มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ

Journal of Studies in the Field of Humanities

ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Volume 32 Number 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)



มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ

ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)

ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

บรรณาธิการ

รัตนพล ชื่นค้า

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities

Volume 32 Number 2 (July–December 2025)

ISSN 2985-0568 (Online)

Editor

Rattanaphon Chuenka

ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงรบ รื่นบรรเทิง	คณบดีคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณาธิการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนพล ชื่นค้า	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ:

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.กุสุมา รักษมณี	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ชลดา เรืองรักษ์ลิขิต	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ศิราพร ณ ถลาง	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.สดชื่น ชัยประสาธน์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศาสตราจารย์เกียรติคุณกุลวดี มกราภิรมย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ นายแพทย์พูนพิศ อมาตยกุล	มหาวิทยาลัยมหิดล
ศาสตราจารย์กิตติคุณสุกัญญา สุจฉายา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.นัทธนัย ประสานนาม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศาสตราจารย์พรรัตน์ ดำรุง	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.บูลย์จีรา ชิรเวทย์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.สรณัฐ ไตลังคะ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สรบุศย์ รุ่งโรจน์สุวรรณ	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี มหณรงค์ชัย	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณิชยา วัฒนวรกิจกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นัทช์ชนัน นาถประทาน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัญวรัชญ์ กอบศิริธีร์วรา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร เลิศไพศาลวงศ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ ดร.เอกพล เจียรพัฒนาคม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Professor Adrian Vickers	University of Sydney, Australia

Professor Michael Gardiner	University of Warwick, United Kingdom
Professor Peter A. Jackson	Australian National University, Australia
Professor Sharmani Patricia Gabriel	University of Malaya, Malaysia

บรรณาธิการจัดการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัญวรัชญ์ กอบศิริธีร์วรา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยบรรณาธิการจัดการ:

ผาณิตา ชัยดิเรก

สุภาภรณ์ ไชยภัฏ

สถานที่ติดต่อ:

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์: 0-2579-5566-8 ต่อ 1200
โทรสาร: 0-2561-3485
เว็บไซต์: https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc

ศิลปกรรม:

โชติรส เกตุแก้ว

ภาพปก: ภาพวาดสีน้ำมันบนผ้าใบ “In Gedanken” (ค.ศ. 1894)
โดย Friedrich Pröll (ค.ศ. 1855-1934) จิตรกรเยอรมัน
ที่มา: https://commons.wikimedia.org

Members of the Advisory Board:

Assistant Professor Thongrob Ruenbanthoeng, Ph.D.	Dean, Faculty of Humanities, Kasetsart University

Editor in Chief:

Rattanaphon Chuenka, Ph.D.	Assistant Professor, Kasetsart Universtity

Members of the Editorial Board:

Kusuma Raksamanee, Ph.D.	Professor Emeritus, Silpakorn University
Cholada Ruengruglikit, Ph.D.	Professor Emeritus, Chulalongkorn University
Siraporn Nathalang, Ph.D.	Professor Emeritus, Chulalongkorn University
Sodchuen Chaiprasathna, Ph.D.	Professor Emeritus, Silpakorn University
Kulwadee Makarabhirom	Professor Emeritus, Kasetsart University
Poonpit Amatyakul	Professor Emeritus, Mahidol University
Sukanya Sujachaya	Professor Emeritus, Chulalongkorn University
Therdchai Choibamroong, Ph.D.	Professor, National Institute of Development Administration
Nottakrit Vantamay, Ph.D.	Professor, Kasetsart University
Natthanai Prasannam, Ph.D.	Professor, Kasetsart University
Pornrat Damrhung	Professor, Chulalongkorn University
Boonjeera Chiravate, Ph.D.	Associate Professor, Silpakorn University
Soranat Tailanga, Ph.D.	Associate Professor, Kasetsart University
Sorabud Rungrojsuwan, Ph.D.	Associate Professor, Mae Fah Luang University
Sumalee Mahanarongchai, Ph.D.	Associate Professor, Thammasat University
Nitchaya Wattanavorakijkul. Ph.D.	Assistant Professor, Kasetsart University
Natchanan Natpratan, Ph.D.	Assistant Professor, Kasetsart University
Ranwarat Kobsirithiwara, Ph.D.	Assistant Professor, Kasetsart University
Siriporn Lertpaisarnwong, Ph.D.	Assistant Professor, Kasetsart University
Ekapol Cheerapatnakom, Ph.D.	Lecturer, Kasetsart University
Adrian Vickers, Ph.D.	Professor, University of Sydney, Australia

Michael Gardiner, Ph.D.	Professor, University of Warwick, United Kingdom
Peter A. Jackson, Ph.D.	Professor, Australian National University, Australia
Sharmani Patricia Gabriel, Ph.D.	Professor, University of Malaya, Malaysia

Managing Editor:

Ranwarat Kobsirithiwara, Ph.D.	Assistant Professor, Kasetsart University

Assistant Managing Editors:

Phanita Chaidirek

Supaporn Chaiyabhat

Editorial Address:

Journal of Studies in the Field of Humanities,
Faculty of Humanities, Kasetsart University
50 Ngam Wong Wan Rd., Lat Yao, Chatuchak,
Bangkok 10900, THAILAND
Telephone: 0-2579-5566-8 # 1200
Fax: 0-2561-3485
Website: https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc

Design and Artwork:

Chotirot Ketkaeo

Cover: Oil painting on canvas, *In Gedanken* (1894)
by Friedrich Pröll (1855–1934), a German painter.
Source: https://commons.wikimedia.org

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการเป็นวารสารวิชาการราย 6 เดือน (2 ฉบับต่อปี) คือ ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน และฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยกองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ จัดพิมพ์วารสารนี้เพื่อส่งเสริมให้คณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิต นักศึกษาและผู้สนใจได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยและเผยแพร่ผลงานวิชาการ ตลอดจนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการทางด้านมนุษยศาสตร์และศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้อง

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการยินดีรับต้นฉบับผลงานวิชาการที่เป็นบทความวิจัย (research article) บทความวิชาการ (academic article) บทความปริทรรศน์ (review article) หรือบทวิจารณ์หนังสือ (book review) ซึ่งเขียนเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ เนื้อหาของบทความต้องเกี่ยวกับสาขาวิชามนุษยศาสตร์หรือสาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ภาษา ภาษาศาสตร์ การเรียนการสอนภาษา การแปล วรรณคดี คติชนวิทยา ประวัติศาสตร์ ปรัชญาและศาสนา นิเทศศาสตร์ สารสนเทศศาสตร์ ดนตรี ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์และการท่องเที่ยว

บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการฉบับใดมาก่อน เว้นแต่เป็นการปรับปรุงจากผลงานที่ได้เสนอในการประชุมวิชาการและต้องไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น

บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ทุกบทความจะต้องผ่านการกลั่นกรองคุณภาพแบบไม่เปิดเผยตัวตนสองทาง (double-blind review) โดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขานั้นหรือสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 คน ผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นที่สุด

เมื่อพิจารณาเสร็จสิ้นแล้ว กองบรรณาธิการจะประสานกับผู้เขียนเพื่อให้แก้ไขต้นฉบับและส่งกลับมาที่กองบรรณาธิการภายในกรอบเวลาที่กำหนด

ผู้ส่งบทความกรุณาส่งต้นฉบับบทความตามช่องทางและรูปแบบที่กำหนดไว้ในข้อแนะนำในการส่งบทความ (กรุณาดูรายละเอียดท้ายเล่มหรือเว็บไซต์ของวารสาร https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc)

ข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารเป็นของผู้เขียนแต่ละคน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และกองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วยและไม่ถือว่าเป็นความรับผิดชอบของคณะมนุษยศาสตร์และกองบรรณาธิการ

ลิขสิทธิ์บทความเป็นของผู้เขียนและของคณะมนุษยศาสตร์ ซึ่งได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การตีพิมพ์ซ้ำต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนและกองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการโดยตรงเป็นลายลักษณ์อักษร

About the *Journal of Studies in the Field of Humanities*

The Journal of Studies in the Field of Humanities is a biannual academic journal, published in two issues each year: the January-June issue, and the July-December issue.

Through the publication of this journal, the Editorial Board of the Faculty of Humanities, Kasetsart University, aims to promote distinguished works of lecturers, researchers, academics, students, and any interested individuals, and to encourage knowledge exchange in humanities and related disciplines.

The Editorial Board welcomes submissions of the following manuscripts, either in Thai or in English: research articles, academic articles, review articles, or book reviews. Each contribution must address issues in humanities or related disciplines, such as language studies, linguistics, language learning and teaching, translation, literature, folklore, history, philosophy and religion, communication arts, information science, music, performing arts, arts and tourism.

The submitted manuscripts must not have been published in any other academic journals, or be under the consideration of any other academic journals. Conference articles that have been revised specifically for publication, however, are eligible.

Each submitted manuscript will be double-blind reviewed by at least three experts. The decision of the Editorial Board is final.

In the case of successful submission, the Editorial Board will inform the author of any changes or revisions that have to be made. The author then needs to edit the manuscript and send it back to the Editorial Board within an agreed timeframe.

The author should submit the manuscript in the APA format through the journal's website – https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc

The opinions apparent in each published article are strictly of its respective author; the Faculty of Humanities, Kasetsart University, and the Editorial Board do not necessarily agree with and hold no responsibility to such opinions.

All rights to the articles published in this journal belong to the authors and the Faculty of Humanities, and are under the protection of the laws. Reproduction of the content in any form requires direct, written permissions from the author of each article and the Faculty of Humanities.

ถ้อยแถลงจากบรรณาธิการ

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ (Journal of Studies in the Field of Humanities) ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 นำเสนอบทความวิจัย 19 เรื่อง และบทความวิชาการ 1 เรื่อง มีเนื้อหาและประเด็นทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และศาสตร์ที่เกี่ยวข้องที่น่าสนใจและหลากหลายเช่นเคย

บทความวิจัย *ด้านวรรณคดี* ได้แก่ “การสำรวจภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทย” ของอารตี แก้วสัมฤทธิ์ และนันทนา อนันต์โกศล “การวิเคราะห์การนำเสนอเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในวรรณกรรมเยาวชนฝรั่งเศส (เป้าหมายที่ 2: ยุติความหิวโหย)” ของวิริญจน์ หุตะสังกาศ และภาคภูมิ แสงกนกกุล “ความแปลกวิสัยกับพุทธปรัชญาในนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ของอาลแบร์ กามูว์” ของทิสวัส ธำรงสานต์ และ “ลักษณะและความสำคัญของศิลปกรรมในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว” ของกรกฎ คำแหง

บทความวิจัย *ด้านภาษาและภาษาศาสตร์* ได้แก่ “องค์ประกอบของการสื่อสารและการสะท้อนอัตลักษณ์ผ่านกลวิธีทางภาษาของ ‘ยูทูบเบอร์ซออยอน’ ในบริบทสังคมข้ามวัฒนธรรมผ่านเรื่องเล่าของสะใภ้เกาหลี” ของกฤตยา ณ หนองคาย ธันวพร เสรีชัยกุล และธรรมวัฒน์ พัฒนาสุทธินนท์ “วัจนลีลาของยูทูบเบอร์ ‘ซออยอน’ ในช่องยูทูบ ‘สะใภ้เกาหลี by Korean’” ของอุมาภรณ์ สังขมาน “วัจนกรรมในบทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง ‘หลานม่า’” ของสุมาลี พลขุนทรัพย์ ธนพล เอกพจน์ และนัยนา ประทุมรัตน์ และ “English as a Lingua Franca in the Linguistic Landscape of Lop Buri's Tourist Attractions” ของ Pichitra Iamsamai

บทความวิจัย *ด้านการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ* ได้แก่ “Non-Standard English Grammatical Features Used by Thai Streamers and English Language Teachers’ Perceptions of Their Usage” ของ Lattavat Kantaulis Phnita Chatranonth และ Patsriyanyong Sungroong “The Effects of Using Grammarly’s Artificial Intelligence (AI) Application to Improve EFL Undergraduate Students’ Writing Skills” ของ Ronnakorn Thummachit และ “Effects of Using an Online English Test Practice Program on Thai Undergraduates’ English Listening and Reading Skills” ของ Khanittha Chetupon

บทความวิจัย *ด้านการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่น* ได้แก่ “ความคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนและแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนชาวไทยที่ไม่ได้เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก: กรณีศึกษาผู้เรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” ของยุพกา ฟูกุชิม่า

บทความวิจัย *ด้านนิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์* ได้แก่ “อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย” ของฉัตรร์เกล้า สุขสันติบรรยง และนธกฤต วันต๊ะเมล์

บทความวิจัย *ด้านการท่องเที่ยวและการบริการ* ได้แก่ “การรับรู้ความหรูหราและความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวหรูหรา: บทบาทคั่นกลางของการรับรู้คุณภาพและความสอดคล้องในตนเอง” ของสิริวิมล รอดทัพ ณวิภา พรมประสิทธิ์ หทัยภัทร ยมจินดา อัจจิมา นาเลา และจารุพร ตั้งพัฒนกิจ “สาเหตุและผลลัพธ์ของสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์: ศึกษากรณีบทบาทของความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเองและลักษณะนิสัยการแข่งขันเป็นตัวแปรกำกับ” ของฉัตรวดี มีสุข วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และวงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์ และ “คุณภาพชีวิตการทำงานของกลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG เขตกรุงเทพมหานคร” ของอิงควัชร์ เลิศภัทร์ชัยเมธ นรินทร์ เกศเกื้อวิริยะนนท์ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า ระชานนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทึก

บทความวิจัย *ด้านดนตรี* ได้แก่ “แนวทางการเรียบเรียงเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค, เค 525 ของโมสาร์ท กระบวนที่หนึ่ง สำหรับรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ต ดัดแปลงโดยเมลวิน เจ. วิลลิน” ของธรรศ อัมโร และ “แนวทางการบรรเลงบทประพันธ์เพลงสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมโดยคีตกวีชาวไทย: บทเพลง *Full Phase of the Moon* ประพันธ์โดยจิณณวัตร มั่นทรัพย์” ของนิพัต กาญจนหุต และวรพล รัตนอำพล

บทความวิจัย *ด้านศิลปะ* ได้แก่ “การออกแบบอุปกรณ์สร้างสรรค์ลวดลายบนสิ่งทอจากอัตลักษณ์เมืองสกลนครเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์และนักออกแบบท้องถิ่น” ของนันทิยา ณ หนองคาย นภาดา ยุกติรัตน์กัลยกร จันทรสาขา และชิดชนก สุขสมบูรณ์

นอกจากนี้ ยังมีบทความวิชาการ *ด้านวรรณคดี* 1 เรื่อง ได้แก่ “สมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตร: การศึกษาที่มาและเขตขัณฑสีมาสยามสมัยรัชกาลที่ 4” ของปรีดี พิศภูมิวิถี

อนึ่ง บทความวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับการผลิตเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่น: กรณีศึกษาผู้เรียนชาวไทยที่มีประสบการณ์เรียนรู้และฝึกฝนเสียงสูงต่ำ” ของยุพกา ฟูกุชิม่า ที่ได้เผยแพร่ในวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 31 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2567) หน้า 140-163 พบข้อผิดพลาดเกี่ยวกับการสะกดคำภาษาญี่ปุ่นและการใช้เครื่องหมาย จำนวน 9 หน้า ได้แก่ หน้า 144, 145, 150, 151, 152, 153, 156, 157 และ 161 กองบรรณาธิการได้ดำเนินการตรวจสอบกับผู้เขียนและแก้ไขเรียบร้อยแล้ว จึงได้นำหน้าที่แก้ไขมาเผยแพร่ในวารสารฉบับนี้ เพื่อความถูกต้องทางวิชาการ ตามแนวทางของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงาน ผู้เขียน ผู้อ่าน ตลอดจนกองบรรณาธิการทุกคนที่มีส่วนผลักดันการดำเนินงานของวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการอย่างเข้มข้นทุกขั้นตอน วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการยังเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความรู้และความคิดทางวิชาการมนุษยศาสตร์และศาสตร์ที่เกี่ยวข้องท่ามกลางบทบาทและความสำคัญของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในปัจจุบัน การส่งเสริมการอ่านอย่างมีวิจารณญาณและคิดใคร่ครวญจะเป็นรากฐานของการสร้างคนที่มีคุณภาพที่สามารถเชื่อมต่อกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างรู้เท่าทัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนพล ชื่นค้า

บรรณาธิการ

สารบัญ

Content

หน้า

บทความวิจัย

Research articles

การสำรวจภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทย 1

A Survey of Knowledge Landscape of German Literary and Cultural Studies in Thailand

อารตี แก้วสัมฤทธิ์

Aratee Kaewsumrit

นันทนา อนันต์โกศล

Nantana Anuntkosol

การวิเคราะห์การนำเสนอเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในวรรณกรรมเยาวชนฝรั่งเศส (เป้าหมายที่ 2: ยุติความหิวโหย) 22

Analysis of the Representation of the Sustainable Development Goals in French Children's Literature (Goal 2: Zero Hunger)

วิริญจน์ หุตะสังกาศ

Virine Hutasangkas

ภาคภูมิ แสงกนกกุล

Pakpoom Saengkanokkul

ความแปลกวิสัยกับพุทธปรัชญาในนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ของอาลแบร์ กามูว์ 39

The Absurd and Buddhist Philosophy in *The Stranger* of Albert Camus

ทิสวัส ธำรงสานต์

Tissawas Thumrongsanta

ลักษณะและความสำคัญของศิลปกรรมในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว 60

The Characteristics and Significance of Arts in Panegyric Literature in the Reign of King Rama III

กรกฎ คำแหง

Korrakot Kumhaeng

หน้า

องค์ประกอบของการสื่อสารและการสะท้อนอัตลักษณ์ผ่านกลวิธีทางภาษา 80
ของ “ยูทูบเบอร์ซอฮยอน” ในบริบทสังคมข้ามวัฒนธรรมผ่านเรื่องเล่าของสะใภ้เกาหลี
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
กฤตยา ณ หนองคาย
Krittaya Na Nongkhai
ธันวพร เสรีชัยกุล
Thanwaporn Sereechaikul
ธรรมวัฒน์ พัฒนาสุทธินนท์
Thammawat Phatthanasutinon

วัจนลีลาของยูทูบเบอร์ “ซอฮยอน” ในช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” 105
Seohyun’s Speech Style in “Daughter-in-law by Korean” of Youtube Channel
อุมาภรณ์ สังขมาน
Umaporn Sungkaman

วัจนกรรมในบทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” 129
Speech Acts in the Dialogue of the Characters in Thai Film Entitled “LAHN MAH”
สุมาลี พลขุนทรัพย์
Sumalee Phonkhunsap
ธนพล เอกพจน์
Thanapon Eakapont
นัยนา ประทุมรัตน์
Naiyana Partoomrat

English as a Lingua Franca in the Linguistic Landscape of Lop Buri's Tourist Attractions 152
ภาษาอังกฤษในฐานะภาษากลางในภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี
Pichitra Iamsamai
พิจิตรา เอี่ยมสมัย

หน้า

Non-Standard English Grammatical Features Used by Thai Streamers and English Language Teachers' Perceptions of Their Usage 171
การใช้ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่มีลักษณะไม่ตรงตามมาตรฐานในหมู่สตรีมเมอร์ชาวไทยและมุมมองของผู้สอนภาษาอังกฤษ
Lattavat Kantaulis
ลัทธวัฒน์ คันธอุลิส
Phnita Chatranonth
พณิตา ฉัตรานนท์
Patsriyanyong Sungroong
ภัทร์ศรียรรยงค์ สังข์รุ่ง

The Effects of Using Grammarly's Artificial Intelligence (AI) Application to Improve EFL Undergraduate Students' Writing Skills 185
ผลของการใช้แอปพลิเคชันปัญญาประดิษฐ์ (AI) Grammarly เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
Ronnakorn Thummachit
รณกร ธรรมจิตต์

Effects of Using an Online English Test Practice Program on Thai Undergraduates' English Listening and Reading Skills 205
ผลการใช้โปรแกรมฝึกทำแบบทดสอบภาษาอังกฤษในรูปแบบออนไลน์ต่อทักษะการฟังและการอ่านภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของไทย
Khanittha Chetupon
ขนิษฐา เชตุพน

ความคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนและแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนชาวไทยที่ไม่ได้เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก: กรณีศึกษาผู้เรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 221
Non-Japanese Major Students' Expectations and Motivations Regarding Japanese Learning: A Case Study of the Elementary Japanese I Course at Kasetsart University
ยุพกา ฟูกุชิม่า
Yupaka Fukushima

หน้า

อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย 244

The Influences of Digital Integrated Marketing Communication of Collaborative Product with Artist Creators on Image Perception, Attitude, and Purchase Intention in Fashion Apparel Among Generation Y Consumers

ฉัตรร์เกล้า สุขสันติบรรยง

Chatklao Sooksantibanyong

นธกฤต วันต๊ะเมล์

Nottakrit Vantamay

การรับรู้ความหรูหราและความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวหรูหรา: บทบาทคั่นกลางของการรับรู้คุณภาพและความสอดคล้องในตนเอง 267

Luxury Perception and Willingness to Pay for Luxury Tourism: The Mediating Role of Perceived Quality and Self-Congruity

สิริวิมล รอดทัพ

Sirivimol Rodthap

ณวิภา พรมประสิทธิ์

Navipa Phromprasit

หทัยภัทร ยมจินดา

Hathaipat Yomjinda

อัจจิมา นาเลา

Atjima Nalao

จารุพร ตั้งพัฒนกิจ

Jaruporn Tangpattanakit

สาเหตุและผลลัพธ์ของสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์: ศึกษากรณีบทบาทของความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเองและลักษณะนิสัยการแข่งขันเป็นตัวแปรกำกับ 288

Causes and Outcomes of Personnel Competency in the MICE Industry: A Case Study of the Role of Self-Efficacy and Trait Competitiveness as Moderating Variables

ฉัตรวดี มีสุข

Chatvadee Meesuk

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์

Viroj Jadesadalug

วงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์

Wongladda Weerapaiboon

หน้า

คุณภาพชีวิตการทำงานของกลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศ ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG เขตกรุงเทพมหานคร 303

The Quality of Work Life of Front-Office Employees with Sexual Diversity in the IHG International Hotel Chain, Bangkok

อิงควัชร์ เลิศภัทร์ชัยเมธ

Ingkawat Lertphatchaimeth

นรินทร์ เกศเกื้อวิริยะนนท์

Narin Keskauwiriyanool

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า

Manassinee Boonmeesrisa-nga

ระชานนท์ ทวีผล

Rachanon Taweephol

ธีระวัฒน์ จันทึก

Thirawat Chantuk

แนวทางการเรียบเรียงเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค, เค 525 ของโมสาร์ท กระบวนที่หนึ่ง สำหรับรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ต ดัดแปลงโดยเมลวิน เจ. วิลลิน 326

Analysing *Eine Kleine Nachtmusik,* K. 525 by Mozart First Movement for Guitar Quartet Transcribed by Melvyn J. Willin

ธรรศ อัมโร

Tat Amaro

แนวทางการบรรเลงบทประพันธ์เพลงสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมโดยคีตกวีชาวไทย: บทเพลง ***Full Phase of the Moon*** ประพันธ์โดยจิณณวัตร มั่นทรัพย์ 343

Conducting Guide for the Wind Band Repertoire Composed by Thai Composers: *Full Phase of the Moon* by Jinnawat Mansap

นิพัต กาญจนหุต

Nipat Kanchanahud

วรพล รัตนอำพล

Worapol Rattanaumpol

หน้า

การออกแบบอุปกรณ์สร้างสรรค์ลวดลายบนสิ่งทอจากอัตลักษณ์เมืองสกลนคร เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์และนักออกแบบท้องถิ่น 356

The Design of Creative Pattern-Making Tools for Textiles from Sakon Nakhon's identity to Promote Local Identity and Designers

นันทิยา ณ หนองคาย

Nantiya Na Nongkai

นภาดา ยุกติรัตน์

Naphada Yuktirat

กัลยกร จันทรสาขา

Kanyakorn Chantarasakha

ชิดชนก สุขสมบูรณ์

Chidchanok Suksomboon

บทความวิชาการ

Academic article

สมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตร: การศึกษาที่มาและเขตขัณฑสีมาสยามสมัยรัชกาลที่ 4 377

Poem of Worshiping and Giving an Offering Ritual to the White Nine-Tiered Umbrella: Its Background and the Boundary of Siam in the Reign of King Rama IV

ปรีดี พิศภูมิวิถี

Predee Phisphumvidhi

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

การสำรวจภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทย*

Received: 6 August 2025
Revised: 17 October 2025
Accepted: 24 October 2025

อารตี แก้วสัมฤทธิ์**
นันทนา อนันต์โกศล***

บทความนี้สำรวจภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทย โดยวิเคราะห์จากบทความ วิทยานิพนธ์ และสารนิพนธ์ที่เผยแพร่ในช่วง ค.ศ. 1957-2022 จำนวนรวม 125 รายการ ในด้านการศึกษาวรรณกรรมเยอรมัน สามารถแบ่งงานวิจัยได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์วรรณกรรมเยอรมัน และ 2) การศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมเยอรมันกับวรรณกรรมชาติอื่น ในการศึกษาด้านเยอรมันศึกษาสามารถแบ่งงานวิจัยได้เป็น 6 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) ประวัติศาสตร์และการเมือง 2) เศรษฐกิจ 3) การศึกษา 4) วัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน 5) คติชนวิทยา และ 6) สื่อ จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าจุดแข็งของงานวิจัยด้านการศึกษาวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทยคือการพัฒนางานวิจัยที่สอดรับกับพื้นที่ ในขณะเดียวกันมุ่งเป้าที่จะยกระดับความเป็นนานาชาติ จุดอ่อนคือยังขาดความหลากหลายในการพัฒนาหัวข้อวิจัยและการเลือกใช้ทฤษฎี ส่วนงานวิจัยด้านเยอรมันศึกษาในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และการเมืองในประเทศเยอรมนี แต่โดยรวมแล้วงานวิจัยด้านนี้ยังได้รับความสนใจจากนักวิชาการที่สอนภาษาเยอรมันในประเทศไทยค่อนข้างน้อยและยังสามารถพัฒนาหัวข้อวิจัยให้ครอบคลุมประเด็นอื่นต่อไปได้อีกมาก

บทความวิจัย
บทคัดย่อ
คำสำคัญ

ภูมิทัศน์องค์ความรู้; การศึกษาวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทย; เยอรมันศึกษาในประเทศไทย

* งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของ “โครงการสำรวจภูมิทัศน์แห่งความรู้ด้านภาษาและวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทย” ซึ่งอยู่ภายใต้โครงการวิจัย “ สำรวจภูมิทัศน์แห่งความรู้ด้านมนุษยศาสตร์ไทย (Surveying the Knowledge Landscapes of Humanities in Thailand) ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม โดยหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านพัฒนากำลังคน และทุนด้านการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาการวิจัยและการสร้างนวัตกรรม สัญญาเลขที่ B05F650028

** รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาเยอรมัน ภาควิชาภาษาตะวันตก คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ติดต่อได้ที่ aratee.k@chula.ac.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

*** อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาเยอรมัน ภาควิชาภาษาตะวันตก คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ติดต่อได้ที่ nantana.a@chula.ac.th

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

A Survey of Knowledge Landscape of German Literary and Cultural Studies in Thailand*

Received: 6 August 2025
Revised: 17 October 2025
Accepted: 24 October 2025

Aratee Kaewsumrit**
Nantana Anuntkosol***

Research Article

Abstract

This article examines the landscape of knowledge in German literary and cultural studies in Thailand by analyzing 125 works published between 1957 and 2022, including journal articles, special projects, theses and dissertations. In the field of German literary studies, the research can be categorized into two main groups: 1) analysis of German literature, and 2) comparative studies between German literature and literature from other nations. In the field of German cultural studies, the research can be divided into six main groups: 1) history and politics, 2) education, 3) economy, 4) everyday culture, 5) folklore, and 6) media. The analysis reveals that the strength of German literary studies in Thailand lies in its responsiveness to the local context, while also aspiring toward greater international relevance. However, limitations remain in the terms of thematic diversity and the application of theoretical frameworks. Regarding German cultural studies, the majority of research focuses on German history and politics. Overall, this field has attracted relatively limited attention from scholars teaching the German language in Thailand. There remains considerable potential for expanding research to encompass a broader array of topics.

