



องค์ประกอบของการสื่อสารและการสะท้อนอัตลักษณ์ ผ่านกลวิธีทางภาษาของ “ยูทูบเบอร์ชอยซอน” ในบริบทสังคมข้ามวัฒนธรรมผ่านเรื่องเล่าของสะใภ้เกาหลี*

Received: 10 April 2025

Revised: 4 June 2025

Accepted: 23 August 2025

กฤตยา ณ หนองคาย**
ธนาพร เสรีชัยกุล***
ธรรมาวัฒน์ พัฒนาสุทินนท์****

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ชอยซอน จากข้อมูลคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการทำอาหารในช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-30 มิถุนายน พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลา 6 เดือน รวมจำนวน 24 คลิปวิดีโอ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบ การสื่อสารที่มีบทบาทต่อการนำเสนออัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ชอยซอน ได้แก่ ฉาก (S) คือ ประเทศเกาหลีและแพลตฟอร์มยูทูบที่ใช้เป็นพื้นที่สื่อสาร ผู้ร่วมเหตุการณ์ (P) คือ ยูทูบเบอร์ในฐานะผู้ส่งสารที่มีเป้าหมาย (E) เพื่อถ่ายทอดวิถีชีวิตและการประกอบอาหาร โดยใช้ลำดับวัจนกรรม (A) ที่เน้นการบอกเล่าและแนะนำวิธีการทำอาหาร ด้วยเครื่องมือ (I) ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และภาษาที่เป็นกันเอง สลับไปมาระหว่างภาษาไทยมาตรฐาน ภาษาอีสาน และภาษาเกาหลี ส่วนบรรทัดฐานการตีความ (N) สะท้อนให้เห็นว่ายูทูบเบอร์เป็นผู้ควบคุมเนื้อหาและประเด็นในการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสารข้างต้นมีส่วนช่วยประกอบสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ยูทูบเบอร์ชอยซอน จำนวน 4 อัตลักษณ์ ได้แก่ อัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” “สะใภ้เกาหลี” “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” และ “ยูทูบเบอร์” ผ่านการใช้กลวิธีทางภาษา 7 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำศัพท์ การใช้สำเนียงภาษาไทยถิ่นอีสาน การใช้วัจนกรรม อุปลักษณ์

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

กลวิธีทางภาษา;
อัตลักษณ์;
ความเป็นไทย;
วัฒนธรรมแบบลูกผสม;
บริบทสังคมข้ามวัฒนธรรม

* บทความนี้ได้รับทุนสนับสนุนโครงการวิจัยและสร้างสรรค์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2566

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาวรรณคดี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: kritaya.nn@gmail.com

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**** อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: thammawat.p@ku.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

การเล่าเรื่อง การเปรียบเทียบและเปรียบเทียบและมูลบท ทั้งนี้ อัตลักษณ์ของยูทูปเบอร์ซอฮยอนที่พบสะท้อนให้เห็น ทั้งรากวัฒนธรรมไทย ถิ่นกำเนิดและการปรับตัวผสมผสานกับสังคมเกาหลีได้อย่างกลมกลืน ก่อให้เกิด เป็นวัฒนธรรมแบบลูกผสมผ่านการใช้ภาษาไทยและภาษาถิ่น การพาครอบครัวชาวเกาหลี “ข้ามชาติ” มาสัมผัสกับ “วัฒนธรรมไทย-วัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน” หรือการแสดงตัวตนแบบผู้หญิงไทย-ผู้หญิงอีสานตามจารีตผ่านการทำอาหาร และการดูแลครอบครัว ทั้งนี้การประพุดิตินเป็น “ลูกสะใภ้แบบไทย” ผู้โดดเด่นด้วยการทำอาหารไทย ยังเป็น เครื่องมือสำคัญในการต่อรองพื้นที่ในครอบครัวสามีและสร้างตัวตนของเธอในบริบทออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**Elements of Communication and Identity Reflection
through Linguistics Strategies of “YouTuber Seohyun”
in a Cross-Cultural Social Context
in the Story of Korean Daughter-in-law^{*}**

Received: 10 April 2025

Revised: 4 June 2025

Accepted: 23 August 2025

Krittaya Na Nongkhai^{**}Thanwaporn Sereechaikul^{***}Thammawat Phatthanasutinon^{****}

This article aims to analyze the communicative components of the YouTube channel “Korea Daughter-in-law by korea” through the lens of the ethnography of communication, and to analyze the relationship between linguistic strategies and the identity of the YouTuber Seohyun. The data consist of 24 video clips related to cooking, published on the “Korea Daughter-in-law by korea” YouTube channel between January 1 and June 30, 2023—a six-month period. The findings reveal that key communicative components contributing to identity construction include Setting (S)—South Korea and the YouTube platform as the communication space; Participants (P)—the YouTuber as the message sender; and Ends (E)—to convey lifestyle and culinary practices. The Act Sequence (A) emphasizes storytelling and cooking instructions. The Instrumentalities (I) comprise the internet and informal language alternating between Standard Thai, the Isan dialect, and Korean. The Norms (N) reflect the YouTuber’s control over content and topics. These communicative components contribute to constructing four identities for Seohyun: (1) a “Northeastern Thai (Isan) woman,” (2) a “Korean daughter-in-law,” (3) a “skilled cook,” and (4) a “YouTuber.”

Research Article**Abstract****Keywords**

linguistic strategies;
identity;
Thainess;
cultural hybridity
cross-cultural social
context

^{*} This article is supported by the Research and Creative Project Grant of the Faculty of Humanities, Kasetsart University, Fiscal Year 2023

^{**} Assistant Professor, Department of Literature, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: krittaya.nn@gmail.com

^{***} Assistant Professor, Department of Thai Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University

^{****} Lecturer, Department of Thai Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: thammawat.p@ku.th (corresponding author)

These identities are built through seven linguistic strategies: lexical choice, use of the Isan accent, speech acts, metaphors, storytelling, simile and contrast, and presupposition. Seohyun's identity illustrates both her Thai cultural roots and her smooth adaptation to Korean society, creating a hybrid culture by using Thai and regional dialects, introducing her Korean family to Thai and Isan culture, or embodying the traditional role of a Thai-Isan woman through cooking and family care. Her practice of being a "Thai daughter-in-law" who excels in cooking Thai food becomes a key strategy for negotiating her role within her husband's family and asserting her identity effectively in the online context.

1. บทนำ

สังคมปัจจุบันมีลักษณะเป็นโลกไร้พรมแดน (World Without Borders) เป็นผลมาจากโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศมีบทบาทในการหลอมรวมประชาคมโลกให้สามารถรับรู้และติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันได้เสรี (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556; National Geographic, 2022) ในบริบทสังคมข้ามวัฒนธรรมทำให้ผู้คนทั่วโลกสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและเดินทางไปมาหาสู่กันได้อย่างอิสระ (ไพฑูริย์ สินลารัตน์ และคณะ, 2565) โลกไร้พรมแดนนี้เปลี่ยนแปลงสังคมมนุษย์ในระดับต่างๆ สิ่งที่เห็นได้ชัดเจนประการหนึ่ง คือ การโยกย้ายถิ่นฐานจากความนิยมในการสมรสกับชาวต่างชาติ จากข้อมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พบว่าจำนวนหญิงไทยที่จดทะเบียนสมรสกับชายชาวต่างชาติ ตั้งแต่ พ.ศ. 2555-2565 มีจำนวน 95,351 คน (กรมการปกครอง, ม.ป.ป.) จึงเห็นได้ว่าความนิยมของหญิงไทยที่ทำการสมรสกับชายชาวต่างชาติในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาเป็นจำนวนมาก

ทั้งนี้ หญิงไทยรายหนึ่งที่สมรสกับชาวต่างชาติและมีชื่อเสียงรู้จักอย่างกว้างขวาง คือ “ซอฮยอน” ซึ่งแต่งงานกับชายชาวเกาหลีใต้และได้นำเสนอวิถีชีวิตของครอบครัวชาวเกาหลีใต้ผ่านรายการยูทูบช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” โดย “ซอฮยอน” เป็นชาวจังหวัดหนองคาย ได้สมรสและย้ายไปอยู่กับครอบครัวสามี ณ จังหวัดตาดจินในประเทศเกาหลีใต้ “ซอ” เป็นชื่อที่แม่สามีตั้งให้ได้ทำหน้าที่ลูกสะใภ้ด้วยการทำหน้าที่ปลูกผัก ทำอาหาร ตลอดจนช่วยเหลือกิจการร้านอาหารของครอบครัว อย่างไรก็ตาม ใน พ.ศ. 2562 เธอได้เริ่มถ่ายคลิปวิดีโอแนะนำเสนอชีวิตครอบครัวผ่านทางเว็บไซต์ยูทูบจนมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก (ข้อมูล ณ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2568 มีผู้ติดตามจำนวน 2.59 ล้านคน) ด้วยเนื้อหาของคลิปวิดีโอที่นำเสนอความเป็นอยู่ของครอบครัวตนเองด้วยความเรียบง่าย รวมถึงนำเสนอความเป็นไทยด้วยการทำอาหารไทยขึ้นร่วมโต๊ะกับอาหารเกาหลีให้ครอบครัวได้รับประทาน (ไทยรัฐ, 2562; Urban's Pick, 2564) คลิปวิดีโอในช่องยูทูบดังกล่าวมีทั้งส่วนที่เป็นเสียงพูดของยูทูบเบอร์เอง รวมถึงคำบรรยายใต้ภาพ ทั้งนี้ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าคลิปวิดีโอในช่องยูทูบดังกล่าวมีส่วนนำเสนออัตลักษณ์ต่างๆ ของยูทูบเบอร์ซอฮยอนผ่านกิจกรรมหลักคือการทำอาหาร เช่น

(ตัวอย่าง 1)

น้ำจิ้มสูตรนี้คะซอเคยทำครั้งนึงแล้วคะในคลิปงานวันเกิดของพ่อปูคะคะ แต่ว่าวันนี้ ขอเอามาทำในคลิปนี้อีกครั้งนึงคะคะ (สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 726)

(ตัวอย่าง 2)

สวนของซอคะคะมีผักหลากหลายชนิดมากเลยคะทุกคน แต่ปีนี้ซอปลูกแบบว่าอย่างละนิดอย่างละหน่อยคะคะ อย่างที่ซอบอกกับทุกคนคะคะว่าปีนี้ซอจะปลูกผักชนิดเดียวคะคะ แต่ผักประมาณ 30 ชนิดคะทุกคน ก็เอาไว้แบ่งญาติๆ กินแล้วก็เอาไว้ทำอาหารกินเอง (สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 769)

ตัวอย่างข้างต้นมีข้อสังเกตที่น่าสนใจ ในตัวอย่าง 1 เป็นสถานการณ์ที่ยูทูบเบอร์กำลังประกอบอาหาร อย่างไรก็ตาม พบการใช้คำว่า “พ่อปู” ซึ่งเป็นภาษาไทยถิ่นอีสานเพื่อเรียกพ่อของสามีแทนที่จะเรียกด้วยภาษาเกาหลี อีกทั้งเห็นได้ว่าการใช้วัจนกรรมบอกเล่าเพื่อเล่าเหตุการณ์ให้ผู้รับสารทราบ ส่วนตัวอย่าง 2 พบการใช้คำกริยาแสดงกิริยาอาการว่าผู้หญิงมีหน้าที่ต้องทำอะไรบ้าง นอกจากนี้จะเห็นได้ว่ายูทูบเบอร์ใช้การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเหตุการณ์ไปยังผู้รับสาร

จากการทบทวนงานวิจัยที่ศึกษาอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ชอฮยอน พบงานวิจัยของเปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว (2565) เรื่อง *การสื่อสารเนื้อหาของยูทูบเบอร์หญิงไทย: กรณีศึกษาสะใภ้ไทย ในต่างแดน* โดยช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” เป็นขอบเขตหนึ่งของงานวิจัยดังกล่าวแต่เป็นงานวิจัยตามแนวทฤษฎีศาสตร์ ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาอัตลักษณ์ตามแนวภาษาศาสตร์ แม้ว่าจะมีงานวิจัยที่ศึกษาตามแนวทางนี้จำนวนหนึ่งแล้ว อาทิ ชีระ บุษนุกแก้ว (2553) เรื่อง *กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่ม “เกย์ออนไลน์”* หรือ ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ (2558) เรื่อง *ภาษากับอัตลักษณ์เมียฝรั่งในวาทกรรมสาธารณะ* แต่ยังไม่มียงานวิจัยใดที่ศึกษาด้วยกลุ่มข้อมูลยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” ด้วยเหตุที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารตามแนวทางชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารของไฮม์ส์ (Hymes, 1974) ซึ่งน่าจะช่วยให้เห็นองค์ประกอบการสื่อสารที่เกิดขึ้นว่ามีองค์ประกอบอย่างไรบ้างและองค์ประกอบการสื่อสารที่เกิดขึ้นสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ชอฮยอนที่นำเสนอผ่านกลวิธีทางภาษาอย่างไรบ้าง

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสาร
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ชอฮยอน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลคลิปวิดีโอในช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” ทั้งนี้ คลิปวิดีโอในช่องดังกล่าวมีลักษณะคล้ายกันทุกๆ คลิป คือ การนำเสนอวิถีชีวิตและการทำอาหารขณะอาศัยอยู่กับครอบครัวในประเทศเกาหลี อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-30 มิถุนายน พ.ศ. 2566 (EP. 725-774) รวมระยะเวลา 6 เดือน เนื่องจากมีบางช่วงเวลาที่ยูทูบเบอร์รายนี้เดินทางกลับมาเยี่ยมครอบครัวที่ประเทศไทย ซึ่งน่าจะทำให้เห็นการผสมผสานทางวัฒนธรรม ตลอดจนการใช้ภาษาเพื่อสื่อให้เห็นอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์รายนี้มากพอสมควร ทั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเฉพาะคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำอาหารเท่านั้นรวมจำนวน 24 คลิปวิดีโอ จากนั้นจึงถ่ายทอดบทสนทนา วิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสาร กลวิธีทางภาษาในการสื่ออัตลักษณ์ เสร็จแล้วจึงนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์สรุปและอภิปรายผลตามลำดับ

4. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1.1 แนวคิดชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสาร (Ethnography of Communication)

แนวคิดชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารเป็นการศึกษา “ภาษาในบริบทการใช้” ซึ่งมีรูปแบบเฉพาะในแต่ละสังคม ไฮเมส (Hymes, 1974) ได้เสนอแนวคิดนี้โดยมีหลักการสำคัญคือการศึกษาคำพูดและการตีความของผู้ใช้ภาษาในสังคมต่างๆ วิธีการศึกษากระทำได้โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมในเหตุการณ์การสื่อสารต่างๆ โดยมีองค์ประกอบการสื่อสารทั้งหมด 8 องค์ประกอบ เรียกโดยย่อว่า SPEAKING มีรายละเอียดดังนี้

1. S-Setting/Scene คือ เวลาและสถานที่ หมายถึงสภาวะแวดล้อมที่เกิดเหตุการณ์การสื่อสาร ขณะที่ “ฉาก” จะมีความเป็นนามธรรมมากกว่า

2. P-Participants หมายถึงผู้ร่วมเหตุการณ์การสื่อสาร ได้แก่ ผู้พูด ผู้ฟังและผู้ร่วมเหตุการณ์การสื่อสาร

3. E-Ends หมายถึงจุดมุ่งหมายของเหตุการณ์การสื่อสาร

4. A-Act Sequences หมายถึงการลำดับกิจกรรม คือ รูปแบบของคำพูดที่มีการใช้อย่างไร เรียงลำดับอย่างไร ขณะที่เนื้อหาของคำพูดหมายถึงเนื้อเรื่องที่ผู้พูดได้กล่าวออกมาในขณะที่มีการสื่อสาร

5. K-Keys หมายถึงน้ำเสียง ท่าทาง หรืออารมณ์ที่ใช้ขณะที่มีการสื่อสาร เช่น จริงจัง ขบขัน

6. I-Instrumentalities หมายถึงรูปแบบการสื่อสาร โดยแบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร และภาษาที่ผู้พูดใช้ในการสื่อสาร

7. N-Norms of Interaction and Interpretation บรรทัดฐานการปฏิสัมพันธ์ หมายถึงปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ใช้ในการสื่อสาร ขณะที่บรรทัดฐานการตีความ คือ การที่ผู้ร่วมเหตุการณ์สามารถตีความสารที่สื่อออกมาโดยแตกต่างกันในแต่ละสังคมวัฒนธรรม

8. G-Genre หมายถึงประเภทของข้อความที่ใช้สื่อสาร เช่น บทประพันธ์ เรื่องเล่า ตำนาน ฯลฯ

ผู้วิจัยนำแนวคิดชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารมาวิเคราะห์บริบทการสื่อสารที่เกิดขึ้นในช่องโซเชียลมีเดียของ by Korean ว่ามีบริบทการสื่อสารอย่างไร ใครเป็นผู้ส่งและรับสาร วัตถุประสงค์ของการสื่อสารคืออะไร มีการใช้ภาษาและเครื่องมืออย่างไรและมีปฏิสัมพันธ์และการตีความอย่างไร ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์กับการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์รายนี้ต่อไป

4.1.2 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity) และอัตลักษณ์ในพื้นที่ข้ามชาติ (Transnational Identity)

เบนเวลล์และสโตค (Benwell & Stokoe, 2013) กล่าวว่าอัตลักษณ์เป็นกระจกสะท้อนตัวตน (Self) ขณะเดียวกันก็เป็นผลผลิตของสังคม (product of social) ที่สะท้อนออกมาด้วย ทั้งนี้ อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เป็นามธรรม เลื่อนไหลไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ สอดคล้องกับนิยามว่าอัตลักษณ์ คือ ความเข้าใจว่า “เราคือใคร” และ “ผู้อื่นเป็นใคร” รวมถึงความเข้าใจที่ผู้อื่นมีต่อตนเองและตัวเราด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้น อัตลักษณ์จึงเกี่ยวกับการต่อรองความหมายของตัวตนกับกระบวนการที่มีลักษณะ “สหสัมพันธ์” (Intersubjective) ที่เกิดจากการต่อรองระหว่างบุคคลกับสังคม (Jenkins, 2008, p. 5; ศิริพร ภักดีผาสุข, 2561, น. 5) ในมุมมองทางภาษา ลาเบลล์ (Labelle, 2011, p. 174) กล่าวว่าภาษาที่ใช้สื่อสารสามารถนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองได้หลายลักษณะตามปัจจัยทางสังคมที่ดำรงอยู่ เช่น เพศสภาพ อายุ ชาติพันธุ์ ชนชั้นทางสังคม ศิริพร ภักดีผาสุข (2561, น. 35) ได้กล่าวถึง

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอัตลักษณ์ไว้ 4 ประเด็น ได้แก่ ภาษาเป็นป้ายฉลากระบุอัตลักษณ์ ภาษาเป็นดรรชนีบ่งชี้อัตลักษณ์ ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อและนำเสนออัตลักษณ์ในการปฏิสัมพันธ์และภาษาเป็นเครื่องมือในการนำเสนอภาพตัวตนและอุดมการณ์ชุดต่างๆ ผู้วิจัยเห็นว่าอัตลักษณ์ที่จะศึกษาในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาอัตลักษณ์บุคคลเพื่อให้นิยามความหมายแก่ตัวตนว่าตัวเองคือใคร จึงน่าสนใจศึกษาว่ายูทูบเบอร์ชอฮยอนมีกลวิธีทางภาษาเพื่อสื่อสารและประกอบสร้างอัตลักษณ์ของตนเองอย่างไรและเนื่องจากช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” โดย “ชอฮยอน” ได้นำเสนอวิถีชีวิตและครอบครัวชาวเกาหลีใต้ผ่านกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะการทำอาหาร การศึกษาอัตลักษณ์ในงานวิจัยนี้จึงเป็นการศึกษาอัตลักษณ์ของคนที่ย้ายถิ่นหรือคนพลัดถิ่นในบริบทของสังคมข้ามชาติ (Transnational Identity) ซึ่งการย้ายถิ่นฐานไปอยู่อาศัยในพื้นที่ชาตินั้นจะนำไปสู่การประกอบสร้างอัตลักษณ์ที่มีลักษณะผสมผสานทางวัฒนธรรมที่เกิดจากความจำเป็นต้องปรับตัวเมื่อเข้าไปอยู่อาศัยในประเทศพักพิง กลไกนี้จะก่อให้เกิดการแสดงออกที่สะท้อนวิถีวัฒนธรรมแบบลูกผสม (cultural hybridity) ซึ่งสำนักงานราชบัณฑิตยสภาให้ความหมายว่าเป็นรูปแบบการใช้ชีวิต อัตลักษณ์ สิ่งของหรือสัญลักษณ์ที่มีลักษณะผสมผสานจากหลายแหล่ง อันมีที่มาจาก การติดต่อสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การเดินทางโยกย้าย ภาวะพลัดถิ่น และการปะทะสังสรรค์ของพหุวัฒนธรรมที่เพิ่มขึ้น และจิวรุณี เสนาคำ (2550) อธิบายว่าการย้ายถิ่นฐานหรือการเป็นพลัดถิ่นทำให้บุคคลและกลุ่มคนนำวัฒนธรรมของตนไปผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นใหม่และวิถีวัฒนธรรมแบบลูกผสมสามารถสร้างอัตลักษณ์ใหม่ที่ผสมผสานจากหลายวัฒนธรรม

4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของ “ชอฮยอน” ในเบื้องต้นพบว่า มีงานวิจัยของเปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว (2565) ศึกษา การสื่อสารเนื้อหาของยูทูบเบอร์หญิงไทย: กรณีศึกษาสะใภ้ไทยในต่างแดน โดยช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” เป็นขอบเขตหนึ่งของงานวิจัยดังกล่าว อัตลักษณ์ของสะใภ้ไทยในต่างแดน ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติและเรียบง่าย ทำอาหารเก่งและใช้เป็นแกนหลักในการสื่อสาร ชำรงความเป็นไทยในต่างแดนและเกิดการผสมกับวัฒนธรรมอื่น แม้ศรีเรือนและมีความมุ่งมั่นสู่ชีวิต ทั้งนี้ อัตลักษณ์ที่พบเกิดจากการวิเคราะห์เนื้อหาของสารตามแนวนิเทศศาสตร์ แต่ยังไม่ม้งานวิจัยที่ศึกษาการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของคนไทยในต่างแดนตามแนวภาษาศาสตร์ ผู้วิจัยจึงจะกล่าวถึงงานวิจัยที่ศึกษา “อัตลักษณ์” ตามแนวทางภาษาศาสตร์ ดังนี้ ณัฐพร พานโพธิ์ทอง (2550) ศึกษา จาก “เจ้าพ่ออ่างทองคำ” สู่ “คนชนชั้นกรรมดาที่กล้าแฉ”: กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของซูวียักษ์ กมลวิศิษฐ์ ในวาทกรรม การหาเสียงเลือกตั้ง ผลการศึกษาพบทั้งการจัดการภาพด้านลบของตนเอง ขณะเดียวกันก็พบการนำเสนออัตลักษณ์ใหม่ให้กับตนเองด้วย การจัดการภาพด้านลบของตนเองพบกลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับอัตลักษณ์ ได้แก่ การทิ้งเหตุผล การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ การยอมรับภาพด้านลบของตนเอง ส่วนการนำเสนออัตลักษณ์ใหม่ให้กับตนเองพบกลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับอัตลักษณ์ ได้แก่ การกล่าวซ้ำ การใช้ภาษาแบบเป็นกันเอง การวิจารณ์อย่างตรงไปตรงมาและการใช้กลุ่มคำกริยาที่สื่อบุคลิกตัวตน ชีระ บุษบกแก้ว (2553) ศึกษา กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่ม “เกย์ออนไลน์” ผลการศึกษาพบกลวิธีทางภาษาที่ใช้สื่ออัตลักษณ์ของกลุ่มตนเอง 8 กลวิธี เช่น การเลือกใช้คำศัพท์ มูลบท อุปสรรค ส่วนอัตลักษณ์เกย์ต่อสาธารณะพบทั้งสิ้น 8 อัตลักษณ์ เช่น เกย์เป็นคนปกติและมีวิถีชีวิตเหมือนคนทั่วไป เกย์ไม่ใช่ผู้ป่วยโรคหรืออาการทางจิต แต่เป็นความรู้สึกหรือตัวตนที่แท้จริงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ (2558) ศึกษา ภาษากับอัตลักษณ์เมียฝรั่งในวาทกรรมสาธารณะ ผลการศึกษาพบกลวิธีทางภาษาที่ประกอบสร้างอัตลักษณ์เมียฝรั่ง 10 กลวิธี และ

กลวิธีทางภาษาที่พบมีส่วนประกอบสร้างอัตลักษณ์เมียฝรั่ง 19 อัตลักษณ์ อาทิ การมีลักษณะทางกายภาพ
ด้านบวกและลบ การเข้าไปเกี่ยวข้องกับอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ

จะเห็นได้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษากลุ่มข้อมูลยูทูปเบอร์ “ซอฮยอน” ที่ใกล้เคียงที่สุดคืองานวิจัย
ของเปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์ และนิธิตา แสงสิงแก้ว (2565) เพียงเรื่องเดียวและศึกษาด้วยแนวทางอื่น ด้วยเหตุนี้
ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารตามแนวทางชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารและการใช้
กลวิธีทางภาษาในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ โดยคาดหวังว่าผลการวิเคราะห์ทางภาษาจะสามารถฉายให้เห็น
พลวัตของวิถีชีวิต พลวัตทางวัฒนธรรมซึ่งเกิดจากการโยกย้ายถิ่นฐานของประชากรภายใต้บริบทสังคม
ข้ามวัฒนธรรมในมิติปัจจุบันที่น่าสนใจได้

5. ผลการศึกษา

จากการศึกษา ผลการวิจัยมี 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) องค์ประกอบการสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี
by Korean” ตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสาร และ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษา
กับการสื่อสารอัตลักษณ์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1. องค์ประกอบการสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณา แห่งการสื่อสาร

มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ฉาก (Settings/Scene) คือ เวลาและสถานที่ที่เกิดการสื่อสาร เวลาที่เกิดการสื่อสารในช่องยูทูป “สะใภ้
เกาหลี by Korean” คือ ช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-30 มิถุนายน พ.ศ. 2566 ทั้งช่วงกลางวันและกลางคืน
ขณะที่สถานที่ที่เกิดการสื่อสารมีทั้งที่เกิดขึ้นที่ประเทศเกาหลีใต้ซึ่งเป็นร้านอาหารของครอบครัว ณ จังหวัดฉางจิน
ประเทศเกาหลีใต้ สถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ส่วนใหญ่ในช่องยูทูปนี้ นอกจากนี้ บางคลิปยังเกิดขึ้นที่ประเทศไทย
เนื่องจากยูทูปเบอร์รายนี้ได้เดินทางกลับมาประเทศไทยเพื่อเยี่ยมครอบครัวพร้อมกับครอบครัวสามีชาวเกาหลี
ลักษณะคลิปวิดีโอในช่องนี้ ยูทูปเบอร์พร้อมกับครอบครัวจะออกไปเก็บวัตถุดิบบริเวณรอบบ้านจากนั้นจึงนำ
กลับมาประกอบอาหารรับประทาน นอกจากฉากในเชิงกายภาพแล้ว ฉากยังหมายถึงเว็บไซต์ยูทูป
(www.youtube.com) ซึ่งเป็นเว็บสตรีมมิงวิดีโอที่ผู้ใช้สามารถค้นหาคลิปวิดีโอด้วยคำสำคัญ (Keywords) จากสถิติ
การเข้าชมเว็บไซต์ดังกล่าวใน พ.ศ. 2566 พบว่าเว็บไซต์ดังกล่าวเป็นเว็บสตรีมมิงวิดีโออันดับหนึ่งในประเทศและมี
ผู้เข้าชมมากกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ (Spring, 2566) ยูทูปเบอร์รายนี้จึงถ่ายและอัปโหลดคลิปวิดีโอลงในช่องยูทูป
แต่ละตอนห่างกันประมาณ 2-3 วันต่อตอนและมีความยาวตอนละประมาณ 10-20 นาที เผยแพร่ในช่องยูทูปชื่อ
“สะใภ้เกาหลี by Korean” (ข้อมูล ณ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2568 มีผู้ติดตามจำนวน 2.59 ล้านคน) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า
ช่องยูทูปและยูทูปเบอร์รายนี้มีผู้สนใจติดตามจำนวนมาก

2. ผู้ร่วมเหตุการณ์การสื่อสาร (Participants) คือ ผู้ที่ร่วมในเหตุการณ์สื่อสาร จำแนกได้ 3 กลุ่ม
มีรายละเอียดดังนี้

1) ผู้ส่งสาร คือ ยูทูปเบอร์ “ซอฮยอน” (เดิมชื่อ กุกก๊ก สุไพพร นันทะเดช) หญิงชาวจังหวัดหนองคาย ที่สมรสกับชายชาวเกาหลีและย้ายไปอยู่กับครอบครัวสามีซึ่งประกอบธุรกิจร้านอาหาร โดย “ซอฮยอน” เป็นชื่อที่แม่สามีตั้งให้ ร้านอาหารของครอบครัวมักจะมีลูกค้าเฉพาะเวลากลางวันและเย็น ด้วยบทบาทความเป็นหญิงจึงได้มีโอกาสเข้าไปช่วยครอบครัวทำอาหาร ต่อมาจึงปลุกผักขายและถ่ายคลิปวิดีโอลงในเว็บไซต์ยูทูปเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว (ไทยรัฐ, 2562) เห็นได้ว่าการเปลี่ยนชื่อและบทบาทสะท้อนการปรับตัวและการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม ด้วยบทบาทของลูกสะใภ้ เธอจึงมีบทบาทช่วยเหลือครอบครัว แต่อีกบทบาทหนึ่งซึ่งเห็นได้ อย่างเด่นชัดในช่องยูทูปคือเป็นผู้ทำอาหารเลี้ยงดูครอบครัวภายใต้ข้อจำกัดทางวัตถุดิบที่หาได้ในถิ่นนั้นๆ ประเด็นดังกล่าวเป็นประเด็นหลักในการสื่อสาร อีกทั้งยังถ่ายทอดอัตลักษณ์ “แม่ศรีเรือน” ผู้ทำอาหารเก่งให้สาธารณะได้รับทราบ (เปรมปฏิวัจน์ ประกอบทรัพย์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว, 2565)

2) ผู้รับสาร คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงช่องยูทูป “สะใภ้เกาหลี by Korean” ได้สะดวก ผ่านการค้นหา หรือกดติดตาม (subscribe) ส่งผลให้มีผู้ติดตามกว่า 2 ล้านคน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงชาวไทย และอาจรวมถึงชาวต่างชาติ เช่น เกาหลี อังกฤษ ซึ่งสนใจการทำอาหารและวิถีชีวิตหญิงไทยในต่างแดน อันเป็นเนื้อหาหลักของช่องนี้

3) ผู้ร่วมเหตุการณ์ ได้แก่ ครอบครัว ญาติ หรือเพื่อนของยูทูปเบอร์รายนี้ที่อาจจะมาเยี่ยม รับประทานอาหาร หรือนำวัตถุดิบต่างๆ มาให้ ทำให้เนื้อหาของคลิปวิดีโอในแต่ละตอนอาจจะมีเนื้อหาแตกต่างกันไป โดยที่ยังคงประเด็นหลักของคลิปวิดีโอเอาไว้คือการทำอาหาร

3. จุดมุ่งหมาย (Ends) ในสถานการณ์นี้ยูทูปเบอร์รายนี้ได้ถ่ายคลิปวิดีโอเพื่อนำเสนอวิถีชีวิตของตนเองในประเทศเกาหลีลงในช่องยูทูป “สะใภ้เกาหลี by Korean” เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว (ไทยรัฐ, 2562) ดังที่กล่าวไปแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าจุดมุ่งหมายอีกประการหนึ่ง คือ การนำเสนอวิถีชีวิตหญิงไทยในต่างแดนให้ผู้รับสารได้รับชม

4. ลำดับวัจนกรรม (Act Sequences) ในสถานการณ์การสื่อสารนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า มีลักษณะคล้ายกับการเล่าเรื่อง โดยมักจะมีการเรียงลำดับดังนี้ ในส่วนต้นของคลิป มักจะเริ่มต้นด้วยส่วนสำคัญ (Highlight) รวมถึงอาจกล่าวถึงที่มาของการทำอาหารเมนูในคลิปนั้นว่ามีที่มาจากสาเหตุใด แล้วจึงเริ่มลงมือทำอาหาร ส่วนเนื้อหาเป็นส่วนขั้นตอนประกอบอาหาร เริ่มตั้งแต่ส่วนประกอบต่างๆ บางครั้งอาจมีคำบรรยายได้ภาพเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษและ/หรือภาษาเกาหลีรวมอยู่ด้วยเพื่อให้ทราบว่าเมนูที่กำลังทำมีวัตถุดิบใดบ้าง ทั้งนี้ ยูทูปเบอร์มักใช้การบอกเล่า อธิบายและแนะนำว่าอาหารที่กำลังทำอยู่นั้นคืออะไร ทำอย่างไร ตลอดจนจะสามารถหาสิ่งใดมาทดแทนได้ เนื่องจากไม่อาจหาวัตถุดิบได้เหมือนกับในประเทศไทย ด้วยเหตุที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เห็นว่า ยูทูปเบอร์รายนี้มีความเชี่ยวชาญและมีฝีมือทำอาหารไทยในขณะที่อยู่ในต่างประเทศ ขณะที่ส่วนท้าย มักเป็นขั้นตอนการรับประทานอาหาร โดยยูทูปเบอร์รับประทานคนเดียว ครอบครัวรับประทานร่วมกัน หรือมีผู้อื่นร่วมรับประทานด้วย มีการกล่าวความรู้สึกว่าอาหารจานนั้นเป็นอย่างไร การจบคลิปวิดีโอมีทั้งที่ยูทูปเบอร์หรือครอบครัวกล่าวอำลาผู้รับสาร บางครั้งอาจเชิญชวนให้ผู้รับสารกดถูกใจ (Like) หรือกดติดตาม (Subscribe) ช่องยูทูป บางครั้งไม่มีการกล่าวใดๆ

5. น้ำเสียง (Keys) พบว่ามีการใช้ระดับภาษาปาก มีการย่อคำ ตัดคำ คำสแลง คำเฉพาะกลุ่ม รวมถึงละโครงสร้างประโยค ตลอดจนเรื่องที่ถ่ายทอดสารมีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน ดังนั้น ด้วยลักษณะการใช้ภาษา และเนื้อหาข้างต้น น้ำเสียงของยูทูปเบอร์รายนี้จึงมีความเป็นกันเอง ช่วยดึงดูดให้ผู้รับสารติดตามสารที่ถ่ายทอดออกมาอย่างต่อเนื่อง

6. เครื่องมือ (Instrumentalities) คือ เครื่องมือและภาษาที่ใช้สื่อสาร เครื่องมือที่ใช้สื่อสาร ได้แก่ อุปกรณ์ถ่ายทำวิดีโอและอินเทอร์เน็ต ซึ่งช่วยให้สารแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ด้านภาษา พบการใช้วัจนลีลาตนเอง (Casual Style) ที่สร้างความเป็นกันเองกับผู้รับสาร โดยใช้ทั้งภาษาไทยมาตรฐาน ภาษาถิ่นอีสาน และภาษาเกาหลีตามบริบทการสื่อสาร หรือตัวอักษรภาษาไทย อังกฤษและเกาหลี ใช้เพื่ออธิบายส่วนผสมหรือวิธีทำอาหาร นอกจากนี้ วัจนภาษา พบสีหน้าท่าทางขณะเตรียมวัตถุดิบ ทำอาหาร หรือรับประทานอาหาร ตลอดจนการแต่งกายที่มักแต่งกายด้วยชุดอยู่บ้าน ซึ่งอาจทำให้เกิดความรู้สึกต้องการรับประทานอาหารที่ทำตลอดจนสร้างความเป็นกันเองให้กับผู้รับสาร

7. บรรทัดฐานการปฏิสัมพันธ์และการตีความ (Norms of Interaction and Interpretation) บรรทัดฐานการปฏิสัมพันธ์มีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) โดยยูทูปเบอร์เป็นผู้เลือกและอัปโหลดเนื้อหาล่วงหน้า ผู้รับสารจึงมีเพียงบทบาทในการรับชม กดถูกใจ หรือแสดงความคิดเห็น ซึ่งเป็นการตอบกลับแบบล่าช้า (Delayed Feedback) ขณะที่บรรทัดฐานการตีความสะท้อนบทบาทของยูทูปเบอร์ในฐานะลูกสะใภ้ไทยในต่างแดนที่ต้องปรับตัวผ่านการประกอบอาหารไทยภายใต้ข้อจำกัดด้านวัตถุดิบและรสชาติ โดยยังคงพยายามรักษาความเป็นต้นตำรับให้ได้มากที่สุด ความสามารถในการปรับประยุกต์ดังกล่าวไม่เพียงแสดงถึงความเชี่ยวชาญด้านการทำอาหาร แต่ยังตอกย้ำอำนาจของยูทูปเบอร์ในฐานะ “ผู้ส่งสาร” ที่ควบคุมทิศทางการสื่อสารกับผู้ชมผ่านการคัดเลือกประเด็นนำเสนอในแต่ละคลิปด้วย

8. ประเภทของข้อความ (Genre) ในสถานการณ์การสื่อสารนี้ มีลักษณะเป็น Vlog (Video Blog) ซึ่งเป็นการบันทึกวิดีโอแนะนำหรือบรรยายเรื่องราวหรือประสบการณ์ต่างๆ และเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Cambridge Dictionary, 2025) ในช่องยูทูปนี้ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตและการทำอาหารไทยของยูทูปเบอร์ชอยฮอนในประเทศเกาหลีใต้

องค์ประกอบการสื่อสารข้างต้นช่วยให้เห็นภาพรวมของการสื่อสารในช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” โดยเฉพาะฉาก (S) ที่เน้นประเทศเกาหลีและเว็บไซต์ยูทูป ผู้ร่วมเหตุการณ์ (P) คือยูทูปเบอร์ที่มีจุดมุ่งหมาย (E) ในการถ่ายทอดวิถีชีวิตและการทำอาหารผ่านลำดับวัจนกรรม (A) แบบบอกเล่า แนะนำด้วยเครื่องมือคือสื่ออินเทอร์เน็ตและภาษาที่หลากหลาย ทั้งไทยมาตรฐาน อีสานและเกาหลี พร้อมบรรทัดฐานการตีความ (N) ที่ยูทูปเบอร์เป็นผู้กำหนดทิศทางการสื่อสาร ซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ต่อไป

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของยูทูปเบอร์ชอยฮอน

ยูทูปเบอร์ชอยฮอนใช้ภาษาเพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง อัตลักษณ์ที่พบ ได้แก่ อัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” “สะใภ้เกาหลี” “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” และ “ยูทูปเบอร์” อัตลักษณ์ข้างต้นสะท้อนให้เห็นผ่านการใช้กลวิธีทางภาษา มีรายละเอียดดังนี้

1. การใช้คำศัพท์ (Lexical Terms) เป็นการใช้คำศัพท์เพื่ออ้างถึงสิ่งต่างๆ เพื่อนำเสนอว่าตัวเองเป็นใคร มีความสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างไร รวมถึงนำเสนอกริยาอาการที่กำลังทำอะไร อย่างไร กลวิธีนี้มีรายละเอียดย่อยดังต่อไปนี้

1.1 การใช้คำอ้างถึง (Referring Terms) หมายถึง คำที่ใช้ในการเอ่ยถึงบุคคลซึ่งประกอบด้วยชื่อของบุคคล ตำแหน่งและอาจรวมหน้าที่ที่ปฏิบัติด้วย (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2552, น. 61) กลวิธีนี้สัมพันธ์กับฉาก

และผู้ร่วมเหตุการณ์ ผลการศึกษาพบคำอ้างอิงที่ใช้อ้างถึงตัวเอง คนในครอบครัว บุคคลอื่น ตลอดจนใช้อ้างถึงสิ่งต่างๆ มีรายละเอียดดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.1.1 คำอ้างอิงถึงตัวเอง เป็นการใช้อ้างถึงตนเองในฐานะผู้ส่งสาร ผลการศึกษาพบการใช้คำอ้างอิงทั้งที่เป็นภาษาเกาหลีและภาษาไทยมาตรฐาน มีรายละเอียดดังนี้

