Symbol, Understatement, and Irony were discovered in fashion and beauty advertisements of Red Digital Magazine. Srichaiwong (2020) used persuasive language and figurative language framework to investigate English for communication in cosmetic advertisements from web pages. The result showed that persuasive writing was frequently used rather than figurative language.

Pathumratanathan and Tapinta (2012) analyzed figurative language in English advertisements in Sawasdee and Fah Thai In-flight magazines based on the frameworks of McQuarrine and Mick, Thorn, as well as Wells, Moriarty, and Burnett. The results depicted that five types of figurative language used in advertisements consisted of Alliteration (e.g. “Watch the sitting sun melt into the sparkling sea...and discover the myriad charms of Pattaya”), Metaphor (e.g. “In this wonderful country where smiles seem to be the national language, where welcomes are always heartfelt, and where making friends is so easy”), Parison (e.g. “Fly to Johannesburg – Gateway to Africa”), Personification (e.g. “A design resort immersing you in the beauty of nature”), and Rhetorical questions (e.g. “Need finances to build your dream home?”). Hutagalung et al. (2023) identified figurative language used in cosmetic advertisements on Indonesian television. The results demonstrated that types of figurative language engaged in the advertisements were Personification (e.g. “Listen to your lips”), Hyperbole (The powerfulness of youthfulness), Repetition (“e.g. “More glowing more beauty”), Metaphor (e.g. “Bright Complete”), and Simile (e.g. “Feel like a queen everyday”).

Pho-Klang (2020) explored figurative language in social media caption for clothing advertisements. Findings were shown that the three most frequently figurative language used were Alliteration (e.g. “Swing into spring style”), Imagery (e.g. “Relax your mood and spend good time in softness and comfort”), and Assonance (e.g. “Denim never fails”). Moreover, the functions of figurative device employed in advertisement captions included describing product features, illustrating the model’s look, action or feeling, and emphasizing product quality. Hesti et al. (2022) investigated figurative language employed in skincare advertisements on Instagram by using stylistic theory. The results revealed that skincare advertisements on Instagram contained rhetorical language styles including Alliteration, Assonance, Asidenton, Polysidenton, Eroticism and Hyperbole. Moreover, figurative language styles were also found including Simile, Personification, Synecdoche, and Metonymy. The function of language styles aims to explain, strengthen and bring life to inanimate objects in Instagram of skincare advertisements. Trakulkasemsuk (2018) investigated the functions of English language used in printed advertisements in facial cosmetic advertisements available in Thai magazines. It was found that English language is used as a tool for presenting meaning, getting attention, enhancing a product’s image and value, and denoting modernization. Amalina (2023) conducted text analysis to examine skincare product advertisements on Instagram. The findings revealed a number of figurative language types, namely positive and negative adjective, imperative sentence, modality, simile, repetition and parallelism, and slogan. Advertisers used these types as a marketing technique to attract consumers, manipulate, and control customers’ minds.

Based on the previous studies above, figurative language was identified as the most favored applied in advertisements. Nonetheless, the figurative language conducted in facial skincare advertisements is insufficient. Moreover, the captions of facial skincare products on Instagram have not been explored. Based on Keraf (2010)'s framework, Salim and Purwaningtyas (2022) analyzed rhetoric and figurative language in cosmetics advertisements on Instagram. For skincare product advertisements, Hesti et al. (2022) examined functions of rhetoric and figurative language in skincare advertisement on Instagram by using stylistic theory. Amalina (2023) explored language used in skincare product advertisements found on Instagram and advertisers' strategies to promote their brands by employing three-dimensional frameworks proposed by Fairclough. However, figurative language used particularly in facial skincare advertisements is underexplored. Moreover, the figures of rhetoric and analogy of Keraf (2005) which were especially created a particular effect to analyze the language used in advertisements of facial skincare products' captions on Instagram are rarely employed. Therefore, this study aimed to examine the way in which figurative language is used in facial skincare advertisements on Instagram to better understand how advertisers employ language styles to promote their products.

Objectives of the Study

1. To investigate the types of figurative language used in facial skincare advertisements on Instagram.
2. To explain the reasons for employing figurative language used in facial skincare advertisements on Instagram.

Conceptual Framework

As shown in Figure 1, the conceptual framework in this study represents the relationships between key concepts, variables, and theory relevant to the study. To elaborate, the current study aimed to explore language used in facial skincare advertisements available on Instagram in terms of types of figurative language and the reasons why the facial skincare product advertisers employed those types of figurative language. Figurative language framework proposed by Keraf (2005), which was further divided into figures of rhetoric and figures of analogy, was employed to elicit the data in this research

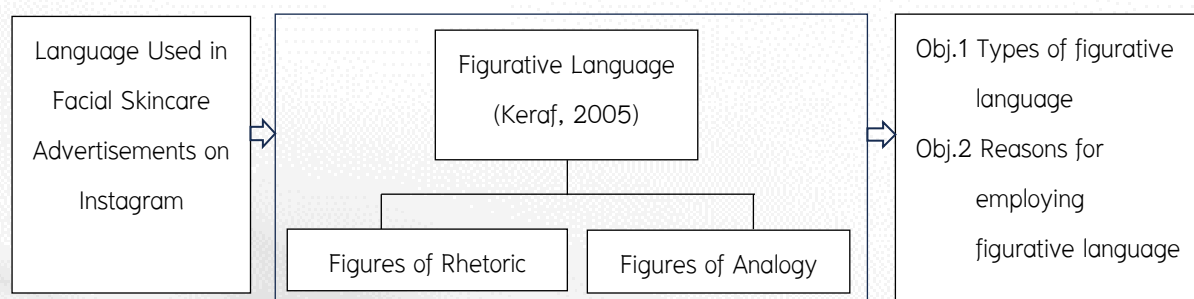


Figure 1 Conceptual Framework

Keraf (2005) categorized figurative language in advertisements into two groups: figures of rhetoric and figures of analogy. Figures of rhetoric refer to the strategic use of language to persuade customers to buy products, influencing emotions, logic, and trust such as Alliteration, and hyperbole whereas figures of analogy are a literary

device that creates a comparison between two very different things in order to explain a concept or highlight their similarities such as Similes and Metaphors. Figures of rhetoric and figures of analogy and their definitions along with an example are described below.

Figures of rhetoric:

1. Alliteration: The same consonant sound or sounds appear at the beginning of two or more words that are close to each other, e.g. sea, sun, sand, seclusion.
2. Assonance: A repetition of similar vowel sounds preceded or followed by different consonant such as I hate to wait.
3. Anastrophe: Inverting the usual word order in a sentence such as People that he had known all his life; he didn't really know.
4. Apophasis: The writer pretends to hide something, but he actually shows it, e.g. I don't want to say that your daughter has been pregnant.
5. Asyndeton: The omission of the conjunctions that ordinarily join coordinate words, phrases or clauses, e.g. I came, I saw, I conquered.
6. Polysyndeton: The opposite of asyndeton. Some series words, phrases, or clauses is connected each other with conjunction such as This semester I am taking English and history and biology and mathematics and sociology.
7. Ellipsis: The deliberate omission of a word or words in a sentence that can be interpreted by the readers or the listeners such as If you fail to do your job...but we won't talk about this.
8. Hyperbatons: Saying something illogically, e.g. The cart goes away in front of the horse.
9. Pleonasm: The use of more words to express an idea in a sentence or phrase such as The red blood wet his body.
10. Periphrasis: Almost the same as pleonasm, which is using word more than it should be. The difference is that the word can be substituted with one word, e.g. The answer of your demand is no (refuse).
11. Prolepsis: Using a word or some words before the idea or the event happens such as On a bad day, he drove a motorcycle.
12. Eroteme: A question doesn't need an answer to reach a deeper effect, e.g. Doesn't he deserve a dinner that looks as good as yours?
13. Epanorthosis: At first, Epanorthosis is asserting something, but then improve it such as I have visited the place four times, no, five times.
14. Hyperbole: An exaggerate statement, by exaggerating something, e.g. I'll die if I don't pass this course!.
15. Paradox: Speech that contains opposition or contrasts with the real fact such as Enemy is usually a close friend.
16. Oxymoron: The use of two terms which are ordinarily contradictory, e.g. Expression like sweet pain, luxurious poverty.

Figures of analogy:

1. Simile: Something is the same as the other thing by the use of words such as like, the same as, similar to, resembles and the like such as Trying to get any response from the class was like trying to strike a match on a blancmange.
2. Metaphor: The comparison that does not use word such as like, the same as, similar to, resembles and the like so that the first thing is connected with second thing directly such as Word is sharp sword.
3. Allegory: A brief story or narrative that contains analogy. It has an ulterior meaning beneath the surface one.
4. Personification: Inanimate objects as if they have humanity characteristics such as Assignments wait for us.
5. Allusion: Similarity among people, places or events in real life based on presupposition that both the reader and the writer have the same knowledge about it such as Bandung is Paris of Java.
6. Epithet: The use of the word to state a particular characteristic of something or someone such as King of the jungle is for lion.
7. Synecdoche: A part of something to state the whole or vice versa such as Get your foot out of here means get yourself out of here.
8. Metonymy: A word to state other things, because they have close relationship such as The word government of the United States as “White House”.
9. Hypallage: A certain word is used to describe a word that should be applied to another word such as He lies on a worried pillow.
10. Irony: The use of a word in a manner that conveys an opposite meaning to its literal meaning such as This room is very clean, cigarette butt and paper are everywhere.
11. Satire: A figure of speech in which the words laugh at or refuse something. It contains the negative side of human being.
12. Antiphrasis: The use of a word with inverse meaning such as You are indeed a smart student (a foolish student).

Research Methodology

A mixed-methods research design was employed to analyze data in this study. The types of figurative language used in facial skincare advertisements on Instagram were investigated through a quantitative method using descriptive statistics and the possible reasons of advertisers to employ those types of figurative language were analyzed by using content analysis as a qualitative approach.

Data Collection

In order to achieve the objectives of this study, sampled advertisement captions were purposively selected from the Instagram of the top five purchased facial skincare products in 2024, namely L’Oréal, Nivea, Lancôme, Guerlain, and Estée Lauder, according to Today Bizview (2024). The chosen advertisements captions must contain figurative language and was published during 2024–2025. Totally, there were 100 sample group captions, divided into 20 captions of each facial skincare brand. To facilitate the data analysis, captions displayed in the form of written statements and expressions appeared in the advertisements of the five brands on Instagram were

duplicated and arranged in the table on Microsoft Word, that is one column for advertising captions and another column for the types of figurative language.

Data Analysis

Data analysis of this study was conducted by using Keraf (2005)'s framework which categorizes figurative language in advertisements into two groups: figures of rhetoric and figures of analogy. To identify the types of figurative language used in facial skincare advertisements on Instagram, words, phrases, and sentences appeared in the captions were thoroughly analyzed by using descriptive statistics including frequency and percentage. Then the content analysis was utilized to explain the reasons behind the use of figurative language in facial skincare advertisements. To increase credibility and accuracy of the data analysis., three inter-raters who have experience in the field of English teaching were invited to verify the findings from the content analysis. The inter-rater reliability showed a value of Cohen's Kappa at 0.90 ($p < .05$) which demonstrated a high level of agreement between raters' judgments on the reasons the researchers provided for the use of figurative language in this study.

Research Results

The results of this study are illustrated in two sections according to the research objectives: 1) types of figurative language used in facial skincare advertisements on Instagram and 2) possible reasons for using figurative language in facial skincare advertisements on Instagram.

Table 1 Overall Frequency and Percentage of Figurative Language Used in Facial Skincare Advertisements on Instagram

Rank	Types	Freq.	%	Rank	Types	Freq.	%
1	Hyperbole	64	15.96	13	Paradox	4	0.98
2	Personification	44	10.83	14	Anastrophe	3	0.73
3	Alliteration	37	9.11		Polysyndeton	3	0.73
4	Asyndeton	35	8.62		Hyperbaton	3	0.73
5	Imperation*	31	7.63		Hypallage	3	0.73
6	Assonance	30	7.38	15	Oxymoron	2	0.49
7	Comparison*	22	5.41		Allegory	2	0.49
8	Prefixation*	17	4.18		Metonymy	2	0.49
	Numeration*	17	4.18	16	Apophysis	1	0.24
9	Pleonasm	12	2.95		Ellipsis	1	0.24
10	Prolepsis	11	2.70		Epanorthosis	1	0.24
	Erotema	11	2.70		Allusion	1	0.24
	Metaphor	11	2.70		Synecdoche	1	0.24
11	Simile	10	2.46		Irony	1	0.24
	Repetition*	10	2.46		Satire	1	0.24
12	Periphrasis	7	1.72		Antiphrasis	1	0.24
	Epithet	7	1.72				
Total						406	100

* Remark: Types of figurative language emerged during data analysis

1. **Types of figurative language used in facial skincare advertisements on Instagram:** Out of 100 facial skincare advertisement captions on Instagram, 406 expressions were found to contain figurative language.

Table 1 shows overall frequency and percentage of figurative language used in facial skincare advertisements on Instagram. The results reveal that the top three types of figurative language were Hyperbole with 64 times, counted as 15.96% (e.g. “*Watch your skin replump in just one hour!*”), Personification with 44 times, counted as 10.83% (e.g. “*Your skin will thank you.*”), and Alliteration with 37 times, counted as 9.11% (e.g. “*Soft sounds and skincare secrets.*”), respectively.

Moreover, five more techniques employed in facial skincare advertisements which were not aligned with the framework proposed by Keraf (2005) were discovered during the data analysis. Therefore, the researchers classified them into five additional types of figurative language. The first category is “Imperation” which action verb beginning is able to attract the consumers’ attentions on the products, e.g. “*Discover the perfect skincare routine!*” The second is “Comparison.” Comparative adjectives are used to motivate predominantly consumers’ decisions to buy the products, e.g. “*Revitalizing the skin, making its smoother, softer and more radiant.*” The third is “Prefixation.” The prefixes used in facial skincare advertisements were regularly portrayed to play the decisive role in consumers’ perspective. It symbolizes the noticeable improvement in fascinating conditions, e.g. “*Skincare reactivates skin’s renewal & recovery and restores a more youthful look.*” The fourth is “Numeration.” It uses numbers to establish the great credibility and trustworthy of facial skincare products, e.g. “*In 1 month, skin appears 6x firmer, 3x plumper, 2x more radiant.*” The last strategy is “Repetition.” The same words are used repeatedly aiming to boost brand recall, build trust, and improve sales performance, e.g. “*It’s waterproof, sweat-proof, and friction-proof.*”

Table 2 Frequency and Percentage of Figures of Rhetoric and Analogy Types in Facial Skincare Advertisements on Instagram

Figures of Rhetoric Types				Figures of Analogy Types			
Rank	Types	Freq.	%	Rank	Types	Freq.	%
1	Hyperbole	64	28.44	1	Personification	44	52.38
2	Alliteration	37	16.44	2	Metaphor	11	13.09
3	Asyndeton	35	15.55	3	Simile	10	11.90
4	Assonance	30	13.33	4	Epithet	7	8.33
5	Pleonasm	12	5.33	5	Hypallage	3	3.59
6	Prolepsis	11	4.90	6	Allegory	2	2.38
	Eroteme	11	4.90		Metonymy	2	2.38
7	Periphrasis	7	3.15	7	Allusion	1	1.19
8	Paradox	4	1.77		Synecdoche	1	1.19
9	Anastrophe	3	1.33		Irony	1	1.19
	Polysyndeton	3	1.33		Satire	1	1.19
	Hyperbaton	3	1.33		Antiphrasis	1	1.19
10	Oxymoron	2	0.88				

Table 2 (Cont.)

Figures of Rhetoric Types				Figures of Analogy Types		
11	Apophasis	1	0.44			
	Ellipsis	1	0.44			
	Epanorthosis	1	0.44			
Total		225	100	Total	84	100

Table 2 illustrates the rank of figures of rhetoric types in facial skincare advertisements on Instagram. It is found that the top three types of figures of rhetoric were Hyperbole with 64 times, account for 28.44% (e.g. *“Rebuild your routine with oil serum for deep youth repair from the first drop.”*), followed by Alliteration with 37 times, account for 16.44% (e.g. *“Worth the wait anyways!”*), and Asyndeton with 35 times, account for 15.55% (e.g. *“One pad, shake it, swipe it.”*), respectively.

In addition, it presents the top three types of figures of analogy in facial skincare advertisements on Instagram including Personification with 44 times, account for 52.38% (e.g. *“Don’t let your skin face the day alone.”*), followed by Metaphor with 11 times, account for 13.09% (e.g. *“It doubles on crow’s feet and dark spots.”*) Simile with 10 times, account for 11.90% each (e.g. *“When your skin care feels like a relaxing bedtime story.”*)

2. Reasons for using figurative language in facial skincare advertisements on Instagram:

After analyzing the types of figurative language, content analysis was conducted to find out the rationales for employing figurative language found in facial skincare advertisements on Instagram captions. The findings reveal three categories of reasons: getting attention, enhancing a product’s image, and building credibility.

1. Getting attention refers to create a standout impression in advertisement using writing techniques to capture consumer’s attention, altering the focus from “ignoring” to “interested” in the product or advertisement content. Writing techniques for this purpose are Hyperbole (e.g. *“Nothing repairs better.”*), Personification (e.g. *“Say hello to your dynamic anti-aging duo.”*) and Alliteration (e.g. *“Given her the gift of glowing skin.”*).

2. Enhancing a product’s image means the process of creating awareness, feelings, and confidence in a product in consumers’ opinions that is clear and distinct from competitors, through written communication, in order to make the product memorable, build loyalty, and encourage repeat purchases. Writing styles for this objective are Simile (e.g. *“Designed to act as the master architect for your skin.”*), Metaphor (e.g. *“All aboard the golden train of dreams”*), Imperion (e.g. *“Meet No. 1 serum for skin repair.”*)

3. Building credibility is advertisement writing techniques to persuade consumers to trust a product and brand, assuring its quality, effectiveness, and reliable results. This leads to repeat purchases and long-term brand loyalty, achieved by leveraging supporting data, statistics, expert testimonials, and storytelling. Written statements used for this goal are Numeration (e.g. *“8 out of 10 would never stop using it.”*), Comparison (e.g. *“Try to experience a fresher, smoother appearance within an hour.”*), Epithet (e.g. *“The life force of the mythical ten-thousand-generation orchid.”*)

Conclusion

Language used in advertisements is one of the important aspects to be analyzed because the companies could communicate their products to customers honestly and frankly through language (Arjulayana & Enawar, 2022). The purpose of this study was to investigate the types of figurative language used in facial skincare advertisements on Instagram. One hundred top five best-selling facial skincare brands advertising captions on Instagram were purposively selected during 2024 to 2025. Four hundred and six linguistic units of figurative language were analyzed by a mixed-methods approach. Based on Keraf (2005)'s framework, 28 figurative language types were found. The top three types of figurative language were Hyperbole (64 times, 15.96%), followed by Personification (44 times, 10.83%), and Alliteration (37, 9.11%), respectively. The top three rhetoric figurative types included Hyperbole (64 times, 28.44%), followed by Alliteration (37 times, 16.44%), and Asyndeton (35 times, 15.55%), respectively. Additionally, the top three types of figures of analogy consisted of Personification (44 times, 52.38%), followed by Metaphor (11 times, 13.09%), Simile (10 times, 11.90%), respectively. Besides, five additional figurative language types which are not stated in Keraf (2005)'s framework were discovered by the researchers, namely Imperation, Comparison, Prefixation, Numeration, and Repetition.

This study also aimed to explain the reasons for employing figurative language used in facial skincare advertisements on Instagram. Findings from content analysis reveals three reason categories of using figurative language to get attention, enhance a product's image, and build credibility. Summary of the findings is presented in Figure 2.

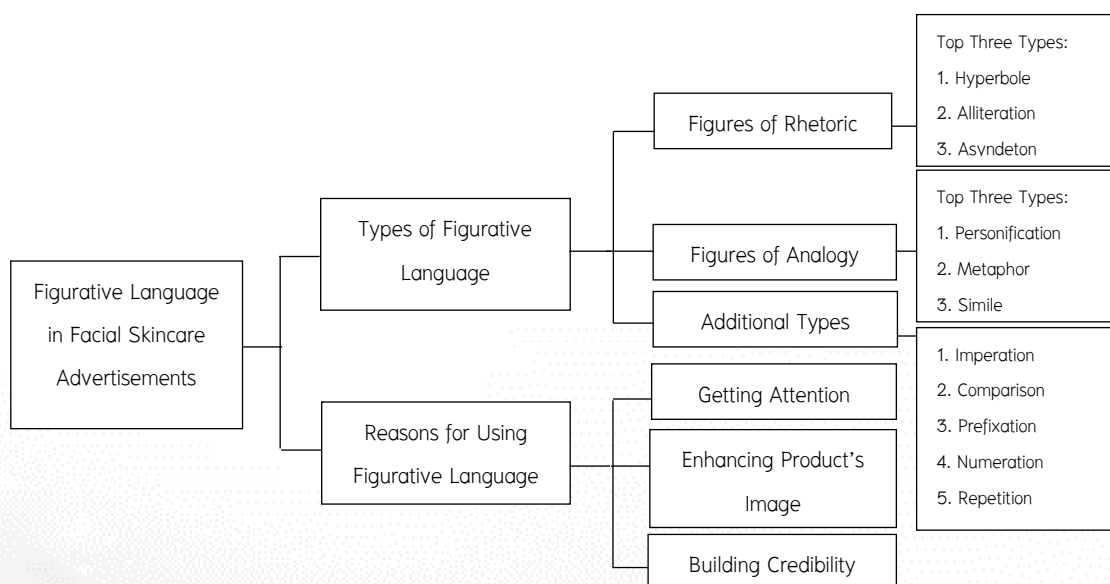


Figure 2 Summary of Findings

Discussion

1. Types of figurative language used in facial skincare advertisements on Instagram:

This study found that Hyperbole (15.96%), Personification (10.83%), and Alliteration (9.11%) were frequently used in facial skincare advertisements on Instagram based on Keraf (2005)'s framework. These findings align with the research of Hesti et al. (2022), Amalina (2023) and Hutagalung et al. (2023), who identified that the figurative types such as Assonance, Alliteration, Hyperbole, Simile, Personification, Imperation, and Repetition

are essential tools in skincare advertisements on Instagram. The consistency of the current study and previous research findings can be explained based on the application of rhetoric devices in beauty advertisements, such as Hyperbole, Personification, Simile, and Alliteration (Shi, 2021). Simply put, the aim of rhetoric devices is to use a variety of linguistic features in order to appeal customers. Appropriate and intelligent use of rhetoric can make the language in facial skincare advertisements on Instagram vivid and full of artistic charm.

Moreover, the study shows five additional types of figurative language employed in facial skincare advertisements on Instagram which were not mentioned in Keraf (2005)'s framework. These include Imperation, Comparison, Prefixation, Numeration, and Repetition. This finding is in line with what revealed in the study of Amalina (2023) who found the use of imperative sentences for manipulating the customers and repetition for enhancing long-term memory of skincare products advertised on Instagram.

Additionally, Amalina (2023) and Hutagalung et al. (2023) discovered that Imperation and Repetition are considered crucial roles in cosmetic advertisements on Instagram and TV, respectively. Obviously, Larasati and Pariyato (2022) realized that Prefixation is one of the most frequency employed in cosmetic products descriptions in U.S. celebrities' beauty brands. Furthermore, Naser (2021) found that Numeric is utilized to emphasize the necessity of the advertisements of health and beauty products for customers' daily lives. Zuhriani (2022) described that Comparison appeared on cosmetic advertisements because the cosmetic products are more remarkable than other competitive brands.

It was mentioned that Hyperbole (15.96%), Personification (10.83%), and Alliteration (9.11%) were the results of the top three of figurative language in facial skincare advertisements on Instagram. The findings of this study are consistent with the result examined by Hesti et al. (2022). The main purpose of utilizing Hyperbole, Personification, and Alliteration on facial skincare advertisements is to influence public's interest in purchasing the products. Furthermore, these aspects are applied to enhance product recognition in the competitive business. Therefore, advertisers attempt to initiate and promote the attractive messages through advertisements.

Noticably, five techniques – Imperation, Comparison, Prefixation, Numeration, and Repetition – did not comply with Keraf (2005)'s framework were identified in advertisements of facial skincare products on Instagram. Facial skincare brands frequently utilize these five techniques in the current online platforms, particularly Instagram, in order to establish impressive and persuasive messages in the immense competitive era. Additionally, these five strategies are constructed to accelerate purchasing decisions. Mukhammadovna and Matluba (2025) found that Imperation is the effective tool employed in advertisements because its feature is concise, clear, memorable, and impactful. The Comparison is frequently used in facial skincare products in accordance with the finding of Zuhriani (2022) found that Comparison is a strategy to illustrate the products as superior among their competitors. In terms of Prefixation and Numeration, Caesary et al. (2022) explored that Prefixation is employed to enhance the appeal of advertisements; and advertisers aim to capture customers' attention including highlight the benefits of the products. In addition to Prefixation, Shi (2021) presented that the use of Numeration enhances the credibility of the advertising contents and the products' effectiveness to consumers, highlighting specific figures make the products' trustworthiness. While the study of Nurlanbek Kyzy (2025) found that Repetition is one of strategies for reinforcing the product, ensuring that the messages were remarkable and favorable in order to embed in consumers memory.

Similar to social media platforms, the study of Anastari et al. (2024) also found that Hyperbole was the most frequent strategy in printed magazines to emphasize product potency. In contrast, the result of Pathumratanathan and Tapinta (2012) found that Eroteme was frequently used in magazine advertisements to engage readers whereas it was less found on Instagram advertisements in this study. Eroteme is a type of a rhetorical strategy which is not a literal question, normally leading to negative meanings. Hence, Eroteme is rarely found in facial skincare advertisements on Instagram. As beauty products, positive language should be used in advertisement content to enhance their images. In conclusion, although the main objectives of advertising, namely getting attention, enhancing product image, and building credibility, remain consistent across media, the linguistic delivery on Instagram is significantly denser and more descriptive than that of traditional printed formats.

2. Reasons for using figurative language in facial skincare advertisements on Instagram:

The result from content analysis reveals three reasons of figurative language use in facial skincare advertisements on Instagram including getting attention, enhancing a product's image, and building credibility. This is in line with Trakulkasemsuk (2018)'s research findings which indicated a role of English language in facial cosmetic advertisements as a tool to get attention, enhance a product's image and value, and denote modernization. It might be because language used in facial skincare advertisements and those found in facial cosmetic advertisements play a similar role in getting attention and creating something memorable for the consumers, and portrayal of an international image.

Besides, this study analyzed the use of comparative language in Instagram advertisements of five facial skincare brands, L'Oréal, Nivea, Lancôme, Guerlain, and Estée Lauder, that have shown continuous growth in skincare market both in Thailand and abroad (Today Bizview, 2024). The five selected brands are categorized into two main groups: high-end brands (Lancôme, Guerlain, and Estée Lauder) known for their patented ingredients, advanced delivery technologies, and proven clinical results. On the other hand, mid-range brands (L'Oréal and Nivea) that combine high-end quality with affordable pricing.

For marketers or content creators, the use of figurative language should align with the communicative objectives at each stage of the marketing strategy. During product launch, Metaphor and Personification bring the products to life, connect it to daily life, and create brand recognition and a sense of closeness. At the stage of product information broadcasting, Simile and Personification clarify complex features or technologies in a simpler way. For sales promotion stage, Hyperbole and Repetition create memorability, stimulating interest and accelerating purchasing decisions. Finally, during the phase of building long-term relationships with consumers, Metaphor, Simile, and Personification help simplify complex information, convey emotions, and foster a stronger connection, trust, and brand recognition among consumers.

Suggestions

Recommendations for Pedagogical Implications

The results of this research can contribute to English language instruction in various aspects. First, the language structures used in facial skincare advertisements such as Hyperbole, Personification, and Alliteration are different from those found in accepted standard English which are the usual correct form. This is due to the fact that the aim of figurative language is to create vivid imagery, evoke emotion, and convey a message

about a product to draw consumers' attention and persuade them to purchase the product (Trakulkasemsuk, 2018). Therefore, the teachers should raise the learners' awareness in terms of English writing techniques used in specific genres with specific purposes.

Second, the results of this research can be presented in an English creative writing class as a guideline for English language learners, especially those who pursue their career as a cosmetic and beauty advertisement content creators and online product reviewers. This knowledge enhances learners' creativity and critical thinking, expands vocabulary, improves persuasive writing skill, as well as allows learners to practice their communication skills to the customers effectively by using figurative language. All these combined can pave the way for the learners to the real world of social media marketing where is highly competitive these days.

Third, based on the research findings, word selection plays an important role in advertisement writing. Words and expressions appeared in facial skincare advertisements are more creative when compared to those used in everyday conversation. This is because skincare products appear as gorgeous items and can give pride and dignity to customers (Lakkam, 2017) such as "reduce impurities in your skin", "get ready for clearer, brighter skin", and "the perfect finishing touch for all your makeup looks!" Thus, the teachers should suggest the learners how to choose the words that provide information about skincare and beautiful images of women that can be used as a linguistic device in promoting a brand, drawing customers' attention, and persuading customers to believe in the advertisements (Amalina, 2023).

Finally, the teachers can adopt facial skincare advertisement captions on Instagram from this study as the authentic materials in English writing classes. These are real-world resources representing genuine language use rather than simplified coursebook materials. With these materials, learners will have more opportunity to connect their language learning experience to figurative language used in real life contexts. According to Chamba et al. (2019), authentic materials help learners produce better language and introduce them to the natural use of the language which attracts their interest and increases positive motivation.

Recommendations for Further Studies

Future studies may conduct the comparative study of figurative language used in advertisements in different social media applications, various products by using another approach in order to realize the writing strategies of advertisements. Moreover, future research should study the effect of figurative language used in product advertisements on social media captions on customers' purchasing decisions to investigate the language vitality across generations.

Obvious limitations of the current study have been exhibited in sampling method and specific selection of the top five best-selling facial skincare brands on Instagram. With the first suggestion, systematic random sampling tends to be more beneficial and generalizable to a larger research repertoire with the enhancement of validity and reliability. Thereby, such methodology is recommended in further research to sample language resources in beauty product advertisements. Secondly, future studies should be proceeded beyond the category of high-end facial skincare brands to foster comprehensive insight and extensive implications of the figurative engagement. Messages expressed on general mass-market and other medical-grade segments should be correlatively taken into account to ascertain figurative language roles with its persuasive and informative functions. Eventually, further investigation

should be spotlighted on the consumers dimension and the degree to which figurative strategies are perceived, interpreted, and responded by message receivers and their behaviors.

Original Contribution to Knowledge

The result of this research contributes to the knowledge of written language in advertisements for English learners. It boosts their creativity and critical thinking in English writing in line with vocabulary expansion. Also, students' persuasive writing skill are enhanced by using figurative language. For the English teachers, facial skincare advertisement captions on Instagram can be used as authentic teaching resources in their writing classes because learners can adapt persuasive language as those employed in the real-life settings.

Author Contributions

Nantawan Kamsuriya: Supervision, Conceptualization, Formal Analysis, Investigation, Writing – Original Draft
 Suwicha Saengroongpetch: Validation, Project Administration, Conceptualization, Investigation, Writing – Original Draft
 Peeradej Koomwongthai: Methodology, Writing – Review & Editing, Conceptualization, Formal Analysis, Investigation
 Nuntiporn Raungsawat: Resources, Visualization, Conceptualization, Formal Analysis, Writing – Original Draft

References

- Alexander, B. N. (2025, November 25). *What is Instagram? Everything you can do on the popular photo-sharing app*. Reader's Digest. <https://www.rd.com/article/what-is-instagram/>
- Amalina, A. (2023). Language use in skincare product advertisements found in Instagram to persuade buyers based on Fairclough's three-dimensional frameworks. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(7), 45–52. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v10i7.4782>
- Anastari, I., Agustina, H. N., & Suharto, R. P. (2024). An Analysis of Figurative Language Used in Fashion and Beauty Advertisements of Red Digital Magazine. *British (Jurnal Bahasa dan Sastra Inggris)*, 13(1), 65–76. <https://doi.org/10.31314/british.13.1.65-76.2024>
- Arjulayana, A., & Enawar, E. (2022). Cosmetics advertisement language through discursive psychology. *Linguists Journal of Linguistics and Language Teaching*, 8(2), 205–215. <https://doi.org/10.29300/ling.v8i2.8016>
- Atmaja, K. (2022). Internet analysis of figurative language in automotive advertisement slogans. *Journal of Pragmatics Research*, 4(1), 18–28. <https://doi.org/10.18326/jopr.v4i1.18-28>
- Bahadur, S. A., Ahmed, R. Z., & Iqbal, R. H. (2025). Analyzing Conceptual Metaphors in Beauty Cream Advertisements: A Corpus-Based Study. *ACADEMIA International Journal for Social Sciences*, 4(3), 825–850. <https://doi.org/10.63056/ACAD.004.03.0417>
- Caesary, A.D. P., Sunra, L., & Mustikawati, Y. (2022). Language style at advertisement in CNN. *Journal of English Literature and Linguistic Studies*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.26858/jells.v1i1.40859>

- Chamba, M., Reinoso, M., & Rengifo, E. (2019). Authentic materials to foster writing skills in college EFL learners. *English Language Teaching*, 12(6), 112–127. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n6p112>
- Gong, N., & Seo, J. (2025). The influence of advertising language and brand loyalty on consumers' purchase intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 37(11), 3464–3481. <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2024-1282>
- Hesti, H., Tang, M. R., & Aj, A. A. (2022). Functions of rhetoric and figurative language in Instagram social media skin care ads. *Journal of Asian Multicultural Research for Social Sciences Study*, 3(2), 44–48. <https://doi.org/10.47616/jamrsss.v3i2.282>
- Hutagalung, N. A., Buulolo, S., & Purba, D. (2023). An analysis of figurative language used in Cosmetic Advertisement on Indonesian Television. *Jurnal Littera: Fakultas Sastra Dharma Agung*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.46930/littera.v2i1.3172>
- Keraf, G. (2005). *Definition of language*. Smarapradipha
- Keraf, G. (2010). *Diksi dan gaya bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ketaren, S. V., Sipahutar, S. R., Marpaung, E. M., & Saragih, E. (2021). Figurative language use in song lyrics in English textbook senior high school. *Linguistic, English Education and Art (LEEA) Journal*, 4(2), 300–305. <https://doi.org/10.31539/leea.v4i2.1997>
- Lakkam, P. (2017). *The lexical collocations used in facial skincare product online advertisements* [Master thesis, Thammasat University]. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5921040373_9112_7285.pdf
- Larasati, C. A., & Pariyanto. (2022). An analysis of word formation process on cosmetic product descriptions in U.S celebrities' beauty brands. *Journal of English Teaching*, 7(2), 179–188. <https://doi.org/10.36456/jet.v7.n02.2022.6332>
- Mandala AI. (2025, July 10). *Updated analysis of the cosmetics market structure*. <https://blog.mandalasystem.com/th/cosmetics-market-in-thailand>
- Meredith, E. (2022). *Figure of speech*. EBSCO Knowledge Advantage. <https://www.ebsco.com/research-starters/literature-and-writing/figure-speech>
- Merriam-Webster Dictionary. (2025, October 10). *Figurative language*. <https://www.merriam-webster.com/grammar/figurative-language>
- Mukhammadovna, J. M., & Matluba, A. (2025). The use of imperative verbs in radio advertising texts. *Journal of Innovation in Educational and Social Research*, 3(3), 59–62. <https://journals.proindex.uz/index.php/JIESR/article/view/2270>
- Naser, H. S. (2021). A multimodal analysis of hyperbolic devices in advertisements of health and beauty products. *Journal of the College of Languages*, 44, 94–118. <https://doi.org/10.36586/jcl.2.2021.0.44.0094>
- Nurlanbek Kyzy, M. (2025) Multimodal advertising strategies in the beauty industry: A case of cosmetic brand. *Open Access Library Journal*, 12(11), 1–18. <https://doi.org/10.4236/oalib.1114420>
- Pathumratanathan, P., & Tapinta, P. (2012). An investigation on figurative language employed in English advertisements in in-flight magazines. *Journal of Studies in the Field of Humanities*, 19(1), 215–232.

- Pho-Klang, K. (2020). Figurative language in social media captions for clothing advertisements. *Rangsit Journal of Social Sciences and Humanities*, 7(2), 33–40. <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/jcsh/article/view/3681/2634>
- Qader, K. S., Hamza, P. A., Othman, R. N., Anwer, S. A., Hamad, H. A., Gardi, B., & Ibrahim, H. K. (2022). Analyzing different types of advertising and its influence on customer choice. *International Journal of Humanities and Education Development (IJHED)*, 4(6), 8–21. <https://doi.org/10.22161/jhed.4.6.2>
- Salim, S., & Purwaningtyas, I. (2022). Analysis of language styles: Rhetoric and figurative language in makeup advertisement on Instagram. *Proceedings of the 2nd International Conference on Language, Literature, Education, and Culture, ICOLLEC 2022* (pp. 1–10). ICOLLEC. <https://doi.org/10.4108/eai.11-11-2022.2329359>
- Septiana, A. K. (2022). The Use of Language Function in Maybelline New York Cosmetic Advertisements. *Wacana Saraswati Majalah Ilmiah Tentang Bahasa Sastra Dan Pembelajarannya*, 22(1). <https://doi.org/10.46444/wacanasaraswati.v22i1.398>
- Shi, J. (2021). On application of rhetorical devices to cosmetic advertisements. *Open Journal of Modern Linguistics*, 11(3), 315–326. <https://doi.org/10.4236/ojml.2021.113025>
- Srichaiwong, P. (2020). English for communication in cosmetic advertisements from web pages. *Academy Journal of Northern*, 7(2), 29–39. <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/1440>
- Statista. (2025, June 12). *Number of Instagram users worldwide from 2013 to 2025*. <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users>
- Today Bizview. (2024, July 11). *10 Most valuable skincare and cosmetics brands in the world*. <https://www.workpointtoday.com>
- Trakulkasemsuk, W. (2018). Roles of English in facial cosmetic advertisements in Thai magazines. *Journal of English Studies*, 13(1), 24–43. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsel/article/view/159271>
- Yusuf, A. H. S. M., & Abas, N. M. (2024). Exploring the impact of language in advertising on consumers' purchase intentions: A thematic literature analysis. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(9), 3560–3572. <https://dx.doi.org/10.47772/IJRISS.2024.8090297>
- Zuhriani, V. (2022). The analysis of cosmetic advertising language by using presupposition approach. *Journal of Languages Studies*, 10(2), 20–28. <https://doi.org/10.26740/lh.v10n2.p20-28>

การศึกษาขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงาน
ของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
THE STUDY OF RITUAL PROCEDURES AND BELIEFS RELATED TO MARRIAGE
AMONG THAIS OF HAKKA-CHINESE DESCENT IN HAT YAI DISTRICT,
SONGKHLA PROVINCE

ญาฎา ยอดสุวรรณ¹, สุพิชญา สุขขวัญ², หฤทัย ไชยรักษ์³ และ บุญทิวา จันทระเจริญ^{4*}
Yada Yodsuwan¹, Suphitchaya Sukkhwon² Haruethai Chairak³ and Bunthiwa Jantarajoen^{4*}

1, 2, 3, 4มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ 15 ถ.กาญจนวนิชย์ ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 ประเทศไทย

1, 2, 3, 4Prince of Songkla University, Hatyai Campus, 15 Kanchanavanich Rd., Kho Hong Sub-district, Hat Yai District,
Songkhla Province 90110 Thailand

*Corresponding author E-mail: Bunthiwa.s@psu.ac.th

(Received: Dec 27, 2025; Revised: Jun 30, 2026; Accepted: Jun 30, 2026)

บทคัดย่อ

การแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา คือประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและความเชื่อของสังคมชาวจีนโพ้นทะเล งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลที่อาศัยอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้แนวคิดการย้ายถิ่นฐานและแนวคิดการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมมาประกอบการศึกษา ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะจงกับกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนฮากกาที่อาศัยอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่เคยผ่านการแต่งงานหรือมีประสบการณ์การเข้าร่วมพิธีแต่งงานแบบฮากกาและมีอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างในรูปแบบเจาะลึกรายบุคคล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ขั้นตอนพิธีกรรมการแต่งงานมีทั้งหมด 15 ขั้นตอนย่อย ได้แก่ 1) การจัดหาแม่สื่อ 2) การตรวจดูดวงความสมพงศ์ของดวงชะตา 3) การตรวจพื้นฐานความเป็นอยู่ของบ้านฝ่ายชาย 4) การลู่ขอ 5) การจัดขบวนรับตัวเจ้าสาว 6) การเดินทางของเจ้าบ่าวมายังบ้านเจ้าสาว 7) การมอบสินสอด 8) การสวมแหวนหมั้นให้กันและกัน 9) การเดินทางออกจากบ้านของเจ้าสาว 10) การเดินทางมาถึงบ้านเจ้าบ่าว 11) การไหว้บรรพบุรุษ 12) การกินบัวลอยและไข่ต้ม 13) การยกน้ำชา 14) การจัดงานเลี้ยงมงคลสมรส และ 15) การเข้าห้องหอ ส่วนความเชื่อในการแต่งงานมีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านตัวเลข 2) ด้านอาหารและผลไม้ และ 3) ด้านสิ่งของ การแต่งงานในรูปแบบของชาวจีนฮากกาในอำเภอหาดใหญ่ยังคงอ้างอิงจากรูปแบบฮากกาดั้งเดิม แต่เนื่องด้วยความแตกต่างทางวัฒนธรรมการแต่งงานตามพื้นถิ่นของอำเภอหาดใหญ่ การเปลี่ยนผันของเวลาและเศรษฐกิจในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ทำให้การผสมผสานทางวัฒนธรรมและมีการปรับลดขั้นตอนลงเพื่อความสะดวกรวดเร็วของการจัดงานแต่งงานของเจ้าบ่าวและเจ้าสาว อีกทั้งยังเป็นไปตามความเหมาะสมของช่วงเวลา การศึกษาครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า การอพยพย้ายถิ่นฐานและการผสมผสานทางวัฒนธรรมนั้นมีผลต่อการสืบทอดเปลี่ยนแปลง

¹⁻³ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์

⁴ อาจารย์ ดร. หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์

ทางประเพณีและวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ชาวจีนฮากกาก็ยังคงรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ พร้อมทั้งมีการปรับตัวให้เหมาะสมกับรูปแบบการแต่งงานในสมัยปัจจุบัน

คำสำคัญ: พิธีกรรม, ความเชื่อ, การแต่งงาน, ชาวจีนโพ้นทะเล, คนไทยเชื้อสายจีนฮากกา

ABSTRACT

Wedding of Thai people of Hakka-Chinese descent is an overseas Chinese tradition that reflects their culture and beliefs. The objective of this research was to study the changes in ritual practices and beliefs of Thai people of Hakka-Chinese descent, who are part of the overseas Chinese community living in Hat Yai District, Songkhla Province. This study employed the concepts of migration and cultural assimilation and was conducted using purposive sampling. The informants were Hakka-Chinese residents of Hat Yai aged over 50 who had experience attending Hakka-style wedding ceremony. Semi-structured in-depth interviews and content analysis revealed that there were 15 procedures in the wedding ritual: 1. arranging a matchmaker, 2. checking astrological compatibility, 3. assessing the living conditions of the groom's family, 4. arranging the wedding proposal ceremony, 5. organizing the wedding procession to the bride's house, 6. proceeding to the bride's house, 7. giving the dowry, 8. exchanging engagement rings, 9. escorting the bride from her house, 10. arriving at the groom's house, 11. worshipping the ancestors, 12. eating glutinous rice balls and boiled eggs, 13. holding the tea offering ceremony, 14. holding the wedding banquet, and 15. entering the bridal chamber. Additionally, the study also revealed three main aspects of beliefs related to marriage: 1. numerology, 2. foods and fruits, and 3. ritual items. Although Hakka-style weddings in Hat Yai still follow traditional Hakka customs, cultural differences exist. The passage of time and the local economy have led to cultural integration and a reduction in the number of wedding ritual steps for the couple's convenience in arrangement, as well as suitable timing. This study reflects that migration and cultural integration have influenced the transmission and transformation of cultural traditions. However, Thai people of Hakka-Chinese descent continue to preserve their original identity while adapting to contemporary wedding customs.

KEYWORDS: Ritual, Beliefs, Wedding, Overseas Chinese Communities, Thai People of Hakka-Chinese Descent

บทนำ

การแต่งงานหมายถึงการที่ชาย-หญิง มีความรักใคร่ต่อกันจนสุขเกษม มีความเห็นอกเห็นใจกันและพร้อมที่จะดำเนินชีวิตร่วมกันเป็นครอบครัวอย่างสามัคคี (Chotikasemsi, 2012) กล่าวได้ว่าการแต่งงานนั้นเป็นรากฐานที่สำคัญในการสร้างครอบครัว คือการที่ชายหญิงเห็นพ้องต้องกันในการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันแบบได้รับการยอมรับจากสังคมและกฎหมาย ในอดีตการแต่งงานมักเกิดขึ้นในเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันเท่านั้น เนื่องจากในขณะนั้นการเดินทางติดต่อกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นเป็นไปได้ยาก จึงจำเป็นที่จะต้องเลือกคู่ครองภายในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน (Supharchan et al., 2016) แต่ในปัจจุบันประชากรจากทั่วทุกมุมโลกสามารถเดินทางติดต่อกันอย่างเสรี ดังนั้นการเคลื่อนย้ายของประชากรทั้งโลกจึงเป็นความปกติที่พบเห็นได้ทั่วไป เช่นเดียวกับประชากรจีน ซึ่งเป็นอีกกลุ่มชาติพันธุ์ที่พบการเดินทางอพยพมาตั้งถิ่นฐานในต่างประเทศรวมถึงประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ชาวจีนอพยพบางส่วนจึงได้มีโอกาสแต่งงานกับชาวพื้นเมืองในไทย จากหลักฐานบันทึกทางประวัติศาสตร์มีการรายงานไว้ว่า ในประเทศไทย

พบการแต่งงานระหว่างชาวจีนอพยพและชาวไทยในท้องถิ่น (Siripaisarn & Kanchanadit, 2009) และภายหลังการแต่งงานก็ได้มีทายาทสืบเชื้อสายตามธรรมชาติ ลูกหลานของพวกเขาจึงถูกเรียกขานว่า “คนไทยเชื้อสายจีน” หรือ “ชาวไทยเชื้อสายจีน” ซึ่งยังสามารถแยกได้เป็นหลายกลุ่มตามถิ่นฐานเดิมของบรรพบุรุษ

คนไทยเชื้อสายจีนในประเทศไทยมีหลากหลายกลุ่ม หากจะยึดตามภูมิลำเนาของบรรพบุรุษก่อนที่อพยพมานั้นอาจแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม อันได้แก่ 1) จีนแต้จิ๋ว (潮州) เป็นกลุ่มที่บรรพบุรุษได้อพยพมาจากทางตะวันออกเฉียงเหนือของมณฑลกวางตุ้ง 2) จีนฮกเกี้ยน (福建) เป็นกลุ่มที่บรรพบุรุษได้อพยพมาจากทางตอนใต้ของมณฑลฝูเจี้ยน 3) จีนไหหลำ (海南) เป็นกลุ่มที่บรรพบุรุษได้อพยพมาจากที่ราบและบริเวณชายฝั่งทะเลของเกาะไหหลำ 4) จีนฮากกา (客家) เป็นกลุ่มที่บรรพบุรุษได้อพยพมาจากบริเวณเจียงอีโจว (嘉应州) หรือคือพื้นที่เหมายโจว (梅州) ในปัจจุบัน และเมืองเจาโจว (潮州) ในมณฑลกวางตุ้ง และปลายตะวันตกเฉียงใต้ของมณฑลฝูเจี้ยน และบริเวณเกาะต่าง ๆ เช่น เกาะไต้หวัน (台湾) และเกาะไหหลำ (海南) และ 5) จีนกวางตุ้ง (广东) บรรพบุรุษได้อพยพมาจากมณฑลกวางตุ้ง ในเขตจังหวัดกวางโจวฝู (广州府) (Kasetsiri, 2005) พบหลักฐานว่าชาวจีนได้อพยพเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่สมัยสุโขทัย และพบได้แพร่หลายในสมัยอยุธยา (Amornwanitsak, 2024) ชาวจีนอพยพเข้ามายังประเทศไทยด้วยหลายสาเหตุ ในหลายยุคสมัย ทั้งเหตุผลจากภัยธรรมชาติ ความแห้งแล้ง การเมืองเพื่อแสวงหาช่องทางทำมาหากินและเพื่อแสวงหาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบชาวจีนอพยพมาเป็นจำนวนมากในปี พ.ศ. 2459 (Siripaisarn et al., 2006) โดยมีหลากหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มชาวจีนกวางตุ้ง (广东华人) กลุ่มชาวจีนแต้จิ๋ว (潮州华人) กลุ่มชาวจีนฮากกา (客家华人) กลุ่มชาวจีนฮกเกี้ยน (福建华人) และกลุ่มชาวจีนไหหลำ (海南华人) หนึ่งในนั้นคือกลุ่มชาวจีนฮากกาเป็นกลุ่มชาวจีนที่พบการตั้งถิ่นฐานอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2452 (Ma, 2021) ชาวจีนกลุ่มนี้มีการตั้งถิ่นฐานกระจายตามพื้นที่หาดใหญ่และใกล้เคียง ทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างเมืองหาดใหญ่เป็นอย่างมาก (Mahattanobol, 2005) ซึ่งหนึ่งในบุคคลสำคัญที่มีบทบาทในการสร้างเมืองหาดใหญ่ คือ ท่านขุนนิพัทธ์จินนคร หรือเจียกี้ซี้ (谢枢泗) ผู้เป็นต้นตระกูล “จิระนคร” ก็เป็นหนึ่งในชาวจีนฮากกาที่ได้อพยพมาจากเมืองกวางตุ้งของจีน ในปี พ.ศ. 2449 เป็นต้นมา ท่านได้พัฒนาเมืองหาดใหญ่จนได้กลายเป็นเมืองสำคัญทางเศรษฐกิจทางภาคใต้เมืองหนึ่งของประเทศไทย อีกทั้งท่านยังอุทิศที่ดินส่วนตัวให้กับเทศบาลนครหาดใหญ่ในการสร้างสนามกีฬาจิระนคร โรงเรียนหาดใหญ่วิทยาลัย และโรงพยาบาลหาดใหญ่ เป็นต้น (Ma, 2021) ปัจจุบันในเขตพื้นที่หาดใหญ่ยังคงมีคนไทยเชื้อสายจีนฮากกาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก เห็นได้จากการรวมกลุ่มกันก่อตั้งสมาคมจีนและทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในสมาคมฮากกาหาดใหญ่ (合艾客家会馆) นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2449 ที่ชาวจีนฮากกาได้มีการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในอำเภอหาดใหญ่ แสดงให้เห็นถึงการดำรงอยู่ของชาวจีนฮากกาและสืบทอดเชื้อสายของตนในแผ่นดินหาดใหญ่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สะท้อนให้เห็นว่าชาวจีนฮากกา มีการสืบทอดเชื้อสายและถ่ายทอดวัฒนธรรมต่าง ๆ ไปสู่รุ่นลูกและรุ่นหลานตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ซึ่งหนึ่งในวัฒนธรรมสำคัญที่ถ่ายทอดไปสู่รุ่นลูกหลานของชาวจีนฮากกา คือ พิธีกรรมการแต่งงาน

การแต่งงานถือเป็นพิธีกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งในชีวิต เพราะเป็นกลไกสำคัญในการสืบทอดกลุ่มชาติพันธุ์ ประเพณีและวัฒนธรรมสู่รุ่นลูกหลาน ซึ่งลักษณะของพิธีกรรมนี้จะมีความแตกต่างกันตามแต่ละชุมชน สังคม วัฒนธรรม รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ อย่างไรก็ตามลักษณะของพิธีกรรมไม่ได้ขึ้นอยู่กับธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาแต่เพียงเท่านั้น หากแต่ยังเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการให้ความสำคัญกับพิธีการแต่งงานของแต่ละครอบครัวด้วย (Yanyongkasemsuk, 2015) ทีเดียวได้ว่า ความแตกต่างของพื้นที่ ถิ่นฐาน และความเชื่อล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลและก่อให้เกิดรูปแบบ ขั้นตอน พิธีกรรมการแต่งงานที่แตกต่างกัน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนของพิธีกรรมนั้นมักจะแฝงไปด้วยความเชื่อความศรัทธาที่แตกต่างกัน ต่างพื้นที่ ต่างชาติพันธุ์ ต่างครอบครัวอาจจะมีความเชื่อที่แตกต่างกันออกไป คณะผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและหาข้อมูลขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกาพบว่า ข้อมูลที่ปรากฏเป็นลายลักษณ์อักษรยังพบค่อนข้างน้อย ข้อมูลที่พบ

เกี่ยวกับชาวจีนฮากกาส่วนใหญ่มักเป็นข้อมูลโดยภาพรวมของชาวจีนฮากกาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย แต่ยังขาดข้อมูลที่ระบุถึงถึงพิธีการแต่งงานของชาวจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทำให้ขาดแหล่งศึกษาเรียนรู้สำหรับผู้สนใจในเรื่องนี้ ด้วยเหตุที่ต้องการเติมเต็มองค์ความรู้ในประเด็นดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษาขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ด้านนี้ขึ้นใหม่และบันทึก เผยแพร่อย่างเป็นระบบ โดยหวังว่าอาจเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการแต่งงานของชาวจีนฮากกาเอาไว้ ทั้งยังสามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงสำหรับผู้สนใจต่อไปในอนาคต