Keywords

knowledge landscape; German literary studies in Thailand; German cultural studies in Thailand

* This research is part of project "Surveying the Knowledge landscapeof German Language and literature in Thailand," which is conducted under the broader research project "Surveying the Knowledge Landscapes of Humanities in Thailand." The project was supported by National Science, Research and Innovation Fund via the Program Management unit for Human Resources & Institutional Development, Research and Innovation (Grant No. B05F650028)

** Associate Professor, German Section, Department of Western Languages, Faculty of Arts, Chulalongkorn University, e-mail: aratee.k@chula.ac.th (corresponding author)

*** Lecturer, German Section, Department of Western Languages, Faculty of Arts, Chulalongkorn University, e-mail: nantana.a@chula.ac.th

1. บทนำ

การเรียนการสอนภาษาเยอรมันในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทยมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 100 ปี นับตั้งแต่มีการสอนภาษาเยอรมันเป็นครั้งแรกใน ค.ศ. 1920 ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (Saengaramruang, 2007, p. 341) ใน ค.ศ. 1957 คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเปิดหลักสูตรสาขาวิชาภาษาเยอรมันในระดับปริญญาตรีเป็นหลักสูตรแรก ต่อมาใน ค.ศ. 1974 เปิดสอนหลักสูตรสาขาวิชาภาษาเยอรมันในระดับมหาบัณฑิตเป็นหลักสูตรแรกในประเทศไทยเช่นกัน ต่อมาใน ค.ศ. 1999 มีการเปิดสอนหลักสูตรสาขาวิชาภาษาเยอรมันในระดับมหาบัณฑิตเป็นหลักสูตรที่สองของประเทศไทยที่คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยเน้นด้านการสอนภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศ (Deutsch als Fremdsprache หรือ DaF) และใน ค.ศ. 2006 คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงเปิดสอนหลักสูตรสาขาวิชาภาษาเยอรมันในระดับดุษฎีบัณฑิต (Saengaramruang, 2007, pp. 342-343) นับได้ว่าประเทศไทยมีการเรียนการสอนภาษาเยอรมันในระดับอุดมศึกษาครบทั้ง 3 ระดับคือระดับปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอก ปัจจุบันมีมหาวิทยาลัย 9 แห่งในประเทศไทยที่สอนภาษาเยอรมันในระดับปริญญาตรีเป็นวิชาเอกและ/หรือวิชาโท

นอกจากการอุทิศตนเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนแล้ว คณาจารย์และนักวิชาการในสถาบันการศึกษาในประเทศไทยยังได้พัฒนางานวิจัยเกี่ยวกับภาษาเยอรมันอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา ทั้งในด้านภาษาเยอรมัน วรรณกรรมเยอรมัน การสอนภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศ รวมไปถึงความรู้ด้านต่างๆ เกี่ยวกับประเทศที่ใช้ภาษาเยอรมัน (Landeskunde)[1] หรืออาจเรียกว่า “เยอรมันศึกษา” เช่น ประวัติศาสตร์และการเมือง เศรษฐกิจและสื่ออื่นๆ นอกจากวรรณกรรมอย่างเช่นภาพยนตร์และดนตรี ทั้งนี้ เนื่องจากนักวิชาการในประเทศไทยทราบดีว่านอกจากความรู้ด้านภาษาและวรรณกรรมเยอรมันแล้ว การได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเยอรมันในด้านอื่นๆ เพิ่มเติมนับเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับผู้เรียนชาวไทย

แม้การวิจัยเกี่ยวกับภาษาเยอรมันในประเทศไทยจะพัฒนาผ่านมาหลายทศวรรษ แต่จากการสำรวจพบว่ายังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับการวิจัยด้านภาษาเยอรมันในประเทศไทยที่ครอบคลุมทุกแขนงวิชา โดยเฉพาะอย่างยิ่งยังไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับการวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทยเลย งานวิจัยเรื่องนี้จึงมีจุดประสงค์เพื่อสำรวจภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทย เพื่อแสดงให้เห็นพัฒนาการของการวิจัยในประเทศไทย รวมทั้งวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนและนำเสนอแนวทางในการพัฒนาการวิจัยในประเทศไทยต่อไป

[1] ในภาษาเยอรมันใช้คำว่า Landeskunde ซึ่งใกล้เคียงกับภาษาอังกฤษว่า German Cultural Studies

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สำรวจภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทยที่ปรากฏในบทความในวารสารวิชาการในประเทศไทย วิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษาในประเทศไทย ตั้งแต่ ค.ศ. 1957 ถึง ค.ศ. 2022 (พ.ศ. 2500-2565)[2]

2. วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทย และเสนอแนวทางในการพัฒนาการวิจัยในประเทศไทย

3. ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาโดยสำรวจ

1. บทความจากนักวิชาการชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ทำงานในหน่วยงานหรือสถาบันการศึกษาในประเทศไทยที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (ThaiJO) และวารสารเฉพาะทางด้านภาษาเยอรมันในประเทศไทย ระหว่าง ค.ศ. 1957-2022

2. วิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตและวิทยานิพนธ์ระดับดุษฎีบัณฑิตในสถาบันการศึกษาในประเทศไทยที่มีการสอนภาษาเยอรมันในระดับบัณฑิตศึกษา เผยแพร่ระหว่าง ค.ศ. 1957-2022

เนื่องจากงานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาการวิจัยในวงการสอนภาษาเยอรมันในประเทศไทย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอสำรวจเฉพาะผลงานวิชาการด้าน “เยอรมันศึกษา” ที่ผลิตและเผยแพร่โดยนักวิชาการในวงการสอนภาษาเยอรมันในประเทศไทยเท่านั้น

4. วิธีการวิจัย

1. ผู้วิจัยสำรวจข้อมูลจากฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (ThaiJO) ฐานข้อมูลในห้องสมุดกลางของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยรามคำแหงซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรภาษาเยอรมันในระดับมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิตและสำรวจข้อมูลจากวารสาร *TDLV-Forum. Zeitschrift für Sprache. Literatur und Kultur* และ *Die Brücke. Zeitschrift für Germanistik in Südostasien* ซึ่งเป็นวารสารเฉพาะทางด้านภาษาเยอรมัน (ปัจจุบันปิดตัวแล้ว) หลังจากนั้นจำแนกประเภทของบทความผ่านการอ่านชื่อบทความ คำสำคัญและบทคัดย่อ เพื่อคัดเลือกเฉพาะบทความที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษา ในกรณีของงานวิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ที่เป็นงานวิจัยที่มีขนาดยาว ผู้วิจัยอ่านเฉพาะบทคัดย่อ บทนำและบทสรุป เว้นในกรณีที่ข้อมูลยังไม่ชัดเจน จึงจะอ่านตัวเล่มฉบับสมบูรณ์

---

[2] นอกจากการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบบทความวิจัย คณะผู้วิจัยได้สร้างคลังข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทย ตั้งแต่ ค.ศ. 1957-2022 ที่เผยแพร่ต่อสาธารณะทางเว็บไซต์ http://harrt.in.th

2. ผู้วิจัยจัดกลุ่มงานวิจัยตามหัวข้อและแนวทางการวิจัย เพื่อให้เห็นทิศทางการวิจัยในประเทศไทย

3. ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้เห็นทั้งภาพรวมของการวิจัยในประเทศไทยและรายละเอียดด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของการวิจัยในประเทศไทย ตลอดจนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการวิจัยในประเทศไทย

4. ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนางานวิจัยในประเทศไทย ผู้วิจัยเปรียบเทียบข้อมูลงานวิจัยในประเทศไทยกับงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในต่างประเทศคือประเทศญี่ปุ่นและประเทศเกาหลีใต้ โดยจำกัดการสำรวจงานวิจัยในขั้นตอนนี้เฉพาะช่วงสิบปีย้อนหลัง คือตั้งแต่ ค.ศ. 2013-2022 เพื่อให้ทราบทิศทางการวิจัยที่เป็นปัจจุบัน ผู้วิจัยสำรวจข้อมูลงานวิจัยของประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้จากวารสารต้นแบบที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในวงการวิชาการประเทศละ 1 ฉบับ คือ วารสาร *Neue Beiträge zur Germanisitk* ที่จัดทำโดยสมาคมภาษาและวรรณคดีเยอรมันแห่งประเทศญี่ปุ่น (Japanische Gesellschaft für Germanistik) และวารสาร *Deutsche Sprache und Literatur* ซึ่งจัดทำโดยสมาคมภาษาและวรรณคดีเยอรมันแห่งประเทศเกาหลีใต้ (Koreanische Gesellschaft für deutsche Sprache und Literatur)[3]

5. การทบทวนวรรณกรรม

จากการสำรวจพบว่ามีงานที่ศึกษาภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านภาษาเยอรมันในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 4 เรื่อง เรื่องแรกคือบทความของวรรณา แสงอร่ามเรือง (Saengaramruang, 2007) ที่บรรยายพัฒนาการของการเรียนการสอนภาษาเยอรมันในประเทศไทยตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 ในบทความนี้ ผู้เขียน[4] ได้สำรวจผลงานของนักวิชาการในประเทศไทยที่มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนภาษาเยอรมันในประเทศไทย บทความนี้จึงไม่เพียงแต่รวบรวมงานวิจัยด้านภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศและภาษาศาสตร์เปรียบเทียบเท่านั้น หากยังรวมถึงพจนานุกรมและสื่อการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นโดยนักวิชาการในประเทศไทยด้วย ต่อมาใน ค.ศ. 2009 กรกช อัตตวิริยะนุภาพ (2552; Attaviriyanupap, 2009) ได้สำรวจและวิเคราะห์งานวิจัยด้านภาษาศาสตร์เปรียบต่างเยอรมัน-ไทย โดยเก็บข้อมูลจากงานวิจัยจำนวน 20 เรื่อง ที่เผยแพร่โดยนักวิจัยในประเทศไทยในช่วงระหว่าง ค.ศ. 1978-2008 นอกจากการรวบรวมและสำรวจข้อมูล ผู้เขียนยังได้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของการวิจัยในด้านนี้ รวมไปถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทิศทางการวิจัยในประเทศไทยด้วย ใน ค.ศ. 2025 วิลิตา ศรีอุพารพงศ์ และอัคร เช้าฉ้อง (Sriuranpong & Chowchong, 2025) ศึกษาภูมิทัศน์ของงานวิจัยด้านภาษาศาสตร์เยอรมันและภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศในประเทศไทย ตั้งแต่ ค.ศ. 1957-2022 นอกจากวิเคราะห์ทิศทางการวิจัยในประเทศไทยในช่วงเวลาดังกล่าวแล้ว ผู้เขียนยังเปรียบเทียบภูมิทัศน์

[3] เหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกสำรวจข้อมูลจากวารสารเพียงเรื่องเดียว เนื่องจากวารสารเกี่ยวกับภาษาเยอรมันในประเทศญี่ปุ่นและประเทศเกาหลีใต้มีจำนวนมาก ไม่สามารถศึกษาทั้งหมดได้ ผู้วิจัยจึงเลือกวารสารที่มีชื่อเสียงและมีประวัติยาวนานมาเป็นกรณีศึกษา

[4] ในบทความวิจัยนี้ ขอใช้คำว่า “ผู้เขียน” เมื่อกล่าวถึงผู้เขียนงานวิจัยที่นำมาวิเคราะห์และใช้คำว่า “ผู้วิจัย” เพื่อหมายถึงผู้เขียนบทความวิจัยฉบับนี้

งานวิจัยในประเทศไทยกับภูมิทัศน์งานวิจัยในประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของการวิจัยในประเทศทั้งสามและนำเสนอแนวทางในการพัฒนาการวิจัยในประเทศไทยอีกด้วย[5]

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมดจะเห็นได้ว่าแม้จะมีการศึกษาภูมิทัศน์งานวิจัยในสาขาวิชาภาษาเยอรมันในประเทศไทยอยู่บ้าง แต่การศึกษาดังกล่าวจำกัดอยู่ในด้านภาษาศาสตร์เยอรมันและภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศเท่านั้น การสำรวจและวิเคราะห์สถานการณ์การวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษายังไม่มีการดำเนินการแต่อย่างใด ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีเป้าหมายที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว

6. ผลการวิจัย

6.1 ภาพรวม: ภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทยในช่วง ค.ศ. 1957-2022 เมื่อเปรียบเทียบกับแขนงวิชาอื่นในสาขาวิชาภาษาเยอรมัน

ตารางที่ 1
งานวิจัยด้านภาษาเยอรมันในประเทศไทยในช่วง ค.ศ. 1957-2022 จำแนกตามแขนงวิชา

Period	Linguistics	Literature	Cultural Studies	DaF	Translation	Total
1957-1969	-	-	-	-	-	0
1970-1979	-	7	-	3	-	10
1980-1989	-	3	-	-	-	3
1990-1999	9	10	2	11	1	33
2000-2009	31	39	17	39	9	135
2010-2022	39	39	8	41	3	130
Total	79	98	27	94	13	311

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่านักวิชาการในประเทศไทยสนใจทำวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันตั้งแต่ช่วงสองทศวรรษแรกที่มีการเรียนการสอนภาษาเยอรมันในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยในทศวรรษแรกนับตั้งแต่ ค.ศ. 1957 ที่มีการพัฒนาหลักสูตรระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาภาษาเยอรมันเป็นหลักสูตรแรกในประเทศไทยนั้น ยังไม่ปรากฏผลงานวิจัย ต่อมาใน ค.ศ. 1977 จึงพบผลงานวิจัยชุดแรกในสาขาวิชาภาษาเยอรมันซึ่งเป็นงานวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตที่ศึกษาเกี่ยวกับวรรณกรรมเยอรมัน (Tantrakul, 1977; Kasikam, 1977; O'Charoen, 1977) ในช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 1970-1979 นั้น พบงานวิจัยด้านภาษาเยอรมันทั้งสิ้น 10 เรื่อง ประกอบด้วยงานวิจัย 7 เรื่องที่ศึกษาวรรณกรรมเยอรมันและงานวิจัย 3 เรื่องที่ศึกษาด้านภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศ งานวิจัยในสาขาวิชาภาษาเยอรมันซบเซาลงในทศวรรษต่อมา คือระหว่าง ค.ศ. 1980-1989

[5] งานวิจัยเรื่องนี้มีวิธีการดำเนินงานวิจัยคล้ายกับงานวิจัยของวิลิตา ศรีอุพารพงศ์และอัคร เช้าฉ้อง (Sriuranpong & Chowchong, 2025) เนื่องจากเป็นการทำวิจัยที่อยู่ภายใต้โครงการวิจัยเดียวกัน (โครงการสำรวจภูมิทัศน์แห่งความรู้ด้านภาษาและวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทย)

มีงานวิจัยเพียง 3 เรื่องเท่านั้น ซึ่งเป็นงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันทั้งหมด งานวิจัยด้านภาษาเยอรมันเริ่มคึกคักมากขึ้นในช่วง ค.ศ. 1990-1999 ปริมาณงานวิจัยในทศวรรษนี้เพิ่มจากทศวรรษก่อนหน้ากว่า 10 เท่าตัว คือจากที่มีงานวิจัย 3 เรื่อง เพิ่มเป็น 33 เรื่อง นอกจากนั้น ยังพบงานวิจัยในแขนงวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องกับภาษาเยอรมันอีกด้วย ได้แก่ ภาษาศาสตร์เยอรมัน เยอรมันศึกษาและการแปล อย่างไรก็ตาม การศึกษาด้านวรรณกรรมเยอรมันยังคงได้รับความสนใจอย่างมากในหมู่นักวิชาการในประเทศไทยในช่วงเวลานี้ เห็นได้จากมีปริมาณงานวิจัยด้านนี้ 10 เรื่องซึ่งมากเป็นอันดับสองรองจากงานวิจัยด้านภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศ ช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 2000-2009 ถือเป็นช่วงเวลาที่การวิจัยด้านภาษาเยอรมันมีความคึกคักสูงสุด งานวิจัยมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นในทุกแขนงวิชา รวมทั้งสิ้น 135 เรื่อง ปริมาณงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันเพิ่มขึ้นเกือบ 4 เท่า (จาก 10 เรื่อง เพิ่มเป็น 39 เรื่อง) ในขณะที่งานวิจัยด้านเยอรมันศึกษาเพิ่มขึ้นเกือบ 9 เท่า (จาก 2 เรื่อง เพิ่มเป็น 17 เรื่อง) จำนวนงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันยังคงที่ในทศวรรษต่อมา คือพบงานวิจัย 39 เรื่องในช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 2010-2022 แต่งานวิจัยด้านเยอรมันศึกษาได้ลดลงไปมากคือจาก 17 เรื่องเหลือเพียง 8 เรื่อง ในภาพรวมพบงานวิจัยในสาขาวิชาภาษาเยอรมันในประเทศไทยตั้งแต่ ค.ศ. 1957-2022 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 311 เรื่อง โดยพบงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันเป็นจำนวนมากที่สุดคือ 98 เรื่อง (31.51%) รองลงมาคืองานวิจัยด้านภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศคือ 94 เรื่อง (30.23%) งานวิจัยด้านภาษาศาสตร์เยอรมัน 79 เรื่อง (25.40%) และงานวิจัยด้านเยอรมันศึกษา 27 เรื่อง (8.68%) และสุดท้ายคืองานวิจัยด้านการแปลจำนวน 13 เรื่อง (4.18%)

การสำรวจข้อมูลในภาพรวมแสดงให้เห็นว่าการศึกษาด้านวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทยมีความเป็นมาที่ยาวนานกว่าการศึกษาด้านอื่นในสาขาวิชาภาษาเยอรมัน นักวิชาการในประเทศไทยสนใจศึกษาวรรณกรรมเยอรมันตั้งแต่ช่วงแรกของการสอนภาษาเยอรมันในระดับอุดมศึกษา นอกจากนั้น ข้อมูลเชิงปริมาณยังชี้ให้เห็นว่าความสนใจในการศึกษาด้านนี้ยังคงพัฒนาต่อเนื่องอย่างคงที่ข้ามช่วงเวลาหลายทศวรรษ แม้ว่าในช่วงทศวรรษสุดท้ายคือช่วง ค.ศ. 2010-2022 พบงานวิจัยด้านภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศในจำนวนที่มากกว่าแต่งานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันยังคงมีจำนวนคงที่ ส่วนงานวิจัยด้านเยอรมันศึกษานั้นมีปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับงานวิจัยในแขนงวิชาอื่นในสาขาวิชาภาษาเยอรมัน ความสนใจในการศึกษาด้านเยอรมันศึกษานี้ไม่เพียงเริ่มต้นค่อนข้างช้า แต่ยังลดลงอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาด้วย

6.2 พัฒนาการและทิศทางการวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทย

ตารางที่ 2
งานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทย ระหว่าง ค.ศ. 1957-2022
จำแนกตามหัวข้อวิจัยใหญ่ (subfield 1 = S1) และหัวข้อวิจัยย่อย (subfield 2 = S2)

Period	S1: Analysis of German Literature			S1: Comparative Literature	Total
	S2: thematic studies	S2: overall analysis	S2: others		
1957-1969	-	-	-	-	-
1970-1979	7	-	-	-	7
1980-1989	3	-	-	-	3

Period	S1: Analysis of German Literature			S1: Comparative Literature	Total
	S2: thematic studies	S2: overall analysis	S2: others		
1990-1999	3	1	2	4	10
2000-2009	24	3	2	10	39
2010-2022	35	1	1	2	39
Total	**72**	**5**	**5**	**16**	**98**

งานวิจัยเกี่ยวกับวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทยสามารถแบ่งตามหัวข้อและแนวทางการวิจัยได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ (subfield 1) ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คืองานวิจัยที่วิเคราะห์วรรณกรรมเยอรมันซึ่งจัดว่าเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด คือมีงานวิจัยทั้งสิ้น 82 เรื่อง งานวิจัยในกลุ่มนี้ยังสามารถจำแนกตามหัวข้อวิจัยย่อยได้อีก 3 กลุ่มย่อย (subfield 2) ได้แก่ กลุ่มย่อยที่ 1 คือ การศึกษาประเด็นเฉพาะด้าน (thematic studies) เช่น การศึกษาภาพของเอเชียในงานของโธมัส มันน์ (Thomas Mann) (Kaewsumrit, 2000) การศึกษาภาพตัวละครพ่อในวรรณกรรมเยอรมัน (Techapan, 2010) การศึกษาวาทกรรมเกี่ยวกับภัยพิบัติธรรมชาติในงานของโยเซฟ ฮาสลิงเงอร์ (Josef Haslinger) (นันทนา อนันต์โกศล, 2565) การศึกษาประเด็นเรื่องชู้ในงานของเธโอดอร์ ฟอนทาเนอ (Theodor Fontane) (กฤษฎิ์ ชัยรัตน์, 2556) เป็นต้น จากการสำรวจพบงานวิจัยในกลุ่มย่อยนี้จำนวน 72 เรื่อง กลุ่มย่อยที่ 2 คือการวิเคราะห์ตัวบทวรรณกรรมในภาพรวม (overall analysis) โดยไม่เน้นประเด็นปัญหาใดปัญหาหนึ่งเป็นพิเศษ เช่น การตีความบทกลอนเรื่อง *พระเจ้าแห่งเมือง* (*Der Gott der Stadt*) ของเกออร์ก ไฮม์ (Georg Heym) (Mewongukote, 1999) และบทวิเคราะห์นวนิยายเรื่อง *แวร์เทอร์ระทม* (*Die Leiden des jungen Werthers*) ของเกอเธ่ (Goethe) ซึ่งผู้เขียนศึกษาประเด็นหลายประเด็นเกี่ยวกับผลงานเล่มนี้ (ถนอมนวล โอเจริญ, 2543) จากการสำรวจพบงานวิจัยในกลุ่มย่อยนี้ทั้งหมด 5 เรื่อง กลุ่มย่อยที่ 3 คือการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นอื่นนอกเหนือไปจากการตีความตัวบทวรรณกรรม (others) เช่น การศึกษาประวัติของฟรันซ์ แวร์เฟิล (Franz Werfel) (Thaiyanan, 2000) หรือการศึกษาการรับวรรณกรรมเยาวชนเรื่อง *เอมิลยอดนักสืบ* (*Emil und die Detektive*) ในโรงเรียนมัธยมศึกษาในประเทศไทย (Kübel, 2015) จากการสำรวจพบงานวิจัยในกลุ่มย่อยนี้ทั้งหมด 5 เรื่อง