1) ขอ เป็นคำที่ยูทูปเบอร์รายนี้ใช้เรียกขานตัวเองแทบจะโดยตลอดข้อมูลที่น่ามาศึกษาชื่อดังกล่าวเป็นชื่อที่มาจากภาษาเกาหลีว่า “ซอฮยอน” ซึ่งแม่สามีเป็นคนตั้งให้และย่อเหลือ “ขอ” ดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 3)

ที่ขอสบายดีนะคะทุกคนก็คือ ที่บ้านไม่สบายนะคะก็คือหายแล้วนะทุกคน แต่ว่าหายแล้วนะ แต่มันเหลือไออะทุกคน ไอนานมากเลยคะทุกคน แต่ว่าไปตรวจก็ขึ้นขีดเดียวนะคะแต่มันไอนานจริงๆ คะทุกคน คราวนี้ ขอเหลือขอคนเดียวในบ้านคะที่ยังไม่ได้เป็นไข้เป็นอะไรกับเค้าเลยนะ

(สะไกเกาหลี by Korean, 2566, ep. 770)

จากตัวอย่าง เห็นได้ว่า “ขอ” เป็นคำที่ยูทูปเบอร์ใช้แทนตนเอง นอกจากนี้ ยังพบการใช้ชื่ออื่นๆ ด้วย

2) ซอฮยอน หรือ กุกกิก เป็นชื่อเล่นภาษาไทยของยูทูปเบอร์รายนี้ มักใช้เพื่ออ้างถึงตนเอง เนื่องจากตนเองกลับมาเยี่ยมครอบครัวที่ประเทศไทยและอธิบายว่าตนเองชื่อ “กุกกิก” ขณะที่ชื่อ “ซอฮยอน” เป็นชื่อที่แม่สามีตนเองเป็นผู้ตั้งให้ ดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 4)

ขอชื่อกุกกิกนะคะ คำว่า “ซอฮยอน” แม่ยาตั้งให้ที่เกาหลีคะ

(สะไกเกาหลี by Korean, 2566, ep. 737)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูปเบอร์อธิบายว่าตนเองมีชื่อเล่นภาษาไทยว่า “กุกกิก” ขณะที่ชื่อ “ซอฮยอน” เป็นชื่อที่แม่สามีเป็นผู้ตั้งให้ การใช้คำอ้างอิงถึงตัวเองข้างต้นสื่อให้เห็นอัตลักษณ์ “สะไกเกาหลี” ที่อาศัยอยู่ในสังคมวัฒนธรรมเกาหลีมาเป็นเวลานานและมีความกลมกลืนอยู่ในวัฒนธรรมดังกล่าว

1.1.2 คำอ้างอิงถึงคนในครอบครัว เป็นการใช้อ้างถึงบุคคลในครอบครัวซึ่งเป็นผู้ที่อยู่รายล้อมตัวยูทูปเบอร์เอง ผลการศึกษาพบว่าการใช้คำอ้างอิงถึงคนในครอบครัว ทั้งแม่สามี พ่อสามี และสามี ดังนี้

1) คำอ้างอิงถึงแม่สามี

(ตัวอย่าง 5)

แม่ยาได้หัวหอมมาจากคุณลุงที่มาเช่าสวนของพวกเราคะ แกมาปลูกหัวหอมทุกปีเลยนะคะ แกก็เลยแบ่งให้แม่ยาเอามาทำกิมจิคะ

(สะไกเกาหลี by Korean, 2566, ep. 764)

ตัวอย่างข้างต้น คำว่า “แม่ยา” หมายถึง “แม่ผัว” (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2534, น. 235) ซึ่งเป็นภาษาไทยถิ่นอีสาน ในที่นี้นำมาใช้อ้างถึงแม่สามีซึ่งเป็นชาวเกาหลี นอกจากนี้จากข้อมูลที่น่ามาศึกษาพบว่ามีมีการอ้างถึงบุคคลนี้อยู่บ่อยครั้ง เนื่องจากมักอยู่ด้วยกัน จึงแสดงให้เห็นพื้นที่ของผู้หญิงว่ามีพื้นที่อยู่ในห้องครัวเพื่อทำอาหารหรือทำงานบ้าน

2) คำอ้างถึงพ่อสามมี

(ตัวอย่าง 6)

น้ำจิ้มสูตรนี้แหละที่เคยทำครั้งหนึ่งแล้วในคลิปงานวันเกิดของพ่อปุ๊นะคะ แต่ว่าวันนี้ขอเอามาทำในคลิปนี้อีกรอบนึงนะคะเผื่อบางคนซี้เกียจไปค้นหาจะคะว่าวันเกิดอยู่คลิปไหนนะคะ
(สะเก็กเกาหลี by Korean, 2566, ep. 726)

ตัวอย่างข้างต้น คำว่า “พ่อปุ๊” หมายถึง พ่อของสามมี (อีสานร้อยแปด, 2567) ซึ่งเป็นภาษาไทยถิ่นอีสานในที่นี้นำมาใช้อ้างถึงพ่อของสามมีซึ่งเป็นชาวเกาหลี

3) คำอ้างถึงสามมี

(1) พี่ชิน เป็นคำที่ยูทูปเบอร์ซอฮยอนใช้อ้างถึงสามมีของตนเอง รายละเอียดดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 7)

สำหรับ FC ท่านใหม่ ๆ ที่เข้ามาติดตามนะคะถามว่าทำไมพี่บังยิ้มไม่อยู่บ้านนะคะ พี่บังยิ้มไปไหนนะคะแล้วเป็นอะไรกับพี่ชินนะคะ พี่บังยิ้มนะคะเป็นลูกพี่ลูกน้องกับพี่ชินคะ
(สะเก็กเกาหลี by Korean, 2566, ep. 768)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูปเบอร์ซอฮยอนใช้คำอ้างถึง “พี่” ซึ่งอาจมีความหมายว่า “คำนำหน้าชื่อคนที่มีอายุคราวพี่หรือมีศักดิ์เสมอกัน” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ร่วมกับชื่อของสามมี คือ “ชิน” การใช้คำอ้างถึงข้างต้นน่าจะแสดงให้เห็นการยกย่องหรือให้เกียรติสามมีของตนเอง

(2) โอปป้า เป็นคำภาษาเกาหลีใช้อ้างถึงสามมีของยูทูปเบอร์รายนี้ ดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 8)

นี่คะทุกคนกับอากาศเย็นๆ ค่ะ พระอาทิตย์กำลังจะตกดินนะคะโอปป้าคะ ข้าวเหนียวกินมัย (พูดกับสามมี)
(สะเก็กเกาหลี by Korean, 2566, ep. 763)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูปเบอร์ซอฮยอนใช้คำว่า “โอปป้า” (오빠) ซึ่งมีความหมายว่าพี่ชาย แต่ในบริบทนี้นำมาใช้เรียกสามมีของตนเอง นอกจากนี้ ยูทูปเบอร์รายนี้ยังใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานเพื่อเรียกสามมีของตนเองเช่นเดียวกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(3) อ้ายชิน เป็นคำที่ยูทูปเบอร์ซอฮยอนใช้อ้างถึงสามมี มีรายละเอียดดังนี้

(ตัวอย่าง 9)

อ้ายชินลองกินแกงหวาย ซอสิมบอกว่ามันขมมาก

(สะเก็กเกาหลี by Korean, 2566, ep. 748)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูปเบอร์ซอฮยอนใช้คำว่า “อ้าย” มีความหมายว่า “ผู้ชายที่มีอายุแก่กว่า” (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2534, น. 350) ร่วมกับชื่อของสามมี คือ “ชิน” การใช้คำอ้างถึงนี้น่าจะมีนัยเช่นเดียวกับการใช้คำอ้างถึงด้วยภาษาไทยมาตรฐานเพื่อเป็นการให้เกียรติสามมี

(4) คำแพง เป็นคำที่ยูทูปเบอร์ซอฮยอนใช้อ้างถึงสามมี มีรายละเอียดดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 10)

ขอบใจแต่คำแพง

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 728)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูบเบอร์ซอฮยอนใช้คำว่า “คำแพง” ซึ่งเป็นภาษาถิ่นอีสานมีความหมายว่า “คำเรียกบุคคลด้วยความรัก ความเอ็นดู ความหวงแหน” (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2534, น. 63) เพื่ออ้างถึงสามี ในบริบทนี้เนื่องจากสามีหิบบของให้ยูทูบเบอร์ ทำให้ยูทูบเบอร์รายนี้กล่าวขอบคุณและใช้คำดังกล่าวเพื่ออ้างถึงสามีของตนเอง

การใช้คำอ้างถึงคนในครอบครัวสะท้อนความเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวทั้งในฐานะลูกสะใภ้และภรรยา ทั้งภาษาไทยมาตรฐานร่วมกับชื่อบุคคล ภาษาไทยถิ่นอีสานและการทับศัพท์ภาษาเกาหลีซึ่งมีความน่าสนใจในแง่ของการผสมผสานทางวัฒนธรรม (Cultural Hybridization) กล่าวคือยูทูบเบอร์รายนี้เป็นชาวไทยแต่ไปแต่งงานและอาศัยอยู่ร่วมกับครอบครัวสามีที่ต่างประเทศ แต่การเรียกขานบุคคลในครอบครัวยังทำเสมือนหนึ่งว่าอาศัยอยู่ในประเทศไทยด้วยการใช้ภาษาไทยถิ่นอีสาน กลวิธีนี้จึงสื่อให้เห็นอัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” และ “สะใภ้เกาหลี” ได้อย่างชัดเจน

1.1.3 คำอ้างถึงบุคคลอื่นในชีวิตประจำวัน ผลการศึกษาพบว่าใช้คำอ้างถึงผู้ชม มีรายละเอียดดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) เอฟซี เป็นคำทับศัพท์มาจาก Fan Club และย่อเหลือ FC ใช้เพื่ออ้างถึงผู้ติดตามหรือผู้รับชม อันจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชม ดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 11)

มะหลอดณะตอนนี่ เอฟซี มากินข้าวที่ร้าน ก็เก็บไปกินได้เลยนะทุกคนชา วันนี้ก็เก็บให้พี่ เอฟซี ไปถุงนึ่งคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 772)

ตัวอย่างข้างต้น พบการใช้คำอ้างถึง “เอฟซี” เพื่ออ้างถึงผู้ติดตามของตนเอง นอกจากนี้ พบว่าคำอ้างถึงดังกล่าวบ่งชี้ถึงมักปรากฏร่วมกับคำว่า “พี่” อาจเพื่อเป็นการยกย่องหรือให้เกียรติผู้ชม หรือหากไม่ใช่คำอ้างถึงนี้ ก็มักใช้คำอ้างถึงซึ่งมีรายละเอียดในตัวอย่างถัดไป

(2) ทุกคน เป็นคำที่ใช้อ้างถึงซึ่งมีลักษณะรวมผู้รับสารเข้าด้วยกัน การใช้คำอ้างถึงดังกล่าวช่วยสร้างความรู้สึกเป็นกลุ่มเดียวกันกับยูทูบเบอร์และผู้ชม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่าง 12)

วันนี้คะ ซอมีเรื่องมาบอก ทุกคน คะ นั่นก็คือใบตองซื้อมาแล้วใช้ไม่หมดนะคะ ให้ ทุกคน เอาไปเก็บไว้ในช่องฟรีซคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 729)

ตัวอย่างข้างต้น พบการใช้คำอ้างถึง “ทุกคน” เพื่อเหมารวมตนเองกับผู้ชมเข้าด้วยกันซึ่งช่วยสร้างความเป็นกันเองกับผู้ชมเป็นอย่างดี

การใช้คำอ้างถึงบุคคลอื่นในชีวิตประจำวันได้แสดงให้เห็นบทบาทหน้าที่ของยูทูบเบอร์รายนี้ว่ามีความสัมพันธ์อย่างไรซึ่งสื่อให้เห็นอัตลักษณ์ “ยูทูบเบอร์” อันเป็นบทบาทหลักในการสื่อสารอย่างชัดเจน

1.1.4 คำเรียกสิ่งต่างๆ เป็นคำที่ใช้เรียกสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวัน โดยมักใช้ภาษาไทยถิ่นอีสาน เรียกวัตถุติบที่นำมาประกอบอาหาร รายละเอียดดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่าง 13)

เพิ่มความเผ็ดละ ตำลึง ดอกบักอี ผักกะแยงละ..เสร็จเรียบริ้อยละ เป็นตาแซบขนาด
เลยนี้ส้มผักบัวจำกัดกับบักพริกสดๆ จากต้นนะละ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 774)

ตัวอย่างข้างต้น พบการใช้คำเรียกสิ่งต่างๆ ด้วยภาษาไทยถิ่นอีสาน ได้แก่ “ดอกบักอี” “ผักกะแยง” “ตาแซบ” “ขนาด” “ส้มผักบัว” “บักพริก” คือ “ดอกพริกทอง” “ผักชนิดหนึ่งเกิดตามทุ่งนาและที่ลุ่ม บางถิ่นเรียก ขะแยง” “นำอร่อยมาก” “ผักตอง” และ “พริก” ตามลำดับ การใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานเพื่อเรียกส่วนประกอบต่างๆ ขณะที่อยู่ในประเทศเกาหลีแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานทางวัฒนธรรมและมีส่วนช่วยสร้างบรรยากาศความเป็นอีสาน ตลอดจนเพื่อสร้างความคุ้นเคยกับกลุ่มก่อนกับผู้ชมซึ่งอาจเป็นชาวอีสานและเพื่อสร้างความคุ้นเคยด้วย กลวิธีนี้จึงมีส่วนช่วยสื่ออัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” ของยูทูปเบอร์รายนี้

การใช้คำอ้างถึงเป็นการจัดวางบทบาทหน้าที่ของยูทูปเบอร์รายนี้เป็นใคร มีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างไร ตลอดจนบ่งชี้ถึงกำเนิดของตนเองด้วยเช่นกัน นอกจากนี้จะพบการใช้คำศัพท์เพื่ออ้างถึงสิ่งต่างๆ แล้วยังพบการใช้คำศัพท์แสดงกิริยาอาการต่างๆ ด้วย ดังมีรายละเอียดในส่วนถัดไป