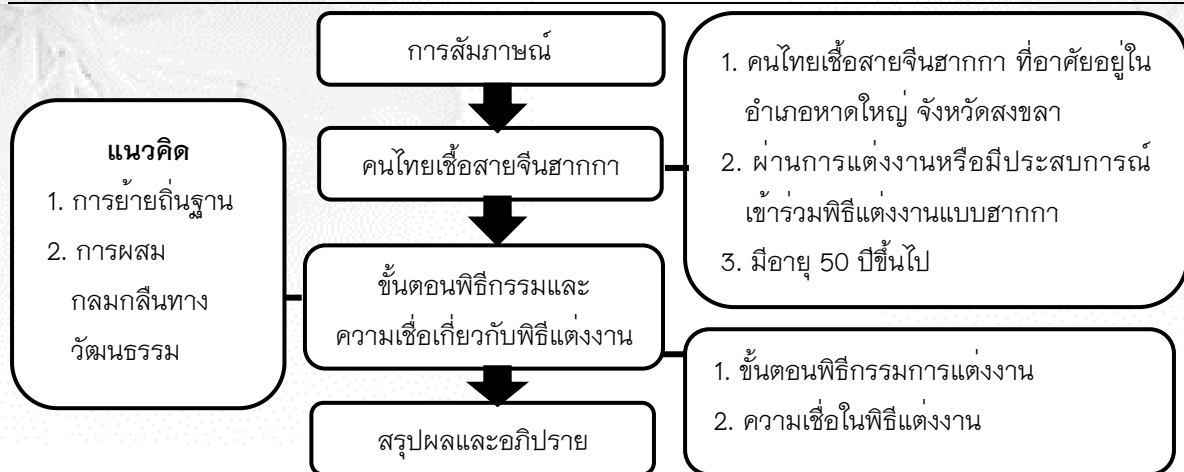
นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและหาข้อมูลแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดการย้ายถิ่นฐานและแนวคิดการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม โดยแนวคิดการย้ายถิ่นฐานหมายถึงการเปลี่ยนที่อยู่โดยไม่มีข้อกำหนดด้านระยะทางระหว่างจุดเริ่มต้นหรือถิ่นเดิมกับปลายทางหรือถิ่นใหม่ แม้ว่าจะเป็นการย้ายจากห้องพักหนึ่งไปยังอีกห้องหนึ่งภายในอพาร์ทเมนต์หลังเดียวกันก็นับว่าเป็นการย้ายถิ่นฐาน ซึ่งองค์ประกอบของการย้ายถิ่นฐานจะประกอบไปด้วย จุดเริ่มต้น ปลายทาง และอุปสรรคระหว่างทาง (Lee, 1966) ดังนั้นการเลือกสถานที่ ชุมชน เมือง หรือประเทศจุดหมายปลายทางล้วนมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะหากย้ายถิ่นฐานไปยังสถานที่จุดหมายปลายทางนั้นแล้วเลี้ยวไม่ได้ที่จะต้องพบเจอกับอุปสรรค จำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อที่จะสามารถใช้ชีวิตอยู่ในสังคมนั้น ๆ ได้อย่างเป็นสุข ด้วยเหตุนี้จึงเชื่อมโยงมาสู่แนวคิดผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม กล่าวคือการที่กลุ่มชนชาติหนึ่งผสมผสานกลมกลืนกับกลุ่มชนชาติอื่นนั้นย่อมประกอบด้วย 2 ประการ ประการแรก คือ มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมเกิดขึ้น “ชนกลุ่มน้อยที่เป็นชนชาติอื่นได้รับเอาวัฒนธรรมของชนกลุ่มใหญ่ที่เป็นเจ้าของประเทศ” และประการที่สองคือ มีการผสมผสานชาติพันธุ์เกิดขึ้น “การแต่งงานกันระหว่างชนกลุ่มน้อยกับชนกลุ่มใหญ่ ซึ่งเป็นการแต่งงานข้ามเผ่าพันธุ์” (Burutphot, 1975) เช่นนี้แล้วคนจีนเป็นชนกลุ่มน้อยที่อพยพย้ายถิ่นเข้ามาในประเทศไทยจึงย่อมได้รับเอาวัฒนธรรมของชนกลุ่มใหญ่ที่เป็นเจ้าของประเทศ และเมื่อเกิดการแต่งงานข้ามเผ่าพันธุ์ระหว่างคนจีนที่เป็นชนกลุ่มน้อยและคนไทยที่เป็นเจ้าของประเทศก็ยิ่งก่อให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมในระดับครอบครัวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนพิธีกรรมเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยนี้ ผ่านการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและตีความข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่ออธิบายขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยบูรณาการจากแนวคิดการย้ายถิ่นฐาน (Lee, 1966) และแนวคิดการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม (Satsanguan, 1999) ในการวิเคราะห์ข้อมูล แนวคิดดังกล่าวช่วยอธิบายการเคลื่อนย้ายของวัฒนธรรมและกระบวนการปรับตัวในบริบทใหม่ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อตามช่วงเวลาและสถานที่ที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การตีความข้อมูลมีความเป็นระบบและสะท้อนความเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ชัดเจน ดังแผนภาพนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีประเด็นการศึกษาคือ ศึกษาขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้แนวคิดการย้ายถิ่นฐาน และการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม

1. ประชากร คือ คนไทยเชื้อสายจีนฮากกาที่อาศัยอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. กลุ่มตัวอย่าง มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์ คือ คนไทยเชื้อสายจีนฮากกาที่อาศัยอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยผ่านการแต่งงานหรือมีประสบการณ์การเข้าร่วมพิธีการแต่งงานแบบฮากกาและมีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview) และเนื่องจากคณะผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล ตามจุดประสงค์ของงานวิจัย และด้วยบริบทของกลุ่มประชากรดังกล่าวที่อาศัยในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จะค่อนข้างมีอายุและไม่สะดวกในการให้ข้อมูลกับคนแปลกหน้า การเข้าถึงประชากรจึงทำผ่านผู้นำสมาคม แม้กระนั้นก็ยังพบผู้ที่เกี่ยวข้องข้อมูลดังกล่าวและมีความยินยอมที่จะให้สัมภาษณ์ค่อนข้างจำกัด
3. เครื่องมือวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) โดยมีการตั้งคำถามที่มีประเด็นหลัก ได้แก่ ขั้นตอนพิธีกรรม และความเชื่อในการแต่งงานของชาวจีนฮากกาในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งคำถามได้ผ่านการประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิไว้ล่วงหน้าแล้ว ในระหว่างการสัมภาษณ์สามารถยืดหยุ่นในการถามได้ เช่น อาจมีการตั้งคำถามเพิ่มเติมต่อจากการให้ข้อมูลที่นำเสนอจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและก่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้น มีการบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์แล้วนำมาถอดความ เพื่อความถูกต้องและสะดวกในการนำข้อมูลที่ได้ออกจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ในภายหลัง ทั้งนี้ก่อนการสัมภาษณ์ได้แจ้งกลุ่มตัวอย่างทราบถึงวัตถุประสงค์ของการบันทึกเสียง คือเพื่อความถูกต้องในการศึกษาขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เท่านั้น

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้ได้รับปริญญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาภาษาจีน หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 คน และมีค่าประเมินในแต่ละคำถามเป็น 0.66-1 ซึ่งถือว่าผ่านการประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย

4. การรวบรวมข้อมูล ขั้นตอนแรก คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาจากสื่อ ได้แก่ หนังสือ วารสาร และบทความ เพื่อปูพื้นฐานแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและนำมาเป็นส่วนช่วยในการออกแบบคำถามในการสัมภาษณ์ ขั้นตอนที่สอง คณะผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ในรูปแบบเจาะลึกรายบุคคล และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์จากคำตอบของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งหัวข้อหลักในการวิเคราะห์ คือ ขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยนำเสนอข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างองค์ความรู้และอนุรักษ์ขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงาน

ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา อายุ 50 ปีขึ้นไป ซึ่งเคยมีประสบการณ์การแต่งงานหรือเข้าร่วมการแต่งงานแบบฮากกามาด้วยตนเอง จำนวน 5 คน พบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนพิธีกรรมการแต่งงานและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขั้นตอนพิธีกรรมการแต่งงาน มีทั้งหมด 15 ขั้นตอนย่อย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ขั้นตอนพิธีกรรมการแต่งงาน

ลำดับ ขั้นตอน	พิธีกรรมการแต่งงาน	ลำดับ ขั้นตอน	พิธีกรรมการแต่งงาน
1	การจัดหาแม่สื่อ	9	การเดินทางออกจากบ้านของเจ้าสาว
2	การตรวจดูความสมพงษ์ของดวงชะตา	10	การเดินทางมาถึงบ้านของเจ้าบ่าว
3	การตรวจพื้นฐานความเป็นอยู่ของบ้านฝ่ายชาย	11	การไหว้บรรพบุรุษ
4	การลู่ขอ	12	การกินบัวลอยและไข่ต้ม
5	การจัดขบวนรับตัวเจ้าสาว	13	การยกน้ำชา
6	การเดินทางของเจ้าบ่าวมายังบ้านเจ้าสาว	14	การจัดงานเลี้ยงมงคลสมรส
7	การมอบสินสอด	15	การเข้าหอหอ
8	การสวมแหวนหมั้นให้กัน		

1.1 การจัดหาแม่สื่อ ในพิธีกรรมการแต่งงานของชาวจีนฮากกาจะมี “แม่สื่อ” ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างฝ่ายชายและฝ่ายหญิง ในการติดต่อพูดคุยเจรจาและทบทวนของทั้งสองครอบครัว แม่สื่อมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการแต่งงาน ดังคำพูดที่พูดต่อกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันว่า “การตัดสินใจของบิดามารดา วาจาของแม่สื่อ” หรือในภาษาจีนพูดว่า “父母之命，媒妁之言”(Malasri, 2019) ซึ่งสะท้อนว่าชาวจีนมองการแต่งงานว่ามีใช้ เป็นเพียงเรื่องของสองคนบ่าวสาวเท่านั้น หากแต่เป็นเรื่องสำคัญที่เกี่ยวข้องถึงสองครอบครัว และสะท้อนบทบาทความสำคัญของแม่สื่อในพิธีกรรมการแต่งงาน โดยปกติแม่สื่อที่ถูกเลือกนั้นมักจะเป็นญาติผู้ใหญ่ที่นับถือ หรือคนในพื้นที่ที่มีความสามารถ ได้รับการยอมรับนับถือจากชาวบ้าน อาจจะมี ความเกี่ยวข้องกับฝ่ายหญิงและฝ่ายชาย นอกจากนี้พบว่าอาจมีการเลือกแม่สื่อที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับทั้งสองฝ่าย โดยเลือกแม่สื่อที่มีความเชี่ยวชาญแต่ถึงอย่างไรแม่สื่อยังคงต้องเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ (Wang, 2011) โดยแม่สื่อจะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ แม่สื่อมืออาชีพและแม่สื่อที่เป็นญาติ เพื่อน หรือคนรู้จัก

“...คืออย่างนี้ มีอยู่ 2 ประเภท ประเภทหนึ่งก็คือ ประเภทแม่สื่อแม่ชักอาชีพ อีกประเภทหนึ่งก็คือ ไม่ได้เป็นมืออาชีพ เป็นเพื่อนกัน...”

(Hakka01 (Pseudonym), personal communication, September 1, 2025)

แม่สื่อจะเป็นผู้ทาบทามฝ่ายหญิงให้แก่ฝ่ายชาย เมื่อทั้งสองฝ่ายรับรู้ข้อมูลฝ่ายตรงข้ามในเบื้องต้นแล้วเกิดความพึงพอใจและตกลงปลงใจที่จะเป็นคู่หมั้นกัน ฝ่ายชายจะมอบอั่งเปาให้แก่ฝ่ายหญิง โดยให้แม่สื่อเป็นคนกลางส่งมอบ หากชอบมากจะให้อั่งเปาที่มีเงินเป็นจำนวนมาก หากฝ่ายหญิงชอบฝ่ายชายเช่นกัน ฝ่ายหญิงจะมอบผ้าเช็ดหน้าที่ทำเองให้ฝ่ายชายกลับ เพื่อเป็นที่ระลึกและของแทนใจให้คิดถึงกัน

“...ให้ผ้าเช็ดหน้าอะไรพวกนี้ เป็นที่ระลึกไง...”

(Hakka02 (Pseudonym), personal communication, September 12, 2025)

1.2 การตรวจดูความสมพงศ์ของดวงชะตา ฝ่ายชายจะเป็นฝ่ายขอวันเดือนปีเกิดของทางฝ่ายหญิงเพื่อนำไปให้ซินแสตรวจดูความสมพงศ์ของดวงชะตาบ่าวสาว นอกจากตรวจดูความสมพงศ์ของดวงชะตาของทั้งสองฝ่ายแล้ว ยังนำวันเดือนปีเกิดของพ่อแม่ทั้งสองฝ่ายมาตรวจดูความสมพงศ์ของดวงชะตากับชะตาของว่าที่ลูกเขยและสะใภ้อีกด้วย การตรวจดูความสมพงศ์ของดวงชะตานี้ คนไทยเชื้อสายจีนฮากกาจะให้ซินแสผู้เป็นบัณฑิตที่มีความสามารถหลากหลาย เช่น ดูดวง ดูฤกษ์ยาม เป็นหมอฟันบ้าน โดยมีแม่สื่อเป็นตัวกลางในการติดต่อทาบทามขอวันเกิดของทางบ้านฝ่ายหญิง แล้วจึงนำไปให้ซินแสตรวจดูความสมพงศ์ของดวงชะตากับคนในครอบครัวฝ่ายชาย

“...ซินแสมัยก่อนกับสมัยนี้ไม่เหมือนกัน ซินแสตรงนี้นี่จะมีความพิเศษตรงที่ว่า คนนี้จะเป็นอะไรที่ 108 เป็นบัณฑิต ที่จะดูวันก็ได้ ดูดวงก็ได้ เป็นหมอก็ได้ ...”

(Hakka04 (Pseudonym), personal communication, September 13, 2025)

“...ไม่ใช่แค่เจ้าบ่าวเจ้าสาว พ่อแม่ของทั้งสองฝ่ายก็ต้องดูด้วยนะ ชงหรือเปล่า คนสำคัญของทั้งสองครอบครัวก็ต้องดูด้วย...”

(Hakka01 (Pseudonym), personal communication, September 1, 2025)

ซินแสจะมีหน้าที่นำดวงชะตาของฝ่ายหญิงและฝ่ายชายมาดูฤกษ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแต่งงาน เช่น ฤกษ์หมั้น ฤกษ์สวมแหวน ฤกษ์วันแต่ง ฤกษ์ปูเตียง ฤกษ์ส่งตัว ฤกษ์เข้าห้องหอ เป็นต้น

“... ดูฤกษ์ว่าเหมาะสมกันไหมก่อน รักกันได้ไหมก่อน แล้วถึงจะทำพิธีขอ มันก็จะมีฤกษ์หมั้น ฤกษ์ปูเตียง ฤกษ์จัดชุดเจ้าสาว ฤกษ์เข้าบ้านเจ้าบ่าว...”

(Hakka04 (Pseudonym), personal communication, September 13, 2025)

1.3 การตรวจพื้นฐานความเป็นอยู่ของบ้านฝ่ายชาย ฝ่ายหญิงต้องตรวจพื้นฐานบ้านฝ่ายชาย เพราะต้องให้ความมั่นใจและเพื่อความสบายใจของพ่อแม่ฝ่ายหญิงว่า ฝ่ายชายมีความรับผิดชอบและมีความสามารถที่จะดูแลลูกสาวของตนเองได้ โดยแม่สื่อจะเป็นคนดำเนินการตรวจสอบพื้นฐานความเป็นอยู่ของบ้านฝ่ายชาย โดยมีการเข้าไปพูดคุยกับครอบครัวฝ่ายชาย ซึ่งเนื้อหาของการสนทนาจะให้ความสำคัญในการเก็บข้อมูลด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ด้านอุปนิสัยใจคอ ความขยัน อดทน ศักยภาพในการหารายได้เลี้ยงชีพ และสามารถในการดูแลฝ่ายหญิง

2) ด้านฐานะทางสังคมและการเงิน มีทรัพย์สินสมบัติเพียงพอในการสร้างครอบครัวโดยที่เมื่อฝ่ายหญิงแต่งงานเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวฝ่ายชายแล้วจะต้องไม่ยากลำบาก และ 3) ด้านอุปนิสัยของสมาชิกตระกูลของฝ่ายชาย ในส่วนนี้จะให้ความสำคัญกับคนรุ่นพ่อแม่เป็นหลัก โดยจะสังเกตพื้นฐานจิตใจและนิสัยของพ่อแม่ฝ่ายชายว่าเป็นอย่างไร เมื่อฝ่ายหญิงแต่งงานเข้าไปเป็นสมาชิกของครอบครัวของฝ่ายชายแล้ว จะโดนบังคับจิตใจหรือไม่ พ่อแม่ฝ่ายชายจะเมตตารักใคร่และดูแลฝ่ายหญิงได้หรือไม่

“...อันดับที่หนึ่งก็คือตัวเขา ว่าเขาเป็นคนดีไหม ชยันไหม ชี้เกียจชี้คร้านไหม รองลงมาก็ฐานะ อย่างน้อยที่สุดก็ตรวจแค่ 2 รุ่น รุ่นพ่อ รุ่นปู่ แต่รุ่นปู่จะไม่สำคัญเท่ารุ่นพ่อ...”

(Hakka01 (Pseudonym), personal communication, September 1, 2025)

1.4 การสู่ขอ หมายถึงขั้นตอนการพูดคุยกันระหว่างครอบครัวของทั้งสองฝ่าย เป็นการตกลงรายการสินสอด โดยมีแม่สื่อเป็นตัวกลางในการพูดคุย

“...เป็นเรื่องของผู้ใหญ่ ผู้หญิงจะไม่ ผู้หญิงจะอยู่ในห้อง แอบเปิดผ้า幔ดู...”

(Hakka04 (Pseudonym), personal communication, September 13, 2025)

1.5 การจัดขบวนรับตัวเจ้าสาว พิธีนี้จะจัดในตอนเช้าของวันแต่งงาน ในขั้นตอนนี้มีความสำคัญคือ เป็นการให้เกียรติเจ้าสาว และแสดงความยินดีที่จะต้อนรับเจ้าสาวมาเป็นส่วนหนึ่งในครอบครัว โดยฝ่ายชายจะเตรียมจัดรถและประดับด้วยดอกไม้ที่มีสีสันสดใส ซึ่งจะรวมตัวกันเป็นขบวน ผู้เข้าร่วมในขบวนจะต้องเป็นคู่รักหรือชายหญิงที่มีความรักที่ดี มีคู่ครองที่มั่นคง และมีลูกหลานเต็มบ้านเต็มเมือง ส่วนพ่อแม่ฝ่ายแม่ฝ่ายห้ามเข้าร่วมในขั้นตอนนี้โดยเด็ดขาด

“...มีสิครับ อันนี้เหมือนคนไทยเลย ต้องเอาคู่ที่ดีกัน แม่ห้ามไป พ่อห้ามไป แล้วสมัยนั้นก็จะมีหีบของไปด้วยนะ ผู้หญิงจะหีบหมอนแล้วก็มัดกระร่า ทำเป็นพิธีให้สวย ๆ ต้องหาผู้หญิงที่มีลูกดก ครอบครัวรักกัน ก็ต้องเลือกคนนะครับ คนที่แตกแยกกัน พิธีนี้ห้ามเข้า แต่ไปกินเลี้ยงได้นะ แต่พิธีนี้ห้ามเข้า...”

(Hakka01 (Pseudonym), personal communication, September 1, 2025)

ในการจัดขบวนรับตัวเจ้าสาวนี้จะไม่มีการกำหนดจำนวนคนในการเข้าร่วมขบวนอย่างชัดเจน แต่จะกำหนดจำนวนให้ไม่น้อยกว่า 9 คน เนื่องจากเลข 9 คือเลขมงคลตามความเชื่อของชาวจีนฮากกาที่สื่อถึงความยั่งยืนในการครองเรือน หรือในบางคู่แต่งงานจะกำหนดจำนวนคนที่เข้าร่วมขบวนรับตัวเจ้าสาวให้เป็นเลขคู่ เช่น 6 คู่ 8 คู่ หรือ 12 คู่ เป็นต้น

“...คนจีนฮากกาชอบใช้เลข 9 สื่อถึงความก้าวหน้า แล้วก็มีความยั่งยืน...”

(Hakka01 (Pseudonym), personal communication, September 1, 2025)

“...จะเป็นคู่ บางคนก็เอา 12 คน ก็ 6 คู่ 12 คู่ ใช้ไหม มันต้องเป็นคู่ล่ะ มันก็ต้องเป็น 24 คน ถ้าเอาเยอะหน่อยก็ 8 คู่ ก็ 16 คน เข้าใจไหม ส่วนใหญ่เอาเป็นคู่หมด...”

(Hakka02 (Pseudonym), personal communication, September 12, 2025)

1.6 การเดินทางของเจ้าบ่าวมายังบ้านเจ้าสาว น้องชายของเจ้าสาวจะเป็นคนออกไปต้อนรับเจ้าบ่าวโดยมีการเปิดประตูและกางร่มให้เจ้าบ่าว เพื่อแสดงถึงการให้เกียรติและต้อนรับเจ้าบ่าว เจ้าบ่าวจะต้องมอบอั่งเปาให้น้องชายเจ้าสาวก่อนจึงจะสามารถเข้ามาจับตัวเจ้าสาวได้ หากเจ้าสาวไม่มีน้องชาย จะให้ญาติพี่น้องผู้ชายที่อายุน้อยกว่าไปรับเจ้าบ่าวแทน

“...ที่นี้พ่อเจ้าบ่าว มาถึงหน้าบ้านแล้ว น้องชายเจ้าสาวต้องไปรับเจ้าบ่าว เหล่าซือเคยไปรับ เหล่าซือจำได้ เพราะพี่สาวเหล่าซือแต่ง เจ้าบ่าวต้องให้อั่งเปาถึงจะเข้ามาได้ ถ้าไม่มีน้องชายก็ให้ญาติพี่น้องผู้ชายไปแทน...”

(Hakka01 (Pseudonym), personal communication, September 1, 2025)

1.7 การมอบสินสอด ฝ่ายชายจะมีการมอบสินสอดให้ฝ่ายหญิงตามที่ได้นegotiateกันไว้ในวันสู่ขอ เช่น เงินสด ทองคำ โฉนดที่ดินและขนมมงคล เป็นต้น

“...แต่สิ่งที่เน้นที่สุดก็คือ เงินกับทอง สมัยก่อนที่ให้โฉนดให้บ้าน มีไหม มี แต่น้อยมาก ต้องฐานะดีจริง ๆ...”

(Hakka01 (Pseudonym), personal communication, September 1, 2025)

1.8 การสวมแหวนหมั้นให้กันและกัน ซึ่งแหวนหมั้นต่างฝ่ายต่างต้องจัดหาตัวเอง หรือนัดหมายกันเพื่อไปซื้อ เพื่อป้องกันความผิดพลาดในเรื่องขนาดของแหวน

“...มี ๆ วันหมั้นนี้สวมแหวนเลย คนจีนนะ ผู้ชายสวมให้ผู้หญิง ผู้หญิงก็สวมให้ผู้ชาย แล้วก็ต่างคนต่างซื้อนะ เจ้าบ่าวก็ซื้อของเจ้าบ่าว เจ้าสาวก็ซื้อของเจ้าสาว...”

(Hakka01, (Pseudonym), Personal Communication, 1 September, 2025)

1.9 การเดินทางออกจากบ้านของเจ้าสาว จะมีพ่อเจ้าสาวยืนกางร่มให้เพื่อความเป็นสิริมงคล และในการเดินทางไปบ้านเจ้าบ่าว ทางบ้านเจ้าสาวจะต้องมีตะเกียงน้ำมันคู่สีแดงจุดไฟนำทาง โดยตะเกียงน้ำมันมีความหมายสื่อถึงการได้ลูกชายและแสงสว่างส่องให้พิธีกรรมการแต่งงานราบรื่นไปด้วยดี แต่มีข้อที่ต้องระวังคือห้ามให้ตะเกียงคู่นี้ดับเด็ดขาด เพราะหากตะเกียงดับจะเชื่อกันว่าเป็นสัญญาณที่บ่งบอกความไม่สดใสของชีวิตคู่ในอนาคต

“...น้องชายของเจ้าสาว เวลาจะเข้าห้องหอ ต้องหิ้วตะเกียงนำเจ้าบ่าว ตะเกียงจะเป็นแสงสว่าง 3 วัน ไม่ให้ดับนะ...”

(Hakka02 (Pseudonym), personal communication, September 12, 2025)

1.10 การเดินทางมาถึงบ้านเจ้าบ่าว จะมีการจุดประทัดเพื่อไล่สิ่งไม่ดีและเป็นการบอกกล่าวให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์รับรู้ เภากระดาดเงินกระดาดทองเพื่อส่งสิ่งไม่ดีกลับไป จากนั้นเจ้าสาวก็จะเดินข้ามกระดาดเงินกระดาดทองเพื่อเข้าบ้านเจ้าบ่าว

“...จุดประทัดรับ เสริมแล้วเนี่ยบางบ้านก็จะให้น้องเจ้าสาว น้องชายเนี่ย เอากระดาดเงินกระดาดทองเผาหน้าบ้าน ล้างชวย ล้างของไม่ดี แล้วก็เดินข้ามกระดาด...”

(Hakka04 (Pseudonym), personal communication, September 13, 2025)

“...ถ้าเธอไหว้ฟ้าดินก็คือจบแล้ว คำว่าไหว้ฟ้าดินนั่นแหละ ไหว้บรรพชนนั่นละ ฟ้าดินรับรู้แล้วว่า เป็นพ่อเมียกัน...”

1.12 การกินบัวลอยและไข่ม่ม ซึ่งมีความสำคัญทางความหมายในเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งบัวลอยจะแสดงให้เห็นถึงการอยู่รวมกันอย่างกลมเกลียว และการกินไข่ม่มนั้นมีความเชื่อว่าห้ามกัดเป็นชิ้นเล็ก แต่จะต้องกลืนไปทั้งลูก ทั้งนี้ตามความเชื่อที่ว่าทำเช่นนั้นแล้วจะได้ลูกคนแรกเป็นเพศชาย

(Hakka01, (Pseudonym), Personal Communication, 1 September, 2025)

“...ยก ยกให้เป็นพิธี ที่นี้อยู่บ้านผู้ชายใช้ไหม เจ้าสาวก็ต้องยกน้ำชา ให้รู้จัก คารวะ ให้รู้ว่านี่พ่อนะ
นี่แม่นะ เป็นการแนะนำให้รู้จัก แนะนำตัวนะ...”

1.14 การจัดงานเลี้ยงมงคลสมรส จะจัดในช่วงเย็นที่โรงแรมหรือที่บ้านตามความสะดวกของบ่าวสาว และรูปแบบของการจัดเลี้ยงจะเป็นการเลี้ยงโต๊ะจีน โดยการจัดงานเลี้ยงนี้จัดขึ้นเพื่อแสดงความยินดีและร่วมเฉลิมฉลองให้แก่คู่เจ้าบ่าวและเจ้าสาว โดยอาหารทั้งหมดที่ต้องเสิร์ฟในโต๊ะจีนนั้นมี 8 อย่าง รายการอาหารจะขึ้นอยู่กับความต้องการของเจ้างาน โดยต้องเป็นอาหารที่แฝงความหมายมงคลอยู่ในชื่อหรือลักษณะของวัตถุดิบ เช่น เคาหยก เต้าหู้ยัดไส้ ไก่สับ ปลา หมูไม่จิ้น ขาหมู ลูกชิ้นปลา ผักลวกคิด เป็นต้น และผลไม้ที่สำคัญคือ ส้ม

(Hakka04 (Pseudonym), personal communication, September 13, 2025)

(Hakka02 (Pseudonym), personal communication, September 12, 2025)

1.15 การเข้าห้องหอ จะเข้าเมื่องานเลี้ยงมงคลสมรสสิ้นสุดลง ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการแต่งงาน จัดขึ้นเพื่อให้เจ้าบ่าวและเจ้าสาวได้เริ่มต้นการอยู่กินฉันท์ผัวเมียกันเป็นคำคืนแรก โดยมีน้องชายของเจ้าสาวถือตะเกียงนำเจ้าบ่าวและเจ้าสาวเข้าห้องหอ สำหรับเวลามงคลในการเข้าห้องหอจะมีซินแสเป็นคนกำหนด ซึ่งจะดูจากฤกษ์ตามวันเกิดของเจ้าบ่าวและเจ้าสาว ส่วนใหญ่จะอยู่ประมาณ 21.00–23.00 น. และจะมีการเชิญผู้ใหญ่ที่มีความรักที่ดี ครองคู่กันยาวนาน มีลูกสาวลูกชายพร้อม มานั่งให้พรแก่เจ้าบ่าวและเจ้าสาว หลังจากนั้นจึงส่งเจ้าบ่าวและเจ้าสาวเข้าห้องหอ โดยเจ้าบ่าวและเจ้าสาวต้องอยู่ภายในห้องหอตลอดจนถึงรุ่งเช้า เป็นอันถือว่าพิธีการแต่งงานเสร็จสิ้นเรียบร้อย

“...3 หุ่ 4 หุ่ นั้นแหละเข้าหอ เข้าไปแล้วก็ไม่ให้ออกมา...”

(Hakka02 (Pseudonym), personal communication, September 12, 2025)

2. ความเชื่อในพิธีกรรมการแต่งงาน

2.1 ตัวเลข ชาวจีนฮากกาเชื่อว่า เลข 9 เป็นเลขที่มงคลที่สุด โดยในการออกเสียงภาษาจีนของเลข 9 นั้นออกเสียงว่า “九” (จิ่ว) ซึ่งพ้องเสียงกับคำว่า “久” (จิ่ว) ที่มีความหมายว่ายาวนาน ซึ่งตรงกับวลีที่ว่า “久久长” หมายถึง ยืนยาวตลอดไป และ “天长地久” หมายถึง ยืนยาวชั่วนิรันดร์ ถ้าวางแต่งงานจัดวันที่ 9 เดือน 9 ถือว่าเป็นฤกษ์ดีมาก หรือวันที่ 19 และวันที่ 29 ขอเพียงแค่เป็นวันที่มีเลข 9 นอกจากนี้ยังมีเดือน 8 และเดือน 10 ที่ได้รับความนิยมในการจัดงานแต่งงาน เนื่องจากการออกเสียงของเลข 8 ในภาษาจีนนั้นออกเสียงว่า “八” (ปา) ซึ่งพ้องเสียงกับคำว่า “发财” (ฟาฉาย) ที่มีความหมายว่า ร่ำรวย ส่วนเดือน 10 ในภาษาจีนนั้นออกเสียงว่า “十” (สิ่ว) ซึ่งตรงกับวลีที่ว่า “十全十美” ที่มีความหมายว่า สมบูรณ์แบบ ซึ่งผู้ใหญ่มักใช้วลีที่กล่าวมาข้างต้นมาอวยพรบ่าวสาวในวันแต่งงาน ชาวจีนฮากกายังเชื่อว่า การแต่งงานหรือจัดงานในเดือน 7 เป็นเดือนที่ห้ามแต่งงาน ตามปฏิทินจันทรคติ “农历” เพราะชาวจีนฮากกาเชื่อว่าเป็นเดือนผีหรือเดือนไม่ดี

2.2 อาหารและผลไม้ สำหรับพิธีกรรมการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ประกอบไปด้วยขนมเปี๊ยะไส้หวานทรงกลม เป็นการสื่อถึงความรักที่หอมหวาน บัวลอยสื่อถึงความกลมเกลียวและหวานชื่น (团团圆圆) และใช้ต้มสื่อถึงการได้มีลูกชาย เคาหยกสื่อถึงการครองคู่และปรองดองกัน เต้าหู้ยัดไส้สื่อถึงความร่ำรวย ไก่สับสื่อถึงการขยันทำงาน ปลาสื่อถึงการเหลือกินเหลือใช้ในทุก ๆ ปี ซึ่งตรงกับวลีที่ว่า “年年有余” สัมผัสความเชื่อว่าเป็นผลไม้แห่งความสิริมงคล ความโชคดี และความมั่งคั่งร่ำรวย ชาฮุมสื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ และหน่อไม้สื่อถึงความเจริญงอกงาม เนื่องด้วยชาวจีนเป็นชาติที่มีความเชื่อเกี่ยวกับชื่อเรียกที่พ้องเสียงกับสิ่งมงคลหรืออวมงคล การที่อาหารเหล่านี้มีชื่อที่พ้องกับคำที่มีความหมายมงคล ย่อมก่อให้เกิดความสบายใจ เกิดความหวังและตรงตามความปรารถนาของคู่แต่งงานใหม่ ดังนั้นอาหารที่ใช้ในพิธีกรรมการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกาจึงมีความเชื่อที่แฝงอยู่อย่างแนบแน่น จากผลการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยพบว่า อาหารที่ใช้จะมีความสัมพันธ์กับความเชื่อและความหมาย

2.3 สิ่งของ ของที่ใช้สำหรับในพิธีกรรมการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกามักประกอบไปด้วยผ้าเช็ดหน้าที่ทำด้วยหนังทำด้วยตนเองสื่อถึงความจริงใจของฝ่ายหญิงที่มีต่อฝ่ายชาย เงินกับทองสื่อถึงความเป็นสิริมงคลและความร่ำรวย ตะเกียงน้ำมันสื่อถึงการได้ลูกชายและเป็นแสงสว่างส่องในวันแต่งงานให้ราบรื่นไปได้ดี แต่ต้องระวังห้ามมิให้ตะเกียงนี้ดับเป็นอันขาดเพราะชาวจีนฮากกาเชื่อว่าจะไม่เป็นสิริมงคล ประทัดสื่อถึงการไล่สิ่งไม่ดีและปลุกสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้รับรู้ และกระดาษเงินกระดาษทองสื่อถึงการล้างสิ่งไม่ดีหรือล้างขวย ทั้งนี้เนื่องด้วยชาวจีนเป็นชาติที่ให้ความสำคัญกับความเป็นมงคลในพิธีกรรมการแต่งงาน สิ่งของแต่ละชนิดต้องเป็นสิ่งที่มีความหมายมงคลเพื่อก่อให้เกิดความสบายใจความหวัง และสอดคล้องกับสิ่งที่ปรารถนา ดังนั้นสิ่งของที่ใช้ในพิธีกรรมการแต่งงาน

ของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา จึงมีความเชื่อที่แฝงอยู่ในพิธีกรรมทุกชั้นทุกตอนอย่างแนบแน่น จากผลการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยพบว่า สิ่งของที่นำมาใช้จะมีความสัมพันธ์กับความเชื่อและความหมาย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้เก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบบันทึกลีขียงและสรุปผลวิจัยเป็นลายลักษณ์อักษร อ้างอิงแนวความคิดการย้ายถิ่นฐานและแนวความคิดการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงสามารถสรุปผลวิจัยได้ว่า

1. ขั้นตอนพิธีกรรมการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนย่อย 15 ขั้นตอน คือ 1) การจัดหาแม่สื่อ 2) การตรวจดวงความสมพงศ์ของดวงชะตา 3) การตรวจพื้นฐานความเป็นอยู่ของบ้านฝ่ายชาย 4) การสู่ขอ 5) การจัดขบวนรับตัวเจ้าสาว 6) การเดินทางของเจ้าบ่าวมายังบ้านเจ้าสาว 7) การมอบสินสอด 8) การสวมแหวนหมั้นให้กันและกัน 9) การเดินทางออกจากบ้านของเจ้าสาว 10) การเดินทางมาถึงบ้านเจ้าบ่าว 11) การไหว้บรรพบุรุษ 12) การกินบัวลอยและไข่ต้ม 13) การยกน้ำชา 14) การจัดงานเลี้ยงมงคลสมรส และ 15) การเข้าห้องหอ ทั้งนี้ยังพบว่าในด้านบทบาทของบุคคล “แม่สื่อ” ถือเป็นบุคคลสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินพิธีกรรมแต่งงานตั้งแต่เริ่มต้น โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อ เสรจจา สืบและตรวจสอบข้อมูล ประสานงานระหว่างครอบครัวบ่าวสาว ส่วน “ซินแส” มีบทบาทในการตรวจสอบความสมพงศ์ของดวงชะตาและเป็นผู้กำหนดฤกษ์มงคลต่างๆ นอกจากนี้สมาชิกในครอบครัว เช่น ปิตามารดา ญาติผู้ใหญ่ และน้องชายของเจ้าสาวต่างมีหน้าที่เฉพาะในแต่ละช่วงของพิธีกรรม

2. ความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านตัวเลข โดยชาวจีนฮากกาเชื่อว่าเลข 9 เป็นเลขที่มงคลที่สุดในพิธีกรรมการแต่งงาน เนื่องจากเสียงอ่านเลข 9 ในภาษาจีนมีเสียงพ้องกับคำที่มีความหมายว่ายาวนาน ยืนยาว ซึ่งเป็นสิ่งที่คู่สมรสพึงปรารถนา นอกจากนี้ยังมีเลข 8 และเลข 10 ที่ได้รับความนิยมในการจัดงานแต่งงาน เพราะสื่อความหมายถึงความร่ำรวยและความสมบูรณ์พร้อมตามลำดับ 2) ด้านอาหารและผลไม้ ชาวจีนฮากกามักนิยมใช้อาหารหวานทรงกลมซึ่งสื่อถึงความรักที่หอมหวานและความกลมเกลียวของคู่สมรสเช่น บัวลอย ขนมเปี๊ยะไส้หวานทรงกลม และเคาหยกที่สื่อถึงความกลมเกลียวปรองดองกัน นอกจากนี้ยังมีอาหารที่แฝงความเป็นมงคลในด้านอื่น ๆ อีกเช่น ไข่ต้มที่สื่อถึงการได้ลูกชายสืบสกุล ด้านความร่ำรวยเหลือกินเหลือใช้เช่น เต้าหู้ยัดไส้และปลาเป็นต้น และ 3) ด้านสิ่งของ และของที่ใช้ในพิธีกรรมการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา มักประกอบไปด้วยของที่สื่อถึงความรักความจริงใจเช่นผ้าเช็ดหน้าที่เจ้าสาวต้องทำเอง ตลอดจนเงินทองที่สื่อถึงความเป็นสิริมงคลความร่ำรวย ไก่ที่สื่อถึงความขยัน และที่พิเศษคือตะเกียงน้ำมันอันมีบทบาทถือเป็นเครื่องจุดส่องสว่างตลอดพิธีกรรมนอกจากนี้ยังมีการใช้ประทัดและกระดาษเงินกระดาษทองที่ใช้จุดและเผาเพื่อกำจัดสิ่งไม่ดีออกไป ซึ่งสิ่งของและของใช้เหล่านี้ล้วนสร้างให้เกิดความหวังและความสบายใจต่อคู่แต่งงานและครอบครัว

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า พิธีกรรมการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกาเป็นพิธีกรรมที่มีลำดับขั้นตอนชัดเจน มีการแบ่งบทบาทของบุคคลในครอบครัวและชุมชนอย่างเป็นระบบสะท้อนชัดว่าการแต่งงานมิใช่เรื่องของคนสองคนเท่านั้น หากแต่เป็นกระบวนการที่อาศัยความร่วมมือของครอบครัวและเครือญาติอย่างเป็นระบบ และทุกขั้นตอนของพิธีกรรมมีความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลแฝงอยู่ผ่านตัวเลข อาหาร ผลไม้ และสิ่งของที่ประกอบและใช้ในพิธีล้วนมีความสัมพันธ์กับความหมายเชิงสัญลักษณ์และความปรารถนาให้ชีวิตสมรสมีความมั่นคง เจริญรุ่งเรือง และดำเนินไปอย่างราบรื่น

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถชี้ให้เห็นถึงประเด็นต่าง ๆ โดยละเอียดดังนี้

1. ประเด็นที่มีความแตกต่างกันระหว่างขั้นตอนพิธีกรรมการแต่งงานของชาวฮากกาในจีนกับชาวฮากกาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประเทศไทย มีขั้นตอนพิธีกรรมการแต่งงานที่คล้ายกับการแต่งงานของชาวจีนฮากกาในจีนเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้อธิบายถึงขั้นตอนพิธีกรรมการแต่งงานของชาวจีนฮากกาในจีน (Zeng, 1999) แต่จะมีรายละเอียดเล็กน้อยที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งแบ่งออกเป็นประเด็นต่าง ๆ คือ

1.1 หากทั้งสองฝ่ายตกลงปลงใจที่จะแต่งงานกัน หรือชอบพอกัน คนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ฝ่ายชายจะมอบอั่งเปาให้ฝ่ายหญิง แต่ชาวจีนฮากกาในจีนนั้น ฝ่ายชายจะมอบรองเท้ากระดาสีแดงให้ฝ่ายหญิง ซึ่งความแตกต่างนี้เกิดจากความแตกต่างทางวิถีชีวิตและสังคม โดยชาวจีนฮากกาในจีนมีความเชื่อว่าจะได้ออกขนาดเท้าของเจ้าสาวเพื่อนำไปใช้เตรียมของใช้สำคัญสำหรับพิธีแต่งงาน ส่วนกระดาสีแดงที่ใช้ชาวจีนฮากกามีความเชื่อว่า สีแดงเป็นสีที่มีความเป็นสิริมงคล เป็นความเชื่อที่สืบทอดมาจากรุ่นต่อรุ่นจนถึงปัจจุบันนี้ (Thi Hang, 2023) แต่คนไทยเชื้อสายจีนฮากกานั้นกลับเชื่อว่า อั่งเปาถือเป็นเงินที่สามารถแทนสิ่งมีค่า และสามารถนำไปแลกเปลี่ยนหรือสร้างรากฐานของครอบครัวใหม่ได้จึงถือเป็นของมงคลที่จะมอบให้ฝ่ายหญิง และสามารถนำเงินอั่งเปาไปใช้จ่ายในค่าใช้จ่ายอื่นในการเริ่มสร้างครอบครัวใหม่ได้ เช่น ซื้อบ้าน ซื้อรถ เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่สื่อถึงฐานะของฝ่ายชาย สอดคล้องกับงานวิจัยที่กล่าวว่า พิธีกรรมในแต่ละชุมชน สังคม และกลุ่มชาติพันธุ์ จะมีความแตกต่างกันออกไป (Yanyongkasemsuk, 2015) ซึ่งทุกกลุ่มชาติพันธุ์ก็ยังคงสืบสานประเพณี คติความเชื่อบางอย่างจนถึงปัจจุบัน (Amornwanitsak, 2024) จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าในแต่ละพื้นที่ชุมชนอาจมีคติความเชื่อที่ต่างกันไปแล้วก็ยังคงมีการมอบสิ่งของให้ฝ่ายหญิงเหมือนกัน หากแต่มีการดัดแปลงปรับเปลี่ยนไปบ้าง และแม้ความหมายของสิ่งของนั้นมีความเชื่อที่แตกต่างกันไปแล้วก็ยังไว้วางใจซึ่งคติความเชื่อเชิงความหวังที่ต้องการให้เกิดความเป็นสิริมงคลแก่คู่บ่าวสาว

1.2 การแบ่งสินสอด ชาวจีนฮากกาในจีนจะมีการแบ่งเงินสินสอดออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกเป็นส่วนที่มอบให้แม่เจ้าสาวเพื่อเป็นการขอบคุณแม่ที่เลี้ยงดูฝ่ายหญิงมาเรียกว่า “ค่าน้ำนมแม่” (奶母钱) และอีกส่วนคือมอบให้ฝ่ายหญิงซื้อของเพื่อเตรียมตัวสำหรับการแต่งงาน แต่ชาวจีนฮากกาในไทย เงินสินสอดจะเป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ของทั้งสองฝ่าย แต่จะไม่มีแบ่งส่วนเป็นสองส่วนที่ชัดเจนเหมือนของชาวจีนฮากกาในจีน สอดคล้องกับงานวิจัยที่กล่าวไว้ว่า สังคมมนุษย์ย่อมมีการพัฒนาและมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา ดังปรากฏให้เห็นได้จากร่องรอยของอารยธรรมในแต่ละยุคสมัยที่มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นและจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่ง จึงทำให้รูปแบบประเพณีการเลือกคู่ครอง รูปแบบการกำหนดค่าตอบแทนเพื่อการสมรส ตลอดจนการจัดพิธีการแต่งงานนั้นย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ (Sukprasert, 2017) นอกจากความแตกต่างของพื้นที่ที่ส่งผลให้คนไทยเชื้อสายจีนฮากกาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไม่มีการแบ่งสัดส่วนของสินสอดอย่างชัดเจนแล้วนั้น อาจสื่อถึงการให้ความหมายของคำว่า สินสอด ในสังคมจีนกับไทยที่มีความแตกต่างกัน ดังงานวิจัยที่กล่าวว่า วัฒนธรรมสินสอดในสังคมไทยเป็นองค์ประกอบที่มีมาอย่างยาวนานโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงความรับผิดชอบของฝ่ายชาย รวมถึงการให้เกียรติและเห็นคุณค่าฝ่ายหญิง (Poshakrishna, 2025) จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การที่คนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไม่ได้แบ่งสัดส่วนสินสอดอย่างชัดเจน อาจเป็นเพราะว่าเกิดการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมของวัฒนธรรมจีนและไทยที่ให้ความหมายไม่เหมือนกัน เพื่อให้มีการปรับตัวอยู่ด้วยกันของสองวัฒนธรรม สินสอดจึงไม่มีการกำหนดชัดเจนว่าแต่ละส่วนของสินสอดมีไว้เพื่ออะไร ทั้งนี้การมีอยู่ของสินสอดนั้น แสดงให้เห็นถึงอารยธรรมที่ยังคงอยู่ กล่าวคือ สินสอดยังคงอยู่ แต่อาจจะไม่มีการแบ่งสัดส่วน เนื่องจากการให้ความหมายของสินสอดที่แตกต่างกัน

1.3 การมอบทุกข์ ในจีนจะมีการจัดพิธีการมอบทุกข์ แต่ในไทยจะไม่มีการจัดพิธีการมอบทุกข์ มีเพียงการดูฤกษ์มงคลในการจัดพิธีต่าง ๆ อธิบายได้ว่าคนที่คนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไม่ได้มีการจัดพิธีการมอบทุกข์แต่ยังคงมีการดูฤกษ์มงคลในการจัดพิธีต่าง ๆ เป็นเพราะสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ต้องมีการปรับลดบางขั้นตอนเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพสังคมในพื้นที่นั้น ๆ จากเหตุผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้อธิบายไว้ว่า ขั้นตอนพิธีกรรมที่ได้มีการปรับลดหรือบางขั้นตอนที่ได้หายไปนั้น เพราะสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปรวมไปถึงอาชีพที่ถูกจำกัดด้วยเวลาจึงจำเป็นต้องกระชับเวลา และเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายการจัดงาน (Chumchit & Plengdisakul, 2017) ซึ่งคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ยังให้ความสำคัญในวันเวลาและฤกษ์มงคลอยู่ แต่ด้วยสภาพสังคมและเศรษฐกิจจึงไม่ได้มีพิธีการมอบทุกข์เหมือนที่ทำให้จีน

2. ประเด็นความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านตัวเลข 2) ด้านอาหาร 3) ด้านผลไม้ และด้านสิ่งของ คนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จะมีคติเชื่อโดยยึดตามลักษณะที่โดดเด่นของสิ่งของชิ้นนั้น ๆ จากการอธิบายความเชื่อที่คนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีต่อทั้ง 3 ด้าน ข้างต้นนั้นล้วนเป็นความเชื่อด้านสัญลักษณ์ โดยสัญลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อใช้แทนความหมายของสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยเหตุนี้สัญลักษณ์จึงเป็นทั้งวัฒนธรรมทางวัตถุและทางจิตใจ อีกทั้งยังเป็นสัญลักษณ์รูปทางความคิดและสื่อความหมาย ให้คนในสังคมรับรู้ร่วมกัน (Na Kotapura, 2018) จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า คนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จะใช้ตัวเลข อาหาร และผลไม้ รวมถึงสิ่งของต่าง ๆ แทนความหมายที่เป็นสิริมงคลต่อการใช้ชีวิตคู่ ต่อการสร้างครอบครัว และต่อความรักของทั้งคู่ เพื่อเป็นสิริมงคลในอนาคตข้างหน้าของทั้งเจ้าสาวและเจ้าบ่าว สอดคล้องกับวิจัยที่กล่าวไว้ว่า ความเชื่อเป็นวัฒนธรรมที่ได้แทรกตัวอยู่ในชีวิตของมนุษย์และสังคม (Wang & Onkam, 2021) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ความเชื่อทางด้านสัญลักษณ์ที่คนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีต่อพิธีกรรมการแต่งงานล้วนมาจากวัฒนธรรมที่ได้แสดงถึงความเชื่อต่อวัตถุเพื่อสร้างขวัญกำลังใจและความหวังอันเป็นมงคลต่อการใช้ชีวิตคู่ร่วมกันในอนาคต

3. ประเด็นภูมิหลังจากการย้ายถิ่นฐานและเกิดการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม การย้ายถิ่นฐานของชาวจีนฮากกา มีจุดเริ่มต้น คือชุมชนเดิมที่ชาวจีนฮากกาอาศัยอยู่ยังแผ่นดินจีน ภายหลังย้ายมายังจุดหมายปลายทางคืออำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประเทศไทย ซึ่งระหว่างทางนั้นชาวจีนฮากกาที่ได้ย้ายถิ่นฐานมาได้พบกับอุปสรรคของความแตกต่างทางวัฒนธรรมและความเปลี่ยนผันของเวลา ส่งผลให้วัฒนธรรมดั้งเดิมที่ติดตัวของชาวจีนฮากกาได้ผสมผสานกับวัฒนธรรมปลายทาง ทำให้การแต่งงานมีพิธีกรรมบางขั้นตอนที่จำเป็นจะต้องรวมเข้าด้วยกัน หรือบางขั้นตอนที่จำเป็นจะต้องตัดออกไป เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ท่ามกลางความแตกต่างของทั้งสองวัฒนธรรมและแก้ปัญหาอุปสรรคอันเกิดจากความแตกต่างที่ต้องเผชิญไปได้ สอดคล้องกับแนวคิดการย้ายถิ่นฐาน ที่กล่าวไว้ว่า การย้ายถิ่นฐาน คือการเปลี่ยนที่อยู่ ซึ่งต้องประกอบไปด้วย จุดเริ่มต้น ปลายทาง และอุปสรรค (Lee, 1966) การย้ายมาอยู่ในที่ใหม่ต้องพบเจอกับอุปสรรค ทำให้เกิดการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมระหว่างวัฒนธรรมการแต่งงานของชาวจีนฮากกากับวัฒนธรรมการแต่งงานของคนไทย เป็นไปตามแนวคิดผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมที่กล่าวไว้ว่า สองชนกลุ่มที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันมาติดต่อกัน ซึ่งแต่ละชนชาติอาจให้อิทธิพลซึ่งกันและกันได้ (Satsanguan, 1999) นอกจากนี้ผลการวิจัยที่พบยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่มีความผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมระหว่างวัฒนธรรมการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนกับมุสลิม เป็นการแต่งงานที่แต่งงานข้ามเผ่าพันธุ์หรือกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตและปฏิบัติตามศาสนาอิสลาม ทั้งการแต่งกาย ความเชื่อและความศรัทธา (Supharchan et al., 2016) ขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกายังคงมีบางส่วนที่คงเดิม และบางส่วนได้ปรับเปลี่ยน ขึ้นอยู่กับระยะเวลา สภาพแวดล้อม ชุมชน วัฒนธรรม รวมถึง

เศรษฐกิจ ล้วนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนพิธีกรรมการแต่งงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่มีการศึกษา การปรับตัวการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมความเชื่อ ที่กล่าวว่าการปรับเปลี่ยนภายในชุมชนเพื่อให้เข้ากับโลกสมัยใหม่ มากขึ้น แต่ก็ยังคงแต่ก็ยังรักษาวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม และรากเหง้าของตนไว้ ถึงจะแม้ว่าจะได้รับสิ่งใหม่มา ก็ตาม (Dongsombat et al., 2019) และในส่วนของความเชื่อ ความเชื่อด้านอาหารและผลไม้ที่ได้มีการนำอาหาร ที่มีการพ้องเสียงกับคำที่มีความหมายเป็นสิริมงคลนั้นมาใช้ในพิธีกรรมการแต่งงานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่มีการอธิบายว่า ส่วนประกอบหลักและอาหารจานหลักสามารถเป็นตัวแทนทางสัญลักษณ์ที่มีความหมายต่อผู้คน ในท้องถิ่นได้ (Saleh et al., 2024) และด้านตัวเลขก็เช่นกัน มีการเลือกใช้ตัวเลขที่มีความหมายพ้องเสียงกับเลข ที่เป็นสิริมงคล จากข้อมูลดังกล่าวสามารถเข้าใจได้ว่า ชาวจีนฮากกาในอำเภอหาดใหญ่ยังคงรักษาความดั้งเดิม ของความเชื่อไว้อยู่ ส่งผลได้จากความหมายในการเลือกใช้อาหารและผลไม้สิริมงคลต่างๆ รวมถึงการเลือกใช้ตัวเลข ซึ่งส่วนใหญ่จะมีชื่อเรียกพ้องเสียงกับคำจีนที่มีความหมายมงคลต่าง ๆ สอดคล้องกับรายงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่กล่าวว่า วิจัยสิ่งใดมีเสียงและลักษณะพิเศษที่พ้องเสียงกับคำสิริมงคล ชาวจีนจะนำสิ่งนั้นมาเป็นสัญลักษณ์แห่งสิริมงคลด้วย (Yothinsirikul, 2018)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผลการวิจัยนี้อาจเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างองค์ความรู้และอนุรักษ์ขั้นตอนพิธีกรรมและความเชื่อ เกี่ยวกับการแต่งงานของชาวจีนฮากกาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาอย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูล ของชุมชนและองค์กรทางวัฒนธรรมได้
2. องค์ความรู้เกี่ยวกับลำดับพิธีกรรม ความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงานของชาวจีนฮากกาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถนำไปออกแบบเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนจีนฮากกาในจังหวัด สงขลา เพื่อเผยแพร่เอกลักษณ์ของชุมชนและสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวได้ในอนาคต
3. ในด้านการเรียนการสอน ผลการวิจัยสามารถพัฒนาเป็นสื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนโพ้นทะเล วัฒนธรรมจีนฮากกา หรือรายวิชามานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ พิธีกรรม ความเชื่อ และ ความหมายเชิงสัญลักษณ์ของแต่ละขั้นตอนผ่านกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับผู้สนใจงานลักษณะนี้สามารถศึกษาเปรียบเทียบพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งงาน ของชาวฮากกาในพื้นที่อื่น หรืออาจจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มชาติพันธุ์อื่นที่มีความโดดเด่นในพื้นที่ ที่ท่านต้องการศึกษาได้