กลุ่มที่ 2 คือการศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมเยอรมันกับวรรณกรรมชาติอื่น (comparative literature) ซึ่งพบงานวิจัยในกลุ่มนี้รวมทั้งสิ้น 16 เรื่อง โดยแบ่งเป็นการศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมเยอรมันกับวรรณกรรมไทยจำนวน 15 เรื่อง และการศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมเยอรมันกับวรรณกรรมเวียดนามจำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเป็นสารนิพนธ์มหาบัณฑิตของนักศึกษาชาวเวียดนาม สังกัดหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (Ta, 2010) ตัวบทวรรณกรรมที่ผู้เขียนเลือกศึกษาส่วนใหญ่เป็นตัวบทประเภทเดียวกัน โดยที่นวนิยายจัดเป็นตัวบทที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ที่น่าสนใจคือพบการศึกษาเปรียบเทียบที่ข้ามประเภทตัวบทน้อยมาก ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของพรสรรค์ วัฒนางกูรที่ศึกษาเปรียบเทียบนวนิยายเรื่อง *ลูซินเดอ* (*Lucinde*) ของฟรีดริช ชเลเกิล (Friedrich Schlegel) และนวนิยายเรื่อง *ปีแห่งการเรียนรู้ของวิลเฮล์ม ไมส์เตอร์* (*Wilhelm Meisters Lehrjahre)* ของเกอเธ่ กับนิทานคำกลอนเรื่อง *พระอภัยมณี* ของสุนทรภู่ (Watanangura, 2003)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปพัฒนาการและแนวโน้มการวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทยได้ดังนี้

ช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 1957-1979: เป็นช่วงแรกเริ่มของการวิจัย งานวิจัยเรื่องแรกที่ศึกษาวรรณกรรมเยอรมันเป็นวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต สังกัดคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตีพิมพ์ใน ค.ศ. 1977 ซึ่งนับเป็นงานวิจัยเรื่องแรกในสาขาวิชาภาษาเยอรมันในประเทศไทยด้วย งานวิจัยทั้งหมดในช่วงเริ่มแรกนี้ล้วนเป็นวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตทั้งสิ้น ผู้เขียนส่วนใหญ่เป็นคณาจารย์สอนภาษาเยอรมันในมหาวิทยาลัยในเวลาต่อมาและมีบทบาทอย่างมากในการบุกเบิกและพัฒนาการเรียนการสอนภาษาเยอรมันในประเทศไทย พบงานวิจัยระหว่าง ค.ศ. 1977-1979 ทั้งสิ้นจำนวน 7 เรื่อง แบ่งเป็นงานที่วิเคราะห์บทวรรณกรรมประเภทร้อยแก้ว 5 เรื่อง งานวิเคราะห์บทละคร 1 เรื่อง และงานวิเคราะห์กวีนิพนธ์อีก 1 เรื่อง ผลงานวรรณกรรมที่ถูกนำมาศึกษาเป็นผลงานวรรณกรรมของนักประพันธ์ที่มีชีวิตอยู่ระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 18 ถึง 20 เช่น กอทโฮลท์ เอฟราอีม เลสซิง (Gotthold Ephraim Lessing) ฟรีดริช ชิลเลอร์ (Friedrich Schiller) ไฮน์ริช เบิล (Heinrich Böll) ฟรันซ์ คาฟคา (Franz Kafka) ฟรังค์ เวเดอคินท์ (Frank Wedekind) แฮร์มัน เฮสเซอ (Hermann Hesse) และคริสทา โวล์ฟ (Christa Wolf) งานวิจัยกลุ่มนี้มีหัวข้องานวิจัยที่หลากหลาย มีทั้งการศึกษาองค์ประกอบในตัวบท เช่น การวิเคราะห์ตัวละครและโมทีฟ (Motiv) หรือประเด็นสำคัญ การศึกษาพัฒนาการของตัวบทวรรณกรรมเฉพาะประเภท (Gattungsgeschichte) ไปจนถึงการศึกษาประเด็นทางสังคมและประวัติศาสตร์ที่สะท้อนในวรรณกรรม งานวิจัยทุกเรื่องในช่วงนี้เป็นการศึกษาประเด็นเฉพาะด้านในงานวรรณกรรม

ช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 1980-1989: งานวิจัยทุกเรื่องที่เผยแพร่ในช่วงเวลานี้ยังคงเป็นวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตเช่นกัน ซึ่งจำนวนงานวิจัยทั้งหมดมีเพียง 3 เรื่องเท่านั้น งานวิจัยทุกเรื่องเป็นการศึกษาประเด็นเฉพาะด้าน ได้แก่ การศึกษากวีนิพนธ์เกี่ยวกับเมืองใหญ่ในยุคก่อนเปลี่ยนศตวรรษคือ ช่วง ค.ศ. 1900 (Sindhuprama, 1980) การศึกษาอิทธิพลการเคลื่อนไหวของนักศึกษาในทศวรรษ 1960 ที่มีต่องานวรรณกรรม (Chityothin, 1983) และการศึกษานวนิยายของนักประพันธ์ที่ลี้ภัยในสมัยนาซี (Kanjanalak, 1984) ปัจจัยหนึ่งที่อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้การวิจัยในช่วงเวลานี้ค่อนข้างซบเซาคือคณาจารย์ส่วนหนึ่งอยู่ระหว่างการศึกษาต่อในต่างประเทศ

ช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 1990-1999: จากการสำรวจข้อมูลไม่พบงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทยระหว่าง ค.ศ. 1990-1996 เลย แต่ในช่วงระหว่าง ค.ศ. 1997-1999 มีการตีพิมพ์เผยแพร่งานวิจัยด้านนี้ถึง 10 เรื่อง สาเหตุเป็นเพราะมีการจัดทำวารสารเฉพาะทางด้านภาษาเยอรมันโดยสมาคมครูสอนภาษาเยอรมันในประเทศไทย (Thailändischer Deutschlehrerverband) ชื่อ *TDLV-Forum. Zeitschrift für Sprache. Literatur und Kultur* ตีพิมพ์ฉบับแรกใน ค.ศ. 1996 ซึ่งจากจำนวนงานวิจัยทั้งหมดในช่วงเวลานี้ 10 เรื่อง มีบทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร *TDLV-Forum* 7 เรื่อง และวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตอีก 3 เรื่อง ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาแรกที่พบการศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมเยอรมันกับวรรณกรรมไทยซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 4 เรื่อง เช่น การศึกษาวรรณกรรมสตรีในประเทศเยอรมนีและประเทศไทย (Thaveelertnithi, 1997) และการศึกษาประเด็นเรื่องความพ่ายแพ้ในนวนิยายของกึนเทอร์ กราส (Günter Grass) และชาติ กอบจิตติ (อรพินท์ คำสอน, 2540) และนับเป็นช่วงเวลาแรกเช่นกันที่มีการศึกษาเกี่ยวกับวรรณกรรมเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นหัวข้อที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในเวลาต่อมา

ช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 2000-2009: ทศวรรษนี้ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่การวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันพัฒนาจนถึงจุดสูงสุด งานวิจัยเพิ่มขึ้นจากจำนวน 10 เรื่องในทศวรรษที่แล้วเป็น 39 เรื่อง แบ่งเป็นการศึกษา

ประเด็นเฉพาะด้าน 24 เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบ 10 เรื่อง การวิเคราะห์วรรณกรรมในภาพรวม 3 เรื่อง และการศึกษาประเด็นอื่น 2 เรื่อง วรรณกรรมที่ถูกนำมาศึกษามากที่สุดเป็นอันดับแรกคือวรรณกรรมในคริสต์ศตวรรษที่ 20 (16 เรื่อง) เช่น การศึกษาภาพของพระจันทร์ในกวีนิพนธ์สมัยเอ็กซ์เพรสชันนิสต์ (Sereeyotin, 2002) การเรียกร้องสิทธิของสตรีที่สะท้อนในวรรณกรรม (Karnkulvithit, 2009) รองลงมาคือวรรณกรรมในคริสต์ศตวรรษที่ 19 (12 เรื่อง) นักประพันธ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือนักประพันธ์เอกเยอรมันอย่างเกอเธ่และโธมัส มันน์ (4 เรื่อง) ที่น่าสังเกตคือมีงานวิจัยที่ศึกษาวรรณกรรมเยอรมันสมัยเก่าน้อยมาก การสำรวจพบว่ามีงานวิจัยเพียง 2 เรื่องเท่านั้นที่ศึกษาวรรณกรรมเยอรมันในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 16 หรือก่อนหน้านั้น

สาเหตุที่ปริมาณงานวิจัยในทศวรรษนี้เพิ่มขึ้นอย่างมากมีหลายปัจจัย ปัจจัยแรกคือจำนวนนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตเพิ่มมากขึ้นซึ่งส่งผลให้มีการเผยแพร่วิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ในช่วงนี้ถึง 16 เรื่อง รวมถึงการเผยแพร่ดุษฎีนิพนธ์เล่มแรกที่เป็นการศึกษาวรรณกรรมเยอรมัน[6] ปัจจัยที่สองคือการจัดทำวารสารเฉพาะด้านในสาขาวิชาภาษาเยอรมันอีก 1 ฉบับ โดยสาขาวิชาภาษาเยอรมัน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง คือวารสาร *Die Brücke* ตีพิมพ์ฉบับแรกใน ค.ศ. 2002 จากการสำรวจพบว่ามีงานวิจัยเกี่ยวกับวรรณกรรมเยอรมันตีพิมพ์ในวารสารฉบับนี้จำนวน 6 เรื่อง งานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสาร *TDLV-Forum* จำนวน 9 เรื่อง และอีก 7 เรื่องตีพิมพ์ในวารสารวิชาการฉบับอื่นๆ ในประเทศไทย

ช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 2010-2022: ปริมาณงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันที่เผยแพร่ในช่วงนี้มีจำนวนเท่ากับทศวรรษก่อนหน้าคือ 39 เรื่อง งานวิจัยส่วนใหญ่ยังคงเป็นการศึกษาประเด็นเฉพาะด้าน ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมเยอรมันกับวรรณกรรมชาติอื่นมีจำนวนลดลงอย่างมาก คือจากงานวิจัย 10 เรื่องในทศวรรษก่อนหน้า เหลือเพียง 2 เรื่อง ที่น่าสนใจคือวรรณกรรมร่วมสมัยได้รับความนิยมมากในสมัยนี้ โดยมีงานวิจัยที่ศึกษางานวรรณกรรมร่วมสมัยจำนวน 15 เรื่อง คิดเป็น 38.46% ของจำนวนงานวิจัยทั้งหมดที่เผยแพร่ในช่วงนี้ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับทศวรรษก่อนหน้าเห็นได้ว่าความนิยมนี้เพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่า (ในช่วง ค.ศ. 2000-2009 มีงานวิจัยที่ศึกษาวรรณกรรมเยอรมันร่วมสมัยเพียง 7 เรื่อง จาก 39 เรื่อง คิดเป็น 17.95%) ความสนใจประเด็นร่วมสมัยของนักวิจัยในประเทศไทยไม่ได้สะท้อนจากการเลือกตัวบทวรรณกรรมร่วมสมัยมาศึกษาเท่านั้น แต่ยังแสดงออกให้เห็นผ่านการทำวิจัยในหัวข้อที่เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจจากสังคมและวงวิชาการในสมัยนั้นๆ ด้วย เช่น ประเด็นเรื่องผู้อพยพหรือผู้ลี้ภัย หรือประเด็นเรื่องภัยพิบัติทางธรรมชาติ จากการสำรวจพบว่ามีงานวิจัยเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวจำนวน 7 เรื่อง สิ่งเหล่านี้สะท้อนความสนใจของนักวิจัยในประเทศไทยที่สอดคล้องกับทิศทางการวิจัยที่กำลังได้รับความสนใจในระดับสากลในขณะนั้น นอกจากนั้น ยังมีงานวิจัยกลุ่มหนึ่งที่บ่งชี้ความต้องการของนักวิจัยในประเทศไทยที่จะศึกษาวรรณกรรมเยอรมันจากมุมมองของชาวต่างชาติ ดังเห็นได้จากมีงานวิจัย 10 เรื่องที่ศึกษาประเด็นข้ามวัฒนธรรมที่สะท้อนในตัวบทวรรณกรรม เช่น การรับพุทธศาสนาในวรรณกรรมเยอรมันและยุโรป (พรสรรค์ วัฒนางกูร, 2554) ภาพของประเทศไทยหรือภาพของประเทศอินเดียในวรรณกรรมเยอรมัน (Kaewsumrit, 2018; Chairatana, 2018) การรับวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทย (Kübel, 2015) รวมไปถึงการเลือกตัวบทวรรณกรรมเยอรมันที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับเหตุการณ์ในประเทศไทยมาศึกษา (นันทนา อนันต์โกศล, 2565) ประเด็นที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งคือช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาที่วรรณกรรมเด็ก

[6] วิทยานิพนธ์เล่มนี้ศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมเด็กของเยอรมันและไทย โดยศิริพร ศรีวรกานต์ เป็นวิทยานิพนธ์ในหลักสูตรอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวรรณคดีและวรรณคดีเปรียบเทียบ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ศิริพร ศรีวรกานต์, 2551)

และเยาวชนได้รับความสนใจมากที่สุด คือมีงานวิจัยที่ศึกษาวรรณกรรมประเภทนี้ถึง 10 เรื่องด้วยกัน นอกจากนั้น ผลสำรวจยังแสดงให้เห็นว่ามีงานวิจัย 11 เรื่องที่ศึกษาผลงานวรรณกรรมของนักประพันธ์สตรี

เมื่อเปรียบเทียบกับทศวรรษก่อนหน้าพบว่างานวิจัยในรูปแบบวิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ในช่วงเวลานี้มีจำนวนลดลงเหลือ 12 เรื่อง สอดคล้องกับจำนวนนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาในสาขาวิชาภาษาเยอรมันที่ลดลง ที่น่าสังเกตคือนักวิจัยในประเทศไทยนิยมเผยแพร่งานวิจัยที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) เพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงเวลานี้ โดยมีงานวิจัยทั้งสิ้น 20 เรื่องที่ตีพิมพ์ในวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI ความเปลี่ยนแปลงนี้อาจมีสาเหตุหลัก 2 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง เนื่องจากวารสารเฉพาะด้านอย่างวารสาร *Die Brücke* และวารสาร *TDLV-Forum* ปิดตัวลงใน ค.ศ. 2012 และ ค.ศ. 2016 ตามลำดับ ทำให้นักวิจัยในประเทศไทยต้องเผยแพร่งานวิจัยของตนในวารสารวิชาการฉบับอื่น ประการที่สองซึ่งเป็นเหตุผลที่ผู้วิจัยมองว่าสำคัญกว่าเหตุผลแรกคือการออกข้อกำหนดหรือเกณฑ์การควบคุมคุณภาพหลักสูตรหรือผลงานวิชาการของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาและบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษา โดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมซึ่งให้ความสำคัญกับการตีพิมพ์ผลงานวิชาการในวารสารวิชาการที่ต้องได้รับการรับรองคุณภาพอย่างน้อยในระดับชาติ (เช่น วารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI)

กล่าวโดยสรุปได้ว่าการศึกษาวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทยครอบคลุมหัวข้อวิจัยที่หลากหลาย ประกอบด้วยงานวิจัยที่มุ่งวิเคราะห์องค์ประกอบภายในตัวบทวรรณกรรม ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับบริบททางสังคมและประวัติศาสตร์ พัฒนาการของตัวบทบางประเภท ตลอดจนการศึกษาประเด็นอื่นเช่นชีวประวัติของนักประพันธ์ หรือการรับวรรณกรรม งานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาประเด็นเฉพาะด้าน ตัวบทที่ได้รับความนิยมในการศึกษามากที่สุดคือนวนิยาย ยุคสมัยของวรรณกรรมเยอรมันที่ถูกนำมาศึกษามากที่สุดคือคริสต์ศตวรรษที่ 20 (มีงานวิจัยที่ศึกษาวรรณกรรมในช่วงเวลาดังกล่าว 55 เรื่อง) รองลงมาคือคริสต์ศตวรรษที่ 19 (มีงานวิจัยที่ศึกษาวรรณกรรมในช่วงเวลาดังกล่าว 17 เรื่อง) และอันดับที่ 3 คือคริสต์ศตวรรษที่ 21 (มีงานวิจัยที่ศึกษาวรรณกรรมในช่วงเวลาดังกล่าว 12 เรื่อง) ส่วนวรรณกรรมในคริสต์ศตวรรษที่ 17 และช่วงเวลาก่อนหน้านั้นได้รับความสนใจน้อย (มีงานวิจัยที่ศึกษาวรรณกรรมในช่วงเวลาดังกล่าวรวมทั้งหมดเพียง 6 เรื่อง) นักวิจัยในประเทศไทยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาผลงานของนักประพันธ์ชาวเยอรมัน มีงานวิจัยเพียง 8 เรื่องที่ศึกษาผลงานหรือชีวประวัติของนักประพันธ์ชาวออสเตรีย และงานวิจัยเพียง 7 เรื่องที่ศึกษาผลงานของนักประพันธ์ชาวสวิส จากจำนวนงานวิจัยทั้งสิ้น 98 เรื่อง

จุดแข็งของการวิจัยด้านวรรณกรรมในประเทศไทยคือการพัฒนาหัวข้อวิจัยที่ค่อนข้างหลากหลายเมื่อเทียบกับจำนวนนักวิจัยที่มีไม่มากนักในประเทศไทย นักวิจัยส่วนใหญ่พยายามพัฒนาความเชี่ยวชาญให้หลากหลาย ไม่จำกัดอยู่แค่เพียงการวิเคราะห์ผลงานของนักประพันธ์เพียงคนเดียวหรือผลงานวรรณกรรมในยุคสมัยใดเพียงสมัยเดียว นอกจากนั้น งานวิจัยในประเทศไทยยังแสดงให้เห็นถึงการพัฒนางานวิจัยที่สอดรับกับพื้นที่กล่าวคือมีการคำนึงถึงบริบทในประเทศไทยหรือในภูมิภาค เช่น การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างวรรณกรรมเยอรมันกับวรรณกรรมไทย การศึกษาประเด็นข้ามวัฒนธรรมหรือการศึกษาวรรณกรรมเยอรมันจากมุมมองของชาวเอเชียหรือชาวไทย ซึ่งการศึกษาวิจัยจากมุมมองของชาวต่างชาตินี้จะสามารถต่อเติมองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยในประเทศที่ใช้ภาษาเยอรมันได้ จุดแข็งอีกประการหนึ่งของการวิจัยในประเทศไทยคือการตีพิมพ์งานวิจัยเป็นภาษาเยอรมันซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพยายามที่จะยกระดับความเป็นนานาชาติของงานวิจัยในประเทศไทย จากจำนวนงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันจำนวนทั้งหมด 98 เรื่อง พบงานวิจัยที่เขียนเป็นภาษาเยอรมันทั้งสิ้นจำนวน 72 เรื่อง คิดเป็น 73.47% ซึ่งความพยายามที่จะรักษาความสมดุลระหว่างการคำนึงถึงพื้นที่ในภูมิภาค

(localization) กับความเป็นนานาชาติ (internationalization) เป็นจุดแข็งที่นักวิจัยในประเทศไทยสามารถพัฒนาให้เข้มแข็งต่อไปได้

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าการวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันในประเทศไทยยังมีข้อจำกัดบางประการ โดยเฉพาะเรื่องการใช้กรอบทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ งานวิจัยส่วนใหญ่ยังคงเน้นการวิเคราะห์องค์ประกอบในตัวบทวรรณกรรมซึ่งเป็นแนวทางการวิจัยแบบขนบเดิมและมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์วรรณกรรมสมัยใหม่ไม่มากเท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎีในแนวทางวัฒนธรรมศึกษา (cultural studies) เพศวิถีศึกษา (gender studies) และแนวคิดหลังอาณานิคม (postcolonialism) เป็นต้น นอกจากนั้น ประเภทตัวบทที่นำมาวิเคราะห์ยังไม่หลากหลายเท่าที่ควรและยังจำกัดการวิจัยอยู่ในวงการวรรณกรรมในประเทศเยอรมนีเป็นส่วนใหญ่ โดยมีการศึกษาวรรณกรรมในประเทศที่ใช้ภาษาเยอรมันอื่นๆ อยู่น้อยมาก

6.3 พัฒนาการและทิศทางการวิจัยด้านเยอรมันศึกษาในประเทศไทย

ตารางที่ 3
งานวิจัยด้านเยอรมันศึกษาในประเทศไทย ระหว่าง ค.ศ. 1957-2022 จำแนกตามหัวข้อวิจัยใหญ่ (subfield 1 = S1) และหัวข้อวิจัยย่อย (subfield 2 = S2)

Period	S1: History & politics	S1: Economy	S1: Education	S1: Everyday culture	S1: Folklore	S1: Media				Total
						S2: Film	S2: Music	S2: Journal/ Newspaper	S2: Online-Media	
1957-1969	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1970-1979	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1980-1989	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1990-1999	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2
2000-2009	6	2	2	2	1	2	1	1	-	17
2010-2022	2	-	-	2	-	1	2	-	1	8
Total	**10**	**2**	**2**	**4**	**1**	**3**	**3**	**1**	**1**	**27**

งานวิจัยด้านเยอรมันศึกษาในประเทศไทยสามารถแบ่งตามหัวข้อวิจัยได้เป็น 6 กลุ่มใหญ่ (subfield 1) ได้แก่ 1) ประวัติศาสตร์และการเมือง 2) เศรษฐกิจ 3) การศึกษา 4) วัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน 5) คติชนวิทยา และ 6) สื่อ โดยภายใต้หัวข้อเกี่ยวกับ “สื่อ” สามารถแบ่งออกเป็นหัวข้อวิจัยย่อย (subfield 2) ได้อีก 4 กลุ่ม ได้แก่ 6.1) ภาพยนตร์ 6.2) ดนตรี 6.3) นิตยสารและหนังสือพิมพ์ และ 6.4) สื่อออนไลน์ จากการสำรวจข้อมูลระหว่าง ค.ศ. 1957-2022 พบงานวิจัยด้านเยอรมันศึกษาทั้งหมดรวม 27 เรื่อง แบ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และการเมืองในประเทศเยอรมนี 10 เรื่อง การศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐกิจในประเทศเยอรมนี 2 เรื่อง การศึกษาเกี่ยวกับระบบการศึกษาในประเทศเยอรมนี 2 เรื่อง การศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมในชีวิตประจำวันในประเทศเยอรมนี 4 เรื่อง การศึกษาด้านคติชนวิทยา 1 เรื่อง ส่วนในหัวข้อเกี่ยวกับสื่อนั้นประกอบด้วยการศึกษาเกี่ยวกับภาพยนตร์เยอรมัน 3 เรื่อง การศึกษาเกี่ยวกับดนตรีและบทเพลงเยอรมัน 3 เรื่อง การศึกษาเกี่ยวกับนิตยสารและหนังสือพิมพ์ 1 เรื่อง และการศึกษาเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ 1 เรื่อง

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปพัฒนาการและแนวโน้มการวิจัยด้านเยอรมันศึกษาในประเทศไทยได้ดังนี้

ช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 1957-1999: เมื่อเปรียบเทียบกับการวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมัน การวิจัยด้านเยอรมันศึกษานับว่าเริ่มช้ากว่ามาก ในช่วงนี้มีงานวิจัยเพียง 2 เรื่อง เป็นงานวิจัยที่มีหัวข้อเกี่ยวกับการเมืองและประวัติศาสตร์ของประเทศเยอรมนี งานวิจัยเรื่องแรกตีพิมพ์ใน ค.ศ. 1996 เป็นการศึกษาพัฒนาการของการเมืองแบบฝ่ายขวาจัดในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (BRD) (Gumnerdsiri, 1996) และงานวิจัยเรื่องที่สองศึกษานโยบายของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีเกี่ยวกับการรวมประเทศเยอรมนี บทความทั้งสองเรื่องได้รับการตีพิมพ์ในวารสาร *TDLV-Forum* (Gumnerdsiri, 1997)[7]

ช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 2000-2009: ทศวรรษนี้เรียกได้ว่าเป็นช่วงเวลาที่ความสนใจศึกษาด้านเยอรมันศึกษาพุ่งขึ้นสูงสุด พบงานวิจัยทั้งหมด 17 เรื่อง ประกอบด้วยงานวิจัยที่เผยแพร่ในวารสาร *TDLV-Forum* จำนวน 7 เรื่อง งานวิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต 6 เรื่องและบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการอื่นอีก 4 เรื่อง หัวข้อวิจัยมีความหลากหลายมากขึ้น งานวิจัยส่วนใหญ่ยังคงเป็นการศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และการเมือง (มีงานวิจัยเกี่ยวกับหัวข้อนี้ 6 เรื่อง คิดเป็น 35.29%) เช่น การศึกษาเกี่ยวกับการอบรมเยาวชนแบบนาซี (Sermpanichakij, 2000) รองลงมาเป็นงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อ (มีงานวิจัยเกี่ยวกับหัวข้อนี้ 4 เรื่อง คิดเป็น 23.53%) เช่น การศึกษาเกี่ยวกับภาพของสตรีในภาพยนตร์เยอรมันร่วมสมัย (Suriya, 2004) และการศึกษาภาพของประเทศไทยในสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์และนิตยสาร (Sirimongkol, 2002) นอกจากนั้น ยังพบงานวิจัยในหัวข้อเกี่ยวกับการศึกษา เศรษฐกิจ วัฒนธรรมในชีวิตประจำวันและภาพยนตร์ หัวข้อละ 2 เรื่อง