1.2 การใช้คำศัพท์แสดงกิริยาอาการ เป็นการใช้คำศัพท์เพื่อแสดงกิริยาอาการที่กำลังทำอะไร มีบทบาทหน้าที่อย่างไร มีรายละเอียดดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่าง 14)

และนี่ก็คือหนึ่งวันของพวกเราละทุกคน ก็จะมีช่วงเวลาทำงานนะละ แล้วก็จะมีช่วงที่เป็นของตัวเองก็คือช่วงเบรกไทม์บ่ายสามถึงห้าโมงเย็นนะละ ช่วงเวลาเบรกไทม์ก็จะออกไปสวน บ้างไปเก็บผักนะละ ถ่ายคลิปไปด้วยนะละ แล้วก็ถ่ายบรรยากาศมาให้ทุกคนด้วย ทำอาหาร เอาผักที่ทำอาหารมาทำให้ลูกคำกินด้วย

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 764)

ตัวอย่างข้างต้น พบคำศัพท์แสดงกิริยาอาการที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทของเพศหญิงหรือลูกสะใภ้ว่าต้องมีหน้าที่อย่างไรบ้าง กล่าวคือต้องมีหน้าที่ช่วยทำงานบ้าน รวมถึงหากเป็นสะใภ้ก็ต้องมีหน้าที่ทำอาหารให้ครอบครัวรับประทาน บทบาทหน้าที่ข้างต้นเป็นสิ่งที่ผู้หญิงจะต้องพึงมี เห็นได้จากที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2565) กล่าวว่าแต่ก่อนหญิงไทยมีหน้าที่เป็นภรรยาและช่วยดูแลงานบ้าน ขณะที่หญิงในสังคมเกาหลี ฌ็อนมุน เกตุแก้ว (2561) กล่าวว่า “จะต้องทำหน้าที่เป็นภรรยาและมารดาที่ดีและคอยให้การสนับสนุนกิจการงานในบ้านให้เป็นไปอย่างเรียบร้อย” นอกจากนี้ ยังพบคำศัพท์ที่แสดงกิริยาอาการว่ายูทูปเบอร์รายนี้กำลังทำอะไร ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่าง 15)

ช่วงเวลาเบรกไทม์ก็จะออกไปสวนบ้างไปเก็บผักนะละ ถ่ายคลิปไปด้วยนะละ แล้วก็ ถ่ายบรรยากาศมาให้ทุกคนด้วย

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566 ep. 764)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูปเบอร์รายนี้ใช้คำว่า “ถ่าย” ซึ่งหมายถึงการบันทึกภาพ แต่มิใช่การบันทึกภาพธรรมดาทั่วไป หากแต่เป็นการบันทึกเรื่องราวที่ตนเองต้องการถ่ายทอดไปยังผู้ชม การบันทึกภาพเพื่อนำเสนอเนื้อหาจึงเห็นได้ว่ายูทูปเบอร์รายนี้เป็นผู้กำหนดและนำเสนอเนื้อหาให้เป็นไปตามที่ยูทูปเบอร์รายนี้ต้องการนำเสนอ

การใช้คำศัพท์แสดงกิริยาอาการแสดงให้เห็นว่ายูทูปเบอร์ซอฮยอนทำอะไรบ้าง อย่างไร ในฐานะใดซึ่งมีส่วนช่วยสื่ออัตลักษณ์ “สะใภ้เกาหลี” และ “ยูทูปเบอร์”

กลวิธีการใช้คำศัพท์ สรุปได้ว่าเป็นการใช้ภาษาเพื่ออ้างถึงสิ่งต่างๆ เพื่อระบุตัวตนว่าตนเองเป็นใคร ตลอดจนมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นในฐานะอะไร อย่างไร ทั้งยังพบคำแสดงกิริยาอาการต่างๆ ในชีวิตประจำวันด้วยว่าต้องทำอะไรบ้าง กลวิธีนี้สื่อให้เห็นอัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” “สะใภ้เกาหลี” และ “ยูทูปเบอร์”

2. การใช้สำเนียงภาษาไทยถิ่นอีสาน (Northeastern Thai Accent) สำเนียง หมายถึง วิธีพูดที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งทำให้ทราบภูมิหลังของผู้พูดว่ามาจากถิ่นใด (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2560, น. 4) จากข้อมูลพบว่ายูทูปเบอร์รายนี้ใช้สำเนียงภาษาไทยถิ่นอีสานเป็นระยะๆ สลับกับสำเนียงภาษามาตรฐานซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศความเป็นท้องถิ่นให้กับเรื่องราวที่กำลังนำเสนอและสะท้อนความเป็นชาวอีสานของตนเอง มีรายละเอียดดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่าง 16)

นี่ทุกคน ว้าว หูยทุกคน ปาด นากินมากเลยค่า หอมขนาดเลย หอมๆ ข้าวเหนียวคะ สิมาชิมให้เบิ่งคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 768)

ตัวอย่างข้างต้น นอกจากยูทูปเบอร์จะใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานเพื่อนำเสนอเนื้อหาแล้ว ยังพบว่าบางครั้งมีการใช้สำเนียงภาษาถิ่นอีสานสลับกับการใช้สำเนียงภาษามาตรฐานเพื่อนำเสนอเนื้อหาด้วยเช่นกัน กลวิธีนี้มีส่วนช่วยสื่ออัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” ของยูทูปเบอร์รายนี้

3. การใช้วัจนกรรม (Speech Acts) วัจนกรรม หมายถึงการกล่าวถ้อยคำเพื่อสื่อเจตนาบางประการของผู้พูด (Searle, 1969) กลวิธีนี้สัมพันธ์กับจุดมุ่งหมาย ลำดับวัจนกรรม เครื่องมือและประเภทของข้อความ ผลการศึกษาพบว่ายูทูปเบอร์ซอฮยอนมักใช้วัจนกรรมบอกเล่าและวัจนกรรมแนะนำซึ่งสัมพันธ์กับการนำเสนอวิถีชีวิตและการประกอบอาหาร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 วัจนกรรมบอกเล่า (Affirmation) เป็นวัจนกรรมที่ใช้เพื่อบอกเล่าเหตุการณ์หรือรายละเอียดต่างๆ ไปสู่ผู้ชม ผลการศึกษาพบว่าวัจนกรรมนี้ตลอดทั้งคลิปวิดีโอ มีรายละเอียดดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 17)

ผักตัวนี้ชื่อพังพุงนามุลคะ ซอซอบเรียกว่าไบมะตุมเกาหลีนะคะ คนเกาหลีจะชอบเรียกผักชนิดนี้ว่าผักน้ำมันหรือผักน้ำมันภูเขาคะ ผักตัวนี้นะคะสรรพคุณดีมากเลยคะ ผักตัวนี้นะคะไม่ว่าจะไปบ้านใครนะคะ ก็จะได้เห็นคนเกาหลีปลูกไว้แทบจะทุกหลังคาเรือนเลยคะ เป็นผักที่มีสรรพคุณทางยาดีมาก ทางกายแพทย์ได้เอาไปสกัดเป็นยาแก้หวัดด้วยนะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 761)

ตัวอย่างข้างต้น พบการใช้วจนกรรมบอกเล่าเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวให้ผู้ชมได้ทราบว่ามีวัตถุดิบที่กำลังจะนำมาทำอะไร มีคุณสมบัติหรือคุณลักษณะอย่างไร สามารถพบได้ที่ไหนบ้าง เนื่องจากในบางครั้งยูทูบเบอร์อาจประกอบอาหารเกาหลีที่มีวัตถุดิบที่ไม่สามารถหาได้ในประเทศไทย การใช้วจนกรรมบอกเล่าช่วยให้ผู้รับสารทราบข้อมูลที่ต้องการนำเสนอได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

3.2 วจนกรรมแนะนำ (Recommending) เป็นวจนกรรมที่ใช้เพื่อแนะนำให้ผู้ชมได้ทราบวิธีการทำอาหารว่าควรจะต้องทำอย่างไรจึงจะง่ายและน่ารับประทานเช่นเดียวกับที่ยูทูบเบอร์ทำ มีรายละเอียดดังนี้

(ตัวอย่าง 18)

ซอลองทอดดูแล้วครั้งหนึ่งนะคะ ถ้าไฟไม่แรงจริงๆ เส้นจะไม่ฟูนะคะ ไฟต้องแรงกระทะต้องร้อนนะคะ ทิ้งเส้นลงไปฟูปุ๊บแล้วเราก็กลับ พอมันฟูอีกรอบหนึ่งก็คือเสร็จเรียบร้อยแล้ว

(สะไกเกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

ตัวอย่างข้างต้นเป็นเหตุการณ์ที่กำลังทำอาหารเมนู “หมี่กรอบสามรส” ยูทูบเบอร์รายนี้จึงแนะนำวิธีการทอดเส้นหมี่สำหรับทำเมนูดังกล่าวให้กรอบและฟู สำหรับผู้ที่ต้องการลองทำเมนูดังกล่าวจะได้สามารถทำได้เหมือนกับที่ตนเองทำ

สรุปได้ว่า การใช้วจนกรรมเป็นการใช้ภาษาเพื่อสื่อเจตนาต่างๆ ไปยังผู้รับสาร เจตนาที่มักพบในการสื่อสาร ได้แก่ การบอกเล่ารายละเอียดหรือเรื่องราวต่างๆ และการแนะนำวิธีการทำอาหารให้แก่ผู้รับสาร กลวิธีนี้จึงมีส่วนช่วยสื่ออัตลักษณ์ “ยูทูบเบอร์” และ “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” ไปสู่ผู้รับสาร

4. อุปลักษณ์ (Metaphor) อุปลักษณ์เป็นการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่งเพื่อทำให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2560, น. 278) โดยสิ่งหนึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ อีกสิ่งหนึ่งเป็นแบบเปรียบเทียบ (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2542, น. 250) การใช้อุปลักษณ์สามารถใช้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ได้ (ศิริพร ภักดีผาสุข, 2561, น. 81) กลวิธีนี้สัมพันธ์กับผู้ร่วมเหตุการณ์และเครื่องมือ จากข้อมูลพบอุปลักษณ์ที่สื่อให้เห็นว่าการทำอาหารมีลักษณะเช่นเดียวกับการศึกษา มีผู้สอนและผู้เรียน ผู้สอนที่ว่านั้นเป็นผู้เชี่ยวชาญ อุปลักษณ์นี้แสดงให้เห็นได้ด้วยถ้อยคำอุปลักษณ์ “ครู” และ “นักเรียน” ดังนี้

(ตัวอย่าง 19)

(คำบรรยาย) วันนี้ขอเป็นครูคะ อีก 3 คนเป็นนักเรียน

(คำบรรยาย) ครูกำลังพานักเรียนห่อหมกคะ

(สะไกเกาหลี by Korean, 2566, ep. 729)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูบเบอร์ขอหย่อนกำลังประกอบเมนูห่อหมกโดยมีแม่สามี สามีและน้องชายเป็นผู้ช่วย อย่างไรก็ตาม อุปลักษณ์ข้างต้นใช้เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ตนเองว่าเป็น “ครู” คือผู้มีความรู้ที่จะแนะนำสั่งสอนความรู้ในการทำอาหารให้กับผู้อื่น ส่วนผู้ที่มารับคำแนะนำหรือช่วยงานเป็น “นักเรียน” ซึ่งจะเป็นผู้ที่รับการถ่ายทอดความรู้ต่อไป กลวิธีนี้จึงมีส่วนช่วยสื่ออัตลักษณ์ “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” ให้แก่ยูทูบเบอร์ขอหย่อน

5. การเล่าเรื่อง (Storytelling) ผลการศึกษาพบว่าคลิปวิดีโอมีลักษณะเหมือนการเล่าเรื่องว่ากำลังประกอบอาหารเมนูใด หรือได้ไปทำอะไรมาแล้วมาถ่ายทอดให้ผู้รับสารทราบ กลวิธีนี้สัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายบรรทัดฐานการปฏิสัมพันธ์และการตีความ และประเภทของข้อความ กล่าวคือ ยูทูบเบอร์เป็นผู้เลือกเนื้อหา

ที่จะนำเสนอ ส่วนวิดีโอที่นำเสนอมีลักษณะเหมือนการเล่าเรื่องที่กำลังทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เมื่อไร ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่าง 20)

ผักตัวนี้ชื่อหนูนแกซึ่งมานะคะ กลิ่นจะมีความหอมอ่อนๆ ค่ะ แล้วก็มีรสขมไม่มาก เวลาเคี้ยว เคี้ยวเพลินมากเลย ผักตัวนี้นะคะแม้ยากก็ไม่พอกินสดเลยนะคะ ส่วนใหญ่จะพาเอาไปลวกค่ะ เอาไปต้ม เอาไปผัด ผักตัวนี้นะคะชอบเกิดตามภูเขาตะ หรือตามถนนทางขึ้นเขานะคะ หรือไม่กี่ตรงพื้นที่ชุ่มน้ำค่ะ

(สะไกเกาหลี่ by Korean, 2566, ep. 761)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูปเบอร์ซอฮยอนได้ใช้การเล่าเรื่องว่าตนเองกำลังทำหรือประสบพบเจออะไร แล้วถ่ายทอดเพื่อให้ผู้รับสารทราบ การใช้กลวิธีทางภาษานี้สื่ออัตลักษณ์ได้ 2 อัตลักษณ์ คือ “สะไกเกาหลี่” ในฐานะที่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในสังคมวัฒนธรรมดังกล่าวมายาวนานและ “ยูทูปเบอร์” ในลักษณะของการเล่าเรื่องผ่าน Vlog ว่ากำลังทำอะไร อย่างไร