องค์ความรู้ใหม่

สืบเนื่องจากคณะผู้วิจัยได้สืบค้นวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปรากฏพบข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งงานของคนไทย เชื้อสายจีนฮากกาที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือค่อนข้างน้อย หลังจากการสัมภาษณ์ผู้รู้ ในอำเภอหาดใหญ่ คณะผู้วิจัยจึงสามารถอธิบายได้ว่า คนไทยเชื้อสายจีนฮากกา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีการสืบสานขั้นตอนพิธีกรรมการแต่งงานผ่านการบอกเล่าแบบรุ่นสู่รุ่น โดยไม่มีการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ที่ชัดเจน ส่งผลให้การค้นหาข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษรพบได้ค่อนข้างจำกัด ผลงานวิจัยนี้จึงเป็นการเติมเต็ม องค์ความรู้ในด้านที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมพิธีกรรมการแต่งงานของคนไทยเชื้อสายจีนฮากกา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลาเพื่อใช้เป็นแหล่งสืบค้นอ้างอิงแก่นักวิชาการ ตลอดจนผู้สนใจรุ่นหลังได้

บทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์

ญาณุภา ยอดสุวรรณ์: วางแนวความคิด วิเคราะห์อย่างเป็นทางการ สืบสวน ทรัพยากร ดูแลข้อมูล เขียน – ฉบับร่างต้นฉบับ และสร้างภาพ

สุพิชญา สุขขวัญ: วางแนวความคิด วิเคราะห์อย่างเป็นทางการ สืบสวน ทรัพยากร ดูแลข้อมูล เขียน – ฉบับร่างต้นฉบับ และสร้างภาพ

หฤทัย ไชยรักษ์: วางแนวความคิด วิเคราะห์อย่างเป็นทางการ สืบสวน ทรัพยากร ดูแลข้อมูล เขียน – ฉบับร่างต้นฉบับ และสร้างภาพ

บุญทิศา จันทระเจริญ: วางแนวคิด ระเบียบวิธีวิจัย ตรวจสอบความถูกต้อง วิเคราะห์อย่างเป็นทางการ ทรัพยากร เขียน – ทบทวนและแก้ไข กำกับดูแล บริหารโครงการ และจัดหาทุน

เอกสารอ้างอิง

- Amornwanitsak, S. (2024). Thai–Chinese relations: A study of cultural acceptance and assimilation. *Chinese studies Journal Kasetsart University*, 17(2), 14–15. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CSJ/article/view/276923> [In thai]
- Burutphat, K. (1975). *People of hills*. Phrae Pittaya Publishing.
- Chotikasemsi, S. (2012). Traditions, culture, beliefs, and the Khanmak procession in marriage proposals of Songkhla residents. *Journal of Cultural Approach*, 13(24), 3–15. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/3451 [in thai]
- Chumchit, T., & Plengdisakul, B. (2017). Factors affecting changes in beliefs in The Yao Liang Phi Ritual of the P Hu Thai people in Kunwa Sub–district, Kuchinarai District, Kalasin Province. *Journal of Fine and Applied Arts, Khon Kaen University*, 9(2), 123–148. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fakku/article/view/113917> [In Thai]
- Dongsombat, S., Meethaisong, T., And Bangperg, K. (2019). Adaptation to the change in the culture and belief of the community of Tamyae Village Khaen Sub–district, Wapi Pathum District, Maha Sarakham Province. *KKU International Journal of Humanities and Social Sciences*, 9(3), 146–161. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/KKUJ/article/view/209670/158163> [In thai]
- Kasetsiri, C. (Ed.). (2005). *Chinese society in Thailand: An analytical history* (2nded.). The Foundation for The Promotion of Social Science and Humanities Textbooks. [In Thai]
- Lee, E. S. (1966). A theory of migration. *Demography*, 3(1), 47–57. <https://www.jstor.org/stable/206006>
- Ma, G. (2021). Development network construction of Hakka People in Southern Thailand. *Rusamilae Journal*, 42(2), 6–36. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rusamelae/article/view/254212/172351> [In thai]
- Mahattanobol, W. (2005). *Hakka Is “Hakka”: Is “Chinese–Khae”*. (2nded.). Matichon Publishing. [In Thai]
- Malasri, T. (2019). The comparison of love and marriage attitude from Thai and Chinese proverbs. *KKU Research Journal of Humanities and Social Sciences (Graduate Studies)*, 7(2), 136–137. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/gskkuhs/article/view/206778> [In Thai]
- Na Kotapura, P.R. (2018). The symbolism of fish in Theravada Buddhism. *Panidhana Journal*, 11(1), 37–56. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/panidhana/article/view/148167/109184> [In Thai]
- Phichetphan, C., & Phichetphan, S. (2017). *Kon Khae (Not Khae) Hakka Ngin*. First Offset (1993) Co., Ltd. [In Thai]

- Poshakrishna, P. (2025). Dowry and Thai society. *Journal Of MCU Haripunchai Review*, 9(2), 613–623. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JMHR/article/view/aaa-044/aaa-044> [In Thai]
- Saleh, M., Saesen, W., Somlok, A., Phuangrod, K., And Kitiwinit, S. (2024). Components and structures of Thai food naming and cultural identity of Thai-Chinese Hakka people in Betong District, Yala Province. *Journal of Language, Religion and Culture*, 13(2), 102–138. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/gshskku/article/view/279024> [In Thai]
- Satsanguan, N. (1999). *Principles of cultural anthropology*. (4thed.). Rammakarn Printing Co., Ltd. [In Thai]
- Siripaisarn, S. & Kanchanadit, A. (2009). Rituals and beliefs of Chinese Thai in Songkhla Basin from past to present. *Journal of Humanities and Social Sciences Thaksin University*, 4(1), 97–124. <https://kb.psu.ac.th/server/api/core/bitstreams/3c95af1f-c57e-47cc-8c9a-61a30413f8cf/content> [In Thai]
- Siripaisarn, S., Kanchanadit, A., Narksaithong, P., And Thongdee, S. (2006). Social and cultural change of Chinese population in Hat Yai City from the past to the present. *Thaksin Journal*, 9(2), 43–54. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/tsujournal/article/view/69005/56180> [In Thai]
- Sukprasert, W. (2017). *Legal status of Sin-Sod (Bride Price) In Thai law* [Master Thesis, Thammasat University]. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5701031048_9174_9126.pdf [In Thai]
- Supharchan, W., Boonprakarn, K., And Jiamat, A. (2016). The Everyday Life Practice Via Cross-Ethnic. Marriage. *Journal Of Liberal Arts Prince of Songkla University*, 5(1), 78–87. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-la/article/view/64413> [in thai]
- Thi Hang, T. (2023). Kukrit Studies: Beliefs About Colors. *Connexion: Journal of Humanities and Social Sciences*, 12(1). <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/MFUconnexion/article/view/263050> [In Thai]
- Wang, Q., & Onkam, I. (2021). Beliefs and rituals of Chinese Taiwanese shrines: A case study of Thammakatanyu Foundation Shrine (Xian Loo Tai Thiankong), Samutprakan Province. *Journal Of Mcu Buddhist Review*, 5(2), 73–75. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jmb/article/view/252684> [In Thai]
- Wang, R. (2011). A brief analysis of Chinese and Japanese matchmaking culture: Focusing on the role of matchmakers. *Wenxuejia*, 12(3), 153–155. [In Chinese]
- Yanyongkasemsuk, R. (2015). Capital of marriage. *Burapha Journal of Political Economy*, 3(2), 31–54. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pegbuu/article/view/199459/139220> [In Thai]
- Yothinsirikul, S. (2018). Chinese auspiciousness and Feng Shui science among Chinese-Thai people in Yaowarat Community. *Silpakorn University Journal*, 38(5), 137–138. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/152935/111775> [In Thai]
- Zeng, X. (1999). *Taiwan Hakka cultural studies*. Jinshi Printing Co., Ltd. [In Chinese]

การวิเคราะห์มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย”
เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทย
ในฐานะภาษาต่างประเทศ

AN ANALYSIS OF THE INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE REGARDING
“THAI RESPECTFUL CONDUCT” FOR THAI CULTURAL LEARNING
AMONG CHINESE LEARNERS OF THAI AS A FOREIGN LANGUAGE

ถึงถึง หวง^{1*}, สุภัค มหาวารากร² และ นิธิอร พรอำไพสกุล³

Tingting Huang^{1*}, Supak Mahavarakorn² and Niton Pornumpaisakul³

1, 2, 3มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 114 ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 ประเทศไทย

1, 2, 3Srinakharinwirot University, 114 Sukhumvit 23, Watthana, Bangkok 10110 Thailand

*Corresponding author E-mail: tingting.huang@g.swu.ac.th

(Received: Dec 29, 2025; Revised: Jun 26, 2026; Accepted: Jun 30, 2026)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาหมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” และศึกษามุมมองและสภาพการเรียนรู้เกี่ยวกับ “การแสดงความเคารพแบบไทย” ของผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Qualitative Content Analysis) จากเอกสารและแหล่งข้อมูลทางการจำนวน 12 แหล่ง และวิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างร่วมกับแบบคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษาชาวจีนชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาภาษาไทยของสถาบันอุดมศึกษาในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง สาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 50 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผลการวิจัยพบว่า 1) การแสดงความเคารพแบบไทยสัมพันธ์กับพุทธศาสนา ได้แก่ การประนมมือ การไหว้ การกราบและการแสดงความเคารพที่ใช้โอกาสเฉพาะ 2) การแสดงความเคารพแบบไทยในบริบทสังคมไทย ได้แก่ การสืบทอดค่านิยมความกตัญญูและการยอมรับบุญคุณ การเป็นระบบปฏิสัมพันธ์ที่กำกับพฤติกรรมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคมไทย และการเป็น “ภาษาทางวัฒนธรรม” ที่ถ่ายทอดและสื่อความหมายทางวัฒนธรรมไทย

นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์โดยใช้แบบคำถามกับผู้เรียนชาวจีน สรุปเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การเรียนรู้แบบผิวเผิน: เรียนรู้ “ท่าทาง” แต่ไม่เข้าใจ “บริบท” 2) ความสนใจและความต้องการของผู้เรียนชาวจีนต่อการเรียนรู้เรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” 3) การเรียนรู้การแสดงความเคารพแบบไทยโดยเชื่อมโยง

¹ นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ (ผู้วิจัยได้รับทุนจากสำนักงานศึกษาธิการเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง สาธารณรัฐประชาชนจีน งบประมาณเงินอุดหนุนจากโครงการสำหรับอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิของมหาวิทยาลัยในเขตนำร่องความร่วมมือทางการศึกษาแบบเปิดจีน-อาเซียน(กว่างซี) เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาเอกในประเทศภาคี RCEP ปี พ.ศ. 2566) เลขที่สัญญา ความร่วมมือการศึกษานานาชาติกว่างซี 20/2566 (桂教国交 [2023]20 号)

²⁻³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์

กับมารยาทจีน โดยพบว่า ผู้เรียนชาวจีนเรียนรู้เรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” ส่วนใหญ่รู้จักเพียงรูปแบบหรือท่าทางการไหว้และการกราบ แต่ยังต้องการมีความเข้าใจเชิงความหมายของวัฒนธรรมมากขึ้น เพื่อสามารถใช้กิริยาและภาษาได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมในสถานการณ์จริงของสังคมไทย

คำสำคัญ: มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม, การแสดงความเคารพแบบไทย, ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ, ผู้เรียนชาวจีน

ABSTRACT

The objective of this article was to analyze the content of the intangible cultural heritage regarding “Thai respectful conduct” and to examine the perspectives and learning conditions of Chinese learners of Thai as a Foreign Language this cultural practice. This qualitative study employed qualitative content analysis of 12 documentary and official sources, together with semi-structured interviews and open-ended questions. The participants consisted of 50 second-year Chinese undergraduate students majoring in Thai at higher-education institutions in the Guangxi Zhuang Autonomous Region, the People's Republic of China, They were selected through purposive sampling.

The findings revealed that: 1) Thai respectful conduct was closely related to Buddhism, as reflected in the gesture of joining the palms (Anjali), the Wai, prostration, and forms of respectful conduct used on specific occasions; and 2) In the Thai social context, Thai respectful conduct transmitted values of gratitude and acknowledgement of beneficence, functioned as a system of interaction that regulated behavior and interpersonal relationships, and served as a “cultural language” through which Thai cultural meanings were conveyed.

In addition, analysis of the interview and open-ended-question data yielded three key themes: 1) Superficial learning: mastering “gestures” without understanding “contexts”; 2) Chinese learners’ interest in and needs for learning “Thai respectful conduct”; and 3) Learning Thai respectful conduct through comparison with Chinese etiquette. The findings further indicated that most Chinese learners were familiar only with the forms or gestures of the Wai and prostration but still required a deeper understanding of their cultural meanings in order to use respectful gestures and language accurately and appropriately in authentic Thai social situations.

KEYWORDS: Intangible Cultural Heritage, Thai Respectful Conduct, Thai as a Foreign Language, Chinese Learners

บทนำ

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (Intangible Cultural Heritage: ICH) ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางภายใต้อนุสัญญาว่าด้วยการสงวนรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ. 2546 ขององค์การยูเนสโก (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], 2003) องค์การยูเนสโกและนักวิชาการด้านวัฒนธรรมระบุว่า มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นสมบัติทางจิตวิญญาณของชุมชน และยังเป็นทรัพยากรสำคัญในการเสริมสร้างอัตลักษณ์และความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากมีศักยภาพในการบูรณาการการศึกษาได้ทั้งในเนื้อหาสาระและกระบวนการจัดการเรียนรู้ โดยเน้นการเชื่อมโยงองค์ความรู้ วิถีชีวิต และค่านิยมทางสังคมผ่านประสบการณ์ตรงของผู้เรียน (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO],

2015) แนวคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาอย่างมีความหมาย ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของผู้เรียน

“การแสดงความเคารพแบบไทย” จัดอยู่ในสาขาแนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม ประเพณี และเทศกาลของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมระดับชาติของไทย โดยเฉพาะ “การไหว้” และ “การกราบ” เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ปรากฏเป็นประจักษ์ในชีวิตประจำวันของสังคมไทย และเป็นประสบการณ์ตรงของผู้เรียนชาวไทย การไหว้และการกราบแบบไทยสะท้อนค่านิยมสำคัญของสังคมไทย เช่น ความกตัญญู การเคารพผู้ใหญ่ การให้เกียรติ และความอ่อนน้อมถ่อมตน รัฐบาลไทยยกระดับความสำคัญและมีมติกำหนดให้ “การไหว้” เป็นเอกลักษณ์ประจำชาติในฐานรูปแบบการทักทายและการแสดงความเคารพแบบไทยเมื่อปี พ.ศ. 2567 โดยให้เหตุผลว่า การไหว้เป็นธรรมเนียมที่ผูกพันกับวิถีชีวิตของคนไทย สะท้อนความดีงามความสุภาพ และความเคารพที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล (The Government Public Relations Department [PRD], 2024; The Secretariat of the Cabinet [SOC], 2024) ในด้านการสื่อสารภาษาไทย การไหว้หรือการกราบยังสัมพันธ์กับการเลือกใช้สรรพนาม คำลงท้าย และระดับภาษาในบริบทต่าง ๆ เช่น การทักทายอาจารย์ การกราบพระภิกษุ หรือการพบปะผู้ใหญ่ จึงกล่าวได้ว่า “การแสดงความเคารพแบบไทย” มิใช่เพียงท่าทางกายภาพเท่านั้น หากเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยที่บูรณาการวัฒนธรรมและอวัจนภาษา และสามารถสร้างเป็น “เนื้อหาทางวัฒนธรรม” เพื่อเพิ่มความเข้าใจระเบียบและความเหมาะสมกับกาลเทศะทางสังคมสำหรับผู้เรียนชาวไทยที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ

ผู้เรียนชาวไทยที่เติบโตขึ้นในบริบทวัฒนธรรมให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อ “ความเคารพ” โดยได้รับอิทธิพลจากแนวคิดหลักของจีน ซึ่งเน้นหลัก “หลี่” (礼) อันหมายถึงระเบียบพิธีการและมารยาททางสังคม และหลัก “เสี่ยว” (孝) อันหมายถึงความกตัญญูต่อบิดามารดาและบรรพบุรุษ โดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง “หลี่” ครอบคลุมตั้งแต่แบบแผนพิธีกรรม การแสดงความเคารพในครอบครัว ไปจนถึงมารยาทในชีวิตประจำวัน และทำหน้าที่เป็นกรอบกำกับพฤติกรรมของบุคคลเพื่อธำรงความสงบเรียบร้อยของสังคม (The Editorial Committee of Chinese Etiquette Culture, 2020; Hai, 2021) ในสมัยโบราณของจีน พิธีการแสดงความเคารพอย่าง “โค่วโถว 叩头” ที่ผู้มีฐานะต่ำกว่าคุกเข่าและก้มศีรษะกระแทกพื้นต่อจักรพรรดิ บรรพบุรุษ หรือผู้มีพระคุณ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมจีนที่สะท้อนลำดับชั้นทางสังคมและอำนาจในระดับสูงสุด (Hu et al., 2018) ถึงแม้พิธีกรรมเช่นนี้จะปรากฏน้อยในชีวิตประจำวันของชาวจีนยุคใหม่ แต่ภาพลักษณ์และความหมายของมารยาทนี้ยังคงปรากฏในตำราเรียน หนังสือประวัติศาสตร์ วรรณกรรม และสื่อสมัยนิยม จึงทำให้ผู้เรียนชาวจีนคุ้นเคยกับมารยาทจีนที่สัมพันธ์กับลำดับชั้นทางสังคมและค่านิยมความกตัญญู

ภายใต้กรอบความร่วมมือ “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง (Belt and Road Initiative)” และการสร้างประชาคมอาเซียน ส่งผลให้ภาษาไทยได้รับการยอมรับเพิ่มขึ้นในสถาบันการศึกษาในประเทศจีน โดยเฉพาะเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง (Guangxi Zhuang Autonomous Region) ซึ่งเป็น “ประตูเอเชียตะวันออกเฉียงใต้” ได้เร่งผลิตบุคลากรด้านภาษาไทยเพื่อรองรับความต้องการของตลาดแรงงาน ผู้วิจัยเห็นว่า การวิเคราะห์มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” โดยเชื่อมโยงกับมารยาทในวัฒนธรรมจีน จะช่วยผู้เรียนชาวไทยที่เรียนภาษาไทยเพิ่มความเข้าใจวัฒนธรรมไทย ทำให้ผู้เรียนสามารถมองเห็นทั้งความคล้ายคลึง ความแตกต่าง และคุณค่าทางมารยาทไทยและจีนได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นความรู้ที่พัฒนาจากการจดจำเพียงรูปแบบท่าทางหรือถ้อยคำทักทายไปสู่ความเข้าใจ “ความหมายทางสังคม” และ “ความเหมาะสมกับกาลเทศะ” ของการใช้ภาษาในสถานการณ์จริง

อย่างไรก็ดี ปัจจุบันผู้เรียนชาวไทยที่เรียนภาษาไทยมีจำนวนไม่น้อย แม้มีผลสัมฤทธิ์ทางภาษาไทยอย่างดี เช่น การจดจำคำศัพท์และไวยากรณ์ แต่ความเข้าใจวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับปานกลางหรือต่ำ โดยเฉพาะความรู้ที่เกี่ยวกับค่านิยม มารยาททางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยส่งผลต่อการใช้ภาษาไทยให้ “เหมาะสมกับกาลเทศะ” ในสถานการณ์จริงโดยตรง (Zhang et al., 2021; Ren et al., 2012) สอดคล้องกับ Kramsch (1993) ที่กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เกิดขึ้นพร้อมกับภาษาจะแยกออกจากกันไม่ได้ และงานวิจัยของ Thomas (1983) อธิบายว่า การเรียนภาษาหากขาด

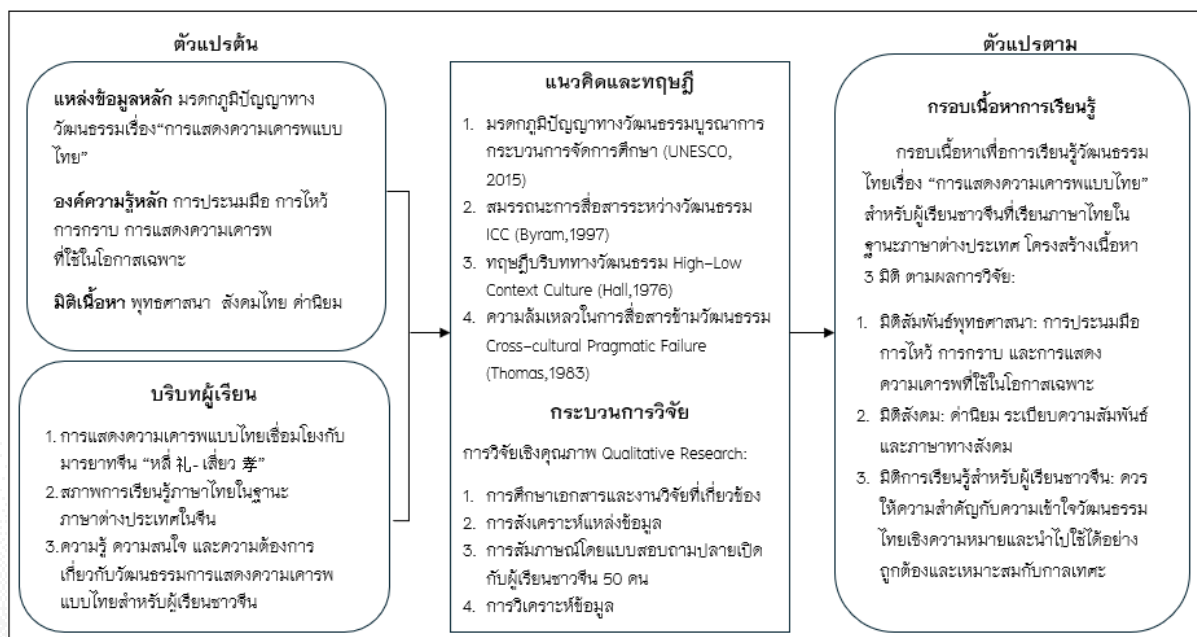
ความเข้าใจบริบททางวัฒนธรรม จะนำไปสู่การใช้ภาษาที่อาจ “ถูกต้องแต่ไม่เหมาะสม” กับทางสังคม ดังนั้น การวิเคราะห์ “การแสดงความคิดแบบไทย” โดยเชื่อมโยงกับมารยาทในวัฒนธรรมจีน จะช่วยให้ผู้เรียนชาวจีน ที่เรียนภาษาไทยเข้าใจความหมายเชิงวัฒนธรรมของการแสดงความคิดแบบไทย ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยไปใช้ในสถานการณ์จริงได้ ซึ่งก้าวหน้าจาก “พูดภาษาไทยได้” ไปสู่ “ใช้ภาษาไทย ได้อย่างเหมาะสมตามมารยาทไทย” และเพิ่มความมั่นใจในการสื่อสารตามโอกาสต่าง ๆ ในสังคมไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาบรรณานุกรมปัญหาทางวัฒนธรรมเรื่อง “การแสดงความคิดแบบไทย” และเชื่อมโยง กับมารยาทในวัฒนธรรมจีน
2. เพื่อศึกษามุมมองและสภาพการเรียนรู้เกี่ยวกับ “การแสดงความคิดแบบไทย” ของผู้เรียนชาวจีน ที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหา บรรณานุกรมปัญหาทางวัฒนธรรมเรื่อง “การแสดงความคิดแบบไทย” เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยสำหรับผู้เรียน ชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือ นักศึกษาชาวจีน จำนวน 255 คน ที่กำลังศึกษาวิชาเอกภาษาไทยในมหาวิทยาลัย ชนชาติกว่างซี (Guangxi Minzu University) เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง สาธารณรัฐประชาชนจีน

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักศึกษาชาวจีนจำนวน 50 คน โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

1. เป็นนักศึกษาชาวไทย สาขาวิชาภาษาไทย ของมหาวิทยาลัยชนชาติกว่างซี ในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งเดียวในภาคใต้ของจีนที่เปิดสอนสาขาวิชาภาษาไทยมาเป็นเวลานานกว่า 50 ปี และผลประเมินการเรียนการสอนภาษาไทยติด 5 อันดับแรกใน 3 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2565–2567) (GAR–Higher Education Rankings, 2024) เพื่อให้ได้ข้อมูลการสัมภาษณ์ที่มาจากสถาบันที่มีมาตรฐานการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยในระดับสูง และเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความเข้มแข็งทางวิชาการ

2. เป็นนักศึกษาชาวจีนที่กำลังเรียนชั้นปีที่ 2 ซึ่งมีความรู้พื้นฐานภาษาไทยเบื้องต้น และเคยเรียนวัฒนธรรมไทยด้วยภาษาจีนในชั้นปีที่ 1 เพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่มีความรู้พื้นฐานเพียงพอในการทำความเข้าใจและวิเคราะห์ประเด็นการสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ได้รับการประสานงานผ่านอาจารย์และคณาจารย์ในมหาวิทยาลัยชนชาติกว่างซี และเข้าร่วมการวิจัยด้วยความสมัครใจ หลังจากได้รับแบบแสดงความยินยอม (Informed Consent) ตามหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (หมายเลขรับรองโครงการวิจัย SWUEC– 682369) ทั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์ทางออนไลน์แบบกึ่งโครงสร้างร่วมกับแบบคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” เป็นองค์ความรู้หลักเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาวัฒนธรรมไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีน โดยศึกษาจากเอกสารและแหล่งข้อมูลทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงคู่มือของหน่วยงานรัฐ หนังสือทางวิชาการและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 12 แหล่ง ทั้งนี้ ผู้วิจัยคัดเลือกและกำหนดแหล่งข้อมูลดังกล่าวตามเกณฑ์สำคัญหลายประการ คือ 1) จากหน่วยงานรัฐและสถาบันวิชาการ ซึ่งมีมาตรฐานในการจัดทำข้อมูลด้านมรดกภูมิปัญญาและมารยาททางสังคม 2) เนื้อหาที่มีความครอบคลุมรวมถึงเนื้อหาบรรยายและรายละเอียดเชิงปฏิบัติของมารยาท 3) สามารถตรวจสอบได้ชัดเจน มีข้อมูลบรรณานุกรมหรือลิงก์สืบค้น เป็นแหล่งข้อมูลที่ทันสมัยและเข้าถึงได้ ดังนั้น ขอบเขตแหล่งข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้มี 12 แหล่งได้แก่

1. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2559). *แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล: มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ*. สำนักงานกิจการโรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก ในพระบรมราชูปถัมภ์.
2. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร. (2554). *ฐานข้อมูลสารานุกรมวัฒนธรรมไทย SAC*. <https://db.sac.or.th/thailand-cultural-encyclopedia/encyclopedia/ebook.php>
3. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2568). *การไหว้ในประเทศไทยและต่างประเทศ*. <https://book.culture.go.th/wai/#p=1>
4. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2568). *มารยาทไทย มารยาทในสังคม*. <https://book.culture.go.th/etiquette/then/#p=1>.
5. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2553). *มารยาทไทย*. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยจำกัด.
6. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2568). *ฐานข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม*. <https://ich-thailand.org/>
7. Encyclopedia of China Publishing House. (2025). *Encyclopedia of China (中国大百科全书)*. <https://www.zgjk.com/>
8. Peng, L. (2017). *An overview of traditional Chinese etiquette (中华传统礼仪概要)*. Higher Education Press.

9. Editorial Committee of Chinese Etiquette and Culture. (2020). *The great China throughout five thousand years: Chinese etiquette and culture* (大中国上下五千年：中国礼仪文化). Foreign Languages Press.

10. Hu, A., Han, L., & Chen, L. (2018). *Chinese etiquette and culture* (中国礼仪文化). China Travel & Tourism Press.

11. Chen, C. (2025). *Traditional rituals of Huaxia* (华夏传统礼仪). Jiangsu People's Publishing House.

12. Hai, Y. (2021). *Etiquette in China* (礼仪中国). Beijing Normal University Press.

เครื่องมือการวิจัย

1. แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างทางออนไลน์ โดยประกอบด้วยคำถามหลักแบบปลายเปิด จำนวน 8 ข้อ ครอบคลุมประเด็นความรู้ การรับรู้ ประสบการณ์ และทัศนคติ ของนักศึกษาชาวจีนต่อมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” รวมถึงมุมมองเกี่ยวกับการเปรียบเทียบมารยาทไทย-จีน

2. แบบคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) จำนวน 8 ข้อ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลมีโอกาสทบทวนและอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติม ช่วยเสริมความครบถ้วนของข้อมูล และใช้ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลระหว่างคำตอบปากเปล่ากับคำตอบลายลักษณ์อักษร ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลตอบจากความคิดและประสบการณ์ของตนเอง และเลือกใช้เครื่องมือ AI ในการตอบคำถาม

เครื่องมือการวิจัยดังกล่าวได้รับการพิจารณาและตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศและด้านวัฒนธรรมมรดกภูมิปัญญา จำนวน 3 ท่าน จากนั้นผู้วิจัยปรับถ้อยคำและแนวทางการถามของแบบคำถาม และจัดลำดับคำถามให้เหมาะสมกับการสนทนาในการสัมภาษณ์และการรอกคำตอบก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Qualitative Content Analysis) จากข้อมูลจำนวน 12 แหล่ง ตามที่กล่าวไว้ข้างต้น รวมถึงศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาชาวจีน จำนวน 50 คน โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ทางออนไลน์แบบกึ่งโครงสร้าง ร่วมกับการตอบคำถามปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงปากเปล่าและเชิงข้อความอย่างครบถ้วน ขั้นตอนการเก็บข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้วิจัยติดต่ออาจารย์ผู้ประสานงานในมหาวิทยาลัยชนชาติกว่างซีผ่านทางอีเมลและโทรศัพท์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นข้อมูลติดต่อที่เผยแพร่ตามมหาวิทยาลัย จากนั้นผู้วิจัยส่งข้อความเชิญเข้าร่วมการวิจัยให้นักศึกษาและทำการนัดหมายวันเวลาในการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลผ่านระบบออนไลน์

2. ผู้วิจัยจัดการสัมภาษณ์ผ่าน Tencent Meeting แบบรายบุคคล โดยกำหนดเวลาประมาณคนละ 5-8 นาที ผู้วิจัยเป็นผู้ตั้งคำถามตามแนวคำถามสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และผู้ให้ข้อมูลตอบคำถามด้วยวาจา ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ผู้วิจัยชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการเข้าร่วมวิจัย การบันทึกเสียงและบันทึกภาพ และสิทธิในการถอนตัวได้ทุกเมื่อโดยไม่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการเรียนการสอน ตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (หมายเลขรับรองโครงการวิจัย SWUEC- 682369)

3. หลังจบการสัมภาษณ์ปากเปล่า ผู้วิจัยแจกแบบคำถามปลายเปิดผ่านระบบออนไลน์ WJX (<https://www.wjx.cn/>) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มสำหรับรวบรวมคำตอบเชิงข้อความ และเป็นเครื่องมือสร้างแบบสัมภาษณ์ทางวิชาการของจีน ผู้ให้ข้อมูลตอบแบบคำถามเพื่อขยายรายละเอียดจากสิ่งที่ได้ตอบในการสัมภาษณ์ ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเงื่อนไขห้ามใช้ AI และให้ผู้ให้ข้อมูลกรอกคำตอบจากความคิดของตนเอง

4. เมื่อเก็บข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยรวบรวมไฟล์บันทึกการสัมภาษณ์ออนไลน์และคำตอบจาก WJX จากนั้นจัดระเบียบข้อมูลตามรหัสไฟล์ของผู้ให้ข้อมูล ก่อนนำไปเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและสื่อทางการ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อตีความและจัดหมวดหมู่สาระสำคัญเกี่ยวกับมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” และนำเสนอผลด้วยการบรรยายเชิงพรรณนา 2) การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และแบบคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลเชิงบรรยายความ และเชิงปริมาณเบื้องต้นโดยใช้ค่าร้อยละ เพื่อแสดงสัดส่วนของผู้ให้ข้อมูลที่มีแนวคำตอบหรือประเด็นเดียวกัน โดยผลการวิเคราะห์ดังกล่าวช่วยให้กำหนดกรอบเนื้อหาการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนมีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจำนวน 12 แหล่ง รวมถึงศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Qualitative Content Analysis) พบว่า มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” มี 2 ประเด็น ได้แก่ การแสดงความเคารพแบบไทยสัมพันธ์กับพุทธศาสนา และการแสดงความเคารพแบบไทยในบริบทสังคมไทย ดังนี้

1. การแสดงความเคารพแบบไทยสัมพันธ์กับพุทธศาสนา

“การแสดงความเคารพแบบไทย” สัมพันธ์กับพุทธศาสนาในสังคมไทย สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป. อ. ปยุตฺโต) อธิบายว่า พุทธศาสนา หมายถึง คำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าอย่างกว้าง ซึ่งรวมความถึง ความเชื่อถือ การประพฤติปฏิบัติ และกิจการทั้งหมดของหมู่ชนผู้กล่าวว่าตนนับถือพระพุทธศาสนา (Somdet Phra Buddhaghosacariya [P. A. Payutto], 2023) พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช) (Phra Dhammakittiwong [Thongdi Suratecho], 2005) สรุปว่า พุทธศาสนา คือระบบแห่งองค์ความรู้และคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า องค์ประกอบสำคัญอันเป็นหลักการพื้นฐานที่เรียกว่า “พระรัตนตรัย” ซึ่งประกอบด้วย พระพุทธ พระธรรม และพระสงฆ์ ดังนั้น พุทธศาสนาไม่ได้จำกัดอยู่เพียงคำสอนในคัมภีร์เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ และกิจกรรมของพุทธศาสนิกชนที่ปรับตัวตามยุคสมัย ดังนั้น การแสดงความเคารพแบบไทย เช่น การไหว้และการกราบจึงเป็นวัฒนธรรมของคนไทยที่แสดงความนับถือพุทธศาสนา และหลอมรวมเข้ากับจารีตประเพณีในสังคมไทย

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการแสดงความเคารพแบบไทย พบว่า การแสดงความเคารพแบบไทยที่สัมพันธ์กับพุทธศาสนาในสังคมไทย ได้แก่ การประนมมือ การไหว้ การกราบ และการแสดงความเคารพที่ใช้ในโอกาสเฉพาะ ดังนี้

1.1 การประนมมือ

“การประนมมือ (อัญชลี)” เป็นองค์ประกอบของการแสดงความเคารพแบบไทย และเป็นกิริยาส่วนหนึ่งของท่าไหว้ ซึ่งใช้ในกิจกรรมทางศาสนาโดยตรง เช่น สวดมนต์ ฟังพระสวดมนต์ ฟังพระธรรมเทศนา รวมถึงการสนทนากับพระภิกษุและการรับพรจากผู้ใหญ่ (Department of Cultural Promotion & Ministry of Culture [DCP & MOC], 2025a, p. 2; Office of the National Culture Commission [ONCC], 2010, p. 1) สรุปได้ว่า การประนมมือ หรืออัญชลี คือแบบแผนพฤติกรรมทางสังคมไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมการเคารพ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของสังคมไทย และเป็นสัญลักษณ์การแสดงความออกต่อพระรัตนตรัย โดยเชื่อมต่อทางจิตวิญญาณ เพื่อเข้าสู่กระบวนการรับถ่ายทอดคำสอน เช่น สวดมนต์ หรือฟังธรรม อันแสดงให้เห็นว่าพุทธศาสนาได้หลอมรวมเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและมารยาททางสังคมไทยอย่างเป็นรูปธรรม

1.2 การไหว้

“การไหว้” แบบไทยแบ่งเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การไหว้พระ การไหว้ผู้มีพระคุณและผู้อาวุโส และการไหว้บุคคลทั่วไป การแสดงความเคารพแบบไทยด้วยการไหว้พระพุทธรูป พระธรรม พระสงฆ์ รวมทั้งสิ่งสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา กำหนดอยู่ในระดับสูงสุดของการไหว้ (DCP, 2016, p. 5; DCP & MOC, 2025a, p. 3) การแสดงความเคารพแบบไทยโดยกำหนดให้การไหว้พระรัตนตรัยอยู่ในระดับสูงสุด เช่น นิ้วหัวแม่มือจรดระหว่างคิ้ว สะท้อนให้เห็นว่า คนไทยให้ความสำคัญกับศาสนา ซึ่งเป็นสถานะทางจิตวิญญาณและวัฒนธรรมสูงสุดในสังคมไทย โดยทั่วไปบุคคลจะแสดงความเคารพต่อพระภิกษุสงฆ์ด้วยการประนมมือตามความเหมาะสมของสถานการณ์ และสะท้อนให้เห็นว่าพระพุทธศาสนาเป็นศูนย์กลางแห่งความเชื่อและความเคารพนับถือในสังคมไทย ซึ่งเป็นอัตลักษณ์และบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมอันสูงสุดของชาติ สอดคล้องกับสมเด็จพระพุฒาจารย์ (ป. อ. ปยุตโต) (P. A. Payutto, 2023) ที่อธิบายว่า พุทธศาสนาในปัจจุบันกลายเป็นวิถีชีวิต และบรรทัดฐานทางสังคม

จากการวิเคราะห์ข้อมูล “การไหว้ระดับที่ 1 การไหว้พระ” (DCP & MOC, 2025a, p. 3) และเอกสารเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การไหว้พระในสังคมไทย คือแบบแผนทางวัฒนธรรมที่นำหลักนามธรรมทางพุทธศาสนาไปสู่การปฏิบัติทางกายภาพเป็นรูปธรรม การกำหนดตำแหน่งมือให้ “นิ้วหัวแม่มือจรดกลางระหว่างคิ้ว และปลายนิ้วชี้แตะเหนือหน้าผาก” เป็นท่าทางที่แสดงออกถึงการยอมรับสถานะสูงสุดของพระรัตนตรัยในสังคมไทย อีกทั้ง การแยกอัตลักษณ์ท่าทางการไหว้พระระหว่างเพศ โดยเพศชายใช้วิธีการยืนตรงค้อมตัวซึ่งแสดงถึงความสุขุมและนอบน้อม ขณะที่เพศหญิงใช้วิธีการย่อตัวหรือการถอยเท้า พร้อมค้อมศีรษะให้ใบหน้าขนานกับพื้น กริยาท่าทางที่ละเอียดอ่อนของสตรีไทยสะท้อนถึงจารีตแห่งความสุภาพและบทบาททางเพศสภาพในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ โดยเฉพาะในบริบทที่อยู่ต่อหน้าพระภิกษุสงฆ์ พฤติกรรมดังกล่าวแสดงความสำรวมเรียบร้อยของพุทธศาสนิกชน

นอกจากนี้ การไหว้ในสังคมไทยเป็น “อวัจนภาษา” ซึ่งทำหน้าที่สื่อสารทางวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ เพื่อแสดงความศรัทธาของพุทธศาสนา เช่น คนไทยมักยกมือไหว้เมื่อสัญจรผ่านศาสนสถานหรือศาลหลักเมือง สะท้อนถึงการรับรู้ต่อ “พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์” ในสังคมไทย อีกทั้งการไหว้ยังเป็น “ภาษาเชิงศาสนา” ที่บูรณาการกายและวาจา เช่น การไหว้พร้อมเปล่งคำว่า “สาธุ” ระหว่างอนุโมทนาบุญหรือรับพรจากพระสงฆ์ ซึ่งถือเป็นการยืนยันเจตนา และการมีส่วนร่วมในกุศลพิธี (Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre [SAC], 2011) โดยอธิบายได้ว่าการไหว้เป็นการปฏิบัติที่สอดคล้องกับหลัก “ไตรทวาร” คือการสำรวมกาย วาจา และใจ (P. A. Payutto, 2023) การไหว้จึงกลายเป็นบรรทัดฐานที่ช่วยจัดระเบียบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พร้อมทั้งธำรงอัตลักษณ์พุทธศาสนาในชีวิตประจำวันของคนไทยอย่างเป็นรูปธรรม

1.3 การกราบ

การกราบ เป็นการแสดงความเคารพแบบไทยอย่างสูง ประกอบ 2 แบบ คือ การกราบแบบเบญจางคประดิษฐ์ และการกราบผู้ใหญ่ (DCP & MOC, 2025a, pp. 8–10) อย่างที่ สมทรง ปุญญฤทธิ์ (Punyarit, 2001, p.75) ได้กล่าวถึง การกราบแบบเบญจางคประดิษฐ์ที่ใช้ในการแสดงความเคารพพระภิกษุ พระพุทธรูปหรือพระรัตนตรัย ตามประเพณีนิยมหรือความเชื่อของสังคมไทย การกราบพระต้อง “กราบให้เป็น” จึงจะได้บุญมากคือเกิดผลเป็นความปิติชุ่มชื่น ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง สรุปการปฏิบัติกราบแบบเบญจางคประดิษฐ์ของชายและหญิง ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 1 ท่าเตรียมกับท่ากราบของ ชาย หญิงในการกราบแบบเบญจางคประดิษฐ์

ลำดับ	ชาย	หญิง	หมายเหตุ
ท่าเตรียม	นั่งคุกเข่าตัวตรงปลายเท้าตึง ปลายเท้าและส้นเท้าชิดกัน นั่งบนส้นเท้า เข่าทั้งสอง ห่างกันพอประมาณ มือทั้ง สองวางคว่ำเหนือเข่า ทั้งสองข้างนิ้วชิดกัน	นั่งคุกเข่าตัวตรงปลายเท้า ราบ เข่าถึงปลายเท้าชิดกัน นั่งบนส้นเท้า มือทั้งสอง วางคว่ำเหนือเข่าทั้งสองข้าง นิ้วชิดกัน	ชาย ใช้ท่าเทพบุตร หญิง ใช้ท่าเทพธิดา
ท่ากราบ	ศอกทั้งสองข้างวางต่อจาก เข่าราบไปกับพื้น หลังไม่โก่ง	ศอกทั้งสองข้างคร่อมเข่า เล็กน้อย ราบไปกับพื้น หลัง ไม่โก่ง	จังหวะที่ 1 (อัญชลี) ยกมือขึ้นในท่าประนมมือ จังหวะที่ 2 (วันทนา หรือ วันทา) ยกมือขึ้นไหว้ ตามระดับที่ 1 การไหว้พระ จังหวะที่ 3 (อภิวาท) ทอดมือทั้งสองพร้อม ๆ กัน ให้มือและแขนทั้งสองข้างราบกับพื้นคว่ำมือห่างกัน เล็กน้อย พอให้หน้าผากจรดพื้นระหว่างมือทั้งสอง *ทำสามจังหวะให้ครบทั้ง 3 ครั้ง ยกมือขึ้นไหว้ ในท่าไหว้พระ แล้ววางมือคว่ำเหนือเข่าทั้งสองข้าง เหมือนในท่าเตรียมกราบ จากนั้นให้เปลี่ยน อิริยาบถตามความเหมาะสม

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล เนื้อหาและชุดภาพจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยวิเคราะห์วัฒนธรรมการกราบแบบไทยที่สัมพันธ์กับพุทธศาสนาได้เป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

1) วัฒนธรรมการกราบของคนไทยเป็นแบบแผนพฤติกรรมที่เน้นความละเอียดอ่อนและการจัดลำดับผ่านอวัยวะร่างกาย เนื่องจาก “การกราบแบบเบญจางคประดิษฐ์” เป็นการใช้อวัยวะทั้งห้า (เข่า 2 ศอก 2 และหน้าผาก 1) สัมผัสพื้นเพื่อแสดงความนอบน้อมสูงสุด (DCP & MOC, 2025a, p. 8; ONCC, 2010, p. 4) สะท้อนถึงโครงสร้างสังคมไทยที่ให้ความสำคัญกับการจัดลำดับชั้น โดยเฉพาะพุทธศาสนาจัดอยู่ในสถานะสูงสุด กิริยาการนำหน้าผากลงจรดพื้น เป็นสัญลักษณ์ของการลดอัตตาหรือตัวตน เพื่อแสดงความเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่รวมจิตใจของชาติไทย สำหรับ “ท่าเตรียม” ในการกราบแบบเบญจางคประดิษฐ์ที่แยกตามเพศ โดยชายจะนั่งคุกเข่าปลายเท้าตึง ที่เรียกว่า “ท่าเทพบุตร” ขณะที่หญิงจะนั่งคุกเข่าปลายเท้าราบที่เรียกว่า “ท่าเทพธิดา” สะท้อนให้เห็นว่าในบริบทสังคมไทย การปลูกฝังระเบียบวินัยและการขัดเกลาทางสังคมตามเพศสภาพ โดยกำหนดท่าทางเฉพาะให้แก่ชายและหญิง เป็นการสร้างอัตลักษณ์ที่สื่อถึงความเข้มแข็งและความนอบน้อมของบุรุษ และความอ่อนช้อยเรียบร้อยของสตรี เพื่อสืบทอดระเบียบ ความเรียบร้อย และความงดงามในพื้นที่ศาสนสถาน นอกจากนี้ ในจังหวะการหมอบกราบ (อภิวาท) ข้อศอกของชายจะวางต่อจากเข่าราบไปกับพื้น ส่วนหญิงจะวางศอกคร่อมเข่าเล็กน้อย ความแตกต่างของตำแหน่งข้อศอกในจังหวะหมอบกราบนี้ สะท้อนถึงค่านิยมเรื่องความสุภาพและความสำรวมทางกายของคนไทยในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ สำหรับสตรี ตามแบบแผนที่ปรากฏในเอกสารมารยาทไทย กำหนดให้วางศอกคร่อมเข่าเล็กน้อย และแสดงให้เห็นว่าคนไทยให้ความสำคัญกับกาลเทศะ โดยเน้นการประพฤติและการแสดงออกให้เหมาะสมกับบริบทของสถานการณ์ (Ministry of Education [MOE], 2010) การแสดงความเคารพแบบไทยด้วยการกราบจึงแสดงให้เห็นความศรัทธาเคารพนับถือทางพุทธศาสนาของคนไทย

2) การกราบในวิถีชีวิตของคนไทยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับพระพุทธศาสนา ซึ่งมีบทบาทเป็นศูนย์รวมจิตใจสำคัญของคนไทย โดยการกราบพระที่ระบุไว้ กราบตามจังหวะของท่ากราบ 3 ครั้ง เพื่อระลึกถึงคุณพระพุทธรูปธรรม พระสงฆ์ (SAC, 2011; DCP & MOC, 2025a, p.8) กิริยาดังกล่าวสอดคล้องกับนิยามพุทธศาสนาเชิงกว้าง

โดยสมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป. อ. ปยุตฺโต) ที่ระบุว่า พุทธศาสนา รวมถึงความเชื่อถือและการประพฤติปฏิบัติของหมู่ชน (P. A. Payutto, 2023) การกราบจึงเปลี่ยนจากหลักการนามธรรมมาสู่การปฏิบัติที่พุทธศาสนิกชนแสดงความเคารพนับถืออย่างสูงสุดต่อพระรัตนตรัย สะท้อนให้เห็นว่า พุทธศาสนาเป็นบรรทัดฐานที่กำกับระเบียบวินัยและกิริยามารยาทในสังคมไทย จนกลายเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยที่โดดเด่นและสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น เป็นศาสนาที่มีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของสังคมไทย

1.4 การแสดงความเคารพที่ใช้ในโอกาสเฉพาะ

การแสดงความเคารพแบบไทยที่ใช้ในโอกาสเฉพาะต่าง ๆ อาทิ การแสดงความเคารพศพ การแสดงความเคารพอนุสาวรีย์บุคคลสำคัญ เช่น รูปปั้น ภาพถ่าย ภาพวาดหรือสัญลักษณ์อื่น ๆ และการแสดงความเคารพของผู้เป็นประธาน ณ ที่บูชา ล้วนเป็นแบบแผนพิธีการที่สัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับบริบทพุทธศาสนาและสังคมไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากเนื้อหาและภาพชุดที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสรุปเนื้อหาการแสดงความเคารพแบบไทยในโอกาสเฉพาะต่าง ๆ เป็นตารางเปรียบเทียบ ดังนี้

ตารางที่ 2 รูปแบบการแสดงความเคารพแบบไทยในโอกาสเฉพาะ

สถานการณ์	รูปแบบการแสดงความเคารพ	ลักษณะกิริยาที่สำคัญ
การเคารพศพของพระ	การกราบแบบเบญจางคประดิษฐ์	ถ้าเจ้าภาพจัดให้มีการจุดธูป ให้จุด 3 ดอก กราบศพของพระเป็นกราบแบบเบญจางคประดิษฐ์ 3 ครั้ง โดยชายและหญิงปฏิบัติเหมือนกัน
การแสดงความเคารพอนุสาวรีย์บุคคลสำคัญ	การคำนับ การกราบ หรือการไหว้	ใช้การคำนับหรือไหว้ตามความเหมาะสมในโอกาสพิเศษหรือพิธีการ หากเป็นวันสำคัญที่จัดพิธีการอาจมีการวางพวงมาลาหรือพุ่มดอกไม้
ประธาน ณ ที่บูชา	การกราบ พระพุทธรูป และการคำนับ	- เมื่อประธานในพิธีลุกจากที่นั่งเพื่อไปบูชาพระรัตนตรัย ผู้ร่วมพิธียืนขึ้น - เมื่อประธานเริ่มจุดธูป เทียน ผู้ร่วมพิธีประนมมือเสมอกัน - เมื่อประธานกราบครบ 3 ครั้ง ผู้ร่วมพิธียกมือที่ประนมขึ้นให้นิ้วหัวแม่มือจรดหว่างคิ้ว ปลายนิ้วชี้แนบหน้าผากพร้อมทั้งก้มศีรษะเล็กน้อย หากที่บูชามีธงชาติ และพระบรมฉายาลักษณ์ด้วย เมื่อประธานบูชาพระรัตนตรัยเสร็จแล้ว ให้ยืนขึ้นถอยหลัง 1 ก้าว ยืนตรงค้อมศีรษะคารวะเพียงครั้งเดียว ซึ่งถือว่าได้เคารพต่อชาติ และพระบรมฉายาลักษณ์ไปพร้อมกันแล้ว - เมื่อจบพิธี ประธานควรกราบพระพุทธรูปที่โต๊ะหมู่บูชา ส่วนผู้เข้าร่วมประชุมยืนขึ้นด้วยอาการสำรวม แล้วจึงไหว้ลาพระรัตนตรัย

จากการวิเคราะห์รูปแบบพฤติกรรมของการแสดงความเคารพแบบไทยในโอกาสเฉพาะ ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการแสดงความเคารพแบบไทยในโอกาสเฉพาะ คือ อัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงระหว่างหลักจริยธรรมพุทธศาสนากับโครงสร้างทางสังคมอย่างเป็นระบบ ดังเห็นได้จากระเบียบปฏิบัติในพิธีการสำคัญ เช่น การเคารพศพที่ได้รับพระราชทานเกียรติยศ ที่กำหนดผู้ที่ไปงานต้องกราบพระพุทธรูปก่อนแล้วจึงกราบศพ สะท้อนถึงความเคารพนับถือพระรัตนตรัยเป็นสรณะสูงสุด (P. A. Payutto, 2023) ขณะเดียวกัน กิริยาของการแสดงความเคารพของผู้เป็นประธาน ณ ที่บูชา ที่ประกอบด้วยการกราบพระพุทธรูปตามด้วยการคำนับธงชาติและพระบรมฉายาลักษณ์ ถือเป็นการบูรณาการ

ความศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนาสัมพันธ์กับหลักการของชาตติยธรรม กิริยาทางกายเหล่านี้ เช่น การประนมมือ และการก้มศีรษะ เป็นพฤติกรรมทางมารยาทที่สะท้อนถึงการลดอัตตาและการขัดเกลาจิตใจ (ONCC, 2010)

2. การแสดงความเคารพแบบไทยในบริบทสังคมไทย

การแสดงความเคารพแบบไทยเป็นแบบแผนทางสังคมที่สะท้อนความสัมพันธ์และค่านิยมของสังคมไทย การแสดงกิริยาการวะ เช่น การไหว้ การกราบ หรือการแสดงความเคารพในโอกาสเฉพาะ ทำหน้าที่กำกับพฤติกรรมทางสังคม ทำให้บุคคลในสังคมตระหนักถึงบทบาท หน้าที่ และความเหมาะสมในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ในชีวิตประจำวัน แนวปฏิบัติดังกล่าวจึงสะท้อนถึงคุณค่าทางสังคม ระเบียบความสัมพันธ์ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทย (DCP, 2016) ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์การแสดงความเคารพแบบไทยในบริบทสังคมไทย พบ 3 ประเด็น ดังนี้