ช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 2010-2022: ปริมาณงานวิจัยในด้านเยอรมันศึกษาลดจำนวนจาก 17 เรื่องในทศวรรษก่อนหน้าเหลือเพียง 8 เรื่อง แบ่งออกเป็นการวิจัยเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และการเมือง 2 เรื่อง การวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน 2 เรื่อง การวิจัยเกี่ยวกับดนตรี 2 เรื่อง และการวิจัยเกี่ยวกับภาพยนตร์และสื่อออนไลน์หัวข้อละ 1 เรื่อง ที่น่าสังเกตคือไม่มีการทำวิทยานิพนธ์หรือสารนิพนธ์ด้านเยอรมันศึกษาในเวลานี้ งานวิจัยทุกเรื่องเป็นบทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร

เมื่อวิเคราะห์แนวโน้มและทิศทางการวิจัยด้านเยอรมันศึกษาในช่วงเวลา ค.ศ. 1957-2022 พบว่างานวิจัยในช่วงแรกส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และการเมืองในประเทศเยอรมนีที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร *TDLV-Forum* ทั้งนี้ เนื่องจากนักวิจัยในประเทศซึ่งส่วนใหญ่เป็นคณาจารย์สอนภาษาเยอรมันตระหนักดีว่าผู้เรียนภาษาเยอรมันหรือแม้แต่ครูที่สอนภาษาเยอรมันควรมีความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และการเมืองของประเทศเยอรมนีควบคู่ไปกับความรู้ด้านภาษาและวรรณกรรมเยอรมันด้วย อย่างไรก็ตาม บทความที่เผยแพร่ในวารสาร *TDLV-Forum* ส่วนใหญ่เป็นบทความขนาดสั้นที่ให้ความรู้ในองค์รวมเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ มากกว่าเป็นการศึกษาเชิงลึก ผลสำรวจชี้ว่างานวิจัยด้านนี้เกือบทั้งหมดในประเทศไทยเป็นการศึกษาประเด็นในประเทศเยอรมนี ในขณะที่มีการศึกษาเกี่ยวกับบริบทของประเทศออสเตรียและสวิตเซอร์แลนด์อยู่น้อยมาก

[7] งานวิจัยทั้ง 2 เรื่องเขียนโดยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต กำเนิดศิริ อาจารย์สังกัดคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ แม้ว่าศาสตราจารย์ ดร.บรรพต กำเนิดศิริ ไม่ใช่อาจารย์ที่สอนภาษาเยอรมัน แต่ตีพิมพ์บทความหลายเรื่องลงในวารสาร *TDLV-Forum* จึงถือว่าเป็นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และการเมืองเยอรมันให้แก่ทั้งครูที่สอนภาษาเยอรมันและผู้เรียนภาษาเยอรมันในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงรวมผลงานของท่านไว้ในคลังข้อมูลที่สำรวจด้วย

ในด้านระเบียบวิธีวิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้คือ งานวิจัยส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเอกสาร มีงานวิจัยเพียง 2 เรื่องที่มีการเก็บข้อมูลภาคสนามประกอบการวิจัย คือการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ งานวิจัยเรื่องแรกเป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างของเยาวชนเยอรมัน (Itsarachai, 2001) และงานวิจัยเรื่องที่สองเป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างชาวไทยกับชาวเยอรมันที่ทำงาน ณ สถาบันเกอเธ่กรุงเทพฯ (Solgosoon, 2001)

โดยสรุปแล้วสามารถกล่าวได้ว่าความสนใจของนักวิชาการในประเทศไทยในการทำวิจัยด้านเยอรมันศึกษาค่อนข้างกระจัดกระจายไปตามความสนใจของผู้วิจัยและเมื่อเปรียบเทียบกับการวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันแล้ว งานวิจัยด้านนี้มีปริมาณน้อยและได้รับความนิยมลดลงอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ทั้งนี้เนื่องจากในวงการสอนภาษาเยอรมัน บุคลากรทางการศึกษาส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาและวรรณกรรมเยอรมันหรือด้านภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศ ดังนั้น การวิจัยในด้านเยอรมันศึกษาจึงถือว่าเป็น “เรื่องรอง” อย่างไรก็ตาม จุดแข็งประการหนึ่งที่งานวิจัยด้านเยอรมันศึกษามีร่วมกับงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันคือการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นภาษาเยอรมัน โดยพบงานวิจัย 19 เรื่องที่เผยแพร่เป็นภาษาเยอรมัน คิดเป็น 70.37% นอกจากนั้น แนวโน้มที่นักวิจัยในประเทศไทยสนใจศึกษาสื่อสมัยใหม่อื่นๆ เพิ่มมากขึ้นในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมาถือว่าเป็นทิศทางที่ดีที่สามารถพัฒนาต่อไปอีกได้ เพื่อให้งานวิจัยในประเทศไทยครอบคลุมหลากหลายมากขึ้น

6.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวิจัยในประเทศไทย

จากผลการสำรวจข้อมูล สามารถสรุปปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศได้ดังนี้

1. การเปิดสอนหลักสูตรบัณฑิตศึกษาในประเทศไทย

การเปิดสอนหลักสูตรบัณฑิตศึกษา โดยเฉพาะหลักสูตรมหาบัณฑิตในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยรามคำแหงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนงานวิจัยในประเทศไทย โดยเฉพาะวิทยานิพนธ์ในหลักสูตรมหาบัณฑิตของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยนับว่าเป็นการวางรากฐานงานวิจัยในประเทศไทยในช่วงเริ่มแรก จากการสำรวจข้อมูลทั้งหมด พบวิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต 32 เล่ม สารนิพนธ์ 14 เล่ม และวิทยานิพนธ์ระดับดุษฎีบัณฑิต 2 เล่ม

2. การจัดทำวารสารวิชาการเฉพาะด้านในประเทศไทย

การจัดทำวารสาร *TDLV-Forum* และวารสาร *Die Brücke* มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนงานวิจัยในประเทศไทยอย่างมากเช่นกัน จากจำนวนงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาระหว่าง ค.ศ. 1957-2022 จำนวน 125 เรื่อง พบว่ามีงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารทั้งสองทั้งหมด 32 เรื่อง คิดเป็น 25.40% โดยเฉพาะด้านเยอรมันศึกษานั้น มีงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสาร *TDLV-Forum* จำนวน 1 ใน 3 คือ 9 เรื่อง จากงานวิจัยทั้งหมด 27 เรื่อง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะนักวิจัยในประเทศไทยมีความเห็นว่าวารสาร *TDLV-Forum* ซึ่งเป็นวารสารของสมาคมครูสอนภาษาเยอรมันในประเทศไทยเป็นช่องทางที่เหมาะสมที่สุดที่พวกเขาจะเผยแพร่ความรู้ด้านเยอรมันศึกษาให้แก่ทั้งครูอาจารย์และผู้เรียนภาษาเยอรมันในประเทศไทย

3. กรอบนโยบายของรัฐ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมประกาศกฎระเบียบหรือข้อบังคับเพื่อกำกับคุณภาพการศึกษาในระดับอุดมศึกษาและคุณภาพงานวิชาการของคณาจารย์

ในมหาวิทยาลัยซึ่งมีผลกระทบต่องานวิจัยในประเทศไทยเป็นวงกว้าง ที่สำคัญได้แก่ การประกาศใช้เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิตและบัณฑิตศึกษาใน ค.ศ. 2015 (พ.ศ. 2558) ซึ่งกำหนดให้อาจารย์ประจำหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิตต้องผลิตงานวิจัยอย่างน้อย 1 ชิ้น ในรอบ 5 ปี และอาจารย์ประจำหลักสูตรบัณฑิตศึกษาผลิตงานวิจัยอย่างน้อย 3 ชิ้น ในรอบ 5 ปี[8] รวมทั้งการประกาศหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพงานวิจัยสำหรับกระบวนการขอกำหนดตำแหน่งของอาจารย์มหาวิทยาลัยที่ให้ความสำคัญกับการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานในวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูลที่เป็นที่ยอมรับอย่างน้อยในระดับชาติ[9] ส่งผลให้นักวิชาการไทยตื่นตัวในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูลมากขึ้น ในกรณีของการศึกษาด้านวรรณกรรมและวัฒนธรรมเยอรมันนั้น เห็นได้ว่าในช่วงระหว่าง ค.ศ. 2010-2022 นักวิจัยไทยหันมาตีพิมพ์เผยแพร่งานวิจัยในวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI มากขึ้นกว่าเท่าตัวเมื่อเทียบกับทศวรรษก่อนหน้า กล่าวคือมีการตีพิมพ์งานวิจัยในวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI ในช่วงเวลาดังกล่าวจำนวน 20 ชิ้น จากจำนวนบทความทั้งหมด 39 ชิ้น ในขณะที่พบงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในฐานข้อมูล TCI ในช่วงระหว่าง ค.ศ. 2000-2009 เพียง 7 ชิ้น เท่านั้น จากจำนวนงานวิจัยทั้งหมด 39 ชิ้น

4. ความเชี่ยวชาญและความสนใจเฉพาะทางของผู้วิจัย

ความเชี่ยวชาญและความสนใจเฉพาะทางของผู้วิจัยเป็นปัจจัยหลักในการเลือกหัวข้อวิจัย นักวิจัยไทยจำนวนหนึ่งแสดงความเชี่ยวชาญทางวิชาการผ่านงานวิจัยอย่างชัดเจน อาทิ ชูศรี มีวงศ์อุโฆษ มีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ตัวบทวรรณกรรมประเภทกวีนิพนธ์รวมไปถึงภาษิตเยอรมัน อารตี แก้วสัมฤทธิ์ เชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ผลงานของโธมัส มันน์ และมีความสนใจวิเคราะห์ประเด็นข้ามวัฒนธรรมในวรรณกรรม (interkulturelle Literaturwissenschaft) อัญชลี โตพึ่งพงศ์ และศิริพร ศรีวรกานต์ เชี่ยวชาญในการวิเคราะห์วรรณกรรมเด็กและเยาวชนเยอรมัน กรกช อัตตวิริยะนุภาพ มีความสนใจในการศึกษาสื่อประเภทภาพยนตร์และเพลง ความเชี่ยวชาญและความสนใจของนักวิจัยที่เป็นคณาจารย์มหาวิทยาลัยไม่เพียงสะท้อนในการผลิตงานวิจัยของตนเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นผ่านการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ของนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาอีกทางหนึ่งด้วย การสำรวจข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักศึกษาจำนวนหนึ่งเขียนวิทยานิพนธ์หรือสารนิพนธ์ในหัวข้อใกล้เคียงกันกับเพื่อนนักศึกษาในรุ่นใกล้เคียงโดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาคนเดียวกัน จึงสามารถตั้งข้อสันนิษฐานได้ว่าการเลือกหัวข้อวิจัยของนักศึกษาสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญหรือความสนใจของอาจารย์ในช่วงนั้นๆ

5. ทิศทางการวิจัยในต่างประเทศ

“ความเป็นนานาชาติ” เป็นเป้าหมายอีกประการหนึ่งของนักวิจัยในประเทศไทย ดังเห็นได้จากการที่งานวิจัยในประเทศไทยมีสัดส่วนการตีพิมพ์เป็นภาษาเยอรมันมากกว่าภาษาไทย นอกจากนั้น ในช่วงเวลาระหว่าง ค.ศ. 2010-2022 นักวิจัยไทยจำนวนหนึ่งหันมาสนใจประเด็นที่วงการวิชาการเยอรมันรวมถึงประชาคมโลก

---

[8] ดูประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 และประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2558

[9] ตัวอย่างการกำหนดเกณฑ์การควบคุมคุณภาพวารสารทางวิชาการที่สามารถใช้ยื่นขอตำแหน่งทางวิชาการได้แก่ ประกาศ กพอ. เรื่องหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2556 (ค.ศ. 2013) ซึ่งถึงแม้ยังคงอนุโลมให้สถาบันอุดมศึกษาพิจารณายอมรับวารสารทางวิชาการที่ไม่อยู่ในฐานข้อมูลที่ กพอ. รับรองได้ แต่ก็มีการกำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อใช้กำกับคุณภาพวารสารอย่างชัดเจน ทำให้นักวิจัยในประเทศไทยตระหนักถึงการคัดเลือกวารสารที่จะตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานมากขึ้น

ให้ความสำคัญมากขึ้น เช่น ประเด็นเรื่องผู้อพยพหรือผู้ลี้ภัยและประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติ สิ่งเหล่านี้แสดงว่าทิศทางการวิจัยในต่างประเทศเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ผู้วิจัยในประเทศไทยคำนึงถึงในการทำวิจัย

7. แนวทางในการพัฒนาการวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทย

จากการเปรียบเทียบกับงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาของประเทศญี่ปุ่นและประเทศเกาหลีใต้ที่มีความหลากหลายกว่าประเทศไทย ผู้วิจัยสังเกตเห็นโอกาสในการพัฒนาการวิจัยในประเทศไทยต่อไปดังนี้[10]

1. ในการศึกษาด้านวรรณกรรม นักวิจัยในประเทศไทยสามารถขยายขอบเขตการศึกษาประเภทตัวบทให้หลากหลายมากขึ้นได้ จากการสำรวจพบว่างานวิจัยในประเทศไทยเน้นวิเคราะห์ตัวบทวรรณกรรมเป็นหลัก แต่ยังขาดการศึกษาตัวบทประเภทอื่น เช่น จดหมาย บันทึกประจำวัน หรือความเรียง ในขณะที่หัวข้องานวิจัยดังกล่าวได้รับความสนใจในประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ในระดับหนึ่ง (เช่น Lee, 2019; Kido, 2016)

2. นักวิจัยในประเทศไทยสามารถขยายขอบเขตหัวข้อวิจัยให้ครอบคลุมบริบทอื่นๆ ในแวดวงการผลิตและการเผยแพร่งานวรรณกรรมหรือสื่อประเภทอื่นได้ เช่น นโยบายของสำนักพิมพ์ ความสัมพันธ์ระหว่างสำนักพิมพ์กับนักประพันธ์และผลกระทบต่อการผลิตวรรณกรรม ความสนใจของผู้อ่าน รวมไปถึงนโยบายระดับชาติที่ส่งผลต่อการผลิตและการเสพสื่อ จากการเปรียบเทียบข้อมูลกับประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ แม้พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่เน้นวิเคราะห์ตัวบทวรรณกรรมหรือตัวสื่อประเภทนั้น (เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี) เช่นเดียวกับประเทศไทย แต่มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาบริบทที่น่าสนใจในแวดวงการผลิตและเผยแพร่สื่อต่างๆ เช่น การศึกษาเกี่ยวกับชมรมนักอ่าน (book club) บทบาทของสำนักพิมพ์และนโยบายของรัฐในการส่งเสริมและดูแลสื่อและกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมประเภทต่างๆ (Takeoka, 2020; Shin, 2022; Yoo, 2015)

3. นักวิจัยในประเทศไทยสามารถขยายขอบเขตการวิจัยให้ครอบคลุมประเทศออสเตรียและสวิตเซอร์แลนด์ซึ่งเป็นประเทศที่ใช้ภาษาเยอรมันได้อีกมาก ทั้งในการศึกษาวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษา ในขณะที่พบสัดส่วนงานวิจัยในประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ที่ศึกษาบริบทของประเทศออสเตรียและสวิตเซอร์แลนด์ในสัดส่วนที่มากกว่า ซึ่งในประเทศญี่ปุ่นนั้นมีสัดส่วนงานวิจัยที่ศึกษาตัวบทวรรณกรรมของนักประพันธ์ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์และออสเตรียรวมกันถึง 28.1%

4. นักวิจัยในประเทศไทยสามารถขยายหัวข้อวิจัยให้ครอบคลุมด้านทฤษฎีและกรอบแนวคิด ทั้งในบริบทของวรรณคดีศึกษาและวัฒนธรรมศึกษา ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลในประเทศไทยพบว่าหัวข้อดังกล่าวแทบไม่ได้รับความนิยมจากนักวิจัยในประเทศไทยเลย ในขณะที่พบงานวิจัยที่น่าสนใจในประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ เช่น

---

[10] จากผลสำรวจงานวิจัยในนิตยสารตัวแทนของประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้พบว่าในช่วง ค.ศ. 2013-2022 พบงานวิจัยด้านภาษา วรรณกรรมและวัฒนธรรมในวารสาร *Neue Beiträge zur Germanistik* ของประเทศญี่ปุ่น จำนวนทั้งสิ้น 206 เรื่อง แบ่งเป็นงานวิจัยในด้านวรรณกรรมเยอรมัน 121 เรื่อง ภาษาศาสตร์เยอรมัน 32 เรื่อง เยอรมันศึกษา จำนวน 31 เรื่อง และภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศ จำนวน 22 เรื่อง ส่วนในวารสาร *Deutsche Sprache und Literatur* ของประเทศเกาหลีใต้ พบงานวิจัยทั้งหมดจำนวน 445 เรื่อง แบ่งเป็นงานวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมัน จำนวน 226 เรื่อง เยอรมันศึกษา จำนวน 103 เรื่อง ภาษาศาสตร์เยอรมัน จำนวน 75 เรื่อง ภาษาเยอรมันในฐานะภาษาต่างประเทศ จำนวน 35 เรื่อง และการแปลและล่าม จำนวน 6 เรื่อง

การศึกษาแนวคิดเรื่อง Universalpoesie ของฟรีดริช ชเลเกิล (Friedrich Schlegel) (Yoon, 2013) แนวคิดเรื่อง Nachahmung ของฟรีดริช ชเลเกิล (Koya, 2016)

5. นอกจากการพัฒนาหัวข้อการวิจัยให้หลากหลายดังกล่าวไปแล้วข้างต้น นักวิจัยในประเทศไทยควรรวมตัวกันทางวิชาการเพื่อให้การขับเคลื่อนการวิจัยในประเทศไทยเป็นไปอย่างเข้มแข็งมากขึ้น ในอดีตนั้นช่วงเวลาตั้งแต่มีการก่อตั้งสมาคมครูภาษาเยอรมันในประเทศไทยใน ค.ศ. 1993 ถึงทศวรรษแรกของคริสต์ศตวรรษที่ 21 นับได้ว่าเป็นช่วงเวลาที่คณาจารย์ที่สอนภาษาเยอรมันในประเทศไทยมีความร่วมมือทางวิชาการอย่างคึกคักผ่านการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ อาทิ การจัดตั้งวารสาร *TDLV-Forum* และ *Die Brücke* การจัดอบรมหรือสัมมนาสำหรับคณาจารย์ที่สอนภาษาเยอรมันในประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอภายใต้ชื่อว่า Nachkontaktseminar รวมทั้งการจัดการประชุมวิชาการด้านภาษาและวรรณคดีเยอรมันในประเทศไทย (Thailändisches Germanistentreffen) ถึง 4 ครั้ง ในช่วง ค.ศ. 2001-2007 โดยที่มหาวิทยาลัยในประเทศไทยต่างผลัดกันรับเป็นเจ้าภาพ (Saengaramruang, 2007, pp. 364-365; Attaviriyanupap, 2009, p. 38) เป็นที่น่าเสียดายว่าในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาความร่วมมือทางวิชาการที่เป็นรูปธรรมในรูปแบบดังกล่าวได้ซบเซาไปในประเทศไทย หลังจากที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้รื้อฟื้นการจัดการประชุมวิชาการด้านภาษาและวรรณคดีเยอรมันในประเทศไทยเป็นครั้งที่ 5 ใน ค.ศ. 2018 แต่หลังจากนั้นยังไม่มีการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติสำหรับคณาจารย์และนักวิชาการด้านภาษาเยอรมันในประเทศไทยอีกเลย แม้ว่าในปัจจุบันคณาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยในประเทศไทยจำนวนไม่น้อยสมัครเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการนานาชาติอย่างค่อนข้างสม่ำเสมอ แต่การขาดเวทีแลกเปลี่ยนทางวิชาการภายในประเทศที่คณาจารย์ในศาสตร์เดียวกันจะมีโอกาสได้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์การวิจัยอย่างต่อเนื่องย่อมส่งผลให้พลังในการขับเคลื่อนการวิจัยในประเทศไทยลดน้อยลง[11]

8. บทสรุป

จากจุดเริ่มต้นของการพัฒนาหลักสูตรภาษาเยอรมันในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทยเป็นหลักสูตรแรกใน ค.ศ. 1957 การวิจัยด้านวรรณกรรมเยอรมันและวัฒนธรรมเยอรมันได้พัฒนาต่อเนื่องไปอย่างมาก ในด้านวรรณกรรมเยอรมัน นักวิชาการในประเทศไทยพัฒนาหัวข้อวิจัยที่ครอบคลุมหลายประเด็น ทั้งศึกษาองค์ประกอบภายในตัวบท ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับนักประพันธ์และบริบททางสังคมและการเมือง ตลอดจนการศึกษาประเด็นอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการวิเคราะห์ตัวบทวรรณกรรม ส่วนทิศทางการวิจัยด้านเยอรมันศึกษานั้น สามารถระบุได้ว่าหัวข้อวิจัยที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากนักวิชาการในประเทศไทยคือหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และการเมือง รองลงมาเป็นการศึกษาเกี่ยวกับสื่อต่างๆ นอกเหนือจาก

[11] ประเทศญี่ปุ่นนับเป็นแบบอย่างที่ดีอย่างมากสำหรับการสร้างเครือข่ายนักวิจัยด้านภาษาและวรรณคดีเยอรมันภายในประเทศ นอกจากการจัดตั้งสมาคมเกอเธ่แห่งประเทศญี่ปุ่น (Goethe-Gesellschaft in Japan) ใน ค.ศ. 1931 การจัดตั้งสมาคมภาษาและวรรณคดีเยอรมันแห่งประเทศญี่ปุ่น (Japanische Gesellschaft für Germanistik) ใน ค.ศ. 1947 และการจัดตั้งสมาคมนักวิจัยวรรณกรรมออสเตรีย (Gesellschaft für die Erforschung der österreichischen Literatur) ใน ค.ศ. 1980 (Pekar, 2011) นักวิชาการในประเทศญี่ปุ่นยังสร้างเครือข่ายการวิจัยผ่านการจัดสัมมนาทางวิชาการเฉพาะกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เช่น มีการจัดสัมมนาเกี่ยวกับโธมัส มันน์ มากกว่าหนึ่งร้อยครั้งตั้งแต่ ค.ศ. 1989 (Honold & Klawitter, 2023, p. 10) หรือมีการจัดงานสัมมนาแลกเปลี่ยนระหว่างนักเขียนชาวออสเตรียกับนักวิชาการในประเทศญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ ค.ศ. 1992 (Sekiguchi, 2021, p. 14)

วรรณกรรม เช่น ภาพยนตร์และดนตรี อย่างไรก็ตาม สามารถกล่าวได้ว่าการวิจัยด้านเยอรมันศึกษายังได้รับความสนใจค่อนข้างจำกัดในแวดวงนักวิชาการด้านภาษาและวรรณกรรมเยอรมัน

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อทิศทางการวิจัยในประเทศไทยไม่ได้มีเพียงความสนใจและความเชี่ยวชาญของผู้วิจัยอย่างเดียวเท่านั้น แต่ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การพัฒนาแหล่งเผยแพร่องค์ความรู้ โดยการจัดทำวารสารเฉพาะทาง กรอบนโยบายเกี่ยวกับการกำกับคุณภาพหลักสูตร รวมไปถึงทิศทางการวิจัยในระดับนานาชาติ ต่างมีผลกระทบต่อการทำวิจัยของนักวิชาการในประเทศไทยด้วยเช่นกัน

ในการพัฒนาการวิจัยในประเทศไทย นอกเหนือไปจากการขยายขอบเขตหัวข้อวิจัยให้มีความหลากหลายมากขึ้น ผู้วิจัยเห็นว่านักวิจัยในประเทศไทยควรสร้างเครือข่ายทางวิชาการที่เข้มแข็งมากกว่าที่เป็นอยู่ ทั้งในรูปแบบของความร่วมมือทางวิชาการระหว่างหน่วยงานและสถาบันการศึกษาภายในประเทศและความร่วมมือกับต่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนการวิจัยในประเทศไทยได้อย่างมีพลวัตมากขึ้น

9. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยนี้ต้องการสำรวจภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาของประเทศไทยในกรอบระยะเวลาที่ยาวนาน ผู้วิจัยจึงต้องจำกัดการสำรวจข้อมูล สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้ที่ต้องการวิจัยสามารถขยายขอบเขตการสำรวจให้ครอบคลุมแหล่งข้อมูลอื่นๆ เช่น ผลงานประเภทหนังสือหรือตำรา บทความที่ตีพิมพ์ในหนังสือรวมบทความ บทความใน Festschrift หรือบทความในรายงานการประชุมวิชาการ ตลอดจนผลงานวิจัยที่คณาจารย์ในประเทศไทยได้ตีพิมพ์ในต่างประเทศ นอกจากนั้น ผู้ที่ต้องการวิจัยยังสามารถเก็บข้อมูลเชิงลึกประกอบการวิเคราะห์ เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ภูมิทัศน์องค์ความรู้ด้านวรรณกรรมเยอรมันและเยอรมันศึกษาในประเทศไทยได้อย่างสมบูรณ์มากขึ้น

รายการอ้างอิง

กรกช อัตตวิริยะนุภาพ. (2552). บทสังเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาเปรียบเทียบภาษาเยอรมันกับภาษาไทย. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 15*(4), 526-546.

กฤษฎิ์ ชัยรัตน์. (2556). “ชู้” และบทลงโทษทางสังคมในวรรณคดีเยอรมันสมัยสัจนิยมของกวีผ่านมุมมองและแนวคิดของเทโอดอร์ ฟอนทาเน่. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 12*(2), 95-115.

ถนอมนวล โอเจริญ. (2543). “ความทุกข์ระทมของหนุ่มแวร์เธ่อ” ของเกอเธ่ (“Die Leiden des jungen Werthers” by Goethe), *วารสารอักษรศาสตร์, 29*(2), 56-77.