6. การเปรียบเทียบและเปรียบเทียบต่าง (Comparing and Contrasting) เป็นการเปรียบเทียบสิ่งที่มีอยู่ในสังคมหนึ่งกับอีกสังคมหนึ่งว่ามีลักษณะเหมือนหรือแตกต่างกันเช่นไร กลวิธีนี้สัมพันธ์กับฉาก ผู้ร่วมเหตุการณ์ และจุดมุ่งหมาย การเปรียบเทียบที่ใช้มีลักษณะนำสิ่งที่อยู่ในสังคมวัฒนธรรมเกาหลีมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่อยู่ในสังคมวัฒนธรรมไทยซึ่งช่วยให้ผู้รับสารที่ไม่มีความเข้าใจสังคมวัฒนธรรมหนึ่งสามารถทำความเข้าใจผ่านอีกสังคมวัฒนธรรมหนึ่งได้ มีรายละเอียดดังนี้

(ตัวอย่าง 21)

กลิ่นมันนะคะก็จะไม่ค่อยหอมไฉ้มัยคะ แล้วก็แบบเวลาสัมผัสใบมันก็จะสากๆ นิดหน่อยคะ ทุกคน แต่พอเอามาลวกแล้ว ทุกคน มันกลับเปลี่ยนไปคนละเรื่องเลยนะคะ ผักมันนุ่ม มันเหนียวแบบหนึบนะคะ คือมันมีความหอมอ่อนๆ นะคะ อารมณ์เหมือนกินผักคาดหัวแหวนคะ

(สะไกเกาหลี่ by Korean, 2566, ep. 764)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูปเบอร์ซอฮยอนเล่าว่าตนกำลังไปเก็บผักป่าชนิดหนึ่ง เมื่อนำมาประกอบอาหารแล้วมีความเหมือน “ผักคาดหัวแหวน” ซึ่งเป็นผักท้องถิ่นในบ้านเกิดของยูทูปเบอร์ การเปรียบเทียบช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจวัฒนธรรมเกาหลีผ่านวัฒนธรรมไทยได้ดีมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังพบการเปรียบเทียบด้วย มีตัวอย่างดังนี้

(ตัวอย่าง 22)

ส่วนอันนี้ (ทันแร) นะคะ หน้าตาจะคล้ายๆ กล้วยาคะ แต่เค้าคือหอมปานะคะ รสชาติและกลิ่นนี้คล้ายกับต้นหอมบ้านเราทั่วๆ ไปเลยคะ เพียงแต่ว่าหัวเค้าเหนียวจะเล็กมาก ๆ นะคะ

(สะไกเกาหลี่ by Korean, 2566, ep. 761)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูปเบอร์ซอฮยอนออกไปเก็บผักรอบบ้านกับแม่สามี มีผักชนิดหนึ่งชื่อ “ทันแร” ซึ่งเป็นพันธุ์ต้นหอมป่าชนิดหนึ่ง ยูทูปเบอร์รายนี้ใช้วิธีการเปรียบเทียบเหมือนว่าต้นหอมป่าเหมือนกับต้นหอมธรรมดาทั่วไป แต่ก็ใช้การเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างระหว่างพืชทั้งสองชนิดว่ามีขนาดหัวที่ต่างกัน

การเปรียบเทียบและเปรียบเทียบต่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ที่อยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรม (Multicultural) กล่าวคือเป็นชาวไทยแต่ใช้ชีวิตในสังคมวัฒนธรรมเกาหลี ทำให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจทั้งสองวัฒนธรรม

และสามารถถ่ายทอดให้ผู้รับสารเข้าใจวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้นซึ่งสัมพันธ์กับบทบาทการเป็นยูทูบเบอร์ที่ต้องการถ่ายทอดเรื่องราวให้ผู้รับสารทราบและช่วยสื่ออัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” “สะใภ้เกาหลี” และ “ยูทูบเบอร์”

7. มุลบท (Presupposition) มุลบทเป็นความคิดหรือความเชื่อที่มีอยู่ก่อนบางประการ (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2560, น. 346-347; ฐฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, น. 83) โดยไม่ต้องกล่าวออกมาเป็นคำพูด กลวิธีนี้สัมพันธ์กับฉาก ผู้ร่วมเหตุการณ์และจุดมุ่งหมาย การใช้มุลบทแสดงให้เห็นว่ายูทูบเบอร์เคยประสบพบเจอกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาก่อน แต่ไม่ได้ประสบพบเจอกับสิ่งนั้นมาเป็นเวลานานแล้ว มีรายละเอียดดังนี้

(ตัวอย่าง 23)

เอฟซีนะคะมากินข้าวที่ร้านแล้วก็ถือขนมหมีกรอบมาฝาก 2 กล่อง มันเป็นขนมที่ขอ
เคยกินนานมาก ๆ แล้ว มันอร่อยแล้วมันกินเพลิน แต่อยู่ไทยอะ เราไม่ได้กินบ่อย เพราะว่า
ที่เมืองไทยเนี่ยมีขนมมากมายหลายอย่างนะคะ เราก็จะไม่ค่อยได้กินบ่อยๆ แต่พอมายูเกาหลี
เราไม่ได้กินเลย

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

ตัวอย่างข้างต้น พบการใช้คำบ่งเวลา “เคย” เพื่อแสดงให้เห็นว่ามีเหตุการณ์หนึ่งเกิดขึ้นในอดีตที่ไม่อาจระบุเวลาได้ (นววรรณ พันธุมธา, 2554, น. 65) รวมถึงใช้อนุภาคบอกเวลา “ตั้งแต่” เพื่อแสดงให้เห็นว่าไม่ได้ทำสิ่งนั้นอีกเลย การใช้มุลบทสื่อให้เห็นความเป็นคนไทยพลัดถิ่นและมีความผูกพัน โหยหาบรรยากาศที่ประเทศไทยบ้านเกิด การสื่อสารของเธอจึงพบมุลบทเพื่อโยงเรื่องราวที่เล่าไปถึงความคิดหรือความเชื่อที่มีอยู่ก่อนในประเทศบ้านเกิด กลวิธีนี้จึงสื่อให้เห็นอัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” ของยูทูบเบอร์

จากการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่พบ 7 กลวิธีข้างต้น มีส่วนช่วยประกอบสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ยูทูบเบอร์ ซอฮยอน จำนวน 4 อัตลักษณ์ ได้แก่ อัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” “สะใภ้เกาหลี” “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” และ “ยูทูบเบอร์” มีรายละเอียดดังนี้

อัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” สัมพันธ์กับการใช้คำศัพท์ การใช้สำเนียงภาษาไทยถิ่นอีสาน การเปรียบเทียบเหมือนและเปรียบเทียบต่างและมุลบท อัตลักษณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงกำเนิดของยูทูบเบอร์ว่าเป็นชาวไทยอีสานและได้ใช้ความเป็นพื้นถิ่นดังกล่าวในการเรียกขานสิ่งต่างๆ ที่อยู่ต่างวัฒนธรรมให้เกิดความเข้าใจได้อย่างชัดเจน

อัตลักษณ์ “สะใภ้เกาหลี” สัมพันธ์กับการใช้คำศัพท์ การเล่าเรื่องและการเปรียบเทียบเหมือนและเปรียบเทียบต่าง อัตลักษณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่ายูทูบเบอร์รายนี้เป็นผู้ที่ไปอาศัยอยู่ในสังคมวัฒนธรรมเกาหลีมาเป็นเวลานาน มีความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรมและมีความกลมกลืนกับวัฒนธรรมดังกล่าว

อัตลักษณ์ “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” สัมพันธ์กับการใช้วัจนกรรมและอุปสรรค อัตลักษณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่ายูทูบเบอร์รายนี้มีความเชี่ยวชาญในการทำอาหารและได้นำเสนอความเชี่ยวชาญของตนผ่านเว็บไซต์ เพื่อถ่ายทอดให้ผู้รับสารได้ทราบ

อัตลักษณ์ “ยูทูบเบอร์” สัมพันธ์กับการใช้คำศัพท์ การใช้วัจนกรรม การเล่าเรื่องและการเปรียบเทียบเหมือนและเปรียบเทียบต่าง อัตลักษณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่าเป็นยูทูบเบอร์ที่มีชื่อเสียงและมีความเชี่ยวชาญในการนำเสนอเนื้อหาให้ผู้รับสารเข้าใจได้อย่างดี

กลวิธีทางภาษาและอัตลักษณ์สามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอัตลักษณ์ของยูทูปเบอร์ชอฮยอน

กลวิธีทางภาษา	อัตลักษณ์	คนไทยอีสาน	สะใภ้เกาหลี	นักทำอาหาร ผู้เชี่ยวชาญ	ยูทูปเบอร์
1. การใช้คำศัพท์					
1.1 การใช้คำอ้างอิง					
1) คำอ้างอิงตัวเอง			✓		
2) คำอ้างอิงคนในครอบครัว	✓	✓			
3) คำอ้างอิงบุคคลอื่นในชีวิตประจำวัน					✓
4) คำเรียกสิ่งต่างๆ	✓				
1.2 การใช้คำศัพท์แสดงกิริยาอาการ			✓		✓
2. การใช้สำเนียงภาษาไทยถิ่นอีสาน	✓				
3. การใช้วัจนกรรม				✓	✓
4. อุปสรรค				✓	
5. การเล่าเรื่อง			✓		✓
6. การเปรียบเทียบและเปรียบเทียบต่าง	✓	✓			✓
7. มุลบท	✓				

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสารและเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอัตลักษณ์ของยูทูปเบอร์ชอฮยอนจากข้อมูลคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการทำอาหารในช่องยูทูป “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-30 มิถุนายน พ.ศ. 2566 รวมจำนวน 24 คลิปวิดีโอ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการสื่อสารสำคัญ ได้แก่ ฉาก (S) คือประเทศเกาหลีและเว็บไซต์ยูทูป ผู้ร่วมเหตุการณ์ (P) คือยูทูปเบอร์ชอฮยอน ซึ่งมีจุดมุ่งหมาย (E) ในการถ่ายทอดวิถีชีวิตและการประกอบอาหาร โดยใช้ลำดับวัจนกรรม (A) แบบบอกเล่าและแนะนำพร้อมเครื่องมือ (I) ได้แก่ อินเทอร์เน็ตและภาษาที่เป็นกันเอง ทั้งภาษาไทยมาตรฐาน ภาษาอีสานและภาษาเกาหลี บรรทัดฐานการตีความ (N) แสดงให้เห็นว่ายูทูปเบอร์เป็นผู้กำหนดประเด็นสื่อสารเองอย่างชัดเจน ส่วนกลวิธีการใช้ภาษาในการสื่ออัตลักษณ์ พบการใช้กลวิธีทางภาษา 7 กลวิธี ได้แก่ 1) การใช้คำศัพท์ 2) การใช้สำเนียงภาษาไทยถิ่นอีสาน 3) การใช้วัจนกรรม 4) อุปสรรค 5) การเล่าเรื่อง 6) การเปรียบเทียบและเปรียบเทียบต่าง และ 7) มุลบท ซึ่งช่วยประกอบสร้างอัตลักษณ์ 4 อัตลักษณ์ ได้แก่ อัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” “สะใภ้เกาหลี” “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” และ “ยูทูปเบอร์” อัตลักษณ์เหล่านี้สะท้อนบทบาทของยูทูปเบอร์ในฐานะคนไทยที่ผสมกลมกลืนเข้ากับวัฒนธรรมเกาหลี พร้อมทั้งแสดงความเชี่ยวชาญในการประกอบอาหารและความสามารถในการสื่อสารเรื่องราวอย่างมีอิทธิพลในฐานะยูทูปเบอร์ที่มีชื่อเสียง

การสื่อสาร “อัตลักษณ์ของหญิงไทยในบริบทสังคมข้ามวัฒนธรรม”

ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอัตลักษณ์ของยูทูปเบอร์ชอยยอนทำให้เห็นวัตถุประสงค์สำคัญของยูทูปเบอร์ชอยยอนอยู่ที่การนำเสนอ “อัตลักษณ์ความเป็นผู้หญิงไทย” โดยเฉพาะในฐานะ “ลูกสะใภ้แบบไทย” เป็นสำคัญ การวิเคราะห์วิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ดังกล่าวจึงต้องอาศัยการทำความเข้าใจ “ความเป็นไทย” เป็นเบื้องต้นเสียก่อน ปาริชชาติ สถาปัตตานนท์ (2567) ได้นิยามความเป็นไทยไว้ว่า “เอกลักษณ์และตัวตนของคนไทย วัฒนธรรมไทยที่สะท้อนผ่านสายตาของคนภายนอกที่มองเห็นลักษณะร่วมอันคล้ายกันของคนไทยซึ่งแตกต่างจากชนชาติอื่น” สิ่งที่ยูทูปเบอร์ชอยยอนพยายามสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่เจ้าตัวมองว่าเมื่อนำเสนอแล้ว “ใครๆ” ย่อมเข้าใจทันทีว่าสิ่งนั้นๆ คือ ความเป็นไทย หรือแปลได้ว่ายูทูปเบอร์ผู้นี้พยายามนำเสนอ “ความเป็นไทย” รวมถึง “ความเป็นท้องถิ่นอีสาน” ของเจ้าตัวทั้งด้วยวัจนภาษาและอวัจนภาษา ด้วยว่าการสื่อสารภาพตัวแทนย่อมต้องกระทำผ่านภาษาอันเป็นระบบของสัญญาณสำหรับอ้างอิงถึงสรรพสิ่งในโลก (Hall, 1997, pp. 28-29) ยิ่งไปกว่านั้น ผู้วิจัยพิจารณาความเห็นท้ายคลิปของผู้รับสารเป็นการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมอย่างอิสระ เป็นการโต้ตอบและแสดงความรู้สึกนึกคิดของ “ผู้รับสาร” ซึ่งมีต่อทั้งผู้ส่งสารและระหว่างผู้รับสาร (ผู้ชมคลิปที่อ่านความคิดเห็น) ด้วยตนเอง ในบริบทพื้นที่ออนไลน์อันไร้พรมแดนและบริบทเวลาอันเป็น “อวกาลิโก” ถือเป็น “สาร” ที่สามารถนำมาพินิจพิเคราะห์ได้ว่าการสื่อสารอัตลักษณ์ของยูทูปเบอร์ชอยยอนสำเร็จหรือไม่ อย่างไรด้วย