2.1 การสืบทอดค่านิยมความกตัญญูและการยอมรับบุญคุณ

การแสดงความเคารพแบบไทยเป็นคุณค่าพื้นฐานของสังคมไทย การไหว้และการกราบเป็นรูปแบบของการแสดงความเคารพต่อบุคคลผู้มีพระคุณ เช่น ปิตามารดา ครูอาจารย์ และผู้มีอาวุโส โดยการปฏิบัติเหล่านี้ได้รับการปลูกฝังผ่านกระบวนการอบรมเลี้ยงดูในครอบครัว โรงเรียน และสถาบันทางสังคมอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง (ONCC, 2010) การแสดงความเคารพจึงทำหน้าที่เป็นกลไกที่ยืนยันความสัมพันธ์เชิงคุณค่าในสังคมไทย กล่าวคือ ผู้แสดงความเคารพยอมรับบทบาทของตนในฐานะผู้น้อยหรือผู้รับการถ่ายทอดคุณค่า ขณะที่ผู้รับความเคารพได้รับการยืนยันสถานะในฐานะผู้มีพระคุณหรือผู้มีบทบาทสำคัญ การปฏิบัติเช่นนี้ช่วยธำรงระบบคุณค่าทางสังคมและถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งอย่างเป็นรูปธรรม (SAC, 2011) กล่าวโดยสรุป การแสดงความเคารพแบบไทยมิได้เป็นเพียงมารยาทเชิงรูปแบบ หากทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมที่ช่วยเผยแพร่มรดกค่านิยมเรื่องความกตัญญูและการยอมรับบุญคุณอย่างต่อเนื่อง การไหว้และการกราบในชีวิตประจำวันจึงสะท้อนคุณค่าของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคมไทย

2.2 การเป็นระบบปฏิสัมพันธ์ที่กำกับพฤติกรรมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคมไทย

การแสดงความเคารพแบบไทยเป็นการปฏิบัติที่ต้องอาศัยการรับรู้และการตีความทางสังคมอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะลำดับอาวุโส สถานะทางสังคม และกาลเทศะ การเลือกใช้รูปแบบการไหว้หรือการกราบต้องพิจารณาว่าผู้รับความเคารพอยู่ในฐานะใด และอยู่ในบริบทใด (DCP, 2016) ระบบปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวทำหน้าที่เป็นเครื่องมือกำกับพฤติกรรมที่เป็นลายลักษณ์อักษร แต่ได้รับการยอมรับร่วมกันในสังคมไทยว่าเป็นบรรทัดฐานที่ควรปฏิบัติ ทั้งในชีวิตประจำวันและในโอกาสพิธีการต่าง ๆ (DCP & MOC, 2025b) สรุปได้ว่า การแสดงความเคารพแบบไทยทำหน้าที่เป็น “กลไกกำกับปฏิสัมพันธ์” ที่ทำให้สมาชิกในสังคมรับรู้และปฏิบัติตามลำดับความสัมพันธ์และกาลเทศะได้อย่างเหมาะสม จึงมีส่วนช่วยคงไว้ซึ่งระเบียบทางสังคมและลดความคลาดเคลื่อนในการสื่อสารทั้งในบริบทชีวิตประจำวันและพิธีการ

2.3 การเป็น “ภาษาทางวัฒนธรรม” ที่ถ่ายทอดและสื่อความหมายทางวัฒนธรรมไทย

การแสดงความเคารพแบบไทยยังเป็น “ภาษาทางวัฒนธรรม” ที่ใช้สื่อสารความหมายทางสังคม โดยไม่ต้องอาศัยถ้อยคำ เช่น การประนมมือ การก้มศีรษะ หรือการกราบ ล้วนเป็น “อวัจนภาษา” ที่ถ่ายทอดความสุภาพ ความนอบน้อม และการยอมรับลำดับความสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจน (SAC, 2011) ในมุมมองเชิงวัฒนธรรม การแสดงความเคารพแบบไทยจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของอัตลักษณ์ไทยที่ปรากฏในปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ทั้งในพื้นที่ส่วนบุคคลและพื้นที่สาธารณะ การรับรู้และเข้าใจภาษาทางวัฒนธรรมในเชิงอวัจนภาษาดังกล่าวจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารได้อย่างเหมาะสมในสังคมไทย และช่วยให้ชาวต่างชาติหรือผู้เรียนภาษาไทยเข้าใจวัฒนธรรมไทยได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

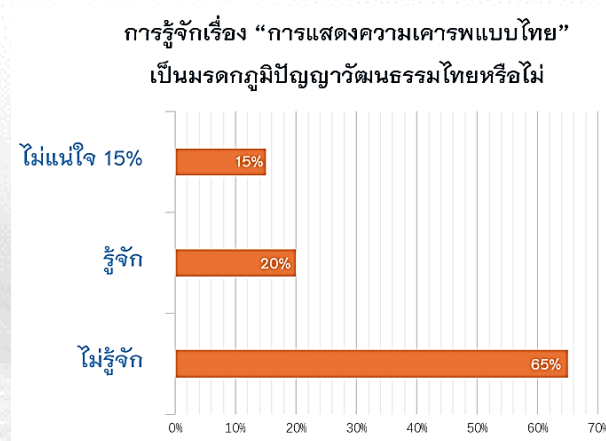
ในส่วนข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาชาวจีนจำนวน 50 คน โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ทางออนไลน์แบบกึ่งโครงสร้างร่วมกับการตอบคำถามปลายเปิด ซึ่งพบสภาพการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” สำหรับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ดังนี้

การทำความเข้าใจวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาโดยใช้วัฒนธรรมของตนเป็นฐานเพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรมของภาษาเป้าหมาย จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ (Byram, 1997) ไทยและจีนต่างเป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียที่มีรากฐานวัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน ผู้เรียนชาวจีนเติบโตภายใต้อิทธิพลของลัทธิขงจื๊อ ซึ่งยึดถือหลักจริยธรรมเรื่อง “หลี่ 礼” ในฐานะเป็นบรรทัดฐานที่กำกับความสัมพันธ์และความประพฤติของบุคคลในสังคม และ “เสี่ยว 孝” ที่เน้นความกตัญญูต่อบิดามารดาและบรรพบุรุษ (Peng, 2017) การเชื่อมโยงการแสดงความเคารพแบบไทยกับมารยาทจีนในกรอบ “ค่านิยมร่วม” ซึ่งอธิบายได้บนฐานเดียวกันคือ การใช้กิริยาภายนอกเป็น “อวัจนภาษา” ทางสังคม เพื่อยืนยันความสัมพันธ์ ความกตัญญู และความเหมาะสมตามกาลเทศะในวัฒนธรรมไทย “การไหว้หรือการกราบ” มีระดับความเคารพที่สัมพันธ์กับฐานะของผู้รับความเคารพและบริบทพิธีการ (DCP & MOC, 2025b) ขณะที่วัฒนธรรมจีนมีแบบแผนการคำนับและพิธีกรรม เช่น “จีวอ 作揖” และ “โค่วโถว 叩头” ที่สะท้อนหลักคิดเรื่องลำดับอาวุโสและการให้เกียรติตามระบบ “หลี่ 礼 – เสี่ยว 孝” (Hai, 2021) ดังนั้น การเรียนรู้วัฒนธรรมไทยเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” โดยเชื่อมโยงกับมารยาทจีนจึงเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้ผู้เรียนชาวจีนเข้าใจวัฒนธรรมทางสังคมไทยมากขึ้น และพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Li (2019) ที่พบว่า การเรียนรู้ผ่านการเปรียบเทียบทางวัฒนธรรมช่วยพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลการสัมภาษณ์โดยใช้แบบคำถามปลายเปิดกับผู้เรียนชาวจีน ผู้วิจัยวิเคราะห์ความรู้อิงพื้นฐานประสบการณ์ และความสนใจเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” สำหรับผู้เรียนชาวจีน พบว่ามี 3 ประเด็น ดังนี้

1) การเรียนรู้แบบผิวเผิน: เรียนรู้ “ท่าทาง” แต่ไม่เข้าใจ “บริบท”

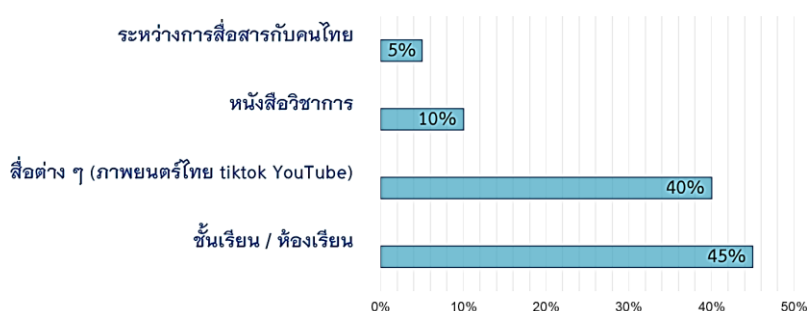
ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า “การแสดงความเคารพแบบไทย” เป็นมารยาทไทยที่ใช้ทักทายหรือแสดงความสุภาพ จากภาพสรุปข้อมูลสัมภาษณ์ดังภาพที่ 2 เห็นได้ว่า ผู้เรียนชาวจีนส่วนใหญ่ “ไม่รู้จัก” ว่า “การแสดงความเคารพแบบไทย” เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทย (ไม่รู้จัก 65%) มีเพียงบางส่วนที่รู้จัก (20%) และผู้ให้ข้อมูลบางส่วนระบุว่า ยังไม่แน่ใจว่า “การแสดงความเคารพแบบไทย” จัดเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยหรือไม่ เนื่องจากเพิ่งเริ่มรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย (15%) ซึ่งสะท้อนว่าการเรียนรู้วัฒนธรรมเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” สำหรับผู้เรียนจำนวนมากยังอยู่ในระดับ “รับรู้ชื่อหรือรูปแบบ” มากกว่าการเข้าใจฐานคิดทางสังคมและวัฒนธรรม



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เรียนชาวจีน (จากแบบคำถามข้อที่ 1)

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้ที่ผู้ให้ข้อมูลใช้ในการเรียนรู้เรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” ดังภาพที่ 3 พบว่า เรียนที่ชั้นเรียน (45%) สื่อต่าง ๆ เช่น แพลตฟอร์มวิดีโอสั้น ภาพยนตร์หรือซีรีส์ (40%) หนังสือหรือบทความ (10%) และการสื่อสารกับคนไทย (5%) แหล่งการเรียนรู้ดังกล่าวอาจทำให้ผู้เรียนชาวจีนได้รับความรู้เกี่ยวกับรูปแบบท่าทางเป็นหลัก ขณะที่โอกาสในการเรียนรู้ผ่านบริบททางสังคมจริงยังมีจำกัด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ภาษาไทย ดังเช่น งานวิจัยของ วิรัช วงศ์ภินันท์วัฒนา (Wongphinanwatana, 2019) กล่าวถึง ระบบสังคมและวัฒนธรรมไทยเอื้อต่อการพัฒนาความรู้และทักษะการสื่อสาร กล่าวโดยสรุปว่า การขาดปฏิสัมพันธ์ในบริบทสังคมจริงทำให้ผู้เรียนชาวจีนไม่สามารถรับรู้มารยาททางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เคยเรียนรู้เรื่องการไหว้หรือการกราบแบบไทยที่ใด

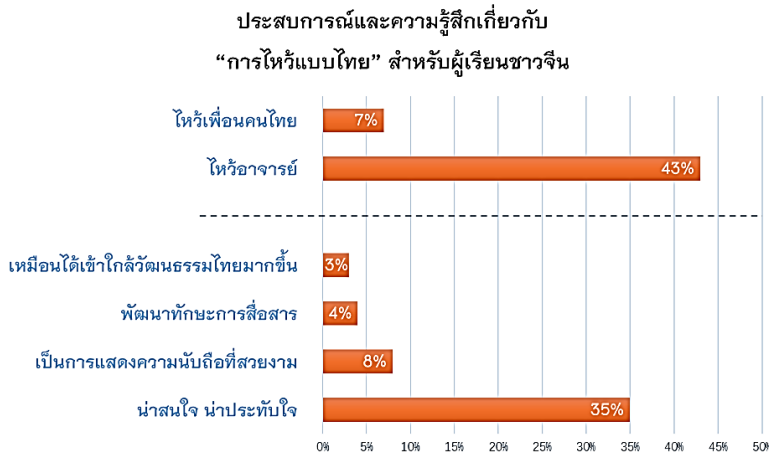


ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เรียนชาวจีน (จากแบบคำถามข้อที่ 2)

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากแสดงความเห็นของตนเองว่า “คุ้นเคยปานกลาง” กับมารยาทการแสดงความเคารพแบบไทย เพราะรู้แต่ความรู้พื้นฐาน ดังเช่น “ข้าพเจ้ามีความคุ้นเคยกับมารยาทการแสดงความเคารพแบบไทยในระดับปานกลาง เนื่องจากเคยเรียนรู้ผ่านหนังสือ ภาพยนตร์ และสื่อออนไลน์เป็นหลัก อีกทั้งยังไม่มีประสบการณ์ใช้ชีวิตในประเทศไทย จึงยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้มารยาทไทยในสถานการณ์ต่าง ๆ และไม่มีโอกาสปฏิบัติในชีวิตประจำวันค่อนข้างน้อย” “ข้าพเจ้ามีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนี้เพียงในระดับเบื้องต้น และยังมีโอกาสฝึกปฏิบัติไม่มากนัก บางครั้งจึงยังไม่แน่ใจเกี่ยวกับระดับการไหว้ที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์” (Student A&B, Personal communication, November 20, 2025) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (Prasithrathsint, 2005) ที่กล่าวถึง ภาษาไทยสะท้อนระบบช่วงชั้นทางสังคมว่า การใช้ภาษาหรือกิจกรรมมารยาทต้องคำนึงถึง “กาลเทศะ” และ “สัมพันธภาพ” หากผู้เรียนเพียงจดจำรูปแบบพฤติกรรม ขาดความเข้าใจในบริบททางสังคม ซึ่งอาจนำไปสู่ความล้มเหลวในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมได้

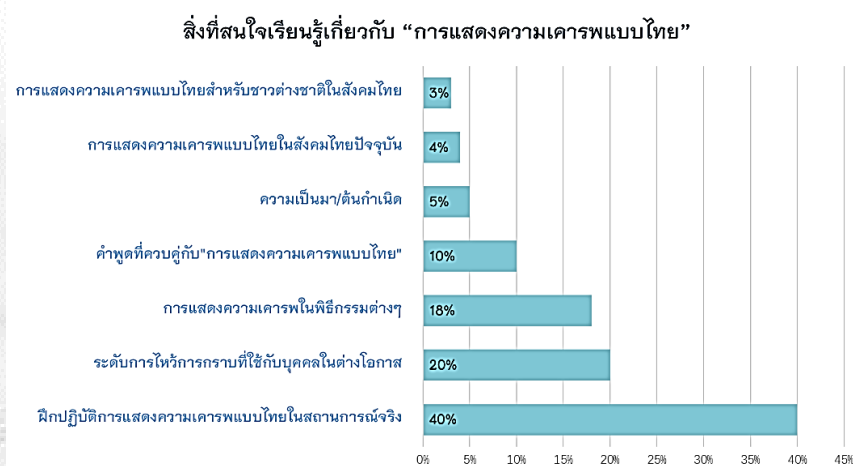
2) ความสนใจและความต้องการของผู้เรียนชาวจีนในการเรียนรู้เรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย”

จากข้อมูลศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์การเรียนรู้เรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” สำหรับผู้เรียนชาวจีน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากมีประสบการณ์ในการไหว้อาจารย์เป็นหลัก ดังภาพที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนชาวจีนรู้สึกสนใจและประทับใจกับการเรียนรู้วัฒนธรรมการไหว้การกราบแบบไทย และคิดว่าได้สร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนไทย ดังเช่น “ข้าพเจ้าเคยไหว้อาจารย์สอนภาษาไทยและเพื่อนคนไทยในโอกาสต่าง ๆ เช่น การเข้าเรียนหรือการกล่าวขอบคุณ รู้สึกว่าการไหว้เป็นการแสดงความเคารพที่งดงามและมีความรู้สึกเป็นมิตร ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีมากขึ้น” “ได้ไหว้กับอาจารย์คนไทยในชั้นเรียนภาษาไทยบ่อยครั้ง รู้สึกเหมือนได้เข้าถึงวัฒนธรรมไทยมากขึ้น” (Student C&D, Personal communication, November 20, 2025)



ภาพที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เรียนชาวจีน (จากแบบคำถามข้อที่ 3-4)

จากข้อมูลศึกษาเกี่ยวกับความสนใจในการเรียนรู้เรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” สำหรับผู้เรียนชาวจีน ดังภาพที่ 5 เห็นว่า ผู้เรียนสนใจเรื่องการฝึกปฏิบัติมารยาทไทยในสถานการณ์จริงและระดับการไหว้ตามบุคคลในโอกาสต่าง ๆ โดยกล่าวเหตุผลว่า “สามารถช่วยให้ฝึกปฏิบัติท่าทางมารยาทไทยอย่างเหมาะสมและหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดที่เกิดจากความผิดพลาดของท่าทางมารยาทเมื่อมีปฏิสัมพันธ์กับคนไทยในอนาคต” “อยากเรียนรู้รายละเอียดของการไหว้แต่ละระดับอย่างถูกต้อง เพราะอยากนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมในสังคมไทย” (Student C&D, Personal communication, November 20, 2025) นอกจากนี้ ผู้เรียนชาวจีนยังสนใจความรู้เกี่ยวกับการใช้ภาษาไทยควบคู่กับการแสดงความเคารพแบบไทย โดยให้เหตุผลว่า “เพราะอยากเข้าใจมากขึ้นในการเลือกใช้คำพูดและน้ำเสียงพร้อมกับท่าทางการไหว้ในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น กล่าวขอโทษอย่างจริงใจ หรือกล่าวขอบคุณอย่างเป็นทางการ” (Student E, Personal communication, November 20, 2025) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการสอนภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติของกระทรวงศึกษาธิการที่ระบุว่า การส่งเสริมการใช้ภาษาไทยในระดับสากลควรให้ความสำคัญในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความรู้และความคิดของชาวไทย (Office of the Royal Society, 2018) ดังนั้น การเรียนรู้วัฒนธรรมไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนจึงไม่ควรจำกัดเพียงการสาธิตท่าทางมารยาทที่ชั้นเรียนเท่านั้น แต่ควรบูรณาการเข้ากับสถานการณ์จริงที่ผู้เรียนชาวจีนอาจมีโอกาสนพบหรือปฏิสัมพันธ์กับคนไทยในชีวิตประจำวัน เช่น การทักทายอาจารย์ การเข้าร่วมกิจกรรมวัฒนธรรมไทย การไปวัด หรือการเยี่ยมชมครอบครัวคนไทย การนำบริบทเหล่านี้มาเป็นกรณีตัวอย่างในการเรียนรู้ จะช่วยสร้างประสบการณ์และทำให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารกับชาวไทยได้อย่างมั่นใจและเหมาะสมตามกาลเทศะ



ภาพที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เรียนชาวจีน (จากแบบคำถามข้อที่ 7-8)

3) การเรียนรู้การแสดงความเคารพแบบไทยโดยเชื่อมโยงกับมารยาทจีน

การเชื่อมโยงการแสดงความเคารพแบบไทยกับมารยาทในวัฒนธรรมจีน จะทำให้ผู้เรียนตระหนักถึงความคล้ายคลึงระหว่าง “การไหว้ของไทย” กับวัฒนธรรม “จู้อิ 作揖” หรือมารยาทอื่นของจีน และช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจวัฒนธรรมเบื้องหลังและค่านิยมทางสังคมของมารยาททั้งสองประเทศ จากผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้เรียนชาวจีนดังภาพที่ 6 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลทุกคนเห็นว่าการเรียนรู้เรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” โดยเชื่อมโยงกับมารยาทจีนสามารถช่วยเพิ่มความเข้าใจภาษาและวัฒนธรรมไทยได้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า ผู้เรียนชาวจีนเห็นว่าการเรียนรู้โดยเชื่อมโยงวัฒนธรรมไทย-จีนช่วยส่งเสริมพัฒนาการของผู้เรียนใน 3 ด้านหลักดังภาพที่ 6 ได้แก่ 1) ด้านความเข้าใจทางวัฒนธรรม (Cultural Understanding) ช่วยสร้างความเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมและความหมายของการแสดงความเคารพได้ดียิ่งขึ้น โดยศึกษาความคล้ายคลึงทางวัฒนธรรม 2) ด้านโครงสร้างทางสังคม (Social Structure) ผู้เรียนสามารถตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและลำดับชั้นทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมที่เหมาะสมตามกาลเทศะ และ 3) ด้านทักษะการสื่อสาร (Communication Skills) ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถเลือกใช้คำสุภาพและสรรพนามได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมกับโอกาส และช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในการสื่อสารกับคนไทยมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Byram (1997) ที่เสนอโมเดลสมรรถนะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมว่า ทักษะการตีความและเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมของตนและวัฒนธรรมเป้าหมาย เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถปฏิสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดความเข้าใจผิดทางวัฒนธรรม

การเรียนรู้ “การแสดงความเคารพแบบไทย” เชื่อมโยงกับ “มารยาทจีน”



ภาพที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เรียนชาวจีน (จากแบบคำถามข้อที่ 5-6)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเรื่อง “การแสดงความเคารพแบบไทย” เป็นการสื่อสารทางกายภาพ และเป็นระบบความหมาย ซึ่งผูกพันกับพุทธศาสนา โครงสร้างลำดับชั้นและค่านิยมทางสังคมไทย โดยแสดงออกผ่านรูปแบบปฏิบัติ เช่น การประนมมือ การไหว้ การกราบ และการแสดงความเคารพตามโอกาสเฉพาะ จึงควรทำความเข้าใจในฐานะการสื่อสารแบบ “กาย-วาจา-บริบท” ที่ประมวลท่าทางและความหมายร่วมกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้เรียนชาวจีนพบว่า ผู้เรียนจำนวนมากมีความรู้เกี่ยวกับท่าทางการแสดงความเคารพแบบไทย แต่ยังขาดความรู้เชิงบริบทและความหมาย ทำให้เกิด “การเรียนรู้แบบผิวเผิน” และสะท้อนความต้องการของผู้เรียนชาวจีนที่จะต้องเรียนรู้เชิงสถานการณ์ ดังนั้น การบูรณาการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเข้าสู่การเรียนรู้ภาษาไทย จึงเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยพัฒนาผู้เรียนชาวจีนจากกระบวนการเรียนรู้มารยาทแบบท่องจำ ไปสู่การอธิบายความหมายทางวัฒนธรรมเชิงลึก โดยเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมเดิมของผู้เรียนชาวจีน เช่น มารยาทและจริยธรรมของจีน

เพื่อเป็นสะพานเชื่อมความเข้าใจ ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนชาวจีนเรียนรู้ทั้งวัฒนธรรมและอวัจนภาษา เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิสัมพันธ์ในสถานการณ์จริงของสังคมไทยได้อย่างมั่นใจ ถูกต้อง และเหมาะสมตามกาลเทศะ

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเรื่อง ‘การแสดงความเคารพแบบไทย’ เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ” ผู้วิจัยอภิปรายผลโดยเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างอวัจนภาษากับวัจนภาษาในบริบทวัฒนธรรมไทย

ผลการวิจัยที่พบว่า “การแสดงความเคารพแบบไทย” เป็น “ภาษาทางวัฒนธรรม” ที่ต้องควบคู่กับวัจนภาษาและไม่อาจแยกออกจากกันได้บริบทวัฒนธรรมไทย สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างวัจนภาษาและอวัจนภาษา ของ Burgoon and Saine (1978) ที่กล่าวว่า อวัจนภาษาทำหน้าที่ในการขยายความ และเน้นย้ำสารที่ส่งผ่านวัจนภาษาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ในสังคมไทย “การไหว้” และ “การกราบ” ทำหน้าที่เป็นอวัจนภาษาที่บ่งบอกสถานะทางสังคมและระดับความอาวุโส ซึ่งต้องสัมพันธ์กับการเลือกสรรถ้อยคำทางวัจนภาษา เช่น การใช้คำสรรพนาม และคำลงท้ายให้ถูกต้องตามกาลเทศะ

ผลการวิจัยยังพบว่า วัฒนธรรม “การแสดงความเคารพแบบไทย” มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างความสัมพันธ์แบบลำดับชั้น และค่านิยมเรื่องความกตัญญู ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไล ธรรมวาจา (Thamvaja, 2021) ที่พบว่าความเข้าใจในโครงสร้างสังคมไทยเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเรียนรู้วัฒนธรรมของผู้เรียนชาวจีน หากผู้เรียนใช้เพียงวัจนภาษาที่ถูกต้องตามไวยากรณ์แต่ขาดการใช้วัจนภาษาที่เหมาะสม จะก่อให้เกิดภาวะความล้มเหลวในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และงานวิจัยของ Zhou et al. (2024) เสนอแนวคิดว่า ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจำเป็นต้องอาศัยการรับรู้ความแตกต่างทางค่านิยม และการตีความความหมายทางสังคม มิใช่เพียงความรู้ภาษาเชิงโครงสร้างอย่างเดียว

2. การศึกษาภาษาต่างประเทศจำเป็นต้องเรียนรู้วัฒนธรรมเชิงปฏิบัติ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาชาวจีนพบว่า การเรียนรู้แบบ “ผิวเผิน” คือรู้เพียง “ท่าทาง” ของการไหว้หรือการกราบ แต่ไม่เข้าใจ “บริบททางวัฒนธรรม” สะท้อนให้เห็นว่า การเรียนรู้ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศไม่ควรจำกัดอยู่เพียงทางภาษาศาสตร์ แต่จำเป็นต้องบูรณาการวัฒนธรรมเชิงปฏิบัติ ซึ่งแนวคิดของงานวิจัยของ Oppici (2023) อธิบายว่า การสังเกตและการปฏิบัติท่าทางสามารถสนับสนุนการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาที่สองได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงอาจประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้การแสดงความเคารพแบบไทยที่เน้นการสังเกต การฝึกปฏิบัติ และการอธิบายความหมายควบคู่กัน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยที่เสนอให้เชื่อมโยง “การแสดงความเคารพแบบไทย” กับ “มารยาทจีน” ผ่านแนวคิดเรื่อง “หลี่ 礼” และ “เสี่ยว 孝” จึงเป็นกลยุทธ์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยการใช้ “วัฒนธรรมเดิมเป็นฐาน” เพื่อสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมใหม่ โดยพัฒนาการเรียนรู้จากการท่องจำท่าทาง ไปสู่การทำความเข้าใจค่านิยมร่วมทางสังคม และส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรมเชิงปฏิบัติ เช่น การเข้าร่วมพิธีไหว้ครูหรือกิจกรรมวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติมารยาทไทยพร้อมกับการใช้ภาษาไทยอย่างเป็นธรรมชาติและถูกต้องตามบริบทจริง ซึ่งเป็นการยกระดับจากการรู้ภาษาไปสู่ความสามารถในการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิเคราะห์องค์ความรู้ในงานวิจัยนี้ สามารถนำไปสร้างเป็นเนื้อหาเพื่อใช้ในการเรียนการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ โดยผู้สอนควรมุ่งเน้นให้ผู้เรียนรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่าง “วัจนภาษา” และ “อวัจนภาษา” รวมถึงค่านิยมและโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ

2. สำหรับการจัดการกระบวนการเรียนรู้ “การแสดงความคิดรวบยอดแบบไทย” กับผู้เรียนชาวจีน เสนอว่าจัดในกรอบแนวคิดเปรียบเทียบทางวัฒนธรรม โดยนำวัฒนธรรมเดิมของผู้เรียนชาวจีน เช่น หลักจริยธรรมเรื่อง “หลี่ 礼” และ “เสี่ยว 孝” มาเชื่อมโยงกับค่านิยมความคิดรวบยอดของไทย เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกและช่วยให้ผู้เรียนชาวจีนปฏิบัติตนได้ถูกต้องตามบริบทสังคมไทย

3. สำหรับการพัฒนาสื่อการเรียนการสอน ควรนำผลการวิจัยนี้ไปต่อยอดในสื่อการเรียนรู้รูปแบบใหม่ เช่น สื่อมัลติมีเดียหรือสถานการณ์จำลองที่แสดงให้เห็นผลลัพธ์ของการปฏิบัติตนอย่างเหมาะสมและไม่เหมาะสมในบริบทต่าง ๆ ช่วยให้ผู้เรียนเห็นภาพปฏิบัติวัฒนธรรมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. สำหรับแนวทางการวิจัย ควรมีการขยายผลไปสู่การวิจัยเชิงทดลอง เพื่อสร้างและทดสอบประสิทธิภาพของหลักสูตรหรือสื่อการเรียนการสอนเกี่ยวกับมารยาทไทยที่พัฒนาขึ้นจากองค์ความรู้ที่ว่าสามารถยกระดับสมรรถนะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของผู้เรียนได้มากน้อยเพียงใด

2. สำหรับกลุ่มตัวอย่างการวิจัย ควรขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายขึ้น เช่น การเปรียบเทียบผู้เรียนในภูมิภาคอื่นของจีนนอกเหนือจากเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง หรือการเปรียบเทียบระหว่างผู้เรียนระดับต้นและระดับสูง เพื่อศึกษาปัญหาที่แตกต่างกันในแต่ละระดับความรู้

3. สำหรับการศึกษานี้อาจหา ควรมีการวิเคราะห์สมรรถภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ โดยใช้กรอบแนวคิดเปรียบเทียบวัฒนธรรมไทย-จีน เช่น วัฒนธรรมอาหาร หรือเทศกาลประเพณี เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมไทยอย่างหลากหลายในการเรียนการสอนภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนต่อไป

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยนี้ คือ กรอบการเรียนรู้ “กาย-วาจา-บริบท” สำหรับถ่ายทอดการแสดงความคิดรวบยอดแบบไทยแก่ผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ กรอบการเรียนรู้ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการประนมมือ การไหว้ และการกราบมิได้เป็นเพียงกิริยาทางกาย หากเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับพุทธศาสนา ค่านิยมความกตัญญู และระบบความสัมพันธ์ทางสังคมไทย การเชื่อมโยงหลัก “หลี่” และ “เสี่ยว” ของจีนเข้ากับการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยช่วยให้ผู้เรียนใช้ความรู้และประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของตนในการทำ ความเข้าใจวัฒนธรรมไทยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้น การจัดการเรียนรู้ควรมุ่งให้ผู้เรียนก้าวจากการจดจำรูปแบบท่าทางไปสู่การเข้าใจความหมาย เลือกใช้ภาษาและกิริยาได้เหมาะสมกับบุคคล สถานการณ์ และกาลเทศะในสังคมไทย

บทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์

Tingting Huang: วางแนวความคิด ระเบียบวิธีวิจัย เขียนฉบับร่างต้นฉบับ ทบทวนและแก้ไข

สุภัค มหาวรากร: วิเคราะห์ข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง และกำกับดูแลการอ้างอิงและจริยธรรมการวิจัย

นิธิพร พรอำไพสกุล: วิเคราะห์ข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง และกำกับดูแลการอ้างอิงและจริยธรรมการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- Burgoon, J. K., & Saine, T. J. (1978). *The unspoken dialogue: An introduction to nonverbal communication*. Houghton Mifflin. <https://archive.org/details/unspokendialogue0000burg>
- Byram, M. (1997). *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Multilingual Matters.
- Chen, C. (2025). *Huaxia chuantong liyi [Traditional rituals of Huaxia]*. Jiangsu People's Publishing House. [In Chinese]
- Department of Cultural Promotion (DCP). (2016). *Social practices, rituals, and festive events: National intangible cultural heritage*. Printing Office, Veterans Welfare Organization under Royal Patronage. [In Thai]
- Department of Cultural Promotion & Ministry of Culture (DCP & MOC). (2025a). *Thai etiquette and social etiquette*. Department of Cultural Promotion. <https://book.culture.go.th/etiquette/then/#p=1> [In Thai]
- Department of Cultural Promotion & Ministry of Culture (DCP & MOC). (2025b). *The Wai in Thailand and abroad*. Department of Cultural Promotion. <https://book.culture.go.th/wai/#p=1> [In Thai]
- Encyclopedia of China Publishing House. (2025). *Zhongguo da baike quanshu [Encyclopedia of China]*. <https://www.zgbk.com/ecph/words?SiteID=1&ID=1npR2S&Type=bkzyb&SubID=257725> [In Chinese]
- GAR–Higher Education Rankings. (2024). *Ranking of Thai majors – Competitiveness ranking of Chinese universities by major*. <http://school.nseac.com/spe.php?speid=050220> [In Chinese]
- Hai, Y. (2021). *Liyi Zhongguo [Etiquette in China]*. Beijing Normal University Press. [In Chinese]
- Hu, A., Han, L., & Chen, L. (2018). *Zhongguo liyi wenhua [Chinese etiquette and culture]*. China Travel & Tourism Press. [In Chinese]
- Kramsch, C. (1993). *Context and culture in language teaching*. Oxford University Press.
- Li, Y. (2019). *The study of politeness in communication between Thai and Chinese* [Master's thesis, Chiang Mai Rajabhat University]. Chiang Mai Rajabhat University Intellectual Repository. <http://cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/2508> [In Thai]
- Ministry of Education (MOE). (2010). *Good manners in public places*. <https://www.moe.go.th/มารยาทดีๆ-ในที่สาธารณะ/> [In Thai]
- Office of the Royal Society. (2018). *Draft Strategic Plan under the National Language Policy (2018–2021)*. https://www.orst.go.th/royindex/iwfm_list.asp?n=g&b=e&i=0020000402001002%2F64G%24P4328009 [In Thai]
- Office of the National Culture Commission (ONCC). (2010). *Thai etiquette*. Department of Cultural Promotion. <https://www.boonjit.ac.th/backoffice/ckfinder/administration/files/marayatthai.pdf> [In Thai]
- Oppici, L., Mathias, B. Narciss, S., & Proske, A. (2023). Benefits of enacting and observing gestures on foreign language vocabulary learning: A systematic review and meta-analysis. *Behavioral Sciences*, 13(11), 920. <https://doi.org/10.3390/bs13110920>
- Peng, L. (2017). *Zhonghua chuantong liyi gaiyao [An overview of traditional Chinese etiquette]*. Higher Education Press. [In Chinese]
- Phra Dhammakittiwong (Thongdi Suratecho). (2005). *Dictionary for Buddhist studies: Temple terms*. Liang Chiang Press. [In Thai]
- Prasithrathsint, A. (2005). *Language in Thai society: Diversity, change, and development*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]

- Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (SAC). (2011). *Thailand cultural encyclopedia*. <https://db.sac.or.th/thailand-cultural-encyclopedia/detail.php?id=7739> [In Thai]
- Punyarit, S. (2001). *Thai etiquette*. Thammasapa. [In Thai]
- Ren, Z., Bunpiem, S., & Mahakhan, P. (2012). A Study of Cross-Cultural Adaptation of Chinese Students in Thailand: Case Study Burapha University. *Faculty of Humanities and Social Sciences*, 20(34), 185–201. <http://dspace.lib.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/2563> [In Thai]
- Somdet Phra Buddhaghosacariya (P. A. Payutto). (2023). *Dictionary of Buddhism: Vocabulary compendium* (34th ed.). Phra Dhammapitaka Foundation for Peace Education. [In Thai]
- Thamvaja, W. (2021). A Study of Cognition and Factors Affecting Learning Thai Culture of Chinese Exchange Students in Huachiew Chalermprakiet University. *Academic and Research Journal of Liberal Arts (Online)*, 16(2), 1–17. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/larhcu/article/view/251303> [In Thai]
- The Government Public Relations Department. (2024, January 16). *The Wai as a national identity: Types of Thai greeting and showing respect*. <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/31/iid/250558> [In Thai]
- The Secretariat of the Cabinet. (2024). *Cabinet resolution approving the Wai as a national identity for Thai greeting and paying respect*. https://www.soc.go.th/wp-content/uploads/2024/06/v67_256.pdf [In Thai]
- The Editorial Committee of Chinese Etiquette Culture. (2020). *Da Zhongguo shangxia wuqiannian: Zhongguo liyi wenhua* [The great China throughout five thousand years: Chinese etiquette and culture]. Foreign Languages Press. [In Chinese]
- Thomas, J. (1983). Cross-Cultural Pragmatic Failure. *Applied Linguistics*, 4(2), 91–112. <https://doi.org/10.1093/applin/4.2.91>
- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2003). *Text of the convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2015). *Intangible cultural heritage and sustainable development (Safeguarding project “Kit of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage”)*. <https://ich.unesco.org/en/kit>
- Wongphinanwatana, W. (2019). Thai Language Usage in Cross-cultural Communication Process of Foreigner Students. *Journal of Language, Religion and Culture*, 8(2), 1–15. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/gshskku/article/view/174901> [In Thai]
- Zhang, C., Wannapaisan, C., & Mangkhang, C. (2021). The Impacts of Chinese students' Thai cultural competency in teaching and learning in Chiang Mai University. *Journal of Education Studies*, 49(2), 1–15. <https://digital.car.chula.ac.th/educujournal/vol49/iss2/12> [In Thai]
- Zhou, R., Samad, A., & Perinpasingam, T. (2024). A systematic review of cross-cultural communicative competence in EFL teaching: insights from China. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(29), 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-04071-5>

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี*

CULTURAL TOURISM ROUTE DEVELOPMENT IN UBON RATCHATHANI OLD TOWN

สุวภัทร ศิริธรรมะสกุล^{1*}, สมศรี ชัยวานิชยา², ประภาพร ศศิประพา³, สร้อยสุดา สุวรรณะ⁴, สรินทิพย์ ทวีเดช⁵
และ เขมจิรา นองเป็ด⁶

Suwaphat Siridhammasakul^{1*}, Somsri Chaiwanitchaya², Praphaphon Sasiprapa³, Sroysuda Suwanna⁴,
Sarinthip Thaweedej⁵ and Khemchira Nongped⁶

1, 2, 3, 4, 5, 6มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 85 ถนนสมเด็จฯ ต.เมืองศรีโค อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190 ประเทศไทย

1, 2, 3, 4, 5, 6Ubon Ratchathani University, 85 Sathonlamark Road, Muang Sri Khai Sub-district, Warin Chamrap District,
Ubon Ratchathani 34190 Thailand

*Corresponding author E-mail: suwaphat.s@ubu.ac.th

(Received: Sep 19, 2025; Revised: Jun 29, 2026; Accepted: Jun 29, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจและรวบรวมทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี 2) ศึกษาคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี และ 3) นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี กลุ่มผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงโดยคัดเลือกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวและการจัดการทุนวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าอุบลฯ โดยมีผู้เข้าร่วมจากภาครัฐ จำนวน 10 คน ภาคเอกชน จำนวน 10 คน ภาคชุมชน จำนวน 10 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน คณะผู้วิจัยพบว่า 1) ทรัพยากรวัฒนธรรมท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีมี 7 ประเภท ได้แก่ 1.1) สถาปัตยกรรม 1.2) สิ่งประดิษฐ์ทางโบราณคดี 1.3) ศิลปะการแสดง 1.4) งานฝีมือแบบดั้งเดิม 1.5) การละเล่นกีฬาพื้นบ้าน 1.6) งานเทศกาล และ 1.7) ศาสนา 2) ด้านคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ได้แก่ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางวิทยาศาสตร์ คุณค่าทางจิตวิญญาณ และคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ และ 3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี สามารถพัฒนาในรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวการเรียนรู้กลุ่มพหุวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน ชาวไทยเชื้อสายเวียดนาม ชาวไทยซิกข์ และชาวไทยอีสาน

คำสำคัญ: เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ทุนพหุวัฒนธรรม, ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี

* บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนึกรัก(ษ์)ท้องถิ่นย่านเมืองเก่าอุบลราชธานีบนฐานอัตลักษณ์พหุวัฒนธรรม ได้รับทุนจาก หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 รหัสทุน A11F670048

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์

³ อาจารย์ สาขาวิชาภาษาจีนและการสื่อสาร คณะศิลปศาสตร์

⁴ อาจารย์ สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมอาเซียน คณะศิลปศาสตร์

⁵ อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการเงินและการลงทุน คณะบริหารศาสตร์

⁶ อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์

ABSTRACT

This qualitative research aimed to: 1) explore and collect multicultural capital in the Ubon Ratchathani Old Town; 2) examine the cultural identity values of this multicultural capital; and 3) propose cultural tourism route based on the multicultural capital of the Ubon Ratchathani Old Town. This study employed a qualitative research design. The researchers used in-depth interviews and focus groups as the research instruments. The sample was obtained through purposive sampling. Participants were from 10 government sectors, 10 private sectors, 10 communities, and 10 tourists. The researchers found that there were seven types of local cultural resources in the Ubon Ratchathani Old Town: 1) architecture, 2) archaeological artefacts 3) performing arts, 4) traditional craftsmanship, 5) folk sports and games, 6) festival event, and 7) religion. The cultural identity values of the multicultural capital in the Ubon Ratchathani Old Town encompassed historical value, social value, scientific value, spiritual value, and aesthetic value. Moreover, the cultural tourism routes based on the multicultural capital of the Ubon Ratchathani Old Town could be developed into educational tourism routes that reflected the diverse multicultural groups, including Thai-Chinese, Thai-Vietnamese, Thai-Sikh, and Thai-Isan communities.

KEYWORDS: Creative Tourism Route, Multicultural Capital, Ubon Ratchathani Old Town

บทนำ

เมืองเก่าอุบลราชธานีตั้งอยู่ในตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งปัจจุบันถือเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ในการพัฒนาเมืองอุบลราชธานี แหล่งทุนทางวัฒนธรรมอันหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมไทยอีสาน วัฒนธรรมไทยจีน วัฒนธรรมไทยเวียดนาม วัฒนธรรมไทยซิกข์และไทยคริสต์ (Boonmee, 2020) ซึ่งต่างมีวิถีชีวิต ความเชื่อ ประเพณี และรูปแบบทางศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมายาวนาน ส่งผลให้พื้นที่ดังกล่าวมีลักษณะของ “สังคมพหุวัฒนธรรม” (Multicultural Society) ที่สะท้อนผ่านศาสนสถาน อาหาร การแสดงพื้นบ้าน สถาปัตยกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นในหลากหลายมิติ (Banks, 2016; Parekh, 2006)

ตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ และการพัฒนาเมือง ส่งผลให้ย่านเมืองเก่าเปลี่ยนแปลงไปอย่างน่าตกใจ เนื่องจากปัญหาความซับซ้อนในเมืองเก่าทำให้การอพยพของนครรุ่นต่อไป (Chaiwanichaya, 2018) การเปลี่ยนแปลงพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ส่งผลให้ทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและมิตคุณค่าในพื้นที่ย่านเมืองเก่าไม่ได้รับการสืบทอด สืบสาน อนุรักษ์ และต่อยอดอีกต่อไป อีกทั้งเริ่มหายไปจากทุนวัฒนธรรมที่โดดเด่น กลายเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ขาดความภาคภูมิใจและการนำเสนอที่ชัดเจน (Nilsakul & Thungsakul, 2017) รวมถึงขาดการขยายธุรกิจในพื้นที่ มีปัญหาเรื่องความแออัด ผลกระทบและบริการทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไม่ได้รับความนิยมจากลูกค้านักท่องเที่ยว

ความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่เมืองเก่าอุบลราชธานีสามารถมองได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ซึ่งสะท้อนองค์ความรู้ ความเชื่อ และวิถีชีวิตที่แตกต่างและสามารถนำไปสู่การออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีคุณค่าต่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม แม้พื้นที่เมืองเก่าอุบลราชธานีจะมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมีศักยภาพต่อการพัฒนาเส้นทางทางการท่องเที่ยว แต่ยังขาดงานศึกษาที่นำเสนอแนวทางการจัดการและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่อาศัยกรอบแนวคิดพหุวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ ดังนั้นการศึกษาพื้นที่เมืองเก่าอุบลราชธานีผ่านมิติพหุวัฒนธรรมจึงเป็นแนวทางสำคัญในการทำความเข้าใจคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และนำไปสู่การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สะท้อนตัวตนของพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีในฐานะสถาบันการศึกษาซึ่งมีหน้าที่ให้บริการวิชาการแก่ย่านเมืองเก่าจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเขตเมืองเก่าพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอาจเป็นทางออกหนึ่งในการส่งเสริมเมืองเก่าอุบลราชธานี และยังเกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐบาลในการใช้การท่องเที่ยวเป็นกลไกในการพัฒนาพื้นที่เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ดังนั้นมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีจึงได้วางแผนการวิจัยร่วมกับภาคีเครือข่ายในจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและส่งเสริมให้คนในพื้นที่ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรทางวัฒนธรรมในเมืองเก่าอุบลราชธานีตามอัตลักษณ์ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. สำรวจและรวบรวมทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี
3. นำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี

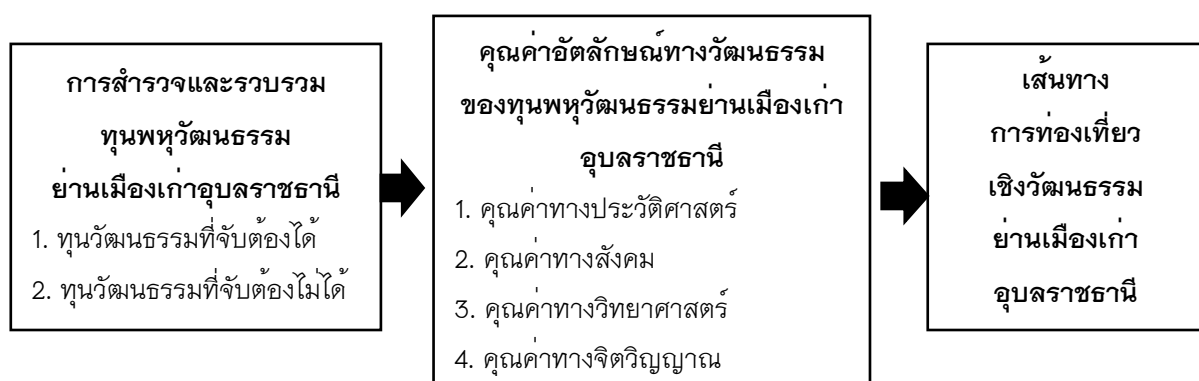
กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดหลักสำหรับการวิจัยนี้คือ แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรทางวัฒนธรรม แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และแนวคิดเส้นทางการท่องเที่ยว ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อทบทวนประเภทของทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อวิเคราะห์ว่า ทรัพยากรทางวัฒนธรรมของเมืองเก่าอุบลราชธานีประกอบด้วยทรัพยากรทางวัฒนธรรมอะไรบ้าง มีความเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างไร นอกจากนี้ยังได้ทบทวนแนวคิดคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถดำเนินการได้ในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) (Institute for Legal Research, 2009) ได้แบ่งมรดกทางวัฒนธรรมออกเป็นสองประเภท คือ มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) และมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) โดยมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ยกตัวอย่างเช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ อนุสาวรีย์ เครื่องแต่งกาย ภาพจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม เป็นต้น และมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ยกตัวอย่างเช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นในเรื่องของกรรมวิธีสำหรับการรักษาโรค ความรู้ด้านการวาดแผนโบราณ การละเล่นพื้นบ้าน ประเพณีท้องถิ่น ภาษา พิธีกรรม ความเชื่อ ศิลปะการแสดง ทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ เป็นต้น

Richards and Marques (2012) ได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว รวมถึง Wisuttillak (2015) ได้กล่าวเสริมว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดจากหลักการที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมของพื้นที่จุดหมาย ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวได้ทำความเข้าใจผ่านประสบการณ์ของตัวเอง เกิดปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน และยังเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถใช้ประสบการณ์ที่เรียนรู้ใหม่มาประยุกต์กับชีวิตการทำงานของตนหลังจากการท่องเที่ยว Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (2018) ได้อธิบายหลักการการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าจะต้องประกอบด้วยการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์สถานที่โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเป็นสำคัญ

สำหรับแนวคิดเรื่องคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม Australia ICOMOS (1999) ได้กำหนดองค์ประกอบของคุณค่าสำคัญทางวัฒนธรรม ดังนี้ คุณค่าด้านประวัติศาสตร์ (Historic Value) หมายถึง ความสำคัญของแหล่งหรือทรัพยากรที่สะท้อนถึงเหตุการณ์ บุคคล หรือพัฒนาการในอดีต ซึ่งมีบทบาทต่อการทำความเข้าใจบริบททางประวัติศาสตร์ คุณค่าด้านสังคม (Social Value) หมายถึง ความสำคัญของแหล่งที่มีต่อชุมชนหรือกลุ่มคน อันเกิดจากความผูกพัน การยอมรับร่วมกัน หรือบทบาทในการดำรงอัตลักษณ์และวิถีชีวิต คุณค่าด้านวิทยาศาสตร์ (Scientific Value) หมายถึง ศักยภาพของแหล่งในการเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการศึกษา ค้นคว้า หรือวิจัย เพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในสาขาที่เกี่ยวข้อง คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) หมายถึง ความสำคัญของแหล่งที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ความศรัทธา พิธีกรรม หรือมิติทางจิตใจที่มีต่อบุคคลหรือชุมชน และคุณค่าด้านสุนทรียภาพ (Aesthetic Value) หมายถึง ความโดดเด่นด้านความงาม รูปแบบศิลปะ หรือองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดการรับรู้และประสบการณ์ทางความรู้สึก ความสัมพันธ์ของแต่ละแนวคิดในการทำวิจัยนี้สามารถนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากภาพที่ 1 กรอบการวิจัยของงานนี้มุ่งเน้นการศึกษาความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนผ่านทรัพยากรทางวัฒนธรรมทั้งรูปธรรมและนามธรรม ที่เป็น “ทุนพหุวัฒนธรรม (Multicultural Cultural Capital)” ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกตามบริบทจริง ผลการศึกษาจะถูกนำมาวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิด “คุณค่าทางวัฒนธรรม” 5 ด้าน (Cultural Significant Values) เพื่อทำความเข้าใจความหมาย อัตลักษณ์ และความสำคัญเชิงสังคมวัฒนธรรมของชุมชนย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวนำไปสู่การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยอาศัยทั้ง “ทุน” และ “คุณค่า” เป็นฐานในการกำหนดธีมของเส้นทาง การเลือกแหล่งท่องเที่ยว และการออกแบบกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยได้ออกแบบวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษา ประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น จำนวน 10 คน ได้แก่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจังหวัดอุบลราชธานี เทศบาลนครอุบลราชธานี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดอุบลราชธานี ผู้แทนจากภาคเอกชน จำนวน 10 คน ได้แก่ หอการค้าจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่อุบลราชธานี (YEC) ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ภาคชุมชน จำนวน 10 คน จากชุมชนในพื้นที่ย่านเมืองเก่า และนักท่องเที่ยวชาวไทย

ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จำนวน 10 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษา คณะผู้วิจัยจะทำการเลือกแบบเจาะจง โดยหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นจะต้องมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการทุนวัฒนธรรม รวมถึงการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ผู้แทนจากภาคเอกชนจะต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ผู้แทนจากภาคชุมชนจะต้องเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ย่านเมืองเก่ามาไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคชุมชนจะต้องมีประสบการณ์ในการร่วมการจัดการทุนทางวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 2 ปี

เครื่องมือการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีประเด็นในการศึกษาของแต่ละเครื่องมือวิจัย ดังนี้ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการค้นหาทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ประกอบด้วย ทุนพหุวัฒนธรรมที่จับต้องได้และทุนพหุวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ และ 2) การประชุมกลุ่มย่อย เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี และค้นหาแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี

เครื่องมือการวิจัยมีผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน พิจารณาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา (IOC: Index of Item Objective Congruence) ผลคะแนนการตรวจสอบค่า IOC ทั้ง 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80 มีค่าความเที่ยงตรงที่สามารถนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลภาคสนามได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้นำสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลฯ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก คณะผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ประกอบด้วย ทุนวัฒนธรรมที่จับต้องได้และทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคชุมชนและนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมที่สำคัญและเป็นอัตลักษณ์ตามมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องกับทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองเก่า 2) การประชุมกลุ่มย่อย คณะผู้วิจัยเชิญผู้เข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อยจำนวน 40 คน ประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น 10 คน ภาคเอกชน 10 คน ภาคชุมชน 10 คนและนักท่องเที่ยวชาวไทย 10 คน เพื่อร่วมวิเคราะห์คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทุนพหุวัฒนธรรมและค้นหาแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานีร่วมกัน

ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี คณะผู้วิจัยจะส่งมอบให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการทุนวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานีเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการศึกษาเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี 2) การวิเคราะห์คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี และ 3) การนำผลการวิเคราะห์ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 มาออกแบบและนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถนำเสนอได้เป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ส่วนที่ 2 คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี และส่วนที่ 3 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี

ส่วนที่ 1 ทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี จากการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสำรวจและรวบรวมทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองอุบลราชธานี รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการทุนวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านเมืองเก่า พบว่า ทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ซึ่งเป็นผลมาจากการประยุกต์แนวคิดมรดกทางวัฒนธรรมขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ซึ่งจำแนกมรดกออกเป็น มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) และมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) (Institute for Legal Research, 2009) ทำให้ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์ข้อมูลภาคสนามให้เป็นหมวดหมู่ และจัดประเภทได้อย่างเป็นระบบ ได้แก่ งานสถาปัตยกรรม โบราณวัตถุ ศิลปะการแสดง ภูมิปัญญาช่างฝีมือ กีฬาพื้นบ้าน เทศกาลงานประเพณี และศาสนา

1. งานสถาปัตยกรรม

ทุนทางวัฒนธรรมด้านสถาปัตยกรรมในพื้นที่เมืองเก่าอุบลราชธานีสามารถนำเสนอผ่านงานด้านสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ได้ดังนี้