นันทนา อนันต์โกศล. (2565). การนำเสนอประเด็นเรื่องภัยพิบัติใน พี พี ไอส์แลนด์ ของโยเซฟ ฮาสลิงเงอร์. *วารสารมนุษยศาสตร์ ฉบับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 10*(1), 97-115.

พรสรรค์ วัฒนางกูร. (2554). การรับแนวคิดพุทธศาสนาในงานประพันธ์ของคาร์ล แกร์เลอรุพ โธมัส มันน์และแฮร์มันน์ เฮสเซอ. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 31*(1), 39-53.

ศิริพร ศรีวรกานต์. (2551). *วรรณกรรมเด็กของเยอรมันกับของไทยช่วงทศวรรษ 1980 และ 1990: การศึกษาเปรียบเทียบ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรพินท์ คำสอน. (2540). *สุนทรียศาสตร์แห่งความพ่ายแพ้: การศึกษาเปรียบเทียบนวนิยายของกึนเทอร์ กราสส์กับนวนิยายของชาติ กอบจิตติ* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Attaviriyanupap, K. (2009). Linguistische konstrastive Studien Deutsch-Thailändisch: Eine Bestanduafnahme. *Linguistik online, 40*(4), 29-44.

Chairatana, K. (2018). Indien als (imaginierter) Ort der prekären Selbstreflexivität und Identitätsfindung. Zur Problematik der umgekehrten Ethnologie in der Gegenwartsliteratur am Beispiel von Hans Christoph Buchs „Reise um die Welt in acht Nächten“ (2009) und Anna Katharina Fröhlichs „Kream Korner“ (2010). *Journal of Letters, 47*(Supplementary Issue), 77-115.

Chityothin, A. (1983). *Student movement and literature: The analysis of the story "Lenz" of Peter Schneider*. [Master’s thesis]. Chulalongkorn University.

Gumnerdsiri, B. (1996). Rechtsextremismus in der BRD. *Siam-Forum. Zeitschrift für Sprache. Literatur und Kultur*, *1*, o. S.

Gumnerdsiri, B. (1997). Die Deutschland- und Ostpolitik der Bundesrepublik Deutschland im Jahre der Wiedervereinigung (1989/90). *TDLV-Forum. Zeitschrift für Sprache. Literatur und Kultur*, *2*, 61-65.

Honold, A., & Klawitter, A. (2023). Grenzgänge des Erzählens: *Der Tod in Venedig* in (inter-) kulturellen Analysen. In A. Honold & A. Klawitter (Hg.), *Thomas Mann, „Der Tod in Venedig“ und die Grenzgänge des Erzählens. Interkulturelle Analysen* (pp. 7-13). Schwabe Verlag.

Itsarachai, B. (2001). *Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen. Eine Untersuchung anhand von ausgewählten Printmedien* [Master's thesis]. Chulalongkorn University.

Kaewsumrit, A. (2000). *Studien zum Komplex des „Asiatischen“ in Thomas Manns „Der Tod in Venedig“ und „Der Zauberberg“* [Master's thesis]. Chulalongkorn University.

Kaewsumrit, A. (2018). Drei Reisebeschreibungen über Thailand: Ehlers’ „In Sattel durch Indo-China“, Hesse-Warteggs „Siam: das Reich des weissen Elefanten“ und Hosséus „Durch König Tschulalongkorns Reich“. *Journal of Letters, 47*(Supplementary Issue), 27-76.

Kanjanalak, N. (1984). *Die deutsche Literatur des Exils. Das Exils-Erlebnis bei Thomas und Heinrich Mann* [Master’s thesis]. Chulalongkorn University.

Karnkulvithit, T. (2009). *Frauenemazipation in Christa Wolfs Roman „Kassandra“ und Ingeborg Bachmanns Romans „Malina“* [Master's thesis]. Chulalongkorn University.

Kasikam, T. (1977). *Eine kritische und vergleichende Studie der Erzählungen: „Der Verbrecher aus verlorener Ehre“, „Michael Kohlhaas“ und „Die verlorene Ehre der Katharina Blum“* [Master’s thesis]. Chulalongkorn University.

Kido, M. (2016). Masken und Spiegel. Die Erzählstrategie in Thomas Manns autobiographischem Essay im Spiegel. *Neue Beiträge zur Germanistik, 153*, 29-42. https://doi.org/10.11282/jgg.153.0_29

Koya, T. (2016). Friedrich Schlegels mimische Nachahmung Lessings. Das Werden der romantischen Kritik. *Neue Beiträge zur Germanistik, 152,* 173-188. https://doi.org/10.11282/jgg.152.0_173

Kübel, A. (2015). *Die Rezeption von Erich Kästners „Emil und die Detektive“ als Schullektüre in Thailand* [Master's thesis]. Ramkhamhaeng University.

Lee, N. E. (2019). Hermann Brochs Zeitverständnis und Kunstanschauung - Anhand des Essays „Hoffmannsthal und seine Zeit“. *Deutsche Sprache und Literatur, 83*, 75-96. https://DOI:10.30947/zfdsl.2019..83.75

Mewongukote, C. (1999). Die Interpretation des Gedichts „Der Gott der Stadt“ von Georg Heym. *TDLV-Forum. Zeitschrift für Sprache, Literatur und Kultur, 4*, 14-25.

O'Charoen, T. (1977). *Die Sicht der westdeutschen Gesellschaft in Christa Wolfs Roman „Der geteilte Himmel“ und Hermann Kants Roman „Die Aula“* [Master’s thesis]. Chulalongkorn University.

Pekar, T. (2011). Von der Modernisierung zur Interkulturalitätswissenschaft: Stationen der geschichtlichen Entwicklung der Germanistik in Japan. *KulturPoetik, 11*(1), 61-75.

Saengaramruang, W. (2007). Deutschunterricht und Germanistikstudium in Thailand: Früher, heute und morgen. *Info DaF, 34*(4), 341-372.

Sekiguchi, H. (2021). Österreichische Literatur im 20. Jahrhundert oder: Auf der Suche nach der verlorenen Ganzheit. Einleitung zum Sonderthema. *Neue Beiträge zur Germanistik*, *163*, 7-14.

Sereeyotin, J. (2002). *Der Mond in der expressionistischen Lyrik* [Master’s paper]. Chulalongkorn University.

Sermpanichakij, C. (2000). *Die Jugenderziehung im Geist des Nationalsozialismus (1933-1945)* [Master's thesis]. Chulalongkorn University.

Shin, J. R. (2022). Hermann Hesse und S. Fischer Verlag. *Deutsche Sprache und Literatur, 97*, 167-185. https://DOI:10.30947/zfdsl.2022..97.167

Sindhuprama, S. (1980). *Die deutsche Großstadtlyrik 1880-1925* [Master’s thesis]. Chulalongkorn University.

Sirimongkol, N. (2002). *Das Thailandbild in deutschen Medien* [Master's paper]. Ramkhamhaeng University.

Solgosoon, E. (2001). *Deutsch-thailändische Zusammenarbeit: Meinungen zum beruflichen Kommunikationsverhalten von Deutschen und Thailändern. Eine Untersuchung am Goethe-Institut Bangkok* [Master's paper]. Chulalongkorn University.

Sriuranpong, W., & Chowchong, A. (2025). The knowledge landscape of German linguistics and German language teaching in Thailand: A comparative study with Japan and South Korea. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies, 25*(1), 205-220. https://doi.org/10.69598/hasss.25.1.273993

Suriya, K. (2004). *Das Frauenbild im zeitgenössischen Film. Ein Vergleich der Filme „Lola rennt“ und „Ruang Talok 69“* [Master's thesis]. Ramkhamhaeng University.

Ta, H. T. H. (2010). Die Familienverhältnisse in Deutschen und Vietnamesischen Märchen - Ein Vergleich [Master's Paper]. Ramkhamhaeng University.

Takeoka, K. (2020). ‚Destruktion der Öffentlichkeit‘ und Buchgemeinschaften. *Neue Beiträge zur Germanistik, 160*, 109-124. https://doi.org/10.11282/jgg.160.0_109

Tantrakul, O. (1977). *Realistische Elemente in Franz Kafkas Romanen „Amerika“ und „Das Schloß“* [Master’s thesis]. Chulalongkorn University.

Techapan, A. (2010). *Vaterbilder in Peter Härtlings „Nachgetragene Liebe“, Christoph Meckels „Suchbild. Über meinen Vater“ und Elisabeth Plessens „Mitteilung an den Adel“* [Master's thesis]. Chulalongkorn University.

Thaiyanan, O. (2000). Franz Werfel (1890-1945) - Kindheit und Jugend in Prag. *TDLV-Forum. Zeitschrift für Sprache, Literatur und Kultur, 5*, 20-27.

Thaveelertnithi, S. (1997). Frauenliteratur in Thailand und Deutschland. *TDLV-Forum. Zeitschrift für Sprache. Literatur und Kultur, 2*, 66-71.

Watanangura, P. (2003). Die Figur des Julius in Schlegels „Lucinde“ im Vergleich zur Bildungsgeschichte des Wilhelm Meister und zur Lebensgeschichte von Pra-Apaimanie. *Die Brücke. Zeitschrift für Germanistik in Südostasien, 2*, 65-84.

Yoo, B. K. (2015). Kunstmanagement und Kulturdemokratie in Deutschland unter besonderer Berücksichtigung von „Rimini Protokoll“. *Deutsche Sprache und Literatur, 70*, 431-454. https://DOI:10.30947/zfdsl.2015..70.431

Yoon, T. (2013). Wiederbetrachtung über den Begriff der Universalpoesie als die romantische Poesie. *Deutsche Sprache und Literatur, 62*, 239-255. https://DOI:10.30947/zfdsl.2013..62.239

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

การวิเคราะห์การนำเสนอเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในวรรณกรรมเยาวชนฝรั่งเศส (เป้าหมายที่ 2: ยุติความหิวโหย)

Received: 6 August 2025
Revised: 26 September 2025
Accepted: 10 October 2025

วิริญจน์ หุตะสังกาศ*
ภาคภูมิ แสงกนกกุล**

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการนำเสนอเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ในวรรณกรรมเยาวชนภาษาฝรั่งเศส 2 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายข้อที่ 2 (ยุติความหิวโหย) ที่คัดเลือกโดยชมรมหนังสือเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ ได้แก่ *La faim dans le monde expliquée à mon fils* (1999) และ *Une seule Terre pour nourrir les hommes* (2009) การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงเอกสารเพื่อพิจารณาว่าวรรณกรรมทั้งสองเรื่องนำเสนอตัวชี้วัดของ SDG 2 อย่างไรและมีความเชื่อมโยงกับเป้าหมายข้ออื่น เสาหลัก 5 ประการและหลักจริยธรรม 3 ประการเพื่อนำเสนอกรอบแนวคิดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างไรบ้าง

ผลการวิจัยพบว่าวรรณกรรมทั้งสองเรื่องสามารถนำเสนอตัวชี้วัดส่วนใหญ่ของ SDG 2 และเชื่อมโยงกับเป้าหมายข้อที่ 1, 6, 9, 10, 12, 13, 14, 15 และ 17 เนื้อหาสะท้อนให้เห็นถึงเสาหลักด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสันติภาพ รวมถึงหลักจริยธรรมครบทั้งสามประการ โดยสื่อสารประเด็นสำคัญ 3 ข้อ ได้แก่ 1) ทรัพยากรโลกมีจำกัดและพฤติกรรมมนุษย์ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 2) ความจำเป็นที่ประเทศพัฒนาแล้วต้องช่วยเหลือประเทศกำลังพัฒนาและประเทศพัฒนาน้อยที่สุด 3) ความสำคัญของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในทุกระดับเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากวรรณกรรมทั้งสองเรื่องตีพิมพ์ก่อนการรับรองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างเป็นทางการ งานวิจัยจึงชี้ให้เห็นข้อจำกัดในการนำเสนอภาพรวมของ SDGs ที่สมบูรณ์ โดยเฉพาะการยึดติดกับกรอบคิด “รัฐชาติ” มากกว่าการส่งเสริมการตระหนักรู้ในฐานะ “พลเมืองโลก”

คำสำคัญ

วรรณกรรมเยาวชนฝรั่งเศส; เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน; ชมรมหนังสือเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาภาษาตะวันตก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ติดต่อได้ที่: virine.h@cmu.ac.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ติดต่อได้ที่: pakpoom.sa@cmu.ac.th

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

Analysis of the Representation of the Sustainable Development Goals in French Children's Literature (Goal 2: Zero Hunger)

Received: 6 August 2025
Revised: 26 September 2025
Accepted: 10 October 2025

Virine Hutasangkas*
Pakpoom Saengkanokkul**

Research Article

Abstract

This research aims to study the presentation of the Sustainable Development Goals (SDGs) in two French children's literature works related to Goal 2 (Zero Hunger) selected by the United Nations SDG Book Club: *La faim dans le monde expliquée à mon fils* (1999) and *Une seule Terre pour nourrir les hommes* (2009). This documentary research examines how these two literary works present the indicators of SDG 2 and whether they connect to other Goals, the five pillars, and the three ethical principles of sustainable development.

The findings reveal that both children's literature works effectively present the majority of SDG 2's (Zero Hunger) indicators and link them to Goals 1, 6, 9, 10, 12, 13, 14, 15, and 17. Their content reflects the pillars of economy, society, environment, and peace, as well as the three ethical principles, by communicating three key themes: 1) the planet's limited resources and the environmental impact of human behavior; 2) the necessity for developed countries to assist developing and least developed countries; and 3) the importance of behavioral change at all levels to achieve sustainable food security. However, given that both books were published before the official adoption of the SDGs, the research highlights their limitations in presenting a complete overview of the SDGs, specifically their adherence to a "nation-state" framework over the promotion of a "global citizen" identity.

Keywords

French children's literature; sustainable development goals; SDG book club

* Assistant Professor, Department of Western Languages, Faculty of Humanities, Chiang Mai University, e-mail: virine.h@cmu.ac.th (corresponding author)

** Assistant Professor, School of Economics, Faculty of Economics, Chiang Mai University, e-mail: pakpoom.sa@cmu.ac.th

1. บทนำ

นับตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 16 ที่โลกตะวันตกให้ความสำคัญกับองค์ความรู้และวิทยาการ มนุษย์พัฒนาความรู้เกี่ยวกับการเดินเรือและยุทโธปกรณ์ เดินทางไปยังดินแดนต่างๆ เพื่อแสวงหาแรงงาน ทรัพยากรและสินค้า นอกจากนี้ มนุษย์ยังประดิษฐ์เครื่องจักร แปรรูปถ่านหินและน้ำมันมาใช้ในกระบวนการผลิตจนเกิดปฏิวัติอุตสาหกรรม ปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่การขยายตัวของสถาบันการเงินและทุน ประกอบกับแนวคิดเศรษฐศาสตร์เสรีนิยมได้เปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจเป็นระบบทุนนิยมเสรีพร้อมสร้างห่วงโซ่อุปทานเชื่อมโยงนานาประเทศ ส่งอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาประเทศอย่างกว้างขวางและกระตุ้นการผลิต การแลกเปลี่ยนสินค้าและการบริโภคในระดับโลกให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แม้ว่าแนวทางการพัฒนาดังกล่าวจะส่งผลให้เศรษฐกิจเติบโตและยกระดับคุณภาพชีวิตในหลายมิติ แต่กลับละเลยผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสิ้นเชิง มนุษย์ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง ทำลายระบบนิเวศและปล่อยมลภาวะมหาศาล

ในขณะที่ประชาคมระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับสิทธิทางเศรษฐกิจและสังคมในฐานะสิทธิมนุษยชนมาตั้งแต่ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ค.ศ. 1948 การตระหนักถึงความสำคัญของมิติด้านสิ่งแวดล้อมกลับเกิดขึ้นล่าช้าและเผชิญความท้าทายในการสร้างฉันทามติร่วมกัน จุดเปลี่ยนที่สำคัญคือการประชุมสหประชาชาติเรื่องสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ใน ค.ศ. 1972 ซึ่งเป็นจุดกำเนิดของแนวคิด “การพัฒนาที่ยั่งยืน” (Sustainable Development) ต่อมาประชาคมโลกได้พยายามบูรณาการแนวคิดนี้เข้าสู่กรอบการพัฒนาผ่าน “เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ” (Millennium Development Goals; MDGs) ใน ค.ศ. 2000 ซึ่งยังคงมุ่งเน้นมิติด้านเศรษฐกิจและสังคมเป็นหลัก จนกระทั่งใน ค.ศ. 2015 ได้มีการรับรอง “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” (Sustainable Development Goals; SDGs) ซึ่งเป็นกรอบการพัฒนาที่ครอบคลุมและสมดุลยิ่งขึ้น โดยตั้งอยู่บน 5 เสาหลัก ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม สันติภาพและหุ้นส่วนการพัฒนา อย่างไรก็ตาม การดำเนินการตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนนี้ยังคงมีลักษณะเป็นไปตามความสมัครใจของรัฐสมาชิกและไม่มีผลผูกพันทางกฎหมาย (SDG Move Team, n.d.)

“เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” สะท้อนภาพถึงโลกที่มนุษย์จากแต่ละวัฒนธรรมใฝ่ฝันที่จะอาศัยอยู่ร่วมกัน การกำหนดเป้าหมายแสดงถึงการเปรียบเทียบสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบันกับโลกในอุดมคติว่ายังคงมีระยะการเดินทางอีกยาวไกลเพียงใด เป็นการเดินทางระยะยาวร่วมกันของมนุษยชาติซึ่งไม่อาจสำเร็จได้ในอนาคตอันใกล้ แต่ต้องส่งต่อความหวังให้มนุษย์รุ่นลูกหลานสานต่อ โดยการเดินทางสู่เป้าหมายดังกล่าวอาจต้องเจออุปสรรคนานัปการ เช่น ปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจโลก ปัญหาโรคระบาด หรือสงคราม ฯลฯ และเนื่องจากกรอบแนวคิดดังกล่าวมีความเป็นพลวัตสูง ต้องเผชิญกับความหลากหลายและความขัดแย้งเป็นระยะๆ กรอบแนวคิดจริยธรรมของการพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเป็นสิ่งสำคัญเสมือนเป็นเข็มทิศช่วยนำทางมิให้เกิดการหลงทางไป โฮลเดนและคณะ (Holden et al., 2018, pp. 15-20) เสนอว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องประกอบด้วยจริยธรรม 3 ประการ เริ่มจาก “ความจำเป็น” (needs) ที่อธิบายว่าการพัฒนาต้องตอบสนองต่อความจำเป็นของมนุษย์และส่งเสริมความสามารถของมนุษย์ ขจัดความยากจนทุกรูปแบบ ถึงแม้ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมขจัดความยากจนไปได้บ้างแล้ว แต่ความเหลื่อมล้ำยังคงปรากฏอยู่ในสังคมมนุษย์ จึงจำเป็นต้องมีจริยธรรมข้อที่สองมีช่วยควบคุม นั่นคือ “ความเท่าเทียม” (equity) อันประกอบด้วยความเท่าเทียมระหว่างประชากรแต่ละช่วงอายุ ความเท่าเทียมระหว่างประเทศที่ระดับการพัฒนาแตกต่างกัน รวมถึงการดูแลฟื้นฟูระบบนิเวศต่างๆ อย่างเสมอภาค และจริยธรรมข้อที่สามอย่าง “ขีดจำกัด” (limits) อันหมายถึงการยอมรับว่าทรัพยากรธรรมชาติมีขีดจำกัดและมนุษย์ต้องเคารพ

สิ่งที่ธรรมชาติมอบให้โดยไม่ฝืนด้วยเทคโนโลยีหรือสิ่งประดิษฐ์อื่น เพื่อให้ธรรมชาติได้ฟื้นฟูและเติบโต ส่งผลให้มนุษย์ในอนาคตยังมีทรัพยากรในการบริโภคได้ต่อไป หลักจริยธรรมทั้งสามข้อนี้ต่างเชื่อมโยงและมีความสำคัญเท่าเทียมกันและต้องดำเนินไปพร้อมกันเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงมิใช่การพัฒนาวัตถุ แต่เป็นการสร้างระบบคุณค่าปทัสถาน (normative value system) ที่วางรากฐานจากจริยธรรม กระตุ้นให้มนุษย์ตั้งคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของตนในฐานะพลเมืองโลก เป็นระบบคุณค่าที่ซับซ้อนและเชื่อมโยงกับคุณค่าอื่นๆ เช่น เสรีภาพ ประชาธิปไตย ฯลฯ ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืนจะสำเร็จได้ต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและวิถีชีวิตประจำวันของมนุษย์ด้วย ข้อความที่จะสื่อสารไปยังประชาคมโลกจึงต้องเปี่ยมด้วยวาทศิลป์สร้างแรงบันดาลใจและความรับผิดชอบร่วมกันในฐานะมนุษยชาติ อีกทั้งต้องเป็นรูปธรรมเพื่อกระตุ้นให้ทุกคนร่วมมือปฏิบัติจนเกิดผลที่จับต้องได้ (Holden et al., 2018, pp. 11-15) ด้วยเหตุนี้ สหประชาชาติจึงเล็งเห็นความสำคัญในการส่งต่อแนวคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนไปยังเยาวชนที่เป็นทั้งผู้รับผลกระทบและผู้รับหน้าที่สานต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและได้ก่อตั้ง “ชมรมหนังสือเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” (SDGs Book Club) ที่รวบรวมวรรณกรรมเยาวชนจาก 6 ภาษาหลักของสหประชาชาติ ได้แก่ อาหรับ จีน อังกฤษ ฝรั่งเศส รัสเซียและสเปน เพื่อใช้วรรณกรรมเป็นสื่ออธิบายให้ผู้อ่านอายุ 6-12 ปี รวมถึงครูและผู้ปกครองเข้าใจและปฏิบัติตามแนวคิดของเป้าหมายทั้ง 17 ข้อ (United Nations, n.d. a)

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาว่าวรรณกรรมภาษาฝรั่งเศสที่สหประชาชาติเลือกมาบรรจุในชมรมหนังสือเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนนำเสนอตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่กำหนดอย่างไร เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้ออื่นหรือไม่ สอดคล้องกับเสาหลัก 5 เสา (ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม สันติภาพ และหุ้นส่วนการพัฒนา) และหลักจริยธรรม 3 ประการ (ความจำเป็น ความเท่าเทียมและขีดจำกัด) หรือไม่

3. ทบทวนวรรณกรรม

ถึงแม้กระทรวงศึกษาธิการของประเทศฝรั่งเศสจะบรรจุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนลงในหลักสูตรระดับชาติตั้งแต่ค.ศ. 2004 (Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse, 2024) แต่งานวิจัยที่เจาะลึกบทบาทของวรรณกรรมเด็กในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับ SDGs ให้กับผู้อ่านเยาวชนนั้นยังมีน้อยมาก โดยเฉพาะในวรรณกรรมเด็กภาษาฝรั่งเศส มีเพียงงานวิจัย 2 ชิ้นที่เน้นเรื่องสิ่งแวดล้อมเท่านั้น ได้แก่ วิทยานิพนธ์ของมาเอวา โปตีรง (Potiron, 2021) ซึ่งศึกษาการอ่านหนังสือภาพที่ส่งเสริมเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนจำนวน 2 เรื่องในชั้นเรียนวิชาวิทยาศาสตร์สำหรับเด็กอายุ 3-6 ปี ว่าช่วยให้เด็กเข้าใจประเด็นปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมได้ดีและวิทยานิพนธ์ของเอลีซา บอนแน็ง (Bonnin, 2022) ที่ศึกษาการรับรู้เรื่องมลภาวะทางแสงในกลุ่มเด็กอายุ 9-11 ปี ผ่านหนังสือภาพจำนวน 1 เรื่อง พบว่าหนังสือภาพช่วยให้เด็กเข้าใจประเด็นปัญหาได้ดี จะเห็นว่างานวิจัยเหล่านี้ไม่ได้เป็นการวิเคราะห์เชิงวรรณกรรม แต่เน้นที่การศึกษาด้านการศึกษาปฐมวัยและการอ่านในเด็กเป็นหลัก ดังนั้นการศึกษาเชิงวรรณกรรมที่เจาะจงเรื่องเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยตรงในประเทศฝรั่งเศสจึงยังไม่ปรากฏ แต่มี

งานวิจัยที่ศึกษาคุณค่าที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ งานของเมียทซ์เคียวิทซ์และชไนเดอร์ (Mietkiewicz & Schneider, 2010) ที่ศึกษาตัวละครผู้สูงอายุว่ามักถูกนำเสนอให้เป็นที่รักของหลาน แต่ก็ต้องเผชิญกับความเหงาด้วยเช่นกัน ความสุขในเรื่องราวมักเกิดขึ้นในฉากการเฝ้ารอให้หลานมาเยี่ยมและช่วงเวลาที่ได้ใช้ร่วมกัน (สอดคล้องกับ SDGs 3 และ 11) งานของมูรีแยล ตีแบร์เฌียง (Tiberghien, 2019) ที่ศึกษาว่าวรรณกรรมเยาวชนกล่าวถึงเรื่องความยากจนมากขึ้นและเน้นกลุ่มผู้อ่านที่อายุน้อยลงเรื่อยๆ และการเปลี่ยนแปลงนี้เห็นได้ชัดเจนในคริสต์ศตวรรษที่ 21 (สอดคล้องกับ SDGs 1 และ 11) และงานของดิเชคโก (Di Cecco, 2021) ที่ศึกษาบทบาทของตัวละครแม่และลูกสาวในวรรณกรรมเยาวชนฝรั่งเศสและอังกฤษว่ามีความหลากหลายมากขึ้น ภาพของแม่ในปัจจุบันครอบคลุมตั้งแต่แม่เลี้ยงเดี่ยวไปจนถึงแม่ผู้ทำงานนอกบ้านที่ต้องรับผิดชอบทั้งหน้าที่ในบ้านและที่ทำงาน นอกจากนี้ยังได้ศึกษาผลกระทบของการนำเสนอภาพลักษณ์เหล่านี้ที่มีต่อลูกสาวในเนื้อเรื่องและต่อผู้อ่านที่เป็นวัยรุ่นหญิง (สอดคล้องกับ SDG 5) ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยนี้จึงจะเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวโดยการวิเคราะห์วรรณกรรมเยาวชนที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยตรง โดยเฉพาะในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 2 ซึ่งยังไม่ปรากฏงานวิจัยใดในภาษาฝรั่งเศส