โดยพื้นฐานที่สุด หากมองว่า “ภาษาไทย = ความเป็นไทย” พบว่ายูทูปเบอร์ชอยยอนไม่เพียงแต่สื่อสารด้วยภาษาไทยเป็นหลักเพื่อให้เหมาะแก่ “ผู้รับสาร” ซึ่งก็คือคนไทย-อีสานทั้งในและนอกประเทศเท่านั้น ทว่ายัง ก) เลือกใช้ภาษาไทยเรียกสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะคำเรียกญาติฝั่งสามี ข) ใช้สำเนียงอีสานในบางบริบท และ ค) สอนคำศัพท์ภาษาไทยบางคำให้แก่ครอบครัวชาวเกาหลีด้วยเช่นกัน ภาษาไทย-อีสานในคลิปวิดีโอเหล่านี้จึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนออัตลักษณ์ไปโดยปริยาย ประเด็นเรื่องภาษาไทยกับอัตลักษณ์ความเป็นไทยนี้สามารถพิสูจน์ได้จากความคิดเห็นท้ายคลิปของผู้รับสาร เช่น ใน ep. 726 เมื่อสามีของยูทูปเบอร์ชอยยอนพูดภาษาไทยตามที่เคยเรียนมาจากภรรยา ก็มีผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นชื่นชมมากมาย เช่น “แฟนขอจะเป็นคนไทยไปแล้ว” อันแสดงถึงมโนทัศน์เรื่อง “ภาษาไทย = ความเป็น (คน) ไทย” ได้เป็นอย่างดี

เมื่อสังเคราะห์เนื้อหาของคลิปวิดีโอในช่วงเวลานำมาศึกษาเห็นชัดว่า “อนุภาค” ที่ปรากฏซ้ำจากการแสดงออกของยูทูปเบอร์ชอยยอน ได้แก่ ความเป็นแม่บ้านแม่เรือนซึ่งแสดงออกผ่านการทำอาหารเป็นสำคัญ การมีกิริยาจาจนอบน้อมอ่อนหวานและการดูแลสามีตลอดจนครอบครัวสามีเป็นอย่างดี ในทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมอีสานซึ่ง “แวดล้อมและหล่อหลอม” ยูทูปเบอร์ชอยยอนมาตั้งแต่เด็กจนโต การประพฤติปฏิบัติเช่นนี้ได้รับการยกย่องว่าเป็นจรรยาของหญิงดีจนได้กลายเป็น “คำสอนหญิง” ซึ่งปรากฏในวรรณกรรมลายลักษณ์ (บัวพร มาลัยคำ, 2544, น. 129-137) อนุภาคพฤติกรรมของยูทูปเบอร์ชอยยอนจึงเรียกได้น่าเอาคำนิยม “แบบไทย-อีสาน” ซึ่งปรากฏอยู่ใน “ตัวบท” มาแสดงออก “อย่างเป็นรูปธรรม” ผ่านบริบทสังคมออนไลน์ รวมถึงยังเรียกได้ว่า “ประสบความสำเร็จ” ดังตัวอย่างจากความคิดเห็นเช่น “Greeting from Germany ka. คุณขอสะใภ้เกาหลี...คุณขอเป็นหญิงไทยตัวอย่างให้ต่างชาติได้เห็นความอัจฉริยะของหญิงไทย ว่าเก่ง น่ารัก รอยยิ้มอันแสนหวานนี่คือเสน่ห์ของคนไทย” หรือความเห็นของผู้ใช้ยูทูปว่า “คุณขอเป็นแม่บ้านที่เก่งมาก ทำได้ทุกอย่างถึงเหนือก็อดทนดูแลครอบครัวทำกับข้าวกับปลาให้กินทุกวัน” คำชม 2 ตัวอย่างข้างต้นสื่อความคิดเรื่อง “หญิงไทยที่มีฝีมือในการทำ อาหารและตัดแปลงวัตถุดิบ = หญิงเก่ง, หญิงดี” ตลอดจน “รอยยิ้ม = เสน่ห์ (หญิง) ไทย” ซึ่งก็แปลว่า “ความเป็นแม่บ้านแม่เรือนผู้อ่อนหวาน = อัตลักษณ์ความเป็น (หญิง) ไทย” นั่นเอง นอกจากนี้ “ความเป็นแม่บ้านแม่เรือน = ความเป็นหญิง (ไทยที่) เก่ง” เพราะต้องเห็นดเห็นยอดทนดูแลครอบครัวตามคำนิยมว่าด้วยความเป็นผู้หญิงที่ดี (พัชรินทร์ ลาภานันท์ และคณะ, 2550)

ทั้งนี้ ขอนำสนใจเป็นพิเศษของคลิป์วิดีโอในช่วงเวลาที่ทำวิจัย คือ ตั้งแต่วันที่ 3 กุมภาพันธ์-26 เมษายน 2566 (ep. 734-755) ยูทูบเบอร์ชอฮยอนได้พาครอบครัวมาเที่ยวประเทศไทยและกลับไปเยี่ยมญาติที่จังหวัดบ้านเกิด ซึ่งยูทูบเบอร์ชอฮยอนเป็นฝ่ายให้ครอบครัวสามีซึ่งเป็น “คนอื่น” เข้ามาในพรมแดนความเป็นไทย ตั้งแต่ความเป็นไทย “แบบทางการ” ไม่ว่าจะเป็นการพาชมโบราณสถานสำคัญ การล่องเรือชมแม่น้ำเจ้าพระยา การนวดไทย การช้อปปิ้ง ฯลฯ ไปจนถึง “ความเป็นท้องถิ่น” ทั้งการพาไปร่วมงานบุญมหาชาติซึ่งเป็นบุญสำคัญของชาวอีสาน การให้กินอาหารถิ่นอีสานในพื้นที่จริง ให้ครอบครัวสามีลองทำโรงทาน พาไปเที่ยว “ทะเลอีสาน” ฯลฯ ไม่ว่าจะยูทูบเบอร์ชอฮยอนจะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม กิจกรรมเหล่านี้ได้ทำหน้าที่สื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยและความเป็นท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในสายตาของคนไทย-อีสานด้วยกันเอง ตัวอย่างที่เด่นชัด เช่นใน ep. 742 (28 กุมภาพันธ์ 2566) ที่ยูทูบเบอร์ได้ให้ครอบครัวชาวเกาหลีร่วมกิจกรรมงานบุญมหาชาติ ผู้รับสารหลายคนต่างก็ให้ความเห็นในทำนองเดียวกันว่า “นี่คือวิถีชีวิตของพี่น้องคนไทยในท้องถิ่นที่ควรรักษาไว้ ให้เป็นแบบอย่างแก่ลูกหลาน...อย่าหลงไหลได้ปลื้มกับวัฒนธรรมชาติอื่นที่ไม่เข้ากับสังคมไทย เรารับเทคโนโลยีได้แต่อย่าทิ้งวิถีไทย” หรือ “นี่แหละคือวิถีชีวิตชาวไทยที่นับวันหายากมาก อยากให้อนุรักษ์ไว้ไปนานๆ” เป็นต้น ซึ่งทำให้เห็นการเลื่อนไหลของอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ชอฮยอน เพราะการกระทำนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นการข้ามพรมแดนรัฐชาติในเชิงพื้นที่กลับสู่ความเป็นไทยอีกครั้ง ซึ่งหมายถึงการกลับจากพื้นที่ที่พลัดถิ่นและข้ามวัฒนธรรมไปเป็นสะเป่เกาหลีสู่ความเป็นไทย-ไทยอีสานในพื้นที่บ้านเกิด จนเรียกได้ว่าช่วงเวลาดังกล่าว/เหตุการณ์ใน ep. 734-755 นั้นเป็น “ช่วงเวลาพิเศษ” ในการแสดงอัตลักษณ์ไทยอย่างเข้มข้นในบริบทพื้นที่ประเทศไทยและบริบทวัฒนธรรมไทย-อีสาน

ส่วนประเด็นเรื่องการใช้อาหารในฐานะ “ภาพตัวแทนความเป็นไทย” ซึ่งเป็น “อนุภาคเด่น” ของคลิป์วิดีโอของยูทูบเบอร์ชอฮยอน ผู้วิจัยใคร่ขออภิปรายว่าในแง่ที่ “ทุกแง่มุมของอาหารประจำชาติ ประจำวัฒนธรรม (traditional food) ไม่ว่าจะตำรับอาหาร วิธีทำอาหาร ตลอดจนมารยาทบนโต๊ะอาหารสื่อถึงค่านิยมและความคิด ความเชื่อที่แตกต่างกันของแต่ละวัฒนธรรมและเป็นส่วนสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรม” (Evans, 2023) อาจกล่าวได้ว่า “การทำอาหารไทยเท่ากับปฏิบัติการทางวัฒนธรรมไทย” เท่ากับว่ายูทูบเบอร์ชอฮยอนได้เปลี่ยนพื้นที่ “ครัวเกาหลี” ให้กลายเป็น “พื้นที่เสมือนของครัวไทย” ในช่วงเวลาที่ประกอบอาหาร นอกจากนั้นยังมองได้ว่า ยูทูบเบอร์ชอฮยอนไม่เพียงแต่จะทำให้อาหารไทยและอาหารถิ่น ตลอดจนวัฒนธรรมการครัวแบบไทยแพร่เข้าไปในสังคม/ครอบครัวสามีชาวเกาหลีได้โดยเฉพาะผ่านปฏิสัมพันธ์ระหว่างเธอกับแม่สามีในฐานะ “ผู้ร่วมพื้นที่ครัว” เท่านั้น ทว่าบริบทสังคมออนไลน์ยังทำให้อาหารไทยซึ่งในที่นี้ “หมายถึง” และ “สื่อแสดงถึง” ความเป็น (ผู้หญิง) ไทยได้รับการเผยแพร่ใน “สื่อประชานิยม” ในโลกไร้พรมแดนของโลกาภิวัตน์ไปโดยปริยาย ในทางกลับกัน หากมองเรื่องการดำรงตัวตนข้ามพรมแดนรัฐชาติในสังคมโลกาภิวัตน์ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม (hybridization) อันหมายรวมถึง “อาหารลูกผสม” (fusion food) ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของการนำวัตถุดิบท้องถิ่นไปใช้ในต่างแดน หรือการประยุกต์วัตถุดิบของต่างแดนเพื่อทำอาหารท้องถิ่น (Brodowicz, 2024) เห็นได้ชัดว่า “อาหารไทย” ที่ทำใน “ครัวเกาหลี” มีลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นเป็นปกติวิสัยและสะท้อนปรากฏการณ์ของปัจเจกชนผู้ย้ายถิ่นฐานข้ามพรมแดนชาติและวัฒนธรรมซึ่งการแสดงอัตลักษณ์จำจะต้องเป็นไปควบคู่กับการ “ประยุกต์และสร้างสรรค์” เพื่อให้อัตลักษณ์นั้นดำรงอยู่ได้ภายใต้ข้อจำกัดต่างๆ ยิ่งไปกว่านั้นในฐานะ “คนข้ามวัฒนธรรม” จะพบว่ายูทูบเบอร์ชอฮยอนใช้อาหารอันเป็น “ภาพตัวแทนความเป็นไทย” ทำให้ตัวเธอสามารถ “อ้างและเผยแพร่” อัตลักษณ์ได้ทั้งในระดับครอบครัวและในระดับสากล ตลอดจนใช้อัตลักษณ์นั้น “ต่อรอง” พลิกสถานภาพซึ่งตนเอง “เป็นรอง” ในที่นี้ ได้แก่ เป็นคนต่างชาติ เป็นสะเป่ เป็นภรรยา ให้ “มีพื้นที่” ในครอบครัวสามีได้ เห็นได้จากการที่เธอได้รับความรักและการยอมรับจากสามีและครอบครัว หรือถ้ามองผ่านวิธีคิดแบบ

คู่ตรงข้าม (binary opposition) ซึ่งคือ “คนไทย vs. คนต่างชาติ” ในสายตาของผู้รับสารชาวไทย ยูทูปเบอร์ชอฮยอน ก็เป็นเสมือน “ตัวเชื่อม” (mediator) ผู้หลอมรวมให้ “ครอบครัวชาวเกาหลี” กลายเป็น “(เสมือน) คนไทย-คนอิสาน” เป็นต้นว่าความคิดเห็นท้าย ep. 726 ผู้ใช้นามว่า patchachannel8882 แสดงความคิดเห็นว่า “พ่อปู่แม่ย่าอย่างกับ คนอิสานเลยบ้านข้าวเหนียวกับไก่” หรือ ep. 770 ผู้ใช้นามว่า sumanasukaphan6060 แสดงความเห็นที่เห็นว่า “ดูคลิป น้องชอแต่ละคลิป ยิ้มตามทุกทีเลย เพราะทุกคนน่ารักมาก กลายเป็นคนไทยหมดแล้ว”