1.1 ศาสนสถาน เช่น วัดพุทธ มีวัดสำคัญ ๆ เช่น วัดหลวง เป็นวัดแรกและเป็นวัดประจำของเจ้าเมืองอุบลราชธานี คือ พระประทุมวรราชสุริยวงศ์ (เจ้าคำผง) และเป็นสถานที่ที่ข้าราชการและขุนนางต้องถวายสัตย์ปฏิญาณตนต่อเจ้าเมืองในยุคแรก ๆ นอกจากนี้ยังมีวัดอื่น ๆ ที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ เช่น วัดสุปฏิญนารามวรวิหาร วัดศรีอุบลรัตนาราม และหอไตร วัดทุ่งศรีเมือง ดังภาพที่ 2-3



ภาพที่ 2-3 วิหารวัดหลวง (ซ้าย) และโบสถ์วัดหลวง (ขวา) งานสถาปัตยกรรมแบบล้านช้าง

ที่มา: Esan Information, 2021

นอกจากวัดแล้ว งานด้านสถาปัตยกรรมยังมีศาลเจ้าจีนในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี คือ ศาลเจ้าพุทธกั๋ง และมูลนิธิจิตติมเกาะ ซึ่งผู้ที่สนใจงานด้านสถาปัตยกรรมจีนสามารถเยี่ยมชมและเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนได้



ภาพที่ 4-5 ศาลเจ้าพุทธกั๋ง (ซ้าย) และมูลนิธิจิตติมเกาะ (ขวา) งานสถาปัตยกรรมแบบจีน

ที่มา: The Government Public Relations Department Ubon Ratchathani, 2024

1.2 อาคารเก่า ประกอบด้วยอาคารพาณิชย์ รวมถึงบ้านพื้นถิ่น และตึกร้านค้าต่าง ๆ ดังภาพที่ 6-7



ภาพที่ 6-7 อาคารพาณิชย์และร้านค้าในย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี

2. แหล่งโบราณคดี

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานีเป็นสถานที่สำคัญในการอนุรักษ์และนำเสนอแหล่งโบราณวัตถุของจังหวัดอุบลราชธานี เป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่กรมศิลปากรจัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น เพื่อเป็นศูนย์กลางในการศึกษา อนุรักษ์ และเผยแพร่ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น ตามแนวทางการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานสมัยใหม่ มีการจัดแสดงนิทรรศการถาวรที่มุ่งเน้นการนำเสนอในประเด็นต่าง ๆ ของจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ภูมิศาสตร์ธรณีวิทยา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมพื้นบ้าน และชาติพันธุ์วิทยา



ภาพที่ 8-9 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี

ที่มา: Esan Information, 2016

นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑวัดศรีอุบลรัตนาราม จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการปรับปรุงหอเทศน์ของวัดศรีอุบลรัตนารามให้เป็นพิพิธภัณฑและศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน เริ่มตั้งแต่การสร้างหอแจกซึ่งมีรูปแบบสถาปัตยกรรมและศิลปะท้องถิ่นอีสาน เช่น ไม้แกะสลักช่อฟ้าหรือโหงว ประติมากรรมหน้าต่างของหอแจก มีการรวบรวมพระพุทธรูปไว้จัดแสดงภายใน เครื่องใช้ในพระพุทธศาสนา เช่น ตู้พระไตรปิฎก ผ้าห่อใบลาน

3. ศิลปะการแสดง

การแสดงท้องถิ่นในงานประเพณีแห่เทียนพรรษาเป็นที่นิยมใช้ในการแสดงในขบวนแห่ เป็นการแสดงท้องถิ่นประเภทต่าง ๆ เช่น เชิงกันหลอน เชิงกระต๊อบ และเชิงสวิง การแสดงเหล่านี้จะดัดแปลงมาจากชีวิตประจำวันของชาวอุบลราชธานี



ภาพที่ 10-11 การแสดงฟ้อนรำของชาวจังหวัดอุบลราชธานีในงานประเพณีแห่เทียนพรรษาในพื้นที่ย่านเมืองเก่า

ที่มา: Narinnukun School, 2024

นอกจากนี้ยังมีงานประจำปีศาลเจ้าพุททัง ซึ่งชาวไทยเชื้อสายจีนได้จัดงานงิ้วจีนซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของละครที่ผสมผสานการร้อง การแสดง และการแต่งกายที่ประณีต หัวข้อต่าง ๆ อิงจากประวัติศาสตร์ ตำนาน และวรรณกรรมจีน โดยจัดงานนี้เพื่ออุทิศให้กับศาลเจ้า



ภาพที่ 12-13 การแสดงงิ้วของวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีนในศาลเจ้าพุททัง

ที่มา: The Government Public Relations Department Ubon Ratchathani, 2024

4. งานช่างฝีมือท้องถิ่น

งานฝีมือแบบดั้งเดิมในพื้นที่เมืองเก่าอุบลราชธานีสามารถนำเสนอผ่านภูมิปัญญาช่างเทียน ประเภทของเทียนพรรษาในจังหวัดอุบลราชธานีปัจจุบันมีอยู่ 3 ประเภท ได้แก่ เทียนแกะสลัก เทียนติดพิมพ์ และเทียนแบบโบราณ ช่างเทียนจะสร้างต้นเทียนแต่ละประเภทประกอบด้วย “ต้นเทียนและส่วนประกอบ” หรือเรียกรวมกันว่าขบวนเทียน ขบวนแห่เทียนแต่ละขบวนจะมีเทียนเล่มเดี่ยวอยู่ตรงกลางและล้อมรอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ติดไว้บนรถแห่ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการแห่ในวันงาน



ภาพที่ 14-15 งานช่างฝีมือท้องถิ่นในการทำเทียนพรรษาของคุ้มวัดในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลฯ

ที่มา: Esan Information, 2023

5. กีฬาท้องถิ่น

การแข่งขันเรือยาวประเพณีปลายเข้าพรรษาในแม่น้ำมูล จังหวัดอุบลราชธานี จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการสืบสานประเพณีท้องถิ่นให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของแม่น้ำมูล ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีโดยเทศบาลเมืองอุบลราชธานี มีชาวท้องถิ่นจากทุกอำเภอในจังหวัดอุบลราชธานีเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาพื้นบ้านนี้เป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 16-17 ประเพณีท้องถิ่นการแข่งขันเรือยาวในแม่น้ำมูลช่วงออกพรรษา

ที่มา: Ubon Ratchathani Municipality, 2023

6. เทศกาลงานประเพณี

งานประเพณีสำคัญในจังหวัดอุบลราชธานีคืองานประเพณีแห่เทียนพรรษา จัดขึ้นทุกปีในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม พิธีจุดเทียน พิธีถวายเทียนเข้าวัดหลังขบวนแห่ เยี่ยมชมชุมชน เรียนรู้วิธีการทำเทียน การประกวดภาพถ่าย กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ชมและมีส่วนร่วมในการแกะสลักเทียน การหล่อเทียน การแสดงแสงสีเสียง ขบวนแห่เทียนยามค่ำคืน การประกวดจุดเทียน การแสดงเทียน พิธีเริ่มขบวนแห่เทียน และขบวนแห่เทียนพิมพ์แกะสลัก และเทียนโบราณจากวัดในอำเภอต่าง ๆ และชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 18-19 ประเพณีแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา: Esan Information, 2023

7. ศาสนา

เมืองเก่าอุบลราชธานีมีกลุ่มศาสนาต่าง ๆ มากมาย ทั้งศาสนาพุทธ คริสต์ และซิกข์ ส่งผลให้มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น หลักคำสอน การปฏิบัติและปรัชญาทางศาสนา สถานที่สักการะ งานเทศกาลและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนา จากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีจึงทำให้พื้นที่ย่านเมืองเก่าสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมได้



ภาพที่ 20-21 อาสนวิหารแม่พระนิรมลอุบลฯ ศูนย์รวมคริสต์ศาสนา (ซ้าย) และชาวไทยซิกข์ในย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี (ขวา)

ส่วนที่ 2 คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี

การวิเคราะห์คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาศัยกรอบแนวคิด Cultural Significance ของ Australia ICOMOS (1999) เป็นหลักในการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำให้สามารถจำแนกคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ ภูมิปัญญาเฉพาะ สังคมและจิตใจ ซึ่งเป็นการตีความข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้สอดคล้องกับนิยามเชิงทฤษฎีอย่างเป็นระบบ

1. คุณค่าทางประวัติศาสตร์

พื้นที่เมืองเก่าอุบลราชธานีเป็นพื้นที่ที่แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของเมืองอุบลราชธานี ไม่ว่าจะเป็นมรดกทางเศรษฐกิจ การค้า การขนส่งทางน้ำริมแม่น้ำมูล รวมถึงจุดเริ่มต้นของชุมชนท้องถิ่นริมแม่น้ำมูล ดังนั้นคุณค่า

ทางประวัติศาสตร์จึงเป็นคุณค่าที่สามารถศึกษาผ่านทรัพยากรทางวัฒนธรรม เช่น อาคารเก่า ร้านค้า อาคารพาณิชย์ สถานที่สักการะ เป็นต้น

2. คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์

คุณค่าสุนทรียศาสตร์ของเมืองเก่าสะท้อนผ่านภูมิปัญญาท้องถิ่นของช่างเขียนอุบลราชธานีอันเป็นภูมิปัญญาสำคัญที่นำไปสู่การสร้างสรรค์ประติมากรรมเขียนเข้าพรรษาที่สวยงามและทรงคุณค่าแก่ชาวจังหวัดอุบลราชธานีและผู้มาเยือน รวมถึงเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมทางศาสนาด้วย ไม่ว่าจะเป็นพุทธศาสนา คริสต์ หรือซิกข์

3. คุณค่าด้านภูมิปัญญาเฉพาะ

คุณค่าด้านภูมิปัญญาเฉพาะสามารถสะท้อนให้เห็นได้จากฝีมือของช่างเขียนจังหวัดอุบลราชธานีซึ่งประกอบด้วยเขียนพิมพ์และเขียนแกะสลัก ด้วยภูมิปัญญาเฉพาะของมรดกทางวัฒนธรรม เขียนแต่ละชนิดจึงถูกออกแบบและสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ ตามฝีมือช่างทำเขียนแต่ละคนซึ่งสามารถสะท้อนผ่านลวดลายต่าง ๆ บนต้นเขียนได้ เกิดจากการนำลวดลายไทยและลวดลายอีสานผสมผสานกันอย่างลงตัว นอกจากนี้ยังรวมไปถึงภูมิปัญญาด้านอาหารของชาวไทย-จีน ชาวไทยอีสาน ชาวไทย-เวียดนาม และชาวไทยซิกข์

4. คุณค่าทางสังคม

คุณค่าทางสังคมของเมืองเก่าอุบลราชธานีสามารถนำเสนอผ่านศิลปะการแสดงในท้องถิ่น เช่น การแสดงท้องถิ่นในเทศกาลแห่เทียน ชาวไทยเชื้อสายจีน การแสดงงิ้วที่นำเสนอประวัติศาสตร์ ตำนาน และวรรณกรรม นอกจากนี้ยังมีการละเล่นกีฬาพื้นบ้าน เช่น การแข่งเรือยาวประเพณีในช่วงปลายเข้าพรรษาในแม่น้ำมูล รวมถึงงานแห่เทียนพรรษาทุกปีในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคมเพื่อประกอบพิธีจุดเทียน

5. คุณค่าทางจิตใจ

คุณค่าทางจิตใจสามารถนำเสนอความคิดของคนในท้องถิ่นเมืองเก่าอุบลราชธานีต่อศาสนา ประกอบด้วยศาสนาพุทธ คริสต์ และซิกข์ ศาสนาเป็นศูนย์กลางทางจิตวิญญาณของคนในท้องถิ่นในย่านเมืองเก่าในการสืบทอดหลักคำสอนทางศาสนา แนวปฏิบัติ และปรัชญา สถานที่สักการะ งานเทศกาล และประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์คุณค่าสำคัญทางวัฒนธรรมของทรัพยากรวัฒนธรรมมาพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี

ส่วนที่ 3 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี

การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสังเคราะห์จากความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของทรัพยากรวัฒนธรรม (UNESCO) และคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Australia ICOMOS, 1999) รวมถึงการประยุกต์แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ Richards and Marques (2012) ทำให้สามารถกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวตามประเด็นเฉพาะ (Thematic Routes) ที่เชื่อมโยงทุนพหุวัฒนธรรมและมีความสัมพันธ์ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและทุนทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	ทุนทางวัฒนธรรม	กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
คุณค่าทางประวัติศาสตร์	อาคารเก่า ร้านค้า อาคารพาณิชย์ ศาสนสถาน	เรียนรู้เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิมและศาสนาในเมืองเก่า

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	ทุนทางวัฒนธรรม	กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์	งานฝีมือเทียนเข้าพรรษาอันทรงคุณค่า ประติมากรรมเทียนเข้าพรรษา และสถาปัตยกรรมทางศาสนา	ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมงานเทศกาลท้องถิ่นและเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานฝีมือ
คุณค่าทางภูมิปัญญาเฉพาะ	งานฝีมือของช่างเทียนและภูมิปัญญาอาหารของชาวไทย-จีน ไทย-อีสาน ไทย-เวียดนาม และชาวไทยชีกซ์	เพื่อสร้างและส่งเสริมเกี่ยวกับการทำอาหารท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว
คุณค่าทางสังคม	การแสดงท้องถิ่นในเทศกาลแห่เทียน การแข่งเรือยาวประเพณี และเทศกาลแห่เทียน	เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากช่างฝีมือ การแสดง และกีฬาพื้นบ้าน
คุณค่าทางจิตใจ	หลักคำสอน แนวปฏิบัติ และปรัชญาของศาสนาพุทธ คริสต์ และชีกซ์	ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และปฏิบัติเกี่ยวกับหลักคำสอนทางศาสนาพร้อมกับคนในท้องถิ่น

จากตารางที่ 1 คณะผู้วิจัยได้เสนอความสัมพันธ์ของผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ซึ่งได้จำแนกประเภทของทรัพยากรทางวัฒนธรรมและวิเคราะห์คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมตามกรอบแนวคิดคุณค่าสำคัญทางวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ความรู้เพื่อนำไปสู่การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่าง “ทุนทางวัฒนธรรม” และ “คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม” ร่วมกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้สามารถพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานีได้เป็น 3 รูปแบบหลัก เพื่อสะท้อนระดับของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นระดับกลุ่มชาติพันธุ์เฉพาะ (ชาวไทยเชื้อสายจีน) ระดับวัฒนธรรมหลักของพื้นที่ (ชาวไทยอีสาน) หรือระดับพหุวัฒนธรรม (บูรณาการหลายกลุ่มชาติพันธุ์) รวมถึงเพื่อสร้างความชัดเจนของธีมเส้นทาง (Thematic Clarity) ซึ่งแต่ละเส้นทางจะมีเอกลักษณ์เฉพาะ ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเลือกประสบการณ์ได้ง่าย และเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผู้สนใจวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม ผู้สนใจวัฒนธรรมท้องถิ่น และผู้สนใจความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละเส้นทางประมาณ 3 – 6 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเข้าร่วมกิจกรรม โดยมีรายละเอียดเส้นทางท่องเที่ยว ดังนี้

1. เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน

เส้นทางท่องเที่ยวนี้มุ่งเน้นการสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ซึ่งมีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรม ศาสนา ศิลปะการแสดง และวัฒนธรรมอาหาร โดยแหล่งท่องเที่ยวสำคัญประกอบด้วย ศาลเจ้าพุทธกั๋ง มุลินิจิตติมเกาะ และย่านการค้าเก่าของชุมชนชาวจีน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่สะท้อนถึงประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานและบทบาททางเศรษฐกิจของชุมชนในอดีต

กิจกรรมการท่องเที่ยวในเส้นทางนี้มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้วัฒนธรรม ได้แก่ การสักการะศาลเจ้าและเรียนรู้ความเชื่อเกี่ยวกับเทพเจ้าจีน การศึกษารูปแบบสถาปัตยกรรมจีนดั้งเดิม การเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงงิ้วจีน รวมถึงการเรียนรู้และทดลองปฏิบัติด้านวัฒนธรรมอาหารจีนและศิลปะพื้นบ้าน เช่น การเขียนพู่กันจีนหรือการประดิษฐ์งานศิลปะแบบจีน

เส้นทางดังกล่าวสามารถสะท้อนคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในหลายมิติ ได้แก่ คุณค่าทางประวัติศาสตร์จากการตั้งถิ่นฐานของชาวจีน คุณค่าทางสังคมจากบทบาทของศาลเจ้าในชุมชน คุณค่าทางจิตวิญญาณจากความเชื่อและพิธีกรรม และคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์จากศิลปะการแสดงและสถาปัตยกรรมจีน

2. เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมชาวไทยอีสาน

เส้นทางท่องเที่ยวนี้มุ่งเน้นการนำเสนออัตลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยอีสาน ซึ่งเป็นวัฒนธรรมหลักของพื้นที่ โดยมีความโดดเด่นด้านศิลปหัตถกรรม ประเพณี และวิถีชีวิตท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในเส้นทางนี้ได้แก่ วัดทุ่งศรีเมือง วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดสุปฏิหาราม และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

กิจกรรมการท่องเที่ยวเน้นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เช่น การเรียนรู้กระบวนการผลิตเทียนพรรษาในรูปแบบต่าง ๆ การเข้าร่วมงานประเพณีแห่เทียนพรรษา การทดลองประกอบอาหารพื้นบ้านอีสาน การรับชมการแสดงพื้นบ้าน รวมถึงการเดินสำรวจชุมชนเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น

เส้นทางท่องเที่ยวนี้สามารถสะท้อนคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ได้แก่ คุณค่าทางประวัติศาสตร์จากพัฒนาการของชุมชนและศาสนสถาน คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์จากงานศิลปหัตถกรรมเทียนพรรษา คุณค่าทางวิทยาศาสตร์หรือภูมิปัญญาเฉพาะจากทักษะช่างฝีมือ คุณค่าทางสังคมจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในเทศกาล และคุณค่าทางจิตวิญญาณจากความเชื่อทางพุทธศาสนา

3. เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้พุทธวัฒนธรรมย่านเมืองเก่า

เส้นทางท่องเที่ยวนี้มุ่งเน้นการนำเสนอความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์และศาสนาในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ซึ่งประกอบด้วยชาวไทยเชื้อสายจีน เวียดนาม ชีกซ์ และไทยอีสาน โดยแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ อาสนวิหารแม่พระนิรมล ศาสนสถานของชาวชีกซ์ ศาลเจ้าจีน รวมถึงชุมชนชาวไทยเชื้อสายเวียดนามและชุมชนท้องถิ่นริมแม่น้ำมูล

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Learning) ผ่านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เช่น การเรียนรู้หลักคำสอนและแนวปฏิบัติของศาสนาต่าง ๆ การเข้าร่วมกิจกรรมหรือพิธีกรรมทางศาสนา การเรียนรู้และทดลองทำอาหารจากหลากหลายวัฒนธรรม การเข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชน รวมถึงการศึกษาแบบสถาปัตยกรรมและวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ที่แตกต่างกัน

เส้นทางท่องเที่ยวนี้สามารถสะท้อนคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในมิติของคุณค่าทางประวัติศาสตร์จากการอยู่ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์ คุณค่าทางสังคมจากความสัมพันธ์และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ คุณค่าทางจิตวิญญาณจากความหลากหลายของความเชื่อทางศาสนา คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์จากความหลากหลายของรูปแบบศิลปะและสถาปัตยกรรม และคุณค่าทางวิทยาศาสตร์จากองค์ความรู้ด้านอาหารและภูมิปัญญาที่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสรุปได้ว่า 1) ทรัพยากรวัฒนธรรมท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีมี 7 ประเภท ได้แก่ 1.1) สถาปัตยกรรม 1.2) สิ่งประดิษฐ์ทางโบราณคดี 1.3) ศิลปะการแสดง 1.4) หัตถกรรมแบบดั้งเดิม 1.5) การละเล่นกีฬาพื้นบ้าน 1.6) งานหัตถกรรม และ 1.7) ศาสนา 2) ด้านคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทุนพุทธวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ได้แก่ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางวิทยาศาสตร์ คุณค่าทางจิตวิญญาณ และคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ และ 3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนพุทธวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ประกอบด้วย 1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน 2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมชาวไทยอีสาน และ 3) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้พุทธวัฒนธรรมย่านเมืองเก่า

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ทรัพยากรวัฒนธรรมท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีมี 7 ประเภท ได้แก่ 1) สถาปัตยกรรม 2) สิ่งประดิษฐ์ทางโบราณคดี 3) ศิลปะการแสดง 4) หัตถกรรมแบบดั้งเดิม 5) การละเล่นกีฬาพื้นบ้าน 6) งานหัตถกรรม และ 7) ศาสนา ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา สว่างคง (Swangkong, 2020) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ตลาดโง้งโค้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่า ทุนวัฒนธรรมที่สำคัญของพื้นที่ที่ใช้ในการเพิ่มมูลค่าแก่ชุมชน ประกอบด้วย ด้านสถาปัตยกรรมไทย ด้านวัฒนธรรมพื้นถิ่น และด้านวิถีชีวิต

ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ได้แก่ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางวิทยาศาสตร์ คุณค่าทางจิตวิญญาณ และคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริณ ฉกามานนท์ และคนอื่น ๆ (Chakamanont et al., 2020) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการสืบสานคุณค่าและอัตลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรม น้ำพริกแห่งอุษาคเนย์ ผลการพบว่า คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่วิจัย ประกอบด้วย คุณค่าด้านประวัติศาสตร์ ด้านสุนทรียศาสตร์ ด้านภูมิปัญญา และด้านวิถีชีวิตสะท้อนอัตลักษณ์วิถีแห่งอุษาคเนย์ ซึ่งเป็นคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่นำไปใช้ในการสืบสานคุณค่าและอัตลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรมด้านอาหารท้องถิ่น

ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุวัชร ศรีจงแสง และคนอื่น ๆ (Sregongsang et al., 2018) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ ผลการศึกษา พบว่า เส้นทางการท่องเที่ยวควรได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เอกลักษณ์ของทุนวัฒนธรรมและคุณค่าของทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ โดยได้นำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวตัวอย่าง ได้แก่ เส้นทางการท่องเที่ยวเรียนรู้ภูมิปัญญาผ้าพื้นถิ่น และเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำมูล ภูมิปัญญาหัตถกรรมอีสานใต้ เป็นต้น และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกศรา สุกเพชร และวราวัชต์ มัธยมบุรุษ (Sukphet & Mattayomburut, 2011) เรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และผลการวิจัยของ สมพร คล้ายวิเชียร และคนอื่น ๆ (Klaywichian et al., 2007) เรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้ โดยผลการวิจัย พบว่า เส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้สามารถออกแบบและพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตามเส้นทางจาริกแสวงบุญซึ่งปรากฏศาสนสถานที่มีรูปแบบทางศิลปกรรมลักษณะเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันระหว่างศาสนสถานในภาคอีสานตอนล่างของประเทศไทยกับศาสนสถานในราชอาณาจักรกัมพูชา ดังนั้น จากความสอดคล้องของผลการวิจัยของคณะผู้วิจัยจึงสามารถนำเสนอได้ว่า การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ควรคำนึงถึงเอกลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ รวมถึงคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของทุนทางวัฒนธรรมที่จะต้องถ่ายทอดไปยังนักท่องเที่ยวได้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจในคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมผ่านเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นดังกล่าวเข้าด้วยกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการจัดการ

จากผลการศึกษาพบว่า พื้นที่ย่านเมืองเก่าในอุบลราชธานีมีทุนพหุวัฒนธรรมจำนวนมากและสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมทั้ง 5 ด้าน ตามกรอบ Cultural Significance ดังนั้น ผู้กำหนดนโยบายควรพัฒนาแผนแม่บทการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่อาศัยคุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นตัวตั้ง (value-based management) เพื่อกำหนดทิศทางการอนุรักษ์ พื้นฟู และใช้ประโยชน์ทรัพยากรอย่างสมดุล ควรบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ

ชุมชน และองค์กรด้านวัฒนธรรม เพื่อกำหนดมาตรฐานการตีความ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และระบบการจัดการพื้นที่ให้สอดคล้องกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ UNESCO

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติและการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า เส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 3 เส้นทาง มีศักยภาพต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงลึก โดยเฉพาะกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น ประวัติศาสตร์ ช่างฝีมือ พิธีกรรม และสุนทรียศาสตร์ ดังนั้น ควรพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่สอดคล้องกับคุณค่าที่ค้นพบ เช่น เวิร์กช็อปช่างเทียน การเรียนรู้พิธีกรรมจีน การท่องเที่ยวนิเวศวัฒนธรรมริมแม่น้ำมูล และกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม นอกจากนี้ควรพัฒนาเครื่องมือสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวทั้งรูปแบบดิจิทัล ป้ายสื่อความหมาย และเส้นทางเดินเท้าที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การท่องเที่ยวมีคุณภาพและสะท้อนความหลากหลายทางวัฒนธรรม

3. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการและการต่อยอดงานวิจัย

จากการอภิปรายผลพบว่า การวิเคราะห์ทุนพหุวัฒนธรรมและคุณค่าอัตลักษณ์เปิดโอกาสให้มีการศึกษาต่อยอดอีกหลายด้าน นักวิชาการสามารถขยายงานวิจัยไปสู่การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของเส้นทางท่องเที่ยว การศึกษาประสบการณ์นักท่องเที่ยวเชิงลึก (Tourist Experience Study) การวิจัยร่วมกับชุมชนแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) รวมถึงการพัฒนาโมเดลการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับเมืองประวัติศาสตร์อื่นในประเทศไทย นอกจากนี้ควรศึกษาศักยภาพของเทคโนโลยี เช่น AR/VR หรือแผนที่ดิจิทัลเพื่อเสริมประสบการณ์การตีความคุณค่าทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาประสบการณ์และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อเส้นทางพหุวัฒนธรรม

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการสังเคราะห์เส้นทางจากมุมมองทรัพยากรและคุณค่าเป็นหลัก จึงยังไม่ครอบคลุมมิติ “ผู้ใช้ประสบการณ์” ในเชิงลึก การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการรับรู้ ความพึงพอใจ และความหมายที่นักท่องเที่ยวตีความจากเส้นทางทั้ง 3 รูปแบบ เพื่อประเมินว่า การออกแบบเชิงคุณค่า (Value-based Design) สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์พหุวัฒนธรรมได้ตรงตามที่ตั้งใจหรือไม่ และนำไปสู่การปรับปรุงประสบการณ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. การประเมินผลกระทบของการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต่อชุมชนพหุวัฒนธรรม

แม้งานวิจัยได้เสนอแนวทางพัฒนาเส้นทาง แต่ยังไม่ได้วิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม การศึกษาครั้งต่อไปควรประเมินทั้งผลเชิงบวก เช่น รายได้ การอนุรักษ์วัฒนธรรม และผลเชิงลบ เช่น การทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า หรือความแออัดของพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาเส้นทางสอดคล้องกับหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและไม่กระทบต่ออัตลักษณ์ของชุมชน

3. การพัฒนาและทดสอบรูปแบบการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

งานวิจัยนี้นำเสนอเส้นทางในเชิงแนวคิดและการออกแบบ แต่ยังไม่ครอบคลุมการทดลองใช้จริง (Implementation) ดังนั้น ควรมีการวิจัยต่อยอดในลักษณะการทดลองหรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เพื่อทดสอบความเป็นไปได้ของเส้นทาง การบริหารจัดการ การไหลของนักท่องเที่ยว และประสิทธิภาพของกิจกรรมที่ออกแบบไว้

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเก่าบนฐานพหุวัฒนธรรม โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง “ทุนพหุวัฒนธรรม” และ “คุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม” เพื่อนำไปสู่การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวจากกระบวนการดังกล่าว ทำให้เกิดรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3 ระดับ ได้แก่ 1) เส้นทางการเรียนรู้

วัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnic-based Route) 2) เส้นทางการเรียนรู้วัฒนธรรมหลักของพื้นที่ (Local Cultural Route) และ 3) เส้นทางการเรียนรู้พหุวัฒนธรรม (Multicultural Learning Route) ซึ่งเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่าที่มุ่งสร้างความเข้าใจความหลากหลายทางวัฒนธรรมผ่านประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยว และสามารถประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองประวัติศาสตร์หรือพื้นที่พหุวัฒนธรรมอื่นของประเทศไทยได้

บทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์

สุภัทรา ศิริธรรมะสกุล: วางแนวความคิดของการวิจัย ออกแบบระเบียบวิธีวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องของการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัย

สมศรี ชัยวณิชยา: เขียน ทบทวนและแก้ไขบทความวิจัยก่อนการตีพิมพ์

ประภาพร ศศิประพา: เขียน ทบทวนและแก้ไขบทความวิจัยก่อนการตีพิมพ์

สร้อยสุตา สุวรรณะ: เขียน ทบทวนและแก้ไขบทความวิจัยก่อนการตีพิมพ์

สรินทิพย์ ทวีเดช: เขียน ทบทวนและแก้ไขบทความวิจัยก่อนการตีพิมพ์

เชมจิรา หนองเปิด: เขียนฉบับร่างต้นฉบับ ทบทวนและแก้ไขบทความวิจัยก่อนการตีพิมพ์

เอกสารอ้างอิง

- Australia International Council on Mounuments and Site (Australia ICOMOS). (1999). *The burra charter*. The Australia ICOMOS Charter for Places of Cultural Significance. <https://australia.icomos.org/wp-content/uploads/The-Burra-Charter-2013-Adopted-31.10.2013.pdf>
- Banks, J. A. (2016). *Cultural diversity and education: Foundations, curriculum, and teaching* (6th ed.). Routledge.
- Boonmee, L. (2020). *Cultural significance and change of historic urban landscape: A case study of Phrom Rat Road District, Ubon Ratchathani Province* [Doctoral Thesis, Chulalongkorn University]. Chulalongkorn University Theses and Dissertations (CHULA ETD). <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/3880/>
- Chakamanont, S., Tubporn, H., & Ruengrong, A. (2022). Guidelines for the transmission of cultural values and collective identity: Chili pastes of Southeast Asia. *Journal of Cultural Approach*, 23(43), 34–45. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/241993
- Chaiwanichaya, S. (2018). Development of provincial markets in the Ubon Ratchathani municipality area. *Journal of Humanities and Social Sciences (HUSOKKU)*, 3 5(2), 142 –169. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/HUSO/article/view/145518>
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration. (2018). *Guide to the process of developing and upgrading creative tourism activities*. Book Plus Publishing Co., Ltd.
- Esan Information. (2021). *Wat Luang, the temple of the city lord of Ubon Ratchathani, in the memory of Grandfather Bamphen Na Ubon*. <https://www.esanpedia.oar.ubu.ac.th/esaninfo/?p=5820>
- Esan Information. (2023). *Ubon Ratchathani candle festival contest*. <https://www.esanpedia.oar.ubu.ac.th/esaninfo/?p=6285>
- Esan Information. (2016). *Ubon Ratchathani National Museum*. <https://www.esanpedia.oar.ubu.ac.th/esaninfo/?p=686>

- Institute for Legal Research. (2009). *Research and drafting of laws on cultural heritage protection project*. Office of the National Culture Commission, Ministry of Culture.
- Klaywichian, S., Buranapansak, K., & Nakinchart, K. (2007). *Development of elephant villages as a tourist attraction in South Isan*. Thailand Research Fund.
- Narinnukun School. (2024). *Candle procession for Buddhist Lent 2024, Narinukul School, "Dance to honor the 72th anniversary, continue the faith in the legend of Ubon Ratchathani"*. http://narinukun.ac.th/gallery-detail_51956
- Nilsakul, D., & Thungsakul, N. (2017). Sense of Place in Ubon Ratchathani old commercial district. *Built Environment Inquiry Journal (BEI): Faculty of Architecture, Khon Kaen University*, 16(1), 67–83. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/arch-kku/article/view/93519>
- Parekh, B. (2006). *Rethinking multiculturalism: Cultural diversity and political theory*. Palgrave Macmillan.
- Richards, G., & Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: Editors introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), 1–11. https://www.researchgate.net/publication/241886393_Exploring_creative_tourism_Introduction#fullTextFileContent
- Swangkong, K. (2020). The management of cultural capital to increase competitiveness: Khongkong Market, Phranakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Ayutthaya Studies*, 12(2), 80–95. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jas/article/view/245282/166074>
- Sregongsang, S., Nongped, K., Boonfaeng, W., & Chobkuay, S. (2018). *Tourism identities for the ways of lower northeastern part of Thailand*. The Research in Supported by Thailand Science Research and Innovation.
- Sukphet, K., & Mattayomburut, W. (2011). Development of participatory learning tourism routes for elderly tourists: A case study of Mae Moh Electricity Generating Authority of Thailand and surrounding communities in Lampang Province. In *Khon Kaen University (KKU) Annual Conference 2011 "Developing the Future of Thai Rural Areas: A Solid Foundation for Sustainable National Development"* (pp. 189–193). Khon Kaen University.
- The Government Public Relations Department Ubon Ratchathani. (2024). *Ubon Ratchathani Province held a press conference for the annual celebration of the Buddha Kong Shrine in 2024*. <https://ubonratchathani.prd.go.th/th/content/category/detail/id/33/iid/256245>
- Ubon Ratchathani Municipality. (2023). *Opening ceremony of the annual Loi Krathong Festival, Loi Krathong Festival, and Loi Krathong Festival 2023, Ubon Ratchathani Municipality*. <https://www.cityub.go.th/2022/>
- Wisuttilak, S. (2015). *Knowledge on creative tourism: A guide and guidelines*. Faculty of Sociology and Anthropology, Thammasat University.

โครงสร้างมิติองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก

THE STRUCTURAL DIMENSIONS OF THE NIGHT STREET FOOD TOURISM EXPERIENCE: A GROUNDED THEORY STUDY

บุญณพิภพ โพธิ์สิงห์^{1*}, วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์² และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์³

Boonpipop Phosing^{1*}, Wongladda Weerapaiboon² and Viroj Jadesadalug³

^{1, 2, 3}มหาวิทยาลัยศิลปากร เมืองทองธานี เลขที่ 80 ถ.ป๊อปปูล่า ต.บ้านใหม่ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 ประเทศไทย

^{1, 2, 3}Silpakorn University, City Campus (Muang Thong Thani), 80 Popular Rd., Banmai Sub-district, Pakkret District, Nonthaburi Province, 11120 Thailand

*Corresponding author E-mail: naiasds@gmail.com

(Received: Oct 8, 2025; Revised: Jun 23, 2026; Accepted: Jun 29, 2026)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความหมายและที่มาของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน 2) ศึกษาองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน 3) สร้างแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Approach) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมด้วยวิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) เพื่อหาข้อสรุปเชิงทฤษฎีจากมุมมองและทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์บริโภคอาหารสตรีทฟู้ดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง จาก 4 ตลาดนัดกลางคืนยอดนิยมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 ราย เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับงานวิจัยเชิงปริมาณใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) กับผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มเดิม โดยวิเคราะห์ค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอร์ไทล์ (IQR) เพื่อยืนยันความเหมาะสมและความเที่ยงตรงของแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน

ผลการวิจัยได้คำนึงความหมายของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน และค้นพบโครงสร้างองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืนที่มี 8 องค์ประกอบหลัก และ 24 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) ประสบการณ์ด้านรสชาติ 2) ประสบการณ์ด้านรูปลักษณ์ 3) ประสบการณ์ด้านกลิ่น 4) ประสบการณ์ด้านสุขอนามัย 5) ประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ 6) ประสบการณ์ด้านความหลากหลาย 7) ประสบการณ์ด้านการบริการ และ 8) ประสบการณ์ด้านบรรยากาศ ผลการวิเคราะห์เทคนิคเดลฟายยืนยันว่า องค์ประกอบทั้ง 24 ตัวแปรมีความเหมาะสมสูง โดยมีค่ามัธยฐาน (Mdn) อยู่ในช่วง 4 – 5 แสดงถึงองค์ประกอบมีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มากถึงมากที่สุด และมีค่าพิสัยระหว่างควอร์ไทล์ (IQR) ≤ 1.5 ซึ่งแสดงถึงความสอดคล้องทางความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก

คำสำคัญ: ประสบการณ์การท่องเที่ยว, สตรีทฟู้ดกลางคืน

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ

² อาจารย์ ดร. ภาควิชาการจัดการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ

ABSTRACT

This research aimed 1) study the meaning and origin of the night street food tourism experience, 2) study the dimensions of the night street food tourism experience, and 3) develop a measurement scale for the components of the night street food tourism experience. The study employed a Mixed Methods Approach. For the qualitative phase, the research utilized Grounded Theory to study the social phenomenon and derive theoretical conclusions from the perspectives and views of Thai tourists who had experienced night street food consumption in Bangkok. A total of 20 informants were purposively selected from four popular night markets in Bangkok, and data were collected through in-depth interviews. For the quantitative phase, the Delphi Technique was employed with the same group of key informants to confirm the suitability and validity of the developed measurement scale, analyzing the Median (Mdn) and Interquartile Range (IQR).

The research results established the definition of the night street food tourism experience and discovered a structural framework comprising eight main dimensions and 24 sub-components. These dimensions included 1) Taste Experience, 2) Appearance Experience, 3) Scent Experience, 4) Hygiene Experience, 5) Novelty Experience, 6) Variety Experience, 7) Service Experience, and 8) Atmosphere Experience. The Delphi Technique analysis confirmed that all 24 variables possessed high suitability, with the Median (Mdn) ranging between 4 – 5 (indicating a level of suitability from high to highest), and the Interquartile Range (IQR) being ≤ 1.5 , which demonstrated a high consensus among the key informants.

KEYWORDS: Tourism Experience, Night Street Food

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่สำคัญที่สุดในเศรษฐกิจโลก โดยคิดเป็นร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) โลกก่อนการระบาดของโควิด-19 (Behsudi, 2020) และเป็นภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกเสียรายได้กว่า 2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2564 และจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงถึงร้อยละ 70 – 75 (Singlor, 2021) อย่างไรก็ตาม ภาคการท่องเที่ยวไทยได้ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2566 โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 28.2 ล้านคน และสร้างรายได้รวม 2.17 ล้านล้านบาท การฟื้นตัวนี้คาดว่าจะดำเนินไปถึงปี พ.ศ. 2568 โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 34 ล้านคน หรือฟื้นตัวาร้อยละ 85 เมื่อเทียบกับก่อนเกิดโควิด (Thairath Money, 2024) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการฟื้นตัวนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงมุ่งเน้นเพิ่มศักยภาพของประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมดของนักท่องเที่ยว (Tourist Journey) และให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการวิเคราะห์ทุกจุดที่มีการโต้ตอบกันระหว่างลูกค้ากับแบรนด์สินค้าหรือบริการ (Touch Point) อย่างละเอียด เพื่อออกแบบประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) ที่ครอบคลุมและเป็นประโยชน์ (Kiatphaibool, 2024) ปัจจุบันเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์เป็นกระแสความต้องการหลัก ซึ่งนักท่องเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญ (Penn, 2018) โดยประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งผลอย่างมากต่อนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะองค์ประกอบของประสบการณ์ที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวถึงความทรงจำเกี่ยวกับการเดินทางและความรู้สึกทางอารมณ์มีความสำคัญกว่าการทำการตลาด (Kim & Ritchie, 2014)

อาหารสตรีทฟู้ด (Street Food) เป็นรูปแบบของอาหารที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทยอย่างชัดเจน เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถเห็นกระบวนการปรุงอาหารโดยตรง ควบคู่ไปกับรสชาติที่หลากหลายและราคาไม่แพง

ด้วยเหตุนี้สตรีทฟู้ดจึงเป็นที่นิยมในการเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวและการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น (Sezgin, 2016) ความเป็นมาของอาหารสตรีทฟู้ดเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อการขยายตัวของชุมชนเมือง การเพิ่มขึ้นของประชากร และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ อาหารสตรีทฟู้ดจึงกลายเป็นทางเลือกสำคัญสำหรับทั้งประชาชนในเขตเมืองและนักท่องเที่ยว เนื่องจากตอบสนองต่อวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ความสะดวกในการเข้าถึง และสอดคล้องกับแนวโน้มของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่น (Chantawibul, 2017) องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) นิยามว่า สตรีทฟู้ด หมายถึง อาหารและเครื่องดื่มที่พร้อมบริโภคทันที ซึ่งขายในพื้นที่สาธารณะที่เข้าถึงได้ง่ายจากท้องถนน มีต้นทุนในการประกอบอาหารต่ำ และมีความแตกต่างจากอาหารจานด่วน (Fast Food) ทั้งในด้านความหลากหลายและลักษณะความเป็นเจ้าของกิจการ (Delisle, 1990) ด้วยจุดเด่นด้านความสะดวกและสามารถกระจายอยู่ทั่วทุกพื้นที่ อาหารสตรีทฟู้ดจึงทำหน้าที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Rakha et al., 2022) และได้เปลี่ยนสถานะจากการยังชีพเป็นวิถีแห่งการท่องเที่ยวที่ยกระดับเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอาหารริมทางหลากหลายประเภทตลอดทั้งกลางวันและกลางคืน ทำให้เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของโลกด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวจากวัฒนธรรมไทย (Agmapisarn et al., 2020)

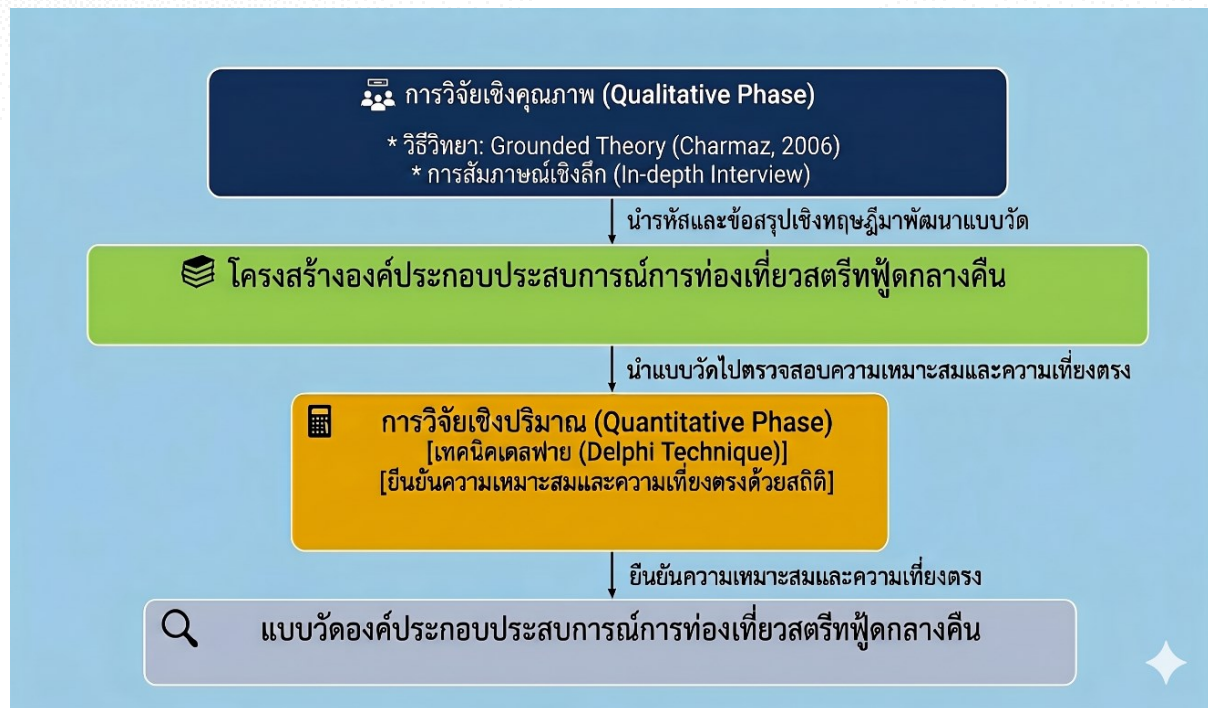
ภายใต้แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) มุมมองทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodern) ให้ความสำคัญกับคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ โดยมุ่งเสนอประสบการณ์ที่มีความเป็นส่วนตัวและสร้างการจดจำ ซึ่งทำให้ประสบการณ์เป็นภาพสะท้อนคุณลักษณะของการท่องเที่ยวในยุคนี้ (Uriely, 2005) ในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวประสบการณ์ให้ความสำคัญกับการตอบสนองทางอารมณ์ที่ซับซ้อน ซึ่งเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม และมาจากจินตนาการ ความรู้สึกรวมถึงการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ (Holbrook & Hirschman, 1982) การตลาดเชิงประสบการณ์จึงแตกต่างจากการตลาดแบบดั้งเดิมที่มุ่งเน้นเพียงคุณลักษณะและประโยชน์ของสินค้า โดยใช้กลยุทธ์ที่เสริมสร้างประสบการณ์แก่ลูกค้า ทั้งทางกายภาพและจิตใจ และยังเชื่อมโยงเอกลักษณ์และความสนใจจากประสบการณ์ของผู้บริโภคแต่ละคน (Kotler & Keller, 2012) ในขณะที่เศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยพิจารณาในส่วนของการมีส่วนร่วมและการบริโภค เพราะนักท่องเที่ยวคาดหวังกับสิ่งใหม่ หรือประสบการณ์ใหม่ที่ได้จากการท่องเที่ยว (Pine & Gilmore, 2011) โดยประสบการณ์การท่องเที่ยวนี้เป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งประสบการณ์เชิงบวกคือความรู้สึกประทับใจและความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับ (Jung & Cho, 2015) อย่างไรก็ตามแม้ว่าความมีเอกลักษณ์ของอาหารสตรีทฟู้ด และอัตลักษณ์ของผู้คนในประเทศไทยจะเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก (Promsivapallop & Kannaovakun, 2019) แต่กลับพบว่ามีกรวิจัยเชิงลึกน้อยมากที่มุ่งเน้นประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในฐานะจุดหมายปลายทางของสตรีทฟู้ดกลางคืนโดยตรง งานวิจัยก่อนหน้านี้มักจำกัดอยู่ในบริบทอื่น เช่น การหาแรงจูงใจในการจับจ่ายซื้อของที่ตลาดนัดกลางคืนทั่วไป (Correia & Kozak, 2016) หรือมีบริบทการศึกษาอยู่ในต่างประเทศเป็นหลัก

จากประเด็นปัญหาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นการศึกษามิติประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน โดยงานวิจัยนี้คาดว่าจะให้ผลลัพธ์เชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการกำหนดนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งสตรีทฟู้ดกลางคืนอย่างมีมาตรฐานและยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืนที่วิเคราะห์ได้ไปพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการได้อย่างตรงจุด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดสตรีทฟู้ดกลางคืนโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความหมายและที่มาของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน
2. เพื่อสร้างแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: Google, 2026

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Approach) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) ใช้กระบวนทัศน์แบบการตีความนิยม (Interpretivism) และการสร้างสรรค์นิยม (Constructivism) ตามแนวทางของ Charmaz (2006) เพื่อค้นหาความหมายหรือทฤษฎีใหม่จากทัศนะของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดเวลากลางคืนในกรุงเทพมหานคร เพื่อทำความเข้าใจและสร้างทฤษฎีฐานรากที่สะท้อนมุมมองของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range: IQR) เพื่อยืนยันความเหมาะสมและความเที่ยงตรงของแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักและพื้นที่ในการวิจัยแบบเจาะจง (Purposive Selection) เพื่อการศึกษาความหมาย และมิติขององค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน โดยพิจารณาจากนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในตลาดนัดกลางคืน ตามคุณสมบัติดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวชาวไทย (ผู้ที่ไม่ได้พำนักอาศัยในพื้นที่) 2) มีความยินดีในการเข้าร่วมการวิจัยและให้ข้อมูลโดยการให้สัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก

(In-depth Interview) โดยพื้นที่ในการสัมภาษณ์แบ่งเป็น 4 ตลาดนัดกลางคืนยอดนิยมในกรุงเทพมหานคร อ้างอิงจากผลสำรวจของบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (Krungthai Card Public Company Limited, 2023) ได้แก่ ตลาดนัดจ๊อดแฟร์รัชดา, เอเชียทีค เดอะริเวอร์ฟรอนท์, ตลาดนัดเสียบด่วน และตลาดนัดหัวมุม โดยกำหนดสัมภาษณ์อย่างน้อยตลาดละ 5 คน หรือจนกว่าจะหมดประเด็นสงสัย และไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้นใหม่ (Data Saturation) การวิจัยครั้งนี้ได้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักรวมทั้งสิ้น 20 คน

การสัมภาษณ์เชิงลึกกรอบที่หนึ่ง ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในตลาดนัดกลางคืนจำนวน 20 คน โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจนกว่าจะถึงความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation)

การสัมภาษณ์เชิงลึกกรอบที่สอง ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questions) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกรอบที่ 1 แล้วนำมาแยกประเด็นเพื่อสร้างแบบสอบถามปลายปิด โดยนำมาเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มเดิมเพื่อยืนยันความเหมาะสม และตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) ของมิต้องค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน

เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) ตัวผู้วิจัยซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและครบถ้วน 2) แนวคำถามในการสัมภาษณ์ 3) เครื่องมือจดบันทึกข้อมูลภาคสนามประกอบด้วย สมุด ปากกา ใช้เพื่อจดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และ 4) เครื่องบันทึกเสียงหรือโทรศัพท์มือถือใช้เพื่อบันทึกข้อมูลเสียงในระหว่างการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยอาจจดบันทึกไม่ครบถ้วน

การสัมภาษณ์เชิงลึกนี้เป็นการสนทนาโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน โดยผู้สัมภาษณ์ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ประเด็นคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นคำถามกึ่งโครงสร้าง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ความหมายและที่มาของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน

ส่วนที่ 2 มิต้องค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ผู้วิจัยได้ยื่นขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่รับรองโครงการ REC 68.0718-125-6395

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเป็นผู้มีบทบาทหลักในการเก็บข้อมูล โดยใช้แนวคำถามการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ร่วมกับวิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) ผู้วิจัยได้รับอนุญาตให้บันทึกเสียงการสนทนาด้วยเครื่องบันทึกเสียงหรือโทรศัพท์มือถือ โดยให้ความสำคัญกับการสังเกตท่าทาง น้ำเสียง และคำพูด พร้อมทั้งจดบันทึกภาคสนาม (Field Notes) ในประเด็นสำคัญระหว่างการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลโดยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) (Denzin & Lincoln, 2001) เพื่อลดความผิดพลาดในการตีความและยืนยันความหมายที่ชัดเจน โดยใช้มุมมองที่หลากหลายดังนี้

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลจากแหล่งที่มา 3 มิติ คือ เวลา สถานที่ และบุคคล (ผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน) โดยนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกันพบว่า ข้อมูลที่ได้รับมีความสอดคล้องและมีทิศทางเดียวกัน

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของชุดข้อมูลทั้งหมด พบว่า ข้อมูลมีลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) ตรวจสอบข้อมูลเรื่องเดียวกันจากหลายแนวคิดทฤษฎี พร้อมทั้งค้นหามโนทัศน์ที่แตกต่าง (Negative Case) และทำการตรวจสอบอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งทฤษฎีถึงจุดอิ่มตัว (Saturation) อันนำไปสู่การได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎี

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่ไปกับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ข้อมูลจากการสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึกที่บันทึกไว้ (Transcripts) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาร (Thematic Analysis) ตามแนวทางการวิเคราะห์ของ Naeem et al. (2023) โดยมี 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดข้อความอ้างอิง (Statements/Quotations) นำข้อความหรือคำพูดของผู้ให้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Transcripts) มาใช้เป็นฐานในการวิเคราะห์

2. กำหนดคำสำคัญ (Keywords) นำข้อความอ้างอิงที่ได้ในขั้นตอนที่หนึ่งมาหาคำสำคัญเพื่อใช้เป็นฐานในการดำเนินการ

3. กำหนดรหัส (Codes) นำคำสำคัญที่กำหนดขึ้นในขั้นตอนที่สองมากำหนดเป็นรหัส โดยใช้คำ วลี หรือข้อความสั้น ๆ เพื่อแทนความหมายของเนื้อหาข้อมูลที่ทำกรวิเคราะห์

4. ระบุหรือการกำหนดแก่นสาร (Themes) นำรหัสที่ได้จัดทำขึ้นในขั้นตอนที่สามมาจัดหมวดหมู่เข้าด้วยกันโดยพิจารณาจากความเชื่อมโยงและแบบแผนของรหัสที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างเป็นแก่นสารและนำไปตีความ

5. การตีความหมายและการสร้างมโนทัศน์ (Interpretation and Conceptualization) นำแก่นสารที่ได้จากขั้นตอนที่สี่มาพิจารณาในรายละเอียดอย่างลึกซึ้ง เพื่อตีความหมายและสร้างมโนทัศน์ใหม่

6. การสร้างกรอบมโนทัศน์ (Conceptual Framework Development) นำมโนทัศน์ที่สร้างขึ้นจากการตีความแก่นสารของข้อมูลมาพัฒนาเป็นแบบจำลอง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์ซอฟต์แวร์สำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ที่ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในการจัดการบันทึกข้อมูล จัดเรียงข้อมูล ตรวจสอบความสัมพันธ์ในข้อมูล เข้ารหัส จัดหมวดหมู่ และตีความข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกรอบที่ 1 ด้วยวิธีการวิเคราะห์แก่นสารเพื่อค้นพบโครงสร้างองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืนอย่างเป็นระบบ ก่อนจะนำผลลัพธ์ที่ได้ไปพัฒนาเป็นแบบสอบถามปลายปิดเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลรอบที่ 2 ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ในการวิเคราะห์ข้อมูลรอบที่ 2 ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผลแบบสอบถามที่นำไปเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มเดิมโดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) เพื่อยืนยันความเหมาะสมและความสอดคล้องขององค์ประกอบ การวิเคราะห์ใช้ค่ามัธยฐาน (Median) และ ค่าพิสัยระหว่างควอร์ไทล์ (Interquartile Range: IQR) เป็นเกณฑ์หลักในการพิจารณา โดยถือว่าองค์ประกอบมีความเหมาะสมเมื่อมีค่ามัธยฐานตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป และความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องกัน เมื่อ ค่า IQR น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 (Poolphatchawin, 2003) เกณฑ์การแปลผลค่ามัธยฐาน (Median) 5 ระดับ