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) มีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1. คัดเลือกตัวอย่างวรรณกรรมเยาวชนภาษาฝรั่งเศสจากชมรมหนังสือเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยจะเลือกศึกษาวรรณกรรมจากเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 2 (ยุติความหิวโหย) เนื่องจากอาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนต้องการเพื่อดำรงชีพและเป็นสิ่งที่เยาวชนมีประสบการณ์ร่วมได้โดยตรง รวมถึงยังเชื่อมโยงไปยังเป้าหมายข้ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ มีทั้งหมด 2 เรื่อง ได้แก่

1. Ziegler, J. (1999). *La faim dans le monde expliquée à mon fils*. Seuil.

2. Thinard, F. (2009). *Une seule Terre pour nourrir les hommes*. Gallimard Jeunesse.

2. วิเคราะห์สาร (message) ในหัวข้อต่อไปนี้

2.1 นำเสนอตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 2 ต่อไปนี้อย่างไร

ตัวชี้วัดที่ 2.1 (การเข้าถึงอาหารปลอดภัยและมีโภชนาการ) ตัวชี้วัดที่ 2.2 (ยุติภาวะทุพโภชนาการ) ตัวชี้วัดที่ 2.3 (เพิ่มผลิตภาพและการเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสต่างๆ ของเกษตรกรรายย่อย ซึ่งรวมถึงผู้หญิง คนพื้นเมือง เกษตรกรที่ทำกินในครัวเรือนแบบยังชีพ คนเลี้ยงปศุสัตว์และประมงพื้นบ้าน) ตัวชี้วัดที่ 2.4 (เกษตรกรรมที่ยั่งยืนและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและช่วยพัฒนาคุณภาพดินได้) ตัวชี้วัดที่ 2.5 (ความหลากหลายทางพันธุกรรม การเข้าถึงใช้ประโยชน์และแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นอย่างยุติธรรมและเป็นธรรม) ตัวชี้วัดที่ 2.a (ยกระดับขีดความสามารถในการผลิตสินค้าเกษตรในประเทศกำลังพัฒนาและประเทศพัฒนาน้อยที่สุด) ตัวชี้วัด 2.b (แก้ไขและป้องกันการกีดกันและบิดเบือนทางการค้าในตลาดเกษตรโลก ขจัดการอุดหนุนการส่งออกสินค้าเกษตรทุกรูปแบบที่ให้ผลในลักษณะเดียวกัน) ตัวชี้วัด 2.c (ใช้มาตรการที่สร้างหลักประกันว่าตลาดโภคภัณฑ์อาหารและตลาดอนุพันธ์สามารถทำงานได้อย่างเหมาะสม)

2.2 เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้ออื่นดังต่อไปนี้หรือไม่

SDG 1 (ขจัดความยากจน), SDG 2 (ขจัดความอดอยาก), SDG 3 (สุขภาพและสุขภาวะ), SDG 4 (การศึกษาที่มีคุณภาพ), SDG 5 (ความเท่าเทียมทางเพศ), SDG 6 (น้ำสะอาดและสุขอนามัย), SDG 7 (พลังงานสะอาดราคาย่อมเยา), SDG 8 (อาชีพสุจริตและการเติบโตทางเศรษฐกิจ), SDG 9 (อุตสาหกรรม นวัตกรรมและสาธารณูปโภคพื้นฐาน), SDG 10 (การลดความเหลื่อมล้ำ), SDG11 (เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน), SDG 12 (การบริโภคและการผลิตอย่างรับผิดชอบ), SDG 13 (มาตรการต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ), SDG 14 (สิ่งมีชีวิตในน้ำ), SDG 15 (สิ่งมีชีวิตบนบก), SDG 16 (สันติภาพ ความยุติธรรมและสถาบันที่มีประสิทธิภาพ), SDG 17 (ความร่วมมือเพื่อบรรลุเป้าหมาย)

2.3 สอดคล้องกับเสาหลัก 5 เสาหรือไม่ (ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม สันติภาพและหุ้นส่วนการพัฒนา)

2.4 สอดคล้องกับหลักจริยธรรม 3 ประการหรือไม่ (ความจำเป็น ความเท่าเทียมและขีดจำกัด)

3. เรียบเรียงผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์

5. ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์วรรณกรรมเยาวชนที่คัดสรร พบว่าวรรณกรรมทั้ง 2 เรื่องเป็นวรรณกรรมประเภทสารคดี (documentaire) และมีคำศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมสอดแทรกในทุกหัวข้อในเว็บไซต์ของชมรมหนังสือเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนระบุว่า *La faim dans le monde expliquée à mon fils* เหมาะกับเยาวชนอายุ 9 ปีขึ้นไป ส่วน *Une seule Terre pour nourrir les hommes* เหมาะที่จะให้ผู้ปกครองและครูศึกษาและนำไปใช้เป็นสื่อการสอน (United Nations, n.d. b) จึงกล่าวได้ว่าวรรณกรรมทั้งสองเล่มเหมาะกับผู้อ่านตั้งแต่วัยประถมศึกษาตอนปลายเป็นต้นไป อันเป็นวัยที่ใช้ภาษาในการสื่อความหมายได้ดีใกล้เคียงกับผู้ใหญ่ (เวียงพิงค์ ทวีพูน, 2563) และสามารถคิดอย่างมีเหตุผล สนใจปัญหาสังคม ชอบอภิปรายและแสดงความคิดเห็น (อรนุช ลิมตศิริ, 2542)

เรื่อง *La faim dans le monde expliquée à mon fils* เป็นสารคดีที่มีเพียงข้อความ ไม่มีภาพประกอบ เขียนโดย ฌ็อง ซีแกลร์ (Jean Ziegler) นักสังคมวิทยาผู้เชี่ยวชาญพิเศษเกี่ยวกับสิทธิด้านอาหาร (droit à l'alimentation) ของสหประชาชาติและนำเสนอประเด็นของความอดอยากในมิติของสังคมผ่านรูปแบบของบทสนทนา (dialogue) ที่มีเด็กเป็นผู้ตั้งคำถามและผู้ใหญ่เป็นผู้ตอบคำถาม รูปแบบของบทสนทนาในแต่ละบทจะคล้ายกัน ดังนี้

1. ผู้ถามรับข่าวสารจากสื่อประเภทอื่น (ข่าวโทรทัศน์ ได้ยินผู้อื่นกล่าวถึง)

2. ผู้ถามถามถึงคำจำกัดความของคำศัพท์เฉพาะ หรือใช้ mots d'interrogation เช่น combien, comment หรือ pourquoi เพื่อให้ผู้ตอบอธิบาย

3. ผู้ถามตั้งคำถามจากคำสำคัญ (mot-clé) จากคำอธิบายของผู้ตอบไปเรื่อยๆ

4. ผู้ตอบอธิบายด้วยการยกตัวอย่างกรณีศึกษา

5. ผู้ถามแสดงความคิดเห็น

6. ผู้ตอบชี้ว่าความคิดเห็นของผู้ถามถูกหรือผิดอย่างไร

จะเห็นว่ารูปแบบบทสนทนาดังกล่าวเป็นลักษณะชี้นำ คือผู้ถามหยิบยกคำสำคัญจากคำตอบของผู้ตอบมาเพื่อเจาะจงบางประเด็นโดยเฉพาะ เพื่อให้ผู้ตอบได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษา บทสนทนาทั้งหมดในวรรณกรรมเรื่องนี้จึงเป็นการรวบรวมกรณีศึกษาประเทศในทวีปเอเชีย อเมริกาใต้และแอฟริกาที่ต้องประสบความอดอยากเนื่องจากภัยสงคราม ภัยธรรมชาติ หรือความเหลื่อมล้ำทางสังคมและเรียกร้องให้องค์กรระหว่างประเทศ เช่น สหประชาชาติ (UN) สำนักงานข้าหลวงใหญ่ผู้ลี้ภัยแห่งสหประชาชาติ (UNHCR) องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และโครงการอาหารโลก (WFP) เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือประเทศเหล่านี้โดยชอบธรรม

ในขณะที่ *Une seule Terre pour nourrir les hommes* เป็นหนังสือภาพสารคดี (album documentaire) ใช้ภาพเป็นตัวอย่างประกอบคำอธิบายในข้อความ เขียนโดยฟลอรองซ์ ตีนาร์ (Florence Thinard) ซึ่งเป็นนักเขียนวรรณกรรมเยาวชน นำเสนอสาเหตุของความอดอยากในมิติของสิ่งแวดล้อม เนื้อหาแบ่งออกเป็นสามส่วน ส่วนที่หนึ่งนำเสนอการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศโดยเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมการเกษตร แต่ละหน้าคู่ (double spread) จะกล่าวถึงทรัพยากรหนึ่งชนิด หน้าซ้ายประกอบด้วยภาพถ่ายของทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์และคำอธิบายประโยชน์ของทรัพยากรนั้นๆ และหน้าขวานำเสนอภาพถ่ายเครื่องจักร อุตสาหกรรม หรือทรัพยากรที่ถูกทำลายและคำอธิบายผลเสียของการกระทำดังกล่าวต่อระบบนิเวศและความมั่นคงทางอาหาร แล้วจึงนำเสนอภาพความสัมพันธ์ระหว่างอาหารกับวัฒนธรรมของมนุษยชาติเพื่อเน้นย้ำความสำคัญของการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อให้มนุษยชาติยังดำรงต่อไปได้ ส่วนที่สองเป็นคำอธิบายประเด็นเกี่ยวกับการผลิตอาหารของมนุษย์ที่มีภาพวาดประกอบอย่างง่าย โดยเริ่มจากประวัติศาสตร์การเพาะปลูก ความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมการเกษตร ไปจนถึงการพัฒนาเทคโนโลยีที่จะช่วยให้มนุษย์บริโภคทรัพยากรธรรมชาติน้อยลง ส่วนที่สามนำเสนอภาพอนาคตอันเป็นไปได้และเสนอวิธีที่ทุกคนในสังคมช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรเพื่อความมั่นคงทางอาหารที่ยั่งยืน เริ่มจากระดับปัจเจกไปจนถึงระดับนานาชาติ ทั้งนี้ วรรณกรรมเรื่องนี้ไม่กล่าวถึงองค์กรระหว่างประเทศ แต่มักนำเสนอว่าประเทศในทวีปยุโรปและอเมริกาเหนือเป็น “ขั้วตรงข้าม” ของประเทศในทวีปเอเชีย (ยกเว้นจีนและญี่ปุ่น) อเมริกาใต้และแอฟริกา เช่น อาหารของประเทศกลุ่มหลังไม่น่ารับประทาน ใช้อวัยวะต่างๆ สัมผัสอาหารโดยตรงและเป็นกลุ่มประเทศที่อดอยากแร้นแค้น ในขณะที่ประเทศกลุ่มแรกมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและได้คิดค้นวัฒนธรรมการปรุงอาหารที่ละเมียดละไมและรับประทานเพื่อละเลียดรสชาติ อีกทั้งยังมีหน้าที่ช่วยเหลือประเทศที่ยากจนด้วย

ถึงกระนั้น แม้หนังสือทั้งสองเล่มจะนำเสนอด้วยมุมมองที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยพบว่าสารสำคัญของผู้เขียนที่ตั้งใจสื่อสารไปยังผู้อ่านวัยเยาว์ยังคงคล้ายคลึง ได้แก่ 1) โลกมีทรัพยากรจำกัดและพฤติกรรมของมนุษย์ที่ทำลายทรัพยากร 2) ประเทศกำลังพัฒนาหรือพัฒนาน้อยที่สุดต้องการความช่วยเหลือด้านอาหารจากประเทศที่พัฒนาแล้วหรือองค์กรระหว่างประเทศ 3) มนุษย์ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในระดับปัจเจกจนถึงระดับนานาชาติเพื่อให้ประชากรโลกเข้าถึงอาหารได้อย่างเท่าเทียมและผลิตอาหารได้อย่างยั่งยืน และพบว่าสารสำคัญทั้ง 3 ข้อเชื่อมโยงกับตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 2 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้ออื่นๆ เสาหลัก 5 เสาของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและหลักจริยธรรม 3 ประการ ดังตารางที่ 1

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.32 No.2 (July-December 2025)

ตารางที่ 1
ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 2 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้ออื่น ๆ เสาหลักและหลักจริยธรรมที่ปรากฏในตัวบทวรรณกรรมที่เลือกศึกษา

ประเด็นสำคัญจากตัวบทวรรณกรรม	ตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 2	เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้ออื่น ๆ	เสาหลัก	หลักจริยธรรม
1. โลกมีทรัพยากรจำกัดและพฤติกรรมของมนุษย์ที่ทำลายทรัพยากร	2.b	SDGs 6, 9, 10, 12, 14, 15	- สิ่งแวดล้อม - สังคม	- ความจำเป็น - ขีดจำกัด
2. ประเทศกำลังพัฒนาหรือพัฒนาน้อยที่สุดต้องการความช่วยเหลือด้านอาหารจากประเทศที่พัฒนาแล้วหรือองค์กรระหว่างประเทศ	2.2, 2.5	SDGs 1, 17	- เศรษฐกิจ - สังคม - สันติภาพ	- ความเท่าเทียม - ขีดจำกัด
3. มนุษย์ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในระดับปัจเจกจนถึงระดับนานาชาติเพื่อให้ประชากรโลกเข้าถึงอาหารได้อย่างเท่าเทียมและผลิตอาหารได้อย่างยั่งยืน	2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5	SDGs 9, 10, 12, 13, 17	- เศรษฐกิจ - สังคม - สิ่งแวดล้อม	- ความจำเป็น - ความเท่าเทียม - ขีดจำกัด

จากข้อมูลข้างต้น พบว่าวรรณกรรมเยาวชนเรื่อง *Une seule Terre pour nourrir les hommes* และ *La faim dans le monde expliquée à mon fils* นำเสนอตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 2 ได้แก่ 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.b (6 จาก 8 ข้อ) มีการเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 1, 6, 9, 10, 12, 13, 14, 15 และ 17 (9 จาก 16 ข้อ) เสาหลักความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและสันติภาพ (4 จาก 5 ข้อ) และจริยธรรมครบทั้ง 3 ข้อ ซึ่งอธิบายโดยละเอียดดังนี้

5.1 โลกมีทรัพยากรจำกัดและพฤติกรรมของมนุษย์ที่ทำลายทรัพยากร

ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1960 กลุ่มนักเคลื่อนไหวทางสิ่งแวดล้อมมักประกอบด้วยสมาชิกจากประเทศพัฒนาแล้วและมีมุมมองว่าการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นพฤติกรรมระดับปัจเจก มนุษย์สามารถพัฒนาเทคโนโลยีมาช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้ แต่อันที่จริงแล้ว ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่เชื่อมโยงกับมิติเศรษฐกิจการเมือง สำนักคิดมาร์กซิสม์ใหม่ (néo-marxisme) วิเคราะห์ปัญหาของระบบทุนนิยมที่มีการผลิตและบริโภคเกินความจำเป็น ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเสียหายกับสิ่งแวดล้อมและเนื่องจากห่วงโซ่อุปทานและการค้านั้นเชื่อมโยงกันทั่วโลก ประเทศด้อยพัฒนาและประเทศเกิดใหม่หลังสงครามโลกครั้งที่สองต่างต้องไล่กวดระดับการพัฒนาประเทศให้ทันประเทศร่ำรวย ประเทศเหล่านี้จึงต้องรับแนวคิดการพัฒนาแบบทุนนิยมเสรีกลไกตลาดเร่งการพัฒนาระดับอุตสาหกรรม ถลุงทรัพยากรธรรมชาติในดินแดนของตนมาใช้พัฒนาประเทศ รวมถึงส่งออกจำหน่ายประเทศพัฒนาแล้ว (Springett & Redclift, 2015, pp. 3-6)

ในวรรณกรรมเรื่อง *Une seule Terre pour nourrir les hommes* และ *La faim dans le monde expliquée à mon fils* จึงนำเสนอภาพทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดควบคู่ไปกับพฤติกรรมของมนุษย์ที่ใช้สอยและทำลายทรัพยากร

เหล่านี้เพื่อผลประโยชน์ของตน (เสาหลักความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม) เช่น การแปรพื้นที่ป่าเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ([L'Amazonie] est ruinée entre autres par les *posseiros* […] Ces *posseiros* brûlent la forêt pour établir leurs pauvres champs sur les lisières., Ziegler, 1999, p. 71) ซึ่งเป็นการทำลายระบบนิเวศบนบก (SDG 15) การใช้น้ำจืดเพื่อการเพาะปลูกและปศุสัตว์ที่นำไปสู่ปัญหาการขาดแคลนน้ำสะอาด (L'agriculture est l'activité humaine qui consomme le plus d'eau. Elle l'utilise pour arroser les cultures et abreuver le bétail., Thinard, 2009, p. 20) แสดงให้เห็นการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างมหาศาล (SDG 6) หรืออุตสาหกรรมเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ทำลายชายฝั่ง (...la plupart des élevages intensifs de poissons et de crevettes polluent et détruisent des côtes fragiles, Thinard, 2009, p. 32) (SDG 14)

นอกจากนี้วรรณกรรมทั้งสองเรื่องยังกล่าวถึงพฤติกรรมของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่เร่งผลิตสินค้าทางการเกษตรเพื่อขายประเทศร่ำรวย รวมถึงกองทรัสต์ต่างประเทศที่ซื้อที่ดินในประเทศกำลังพัฒนาและพัฒนาน้อยที่สุดเพื่อทำการเพาะปลูก (41 millions d'hectares de terres fertiles ont ainsi été soustraits à la culture des paysans d'Afrique noire en 2010. Ces "acquisitions" s'obtiennent de deux façons : ou bien le trust étranger achète les terres..., Ziegler, 1999, pp. 17-18) แสดงให้เห็นถึงการจัดสรรทรัพยากรที่ไม่สมดุล (เสาหลักความยั่งยืนด้านสังคม) เช่นในกรณีประเทศเซเนกัลที่เร่งปลูกมะเขือเทศ แตงกวา ถั่วแขก เพื่อส่งออกจำหน่ายยังประเทศฝรั่งเศสเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อบริโภคภายในประเทศ (Au nord du Sénégal, [...] cultive ainsi des milliers de tonnes de tomates, concombres, fraises, haricots verts, melons, etc., destinés exclusivement aux consommateurs français., Ziegler, 1999, p.18) หรือต้นโกโก้ในแถบแอฟริกาตะวันตกที่ปลูกเพื่อนำเมล็ดไปขายโดยบริษัทสัญชาติอังกฤษเท่านั้น (Les plantations, datant des colonies, sont souvent centrées sur une seule plante, réservée à l'exportation. […] Un producteur de cacao pèse sa récolte dans une coopérative, en Afrique de l'Ouest. Les fèves seront vendues par une entreprise de commerce équitable britannique., Thinard, 2009, p. 38) พฤติกรรมเหล่านี้ตอกย้ำปัญหาของการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน (SDG 12) ที่ขาดความสมดุลและความรับผิดชอบในห่วงโซ่อุปทานระดับโลก

การนำเสนอปัญหาการฝืนขีดจำกัดของธรรมชาติเพื่อตอบสนองความจำเป็นของมนุษย์ พร้อมชี้ให้เห็นผลกระทบของพฤติกรรมมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อมและความเหลื่อมล้ำระหว่างประเทศพัฒนาแล้วกับประเทศกำลังพัฒนา ทำให้ผู้อ่านเข้าใจกลไกการค้าในตลาดเกษตรโลกและการส่งออกสินค้าที่ควรมีมาตรการควบคุม (ตัวชี้วัด 2.b) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการบรรลุ SDG 10 (ลดความเหลื่อมล้ำ) ในระดับโลกเพื่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรที่เป็นธรรมมากขึ้น

5.2 ประเทศกำลังพัฒนาหรือพัฒนาน้อยที่สุดต้องการความช่วยเหลือด้านอาหารจากประเทศที่พัฒนาแล้วหรือองค์กรระหว่างประเทศ

แม้ว่าการประชุมสหประชาชาติเรื่องสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ใน ค.ศ. 1972 จะเป็นหมุดหมายสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและบูรณาการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจ แต่อำนาจในการสร้างกรอบแนวคิดสำคัญในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมกลับถูกผูกขาดโดยกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว โดยประเทศเหล่านี้มุ่งเน้นเรื่องขีดจำกัดของธรรมชาติที่แปรผันตามจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สินค้าในตลาดขาดแคลนและทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น ประเทศพัฒนาแล้วเสนอแนวทางแก้ไขว่าต้องสร้างนวัตกรรมขึ้นมาชะลอ

ขีดจำกัดของทรัพยากร (Paul, 2008, p. 576) ซึ่งพิจารณาจากบริบทของประเทศพัฒนาแล้วที่มีความพร้อมในเชิงความรู้และทุนในการสร้างนวัตกรรมเท่านั้น ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาและพัฒนาน้อยที่สุดที่จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรในการพัฒนาประเทศก็ต้องปฏิบัติตามข้อตกลงดังกล่าว ส่งผลให้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในประเทศกำลังพัฒนาและพัฒนาน้อยที่สุดต้องแลกมาด้วยการชะลอตัวของการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Springett & Redclift, 2015, p. 17)

ความเท่าเทียมด้านการพัฒนาระหว่างกลุ่มประเทศทั้งสองกลุ่มถูกนำเสนอในวรรณกรรมเยาวชนเรื่อง *Une seule Terre pour nourrir les hommes* และ *La faim dans le monde expliquée à mon fils* ด้วยเช่นกัน โดยทั้งสองเรื่องได้เสนอว่าเพื่อให้เกิดความเท่าเทียม ประเทศพัฒนาแล้วจะต้องช่วยเหลือประเทศกำลังพัฒนา (ตัวชี้วัดที่ 2.5) อาจเป็นการช่วยเหลือโดยตรงอย่าง “การปฏิวัติเขียว” (Green revolution) สนับสนุนโดยมูลนิธิฟอร์ดและมูลนิธิร็อคกี้เฟลเลอร์ที่ปฏิวัติรูปแบบการเกษตรเพื่อเพิ่มผลผลิตโดยอาศัยเทคโนโลยีในการคัดเลือกสายพันธุ์ การใช้ปุ๋ยและระบบชลประทาน และเผยแพร่ระบบเหล่านี้ไปทั่วโลกในช่วงทศวรรษที่ 1950-1960 ช่วยลดปัญหาขาดแคลนอาหารในประเทศเม็กซิโก จีน อินเดียและประเทศในแอฟริกา (Pour mettre fin aux famines qui dévastent et déstabilisent l’Asie, l’Afrique et l’Amérique latine[1], la “révolution verte” des années 1940-1970 est lancée sous l'impulsion des États-Unis., Thinard, 2009, p. 84) ซึ่งเป็นการส่งเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจผ่านการเพิ่มผลผลิตอาหารเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงทางสังคม หรือการช่วยเหลือผ่านองค์กรระหว่างประเทศอย่างองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ที่งบประมาณมาจากค่าบำรุงของประเทศสมาชิกโดยเก็บตามอัตรารายได้ประชาชาติ (GDP) รวมทั้งปัจจัยอื่นๆ จึงทำให้สหรัฐอเมริกาจ่ายค่าบำรุงมากที่สุดราว 25% ตามด้วยประเทศญี่ปุ่น 18% และฝรั่งเศสกับเยอรมนี 10% (La FAO vit des contributions des États membres et plus particulièrement de celles des plus riches. Les États-Unis ont payé en 1998 environ le quart du budget, le Japon 18%, la France, l’Allemagne un peu plus de 10%..., Ziegler, 1999, p. 50)

อย่างไรก็ตาม ความช่วยเหลือเหล่านี้กลับไม่ยั่งยืน ซึ่งเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการสร้างความร่วมมือเพื่อบรรลุเป้าหมาย (SDG 17) เนื่องมาจากสถานการณ์รัฐบาลประเทศกำลังพัฒนาและพัฒนาน้อยที่สุดมีความละเอียดอ่อน ความช่วยเหลือจากประเทศพัฒนาแล้วและองค์กรระหว่างประเทศแปรเปลี่ยนเป็นการสนับสนุนสงครามที่ยืดเยื้อผ่านการสนับสนุนด้านปัจจัยพื้นฐาน เช่น การสร้างค่ายลี้ภัย แต่ผู้ที่เข้ามาอยู่อาศัยกลายเป็นกองกำลังติดอาวุธ หรืออาหารจำนวนมากกลับกลายเป็นเสบียงเลี้ยงกองกำลังเหล่านั้นแทนที่จะไปถึงผู้ลี้ภัยที่แท้จริง (Il a installé des dispensaires, des tentes, [...] des milliers et des milliers de tonnes de nourriture. […] Disposant de cette aide, les assassins ont pu exercer leur pouvoir sur les réfugiés., Ziegler, 1999, p. 54) หรือการขาดแคลนทรัพยากรขององค์กรระหว่างประเทศเอง ดังเช่นเมื่อ ค.ศ. 1997 ที่โครงการอาหารโลก (WFP) นำปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตเข้าไปช่วยผู้ประสบภัยจากสงครามกลางเมืองในประเทศจอร์เจียและจำต้องถอนเจ้าหน้าที่ออกจากพื้นที่ใน ค.ศ. 1998 เพราะต้องรักษางบประมาณและทรัพยากรเพื่อนำไปช่วยเหลือประเทศโซมาเลียและซูดานใต้ที่แร้นแค้นยิ่งกว่า (« C’est très simple, la situation alimentaire est plus