ยิ่งกว่านี้แล้วการที่ยูทูปเบอร์ชอฮยอนได้ลองให้ครอบครัวชาวเกาหลี “ลิ้มลองอาหารถิ่น” ซึ่งอาจดู “ไม่สะอาดปลอดภัย” ในสายตาคนต่างวัฒนธรรม เช่น ep.743 ให้แม่สามีลองกินลาบดิบและเหล้าขาว 40 ดีกรี ของอิสานก็เท่ากับได้ขยายพรมแดนของคำว่า “อาหารสำหรับคนไทย” ให้กว้างขวางออกไปกว่าชนิดอาหารที่คุ้นเคย สอดคล้องกับที่วราณี วิบูลย์สวัสดิ์ แอนเตอร์สแนล (2553, น. 72-73) ให้ความเห็นว่าอาหารและวัฒนธรรมการกิน เป็นรสนิยมที่สร้างขึ้นในแต่ละวัฒนธรรมและแต่ละวัฒนธรรมก็กำหนดว่าอะไรคืออาหารจานเด็ด อะไรคืออาหาร รสเลิศและอะไรใช้หรือไม่ใช้อาหารต่างกัน

เมื่อวิเคราะห์การสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” ด้วยแนวคิดชาติพันธุ์วรรณาแห่ง การสื่อสาร ข้อสำคัญที่สังเคราะห์ได้ในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ยูทูปเบอร์ชอฮยอนเลือกใช้ฐานะ “ลูกสะใภ้” เพื่อสื่อสาร 2 ระดับควบคู่กันไป กล่าวคือในแง่หนึ่งสื่อสารแบบตัวต่อตัวกับครอบครัวชาวเกาหลีในฉากชีวิตจริง แต่ในอีก แง่หนึ่งก็สื่อสารกับผู้รับสารผ่านสื่อออนไลน์อันเป็น “อวกาศโลก” ซึ่งประการหลังนี้นำมาซึ่งการชมช้อและปฏิสัมพันธ์ อันไม่จำกัดเวลา ภายใต้โครงสร้างลำดับวัจนกรรมจากวัจนกรรมทักทาย บอกเล่า แนะนำ และอำลา โดยปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล โดยเฉพาะในบริบทการสื่อสารกับสังคมออนไลน์มาจากการใช้วัจนลีลาแบบตนเอง ส่งผลต่อการใช้ภาษาระดับภาษาปาก ใช้คำถิ่น สำเนียงถิ่น ทำให้ผู้รับสารรู้สึกคุ้นเคยสอดคล้องกับการนำเสนอ ภาพชีวิตประจำวันที่อยู่เป็นกันเอง ไม่ซับซ้อน ปฏิบัติการทางภาษาเช่นนี้ใช้เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ความเป็น “สะใภ้ คนไทย” ในบริบทสังคมครอบครัวเกาหลี อัตลักษณ์ความเป็นคนอิสานและอัตลักษณ์ความเป็นยูทูปเบอร์ โดยลำดับ

ส่วนประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็น “สะใภ้ไทย” ในบริบทข้ามชาติ ข้ามวัฒนธรรมนั้น พบว่ายูทูปเบอร์ชอฮยอนได้ใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษา ไม่ว่าจะเป็นการใช้ ภาษาไทยและภาษาถิ่น การพาครอบครัวชาวเกาหลี “ข้ามชาติ” มาสัมผัสกับ “วัฒนธรรมไทย-วัฒนธรรมท้องถิ่น อิสาน” หรือการแสดงตัวตนแบบผู้หญิงไทย-ผู้หญิงอิสานตามจารีตผ่านการทำอาหารและการดูแลครอบครัว หนึ่ง การประพฤติตนเป็น “ลูกสะใภ้แบบไทย” ผู้โดดเด่นด้วยการทำอาหารไทยยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อรอง พื้นที่ในครอบครัวสามีและสร้างตัวตนของเธอในบริบทออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

รายการอ้างอิง

กรมการปกครอง. (ม.ป.ป.). รายงานสถิติจำนวนทะเบียนสมรส.

<https://stat.bora.dopa.go.th/stat/GENSTAT/STATFAM#/marry>

จิรัฐภูมิ เสนาคำ. (2550). *ไทยพลัดถิ่นกับข้อจำกัดขององค์ความรู้ว่าด้วยรัฐ-ชาติในสังคมไทย*.

[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทระดับบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2542). หน้าทีของอุปักษ์ณ์จากมุมมองของผู้พูดภาษาไทย. *วารสารภาษาและวรรณคดีไทย*, 16, 249-268.

- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2550). จาก “เจ้าพ่ออ่างทองคำ” สู่ “คนชนชั้นธรรมดาที่กล้าแฉ”: กลวิธีทางภาษากับการนำเสนอ
อัตลักษณ์ของซูวิทย์ กมลวิศิษฎ์ ในวาทกรรมการหาเสียงเลือกตั้ง. *วารสารภาษาและวรรณคดีไทย*, 24, 271-296.
- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2552). ราชศัพท์. ใน *บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 4 วัฒนธรรมการใช้ภาษาไทย* (น. 55-82).
สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). *วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์: แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรม
ในภาษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐมน เกตุแก้ว. (2561, 2 พฤษภาคม). ผู้หญิงทำงานในสังคมเกาหลี. ประชาไท. prachatai.com/journal/2018/05/76704
- ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ. (2558). ภาษากับอัตลักษณ์เมียฝรั่งในวาทกรรมสาธารณะ.
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทระดับบัณฑิต ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไทยรัฐ. (2562, 3 ธันวาคม). รู้จัก “ซอฮยอน” สาวไทยเป็นสะใภ้เกาหลี มัดใจโอบป่า สู้ยูกูเบอร์ชื่อดัง.
www.thairath.co.th/news/society/1716345
- ธีระ บุษบกแก้ว. (2553). *กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่ม “เกย์ออนไลน์”*.
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทระดับบัณฑิต ไม่ได้ดีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นววรรณ พันธุเมธา. (2554). *ไวยากรณ์ไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 6). โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บัวพร มาลัยคำ. (2544). *การศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมคำสอนสตรีของไทยและลาว*
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทระดับบัณฑิต ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2567, 25 มิถุนายน). ค้นพบและเรียนรู้ทุกแง่มุมของความเป็นไทยที่จุฬาฯ.
<https://www.chula.ac.th/highlight/169569/>
- เปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์, และนิธิดา แสงสิงแก้ว. (2565). การสื่อสารเนื้อหาของยูทูบเบอร์หญิงไทย:
กรณีศึกษาสะใภ้ไทยในต่างแดน. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* นิตยสาร, 8(3), 50-69.
- พัชรินทร์ ลาภานันท์, ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์, และเยาวลักษณ์ อภิชาติวัลลภ. (2550). *การแต่งงานข้ามวัฒนธรรม:
การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้, ศูนย์วิจัยพหุวัฒนธรรมสังคมลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น*.
- ไพฑูรย์ สินลารัตน์, วาสนา วิสฤตภา, สุธีรา นิมิตรนิวัฒน์, และนักรบ หมี่แสน. (2565). เมื่อโลกไร้พรมแดนเกิดขึ้น
โอกาสใหม่และมุมมองใหม่ก็จะเกิดขึ้นตามมา. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว*, 15(1), 1-7.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. ราชบัณฑิตยสถาน.
- วรรณิ วิบูลย์สวัสดิ์ แอนเดอร์สัน. (2553). วัฒนธรรมด้านอาหารการกินในเชิงคติชนวิทยาและมานุษยวิทยา.
ใน *อภิรักษ์ณ เกษมผลกุล (บ.ก.). เปิดสำหรับตำรับศาลาษา. สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล*.
- ศิริพร ภัคดีผาสุข. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอัตลักษณ์และแนวทางการนำมาศึกษาภาษาไทย*.
โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 5 มกราคม). ep. 726 ปีกไก่ทอดน้ำปลา ทั้งข้าวเหนียวทั้งน้ำจิ้มอร่อยครบกินหมด
ภายในพริบตา เหลือแต่กระดูก. https://www.youtube.com/watch?v=eV2OmjqR_xM
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 8 มกราคม). ep. 727 หมี่กรอบ 3 รสเข้มข้น กะละมังใหญ่เบ้อเริ่ม ครอบครัวยุคใหม่และเพื่อนบ้าน
ชอบมาก แบ่งกันคนละถุง 2 ถุง. <https://www.youtube.com/watch?v=JmrOB6rlku4>
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 11 มกราคม). ep. 728 สอนน้องชายทำกิมจิก่อนกลับไทย เอาอาชีพติดตัวไปนะ.
<https://www.youtube.com/watch?v=FXLp7PSLfsk>
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 14 มกราคม). ep. 729 ห่อหมกทะเลย่างใบตอง กลิ่นหอมอร่อยกับเคล็ดลับเก็บใบตองสด
ให้อยู่ได้เป็นปีๆ มาบอก. <https://www.youtube.com/watch?v=412zg3PnxCk>
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 16 กุมภาพันธ์). ep. 737 ถึงหนองคายบ้านเกิดแล้วจ้า เฮ็ดลาบเปิดต้มเปิดกินจ้า
อาหารมือแรกที่บ้านอร่อยมาก. <https://www.youtube.com/watch?v=6xPGcPgZN9c>

- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 6 เมษายน). ep. 748 บั้งปลาเก่าหอมๆ กับตำบั๊กถั่วแฉับๆ แต่เช้า นิ่งดูพ่อลูกเขาคูยกัน
ด้วยไม้หน้าสาม. <https://www.youtube.com/watch?v=hyyKsevIVxc>
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 10 พฤษภาคม). ep. 761 เก็บผักป่ารอบบ้านเอามาทำเครื่องเคียง 6 อย่างกินกับ
หมูย่างเกาหลี อร่อยมากจ้า. <https://www.youtube.com/watch?v=J5KPh1jOj5c>
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 16 พฤษภาคม). ep. 763 ต่อไปในถิ่นเดิมที่ไม่ต้องแย่งกันแล้ว ทั้งหม้อทั้งเตาขนมาจาก
เมืองไทยหมดแล้ว. <https://www.youtube.com/watch?v=VAdgKUqB7MQ>
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 18 พฤษภาคม). ep. 764 แม่พาไปเก็บผักอะไรไม่รู้ ได้แบกกลับบ้านเป็นกระสอบ
เครื่องเคียงเกาหลีรสชาติไทย. <https://www.youtube.com/watch?v=QGJec3Y9d28>
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 31 พฤษภาคม). ep. 768 ห่อหมกใบตองดอกแคป่าใส่ไก่ ลองทำกินมั่วๆ แต่ต้องตกใจ
คือมันอร่อยมากกก. <https://www.youtube.com/watch?v=ueJZEf5OY8U>
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 4 มิถุนายน). ep. 769 สลัดโรล พร้อมสูตรน้ำสลัดครีมชีฟู้ดที่ทำง่ายสุดๆ แถมอร่อย
กินหมดภายในพริบตา. <https://www.youtube.com/watch?v=HIOEDz5gzAo>
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 11 มิถุนายน). ep. 770 วิธีทำไก่ต้มโค้กให้สีสวย นกกินแบบสุดๆ และทำง่าย แต่อร่อย
ยังกับอาหารภัตตาคาร. <https://www.youtube.com/watch?v=OCUOEBzDWmg>
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 18 มิถุนายน). ep. 772 ตำมะหลอดเปรี้ยวๆ หวานๆ เผ็ดนัวแซ่บสุดยอดตัดกชดเอาๆ
ตาสว่างเลยจ้า. <https://www.youtube.com/watch?v=6Dt124Q7mBk>
- สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 27 มิถุนายน). ep. 774 แกงไก่ใส่หน่อไม้ส้ม ใส่ยอดตำลึง กลิ่นหอมทั่วปฐพี
ข้าวเหนียวหมดเป็นดิบ. <https://www.youtube.com/watch?v=HaYhfjVERnc>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2565, 1 สิงหาคม). บทบาทสตรีไทยและความเท่าเทียมในสังคม.
www.thaihealth.or.th/?p=298221
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2534). พจนานุกรมภาษาถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2560). พจนานุกรมศัพท์ภาษาศาสตร์ (ภาษาศาสตร์ทั่วไป). สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.
อีสานร้อยแปด. (2567). พ่อปู่. <https://esan108.com/dict/view/พ่อปู่>
- Benwell, B., & Stokoe, E. (2013). *Discourse and identity*. Edinburgh University Press.
- Brodowicz, M. (2024). *Cultural hybridization*. <https://aithor.com/essay-examples/cultural-hybridization>
- Cambridge Dictionary. (2025). *Vlog*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/vlog>
- Evans, S. (2023). *Food as culture: Cuisine, food, customs and cultural identity*.
<https://www.slofoodbank.org/food-as-culture/>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representation and signifying practices*. Sage.
- Hymes, D. (1974). *Foundation in Sociolinguistics: An ethnographic approach*. The University of Pennsylvania Press.
- Jenkins, R. (2008). *Social identity* (3rd ed.). Routledge.
- Labelle, S. (2011). Language and identity. In *Language, society and power: An introduction* (pp. 173-188) (3rd ed.).
Routledge.
- National Geographic. (2022). *Globalization*. <https://education.nationalgeographic.org/resource/globalization>
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
- Spring. (2566, 10 ตุลาคม). *YouTube* สร้างเทรนด์ใหม่ ปี 2566 มีอะไรน่าสนใจบ้าง ชี้นคนไทยยกอันดับ 1 ใหญ่ทุบ.
www.springnews.co.th/digital-tech/technology/844113
- Urban's Pick. (2564, 12 กุมภาพันธ์). ผีกทำสวน ซ้อมกินหมูย่าง หมักกิมจิ แล้วแปลงร่างเป็น 'สะใภ้เกาหลี'.
<https://urbancreature.co/lifestyle-korea-daughter-in-law>