4.51 – 5.00	มีความเหมาะสมที่ระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความเหมาะสมที่ระดับมาก
2.51 – 3.50	มีความเหมาะสมที่ระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความเหมาะสมที่ระดับน้อย
1.00 – 1.50	มีความเหมาะสมที่ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ความหมายของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน ส่วนที่ 2 องค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน และส่วนที่ 3 การสร้างแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 1 ความหมายและที่มาของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกรอบที่ 1 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักนิยามประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืนว่าเป็นรูปแบบการเดินทางพักผ่อนที่เน้นความผ่อนคลายและไม่เร่งรีบ เพื่อซึมซับบรรยากาศวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ผ่านความหลากหลายของอาหารริมทางที่มีราคาเข้าถึงได้ง่าย ตลอดจนการได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนต่างถิ่นและลิ้มลองรสชาติอาหารที่แปลกใหม่ ทั้งที่เป็นอาหารเอกลักษณ์ประจำถิ่นและอาหารตามกระแสนิยม โดยที่มาของประสบการณ์ดังกล่าวมีรากฐานมาจากความต้องการแสวงหาความแปลกใหม่ทางวัฒนธรรมและการหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิตประจำวัน ผสมกับอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่กระตุ้นให้เกิดการสำรวจพื้นที่เพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมตามกระแสนิยม อีกทั้งยังได้รับแรงขับเคลื่อนจากอัตลักษณ์ที่แข็งแกร่งของวัฒนธรรมอาหารสตรีทฟู้ดในประเทศไทยที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกในยามค่ำคืน ส่งผลให้การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลหลักไม่ใช่เพียงการบริโภคเพื่อความอิ่มท้อง แต่เป็นการบูรณาการระหว่างอรรถรสของอาหารและสุนทรียภาพทางสังคมที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตจริงของพื้นที่นั้น ๆ อย่างมีเอกลักษณ์

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกรอบที่ 1 พบว่า ข้อสรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน ประกอบไปด้วย 8 องค์ประกอบหลัก และ 24 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) ประสบการณ์ด้านรสชาติ (Experience of Taste) มี 3 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย ความอร่อยของอาหาร ความกลมกล่อมครบรสของอาหาร และความมีเอกลักษณ์ของรสชาติอาหาร 2) ประสบการณ์ด้านรูปลักษณ์ (Experience of Appearance) มี 3 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย รูปลักษณ์ของอาหารน่ารับประทาน รูปลักษณ์ของอาหารมีความน่าสนใจ และรูปลักษณ์ของอาหารมีสีสันสวยงาม 3) ประสบการณ์ด้านกลิ่น (Experience of Smell) มี 3 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย กลิ่นของอาหารมีความหอมชวนรับประทาน กลิ่นของอาหารทำให้เกิดการดึงดูดความสนใจ และกลิ่นของอาหารกระตุ้นความอยากอาหาร 4) ประสบการณ์ด้านสุขอนามัย (Experience of Hygiene) มี 3 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย ความสะอาดของวัตถุดิบและอาหาร ความสะอาดของร้านและบริเวณโดยรอบ และความสะอาดของวิธีการประกอบอาหาร 5) ประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ (Experience of Novelty) มี 3 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย ความแปลกใหม่ของรูปลักษณ์อาหาร ความแปลกใหม่ของรสชาติของอาหาร และความแปลกใหม่ของวิธีการประกอบอาหาร 6) ประสบการณ์ด้านความหลากหลาย (Experience of Variety) มี 3 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย ความหลากหลายของชนิดอาหาร ความหลากหลายของรูปลักษณ์อาหาร และความหลากหลายของวัตถุดิบอาหาร 7) ประสบการณ์ด้านการบริการ (Experience of Service) มี 3 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย ความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานขาย ความเอาใจใส่และการให้คำแนะนำที่ดี และความมีอัธยาศัยดีและเป็นกันเอง และ 8) ประสบการณ์ด้านบรรยากาศ (Experience of Atmosphere) มี 3 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย บรรยากาศโดยรวมมีความคึกคักและมีชีวิตชีวา บรรยากาศโดยรวมไม่แออัดจนเกินไป และบรรยากาศโดยรวมมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์แบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีฟู้ดกลางคืน

ประสบการณ์ การท่องเที่ยวสตรีฟู้ดกลางคืน	ค่ามัธยฐานและพิสัยระหว่างควอไทล์				ความ เหมาะสม	ความ สอดคล้อง
	Q1	Median (Mdn)	Q3	IQR		
		≥ 3.5		≤ 1.5		
ประสบการณ์ด้านรสชาติ (Experience of Taste)						
ความอร่อยของอาหาร	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
ความกลมกล่อมครบรสของอาหาร	4	4	4.5	0.5	มาก	สอดคล้อง
ความมีเอกลักษณ์ของรสชาติอาหาร	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
ประสบการณ์ด้านรูปลักษณ์ (Experience of Appearance)						
รูปลักษณ์ของอาหารน่ารับประทาน	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
รูปลักษณ์ของอาหารมีความน่าสนใจ	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
รูปลักษณ์ของอาหารมีสีสันสวยงาม	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
ประสบการณ์ด้านกลิ่น (Experience of Smell)						
กลิ่นของอาหารมีความหอมชวนรับประทาน	3	4	4	1	มาก	สอดคล้อง
กลิ่นของอาหารทำให้เกิดความรู้สึกดีถึงจุด ความสนใจ	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
กลิ่นของอาหารกระตุ้นความอยากอาหาร	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
ประสบการณ์ด้านสุขอนามัย (Experience of Hygiene)						
ความสะอาดของวัตถุดิบและอาหาร	4	5	5	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
ความสะอาดของร้านและบริเวณโดยรอบ	4	5	5	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
ความสะอาดของวิธีการประกอบอาหาร	4	5	5	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
ประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ (Experience of Novelty)						
ความแปลกใหม่ของรสชาติของอาหาร	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
ความแปลกใหม่ของวิธีการประกอบอาหาร	4	4	4	0	มาก	สอดคล้อง
ความแปลกใหม่ของรูปลักษณ์	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
ประสบการณ์ด้านความหลากหลาย (Experience of Variety)						
ความหลากหลายของชนิดอาหาร	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
ความหลากหลายของรูปลักษณ์อาหาร	3	4	4	1	มาก	สอดคล้อง
ความหลากหลายของวัตถุดิบอาหาร	3.5	4	5	1.5	มาก	สอดคล้อง
ประสบการณ์ด้านการบริการ (Experience of Service)						
ความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานขาย	4	5	5	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
ความเอาใจใส่และการให้คำแนะนำที่ดี	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
ความมีอัธยาศัยดีและเป็นกันเอง	4	5	5	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
ประสบการณ์ด้านบรรยากาศ (Experience of Atmosphere)						
บรรยากาศโดยรวมมีความคึกคักและมีชีวิตชีวา	4	5	5	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
บรรยากาศโดยรวมไม่แออัดจนเกินไป	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง
บรรยากาศโดยรวมมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	4	4	5	1	มาก	สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 3 การสร้างแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืนจากการสัมภาษณ์เชิงลึกรอบที่ 2 พบว่า

1) ประสบการณ์ด้านรสชาติ แยกเป็นองค์ประกอบย่อย 1.1) ความอร่อยของอาหาร ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) 1.2) ความกลมกล่อมครบรสของอาหาร ($Mdn = 4$ และ $IQR = 0.5$) และ 1.3) ความมีเอกลักษณ์ของรสชาติอาหาร ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) ทั้ง 3 องค์ประกอบย่อยมีความเหมาะสมมากในการใช้เป็นแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน และความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องกัน

2) ประสบการณ์ด้านรูปลักษณ์ แยกเป็นองค์ประกอบย่อย 2.1) รูปลักษณ์ของอาหารน่ารับประทาน ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) 2.2) รูปลักษณ์ของอาหารมีความน่าสนใจ ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) และ 2.3) รูปลักษณ์ของอาหารมีสีสันสวยงาม ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) ทั้ง 3 องค์ประกอบย่อยมีความเหมาะสมมากในการใช้เป็นแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน และความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องกัน

3) ประสบการณ์ด้านกลิ่น แยกเป็นองค์ประกอบย่อย 3.1) กลิ่นของอาหารมีความหอมชวนรับประทาน ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) 3.2) กลิ่นของอาหารทำให้เกิดความรู้สึกดึงดูดความสนใจ ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) และ 3.3) กลิ่นของอาหารกระตุ้นความอยากอาหาร ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) ทั้ง 3 องค์ประกอบย่อยมีความเหมาะสมมากในการใช้เป็นแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน และความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องกัน

4) ประสบการณ์ด้านสุขอนามัย แยกเป็นองค์ประกอบย่อย 4.1) ความสะอาดของวัตถุดิบและอาหาร ($Mdn = 5$ และ $IQR = 1$) 4.2) ความสะอาดของร้านและบริเวณโดยรอบ ($Mdn = 5$ และ $IQR = 1$) และ 4.3) ความสะอาดของวิธีการประกอบอาหาร ($Mdn = 5$ และ $IQR = 1$) ทั้ง 3 องค์ประกอบย่อยมีความเหมาะสมมากที่สุดในการใช้เป็นแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน และความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องกัน

5) ประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ แยกเป็นองค์ประกอบย่อย 5.1) ความแปลกใหม่ของรสชาติของอาหาร ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) 5.2) ความแปลกใหม่ของวิธีการประกอบอาหาร ($Mdn = 4$ และ $IQR = 0$) และ 5.3) ความแปลกใหม่ของรูปลักษณ์อาหาร ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) ทั้ง 3 องค์ประกอบย่อยมีความเหมาะสมมากในการใช้เป็นแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน และความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องกัน

6) ประสบการณ์ด้านความหลากหลาย แยกเป็นองค์ประกอบย่อย 6.1) ความหลากหลายของชนิดอาหาร ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) 6.2) ความหลากหลายของรูปลักษณ์อาหาร ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) และ 6.3) ความหลากหลายของวัตถุดิบอาหาร ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1.5$) ทั้ง 3 องค์ประกอบย่อยมีความเหมาะสมมากในการใช้เป็นแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน และความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องกัน

7) ประสบการณ์ด้านการบริการ แยกเป็นองค์ประกอบย่อย 7.1) ความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานขาย ($Mdn = 5$ และ $IQR = 1$) 7.2) ความเอาใจใส่และการให้คำแนะนำที่ดี ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) และ 7.3) ความมีอัธยาศัยดีและเป็นกันเอง ($Mdn = 5$ และ $IQR = 1$) องค์ประกอบความเอาใจใส่และการให้คำแนะนำที่ดีมีความเหมาะสมมากที่องค์ประกอบความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานขายและองค์ประกอบความมีอัธยาศัยดีและเป็นกันเองมีความเหมาะสมมากที่สุดในการใช้เป็นแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน และความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องกัน

8) ประสบการณ์ด้านบรรยากาศ แยกเป็นองค์ประกอบย่อย 8.1) บรรยากาศโดยรวมมีความคึกคักและมีชีวิตชีวา ($Mdn = 5$ และ $IQR = 1$) 8.2) บรรยากาศโดยรวมไม่แออัดจนเกินไป ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) และ 8.3) บรรยากาศโดยรวมมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ($Mdn = 4$ และ $IQR = 1$) องค์ประกอบบรรยากาศโดยรวมไม่แออัดจนเกินไปและองค์ประกอบบรรยากาศโดยรวมมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยมีความเหมาะสมมาก และ

องค์ประกอบบรรยากาศโดยรอบมีความคึกคักและมีชีวิตชีวาความเหมาะสมมากที่สุดในการใช้เป็นแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีฟู้ดกลางคืน และความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องกัน

สรุปผลการวิจัย

1. ผลสรุปนิยามความหมายและที่มาของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีฟู้ดกลางคืน คือ การเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นการการพักผ่อนเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตและอรรถรสทางอาหารที่หลากหลายในราคาที่เข้าถึงได้ โดยมีที่มาจากการต้องการแสวงหาความแปลกใหม่และอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ผนวกกับอัตลักษณ์ที่เข้มแข็งของสตรีฟู้ดไทยที่เข้าถึงได้สะดวกในยามค่ำคืน ปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่การบูรณาการระหว่างรสชาติอาหารและสุนทรียภาพทางสังคมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ที่แท้จริงของพื้นที่ได้อย่างมีเอกลักษณ์

2. ผลสรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีฟู้ดกลางคืน ประกอบไปด้วย 8 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ประสบการณ์ด้านรสชาติ 2) ประสบการณ์ด้านรูปลักษณ์ (Experience of Appearance) 3) ประสบการณ์ด้านกลิ่น (Experience of Smell) 4) ประสบการณ์ด้านสุขอนามัย (Experience of Hygiene) 5) ประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ (Experience of Novelty) 6) ประสบการณ์ด้านความหลากหลาย (Experience of Variety) 7) ประสบการณ์ด้านการบริการ (Experience of Service) และ 8) ประสบการณ์ด้านบรรยากาศ (Experience of Atmosphere)

3. ผลสรุปสร้างแบบวัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีฟู้ดกลางคืน โดยผลวิเคราะห์พบว่าองค์ประกอบทั้ง 24 ตัวแปรมีความเหมาะสมสูงในการนำไปใช้สร้างแบบวัดประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีฟู้ดกลางคืน โดยองค์ประกอบทั้งหมดมีค่าพิสัยระหว่างควอร์ไทล์ (IQR) ≤ 1.5 ซึ่งแสดงถึงความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องกันสูง และองค์ประกอบทั้ง 24 ตัวแปร มีค่ามัธยฐาน (Mdn) อยู่ในช่วง 4 – 5 แสดงถึงองค์ประกอบมีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มากถึงมากที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัย

1. งานวิจัยนี้ได้ให้นิยามความหมายและที่มาของประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีฟู้ดกลางคืนว่าเป็นพลวัตที่เกิดจากการหลอมรวมระหว่างอุปสงค์ด้านความแปลกใหม่และอิทธิพลของสื่อสมัยใหม่เข้ากับอุปทานด้านอัตลักษณ์ที่เข้มแข็งของพื้นที่ ปัจจัยเหล่านี้ทำหน้าที่ขับเคลื่อนการบูรณาการอรรถรสทางอาหารเข้ากับสุนทรียภาพทางสังคม จนก่อให้เกิดเป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เปี่ยมด้วยความหมายและสะท้อนถึงความเป็นตัวตนที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวในระดับสากลสอดคล้องกับมุมมองของ Uriely (2005) ที่ระบุว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวในยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodern) จะต้องมีความเป็นส่วนตัวและสร้างการจดจำ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ได้ขยายขอบเขตของแนวคิดโดยระบุว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีฟู้ดกลางคืนนั้นถูกขับเคลื่อนด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ความหลากหลายของอาหารในราคาที่เข้าถึงได้) และปัจจัยทางสังคม (โอกาสในการปฏิสัมพันธ์กับผู้คนต่างวัฒนธรรม) ซึ่งเน้นย้ำว่า ประสบการณ์ไม่ได้เกิดจากเพียงแค่กิจกรรม แต่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kalnaovakul and Promsivapallop (2021) ที่ระบุว่า ประสบการณ์เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม และสะท้อนถึงการบริโภคที่เน้นการเข้าถึงวิถีชีวิตท้องถิ่น

2. งานวิจัยนี้ได้ค้นพบโครงสร้างองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีฟู้ดกลางคืน 8 องค์ประกอบหลัก และ 24 องค์ประกอบย่อย ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีฟู้ดกลางคืนมีความซับซ้อนและครอบคลุมมิติที่หลากหลายกว่ามิติทางประสาทสัมผัสเพียงอย่างเดียว มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ประสบการณ์ด้านรสชาติ (Taste Experience) การรับรู้ที่สร้างความสุขและตราตรึงใจผ่านมิติของความอร่อย ความสมดุล และความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารสตรีฟู้ด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Elimelech et al.

(2024) ที่ระบุว่า ประสบการณ์ด้านรสชาติมีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนทัศนคติและเพิ่มความเต็มใจในการซื้อผลผลิตที่มีรูปลักษณ์ไม่สมบูรณ์ หากผู้บริโภคได้มีโอกาสลิ้มรสชาติก่อนการตัดสินใจด้วยสายตา ประสบการณ์ทางรสชาติที่ดีจะช่วยลดข้อสงสัยหรือความคาดหวังที่ต่ำเกินไปเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าลงได้ โดยประสบการณ์ด้านรสชาติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

2.1.1 ความอร่อยของอาหาร (The Deliciousness of Food) รสชาติที่อร่อยถูกปากคือหัวใจสำคัญของอาหารที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจตั้งแต่คำแรกที่ได้ลิ้มลอง จนรู้สึกอยากกลับมาทานซ้ำอีกครั้ง

2.1.2 ความกลมกล่อมครบรสของอาหาร (The Well-rounded Flavor of Food) รสชาติอาหารที่กลมกล่อมลงตัว คือการผสมผสานรสชาติต่าง ๆ ทั้งหวาน เปรี้ยว เค็ม และเผ็ดได้อย่างพอดี ทำให้เกิดมิติของรสชาติที่สมบูรณ์แบบและไม่รู้สึกรสใดรสหนึ่งโดดเด่นจนเกินไป

2.1.3 ความมีเอกลักษณ์ของรสชาติอาหาร (The Uniqueness of Food Flavor) รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสร้างความแตกต่างและน่าจดจำให้กับอาหาร เอกลักษณ์นี้ช่วยให้ร้านค้าหรือเมนูอาหารกลายเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

2.2 ประสบการณ์ด้านรูปลักษณ์ (Appearance Experience) การรับรู้ทางสายตาที่เกิดขึ้นจากอาหารและรูปแบบการนำเสนอ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นความสนใจและแรงจูงใจในการบริโภคเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Robinic et al. (2025) ที่ระบุว่า รูปลักษณ์และสีของผลิตภัณฑ์อาหารจัดเป็นคุณสมบัติทางประสาทสัมผัสขั้นพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินคุณภาพ ตลอดจนใช้ประกอบการตัดสินใจยอมรับและเลือกซื้อสินค้า รูปลักษณ์ภายนอกเปรียบเสมือนตัวบ่งชี้คุณภาพที่สำคัญ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ การตอบสนองทางประสาทสัมผัส และปฏิกิริยาทางจิตวิทยาของผู้บริโภค อันนำไปสู่พฤติกรรมซื้อที่เกิดขึ้นจริง โดยประสบการณ์ด้านรูปลักษณ์ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

2.2.1 รูปลักษณ์ที่น่ารับประทาน (Appetizing Appearance) รูปลักษณ์ของอาหารเป็นปัจจัยแรกดึงดูดความสนใจและกระตุ้นความอยากอาหารของนักท่องเที่ยว โดยการจัดวางที่สวยงามและเป็นระเบียบจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางความรู้สึกและทำให้อาหารดูน่าบริโภคยิ่งขึ้น

2.2.2 รูปลักษณ์ที่น่าสนใจ (Interesting Appearance) รูปลักษณ์อาหารที่มีความคิดสร้างสรรค์และแปลกใหม่ เช่น การนำเสนอที่แตกต่าง หรือการตกแต่งที่โดดเด่น จะสามารถสร้างความประทับใจและความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้

2.2.3 รูปลักษณ์ของอาหารสีที่สวยงาม (Pleasant Colors Appearance) สีของอาหารส่งผลต่อการรับรู้และอารมณ์ของนักท่องเที่ยวโดยตรง อาหารที่มีสีสันสดใสจากวัตถุดิบธรรมชาติจะบ่งบอกถึงความสดใหม่ สะอาด และน่าลิ้มลอง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภค

2.3 ประสบการณ์ด้านกลิ่น (Smell Experience) การรับรู้ที่เกิดขึ้นจากกลิ่นที่ลอยมาจากกระบวนการปรุงและนำเสนออาหาร ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวดึงดูดความสนใจ และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ Spence (2022) ที่ระบุว่า กลุ่มเซพวรมสมัยเริ่มให้ความสำคัญกับบทบาทของกลิ่นสัมผัสที่อยู่นอกเหนือจากตัวอาหาร ในการยกระดับประสบการณ์การรับประทานอาหารแบบเน้นประสาทสัมผัส การนำกลิ่นบรรยากาศมาใช้ในมืออาหารนั้นมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย ใช้กลิ่นเพื่อสร้างบริบทและช่วยถ่ายทอดเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับวัตถุดิบหรือองค์ประกอบเฉพาะในจานอาหาร นอกจากนี้กลิ่นบรรยากาศยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการออกแบบอารมณ์ความรู้สึก หรือแม้แต่การกระตุ้นความทรงจำในใจของผู้บริโภค โดยประสบการณ์ด้านกลิ่นประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

2.3.1 กลิ่นของอาหารมีความหอมชวนรับประทาน (Appetizing Scent) กลิ่นหอมที่ลอยมาจากการปรุงอาหาร เช่น กลิ่นของการย่างหรือการทอด เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นความอยากอาหารและดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้

2.3.2 กลิ่นของอาหารทำให้เกิดดึงดูดความสนใจ (Scent that Attracts) กลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของอาหารแต่ละชนิดสามารถทำหน้าที่เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังแหล่งที่มาของกลิ่นนั้นได้ โดยเฉพาะในสถานที่ที่มีร้านค้าจำนวนมาก

2.3.3 กลิ่นของอาหารกระตุ้นความอยากอาหาร (Scent that Stimulates Appetite) กลิ่นหอมของอาหารที่ทำให้เสร็จใหม่ ๆ ทำให้เกิดความรู้สึกหิวและกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการบริโภคอาหาร

2.4 ประสบการณ์ด้านสุขอนามัย (Hygiene Experience) ประสบการณ์ด้านสุขอนามัยเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความเชื่อมั่นและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว โดยถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวพิจารณาในการเลือกบริโภคอาหารสตรีทฟู้ด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cifci et al. (2021) ที่ระบุว่า ในมิติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยของการบริโภคอาหาร การสร้างความเชื่อมั่นผ่านการรับรู้ อาหารมีความสะอาดและปลอดภัยถือเป็นปัจจัยสำคัญ โดยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองชิมอาหารในปริมาณเล็กน้อยก่อนการรับประทานอาหารมื้อหลัก ไม่เพียงแต่ช่วยลดความกังวลด้านคุณภาพ แต่ยังเป็นกระบวนการสร้างความมั่นใจเบื้องต้นให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความปลอดภัยในการบริโภคอาหารริมทางตลอดการเดินทางท่องเที่ยว โดยประสบการณ์ด้านสุขอนามัย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

2.4.1 ความสะอาดของวัตถุดิบและอาหาร (Cleanliness of Ingredients and Food) การเลือกใช้วัตถุดิบที่สดใหม่และสะอาด รวมถึงกระบวนการจัดเตรียมอาหารที่ถูกสุขลักษณะ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร

2.4.2 ความสะอาดของร้านและบริเวณโดยรอบ (Cleanliness of the Stall and Surroundings) สภาพแวดล้อมของร้านและพื้นที่โดยรอบที่สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย สะท้อนถึงการเอาใจใส่ของผู้ประกอบการ และสร้างความรู้สึที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวในขณะที่ใช้บริการ

2.4.3 ความสะอาดของวิธีการประกอบอาหาร (Cleanliness of Food Preparation Methods) ขั้นตอนและกระบวนการในการประกอบอาหารที่ถูกสุขอนามัย รวมถึงความสะอาดของผู้ประกอบอาหาร แสดงให้เห็นถึงมาตรฐานและความใส่ใจในทุกขั้นตอน ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว

2.5 ประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ (Novelty Experience) ประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ถือเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสตรีทฟู้ด โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสอาหารที่มีความแปลกใหม่ที่ไม่เคยบริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ Skavronskaya et al. (2020) ที่ระบุว่า ความแปลกใหม่ของประสบการณ์ไม่ว่าจะเป็นในทิศทางบวกหรือลบเป็นองค์ประกอบหลักที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการจดจำและการระลึกถึงรายละเอียดเชิงบริบท ทั้งในด้านพื้นที่และช่วงเวลา เนื่องจากความแปลกใหม่ทำหน้าที่กระตุ้นสภาวะทางอารมณ์อันนำไปสู่การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เด่นชัดและยากจะลืมเลือน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวในระดับสากล โดยประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

2.5.1 ความแปลกใหม่ของรูปลักษณ์อาหาร (Novelty of Appearance) รูปลักษณ์อาหารที่มีความแตกต่างหรือมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ จะช่วยดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรู้สึกตื่นเต้นที่จะได้ลองชิมรูปลักษณ์ที่แปลกใหม่ของอาหารยังเพิ่มโอกาสในการเผยแพร่ต่อบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในยุคปัจจุบัน

2.5.2 ความแปลกใหม่ของรสชาติ (Novelty of Taste) รสชาติที่แปลกใหม่ที่ไม่คุ้นเคยเป็นสิ่งดึงดูดที่สำคัญที่สุดในประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ โดยอาจเกิดจากการผสมผสานวัตถุดิบที่ไม่เคยรับประทานมาก่อน

หรือการนำรสชาติแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ในรูปแบบใหม่ ทำให้สามารถสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้

2.5.3 ความแปลกใหม่ของวิธีการประกอบอาหาร (Novelty of Food Preparation) การใช้เทคนิคพิเศษหรือเครื่องมือที่ทันสมัย ไม่เพียงแต่ส่งผลต่อคุณภาพของอาหารเท่านั้น แต่ยังทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนุกไปกับกระบวนการประกอบอาหารสามารถช่วยสร้างความแตกต่างให้กับอาหาร และเพิ่มความน่าตื่นตาตื่นใจในพื้นที่ขายอาหารสตรีทฟู้ดกลางคืนอีกด้วย

2.6 ประสบการณ์ด้านความหลากหลาย (Variety Experience) ประสบการณ์ด้านความหลากหลายถือเป็นปัจจัยสำคัญที่เสริมสร้างความน่าสนใจให้กับแหล่งสตรีทฟู้ดกลางคืน โดยตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวและช่วยให้ไม่เกิดความเบื่อหน่ายในการเลือกบริโภคอาหารอีกด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Maklan and Klaus (2011) ที่ระบุว่า มุมมองการรับรู้ของลูกค้า การที่ได้เปรียบเทียบกับสิ่งที่องค์กรนำเสนอให้มากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกถึงการมีตัวเลือกให้พิจารณา มากกว่าหนึ่งตัวเลือก หรือความรู้สึกถึงการได้เปรียบเทียบกับสิ่งของสองสิ่ง โดยประสบการณ์ด้านความหลากหลาย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

2.6.1 ความหลากหลายของชนิดอาหาร (Variety of Food Types) การมีตัวเลือกของประเภทอาหารที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นอาหารคาว หวาน หรือเครื่องดื่ม ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสรรสิ่งที่ตรงกับความต้องการและรสนิยมของตนเองได้อย่างเต็มที่

2.6.2 ความหลากหลายของรูปลักษณ์อาหาร (Variety of Appearance) การที่อาหารแต่ละจานมีรูปลักษณ์ การนำเสนอ หรือรูปแบบการจัดวางที่แตกต่างกัน สามารถกระตุ้นความอยากรู้อยากลองบริโภคของนักท่องเที่ยวได้ และยังทำให้การเลือกซื้ออาหารไม่เกิดความน่าเบื่อ

2.6.3 ความหลากหลายของวัตถุดิบอาหาร (Variety of Ingredients) การใช้วัตถุดิบที่หลากหลายและแตกต่างกันในเมนูอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับรสชาติและองค์ประกอบใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มประสบการณ์การบริโภคมีความน่าตื่นเต้นและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.7 ประสบการณ์ด้านการบริการ (Service Experience) ประสบการณ์ด้านการบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อคุณค่าทางอารมณ์และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในแหล่งสตรีทฟู้ดกลางคืน การบริการที่มีคุณภาพสามารถยกระดับการบริโภคอาหารให้กลายเป็นการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bichler et al. (2020) ที่ระบุว่า การยกระดับอุตสาหกรรมบริการอาหารแบบครบวงจรจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยด้านพนักงานทั้งในแง่ความเอาใจใส่และความน่าเชื่อถือควบคู่ไปกับปัจจัยที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ของกระบวนการอย่างคุณภาพของอาหาร เนื่องจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและลูกค้ามีส่วนสำคัญในการยกระดับประสบการณ์การรับประทานอาหาร โดยประสบการณ์ด้านการบริการประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

2.7.1 ความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานขาย (Politeness of Staff) พนักงานขายที่แสดงออกถึงความสุภาพอ่อนน้อมและการให้เกียรติลูกค้าจะช่วยสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรและทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอุ่นใจขณะใช้บริการ

2.7.2 ความเอาใจใส่และการให้คำแนะนำที่ดี (Attentiveness and Good Recommendations) การที่พนักงานขายมีความใส่ใจในการตอบคำถาม พร้อมให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับอาหารได้อย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ จะช่วยเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อและสร้างความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวได้รับการดูแล

2.7.3 ความมีอัธยาศัยดีและเป็นกันเอง (Friendliness and Hospitality) พนักงานขายที่มีอัธยาศัยดียิ้มแย้ม และแสดงความเป็นกันเอง จะช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวก ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกผ่อนคลายและได้รับประสบการณ์ที่น่าประทับใจ

2.8 ประสบการณ์ด้านบรรยากาศ (Atmosphere Experience) ประสบการณ์ด้านบรรยากาศเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกโดยรวมและความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวในแหล่งสตรีทฟู้ดกลางคืน บรรยากาศที่มีคุณภาพจะช่วยส่งเสริมให้เกิดความเพลิดเพลินในการเลือกซื้ออาหารของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ Kim et al. (2012) ที่ระบุว่า บรรยากาศที่คึกคักและมีชีวิตชีวาช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสดชื่นได้ปลดปล่อยความเครียด และเกิดความสนุกสนานในระหว่างการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ประสบการณ์ดังกล่าวยังครอบคลุมถึงการหลอมรวมของปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางสังคมเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่ความประทับใจและการบอกต่อเชิงบวกในอนาคต โดยประสบการณ์ด้านบรรยากาศ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

2.8.1 บรรยากาศโดยรวมมีความคึกคักและมีชีวิตชีวา (Lively and Vibrant Atmosphere) สภาพแวดล้อมที่ไม่เงียบเหงา เต็มไปด้วยความมีชีวิตชีวาของผู้คนและกิจกรรมต่าง ๆ จะช่วยสร้างพลังงานบวก และทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนุกสนานและเพลิดเพลินกับการใช้เวลาอยู่ในพื้นที่แหล่งสตรีทฟู้ดกลางคืน

2.8.2 บรรยากาศโดยรวมไม่แออัดจนเกินไป (Not Overly Crowded Atmosphere) พื้นที่ที่มีการจัดการอย่างเหมาะสม ไม่หนาแน่นจนเกินไป ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินเลือกชมและใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย ไม่อึดอัด และรู้สึกปลอดภัย

2.8.3 บรรยากาศโดยรวมมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (Tidy and Orderly Atmosphere) ความสะอาดและการจัดระเบียบของสถานที่อย่างสวยงาม เช่น การไม่มีขยะ หรือการจัดวางร้านค้าที่เป็นระเบียบ จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความมั่นใจในด้านสุขอนามัยให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

งานวิจัยนี้ได้พบว่ามีมิติสำคัญ เช่น สุขอนามัย ความแปลกใหม่ ความหลากหลาย และบรรยากาศ เข้ามาในโครงสร้างเดียวถือเป็นการพัฒนาแนวคิดประสบการณ์เชิงอาหารในบริบทสตรีทฟู้ดให้สมบูรณ์ และได้เติมเต็มช่องว่างที่งานวิจัยก่อนหน้านี้ยังขาดอยู่ โดยเฉพาะการศึกษาที่จำกัดอยู่เพียงการหาแรงจูงใจในการจับจ่ายซื้อของที่ตลาดนัดกลางคืนทั่วไป สอดคล้องกับมุมมองของ Correia & Kozak (2016) และงานวิจัยของ Cifci et al. (2021) ที่ระบุว่า ความแปลกใหม่และการรับรู้ด้านความสะดวกและสุขอนามัย เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญอย่างยิ่งต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในรูปแบบสตรีทฟู้ด

3. งานวิจัยนี้ได้สร้างแบบวัดประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน โดยผลวิเคราะห์พบว่า องค์ประกอบทั้ง 24 ตัวแปร มีความเหมาะสมสูงในการนำไปใช้สร้างแบบวัดประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน โดยองค์ประกอบทั้งหมดมีค่าพิสัยระหว่างควอร์ไทล์ (IQR) ≤ 1.5 ซึ่งแสดงถึงความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องกันสูง และองค์ประกอบทั้ง 24 ตัวแปร มีค่ามัธยฐาน (Mdn) อยู่ในช่วง 4 – 5 แสดงถึงองค์ประกอบมีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มากถึงมากที่สุด องค์ประกอบที่มีความเหมาะสมสูงสุด (Mdn = 5) คือ ประสบการณ์ด้านสุขอนามัยทั้งสามมิติ ประสบการณ์ด้านการบริการมิติความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานขายและมิติความมีอัธยาศัยดีและเป็นกันเอง และประสบการณ์ด้านบรรยากาศมิติบรรยากาศโดยรวมมีความคึกคักและมีชีวิตชีวา ความสอดคล้องและเหมาะสมสูงขององค์ประกอบทั้ง 24 ตัวแปรนี้ (จากค่า IQR และ Mdn) ยืนยันว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดต้องรวมมิติของความเชื่อมั่นและความปลอดภัย และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ขาดไม่ได้ ก่อนที่มิติทางประสาทสัมผัสจะสามารถสร้างประสบการณ์เชิงบวกได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kalnaovakul and Promsivapallop (2021) ที่ระบุว่า สุขอนามัยและคุณภาพของอาหารเป็นประเด็นหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวแสดงความไม่พอใจอย่างชัดเจน ดังนั้นการให้ความสำคัญกับจุดสัมผัสบริการ (Touch Point) เหล่านี้จึงเป็นไปตามแนวทางของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Kiatphaibool, 2024) ในการออกแบบประสบการณ์นักท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและตรงจุดที่สุด โครงสร้างที่สร้างขึ้นนี้จึงเป็นเครื่องมือเชิงทฤษฎีที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดสตรีทฟู้ดโลกได้อย่างแท้จริง



ภาพที่ 2 องค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืน

ที่มา: Google, 2026

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ประสบการณ์ด้านสุขอนามัยได้รับการยืนยันว่ามีความเหมาะสมสูงสุดในการเป็นแบบวัด ($Mdn = 5$ ในทุกมิติ) หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการจึงควรบูรณาการมาตรฐานความสะอาดให้เป็นรูปธรรมและสม่ำเสมอ ทั้งในด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ การจัดการพื้นที่โดยรอบ และสุขอนามัยระหว่างการประกอบอาหาร การแสดงออกถึงความสะอาดผ่านสัญลักษณ์หรือป้ายรับรองที่เป็นสากล เนื่องจากมาตรฐานสุขอนามัยเปรียบเสมือนภาษาสากลที่สร้างความเชื่อมั่นเชิงประจักษ์ จะช่วยลดอุปสรรคด้านภาษาและสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยวต่างชาติ แปรเปลี่ยนความกังวลให้กลายเป็นความประทับใจ และยกระดับภาพลักษณ์ของสตรีทฟู้ดไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางที่เปี่ยมด้วยคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล

2. จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า มิติความสุภาพอ่อนน้อม และความมีอัธยาศัยดีและเป็นกันเองของพนักงานขายเป็นองค์ประกอบที่มีความเหมาะสมสูงสุด ($Mdn = 5$) ผู้ประกอบการควรตระหนักว่า การปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่สตรีทฟู้ดกลางคืนไม่ได้เป็นเพียงการให้บริการอาหารเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่สำคัญของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ดังนั้นการพัฒนาทักษะของบุคลากรจึงควรครอบคลุมถึงความสามารถในการสื่อสาร ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการรับบริการ แต่ยังสร้างความประทับใจลึกซึ้งและส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับโลก

3. จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์การสร้างแตกต่างและมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการควรบูรณาการเครือข่ายความร่วมมือเพื่อร่วมกันบริหารจัดการรายการอาหารให้มีความหลากหลายและลดความซ้ำซ้อน พร้อมทั้งมุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นด้วยความแปลกใหม่ทั้งในมิติของรสชาติและสุนทรียภาพทางรูปลักษณ์ ซึ่งไม่เพียงแต่จะตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังเป็นการสะท้อนถึงพลวัต

ของเศรษฐกิจแห่งประสบการณ์ที่แปรเปลี่ยนจากการบริโภคทั่วไปสู่การแสวงหาคุณค่าและความหมายเฉพาะตัว อันจะเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและยั่งยืนให้กับแหล่งท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การทดสอบและพัฒนาแบบวัดมาตรฐาน โดยนำแบบวัดที่สร้างขึ้นไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อให้ได้แบบวัดมาตรฐาน (Standardized Scale) สำหรับประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืนที่สมบูรณ์
2. การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship) ระหว่างองค์ประกอบประสบการณ์ที่ค้นพบกับผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมที่สำคัญ เช่น ความพึงพอใจ ความภักดีต่อสถานที่ การบอกต่อ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ
3. การวิจัยเชิงเปรียบเทียบ โดยการขยายขอบเขตการวิจัยไปยังแหล่งสตรีทฟู้ดกลางคืนในจังหวัดอื่นของประเทศไทย หรือในประเทศอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบว่าโครงสร้างองค์ประกอบและน้ำหนักความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ภายใต้บริบททางวัฒนธรรมและภูมิประเทศที่แตกต่างกัน

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้ ครอบคลุมทั้งมิติเชิงทฤษฎี ระเบียบวิธีวิจัย และการประยุกต์ใช้ในเชิงการจัดการ โดยงานวิจัยได้พัฒนาแบบวัดประสบการณ์การท่องเที่ยวสตรีทฟู้ดกลางคืนเชิงบูรณาการ (Night Street Food Tourism Experience Scale) ภายใต้อาณาเขต 8 องค์ประกอบหลัก และ 24 องค์ประกอบย่อย ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะของบริบทประเทศไทย ในด้านระเบียบวิธีวิจัยเครื่องมือนี้ผ่านกระบวนการตรวจสอบและยืนยันความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความสอดคล้องทางสถิติสองชั้น (Double-Validation) ด้วยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ได้แก่ วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) ร่วมกับเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ซึ่งเอื้อให้นักวิจัยในอนาคตสามารถนำไปขยายผลต่อยอดในแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ได้ นอกจากนี้ในมิติเชิงนโยบายและการจัดการ ผลลัพธ์ที่ได้ยังทำหน้าที่เป็นดัชนีชี้วัดเชิงบูรณาการให้แก่ภาครัฐและภาคเอกชน สำหรับใช้เป็นแนวทางกำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจกลางคืน (Night-time Economy) ของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงจุด

บทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์

บุรณัฏฐา โพธิ์สิงห์: วางแนวความคิด ระเบียบวิธีวิจัย ตรวจสอบความถูกต้อง และวิเคราะห์ข้อมูล เขียน – ฉบับร่างต้นฉบับ ทบทวนและแก้ไข

วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์: ตรวจสอบความถูกต้อง และกำกับดูแล

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์: ตรวจสอบความถูกต้อง และกำกับดูแล

เอกสารอ้างอิง

- Agmapisarn, C., Khetjenkarn, S., & Tachochalalai, S. (2020). A study of Bangkok street food consumption and its effects on consumer attitude and behavioral intention. *Chulalongkorn Business Review*, 42(1), 21–42. [In Thai]
- Behsudi, A. (2020, December). Tourism-dependent economies are among those harmed the most by the pandemic. *Finance & Development*, 37–39. <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2020/12/impact-of-the-pandemic-on-tourism-behsudi>

- Bichler, B. F., Pikkemaat, B., & Peters, M. (2020). Exploring the role of service quality, atmosphere and food for revisits in restaurants by using a e-mystery guest approach. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(3), 351–369. <https://doi.org/10.1108/jhti-04-2020-0048>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage Publications.
- Chantawibul, A. (2017). *Development of street food to improve the quality of life, urban society and support the Thai economy and tourism: A case study of Phuket Province (The charming Andaman)*. Diplomatic Executive Course, Devawongse Varopakarn Institute of Foreign Affairs, Ministry of Foreign Affairs. [In Thai]
- Cifci, I., Atsız, O., & Gupta, V. (2021). The street food experiences of the local-guided tour in the meal-sharing economy: The case of Bangkok. *British Food Journal*, 123(12), 4030–4048. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2021-0069>
- Correia, A., & Kozak, M. (2016). Tourists' shopping experiences at street markets: Cross-country research. *Tourism Management*, 56, 85–95. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.026>
- Delisle, H. (1990). *Patterns of urban food consumption in developing countries: Perspective from the 1980's*. The Food Policy and Nutrition, de Montréal.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2001). *The qualitative inquiry reader*. SAGE Publications, Inc.
- Elimelech, E., Ert, E., Parag, Y., & Hochman, G. (2024). Exploring the Impact of Visual Perception and Taste Experience on Consumers' Acceptance of Suboptimal Fresh Produce. *Sustainability*, 16, 2698. <https://doi.org/10.3390/su16072698>
- Google. (2026). *Gemini* [Artificial intelligence software]. <https://gemini.google.com>
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132–140. <https://doi.org/10.1086/208906>
- Jung, D., & Cho, M.-H. (2015). *A discovery of the positive travel experience in pre-trip, on-site and post-trip stage*. <https://scholarworks.umass.edu/server/api/core/bitstreams/8b92e50b-58a7-429e-870b-a61b48215efb/content>
- Kalnaovakul, K., & Promsivapallop, P. (2021). Dimensions of Night Market Visit Experience of International Tourists: An Analysis of Google Reviews of Night Markets in Phuket, Thailand. *Asia-Pacific Social Science Review*, 21(3), Article 6. <https://doi.org/10.59588/2350-8329.1386>
- Kiatphaibool, T. (2024). Presentation of the tourism market promotion direction for 2025 by Ms. Thapanee Kiatphaibool, Governor of the Tourism Authority of Thailand. *TAT Review Magazine*. <https://tatreviewmagazine.com/article/thailand-tourism-trends-2025/> [In Thai]
- Kim, J.-H., & Ritchie, J. R. B. (2014). Cross-Cultural Validation of a Memorable Tourism Experience Scale (MTES). *Journal of Travel Research*, 53(3), 323–335. <https://doi.org/10.1177/0047287513496468>
- Kim, J.-H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Maklan, S., & Klaus, P. (2011). Customer experience: Are we measuring the right things. *International Journal of Market Research*, 53(6), 771–792. https://www.researchgate.net/publication/285475313_Customer_experience_Are_we_measuring_the_right_things

- Krungthai Card Public Company Limited. (2024). *What is Customer Engagement? What are its components? Strategies and interesting examples*. <https://www.ktc.co.th/article/knowledge/business/what-customer-engagement> [In Thai]
- Naeem, M., Ozuem, W., Howell, K., & Ranfagni, S. (2023). A step-by-step process of thematic analysis to develop a conceptual model in qualitative research. *International Journal of Qualitative Methods*, 22. <https://doi.org/10.1177/16094069231205789>
- Penn, M. (2018). *Microtrends squared: The new small forces driving today's big disruptions*. Simon & Schuster.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Review Press.
- Poolphatchawin, J. (2003). EDFR future research technique. *Journal of Education Studies*, 32(1), Article 1. <http://doi.org/10.58837/CHULA.EDUCU.32.1.1> [In Thai]
- Promsivapallop, P., & Kannaovakun, P. (2019). Destination food image dimensions and their effects on food preference and consumption. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.12.003>
- Rakha, A., Fatima, M., Bano, Y., Khan, M. A., Chaudhary, N., & Aadil, R. M. (2022). Safety and quality perspective of street vended foods in developing countries. *Food Control*, 138, 109001. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2022.109001>
- Robinic, J., Marković, S., & Đorđević, A. (2025). The influence of the appearance of food products on consumer perception. In *Global Challenges Through the Prism of Rural Development in the Sector of Agriculture and Tourism: GIRR 2025* (pp. 388–399). Academy of Applied Studies Šabac. <https://doi.org/10.46793/GIRR25.388R>
- Sezgin, A. C. (2016). Street food consumption in terms of the food safety and health. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4072–4081. <https://doi.org/10.14687/jhs.v13i3.3925>
- Singlor, T. (2021). *The prolonged COVID-19 pandemic cost global tourism \$2 trillion in lost revenue in 2021, according to UNWTO estimates*. <https://www.sdgmove.com/2021/12/01/unwto-global-tourism-industry-losts-2-trillions-usdollars-due-to-pandemic/> [In Thai]
- Skavronskaya, L., Moyle, B., & Scott, N. (2020). The experience of novelty and the novelty of experience. *Frontiers in Psychology*, 11, Article 322. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00322>
- Spence, C. (2022). On the use of ambient odours to influence the multisensory experience of dining. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 100444. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100444>
- Thairath Money. (2024, February 19). Thai tourism in 2024 is expected to generate 2.52 trillion baht in revenue, with foreigners spending nearly 10 times more than Thais. *Thairath*. https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand_econ/2764434 [In Thai]
- Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual Developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199–216. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.008>

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก

CULTURAL TOURISM THROUGH THE IDENTITY OF THE CATHOLIC VIETNAMESE COMMUNITY IN ONGKHARAK DISTRICT, NAKHON NAYOK PROVINCE

วรรณพร บุญญาสทธิ^{1*}, พัลลยมน์ สินหน่ง², วณิดา ศิริวรสกุล³ และณัฐฐา เกิดทรัพย์⁴

Wannaporn Boonyasathit^{1*}, Panlayamon Sinnang², Wanida Siriworasakul³ and Natta Kertsup⁴

1, 2, 3, 4มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร 9 ถ. แจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220 ประเทศไทย

1, 2, 3, 4Phranakhon Rajabhat University, 9 Chaengwattana Rd., Anusawari Subdistrict, Bang Khen District, Bangkok 10220 Thailand

*Corresponding author E-mail: waewwannaporn@gmail.com

(Received: Oct 9, 2025; Revised: Jun 30, 2026; Accepted: Jun 30, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจองค์ประกอบอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก 2) พัฒนาและออกแบบเส้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก และ 3) ประเมินผลเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ นักวิชาการ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ข้อมูลที่ได้ถูกตรวจสอบความสมบูรณ์ วิเคราะห์เนื้อหา และตีความตามประเด็นหลักเพื่อนำเสนอผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1. ผลการสำรวจอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก พบว่าชุมชนไทยเชื้อสายเวียดนามคาทอลิกในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก มีรากฐานมาจากชาวญวนในกรุงเทพฯ ย่านสามเสน ซึ่งบรรพบุรุษอพยพเข้ามาเป็นทหารสยามตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 3 ชาวญวนอาศัยอยู่ร่วมกับชาวเขมรที่นับถือศาสนาคริสต์เช่นกัน เมื่อประชากรหนาแน่นขึ้น ชาวญวนได้อพยพมาตั้งถิ่นฐานในองครักษ์ ประมาณ พ.ศ. 2446 เพื่อทำการเกษตรและประมงน้ำจืด โดยมีตระกูลเหวียงเป็นผู้นำชุมชน ในช่วงสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ชุมชนได้เปลี่ยนนามสกุลเป็นภาษาไทย เช่น ทองเหวียง และฉันทะวิริยะกุล เพื่อสอดคล้องกับนโยบายชาตินิยม ในช่วงแรกชาวญวนใช้บ้านของสมาชิกเป็นสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา จนเมื่อชุมชนเติบโตและมีความพร้อมจึงร่วมกันสร้างโบสถ์คาทอลิกชื่อ “วัดพระผู้ไถ่เสาวภา” เพื่อเป็นศูนย์กลางทางศาสนาและชุมชน ชาวญวนยังคงรักษาภาษาเวียดนามในการสื่อสาร มีทุนทางสังคมทั้งทุนมนุษย์ ทุนสัมพันธ์ และเครือข่ายชุมชน อาหารพื้นบ้านที่ยังทำรับประทาน เช่น ม้าต๋อย ไก่เหือก หมูเหือก ปลาเหือก กุ้งจ๋า บั๊นแต๊ก บั๊นตุ๊ก บั๊วลอยญวน และน้ำจิ้มสูตรญวน ส่วนประเพณีที่สำคัญของชุมชน ได้แก่ การฉลองโบสถ์ คริสต์มาส ตรุษจีน สงกรานต์ และการลงแขก สถานที่สำคัญของชุมชน ได้แก่ โบสถ์ สุสาน และพิพิธภัณฑ์ของโบสถ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมเวียดนามและวิถีชีวิตไทยอย่างชัดเจน

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาสังคมศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

³ รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2. เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงชุมชนญวน ดังนี้ จุดที่ 1 ได้แก่ โบสถ์วัดพระผู้ไถ่เสาวภา จุดที่ 2 ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ภายในวัด จุดที่ 3 ได้แก่ ตลาด 100 ปี และจุดที่ 4 ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อองครักษ์

3. การประเมินผลเส้นทางท่องเที่ยวและการปรับรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวจากการจัดเวทีกลุ่ม ผ่านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนญวนคาทอลิก พบว่า ควรปรับปรุงที่จอดรถและการออกแบบตลาด 100 ปี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ท้องถิ่น การศึกษา และภาคเอกชน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, อัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก, อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก

ABSTRACT

The objective of this research aimed to 1) explore the identity components of the Catholic Vietnamese community; 2) develop and design a cultural tourism route based on the identity of the Catholic Vietnamese community in Ongkharak District, Nakhon Nayok Province; and 3) evaluate the cultural tourism route developed from the community's identity in Ongkharak District, Nakhon Nayok Province. This qualitative research utilized key informant interviews with academics, community leaders, entrepreneurs, and other relevant stakeholders. The data were verified for completeness, analyzed for content, and interpreted according to key themes to present the results in line with the research objectives.

Research Findings, 1. The survey of the Catholic Vietnamese community identity in Ongkharak District, Nakhon Nayok Province, revealed that the Catholic Vietnamese community in Ongkharak District, Nakhon Nayok Province, had its roots in Vietnamese people in Bangkok's Samsen area, whose ancestors immigrated to serve as Siamese soldiers during the reigns of King Rama I and King Rama III. The Vietnamese lived alongside Christian Khmers. As the population grew, the Vietnamese migrated to Ongkharak around 1903 to engage in agriculture and freshwater fishing, led by the Wiang family. During the reign of Field Marshal P. Phibunsongkhram, the community adopted Thai surnames, such as Thong Wiang and Chanthawiriyakun. In line with nationalist policies. The Vietnamese initially used their members' homes as a place for religious ceremonies. As the community grew and became more mature, they jointly built a Catholic church called "Wat Phra Phuttha Saovabha" (The Redeemer's Church) as a religious and community center. The Vietnamese still maintain the Vietnamese language as a means of communication, possessing social capital, including human capital, federation capital, and community networks. Local foods are still eaten, such as mam toi, kai euak, moo euak, pla euak, ka jaa, ban tak, ban duc, Vietnamese bua loy, and Vietnamese dipping sauce. Important community traditions include church celebrations, Christmas, Chinese New Year, Songkran, and the "Long Khaek". Significant community landmarks include the church, cemetery, and church museum, clearly reflecting the fusion of Vietnamese culture and Thai way of life.

2. Cultural tourism route with the Identity of the Catholic Vietnamese community in Ongkharak District, Nakhon Nayok Province, interviews with key informants revealed that the Vietnamese community-based tourism route included the first stop: Wat Phra Phuttha Saovabha Church; the second stop: the temple museum; the third stop: the 100-year-old market; and the fourth stop: the Ongkharak Shrine.

3. The evaluation of the cultural tourism route and the refinement of tourist attractions, conducted through focus group discussions following the implementation of cultural tourism activities in the Catholic Vietnamese community, revealed that parking and the design of the 100-Year Market should be improved to attract tourists. This requires cooperation from all sectors, including the government, local government, education, and private sectors.

KEYWORDS: Cultural Tourism, Identity of The Catholic Vietnamese Community, Ongkharak District, Nakhon Nayok Province

บทนำ

คนไทยเชื้อสายเวียดนามหรือที่เรียกว่า “คนญวน” ที่นับถือศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกที่อาศัยอยู่ในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก ถิ่นเดิมของคนไทยเชื้อสายเวียดนามได้อพยพมาจากชุมชนชาวไทยเชื้อสายเวียดนามที่สามเสน และเข้ามาอยู่ในอำเภอองครักษ์ ก่อน พ.ศ. 2446 เดิมที ชาวไทยเชื้อสายเวียดนามประกอบอาชีพเกษตร ทำไร่ การประมงน้ำจืด และการทอเส้นเพื่อเลี้ยงครอบครัว จากการที่อพยพเข้ามาอาศัยอยู่ในหมู่บ้านญวนแห่งนี้กว่า 100 ปี ทำให้วิถีชีวิตในปัจจุบันแตกต่างจากในอดีต เนื่องจากความเจริญต่าง ๆ ได้แผ่ขยายเข้ามาในหมู่บ้านทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกือบทุกด้าน และพยายามปรับตัวให้เข้ากับสังคมไทย (Schrock, 1970) ขณะที่ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงประกอบด้วย ปัจจัยภายในเกิดจากชาวเวียดนามรุ่นใหม่มีความเป็นคนไทย พูดภาษาท้องถิ่นน้อยลง ดำเนินชีวิตเช่นเดียวกับคนไทย ซึ่งชาวเวียดนามรุ่นเก่าลดจำนวนลง ส่วนปัจจัยภายนอกเกิดจากสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (Wattanasan et al., 2022) ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าด้านสาธารณูปโภค สาธารณสุข การบริหารด้านท้องถิ่น สื่อสารมวลชน และด้านคมนาคม ล้วนเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Wongwichian, 2008) ขณะที่สภาพวิถีชีวิตทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมในปัจจุบันของชาวไทยเชื้อสายเวียดนามในหมู่บ้านญวน อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก มีการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน คือ การศึกษา การสาธารณสุข ที่อยู่อาศัย เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในปัจจุบัน (Khamwan, 2019)

ภายใต้สถานการณ์แห่งการเปลี่ยนแปลงของชุมชน ประธานชุมชนตลาดเก่าร้อยปีได้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า กลุ่มคนไทยเชื้อสายเวียดนาม หรือที่นิยมเรียกกันว่า “คนญวน” ซึ่งนับถือศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิก ยังคงอาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก และเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีบทบาทสำคัญต่อเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน เนื่องจากยังคงมีการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม และสถาปัตยกรรมของเวียดนามไว้หลายประการ เช่น อาหารประจำชาติ ส้มตำญวน แหนมเนือง หมูยอ หมูหันที่มีน้ำจิ้มสูตรพิเศษ นอกจากนี้ยังมีประเพณีพิธีกรรมในรอบปี เป็นประเพณีพิธีกรรมที่ทำสืบเนื่องกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษและคนไทยเชื้อสายเวียดนามในหมู่บ้านญวน อำเภอองครักษ์ ยังนิยมปฏิบัติกันอยู่ ทั้งพิธีกรรมที่ทำในชีวิตประจำวันและพิธีกรรมในรอบปี เช่น ประเพณีเกิด แต่งงาน ตาย และวันสำคัญทางศาสนาคริสต์ต่าง ๆ รวมถึงบ้านเรือนเก่า 100 ปี ที่มีลักษณะสถาปัตยกรรมแบบเวียดนาม เป็นต้น แต่ยังไม่มีความสนใจที่จะศึกษาและนำมาใช้ให้เกิดการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และผู้รู้เกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรมญวนก็เหลือไม่มาก (Piwphong, 2021) องค์ประกอบอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิกอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก มีความน่าสนใจอย่างยิ่งที่จะนำมาพัฒนาและสร้างเส้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากจะเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนและชุมชนแล้ว ยังเป็นการอนุรักษ์อัตลักษณ์ของคนญวนให้คงอยู่ต่อไป

แม้ว่าชุมชนจะมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ยังคงขาดการศึกษาที่รวบรวมและวิเคราะห์องค์ประกอบอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังไม่มี

การพัฒนาและออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงแหล่งเรียนรู้ ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของชุมชน ให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงยังไม่มี การประเมินความเหมาะสมและประสิทธิภาพของเส้นทางท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้น

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาวิจัยเพื่อสำรวจองค์ประกอบอัตลักษณ์ของชุมชนภูวนาคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สะท้อนอัต ลักษณ์ของชุมชน และประเมินผลเส้นทางท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและความยั่งยืน ของชุมชนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจองค์ประกอบอัตลักษณ์ชุมชนภูวนาคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก
2. เพื่อพัฒนาและออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนภูวนาคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก
3. เพื่อประเมินผลเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนภูวนาคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก

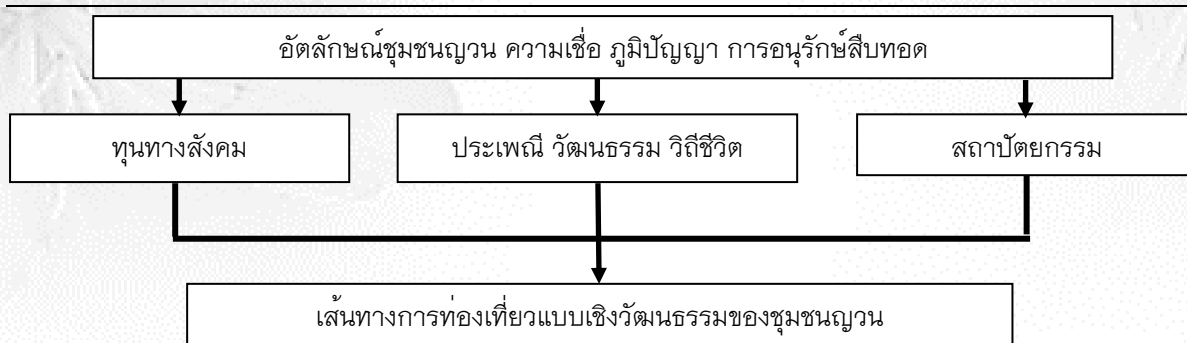
กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยได้มาจากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์ชุมชนภูวนาคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก โดยสังเคราะห์และ วิเคราะห์ สรุปออกมาเป็นกรอบแนวคิดนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว สรุปตามนิยามของ Buholis (2020) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายของผู้คนไปยังประเทศ หรือสถานที่ที่อยู่นอกเหนือจากสภาพแวดล้อมปกติของตนเพื่อวัตถุประสงค์ส่วนตัว หรือทางธุรกิจ/วิชาชีพ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สรุปตามนิยามของ สถาบันทรัพย์สินทางปัญญา แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (Chulalongkorn University, Intellectual Property Institute, 2019, pp. 1-2) ที่กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญที่ช่วยสร้างรายได้และกระตุ้นการจ้างงานโดยมีหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สุขภาพ นิเวศ กีฬา และอาหาร กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้ความสำคัญกับการ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามวิถีไทย มุ่งส่งเสริมเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจวิถีชีวิตของชุมชน พร้อมสร้างรายได้และอนุรักษ์ความ เป็นไทยควบคู่กันไป

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนและทุนทางสังคม สรุปตามนิยามของ พรทิพย์ อุทัยพัฒน์ (Uthaiaphat, 2019) ที่กล่าวว่า อัตลักษณ์คือคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือกลุ่มที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตน ซึ่ง เกิดจากการสั่งสมทางประวัติศาสตร์ ความเชื่อ ค่านิยม และวิถีชีวิต



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้อาศัยมุมมองเชิงสังคมและวัฒนธรรมในการอธิบายอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านความเชื่อ ภูมิปัญญา และการสืบทอดทางวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนออกมาในทุนทางสังคม ประเพณี วิถีชีวิต และสถาปัตยกรรม องค์ประกอบเหล่านี้นำไปสู่การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนอย่างมีอัตลักษณ์และยั่งยืน

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 3 คน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 3 คน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 3 คน ผู้นำชุมชน จำนวน 3 คน ปราชญ์ชุมชน จำนวน 3 คน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 คนและผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอำเภองครักษ์ และในจังหวัดนครนายก จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 25 คน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ประกอบด้วย 3 ข้อหลัก ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชน

1.1 ทุนทางสังคมของชุมชนคาทอลิก อำเภองครักษ์

1.2 ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ ของชุมชนคาทอลิก

1.3 สถาปัตยกรรมหรือแหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุที่สำคัญและเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนคาทอลิก

มีที่ใดบ้าง และเป็นอย่างไร

2. สร้างเส้นทางท่องเที่ยว แหล่งวิถีชุมชน ควรไปจุดใดบ้าง ในเวลา 1 วัน

3. การประเมินผลเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาขึ้น โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ในการออกแบบและประเมินเส้นทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางสถาปัตยกรรม ความเชื่อ ตลอดจนการเข้าร่วมกิจกรรมประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินผลโดยใช้วิธีจัดเวทีกลุ่ม เปิดให้ทุกฝ่ายแสดงความคิดเห็น โดยมีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชุมชน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอำเภองครักษ์ และในจังหวัดนครนายก จำนวน 25 คน เข้าร่วม เพื่อวิพากษ์ข้อดี ข้อจำกัด และความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาเส้นทางให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยทำการจดบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องและการบันทึกเสียงข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน ประชาชน ชุมชน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม มีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากกลุ่มนักวิชาการ นักบริหารท้องถิ่น และกลุ่มสมาคมชาวญวนคาทอลิก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้นำมาตรวจสอบความถูกต้องและนำมาวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ด้วยการใช้วิธีเนื้อหาและการตีความ โดยการตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาโดยใช้วิธีการแบบสามเส้า (Triangulation) คือตรวจสอบความสอดคล้องของแหล่งข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาสรุปและตีความเพื่อนำเสนอผลการวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

1. การสำรวจอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก จากการสำรวจทำเวทีกลุ่ม ทบทวนแนวคิด และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่า อัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก มีดังนี้

1.1 ประวัติความเป็นมาของชุมชนคนไทยเชื้อสายเวียดนามในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก ที่นับถือศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกเป็นชุมชนที่อพยพมาจากชุมชนชาวไทยเชื้อสายเวียดนามที่สามเสน ซึ่งเป็นชุมชนชาวเวียดนามหรือชาวญวนที่เก่าแก่ บรรพบุรุษชาวเวียดนามได้อพยพเข้ามาเป็นทหารในกองทัพสยามตั้งแต่สมัยต้นรัตนโกสินทร์ โดยอพยพเข้ามาในสมัยรัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 3 ทางการจัดให้อยู่ร่วมกับชาวเขมรที่อพยพเข้ามาเป็นทหารก่อนหน้าเนื่องจากนับถือศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกเช่นเดียวกัน ต่อมาเมื่อมีประชากรหนาแน่นมากขึ้นชาวญวนจึงได้เริ่มอพยพย้ายถิ่นเพื่อหาพื้นที่ทำการเกษตรและได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ในอำเภอองครักษ์ ประมาณ พ.ศ. 2446 หรือก่อนหน้านั้นเล็กน้อยจนกลายเป็นชุมชนชาวญวนประกอบอาชีพเกษตรและการประมงน้ำจืด ตระกูลที่เป็นผู้นำในการอพยพคือตระกูลเหวี่ยง ต่อมาในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ซึ่งมีนโยบายชาตินิยมและส่งเสริมความเป็นไทย ชาวญวนในชุมชนได้มีการเปลี่ยนนามสกุลเป็นภาษาไทย เช่น ทองเหวี่ยง ฉันทะวิริยะกุล ในระยะแรกชาวญวนในชุมชนยังไม่มีโบสถ์ในการปฏิบัติศาสนกิจได้ใช้บ้านของสมาชิกในชุมชนเพื่อประกอบพิธีทางศาสนาในเวลาต่อมาเมื่อชุมชนมีความหนาแน่นมากขึ้นและผู้คนในชุมชนมีความพร้อมจึงได้ร่วมแรงร่วมใจบริจาคที่ดินและทรัพย์สินสร้างโบสถ์คาทอลิกเพื่อเป็นสถานที่ประกอบศาสนกิจ โดยใช้ชื่อว่า “วัดพระผู้ไถ่เสาวภา”

1.2 ทูตทางสังคม ได้แก่ ทูตมนุษย ทูตสัมพันธ์ และเครือข่ายชุมชน จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า ชุมชนญวนคาทอลิกมีกลุ่มที่มีการทำกิจกรรม ประเพณี ร่วมกันอย่างเข้มแข็งเห็นได้จากการร่วมปฏิบัติพิธีกรรมตามหลักศาสนาอย่างเคร่งครัด และการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่

1.2.1 พิธีมิสซา เป็นพิธีสำคัญที่ชาวคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกจะต้องถือปฏิบัติ โดยมีการประกอบพิธีมิสซาที่วัดพระผู้ไถ่เสาวภา ในวันจันทร์ถึงวันเสาร์ ช่วงเย็นเวลา 19:00 น. จะมีสมาชิกในชุมชนเข้าร่วมประมาณ 20 คน ส่วนวันอาทิตย์ ช่วงเช้าเวลา 10:00 น. จะมีสมาชิกในชุมชนเข้าร่วมประมาณ 200 คน ซึ่งสมาชิกที่เข้าร่วมนอกจากจะเป็นชาวไทยเชื้อสายเวียดนามหรือญวนแล้ว ส่วนหนึ่งจะเป็นชาวไทยเชื้อสายจีนที่นับถือศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกที่อาศัยอยู่ในชุมชนและเป็นสมาชิกของโบสถ์เข้าร่วมพิธีด้วย

1.2.2 *ศีลล้างบาป* เป็นจุดเริ่มต้นของการเข้ามาเป็นคริสตชนถือเป็นพิธีสำคัญสำหรับเด็กทารก ซึ่งพ่อแม่จะต้องนำทารกมาทำพิธีที่โบสถ์ หรือเป็นพิธีสำหรับผู้ใหญ่ที่จะเข้ารับเชื่อศาสนาคริสต์นิกายคาทอลิก ผู้ที่เข้าพิธีล้างบาปแล้วจะมีรายชื่ออยู่ในทะเบียนของโบสถ์โดยจะบันทึกข้อมูลวันเกิด วันเวลาล้างบาป และนักบุญประจำตัว

1.2.3 *การแต่งงาน* การแต่งงานของชาวคริสต์คาทอลิกจะต้องมีการอบรมคู่แต่งงานก่อนแต่งงาน สอบสวนประวัติว่าไม่เคยแต่งงานและจะต้องปิดประกาศให้ชุมชนรับทราบว่ามีข้อขัดขวางหรือไม่ เป็นเวลาสามสัปดาห์ หากไม่มีผู้โต้แย้งจึงจะจัดพิธีแต่งงานได้ ชาวคริสต์คาทอลิกจะแต่งงานเพียงครั้งเดียวและเมื่อแต่งงานแล้วจะไม่หย่าร้าง หากชาวคริสต์คาทอลิกจะไปจัดพิธีแต่งงานที่โบสถ์อื่นจะต้องมีเอกสารรับรองการเข้าพิธีล้างบาป การอบรมก่อนแต่งงาน ไปแสดงที่โบสถ์ที่จะจัดพิธีจึงจะสามารถจัดพิธีแต่งงานได้

1.2.4 *การตาย* พิธีกรรมสำหรับผู้เสียชีวิตชาวคาทอลิกจะทำพิธีตามหลักศาสนาคริสต์ เช่นเดียวกับชาวคาทอลิกในชุมชนอื่น ๆ แล้วนำศพไปฝังที่สุสานซึ่งอยู่บริเวณด้านหลังของโบสถ์โดยจะมีค่าใช้จ่าย เป็นค่าที่ดินสำหรับหลุมฝังศพซึ่งครอบครัวผู้เสียชีวิตจะต้องจ่าย ประมาณ 25,000 บาท

ทุนทางสังคม พื้นที่ที่ควรพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวควรสร้างพื้นที่หรือจุดให้ชุมชนมาท่องเที่ยว โดยการนำเรื่องของอาหารมาเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นเส้นทางอาหารท้องถิ่น สถานที่ที่ควรใช้เป็นพื้นที่ส่งเสริมคือบริเวณห้องแถวไม้สองชั้นที่มีอายุยาวนานหรือที่เรียกว่า ตลาด 100 ปีองครักษ์ (อายุจริง ประมาณ 60 กว่าปี) ซึ่งเป็นสถานที่เก่าแก่โบราณทั้งรูปแบบอาคารและบรรยากาศจะเป็นจุดสำคัญเชื่อมโยงอดีต ซึ่งบริเวณนี้จะอยู่ภายใต้การดูแลของวัดผู้ไถ่สวาทา เนื่องจากวัดเป็นผู้สร้างให้ชุมชนเช่าอยู่อาศัยและเป็นตลาด ขายสินค้านอกจากนี้ จังหวัดนครนายกมีตลาดเก่าแก่อีกหนึ่งตลาดชื่อว่า ตลาดสวาทา ซึ่งมีอายุร้อยกว่าปี แต่ลักษณะของตลาดมีการปรับเปลี่ยนไปเนื่องจากเกิดไฟไหม้เมื่อสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา ทำให้มีการสร้างอาคารขึ้นใหม่ ในรูปแบบอาคารตึก

1.3 ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ได้แก่ ภาษา อาหาร ประเพณีสำคัญ

1.3.1 *ภาษา* แต่เดิมชาวญวนใช้ภาษาญวนสื่อสารกันในครอบครัวและชุมชน รวมถึงการใช้ภาษาญวน สวดมนต์เมื่อประกอบพิธีในโบสถ์ แต่เมื่อตั้งถิ่นฐานอยู่ท่ามกลางชุมชนที่ใช้ภาษาไทยภาคกลาง และนับตั้งแต่นโยบาย การสนับสนุนให้ใช้ภาษาไทยในการสื่อสารในยุคของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ชาวญวนในชุมชนจึงพูดภาษาญวน น้อยลงตามลำดับ การสวดมนต์ก็เปลี่ยนการสวดมนต์ภาษาญวนเป็นภาษาไทย รวมทั้งชาวญวนรุ่นเก่าได้ลดจำนวนลงเรื่อย ๆ มีเพียงผู้สูงอายุในชุมชนบางคนเท่านั้นที่สามารถพูดภาษาญวนได้แต่ก็ไม่ได้ใช้ในการสื่อสารในครอบครัวหรือ ชุมชน ปัจจุบันชาวญวนในชุมชนสื่อสารกันด้วยภาษาไทยภาคกลาง

1.3.2 *อาหาร* อาหารของชาวญวนถือเป็นอัตลักษณ์เด่นที่ยังคงอยู่ในวิถีชีวิตประจำวัน ชาวญวน ในชุมชนยังมีการทำอาหารญวนรับประทานกันในครอบครัว เนื้อสัตว์ที่ใช้ในการประกอบอาหารมักจะเป็นปลา เนื่องจากแต่เดิมชาวญวนมีความเชื่อวชาญในการจับปลา ต่อมาเมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงจึงมีการใช้เนื้อสัตว์ หลากหลายชนิด ส่วนขนมหรือของหวานนอกจากการทำรับประทานกันในครอบครัวยังมีการทำขนมญวนบางชนิด จำหน่ายในชุมชนด้วย เช่น ม้าต๋อย (ปลาทอดราดน้ำจิ้ม) ไก่เอือก / หมูเอือก / ปลาเอือก กุ้ง กุ้ง (ต้มส้มปลา) บั๊นแต็ก บั๊นตุ๊ก (แป้งนึ่งราดน้ำเชื่อม) บั๊นลอยญวน บั๊นลอยไส้เค็มลูกใหญ่ในน้ำกะทิ หมูหันญวน น้ำจิ้มสูตรญวน

1.3.3 *ประเพณี* ได้แก่

ประเพณีฉลองโบสถ์ เป็นกิจกรรมที่ชาวคริสต์รวมตัวกันจัดปีละครั้งคล้ายกับการทอดกฐิน ของชาวพุทธ โดยแต่ละโบสถ์จะจัดขึ้นในช่วงเวลาใกล้เคียงกันแต่ก็จะกำหนดไม่ตรงกันเพื่อให้ชาวคริสต์ที่โบสถ์อื่น ได้เข้าร่วมกิจกรรมด้วย เมื่อกำหนดวันที่จะจัดกิจกรรมฉลองโบสถ์ก็จะประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกในชุมชนได้รับรู้และ แจ้งข่าวไปยังโบสถ์ที่เป็นเครือข่ายได้ทราบ สมาชิกในชุมชนและชาวคริสต์จากโบสถ์ในเครือข่ายก็จะนำอาหารและเงิน มาร่วมสมทบ การฉลองโบสถ์จึงเป็นกิจกรรมสำคัญที่ทำให้ชาวคริสต์ในชุมชนได้ประกอบศาสนกิจและทำกิจกรรม

ร่วมกันคือทำมัสการร่วมกัน รับประทานอาหารร่วมกัน ระหว่างที่รับประทานมีเวทีให้เยาวชนได้แสดงละครที่เกี่ยวข้องกับศาสนา และยังเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ชาวบ้านผู้ที่นับถือศาสนาคริสต์ภายในเครือข่าย ได้มีโอกาสสร้างความสัมพันธ์อันดีและเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างกันมากยิ่งขึ้น

คริสต์มาส เป็นกิจกรรมจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีเพื่อเฉลิมฉลองการประสูติของพระเยซู โดยทำพิธีมิสซาเตรียมรับเสด็จพระคริสต์ประสูติในวันที่ 24 ธันวาคม กิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ เช่น การแสดงละครเกี่ยวกับคริสต์มาส ในช่วงเวลาเย็นและวันที่ 25 จะทำพิธีมิสซาฉลองพระคริสต์สมภพ

ตรุษจีน เนื่องจากคนจีนเคยปกครองเวียดนามทำให้ชาวญวนที่อพยพมาอยู่ในไทยนำเอาวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากจีนติดตัวมาด้วยแต่รับประยุตต์รายละเอียดของประเพณีในสอดคล้องกับวิถีปฏิบัติของชาวคริสต์คาทอลิก ชาวญวนคริสต์คาทอลิกจึงจัดกิจกรรมตรุษจีนโดยไม่มีการไหว้เจ้า กิจกรรมของชาวญวนคริสต์คาทอลิกจะเริ่มต้นด้วยการไปทำมิสซาที่โบสถ์ หลังจากนั้นไปที่สุสานเพื่อจุดเทียนรำลึกถึงผู้ที่เสียชีวิต และจะรวมตัวไปไหว้ผู้อาวุโสที่ชาวญวนเคารพนับถือในชุมชนที่ละบ้าน มีการรับประทานอาหารร่วมกันและการให้แต๊ะเอียกับเด็ก ๆ

สงกรานต์ เป็นประเพณีที่ชาวญวนปฏิบัติเช่นเดียวกับชาวไทย เพียงแต่เป็นการเริ่มต้นด้วยการทำมิสซาแล้วจึงมีกิจกรรมการสาดน้ำ

สงแซก เป็นกิจกรรมการแลกเปลี่ยนแรงงานช่วยเหลือกันที่เคยมีอยู่ในชุมชนแต่ปัจจุบันเลือนหายไปเนื่องจากมีความเปลี่ยนแปลงด้านการประกอบอาชีพและค่านิยม

1.4 สถาปัตยกรรมและโบราณวัตถุ ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุที่สำคัญ เครื่องมือหรือสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์

สถานที่สำคัญในชุมชนชาวญวนคริสต์คาทอลิก คือ โบสถ์ สุสาน และพิพิธภัณฑสถานของโบสถ์ ซึ่งพิพิธภัณฑสถานจะเก็บวัสดุข้าวของที่เกี่ยวข้องกับศาสนาคริสต์ และวิถีชีวิตของชาวญวนคาทอลิกตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น เจึงเทียนโบราณ หนังสือสวดมนต์ภาษาต่างประเทศ ชุดใส่ผ้าและเหล้าองุ่นในพิธีมิสซา เครื่องแต่งกายนักบวชในพิธีมิสซา สร้อยปะคำ ชุดสำหรับอาหารของชาวญวนในอดีต

2. เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงชุมชนญวน ดังนี้

จุดที่ 1 ได้แก่ **โบสถ์วัดพระผู้ไถ่สาวภา** แรกเริ่มวัดนี้มีชื่อว่า “วัดหัวควาย” ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อให้ไพเราะขึ้นว่า “วัดศีระกระปือ” ผู้นำศาสนาและสมาชิกมีความเห็นร่วมกันว่าควรเปลี่ยนชื่อวัดตามชื่อของพระคุณเจ้าสาวภาองค์ที่ 1 จึงได้ตั้งชื่อว่า “วัดพระผู้ไถ่สาวภา” บุคคลแรกในบัญชีศิลาแลงบาปของวัดเท่าที่มีอยู่ในปัจจุบันคือ ปี ค.ศ. 1903

เดิมคนส่วนใหญ่เป็นคนญวน อพยพมาจากวัดสามเสน กรุงเทพมหานคร จำนวนหลายครอบครัว มาอาศัยอยู่ที่เกาะหน้าศาลเจ้าองครักษ์ มีพระสงฆ์ญวนคือ บาทหลวงมินเย (มีแซล) และมีบาทหลวงยอากิม บาทหลวงอีกหลายท่านได้มาดูแลสัตบุรุษ และก่อสร้างวัดในปี ค.ศ. 1903 เป็นต้นมา

ปี ค.ศ. 1980 มีการฉลองและสกวัดปัจจุบัน โดยบาทหลวงสมัคร เจึงสืบสันต์ ในปี ค.ศ. 2003 มีการฉลองครบรอบ 100 ปี ชุมชนความเชื่อวัดพระผู้ไถ่สาวภา โดยบาทหลวงชาติชาย พงษ์ศิริ ปัจจุบันมี บาทหลวงนาภา กุ้ชาติ เป็นเจ้าอาวาสวัด

สิ่งสำคัญในศาสนสถาน ได้แก่ โบสถ์พระผู้ไถ่สาวภา อายุ 33 ปี

กิจกรรมที่ดำเนินการ ได้แก่ 1) พิธีมิสซาบูชาขอบพระอาทิตย์ 2) พิธีมิสซาทางศาสนาประจำทุกเดือน 3) สถานที่อบรมจิตใจของเยาวชนและประชาชน และ 4) เป็นที่ตั้งโครงการลานธรรม ลานวิถีไทย (เดิมที่ตั้งโครงการลานบุญ ลานปัญญา)

จำนวนประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรม ประมาณ 15,960 คน

จุดที่ 2 ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานในวัด เป็นพิพิธภัณฑสถานที่ตั้งอยู่ในโบสถ์ที่มีความสำคัญทางศาสนาและวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยวัดนี้มีชื่อเสียงทั้งในด้านสถาปัตยกรรมและการรักษามรดกทางศาสนา ภายในพิพิธภัณฑสถานจะมีการจัดแสดงงานศิลปะและวัตถุทางศาสนาที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา รวมไปถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในพิธีทางศาสนา และวัตถุที่มีความสำคัญในประวัติศาสตร์ของวัด เช่น เชิงเทียนโบราณ หนังสือสวดมนต์ภาษาต่างประเทศ ชุดใส่ผ้าและเหล้าองุ่นในพิธีมิสซา เครื่องแต่งกายนักบวชในพิธีมิสซา สร้อยปะคำ ชุดสำหรับอาหารของชาวญวนในอดีต เป็นต้น

จุดที่ 3 ได้แก่ ตลาด 100 ปี ตั้งอยู่ในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก เป็นตลาดเก่าแก่ที่มีอายุกว่า 100 ปี และถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครนายก ตลาดนี้ยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์และบรรยากาศในสมัยโบราณไว้ได้เป็นอย่างดี ภายในตลาดมีร้านค้าจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น อาหารพื้นเมือง ขนมไทย และของฝากต่าง ๆ รวมถึงสินค้าทางการเกษตรจากชาวบ้านในท้องถิ่น บรรยากาศของตลาด 100 ปี นั้นเต็มไปด้วยความคลาสสิกและเสน่ห์ที่ไม่เหมือนใคร มีร้านค้าจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย ตั้งแต่ของใช้ในชีวิตประจำวัน ไปจนถึงงานฝีมือที่สวยงาม โดยเฉพาะการชิมอาหารท้องถิ่นที่มีรสชาติอร่อยและแตกต่างจากที่อื่น ๆ เช่น ขนมไทยและอาหารจานเดียวที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่น

จุดที่ 4 ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อองครักษ์ ตั้งอยู่ฝั่งแม่น้ำนครนายก ในเขตตำบลสันทรายมูล

ไม่เพียงเป็นศาลเก่าแก่ที่อยู่คู่เมืองนครนายกมายาวนานนับร้อยปีเท่านั้น หากยังเป็นที่มาของชื่ออำเภอองครักษ์ด้วยเช่นกัน ศาลเจ้าพ่อองครักษ์แห่งนี้เป็นที่พึ่งทางใจของชาวนครนายก รวมทั้งประชาชนทั่วไปที่แวะเวียนมาสักการะเป็นประจำอยู่เสมอ ปัจจุบันศาลเจ้าพ่อองครักษ์ได้รับการบูรณะให้มีความงดงามตามแบบสถาปัตยกรรมจีนที่เน้นความโอ่โถงกว้างขวางยิ่งขึ้น หากมาเยือนเมืองนครนายกแล้วควรหาโอกาสแวะมากราบไหว้ขอพรอธิษฐานขอให้เจ้าพ่อองครักษ์นำพาชีวิตก้าวไปบนเส้นทางแห่งความสำเร็จ จะทำสิ่งใดก็จะแคล้วคลาดจากอุปสรรคทั้งปวง เมื่อครั้งที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้เสด็จประพาสโดยเสด็จพระราชดำเนินทางชลมารคไปยังจังหวัดปราจีนบุรีได้เสด็จผ่านมาตามแม่น้ำนครนายกและประทับแรม ณ บริเวณริมแม่น้ำนครนายก ซึ่งเป็นที่ตั้งของศาลในปัจจุบัน ระหว่างที่ประทับอยู่นั้นได้เกิดเหตุนายทหารราชองครักษ์ป่วยและถึงแก่กรรมลง จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งศาลขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์ ด้วยเหตุที่บริเวณหน้าศาลเป็นวังน้ำวน กระแสน้ำไหลเชี่ยวกราก ชาวบ้านพากันเชื่อว่ามีจระเข้เจ้าพ่อองครักษ์อาศัยอยู่ หากจะนำเรือผ่านต้องทำพิธีเซ่นไหว้ด้วยมะพร้าวอ่อนเสียก่อนจึงจะสามารถผ่านไปได้อย่างปลอดภัย นอกจากนี้บริเวณนั้นยังถือกันว่าเป็นน้ำศักดิ์สิทธิ์จึงได้มีการนำน้ำจากที่นี่ไปเข้าพิธีพุทธาภิเษกในพระราชพิธีบรมราชาภิเษกของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน เปิดให้เข้าชม เวลา 08.00-17.00 น.

3. การประเมินผลเส้นทางการท่องเที่ยวและการบรรยายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว จากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนภูวนาคทอลิกพบว่าควรมีการปรับปรุงจุดท่องเที่ยวบางประเด็น ได้แก่ สถานที่จอดรถ การออกแบบตลาด 100 ปี เพื่อให้ดึงดูดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยควรมีความร่วมมือกับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ หน่วยงานต่าง ๆ ในระดับจังหวัด ภาคท้องถิ่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอ ภาควิชาการศึกษาศึกษา และภาคเอกชน กลุ่มสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือวิสาหกิจชุมชน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำเวทีกลุ่มผ่านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อประเมินเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการวางแผนปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ตลาด 100 ปี พบว่า ภายในตลาดยังไม่เป็นระเบียบที่จอดรถมีน้อย ร้านค้ายังมีน้อย เรือไม่มีผู้บังคับส่วน สภาพตลาดยังไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่มีป้าย ไม่ได้มีการจัดสรรพื้นที่สำหรับร้านจำหน่ายสินค้าโดยเฉพาะ เป็นต้น

แนวทางการดำเนินการปรับปรุง คือ 1) จัดวางโซนร้านค้า ควรจัดสรรพื้นที่สำหรับการขายอาหาร 2) กำหนดสถานที่จอดรถ โดยจัดทำที่จอดรถให้เพียงพอต่อการเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ตลาด 100 ปี และซื้อสินค้า 3) จัดสภาพแวดล้อม ได้แก่ ความสะอาด การปรับปรุงภูมิทัศน์ ไม้ดอกไม้ประดับ และการติดตั้งป้ายข้อความต่าง ๆ

การติดธงและของประดับภายในทางเดินและตามร้านค้าให้เห็นอัตลักษณ์ของชุมชนญวน 4) ปรับปรุงอาคารเรือนไม้ที่บางหลังมีการผุพัง ควรปรับทาสีใหม่ เพื่อเปิดเป็นร้านค้า หรือให้เหมาะแก่การถ่ายภาพ 5) ควรมีหน่วยประชาสัมพันธ์และให้บริการติดต่อสอบถาม แนะนำ สถานที่ท่องเที่ยว หรือมีมัคคุเทศก์อาสาสมัคร รวมถึงการจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ หรือสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์และแนะนำแหล่งท่องเที่ยว 6) ควรทำตลาดให้มีชีวิต โดยมีการจัดแสดงการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของชาวญวน เช่น การสาธิตการทำอาหารพร้อมขาย การสาธิตการแสดง การสาธิตการแต่งกาย หรือประเพณี วัฒนธรรมที่ควรนำมาจัดแสดงในแต่ละสัปดาห์ 7) ตั้งคณะกรรมการร่วมบริหารระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการขับเคลื่อนและพัฒนาตลาด 100 ปี ให้ยั่งยืนต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการสำรวจอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก พบว่า ชุมชนไทยเชื้อสายเวียดนามคาทอลิกในอำเภอองครักษ์มีต้นกำเนิดจากชาวเวียดนามที่อพยพจากสามเสน ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1-3 เพื่อเข้ารับราชการทหาร ต่อมาจึงย้ายมาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่องครักษ์ราว พ.ศ. 2446 ประกอบอาชีพเกษตรและประมงน้ำจืด โดยมีตระกูลเหวียงเป็นผู้นำการอพยพ ภายหลังเปลี่ยนนามสกุลเป็นไทยตามนโยบายจอมพล ป.พิบูลสงคราม ชาวบ้านร่วมกันสร้างโบสถ์ “วัดพระผู้ไถ่สาวภา” เป็นศูนย์กลางศาสนาและชุมชน

ชุมชนมีความเข้มแข็งด้านทุนทางสังคม ร่วมทำกิจกรรมและพิธีกรรมทางศาสนาอย่างต่อเนื่อง เช่น พิธีมิสซา ศิลาล้างบาป และงานฉลองโบสถ์ มีตลาดเก่า “ตลาด 100 ปีองครักษ์” และ “ตลาดสาวภา” ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เหมาะต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม

ด้านวัฒนธรรม ชาวญวนใช้ภาษาไทยมากขึ้น แต่ยังคงสืบสานอาหารพื้นถิ่น เช่น ม้าต๋อย บั๊นแต๊ก และหมูหันญวน รวมถึงประเพณีสำคัญอย่างคริสต์มาส ตรุษจีน และสงกรานต์ ส่วนสถาปัตยกรรมสำคัญ ได้แก่ โบสถ์ สุสาน และพิพิธภัณฑ์เก็บรักษาของใช้ทางศาสนาและวัตถุโบราณที่สะท้อนชีวิตของชาวญวนคาทอลิกในอดีตจนถึงปัจจุบัน

2. เส้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก พบว่า เส้นการท่องเที่ยวเชิงชุมชนญวน จุดที่ 1 ได้แก่ โบสถ์วัดพระผู้ไถ่สาวภา จุดที่ 2 ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ภายในวัด จุดที่ 3 ได้แก่ ตลาด 100 ปี และจุดที่ 4 ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อองครักษ์

3. การประเมินผลเส้นการท่องเที่ยวและการปรับรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว จากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก พบว่า ควรมีการปรับปรุงจุดท่องเที่ยวบางประเด็น ได้แก่ สถานที่จอดรถ การออกแบบตลาด 100 ปี เพื่อให้ดึงดูดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยควรมีความร่วมมือกับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ หน่วยงานต่าง ๆ ในระดับจังหวัด ภาคท้องถิ่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอ ภาควิชา การศึกษา และภาคเอกชน กลุ่มสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือวิสาหกิจชุมชน

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการสำรวจทุนทางสังคม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต สถาปัตยกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก พบว่า ชุมชนญวนมีประวัติความเป็นมายาวนานและมีประเพณี วัฒนธรรมทั้งด้านอาหารและด้านเครื่องแต่งกายที่เป็นจุดเด่น แต่ขาดการส่งเสริมอย่างเป็นระบบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งต้องอาศัยการพัฒนาและการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทวิดี ดีพร้อม และศรีธญา เลิศพุทธรักษ์ (Deeprom & Lertphuttharak, 2021) ที่ว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในระดับจังหวัด และควรนำเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนมาใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาต่อยอด เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชนนั้น ๆ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Richards (2010) ที่ว่า การมีทุน

ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นสามารถนำมาพัฒนาและสร้างสรรค์อย่างมีส่วนร่วมโดยชุมชนเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนา

ชุมชนญวนคาทอลิกยังมีอัตลักษณ์ด้านอาหารที่สำคัญ และจากการเก็บข้อมูลวิจัยพบว่า อาหารของชุมชนญวนคาทอลิกมีความพร้อมที่จะนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Solima and Minguzzi (2014) ที่ว่า หากจะให้เกิดการท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ควรนำเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมาใช้ เช่น งานหัตถกรรมหรืออาหาร เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดความน่าสนใจ และสามารถนำมาทำให้เกิดกระแสหรือมูลค่าเพิ่มผ่านกลยุทธ์การตลาดได้

สำหรับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนญวน สิ่งที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความประทับใจในการท่องเที่ยว คือ สภาพแวดล้อม สถานที่ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Howard (2006) ที่ว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่สำคัญแต่อาจใช้ต้นทุนในการพัฒนา ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Solima and Minguzzi (2014) ที่ว่า ระบบการต้อนรับนักท่องเที่ยวประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการเดินทางและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมีผลต่อการมาท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Um and Crompton (1990) ที่ว่า ทักษะที่ดีต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวก็คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสนใจหรือการดึงดูดความสนใจ

การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งด้านเส้นทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว Richards (2010) กล่าวว่าต้องมีการจัดตั้งองค์กรที่เหมาะสมในการบริหารจัดการและประสานงาน และต้องมีการมีส่วนร่วมของชุมชน คือ ชุมชนต้องพร้อมและเห็นความสำคัญ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pongtratik (2021) ที่ศึกษาว่า กลยุทธ์การท่องเที่ยววิถีชีวิตในชุมชนพื้นเมืองจะต้องเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจของรัฐบาลและกิจกรรมของระดับชาติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนญวนคาทอลิก อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายกเป็นจุดเด่น

2. ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนญวนคาทอลิกในการออกแบบกิจกรรม เส้นทาง และรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางศาสนาและวัฒนธรรมของชุมชน

3. ควรพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างถูกต้องเหมาะสม และสร้างความเข้าใจแก่ผู้มาเยือน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาศักยภาพและความพร้อมของชุมชนญวนคาทอลิกในมิติอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

2. ควรทำการวิจัยเชิงเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนคาทอลิกหรือชุมชนชาติพันธุ์อื่นในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่าง ซึ่งจะช่วยเพิ่มความครอบคลุมขององค์ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับพื้นที่และระดับประเทศ

องค์ความรู้ใหม่

เป็นการบูรณาการแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เชิงเรียนรู้ ผ่านการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญ ได้แก่ โบสถ์วัดพระผู้ไถ่สาวภาพิพิธภัณฑสถานภายในวัด ตลาด 100 ปี และศาลเจ้าพ่อองค์รักษ์ ซึ่งช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์อัตลักษณ์ของชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

บทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์

วรรณพร บุญญาสกลิตย์ : วางแผนและออกแบบการวิจัย ควบคุมภาพรวมโครงการ

พัลลภมน ลินห์ : ทบทวนเอกสาร พัฒนาเครื่องมือ และเก็บรวบรวมข้อมูล

วณิศา ศิริวรสกุล : วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย

ณัฐฐา เกิดทรัพย์ : เรียบเรียงรายงาน ตรวจสอบ อ้างอิง และประสานงานการเผยแพร่ผลงาน

เอกสารอ้างอิง

- Chulalongkorn University, Intellectual Property Institute. (2562). *A study of approaches to promoting intellectual property in the tourism industry*. Chulalongkorn University Intellectual Property Institute. [In Thai]
- Deeprom, N., & Lertphuttharak, S. (2021). Cultural tourism management: A case study of Nakhon Nayok Province. *Burapha Business Review Journal*, 16(2), 1–14. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/GSC/article/view/244920> [In Thai]
- Buhalis, D. (2020). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267–272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>
- Howard, P. J. (2006). *Tourism development in ethnic areas of Southern China* [Doctoral dissertation, Griffith University]. <https://doi.org/10.25904/1912/1187>
- Khamwan, S. (2019). *Constructing a contractual nationalism: A case study of the Viet Kieu community in Nakhon Phanom* [Doctoral dissertation, Naresuan University]. <https://harrt.in.th/handle/123456789/7560> [In Thai]
- Piwphong, W. (2021). *From displaced people to “Vietnamese refugees”: Lives of the Vietnamese in the upper northeast Thailand, 1945–1976* [Master's thesis, Chulalongkorn University]. Chulalongkorn University Theses and Dissertations. <https://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2021.737> [In Thai]
- Pongtratit, C., Nimnatipun, S., & Malarat, A. (2021). Development of cultural tourism strategies in Prachuap Khiri Khan Province. *MCU Journal of Buddhist Wisdom Review*, 6(3), 77–91. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/view/256405> [In Thai]
- Richards, G. (2010). Increasing the attractiveness of places through cultural resources. *Tourism Culture & Communication*, 10(1), 47–58. <https://doi.org/10.3727/109830410X12629765735678>
- Schrock, J. (1970). *Minority groups in Thailand*. Headquarters Department of the Army.
- Solima, L., & Minguzzi, A. (2014). Territorial development through cultural tourism and creative activities. *Mondes du Tourisme*, (10), 6–16. <https://doi.org/10.4000/tourisme.366>
- Um, S., & Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432–448. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90008-F](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90008-F)

Wattanasan, P. , Muangkaew, C. , Pibool, S. , & Plianplan, R. (2022). The identity of Thai people of Vietnamese descent who are Roman Catholic: A case study of Saowapa Phongsri Community, Ongkharak District, Nakhon Nayok Province, Thailand. *Journal of Positive School Psychology*, 6(6) , 10721– 10729. <https://journalppw.com/index.php/jpsp/article/view/7352> [In Thai]

Wongwichian, W. (2008). *The lifestyle changes of the Catholic Vietnamese Thais: A case study of a Vietnamese village in Ongkharak District, Nakhon Nayok Province* (Master's thesis, Mahasarakham University). [In Thai]

จริยธรรมการตีพิมพ์บทความเพื่อเผยแพร่ในวารสารพินเนศวรสาร

บทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์

1. เขียนบทความให้มีความสมบูรณ์ ถูกต้องและเป็นไปตามรูปแบบที่กำหนดไว้ในวารสาร
2. รับรองว่าผลงานที่ส่งมานั้นเป็นผลงานใหม่ที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน หรืออยู่ในระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น (ไม่ว่าจะเป็นภาษาใด ๆ)
3. หากมีการนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ในผลงานของตนเอง ผู้นิพนธ์ต้องอ้างอิงผลงานดังกล่าวรวมทั้งต้องระบุไว้ในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความให้ถูกต้อง
4. บทความที่เกี่ยวกับการวิจัยในมนุษย์ควรผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ถ้ามี) โดยผู้นิพนธ์ต้องแนบหลักฐานการรับรองจากคณะกรรมการฯ มาพร้อมบทความที่ส่งให้กับกองบรรณาธิการ
5. ต้องรับรองว่าข้อมูลทั้งหมดในบทความไม่มีการละเมิดลิขสิทธิ์หรือทรัพย์สินทางปัญญา
6. ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของวารสาร ห้ามผู้นิพนธ์นำข้อความทั้งหมดหรือบางส่วนไปพิมพ์ซ้ำ ยกเว้นจะได้รับอนุญาตจากกองบรรณาธิการวารสาร
7. ผู้นิพนธ์ต้องปรับแก้ไขบทความตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิอย่างละเอียด เพื่อให้บทความมีคุณภาพและมาตรฐานทางวิชาการ หากไม่ปรับแก้ไขบทความตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ บทความอาจถูกปฏิเสธการตีพิมพ์เผยแพร่ ทั้งนี้ ท่านสามารถชี้แจงเหตุผลทางวิชาการในประเด็นที่ไม่แก้ไข เพื่อให้บรรณาธิการพิจารณาโดยผลการตัดสินใจของบรรณาธิการถือเป็นที่สุด
8. หากมีการร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดทางจริยธรรมการวิจัยหรือจริยธรรมการตีพิมพ์ เมื่อกองบรรณาธิการได้พิจารณาแล้วเห็นว่าการละเมิดจริง ผู้นิพนธ์จะต้องถอนบทความ

บทบาทหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. จัดหากองบรรณาธิการที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่กำหนดตามนโยบายของวารสาร รวมทั้งเปิดเผยชื่อและสังกัดที่ถูกต้องของกองบรรณาธิการในเว็บไซต์ของวารสาร
2. ให้ข้อมูลการติดต่อที่ถูกต้องของวารสารในเว็บไซต์ของวารสาร
3. ให้ข้อมูลแก่ผู้นิพนธ์บทความและผู้ประเมินบทความเกี่ยวกับขั้นตอนการส่งบทความ และค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่จำเป็นสำหรับผู้นิพนธ์บทความอย่างชัดเจน
4. คัดเลือก กลั่นกรอง และพิจารณาคุณภาพของบทความเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร โดยพิจารณาจากความสอดคล้องของเนื้อหากับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร
5. ไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้นิพนธ์บทความและผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่น ๆ ในทุกกรณี
6. ตีพิมพ์เผยแพร่บทความที่ผ่านกระบวนการประเมินจากผู้ประเมินบทความแล้วเท่านั้น
7. ตรวจสอบและปฏิเสธการตีพิมพ์บทความที่เคยเผยแพร่ที่อื่นมาแล้ว
8. ไม่ปฏิเสธการตีพิมพ์บทความโดยใช้เหตุผลและความรู้สึกส่วนตัว
9. ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์บทความ ผู้ประเมินบทความ และกองบรรณาธิการ
10. ตรวจสอบการคัดลอกผลงานทางวิชาการของผู้อื่นในบทความอย่างเคร่งครัด หากพบการคัดลอกผลงานดังกล่าวจะต้องหยุดกระบวนการประเมินบทความ และติดต่อผู้นิพนธ์บทความหลักเพื่อขอคำชี้แจง
11. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร รวมทั้งชี้แจงการแก้ไขและการถอนบทความเมื่อจำเป็น

12. ตรวจสอบบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ต้องไม่ละเมิดกฎหมายและทรัพย์สินทางปัญญา
13. ตรวจสอบขั้นตอนการประเมินบทความของวารสารให้เป็นความลับ มีความเป็นธรรม ปราศจากอคติ และตรงตามเวลาที่กำหนด
14. ดำเนินการออกวารสารให้ตรงตามเวลาที่กำหนด
15. ต้องจัดการและแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดการละเมิดทางจริยธรรมของบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร อย่างถูกต้องและเป็นธรรม

บทบาทหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ต้องรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องในระหว่างการประเมินบทความ
2. ปฏิเสธการประเมินบทความนั้น ๆ เมื่อพิจารณาว่าผู้ประเมินอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้พิมพ์บทความ เช่น เป็นผู้ร่วมโครงการ หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ หรือเหตุผลอื่น ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระภายหลังจากได้รับบทความจากกองบรรณาธิการ
3. ประเมินบทความในสาขาวิชาที่มีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาความสำคัญด้านเนื้อหาในบทความ คุณภาพของการวิเคราะห์ข้อมูลและความเข้มข้นของผลงาน
4. ประเมินบทความบนพื้นฐานความเป็นจริงตามหลักวิชาการ เป็นกลาง ไม่มีอคติและตรงตามเวลาที่กำหนด
5. หากมีข้อสงสัยว่าข้อมูลบางส่วนหรือทุกส่วนของบทความมีความเหมือนหรือซ้ำซ้อนกับผลงานอื่น ๆ ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที

คำแนะนำในการส่งบทความ เพื่อตีพิมพ์ในวารสารพินเศวรสสาร

พินเศวรสสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มีกำหนดออกเผยแพร่เป็นราย 6 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ) คือ ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน) และ ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม) วัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการในสาขาวิชาต่าง ๆ ได้แก่ สาขาภาษาและภาษาศาสตร์ วรรณกรรมและทฤษฎีวรรณกรรม รวมถึงการพัฒนาสังคมผลงานทางวิชาการที่ส่งพิมพ์ใน “พินเศวรสสาร” วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ แยกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. บทความวิจัย (Research Article) เป็นการนำเสนอผลการวิจัยที่ผู้เขียนได้ดำเนินการด้วยตนเอง
2. บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นการนำเสนอสาระซึ่งผ่านการวิเคราะห์ สังเคราะห์อย่างลุ่มลึกจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ จากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัย โดยมีทัศนะหรือข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ และมีการอ้างอิงอย่างชัดเจน

ผลงานที่จะได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์ในวารสารต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อน เพื่อให้การตีพิมพ์วารสารพินเศวรสสารเป็นไปตามมาตรฐานและมีรูปแบบเดียวกันกองบรรณาธิการจึงมีคำแนะนำในการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร ดังนี้

การเตรียมต้นฉบับ

1. ต้นฉบับภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ องค์ประกอบต่าง ๆ ของบทความวิจัยหรือบทความวิชาการให้ทำตามคำแนะนำการเตรียมต้นฉบับนี้ บทความส่วนที่เป็นภาษาอังกฤษ ควรให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษตรวจสอบความถูกต้องด้านการใช้ภาษาก่อน

2. การพิมพ์ ให้จัดพิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Word โดยจัดหน้ากระดาษ ขนาด A4 (8.27 x 11.7 นิ้ว) ตั้งค่าหน้ากระดาษสำหรับการพิมพ์ห่างจากขอบกระดาษ 1 นิ้ว ทุกด้าน จัดเป็น 1 คอลัมน์ ใส่หมายเลขหน้ากำกับอยู่กึ่งกลางด้านล่างทุกหน้า

3. รูปแบบตัวอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษรแบบ TH Niramit AS ขนาดตัวอักษรทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ขนาดเดียวกัน ดังนี้ ชื่อเรื่องใช้ตัวอักษรขนาด 18 pt. ตัวหนา ชื่อผู้นิพนธ์บทความใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. ตัวปกติ ชื่อหน่วยงานที่สังกัดและตำแหน่งทางวิชาการของผู้นิพนธ์บทความ (ถ้ามี) ใช้ตัวอักษรขนาด 12 pt. ตัวปกติ หัวข้อหลักใช้ตัวอักษรขนาด 16 pt. ตัวหนา หัวข้อรองใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. ตัวหนา เนื้อหาทุกส่วนใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. ตัวปกติ

4. จำนวนหน้า ไม่ควรเกิน 15 หน้า รวมตาราง รูปภาพ และเอกสารอ้างอิง

5. ตาราง รูปภาพ ภาพลายเส้น และแผนภูมิ ให้แทรกไว้ในเนื้อหาที่จัดเป็น 1 คอลัมน์ โดยให้ผู้นิพนธ์บทความคัดเลือกเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น เรียงลำดับให้สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง ชื่อตารางให้อยู่ด้านบนของตาราง ส่วนชื่อรูปภาพและแผนภูมิ ให้อยู่ด้านล่าง พร้อมทั้งคำอธิบายสั้น ๆ ที่สื่อความหมายได้สาระครบถ้วน

6. การส่งต้นฉบับ ให้ส่งบทความต้นฉบับในรูปแบบไฟล์เวิร์ด (Microsoft word) ผ่านระบบจัดการวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (ThaiJo) ที่ Website: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan> พร้อมทั้งส่งแบบนำส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ หนังสือรับรองก่อนการตีพิมพ์ตามที่วารสารกำหนดและหลักฐานการโอนค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ทางอีเมล phikanatesan@gmail.com และส่งแบบนำส่งบทความเพื่อตีพิมพ์และหนังสือรับรองก่อนการตีพิมพ์ฉบับที่มีลายมือชื่อจริงทางไปรษณีย์

ประเภทของบทความ

1. บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่เขียนขึ้นจากงานศึกษาเชิงประจักษ์ (Empirical Study) หรือที่เรียกว่า งานวิจัย สารของบทความสะท้อนให้เห็นขั้นตอนการดำเนินการศึกษา การนำเสนอผลการวิจัย อาจเป็นผลงานวิจัยบางส่วนหรือผลงานวิจัยที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว
2. บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความที่ผู้เขียนได้เรียบเรียงโดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานแปล และผลงานจากประสบการณ์ของผู้เขียนหรือถ่ายทอดจากผู้อื่น มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ องค์ความรู้ การเสนอความคิดเห็นที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ทางวิชาการของสาขาต่าง ๆ

ส่วนประกอบของบทความ

1. ชื่อเรื่อง (Title) ควรสั้น กระชับ และตรงกับเนื้อเรื่อง ให้ขึ้นต้นชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและตามด้วยภาษาอังกฤษ โดยภาษาอังกฤษใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ
2. ชื่อผู้นิพนธ์บทความ (Authors and Co-authors) ใช้ชื่อและนามสกุลเต็มทั้งชื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับภาษาอังกฤษใช้อักษรตัวพิมพ์ใหญ่เฉพาะอักษรตัวแรกของชื่อตัวและนามสกุล ไม่ระบุคำนำหน้าและตำแหน่งทางวิชาการจัดไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษต่อจากชื่อเรื่อง หากเป็นนักศึกษาให้ใส่ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นผู้นิพนธ์ร่วม ถ้ามีผู้นิพนธ์หลายคนให้ใช้หมายเลข 1 หรือ 2 กำกับไว้ท้ายชื่อตามจำนวนผู้นิพนธ์
3. สังกัดผู้นิพนธ์บทความ (Affiliation) ใส่ชื่อหน่วยงานที่สังกัดทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเรียงลำดับตั้งแต่หน่วยงานระดับต้นไปจนถึงหน่วยงานหลักต่อจากชื่อผู้นิพนธ์บทความ และใส่สถานะของผู้นิพนธ์โดยระบุตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) ที่เชิงอรรถของหน้าแรก กรณีเป็นนักศึกษาให้ระบุระดับการศึกษาชื่อหลักสูตร สาขาวิชา และสถาบันการศึกษา
4. บทคัดย่อ (Abstract) ภาษาไทย ความยาวไม่เกิน 500 คำ และภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน 500 คำ จัดเป็น 1 คอลัมน์ โดยเรียงลำดับภาษาไทยขึ้นก่อนตามด้วยภาษาอังกฤษ
5. คำสำคัญ (Keywords) ให้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แต่ละชุดไม่เกิน 5 คำ โดยให้ระบุไว้ท้ายบทคัดย่อของแต่ละภาษา
6. เนื้อหาในบทความ (Main Texts)
 - 6.1 บทความวิจัย ประกอบด้วย
 - 6.1.1 บทนำ (Introduction) นำเสนอภูมิหลังความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัยรวมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเหตุผลของการทำวิจัย
 - 6.1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives) นำเสนอจุดมุ่งหมายที่ต้องการศึกษา ค้นคว้าแสวงหาคำตอบในการวิจัย
 - 6.1.3 สมมุติฐานการวิจัย (Hypothesis) (ถ้ามี) เป็นการนำเสนอคำตอบที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าอย่างสมเหตุสมผลต่อปัญหาที่ศึกษา ระบุความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา
 - 6.1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) นำเสนอแนวคิด ทฤษฎี ตัวแปรที่ต้องการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในลักษณะของแผนภาพ
 - 6.1.5 วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) นำเสนอแบบแผนการวิจัย เช่น การสำรวจ ศึกษาเอกสาร การทดลอง เป็นต้น
 - 6.1.6 ประชากร (Population) นำเสนอคุณลักษณะและจำนวนให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด
 - 6.1.7 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) นำเสนอหลักเกณฑ์การกำหนด จำนวนตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่าง

6.1.8 เครื่องมือการวิจัย (Research Instrument) นำเสนอชนิดของเครื่องมือ วิธีการสร้าง การทดลองใช้ (Try Out) และการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัย

6.1.9 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) นำเสนอวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาการรวบรวมข้อมูล

6.1.10 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) นำเสนอวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

6.1.11 ผลการวิจัย (Results) นำเสนอรายงานผลการวิจัยจากการวิเคราะห์หรือสังเคราะห์ในการวิจัยอย่างชัดเจนและตรงประเด็น โดยยึดแนวทางตามวัตถุประสงค์การวิจัย ควรอธิบายผลการวิจัยด้วยคำบรรยายเป็นหลัก ถ้ามีตัวแปรที่ศึกษาหรือตัวเลขจำนวนมากให้นำเสนอเป็นรูปภาพ ตาราง และแผนภูมิ แทรกในเนื้อหาพร้อมอธิบายผลการวิจัยให้ได้สาระครบถ้วนอย่างกระชับ

6.1.12 สรุปผลการวิจัย (Conclusion) เป็นการสรุปเฉพาะประเด็นสำคัญที่เกิดจากการทำวิจัย

6.1.13 การอภิปรายผลการวิจัย (Discussion) เป็นการนำเสนอความเห็นว่าการวิจัยสอดคล้องหรือแตกต่างจากวัตถุประสงค์ สมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้อย่างไร เป็นเพราะเหตุผลใด มีหลักฐานทางทฤษฎีหรือผลงานวิจัยอะไรที่มาสสนับสนุน

6.1.14 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ (Suggestion) นำเสนอให้เห็นว่าสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง ตลอดจนข้อเสนอแนะให้ผู้ที่ทำวิจัยครั้งต่อไปในลักษณะเดียวกันทราบว่าควรจะศึกษาในประเด็นปัญหาหรือตัวแปรอะไร จึงจะทำให้ได้ผลการวิจัยหรือข้อสรุปที่สมบูรณ์

6.2 บทความวิชาการ (Academic Article) ประกอบด้วย

6.2.1 บทนำ (Introduction) กล่าวถึงความน่าสนใจของเรื่องที่น่าเสนอก่อนเข้าสู่เนื้อเรื่อง

6.2.2 เนื้อเรื่อง (Body) นำเสนอให้เห็นถึงปรากฏการณ์หรือองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นในวงวิชาการที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบัน แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงของเหตุที่นำไปสู่ผล (Causal Relationship) การอ้างอิงข้อมูลต่าง ๆ และเหตุผลที่พิสูจน์ได้ทางวิชาการซึ่งได้จากการศึกษาค้นคว้าและจากประสบการณ์ของผู้มีประสบการณ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้อ่าน

6.2.3 สรุป (Conclusion) สรุปประเด็นสำคัญจากเนื้อเรื่องให้กระชับได้เนื้อหาสาระครบถ้วนของบทความ บอกผลลัพธ์ว่าสิ่งที่กล่าวมามีความสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป

7. เอกสารอ้างอิง (Reference) ให้ระบุเฉพาะเอกสารที่ผู้มีประสบการณ์บทความได้นำมาอ้างอิงในบทความอย่างครบถ้วน

การอ้างอิงเอกสาร

เอกสารที่นำมาใช้อ้างอิงไม่ควรเกิน 10 ปี และให้แปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยและภาษาอื่น ๆ ให้เป็นภาษาอังกฤษ โดยอ้างอิงระบบ APA (American Psychological Association Citation Style) โดยแยกเป็น

1. การอ้างอิงในเนื้อความ (In-text Citations)

เป็นการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเนื้อความใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี (Author-date in text Citation) โดยระบุชื่อผู้แต่ง ปีที่พิมพ์ ต่อท้ายข้อความที่ต้องการอ้างอิง เช่น (Treesopanakorn, 2019) แต่ถ้าชื่อผู้แต่งที่อ้างถึงเป็นส่วนหนึ่งของบทความ ให้เขียนชื่อผู้แต่งเป็นภาษาไทยไว้หน้าวงเล็บ แล้วเขียนนามสกุลผู้แต่งและปีที่พิมพ์ต่อจากชื่อผู้แต่ง เช่น ขจร ตรีโสภณการ (Treesopanakorn, 2019) รูปแบบการอ้างอิง มีดังนี้

1.1 การอ้างอิงบุคคล

1.1.1 ผู้แต่ง 1-2 คน

กรณีการอ้างอิงหน้าข้อความ

... สมเจตน์ ภูศรี และขจร ตริโสภณกร (Phoosri & Treesopanakorn, 2018)

การอ้างอิงหน้าข้อความ กรณีผู้แต่งชาวต่างประเทศ

... Johnson and Johnson (2018)

... Smith (2019)

กรณีการอ้างอิงท้ายข้อความ

(Phoosriand & Treesopanakorn, 2018)

(Johnson & Johnson, 2018)

(Smith, 2019)

1.1.2 ผู้แต่ง 3 คน ขึ้นไป

สำหรับบทความที่มีผู้แต่งตั้งแต่สามคนขึ้นไป ให้ใช้เฉพาะนามสกุลของผู้แต่งคนแรก ตามด้วยคำว่า “และคนอื่น ๆ” และระบุปีที่พิมพ์ โดยรูปแบบนี้ใช้เหมือนกันทั้งในการอ้างอิงครั้งแรกและการอ้างอิงครั้งถัดไป

กรณีการอ้างอิงหน้าข้อความ

... ขจร ตริโสภณกร และคนอื่น ๆ (Treesopanakorn et al., 2019)

... Simpson et al. (2018)

กรณีการอ้างอิงท้ายข้อความ

(Treesopanakorn et al., 2019)

(Simpson et al., 2018)

1.1.3 การอ้างอิงผลงานหลายชิ้น

ให้เรียงตามตัวอักษรของชื่อสกุลผู้แต่ง คั่นระหว่างด้วยเครื่องหมาย ;

กรณีการอ้างอิงหน้าข้อความ

...Johnson et al. (2019), Ortega et al. (2018), and Peterson et al. (2019)

กรณีการอ้างอิงท้ายข้อความ

(Johnson et al., 2019; Ortega et al., 2018; Peterson et al., 2019).

1.2 การอ้างอิงนิติบุคคล หน่วยงาน องค์กร

ให้ระบุชื่อหน่วยงานตามที่ปรากฏ

กรณีการอ้างอิงหน้าข้อความครั้งแรก

...มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (Chiang Mai Rajabhat University [CMRU], 2019)

กรณีการอ้างอิงหน้าข้อความครั้งต่อไป

...มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (CMRU, 2019)

กรณีการอ้างอิงท้ายข้อความครั้งแรก

(Chiang Mai Rajabhat University [CMRU], 2019)

กรณีการอ้างอิงท้ายข้อความครั้งต่อไป

(CMRU, 2019)

1.3 การอ้างอิงจากบทสัมภาษณ์

กรณีการอ้างอิงหน้าข้อความ (แบบระบุตัวตน)

...ขจร ตรีโสภณากร (personal communication, April 18, 2020)

...P. Simpson (personal communication, April 18, 2020)

กรณีการอ้างอิงหน้าข้อความ (แบบไม่ระบุตัวตน)

...Student A (personal communication, April 18, 2020)

กรณีการอ้างอิงท้ายข้อความ (แบบระบุตัวตน)

(P. Simpson, personal communication, April 18, 2020)

กรณีการอ้างอิงท้ายข้อความ (แบบไม่ระบุตัวตน)

(Student A, personal communication, April 18, 2020)

1.4 การอ้างอิงราชกิจจานุเบกษา

กรณีการอ้างอิงหน้าข้อความ

...รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 (Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560, 2017)

กรณีการอ้างอิงท้ายข้อความ

(Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560, 2017)

2. เอกสารอ้างอิง (References)

เป็นการอ้างอิงส่วนท้ายบทความ โดยรวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้ค้นพบได้ใช้อ้างอิงในเนื้อความ พร้อมจัดเรียงรายการเอกสารตามลำดับตัวอักษรของชื่อผู้แต่ง แปลรายการอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษทุกรายการ ระบุภาษาต้นฉบับของเอกสารอ้างอิงไว้ท้ายรายการอ้างอิงแต่ละรายการ เช่น [In Thai], [In Chinese] โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ (ครั้งที่พิมพ์). สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

Treesopanakorn, K. (2017). *Handball* (2nd ed.). Chiang Mai Rajabhat University.

Buchanan, D. A., & Huczynski, A. A. (2019). *Organizational behaviour* (3rd ed.). McGraw-Hill.

2.2 หนังสือออนไลน์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ (ครั้งที่พิมพ์). สำนักพิมพ์. <https://doi.org/xxx> หรือ URL

**หมายเหตุ หากมี DOI ให้ใช้ DOI ก่อน URL เสมอ

ตัวอย่าง

Smith, R. J. (2020). *Climate change and global policy*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108771234>

Mitchell, J. A. (2017). *Introduction to psychology* (5th ed.). Open University Press. <https://www.open.edu/openlearn/introduction-psychology>

Brown, T., & Green, A. (2019). *Educational technology: An introduction*. Routledge. <https://www.routledge.com/books/9781138572072>

2.3 วารสารและนิตยสาร

ชื่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า-หน้า.

ตัวอย่าง

Sakulsriprasert, S. (2022). The psychometric properties of teacher attributions testing. *Journal of graduate research*, 13(2), 103–116.

Ryve, A., & Hemmi, K. (2019). Educational policy to improve mathematics instruction at scale: Conceptualizing contextual factors. *Educational Studies in Mathematics*, 102(3), 379–394.

2.4 วารสารและนิตยสารออนไลน์

ชื่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า-หน้า. <https://doi.org/xxx> หรือ URL

**หมายเหตุ หากมี DOI ให้ใช้ DOI ก่อน URL เสมอ

ตัวอย่าง

Grady, J. S., Her, M., Moreno, G., Perez, C., & Yelinek, J. (2019). Emotions in storybooks: A comparison of storybooks that represent ethnic and racial groups in the United States. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(3), 207–217. <https://doi.org/10.1037/ppm0000185>

Mahavijit, P., Jantap, N., & Poosaat, P. (2025). Community-based learning: A learning design approach to enhance mathematical literacy. *Journal of Graduate Research*, 16(1), JGR-16-1-A01. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/banditvijai/article/view/269550>

2.5 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่เผยแพร่, เดือน วัน). ชื่อเรื่อง/ชื่อบทความ. ชื่อเว็บไซต์. <http://www.....>

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่เผยแพร่). ชื่อเรื่อง/ชื่อบทความ. ชื่อเว็บไซต์. <http://www.....>

ตัวอย่าง

Schaeffer, K. (2021, October 1). *What we know about online learning and the homework gap amid the pandemic*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/10/01/what-we-know-about-online-learning-and-the-homework-gap-amid-the-pandemic/>

2.6 รายงานการประชุมหรือสัมมนาทางวิชาการ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ใน ชื่อบรรณาธิการ (Eds.), ชื่อเอกสารรวมเรื่องรายงานการประชุม (pp. เลขหน้า-เลขหน้า). สำนักพิมพ์. <https://doi.org/xxx> หรือ URL

**หมายเหตุ หากมี DOI ให้ใช้ DOI ก่อน URL เสมอ

ตัวอย่าง

Aron, L., Botella, M., & Lubart, T. (2019). Culinary arts: Talent and their development. In R. F. Subotnik, P. Olszewski-Kubilius, & F. C. Worrell (Eds.), *The psychology of high performance: Developing human potential into domain-specific talent* (pp. 345–359). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>

2.7 วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระที่ไม่ได้ตีพิมพ์

ชื่อผู้นิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ [Unpublished master's thesis]. สถาบันการศึกษา.

ชื่อผู้นิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ [Unpublished doctoral dissertation]. สถาบันการศึกษา.

ตัวอย่าง

Katang, K. (2018). *The management of learning resources to support the philosophy of the sufficiency economy, Ban Mae Daet Noi School, Galyani Vadhana district, Chiang Mai province* [Unpublished master's thesis]. Chiang Mai Rajabhat University.

*** วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ใช้ [Unpublished doctoral dissertation]

*** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ใช้ [Unpublished master's thesis]

2.8 วิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าอิสระที่ตีพิมพ์

ชื่อผู้นิพนธ์. (ปีที่เผยแพร่). ชื่อวิทยานิพนธ์ [Doctoral dissertation, สถาบันการศึกษา]. ชื่อเว็บไซต์หรือชื่อฐานข้อมูล.

<https://doi.org/xxx> หรือ URL

ชื่อผู้นิพนธ์. (ปีที่เผยแพร่). ชื่อวิทยานิพนธ์ [Master's thesis, สถาบันการศึกษา]. ชื่อเว็บไซต์หรือชื่อฐานข้อมูล. <https://doi.org/xxx> หรือ URL

**หมายเหตุ หากมี DOI ให้ใช้ DOI ก่อน URL เสมอ

ตัวอย่าง

Zambrano-Vazquez, L. (2016). *The interaction of state and trait worry on response monitoring in those with worry and obsessive-compulsive symptoms* [Doctoral dissertation, University of Arizona]. UA Campus Repository. <https://repository.arizona.edu/handle/10150/620615>

Charoensuk, P. (2021). *Developing a blended learning model to enhance critical thinking skills of Thai high school students* [Master's thesis, Chulalongkorn University]. Chulalongkorn University Theses Repository. <https://digital.library.chula.ac.th/thesis/1234>

2.9 ราชกิจจานุเบกษา

ชื่อกฎหมายหรือชื่อพระราชบัญญัติ. (ปีที่พิมพ์, เดือน วัน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม เลขเล่ม ตอนที่ เลขตอน หน้า เลขหน้า.

ตัวอย่าง

พระราชบัญญัติรัฐธรรมนูญ

Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560. (2017, April 6). *Royal Gazette*. Vol. 134 Part 40 A pp. 1–127.

พระราชกฤษฎีกา

Royal Decree on the Establishment of the Office of National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council B.E. 2562. (2019, May 1). *Royal Gazette*. Vol. 136 Part 69 A pp. 1–15.

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

Notification of the Ministry of Public Health: Prescription of controlled substances under the Narcotics Act B.E. 2522 (2020, February 21). *Royal Gazette*. Vol. 137 Part 21 D pp. 1–4.

ตัวอย่างการพิมพ์ตาราง แผนภาพ และภาพ

1. การพิมพ์ตาราง (Table)

1.1 ตัวอย่างตารางภาษาไทย

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบความก้าวหน้าของผลสัมฤทธิ์ระหว่างคะแนนก่อนและหลังการจัดกิจกรรม

คนที่	คะแนน (ก่อนเรียน)	คะแนน (หลังเรียน)	คะแนน (ความก้าวหน้า)	ร้อยละ ของความก้าวหน้า
1	7	10	3	30
2	6	9	3	30
3	4	8	4	40
4	6	9	3	30
5	7	10	3	30
รวม	30	46	16	160
เฉลี่ย	6	9.2	3.2	32

1.2 ตัวอย่างตารางภาษาอังกฤษ

Table 1 Chang in the Employment Rates of Young Black Men, by Age and Educational Status, 1992 – 2000

Age and Educational Status	Employment rate		Absolute change
	1992	2000	
Enrolled in school			
Ages 16 – 24	22.5	29.4	6.9
Ages 16 – 19	17.4	22.8	5.4
Ages 20 – 24	35.8	46.7	10.9
Not enrolled in School, age 20 – 24			
All Levels of Education	62.2	66.2	40
Less than High School Diploma	41.6	48.4	6.8
High School Diploma Only	64.2	66.7	2.5
Some College, no Bachelor's Degree	73.8	79.6	5.8
College Graduate	85.7	88.1	2.4

2. ภาพ (Picture, Figure and Graph) ให้ใช้ 1 คอลัมน์และต้องมีความคมชัด

2.1 ตัวอย่างภาพภาษาไทย (Picture)



ภาพที่ 1 อุปกรณ์การทำว้าว

ที่มา: Liu, 2026

2.2 ตัวอย่างภาพภาษาอังกฤษ (Picture)

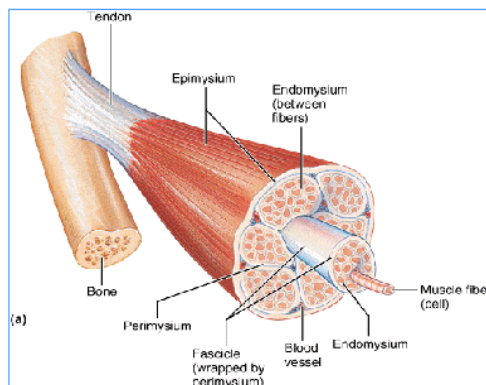


Figure 1 Muscle Coverings

Ethical Standards for Publishing Articles in the Ganesha Journal

Roles and Responsibilities of Authors:

1. Compose articles with completeness, accuracy, and adherence to the specified format of the journal.
2. Ensure that the submitted work is original and has not been previously published or is under consideration for publication elsewhere (in any language).
3. Properly cite and reference the works of others if incorporated into the submitted article, providing accurate citations in the reference section.
4. Articles related to human research must undergo ethical review by an institutional review board (if applicable), with evidence of approval submitted along with the manuscript.
5. Certify that all information in the article does not infringe on copyrights or intellectual property rights.
6. Acknowledge that once an article is published, the journal holds copyright. Unauthorized reproduction, in whole or in part, is strictly prohibited unless expressly authorized by the editorial board of the journal.
7. Authors are required to revise their manuscripts thoroughly in accordance with the reviewers' recommendations to ensure academic quality and standards. Failure to revise the manuscript as advised may result in rejection of the submission. However, authors may provide academic justifications for any suggested revisions they choose not to implement. The editor will review such justifications, and the editor's decision shall be final.
8. If there is a complaint regarding a violation of research ethics or publication ethics and the editorial team has considered and determined that a violation indeed occurred, the author must withdraw the article.

Roles and Responsibilities of Editors:

1. Assemble an editorial board comprising experts in the journal's specified field, disclosing their accurate affiliations on the journal's website.
2. Provide correct contact information for the journal on its website.
3. Furnish authors and peer reviewers with information regarding the manuscript submission process, including any necessary fees, in a clear manner.
4. Select, filter, and assess the quality of articles for publication based on their alignment with the journal's objectives and scope.
5. Maintain confidentiality regarding authors' and peer reviewers' information.
6. Only publish articles that have undergone a thorough peer-review process.
7. Verify and reject articles previously published elsewhere.
8. Make decisions without personal bias and with proper justification.
9. Avoid conflicts of interest that may compromise the interests of authors, peer reviewers, and the editorial board.
10. Scrutinize academic works for plagiarism rigorously, halting the evaluation process and informing the primary author in case of detected plagiarism.

11. Validate the completeness and accuracy of articles published in the journal, including providing explanations for corrections and withdrawals when necessary.
12. Ensure that published articles adhere to legal and intellectual property regulations.
13. Verify the confidentiality, fairness, lack of bias, and adherence to specified timelines in the journal's article evaluation process.
14. Manage the publication of journals in accordance with the predetermined schedule.
15. Address and rectify issues promptly when ethical violations occur in the published articles, ensuring proper and fair resolution.

Roles and Responsibilities of Peer Reviewers:

1. Maintain confidentiality and refrain from disclosing the manuscript's information to unrelated parties during the review process.
2. Decline to review a manuscript if there is a potential conflict of interest, such as being a collaborator on the project, a specialist involved in tool validation, or for other reasons that might impede the provision of unbiased recommendations.
3. Assess manuscripts within the reviewer's expertise by considering content relevance, data analysis quality, and work intensity.
4. Evaluate manuscripts based on academic principles, impartiality, lack of bias, and adherence to specified deadlines.
5. Promptly notify the editorial board if any part of the article is suspected of similarity or duplication with other works.

Guidelines for Manuscript Submission to the Ganesha Journal

Ganesha Journal, a biannual publication of Chiang Mai Rajabhat University, releases two issues annually: Issue 1 (January to June) and Issue 2 (July to December). The journal aims to disseminate academic works in various disciplines, including language and linguistics, literature and literary theory, as well as societal development.

Contributions to the Ganesha Journal fall into two categories:

1. Research Articles: Original research conducted by the author.
2. Academic Articles: Presentation of analyzed and synthesized information from various sources, such as theories, concepts, and research findings. These articles should offer valuable perspectives or opinions and provide clear references.

The work under consideration for publication in the journal must not have been previously published in any other journal, ensuring that the publication of Ganesha Journal adheres to standardized criteria and maintains a consistent format. Considering this, the editorial board provides the following guidelines for manuscript submission to the journal:

Manuscript Preparation

1. Language: The manuscript can be submitted in Thai or English. Various components of the research or academic manuscript should adhere to the following recommendations. Language experts should review English-language manuscripts for accuracy.

2. Formatting: Use Microsoft Word to format A4-sized paper (8.27 x 11.7 inches). Set all margins at 1 inch and organize content in one column. Page numbers must be placed at the bottom center of each page.

3. Font Style: English and Thai manuscripts, utilize the TH Niramit AS font, adhering to the guidelines for submission of Thai manuscripts.

3.1 Title: 18 pt., bold

3.2 Authors' names: 14 pt., regular

3.3 Authors' affiliation and academic position (if applicable): 12 pt., regular

3.4 Main headings: 16 pt., bold

3.5 Subheadings: 14 pt., bold

3.6 Text content: 14 pt., regular

4. Length: Manuscripts should not exceed 15 pages, including tables, figures, and references.

5. Tables, Figures, Artworks, Graphs, and Charts: If these visual elements are small, integrate them into the text, organizing them into one column. The author should selectively include only essential visuals and arrange them in order to be consistent with the content. Place the table title at the top of the table, while the names of figures, artworks, graphs, and charts should be positioned below, accompanied by concise and meaningful descriptions.

6. Submission of the Original Manuscript: Submit the original manuscript in Microsoft Word format through the electronic journal management system (ThaiJo) at the following website: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/>

pikanasan. Additionally, include the manuscript submission form, the certification of publication form, and evidence of payment of the publication fee via email to phikanatesan@gmail.com. Send the hard copy of the manuscript submission form for publication and the certification of publication form with a signature via postal mail.

Article Types

1. Research Article: A research article is a scholarly work derived from an empirical study or what is commonly referred to as research. The content of the article reflects the procedural aspects of the study, presenting the steps undertaken in the investigation. The exposition of research findings may encompass partial or completed research works.

2. Academic Article: An academic article is a composition curated by the author through a thorough examination of literature, translated works, and insights drawn from personal experiences or transmitted from others. The primary objective is to disseminate knowledge, intellectual content, valuable opinions, and academically beneficial perspectives within various disciplines.

Components of the Article

1. Title: The title should be concise, precise, and related to the content, with all uppercase letters. It should be placed in the center of the page.

2. Authors and Co-authors: Full names in English, with uppercase initials. Do not include prefixes or academic titles. The names should be placed in the center of the page after the title. Multiple authors are numbered and listed after each name. For students, enter the name of the thesis advisor as a co-author.

3. Affiliation: Include the affiliations in order from the primary agency to the main agency after the authors' names. The academic position of the authors (if applicable) should be specified in the footnotes on the first page. For students, state the level of education, programme, area of specialization, and educational institution.

4. Abstract: The abstract should not exceed 500 words and be presented in one column.

5. Keywords: Give a list of no more than five keywords at the end of the abstract.

6. Main Texts

6.1 Research Article

6.1.1 Introduction: Present the background and importance of the research problem. Including a review of related literature, variables used in the study, and reasons for conducting the research.

6.1.2 Objectives: State the study's aims and the sought-after answers.

6.1.3 Hypothesis (if applicable): Present anticipated responses to the study's issues, specifying variable relationships.

6.1.4 Conceptual Framework: Present conceptual frameworks, theories, variables of interest for investigation, and the relationships between variables, in the form of diagrams.

6.1.5 Research Methodology: Outline a research plan encompassing various methods such as surveys, literature reviews, and experimentation.

6.1.6 Population: Provide a comprehensive description of the characteristics and size of the population under study, covering all relevant variables.

6.1.7 Sample: Articulate the criteria for determining the sample size or the method of sample selection.

6.1.8 Research Instrument: Detail the type of research instruments employed, the methodology for their development, experimentation (Try Out), and any subsequent refinements made to enhance the research instruments.

6.1.9 Data Collection: Delineate the steps involved in data collection and specify the duration of the data collection process (indicating the timeframe).

6.1.10 Data Analysis: This section provides an overview of the data analysis methodology employed, including the statistical techniques utilized in the data analysis process.

6.1.11 Results: Present the research findings through a clear and focused analysis or synthesis, aligned with the research objectives. Elaborate on the research outcomes primarily through descriptive narratives. In the case of numerous studied variables or numerical data, represent them graphically through tables, charts, and graphs, integrating them seamlessly into the content. Accompany these visual representations with concise and comprehensive explanations to convey the essence succinctly.

6.1.12 Conclusion: Summarize key points derived from the research.

6.1.13 Discussion: This section involves presenting reflections on how the research findings align or deviate from the stated objectives and research hypotheses. It elucidates the reasons behind such conformity or deviation, supported by theoretical underpinnings or relevant research literature.

6.1.14 Suggestion: This section aims to articulate the potential applications of the research results and identifies the benefits derived. Additionally, it provides recommendations for future researchers undertaking similar inquiries, guiding them on pertinent problem areas or variables to investigate to yield comprehensive research outcomes or conclusive summaries.

6.2 Academic Article

6.2.1 Introduction: Describe the article's significance before delving into the content.

6.2.2 Body: Present new phenomena or knowledge relevant to the current academic context. Establish causal relationships, cite various sources, and give reasons supported by academic evidence that comes from studying and researching, as well as the author's own experiences. This is done to make the information trustworthy and believable for the readers.

6.2.3 Conclusion: Summarize key points and emphasize the significance of the presented information.

7. References: Include only the documents cited in the article, formatted accurately and completely.

Document Citation

Citing documents is a crucial aspect of scholarly writing. The cited documents should not exceed 10 years, adhering to the American Psychological Association (APA) citation style. The citation should be formatted as follows:

In-text Citations:

Citations within the text serve as explicit references to the sources of information presented in the text. The author–date citation method is employed, wherein the author's name and the publication year are provided at the end of the text where the citation is needed i.e. (Treesopanakorn, 2019). The reference format is as follows:

1. Citations for Individuals

1.1 Citing 1–2 Authors

In cases where the author's name is an integral part of the text.

Phoosri and Treesopanakorn (2018)

Smith (2019)

In cases where the author's name is not an integral part of the text.

(Phoosri & Treesopanakorn, 2019).

(Smith, 2019).

1.2 Citing 3 or More Authors

For articles with three or more authors, use the first author's last name followed by "et al." and the publication year. This format is the same for both the first and subsequent references.

In cases where the author's name is an integral part of the text.

Treesopanakorn et al. (2019)

In cases where the author's name is not an integral part of the text.

(Johnson et al., 2019; Ortega et al., 2018; Peterson et al., 2019)

1.3 Citing Multiple Works

Multiple works should be cited in alphabetical order of the authors' surnames, separated by semicolons.

In cases where the author's name is an integral part of the text.

... Johnson et al. (2019), Ortega et al. (2018), and Peterson et al. (2019)

In cases where the author's name is not an integral part of the text.

(Johnson, 2019; Ortega et al., 2018; Peterson, 2019).

2. Citing Organizations

Reference organizations by their name as they appear.

In cases where the name of the organization is an integral part of the text and appears in the initial citation.

... Chiang Mai Rajabhat University (CMRU, 2019)

In cases where the name of the organization is an integral part of the text and appears in a subsequent citation.

... CMRU (2019)

In cases where the name of the organization is not an integral part of the text and appears in the initial citation.

(Chiang Mai Rajabhat University [CMRU], 2019)

In cases where the name of the organization is not an integral part of the text and appears in a subsequent citation.

(CMRU, 2019)

3. Citations from Interviews

In cases where the author's name is an integral part of the text and is identified.

...P. Simpson (personal communication, April 18, 2020)

In cases where the author's name is an integral part of the text and is anonymous.

...Student A (personal communication, April 18, 2020)

In cases where the author's name is not an integral part of the text and is identified.

(P. Simpson, personal communication, April 18, 2020)

In cases where the author's name is not an integral part of the text and is anonymous.

(Student A, personal communication, April 18, 2020)

4. Citing the Royal Thai Government Gazette

In cases where the name is an integral part of the text.

Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560 (2017)

In cases where the name is not an integral part of the text.

(Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560, 2017)

References

The references section compiles all cited works at the end of the document. Each entry is arranged alphabetically by the author's last name. Translate each reference entry into English, specifying the original language of the referenced document at the end of each reference entry (e.g., [In Thai], [In Chinese]). There are details as follows:

1. Books

Author. (Year of Publication). *Title of book* (Edition). Publisher.

Example:

Treesopanakorn, K. (2017). *Handball* (2nd ed.). Chiang Mai Rajabhat University.

Buchanan, D. A., & Huczynski, A. A. (2019). *Organizational behaviour* (3rd ed.). McGraw-Hill.

2. Online Books

Author. (Year of Publication). *Title of book* (Edition). Publisher. <https://doi.org/xxx> OR URL

Note: If a DOI is available, always use the DOI before the URL.

Example:

Smith, R. J. (2020). *Climate change and global policy*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108771234>

Mitchell, J. A. (2017). *Introduction to psychology* (5th ed.). Open University Press. <https://www.open.edu/openlearn/introduction-psychology>

Brown, T., & Green, A. (2019). *Educational technology: An introduction*. Routledge. <https://www.routledge.com/books/9781138572072>

3. Journals and Magazines

Author. (Year of Publication). Title of the article. *Title of Journal*, Volume(Issue), Page Range.

Example:

Sakulsriprasert, S. (2022). The psychometric properties of teacher attributions testing. *Journal of graduate research*, 13(2), 103–116.

Ryve, A., & Hemmi, K. (2019). Educational policy to improve mathematics instruction at scale: Conceptualizing contextual factors. *Educational Studies in Mathematics*, 102(3), 379–394.

4. Online Journals and Magazines

Author. (Year of Publication). Title of the article. *Title of Journal*, Volume(Issue), Page Range. <https://doi.org/xxx> OR URL

Note: If a DOI is available, always use the DOI before the URL.

Example:

Grady, J. S., Her, M., Moreno, G., Perez, C., & Yelinek, J. (2019). Emotions in storybooks: A comparison of storybooks that represent ethnic and racial groups in the United States. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(3), 207–217. <https://doi.org/10.1037/ppm0000185>

Mahavijit, P., Jantap, N., & Poosatt, P. (2025). Community-based learning: A learning design approach to enhance mathematical literacy. *Journal of Graduate Research*, 16(1), JGR-16-1-A01. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/banditvijai/article/view/269550>

2.5 Electronic Media

Author. (Year of Online Publication, Month Day). *Title/Article Title*. Website. <http://www.....>

Author. (Year of Online Publication). *Title/Article Title*. Website. <http://www.....>

Example:

Schaeffer, K. (2021, October 1). *What we know about online learning and the homework gap amid the pandemic*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/10/01/what-we-know-about-online-learning-and-the-homework-gap-amid-the-pandemic/>

2.6 Conference Proceedings

Author. (Year of Publication). Title of the article. In Editor (Eds.), *Name of Conference Proceedings* (pp. page number). Publisher. <https://doi.org/xxx> OR URL

Note: If a DOI is available, always use the DOI before the URL.

Example:

Aron, L., Botella, M., & Lubart, T. (2019). Culinary arts: Talent and their development. In R. F. Subotnik, P. Olszewski-Kubilius, & F. C. Worrell (Eds.), *The psychology of high performance: Developing human potential into domain-specific talent* (pp. 345–359). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>

2.7 Unpublished Thesis and Dissertation

Author. (Year of Publication). *Title of thesis* [Unpublished master's thesis]. Institution.

Author. (Year of Publication). *Title of thesis* [Unpublished doctoral dissertation]. Institution.

Example:

Katang, K. (2018). *The management of learning resources to support the philosophy of the sufficiency economy, Ban Mae Daet Noi School, Galyani Vadhana district, Chiang Mai province* [Unpublished master's thesis]. Chiang Mai Rajabhat University.

2.8 Published Thesis and Dissertation

Author. (Year of Publication). *Title of thesis* [Doctoral dissertation, Institution]. Website or Database. <https://doi.org/xxx> หรือ URL

Author. (Year of Publication). *Title of thesis* [Master's thesis, Institution]. Website or Database. <https://doi.org/xxx> หรือ URL

Note: If a DOI is available, always use the DOI before the URL.

Example:

Zambrano-Vazquez, L. (2016). *The interaction of state and trait worry on response monitoring in those with worry and obsessive-compulsive symptoms* [Doctoral dissertation, University of Arizona]. UA Campus Repository. <https://repository.arizona.edu/handle/10150/620615>

Charoensuk, P. (2021). *Developing a blended learning model to enhance critical thinking skills of Thai high school students* [Master's thesis, Chulalongkorn University]. Chulalongkorn University Theses Repository. <https://digital.library.chula.ac.th/thesis/1234>

2.9 Royal Thai Government Gazette

Title of Act or Title of Royal Decree. (Year, Month Day). Royal Thai Government Gazette. Volume Part Page.

Example:

Constitution Act

Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560. (2017, April 6). *Royal Gazette*. Vol. 134 Part 40 A pp. 1–127.

Royal Decree

Royal Decree on the Establishment of the Office of National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council B.E. 2562. (2019, May 1). *Royal Gazette*. Vol. 136 Part 69 A pp. 1–15.

Ministry of Public Health Notification

Notification of the Ministry of Public Health: Prescription of controlled substances under the Narcotics Act B.E. 2522 (2020, February 21). *Royal Gazette*. Vol. 137 Part 21 D pp. 1–4.

Examples of Formatting Tables, Diagrams, and Figures (Using a Single Column)

1. Table

Table 1 Chang in the Employment Rates of Young Black Men, by Age and Educational Status, 1992 – 2000

Age and Educational Status	Employment rate		Absolute change
	1992	2000	
Enrolled in school			
Ages 16 – 24	22.5	29.4	6.9
Ages 16 – 19	17.4	22.8	5.4
Ages 20 – 24	35.8	46.7	10.9
Not enrolled in School, age 20 – 24			
All Levels of Education	62.2	66.2	4.0
Less than High School Diploma	41.6	48.4	6.8
High School Diploma Only	64.2	66.7	2.5
Some College, no Bachelor's Degree	73.8	79.6	5.8
College Graduate	85.7	88.1	2.4

2. Picture, Figure, and Graph: Utilize a single-column format while ensuring clarity.

2.1 Picture

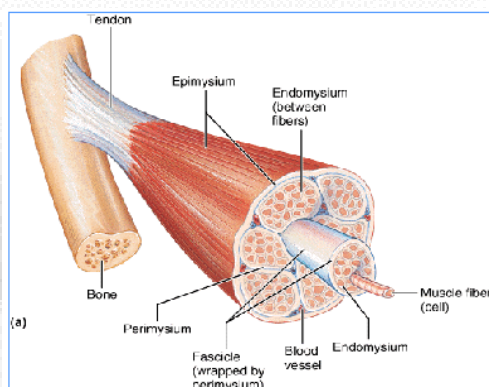


Figure 1 Muscle Coverings

(ตัวอย่างการจัดรูปแบบบทความวิจัย)

ชื่อบทความภาษาไทย

ARTICLE TITLE IN ENGLISH

ชื่อ สกุลผู้แต่งคนแรก^{1*}, ชื่อ สกุลผู้แต่งคนที่² และ ชื่อ สกุลผู้แต่งคนที่³

Name Last name^{1*}, Name Last name² and Name Last name³

1, 2, 3สังกัด, เลขที่ ถนน ตำบล อำเภอ จังหวัด รหัสไปรษณีย์ ประเทศ

1, 2, 3Affiliation, No. Road, Sub-district, District, Province, Postal code Country

*Corresponding author E-mail: ระบุอีเมลของผู้ติดต่อหลักตรงนี้

(Received:; Revised:; Accepted:)

บทคัดย่อ

บทคัดย่อภาษาไทย ให้ระบุถึงความสำคัญโดยย่อของงานวิจัย ครอบคลุมปัญหา วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย วิธีการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือ อุปกรณ์ การวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัย โดยสังเขป บทคัดย่อเขียนเป็นภาษาไทย ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์ โดยมีเนื้อหารวมกันแล้ว ไม่เกิน 500 คำ

คำสำคัญ: คำที่ 1, คำที่ 2, คำที่ 3, คำที่ 4, คำที่ 5 ความยาวไม่เกิน 5 คำ ใช้คอมม่าคั่นระหว่างคำสำคัญแต่ละคำ

ABSTRACT

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ให้ระบุถึงความสำคัญโดยย่อของงานวิจัย ครอบคลุมปัญหา วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย วิธีการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือ อุปกรณ์ การวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัยโดยสังเขป บทคัดย่อเขียนเป็นภาษาไทย ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์ โดยมีเนื้อหารวมกันแล้ว ไม่เกิน 500 คำ

KEYWORDS: คำที่ 1, คำที่ 2, คำที่ 3, คำที่ 4, คำที่ 5 ความยาวไม่เกิน 5 คำ ใช้คอมม่าคั่นระหว่างคำสำคัญแต่ละคำ

บทนำ

บทนำ (Introduction) นำเสนอภูมิหลังความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเหตุผลของการทำวิจัย โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์ พร้อมทั้งอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลให้ถูกต้องและน่าเชื่อถือ

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์

³ รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

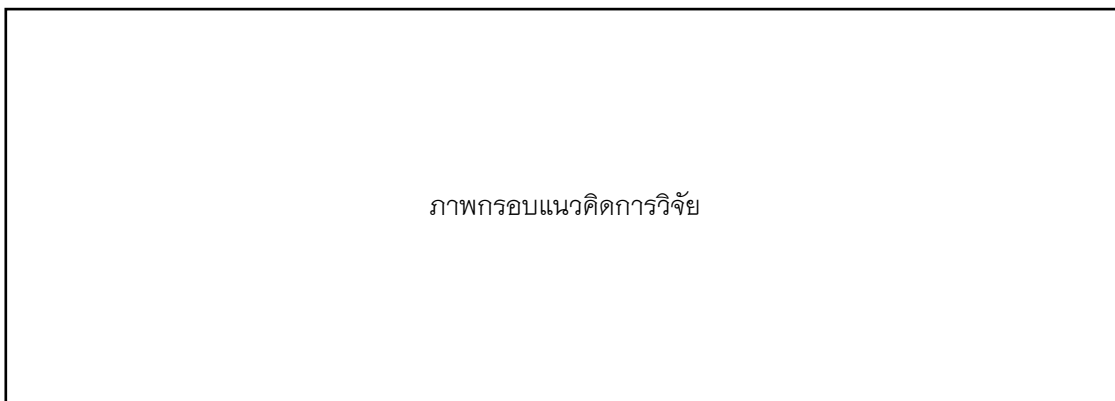
วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives) นำเสนอจุดมุ่งหมายที่ต้องการศึกษาค้นคว้าแสวงหาคำตอบในการวิจัย โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

สมมุติฐานการวิจัย (ถ้ามี)

สมมุติฐานการวิจัย (Hypothesis) (ถ้ามี) เป็นการนำเสนอคำตอบที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าอย่างสมเหตุสมผลต่อปัญหาที่ศึกษา ระบุความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) นำเสนอแนวคิด ทฤษฎี ตัวแปรที่ต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ในลักษณะของแผนภาพ หรือคำอธิบายที่เข้าใจง่าย พร้อมอ้างอิงที่มาของแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์ (ด้านล่างเป็นภาพตัวอย่าง)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) นำเสนอแบบแผนการวิจัย เช่น การสำรวจ ศึกษาเอกสาร การทดลอง เป็นต้น โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

ประชากร

ประชากร (Population) นำเสนอคุณลักษณะและจำนวนให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) นำเสนอหลักเกณฑ์การกำหนด จำนวนตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย (Research Instrument) นำเสนอชนิดของเครื่องมือ วิธีการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือการทดลองใช้ (Try Out) และการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัย โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) นำเสนอขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลและระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล (ระบุช่วงเวลา)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) นำเสนอวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย (Results) นำเสนอรายงานผลการวิจัยจากการวิเคราะห์หรือสังเคราะห์ในการวิจัยอย่างชัดเจน และตรงประเด็น โดยยึดแนวทางตามวัตถุประสงค์การวิจัย ควรอธิบายผลการวิจัยด้วยคำบรรยายเป็นหลัก ถ้ามีตัวแปรที่ศึกษาหรือตัวเลขมากให้นำเสนอเป็นรูปภาพตาราง แผนภูมิ และกราฟ แทรกในเนื้อหาพร้อมอธิบายผลการวิจัย ให้ได้สาระครบถ้วนอย่างสั้น ๆ กระชับ โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย (Conclusion) เป็นการสรุปเฉพาะประเด็นสำคัญที่เกิดจากการทำวิจัย โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

การอภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัย (Discussion) เป็นการนำเสนอความเห็นว่าการวิจัยสอดคล้องหรือแตกต่างจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง อภิปรายจุดเด่นของข้อค้นพบ ความพิเศษเฉพาะของผลการวิจัย เป็นเพราะเหตุผลใด มีหลักฐานทางทฤษฎีหรือผลงานวิจัยอะไรที่มาสสนับสนุน โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัย ไปใช้ (Suggestion) นำเสนอให้เห็นว่าสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป เป็นข้อเสนอแนะให้ผู้ที่ทำวิจัยครั้งต่อไปในลักษณะเดียวกันทราบว่าควร จะศึกษาในประเด็นปัญหาหรือตัวแปรอะไร จึงจะทำให้ได้ผลการวิจัยหรือข้อสรุปที่สมบูรณ์ โดยใช้ตัวอักษร TH Niramit AS ขนาด 14 พอยต์

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ (Novel Knowledge) ให้ระบุองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย วิเคราะห์ สังเคราะห์

บทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์

กรณีที่มีผู้นิพนธ์มากกว่า 1 คน ให้ระบุบทบาทหน้าที่ของผู้นิพนธ์แต่ละคน (ดูรายการบทบาทหน้าที่ในหน้าเว็บไซต์ของวารสาร)

เอกสารอ้างอิง (APA7th ดูตัวอย่างการเขียนในหน้าเว็บไซต์ของวารสาร)

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ (ครั้งที่พิมพ์). สำนักพิมพ์.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ (ครั้งที่พิมพ์). สำนักพิมพ์. <https://doi.org/xxx> หรือ URL

ชื่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า – หน้า.

ชื่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า – หน้า. <https://doi.org/xxx> หรือ URL

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่เผยแพร่, เดือน วัน). ชื่อเรื่อง/ชื่อบทความ. ชื่อเว็บไซต์. <http://www>

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่เผยแพร่). ชื่อเรื่อง/ชื่อบทความ. ชื่อเว็บไซต์. <http://www>

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ใน ชื่อบรรณาธิการ (Eds.), ชื่อเอกสารรวมเรื่องรายงานการประชุม (pp. เลขหน้า–เลขหน้า). สำนักพิมพ์. <https://doi.org/xxx> หรือ URL

ชื่อผู้นิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ [Unpublished master's thesis]. สถาบันการศึกษา.

ชื่อผู้นิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ [Unpublished doctoral dissertation]. สถาบันการศึกษา.

ชื่อผู้นิพนธ์. (ปีที่เผยแพร่). ชื่อวิทยานิพนธ์ [Doctoral dissertation, สถาบันการศึกษา]. ชื่อเว็บไซต์หรือชื่อฐานข้อมูล. <https://doi.org/xxx> หรือ URL

ชื่อผู้นิพนธ์. (ปีที่เผยแพร่). ชื่อวิทยานิพนธ์ [Master's thesis, สถาบันการศึกษา]. ชื่อเว็บไซต์หรือชื่อฐานข้อมูล. <https://doi.org/xxx> หรือ URL

ชื่อกฎหมายหรือชื่อพระราชบัญญัติ. (ปีที่พิมพ์, เดือน วัน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม เลขเล่ม ตอนที่ เลขตอน หน้าเลขหน้า.

แบบนำเสนอ ☐ บทความวิชาการ ☐ บทความวิจัย

เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารพินเนศวรสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
วันที่ส่งบทความ.....

ชื่อ-สกุล ผู้นิพนธ์บทความ (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ)

ตำแหน่งทางวิชาการ ☐ ศ. ☐ รศ. ☐ ผศ. สถานะผู้นิพนธ์บทความ ☐ อาจารย์ ☐ นักวิจัย ☐ นักศึกษา (ป.เอก/ป.โท)

สถานที่ติดต่อได้สะดวก..... ตำบล.....

อำเภอ..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์.....

โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ..... E-mail.....

ชื่อเรื่องภาษาไทย

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ

ชื่อผู้นิพนธ์ร่วม 1 (ถ้ามี) ภาษาไทย..... ภาษาอังกฤษ.....

ตำแหน่งทางวิชาการ.....สังกัด.....

หมายเลขโทรศัพท์.....อีเมล์.....

ชื่อผู้นิพนธ์ร่วม 2 (ถ้ามี) ภาษาไทย..... ภาษาอังกฤษ.....

ตำแหน่งทางวิชาการ.....สังกัด.....

หมายเลขโทรศัพท์.....อีเมล์.....

ชื่อผู้นิพนธ์ร่วม 3 (ถ้ามี) ภาษาไทย..... ภาษาอังกฤษ.....

ตำแหน่งทางวิชาการ.....สังกัด.....

หมายเลขโทรศัพท์.....อีเมล์.....

ชื่อผู้นิพนธ์ร่วม 4 (ถ้ามี) ภาษาไทย..... ภาษาอังกฤษ.....

ตำแหน่งทางวิชาการ.....สังกัด.....

หมายเลขโทรศัพท์.....อีเมล์.....

คำรับรองของผู้นิพนธ์

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยเผยแพร่หรืออยู่ในระหว่างการพิจารณาลั่นกรองในวารสารหรือ
สิ่งตีพิมพ์อื่น

ลงชื่อ.....ผู้นิพนธ์บทความ

(.....)

คำรับรองของอาจารย์ที่ปรึกษา (กรณีผู้นิพนธ์บทความเป็นนักศึกษา)

ข้าพเจ้าได้พิจารณาลั่นกรองและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนามาบทความ และนักศึกษาได้แก้ไขตาม
ข้อเสนอแนะดังกล่าวแล้ว ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความของนักศึกษามีคุณภาพและสามารถนำไปเผยแพร่ใน
วารสารหรือสิ่งตีพิมพ์ทางวิชาการได้

ลงชื่อ.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(.....)



หนังสือรับรองก่อนการตีพิมพ์บทความในวารสารพิษเนศวรสาร
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เรียน บรรณาธิการวารสารพิษเนศวรสาร

ตามที่ข้าพเจ้า.....
ได้ส่งบทความเรื่อง.....
.....
.....

เพื่อตีพิมพ์ในวารสารพิษเนศวรสารและกองบรรณาธิการได้รับพิจารณาบทความของข้าพเจ้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ทั้งนี้ ข้าพเจ้าและผู้นิพนธ์ร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่า บทความที่เสนอมานี้ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์หรือ
ไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือแหล่งตีพิมพ์อื่นใด หรือได้รับการตอบรับให้ตีพิมพ์
ในวารสารฉบับอื่น

ข้าพเจ้าและผู้นิพนธ์ร่วม ยอมรับนโยบายการพิจารณาตีพิมพ์ผลงานของวารสารพิษเนศวรสาร
ทั้งยินยอมให้กองบรรณาธิการมีสิทธิพิจารณาและตรวจแก้ต้นฉบับได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์
บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ หากมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับ
ภาพ แผนภูมิ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง และ/หรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ข้าพเจ้าและผู้นิพนธ์ร่วม ยินยอม
รับผิดชอบแต่เพียงฝ่ายเดียว

หากกองบรรณาธิการวารสารพิษเนศวรสารตรวจพบว่าการรับรองดังกล่าวไม่เป็นความจริง รวมทั้ง
หากข้าพเจ้าไม่ปฏิบัติตามนโยบายการพิจารณาตีพิมพ์ผลงานของวารสารพิษเนศวรสาร กองบรรณาธิการ มีสิทธิ์ยกเลิก
บทความของข้าพเจ้าออกจากวารสารพิษเนศวรสารได้ทันทีโดยไม่ต้องแจ้งให้ข้าพเจ้าทราบล่วงหน้า และข้าพเจ้า
ขอรับรองและยินยอมปฏิบัติตามข้อตกลงดังกล่าวข้างต้น พร้อมทั้งลงนามรับรองไว้ที่ข้างท้ายของหนังสือรับรองฉบับนี้

ลงนามผู้นิพนธ์หลัก (คนที่ 1)	ลงนามผู้นิพนธ์ร่วม (คนที่ 2)
.....	
(.....)	(.....)
...../...../.....	/...../.....
ลงนามผู้นิพนธ์หลัก (คนที่ 3)	ลงนามผู้นิพนธ์ร่วม (คนที่ 4)
.....	
(.....)	(.....)
...../...../.....	/...../.....

หมายเหตุ: ให้ผู้นิพนธ์หลักและผู้นิพนธ์ร่วมลงนามให้ครบทุกท่าน หากมีผู้นิพนธ์มากกว่า 4 ท่าน สามารถเพิ่มเติมรายชื่อผู้ลงนามข้าง
ท้ายได้ตามจำนวนผู้นิพนธ์บทความทั้งหมด

การเผยแพร่

พินเนศวรสารมีกำหนดออกเป็นราย 6 เดือน (2 ฉบับ/ปี) ดังนี้

ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน)

ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม)

วารสารออนไลน์ <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan>

ออกแบบ/พิมพ์ที่

เจริญพรินท์เอ็กซ์เพรส

83/1 หมู่ 14 ตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

โทรศัพท์ 088 291 1758

พินเนศวรสาร

วารสารสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

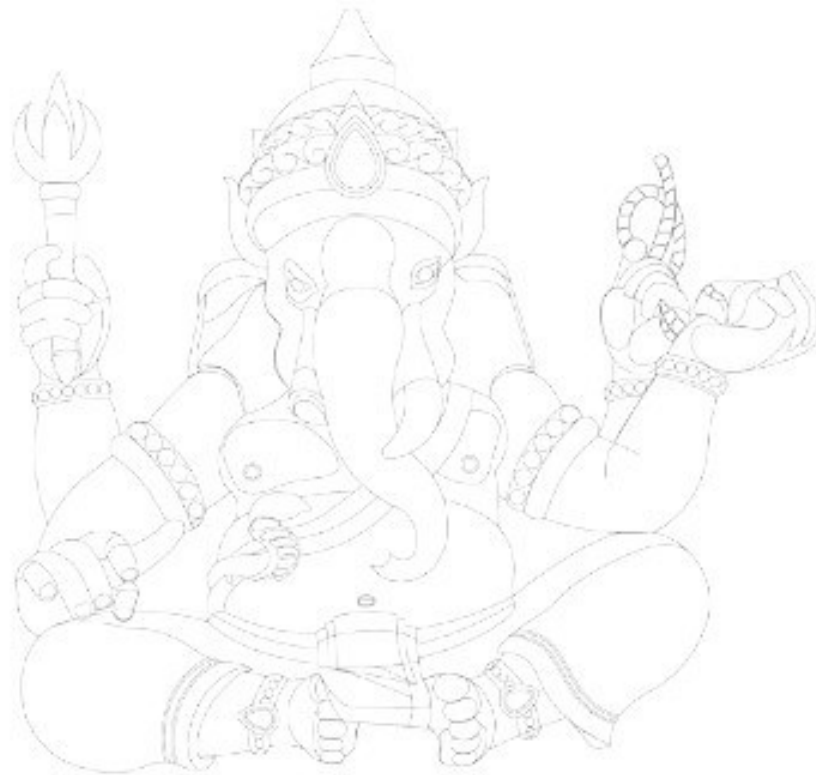
ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2569



ISSN 1686-7467 (Print)

ISSN 2651-141X (Online)

GANESHA JOURNAL



พิมพ์นิตยสาร

Vol. 22 No. 1 January - June 2026



มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
Chiang Mai Rajabhat University

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 202 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300