[1] ในวรรณกรรม *Une seule Terre pour nourrir les hommes* ไม่ได้เจาะจงประเทศชัดเจน การเหมารวมทั้งทวีปทำให้เข้าใจว่าทุกประเทศในทวีปเอเชีย แอฟริกาและภูมิภาคลาตินอเมริกาได้รับความช่วยเหลือ ผู้วิจัยจึงระบุประเทศที่ได้รับความช่วยเหลือจาก “การปฏิวัติเขียว” ให้ชัดเจน

effroyable encore en Somalie et au Soudan du Sud. […] C'est ainsi que l'aide humanitaire aux personnes déplacées et aux réfugiés du Caucase méridional a cessé. », Ziegler, 1999, p. 44)

การนำเสนอสถานการณ์เหล่านี้ผ่านวรรณกรรมเยาวชนแสดงให้เห็นว่าแม้จะมีความพยายามในการช่วยเหลือเพื่อบรรเทาปัญหาความยากจน (SDG 1) และปัญหาทุพโภชนาการ (ตัวชี้วัดที่ 2.2) แต่ความยั่งยืนของความช่วยเหลือยังคงเป็นความท้าทายสำหรับประเทศพัฒนาแล้วและองค์กรระหว่างประเทศ ความเท่าเทียมจึงยังไม่อาจเกิดขึ้นได้จริง ดังนั้น ความยั่งยืนด้านสันติภาพจึงจำเป็นต่อการให้ความช่วยเหลือ สามารถส่งไปถึงผู้คนได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำให้ทุกพื้นที่ได้รับการพัฒนาอย่างเท่าเทียม

5.3 มนุษย์ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในระดับปัจเจกจนถึงระดับนานาชาติเพื่อให้ประชากรโลกเข้าถึงอาหารได้อย่างเท่าเทียมและผลิตอาหารได้อย่างยั่งยืน

หลังจากที่นำเสนออุปสรรคและปัญหา บทสุดท้ายของวรรณกรรมทั้งสองเรื่องก็ได้จัดทำข้อเสนอแนะว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของมนุษย์ในระดับปัจเจกจนถึงระดับโลกจะช่วยยุติความหิวโหยได้อย่างไร เนื่องจากข้อเสนอแนะในบทนี้จะทำให้ประชากรโลกเข้าถึงอาหารได้อย่างเท่าเทียมและผลิตอาหารได้อย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นที่ประเด็นของการพัฒนาที่ยั่งยืนที่จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากปัจเจกบุคคล ครอบครัว ชุมชนและนานาประเทศ ดังนั้น ความสำเร็จจึงขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย (Androff & Damanik, 2024, pp. 16-18) ซึ่งสอดคล้องกับเสาหลักด้านความมั่นคงทางสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของทุกคน แม้แต่เด็กและเยาวชนที่ต้องมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์โลกที่ยั่งยืน เนื่องจากคนรุ่นต่อไปจะต้องเผชิญกับอุปสรรคและความท้าทายรูปแบบที่แตกต่างไป การสร้างแรงบันดาลใจและพัฒนาเด็กและเยาวชนในวันนี้เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการยั่งยืนในระยะยาวจึงเป็นสิ่งสำคัญ

วรรณกรรมเรื่อง *Une seule Terre pour nourrir les hommes* ได้แยกบท "Agir" ออกจากเนื้อหาเชิงสารคดีให้ความรู้อื่นๆ เพื่อนำเสนอแนวทางปฏิบัติตนในปัจจุบันที่จะส่งผลต่อความมั่นคงทางอาหารที่ยั่งยืนในอนาคต โดยเริ่มจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคของเยาวชนในชีวิตประจำวัน เช่น การเลี่ยงอาหารขยะ (Éviter la malbouffe) การปลูกพืชผักสวนครัว (Cultiver un micro-jardin) และการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ (Faire passer l'info en préparant un exposer sur l'agriculture écologique...) เป็นต้น (Thinard, 2009, pp. 116-117) (สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ 2.1 และ SDG 12 และ 13) ก่อนจะขยายหน่วยสังคมไปเรื่อยๆ เช่น ในระดับครอบครัว ผู้ปกครองควรซื้อผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมเกษตรกรรายย่อย (Payer un prix juste les produits cultivés par de petits producteurs; c'est leur permettre de rester sur leurs terres et de vivre de leur travail., Thinard, 2009, p. 119) (สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ 2.3) ในระดับเมือง รัฐบาลท้องถิ่นควรสั่งวัตถุดิบอินทรีย์ท้องถิ่นสำหรับโรงอาหารของโรงเรียน (En imposant dans les commandes publiques des produits de l'agriculture biologique et des terroirs., Thinard, 2009, p. 120) (สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ 2.1) ในระดับประเทศ มีนโยบายของกระทรวงการเกษตร ประเทศฝรั่งเศสเกี่ยวกับการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพของพื้นดิน (Le ministère de l'Agriculture propose un nouveau modèle agricole […] dans un plan appelé "Objectif terres 2020". Pour mieux utiliser les eaux, préserver la biodiversité et les paysages…, Thinard, 2009, p. 121) (สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ 2.5) ในระดับสหภาพยุโรป ควรมีนโยบายสนับสนุนเกษตรกรที่เคารพขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพของระบบนิเวศ (En 2015-2020, la politique agricole européenne prévoit que 30% de son budget

seront utilisés [...] pour encourager et soutenir les agriculteurs qui respectent la biodiversité, préservent l'eau et luttent contre le changement climatique., Thinard, 2009, p. 122) (สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ 2.4) และในระดับองค์กรระหว่างประเทศอย่าง G5 และ G8 ควรมีการร่วมมือแก้ปัญหาความไม่มั่นคงทางอาหารและปริมาณน้ำดื่ม (Réunir les ministres de l'Agriculture du G8 [...] et ceux du G5 [...] pour chercher des réponses à l'insécurité alimentaire et au manque croissant d'eau potable., Thinard, 2009, p. 123) (สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ 2.2 และ SDG 9 และ 17)

ในขณะที่สารคดี *La faim dans le monde expliquée à mon fils* เน้นย้ำว่าสาเหตุหลักของภาวะทุพโภชนาการมาจากระบบเศรษฐกิจโลกที่เรียกว่า "ทุนนิยมสุดโต่ง" (capitalisme sauvage) ซึ่งปล่อยให้การผลิตและจัดจำหน่ายอาหารเป็นไปตามกลไกตลาดเสรี โดยไม่ได้คำนึงถึงความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ (C'est donc bien l'actuelle jungle du capitalisme sauvage qu'il faut civiliser. L'économie mondiale est née de la production, de la distribution, du commerce et de la consommation des aliments. […] On ne peut abandonner au libre jeu du marché la lutte contre ce fléau., Ziegler, 1999, p. 78) โดยเสนอว่าประชากรโลกต้องร่วมกันผลักดันให้เกิดการปฏิรูปกลไกทางการค้าและกฎหมายระหว่างประเทศให้เป็นธรรม เพื่อให้ "สิทธิในการเข้าถึงอาหาร" เป็นสิทธิมนุษยชนที่ได้รับการคุ้มครองอย่างแท้จริง (Le droit à la nourriture est le premier des droits de l'homme., Ziegler, 1999, p. 78) ก่อนจะสรุปว่า มนุษย์จะดำรงชีวิตได้อย่างมีศักดิ์ศรีก็ต่อเมื่อเห็นความสำคัญของทุกชีวิตโดยปราศจากอคติแบบมัลธัส[2] (Afin de mener une vie plus digne et de rendre la terre habitable pour tous, il suffit aujourd'hui de faire un pas de plus. Pour cela, il faut détruire les préjugés du malthusianisme., Ziegler, 1999, p. 79) (สอดคล้องกับ SDG 10)

6. อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยข้างต้น สรุปได้ว่าวรรณกรรมเยาวชนภาษาฝรั่งเศสเรื่อง *Une seule Terre pour nourrir les hommes* และ *La faim dans le monde expliquée à mon fils* เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความเข้าใจและปลูกฝังจิตสำนึกเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นความมั่นคงทางอาหาร (SDG 2) นอกจากนี้ยังนำเสนอเสาหลักที่สำคัญต่อการพัฒนามนุษยชาติอย่างยั่งยืน คือการบูรณาการการพัฒนาทางสังคม เศรษฐกิจ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน ผ่านการอธิบายว่าเสาหลักทั้งสามนี้สามารถพัฒนาไปพร้อมกันอย่างเท่าเทียมกันได้ก็ต่อเมื่อเกิดเสาหลักที่สี่อย่างสันติภาพ อีกทั้งยังส่งสารถึงผู้อ่านโดยตรงว่าผู้อ่านก็เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ในขณะที่ภาคส่วนอื่นต่างก็มีส่วนเกี่ยวข้องในบริบทที่เหมาะสม เป็นการกระจายความรับผิดชอบในสังคมและระหว่างรุ่น (intergeneration) การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะนี้ช่วยให้

[2] ในคำแปลดังกล่าว ผู้วิจัยเคารพเนื้อความภาษาฝรั่งเศสของผู้เขียนวรรณกรรมเรื่อง *La faim dans le monde expliquée à mon fils* ซึ่งผู้เขียนกล่าวว่าในแนวคิดของมัลธัส ธรรมชาติเป็นผู้กำหนดมนุษย์ ฉะนั้น มนุษย์ที่จำต้องอดอยากและเสียชีวิตจึงอยู่ในข้อกำหนดของธรรมชาติ ผู้เขียนได้แสดงความเห็นว่าแนวคิดนี้ไม่ถูกต้องเพราะไม่ควรมีมนุษย์ผู้ใดเสียชีวิตจากภาวะทุพโภชนาการ แต่แนวคิดของมัลธัสใน *An Essay of the Principle of Population* (1798) เสนอว่ามนุษย์แตกต่างจากสิ่งมีชีวิตอื่นเพราะมีคุณธรรมและมีสติยับยั้งชั่งใจได้ สามารถควบคุมกำหนัดของตนในการให้กำเนิดบุตรเพื่อไม่ให้มีประชากรมากเกินไปจนต้องเผชิญกับภาวะประชากรล้นเกิน (surpopulation) และปัญหาทรัพยากรไม่เพียงพอในอนาคตกาล

เยาวชนตระหนักถึงปัญหาในระดับโลกและกระตุ้นให้เกิดการคิดและลงมือทำเพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น รวมถึงได้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างประเทศพัฒนาแล้ว-กำลังพัฒนา-พัฒนาน้อยที่สุดว่าต่างก็เกื้อกูลกันแม้จะมีผู้ที่ได้รับผลประโยชน์มากกว่า ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการลดอิทธิพลของกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วในการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้อ่านที่อาศัยอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส เช่น ฝรั่งเศส แคนาดา เบลเยียมและสวิตเซอร์แลนด์ก็จะตระหนักถึงบทบาทดังกล่าวของประเทศของตนและอาจสร้างความสมดุลในอำนาจระหว่างกลุ่มประเทศต่างๆ ได้ในอนาคต

ถึงกระนั้น เนื่องจากวรรณกรรมทั้งสองเรื่องนี้ตีพิมพ์ก่อนการรับรองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนถึง 6 และ 16 ปีตามลำดับ เนื้อหาของวรรณกรรมจึงไม่สามารถนำเสนอภาพรวมของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ครบถ้วน แม้จะได้รับเลือกโดยชมรมหนังสือของสหประชาชาติ ผู้วิจัยพบข้อจำกัดด้านการสื่อสารกรอบแนวคิดเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้อย่างครบถ้วน คือไม่สามารถนำเสนอตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 2.a (ยกระดับขีดความสามารถในการผลิตสินค้าเกษตรในประเทศกำลังพัฒนาและประเทศพัฒนาน้อยที่สุด) และ 2.c ได้ (ใช้มาตรการที่สร้างหลักประกันว่าตลาดโภคภัณฑ์อาหารและตลาดอนุพันธ์สามารถทำงานได้อย่างเหมาะสม) ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของเสาหลักที่ห้า (หุ้นส่วนการพัฒนา) ที่ขาดหายไปในวรรณกรรมเยาวชนทั้งสองเรื่อง นอกจากนี้ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าตัวบทวรรณกรรมยึดติดกับ “รัฐชาติ” จนไม่ได้นำเสนอภาพของ “พลเมืองโลก” อันเป็นหนึ่งในแนวคิดหลักของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงขาดความร่วมมือระหว่างหน่วยวิจัยกับผู้ผลิตหนังสือเด็กในการสร้างสรรค์วรรณกรรมสำหรับเด็กเพื่อนำเสนอเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยเฉพาะ ซึ่งจะอภิปรายต่อไปดังนี้

6.1 พลเมืองโลก หรือพลเมืองของชาติ

การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นเครื่องมือปทัสถาน (Okitasari & Katramiz, 2022, p. 2) เพื่อหวังเปลี่ยนกระบวนทัศน์การพัฒนาในปัจจุบันที่เน้นเศรษฐกิจทุนนิยม การบริโภคและการพัฒนาวัตถุซึ่งละเลยปัญหาสิ่งแวดล้อมและความเหลื่อมล้ำ โดยหันมาให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ความหลากหลาย ความเท่าเทียมและความร่วมมือของคนทั่วโลก ทั้งในปัจจุบันและอนาคต จุดเด่นของแนวคิดนี้คือความยืดหยุ่น เนื่องจากเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนไม่ใช่ข้อผูกพันทางกฎหมายระหว่างประเทศที่ต้องปฏิบัติตาม แต่เน้นการสร้างและการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆ เช่น ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจและภาครัฐ เพื่อร่วมกันเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือ นอกจากนี้ยังพยายามลดความขัดแย้งทางการเมืองในการกำหนดเป้าหมาย ทำให้ประเทศสมาชิกไม่ว่าจะร่ำรวยหรือยากจนสามารถบรรลุข้อตกลงร่วมกันได้ แต่ละประเทศจึงมีอิสระในการตีความและออกแบบนโยบายการพัฒนาของตนเองเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในแบบของตนเอง

อย่างไรก็ตาม การไม่มีข้อผูกพันทางกฎหมายระหว่างประเทศก็เป็นเสมือนดาบสองคมที่สร้างข้อจำกัดด้วยเช่นกัน เนื่องจากวิธีการพัฒนาก็ยังคงอยู่บนกรอบของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของรัฐบาลแต่ละประเทศเป็นหลัก หากประเทศใดประเทศหนึ่งไม่พัฒนาตามกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนก็ไม่มีโทษแต่อย่างใด ความพยายามที่จะเปลี่ยนปทัสถานใหม่ว่า “เป้าหมายการพัฒนาเป็นเป้าหมายร่วมกันของพลเมืองทั้งโลก” ก็ยังคงติดกับดักกรอบกระบวนทัศน์ของ “รัฐชาติ” พลเมืองของแต่ละประเทศก็ยังมองตนเองเป็นสมาชิกของประเทศนั้นๆ มากกว่าเป็นพลเมืองที่ต้องรับผิดชอบร่วมกัน ทรัพยากรและเงินทุนก็ยังคงติดกรอบการคลังระดับชาติและขาดเครื่องมือการเงินระหว่างประเทศที่จะนำมาลงทุนใช้จ่ายเพื่อการพัฒนา ผลประโยชน์ของการพัฒนา

ก็พิจารณาเรื่องผลประโยชน์ของชาติโดยมิสามารถทลายกรอบมองเป็นผลประโยชน์ของมนุษยชาติ การแบ่งแยกนี้ไม่ได้ปรากฏในวรรณกรรมเยาวชนชัดเจน แต่วิธีที่วรรณกรรมทั้งสองเรื่องนำเสนอความแตกต่างระหว่าง “เรา” กับ “เขา” สามารถชี้นำให้ผู้อ่านรับแนวคิดเรื่องการเป็นพลเมืองของชาติมากกว่าพลเมืองของโลกได้ เช่น หนังสือเรื่อง *Une seule Terre pour nourrir les hommes* มักกล่าวถึงจุดเด่นของประเทศฝรั่งเศสขณะที่นำเสนอจุดด้อยของนานาประเทศ เช่น ภาพถ่ายการเกษตรอินทรีย์ในประเทศฝรั่งเศส (Thinard, 2009, pp. 46, 49) ในขณะที่ประเทศเขตร้อนทำลายป่าไม้เพื่อทำการเกษตรเพื่ออุตสาหกรรม (Chaque année, 13 millions d’hectares de forêts équatoriales et tropicales sont détruits, remplacés par des prairies d’élevage, des palmiers à l’huile ou du soja, Thinard, 2009, p. 19) ฝรั่งเศสรับประทานอาหารคุณภาพดีและใช้เวลากับครอบครัวหรือมิตรสหาย ([...] les Français restent attachés à l’art du bien manger et du bien boire. », Thinard, 2009, p. 60 ; « Pour la majorité des Français, petits et grands, le repas du soir est un moment essentiel de la vie de la famille, Thinard, 2009, p. 61; Fête des voisins à Marseille. Le compagnon ou “co-pain”, c'est celui avec qui on mange le pain., Thinard, 2009, p. 78) ในขณะที่สหรัฐอเมริกานิยมบริโภคอาหารจานด่วน (fast food) และอาหารแปรรูป (*États-Unis*, traditions et fast-food [...] La consommation de pizzas, hamburgers, sandwichs, hot dogs, glaces et sodas est quotidienne., Thinard, 2009, p. 58) เป็นต้น แม้ในบทสุดท้ายของเล่มจะมีบท *Agir* ที่นำเสนอแนวทางปฏิบัติตนในปัจจุบันที่จะส่งผลต่อความมั่นคงทางอาหารที่ยั่งยืนในอนาคตตั้งแต่ระดับปัจเจกจนถึงองค์กรระหว่างประเทศ แต่ในส่วนที่กล่าวถึงองค์กรระหว่างประเทศนั้นไม่มี “ข้อเสนอแนะ” ต่อองค์กรเหล่านี้อยู่เลย มีเพียงคำอธิบายภารกิจและเป้าหมายขององค์กรต่างๆ เท่านั้น (Thinard, 2009, p. 123) เพราะฉะนั้นหนังสือเล่มนี้ยังไม่สามารถสร้างความเข้าใจที่เพียงพอต่อการมีส่วนร่วมในระดับโลก หรือกระตุ้นให้ผู้อ่านตระหนักถึงความจำเป็นในการก้าวข้ามกรอบแนวคิดรัฐชาติ เพื่อเป็น “พลเมืองโลก” อย่างแท้จริงในการแก้ปัญหาความมั่นคงทางอาหารและการพัฒนาที่ยั่งยืนในภาพรวมได้

นอกจากนี้ ข้อดีของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนคือการเสนอทางเลือกในการพัฒนาให้แต่ละประเทศที่แตกต่างจากแผนการพัฒนาแห่งชาติดั้งเดิมที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาเศรษฐกิจเป็นหลัก การสื่อสารเรื่องปัญหาการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนไปยังพลเมืองรัฐและการสร้างความชอบธรรมของแผนพัฒนาของแต่ละประเทศที่ใช้กรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน (Okitasari & Katramiz, 2022, p. 10) แต่สภาพการณ์ความปั่นป่วนของโลกปัจจุบันกำลังท้าทายเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นกระแสชาตินิยมและความนิยมในพรรคการเมืองฝ่ายขวาในหลายประเทศ ภาวะสงคราม ภาวะโลกรวน โรคระบาดและการอพยพของคนจำนวนมาก เป็นต้น ความท้าทายดังกล่าวอาจส่งสารที่สับสนไปยังคนรุ่นถัดไปได้ เราอาจเห็นผู้นำประเทศที่สนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนพร้อมต่อต้านสงครามรัสเซีย-ยูเครน แต่สนับสนุนสงครามอิสราเอล-อิหร่านด้วยเช่นกัน เราอาจเห็นผู้คนที่เห็นใจผู้อพยพในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นที่ทวีปอื่น พร้อมกับเห็นด้วยกับมาตรการผลักดันแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านเพราะความกลัวจากการตกงาน เราอาจเห็นการประชุมผู้นำประเทศเพื่อลดโลกร้อนไปพร้อมกับการหวงแหนไม่ถ่ายทอดเทคโนโลยีสีเขียวให้กับประเทศยากจน เป็นต้น ดังในสารคดีเรื่อง *La faim dans le monde expliquée à mon fils* ที่เน้นย้ำเรื่องความช่วยเหลือจากองค์กรระหว่างประเทศตลอดทั้งเรื่อง แต่ไม่กล่าวถึงการแบ่งปันเทคโนโลยีหรือการระงับสงคราม หรือกระทั่งการที่ประเทศพัฒนาแล้วมีส่วนร่วมในสงคราม การนำเสนอภาพที่ไม่สมบูรณ์เช่นนี้สะท้อนให้เห็นถึงความซับซ้อนของปัญหาที่รวมถึงประเด็นทางการเมือง เศรษฐกิจและผลประโยชน์ของชาติที่ขัดแย้งกัน ซึ่งวรรณกรรมเยาวชนอาจเลือกที่จะละเว้นเพื่อให้เนื้อหาเข้าใจง่ายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยอนุมานว่าการละประเด็นเหล่านี้อาจนำไปสู่ความไม่เชื่อมั่นในความพยายามที่จะสร้างโลกที่ดี

ขึ้นได้ เนื่องจากไม่ได้สะท้อนความเป็นจริงทั้งหมดของความท้าทายที่โลกกำลังเผชิญอยู่ ทำให้เยาวชนอาจขาดความเข้าใจที่รอบด้านและมองเห็นปัญหาเป็นเรื่องที่แก้ไขได้ง่ายดายเกินไป

ดังนั้น การส่งต่อกรอบคิด “รัฐชาติ” ไปยังเยาวชนผ่านวรรณกรรมทั้งสองเรื่องนี้จึงยังพบอุปสรรคในการสร้างโลกอุดมคติที่ไม่มีพรมแดนกั้นขวางระหว่างกัน เพราะผู้ใหญ่ในกระบวนการผลิตหนังสือยังคงติดกรอบรัฐชาติ จึงส่งแนวคิดการแก้ปัญหาแบบที่ตนเองคุ้นเคยไปยังผู้อ่านแม้ไม่ได้ตั้งใจก็ตาม ถึงแม้ภาพองค์กรระหว่างประเทศ การค้าระหว่างประเทศ ความร่วมมือระหว่างประเทศจะถูกยกมาเป็นตัวเอกสำคัญในการแก้ปัญหาเพียงเพราะมีคำว่า “ระหว่างประเทศ” อยู่ในนั้นเท่านั้นเอง การสื่อสารจึงผิดพลาดจนอาจบดบังความตั้งใจริเริ่มที่ดียิ่งไปกว่านั้นพ่อแม่ผู้ปกครอง ครูและผู้เป็นสื่อกลางที่อ่านหนังสือไปพร้อมกับเยาวชนก็อาจจะตีความซ้ำและชี้นำซ้ำอีกครั้ง จนกรอบแนวคิด “รัฐชาติ” ฝังรากลึกในเยาวชน การขาดความเข้าใจรอบด้านนี้ทำให้เยาวชนขาดเครื่องมือทางความคิดที่จะหาจุดสมดุลระหว่างการแก้ปัญหาตามแนวปฏิบัตินิยม (pragmatism) ด้วยเครื่องมือที่มีอยู่ในปัจจุบันกับจินตนาการและการสร้างสรรค์โลกในอุดมคติที่ต้องการจะอยู่อาศัยในอนาคต

6.2 แนวทางในการผลิตวรรณกรรมเยาวชนเพื่อนำเสนอเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

จากผลการวิจัยและข้ออภิปรายที่ 1 จะเห็นว่าการผลิตสื่อสำหรับเยาวชนที่เกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนยังขาดความร่วมมือระหว่างหน่วยวิจัยกับผู้ผลิตหนังสือเด็ก ด้วยเนื้อหาที่ซับซ้อนและมีขอบเขตกว้างขวาง มีเป้าหมายและตัวชี้วัดจำนวนมาก จึงเป็นข้อท้าทายสำคัญของผู้ผลิตวรรณกรรมเยาวชนที่จะสื่อสารดังกล่าวให้สมบูรณ์และเหมาะสมกับผู้อ่านในช่วงวัยที่มุ่งเป้า พร้อมสร้างแรงบันดาลใจและความสนุกสนาน เนื้อหาของวรรณกรรมเยาวชนเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนจึงต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขาผ่านการบูรณาการข้ามศาสตร์ต่างๆ อาทิ วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ การศึกษาปฐมวัยและอักษรศาสตร์ที่ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และทฤษฎีการพัฒนาที่ยั่งยืนและสร้างวิธีการนำเสนอองค์ความรู้ในรูปแบบสื่อวรรณกรรมผ่านกลวิธีการเล่าและการสร้างภาพประกอบที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะนี้เป็นประเด็นเร่งด่วน เพราะแม้สหประชาชาติและองค์กรที่เกี่ยวข้องต่างพยายามสื่อสารถึงเด็ก และสร้างความตระหนักรู้ทั่วโลก แต่กลับผลิตคลิปวิดีโออนิเมชันความยาว 1.15 นาที เรื่อง *Small Smurfs Big Goals* (Mulholland et al., 2017, p. 45) ที่มีข้อจำกัดด้านเวลา จึงทำได้เพียงนำเสนอเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนว่ามีทั้งหมด 17 ประการ และพลเมืองโลกไม่ว่าอายุเท่าใดต่างก็มีส่วนร่วมได้ แต่ยังไม่สามารถสื่อสารเนื้อหาและความซับซ้อนของกรอบแนวคิดได้

ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าวรรณกรรมเยาวชนที่จะสื่อสารเรื่องเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนต้องไม่ละเว้นความซับซ้อนของปัญหา แต่ทำให้เข้าใจง่ายและนำเสนอความจริงโดยปราศจากอคติ ในขณะเดียวกันก็ต้องเน้นย้ำความรับผิดชอบร่วมกันในฐานะ “พลเมืองโลก” และความร่วมมือของรัฐชาติต่างๆ รวมถึงให้ข้อมูลพร้อมจุดประกายความคิดและแรงบันดาลใจผ่านการตั้งคำถามปลายเปิด นำเสนอทางเลือกในการแก้ปัญหาและแสดงให้เห็นถึงความหวังและอนาคตที่เป็นไปได้ เพื่อให้ผู้อ่านตระหนักรู้ถึงปัญหาและสร้างแนวทางในการแก้ไขเพื่อโลกที่พวกเขาจะเป็นผู้อาศัยในอนาคต

7. สรุป

งานวิจัยนี้พบว่าวรรณกรรมเยาวชนภาษาฝรั่งเศสเรื่อง *Une seule Terre pour nourrir les hommes* และ *La faim dans le monde expliquée à mon fils* เป็นเครื่องมือสำคัญในการปลูกฝังความเข้าใจเรื่องเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดยเฉพาะในประเด็นความมั่นคงทางอาหาร (SDG 2)

วรรณกรรมเยาวชนทั้งสองเรื่องนี้นำเสนอภาพความพยายามของมนุษย์ที่จะเป็น “ผู้กำหนดธรรมชาติ” ซึ่งเห็นได้จากการที่มนุษย์ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจของตนเอง คิดค้นวิทยาการและเทคโนโลยีต่างๆ มาเพิ่มปริมาณอาหารให้เพียงพอ ทำให้ธรรมชาติถูกลดทอนบทบาทลงเป็นเพียงวัตถุดิบและส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตเท่านั้น เนื้อหาเหล่านี้ทำให้เยาวชนตระหนักถึงปัญหาของรูปแบบของการพัฒนาแบบดั้งเดิมที่มุ่งเน้นระบบทุนนิยมกลไกตลาดและมุ่งใช้เทคโนโลยีเพื่อกำหนดปรับเปลี่ยนธรรมชาติให้เป็นไปตามที่มนุษย์ต้องการ ภาพของมนุษย์ที่ไม่เคารพธรรมชาตินี้จึงเป็นกลวิธีชี้แนะให้ผู้อ่านตัดสินใจไม่กระทำซ้ำ นอกจากนี้ยังสื่อสารโดยตรงกับผู้อ่านว่าทุกคนมีบทบาทในการแก้ปัญหาได้ ไม่ว่าจะเป็นในระดับบุคคลหรือระดับโลก ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เยาวชนตระหนักถึงปัญหาเชิงโครงสร้างในระดับนานาชาติและเข้าใจความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างประเทศพัฒนาแล้ว ประเทศกำลังพัฒนาและประเทศพัฒนาน้อยที่สุด

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ยังพบข้อจำกัดบางประการ เนื่องจากวรรณกรรมที่นำมาวิเคราะห์ตีพิมพ์ก่อนที่กรอบแนวคิดเรื่องเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนจะได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการ ทำให้เนื้อหาไม่ครบถ้วนสมบูรณ์และยังคงเน้นกรอบความคิดแบบ “รัฐชาติ” มากกว่า “พลเมืองโลก” ดังนั้น เพื่อให้การสื่อสารเรื่องเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนมีประสิทธิภาพมากขึ้น งานวิจัยนี้จึงเสนอแนะว่าการผลิตวรรณกรรมเยาวชนควรเป็นความร่วมมือจากผู้เชี่ยวชาญหลากหลายสาขา เนื้อหาควรนำเสนอความซับซ้อนของปัญหาอย่างตรงไปตรงมาแต่เข้าใจง่าย เน้นย้ำความรับผิดชอบร่วมกันในฐานะพลเมืองโลกและจุดประกายความคิดผ่านการตั้งคำถามปลายเปิดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนร่วมสร้างอนาคตที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

8. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย “การส่งต่อสังคมในอุดมคติ: การนำเสนอเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในวรรณกรรมเยาวชนภาษาฝรั่งเศส (1999-2022)” (The Continuity of Ideal Society: Presenting Sustainable Development Goals in Francophone Children's Literature (1999-2022)) ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประจำปีงบประมาณ 2567

รายการอ้างอิง

เวียงพิงค์ ทวีพูน. (2563). *พัฒนาการเด็กวัยเรียน*. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
อรนุช ลิมตศิริ. (2542). *หลักสูตรและการเรียนการสอนในระดับประถมศึกษา*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Androff, D., & Damanik, J. (2024). Social development, social work, and the sustainable development goals. In D. Androff & J. Damanik (Eds.), *The Routledge international handbook of social development, social work, and the sustainable development goals* (pp. 1-36). Routledge.

Bonnin, E. (2022). *La sensibilisation aux enjeux écologiques et environnementaux via un album jeunesse* [Master's thesis]. INSPE de l'Académie de Poitiers.

Di Cecco, D. (2021). Histoires de filles: L'univers mère-fille dans quelques romans francophones et anglophones pour adolescentes. In R. Pham Dinh & V. Douglas (Eds.), *Histoires de famille et littérature de jeunesse/ Family stories and children's literature: Filiation, transmission, réinvention? / Parentage, transmission or reinvention?* (pp. 207-222). Peter Lang.

Holden, E., Linnerud, K., & Banister, D. (2018). *The imperatives of sustainable development: Needs, justice, limits*. Routledge.

Mietkiewicz, M.-C., & Schneider, B. (2010). Devenir vieux en famille: Les mamies et les papys de la littérature jeunesse. *Dialogue*, *188*(2), 83-98.

Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse. (2024). *L'éducation au développement durable*. https://www.education.gouv.fr/l-education-au-developpement-durable-7136

Mulholland, E., Bernardo, A., & Berger, G. (2017). *Communication and awareness raising in the implementation of the 2030 agenda and the SDGs: Activities and challenges* (ESDN quarterly report 44). ESDN Office.

Okitasari, M., & Katramiz, T. (2022). The national development plans after the SDGs: Steering implications of the global goals towards national development planning. *Earth System Governance, 12,* 100137. https://doi.org/10.1016/j.esg.2022.100137

Paul, B. D. (2008). A history of the concept of sustainable development: Literature review. *The Annals of the University of Oradea, Economic Sciences Series, 17*(2), 576-580.

Potiron, M. (2021). *Comment l'album de jeunesse destiné aux 3-6 ans s'empare-t-il du thème du développement durable?* [Master's thesis]. INSPE de l'académie de Nantes.

SDG Move Team. (n.d.). *ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ SDGs*. SDG Move. https://www.sdgmove.com/intro-to-sdgs

Springett, D., & Redclift, M. (2015). Sustainable development: History and evolution of concept. In M. Redclift & D. Springett (Eds.), *Routledge international handbook of sustainable development*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203785300

Thinard, F. (2009). *Une seule Terre pour nourrir les hommes*. Gallimard Jeunesse.

Tiberghien, M. (2019). Littérature de jeunesse et pauvreté: Panorama de l'édition dans les cinquante dernières années. *Les Cahiers du CRILJ, 10,* 27-40.

United Nations. (n.d. a). *À propos du Club de lecture des ODD*. https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/sdg-book-club-about

United Nations. (n.d. b). *Club de lecture ODD – Objectif 2*. https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/club-de-lecture-objectif-2

Ziegler, J. (1999). *La faim dans le monde expliquée à mon fils*. Seuil.

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

ความแปลกวิสัยกับพุทธปรัชญาในนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ของอาลแบร์ กามูว์

Received: 3 September 2025
Revised: 29 October 2025
Accepted: 17 November 2025

ทิสวัส ธำรงสานต์*

บทความวิจัย
บทคัดย่อ
คำสำคัญ

บทความวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาแนวคิดความแปลกวิสัยในนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ของอาลแบร์ กามูว์ ผ่านการเล่าเรื่อง แก่นเรื่องและพฤติกรรมของตัวละคร โดยเปรียบเทียบกับพุทธปรัชญา

ผู้วิจัยพบประเด็นแนวคิดความแปลกวิสัยในระดับการเล่าเรื่องที่เน้นที่ตัวละครเอกอย่างเมอร์โซกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เขาประสบพบเจอ ตั้งแต่เหตุการณ์การเสียชีวิตของแม่ของเขา การใช้ชีวิตประจำวัน การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนรอบข้างและการฆาตกรรมชายชาวอาหรับ รวมถึงกระบวนการสอบสวนเขา อีกทั้งยังปรากฏในการดำเนินเนื้อเรื่องผ่านพฤติกรรมของตัวละครอื่นๆ หากเมื่อนำมาเปรียบกับพุทธปรัชญาพบว่ามีทั้งประเด็นที่สอดคล้องกัน ได้แก่ กฎแห่งกรรม อนิจจังและทุกขังในเรื่องไตรลักษณ์ อริยสัจ 4 มรรคมีองค์ 8 ฆราวาสธรรม 4 พรหมวิหาร 4 ไตรสิกขา กัลยาณมิตรธรรม รวมถึงหลักอจินไตยว่าด้วยเรื่องของกรรมวิสัยและโลกวิสัย และที่แตกต่างกันคือหนทางดับทุกข์ที่พุทธศาสนาเสนอให้หาหนทางไปสู่นิพพาน ซึ่งเป็นหนทางดับทุกข์ที่แท้จริง ในขณะที่กามูว์เสนอให้เผชิญหน้ากับทุกข์ที่ชีวิตต้องเผชิญอย่างกล้าหาญในโลกที่แปลกวิสัยเช่นนี้

ความแปลกวิสัย;
พุทธปรัชญา;
นวนิยาย;
คนนอก

* รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส ภาควิชาวิทยาการภาษาและวัฒนธรรม คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ติดต่อได้ที่: tissawas.t@ku.th

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

The Absurd and Buddhist Philosophy in *The Stranger* of Albert Camus

Received: 3 September 2025
Revised: 29 October 2025
Accepted: 17 November 2025

Tissawas Thumrongsanta *

Research Article

Abstract

This research article focuses on a comparative study of the concept of absurdity in Albert Camus' novel *The Stranger*. The study examines this concept through the novel's narrative, themes, and character behaviors, and compares the concept of absurdity with Buddhist philosophy to determine their points of congruence.

The researcher identified themes of absurdity within the narrative, centering on the protagonist, Meursault, and the events he experiences. These include his mother's death, his daily life, his interactions with those around him, and the murder of an Arab man along with his subsequent legal process. Absurdity also emerges through the behaviors of the other characters. When compared with Buddhist philosophy, several points of congruence were found, including the law of karma, impermanence and suffering (*dukkha*) as part of the Three Marks of Existence, the Noble Eightfold Path, the Four Virtues for a Good Household Life, and the Four Unfathomable Things (*acinteyya*) specifically regarding karma and the world. However, a key difference lies in the approach to eliminating suffering. Buddhism offers a path to Nirvana, which is the true cessation of suffering, whereas Camus suggests courageously confronting the suffering that life presents in this absurd world.

Keywords

absurdity;
buddhism;
novel;
The Stranger

* Associate Professor, French Section, Department of Language Sciences and Cultures, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, Kampaeng Saen Campus, e-mail: tissawas.t@ku.th

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.32 No.2 (July-December 2025)

1. บทนำ

อาลแบร์ กามูว์[1] (Albert Camus) ถือเป็นหนึ่งในนักเขียน นักปรัชญาและนักคิดที่ทรงอิทธิพลที่สุดของศตวรรษที่ 20 เขาเกิดในครอบครัวชนชั้นแรงงานชาวฝรั่งเศสที่มาตั้งถิ่นฐานในประเทศแอลจีเรีย ซึ่งในขณะนั้นยังเป็นอาณานิคมของประเทศฝรั่งเศส ประสบการณ์ชีวิตภายใต้บริบทของอาณานิคมและความยากจนในวัยเด็กได้หล่อหลอมให้เขามีจิตสำนึกต่อประเด็นทางสังคม ความเป็นธรรมและความเปราะบางของความเป็นมนุษย์อย่างลึกซึ้ง บทบาทของกามูว์ในฐานะนักประพันธ์ นักปรัชญา นักเขียนและผู้สื่อข่าวสะท้อนถึงความเป็นปัญญาชนต่อการวิพากษ์วิจารณ์บริบททางการเมืองและวัฒนธรรมในคริสต์ศตวรรษที่ 20 โดยเฉพาะในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง ผลงานของเขามีแก่นหลักอยู่ที่แนวคิดเรื่อง “ความแปลกวิสัย” หรือ “ความอสาระ” หรือ “ความไร้เหตุผล[2]” (Absurde) ซึ่งหมายถึงภาวะของมนุษย์ที่แสวงหาความหมายในจักรวาลอันปราศจากคำตอบ ไม่ว่าจะทางศาสนา อภิปรัชญา หรือศีลธรรมแบบดั้งเดิม แม้เขาจะยอมรับว่าโลกนี้ปราศจากความหมายโดยแท้จริง ทว่ากามูว์กลับปฏิเสธการจมอยู่ในลัทธิสุญนิยม (Nihilisme) ที่มองว่าทุกสรรพสิ่งในโลกไม่มีอยู่จริง ทุกอย่างล้วนแต่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา กามูว์เสนอทางเลือกที่เรียกว่า “จริยศาสตร์แห่งการลุกขึ้นต่อต้านอย่างมีสติ” ซึ่งเน้นการมีจิตสำนึกต่อเสรีภาพ ศักดิ์ศรีของปัจเจกและความรับผิดชอบต่อการดำรงอยู่ ด้วยเหตุผลที่ว่ามนุษย์มักตั้งคำถามกับตนเองตลอดเวลาว่า “เราเกิดมาเพื่ออะไร” หรือ “ทำไมเราต้องเกิดมาเป็นมนุษย์ที่ต้องพบเจอกับความทุกข์” หรือแม้กระทั่ง “ตายแล้วเราจะไปไหน” บ้างก็หาคำตอบให้กับตนเองได้จากประสบการณ์ของชีวิต บ้างก็ศึกษาจากหลักปวงปรัชญาเมธีทั้งหลาย บ้างก็หาคำตอบได้จากการศึกษาคำสอนของศาสนาที่ตนเองยึดเป็นที่พึ่ง ไม่ว่าคำตอบจะเป็นเช่นไร สุดท้ายมนุษย์ก็พึงที่จะหา “ความสุข” ให้กับชีวิตนั่นเอง

แนวคิดดังกล่าวสะท้อนออกมาอย่างชัดเจนในผลงานวรรณกรรมของเขา ได้แก่ นวนิยายเรื่อง *L’Étranger* (*คนนอก*) ตีพิมพ์ใน ค.ศ. 1942 ความเรียงเชิงปรัชญาเรื่อง *Le Mythe de Sisyphe* (*ตำนานเทพซีซิฟ*) ตีพิมพ์ใน ค.ศ. 1942 ตลอดจนบทละครเรื่อง *Caligula* (*กาลีกูลา*) และเรื่อง *Le Malentendu* (*ความเข้าใจผิด*) ที่ตีพิมพ์ใน ค.ศ. 1944 โดยทั้ง 4 เรื่องนี้ถูกจัดให้อยู่ในวงล้อแห่งความแปลกวิสัย (cycle de l’ absurde) (Corbic, 2003, pp. 27-28) เขาสามารถนำเสนอแนวคิดที่ลึกซึ้งนี้ด้วยภาษาที่เรียบง่ายผ่านงานวรรณกรรมทั้ง 4 เรื่อง และยังรักษาจุดยืนของความเป็นมนุษยนิยมท่ามกลางยุคสมัยที่เต็มไปด้วยความรุนแรงและการล่มสลายของคุณค่าเดิม ใน ค.ศ. 1957 เขาได้รับรางวัลโนเบลสาขาวรรณกรรมในฐานะผู้ที่ให้แสงสว่างแก่จิตสำนึกในการดำรงอยู่ของมนุษย์ นับเป็นการยืนยันถึงบทบาทสำคัญของเขาทั้งในด้านวรรณกรรมและการคิดวิเคราะห์โลกอย่างลึกซึ้งเชิงปรัชญาในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสมัยปัจจุบันได้อย่างปราศจากข้อสงสัย

ผลงานนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ของกามูว์แบ่งออกเป็น 2 ตอน โดยตอนแรกนำเสนอภาพของตัวละครหลักอย่างเมอร์โซ (Meursault) เขาเป็นพนักงานของสำนักงานแห่งหนึ่งในกรุงแอลเจียร์ ประเทศแอลจีเรีย เมื่อเขาได้รับข่าวว่าแม่เสียชีวิต เขากลับไม่แสดงความเศร้า ทำให้คนรอบตัวมองว่าเขาไร้หัวใจ เขาคบหากับมารี (Marie) และเป็นเพื่อนกับเรมง (Raymond) ซึ่งมีปัญหากับชายชาวอาหรับ จนเกิดการปะทะกันบนชายหาด เมอร์โซยิงชายคนนั้นโดยไม่มีเหตุผลชัดเจน ส่วนตอนที่ 2 คือเหตุการณ์การพิจารณาคดีและการตัดสินโทษเมอร์โซที่ไม่เพียงแต่เขาจะถูกดำเนินคดีในข้อหาฆ่าชายชาวอาหรับ แต่เขายังถูกตัดสินพฤติกรรมที่ไร้ความรู้สึก

---

[1] ผู้วิจัยถ่ายเสียงตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาฝรั่งเศส ฉบับราชบัณฑิตยสภา (2555) แต่หากอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลอื่นที่มีการสะกดต่างออกไป ผู้วิจัยจะเขียนตามการสะกดในแหล่งข้อมูลนั้น โดยเฉพาะในรายการอ้างอิง

[2] ศัพท์บัญญัติของพินิจ รัตนกุล (2555) แต่ผู้วิจัยใช้คำว่า ความแปลกวิสัย ตลอดทั้งบทความวิจัย

ต่อการเสียชีวิตของแม่ ทำให้เขาถูกตัดสินประหารชีวิตและในช่วงสุดท้ายเขายอมรับความตายแต่ไม่ยอมรับการไถ่บาป

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

1. ศึกษากลวิธีในการนำเสนอแนวคิดความแปลกวิสัยในนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ของกามูว์ที่ถูกถ่ายทอดผ่านการเล่าเรื่อง แก่นเรื่องและการดำเนินเนื้อเรื่องผ่านพฤติกรรมของตัวละคร

2. ศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดความแปลกวิสัยในนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ของกามูว์กับพุทธปรัชญา

3. สมมติฐานของการวิจัย

เนื่องจากนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ของกามูว์นำเสนอให้เห็นถึงประเด็นทางปรัชญาเรื่องความหมายของชีวิตว่า “ชีวิตคืออะไร” “ชีวิตมีความหมายหรือไม่” “อะไรทำให้ชีวิตดำรงอยู่ได้” หรือ “อะไรหรือสิ่งใดทำให้ชีวิตมีความสุข” นอกจากนี้ ยังนำเสนออุปสรรคในการดำเนินชีวิตทั้งที่เกิดจากตนเองหรือเกิดจากสภาพแวดล้อมกระทำให้เป็นไปเช่นนั้นสอดคล้องกับคำสอนในพุทธศาสนาที่สอนมนุษย์ผู้ยังต้องเวียนว่ายตายเกิดในสังสารวัฏและประสบพบเจอกับอุปสรรคและความทุกข์มากมายในชีวิตให้ได้พบกับหนทางแห่งความสุขที่แท้จริง

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดความแปลกวิสัยและทฤษฎีการวิเคราะห์วรรณคดี เพื่อศึกษาการเล่าเรื่อง แก่นเรื่องและการดำเนินเนื้อเรื่องผ่านพฤติกรรมของตัวละครในนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ของอาลแบร์ กามูว์ แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับพุทธปรัชญา

4.1 แนวคิดความแปลกวิสัย

ด้วยเหตุที่กามูว์มีความคิดแตกแขนงออกมาจากปรัชญาอัตถิภาวนิยม เขาจึงได้รับสมญานามว่าเป็นเจ้าแห่งแนวคิด “ความแปลกวิสัย” ซึ่งเขาจะสอดแทรกอยู่ในผลงานของเขาหลายเรื่อง เพื่อให้ผู้อ่านตระหนักถึงคุณค่าของชีวิตและการดำรงชีวิตท่ามกลางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งบางครั้งเราก็ไม่สามารถหาคำตอบได้

“ความแปลกวิสัย” ภาษาฝรั่งเศสเขียนว่า “absurde” มาจากภาษาละตินว่า *absurdus* หมายถึง “ความไม่สอดคล้อง (discordant) ความไม่น่าพอใจ (désagréable) ปลอมหรือไม่จริง (faux) มีความหมายตรงข้ามกับเหตุผล (raison) หรือความหมายที่เป็นปกติ (sens commun)” นอกจากนี้ ยังไม่สอดคล้องกับทุกสิ่งที่เป็นไปตามกฎระเบียบและตรรกะทั่วไป ความแปลกวิสัยมีต้นกำเนิดในสงครามโลกครั้งที่สองที่ทำให้มนุษย์อยู่ในความสับสนเกี่ยวกับความหมายของการดำรงอยู่ของพวกเขา ด้วยความรู้สึกแปลกแยกจากโลก มนุษย์ต้อง

เผชิญหน้ากับโลกที่ไม่อาจเข้าใจได้ มีชีวิตที่ไร้จุดหมาย ไร้ที่ยึดเหนี่ยว รวมถึงแนวความคิดต่อการดำเนินชีวิต ผู้คนเริ่มตั้งคำถามกับความหมายของชีวิตว่าแท้ที่จริงแล้ว “ชีวิตคืออะไร” หรือ “เราควรดำเนินชีวิตอย่างไร” มนุษย์รู้สึกทำอะไรไม่ถูกเกี่ยวกับความหมายของการดำรงอยู่ของพวกเขา ดังที่กามูว์กล่าวไว้ว่า “ความไร้สาระเกิดขึ้นจากการเผชิญหน้าระหว่างการเรียกร้องของมนุษยชาติกับความเงียบงันอันไร้เหตุผลของโลก [...] หากกล่าวในระดับสติปัญญาแล้ว ผมบอกได้เลยว่าความแปลกวิสัยไม่ได้อยู่ในตัวมนุษย์ (ถ้าสำนวนเปรียบนี้สามารถมีความหมายได้) และไม่ได้อยู่ในโลก แต่มันปรากฏตัวอยู่ร่วมกัน[3]” (Camus, 1942b, pp. 46, 50) นอกจากนี้ กามูว์ยังเห็นว่าพระเจ้าอาจมีอยู่ แต่ไม่ได้มีความสำคัญอะไรและไม่ได้ช่วยให้ชีวิตมนุษย์ดีขึ้น เขายังเสนอให้ต่อต้านพระเจ้าเพื่อจะมีชีวิตอยู่กับปัจจุบันและอยู่ในขณะนี้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่างานเขียนของกามูว์อาจมีความเป็นปรัชญาน้อยกว่านักปรัชญาคนอื่นในสมัยเดียวกันอย่างฌ็อง-ปอล ซาทร์ (Jean-Paul Sartre) แต่เมื่ออ่านและพิจารณาข้อคิดที่ได้จากงานเขียนทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความแปลกวิสัยแล้ว ก็จะพบว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์

4.2 ทฤษฎีการวิเคราะห์วรรณคดี

ในการศึกษาวิเคราะห์นวนิยายเรื่อง *คนนอก* ของกามูว์จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องวิเคราะห์องค์ประกอบของการเขียนนวนิยาย โดยเฉพาะเรื่องการวิเคราะห์โครงเรื่องหรือพล็อต (intrigue) ที่นำเสนอภาพรวมของนวนิยายด้วยเหตุที่ “โครงเรื่องมิใช่เป็นเพียงเรื่องย่อซึ่งเป็นการบอกว่าในนวนิยายเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ใครทำอะไร อย่างไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม ฯลฯ หากแต่หมายถึงรูปแบบ (forme) ของการดำเนินเรื่องซึ่งปรากฏเป็นขั้นตอนต่างๆ ของการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์ต้นเรื่องไปสู่สถานการณ์ท้ายเรื่องดังที่เห็นเป็นลำดับในนิยายนั้น” (นพพร ประชากุล, 2552, น. 151) องค์ประกอบที่สำคัญมากในการวิเคราะห์นวนิยายอีกประการหนึ่งก็คือ “แก่นเรื่อง” (Thème) หรือ “สารัตถะ” หรือความคิดหลักของเนื้อเรื่อง ลอเรนซ์ เพอร์ริน (Laurence Perrine) (1978 อ้างถึงใน ธัญญา สังขพันธานนท์, 2539, น. 183-184) สรุปลักษณะของแก่นเรื่องไว้ว่าคือประเด็นที่ผู้เขียนจะพยายามตีแผ่ออกมาให้ผู้อ่านได้รับรู้เกี่ยวกับความจริงของชีวิตในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งหรือหลายแง่มุมและต้องมีความสัมพันธ์กับการดำเนินเนื้อเรื่องหรือโครงเรื่อง แก่นเรื่องอาจมีลักษณะคล้ายคำสอนทางศีลธรรมหรือหลักในการใช้ชีวิตเพื่อแสดงให้เห็นถึงคำถามที่ว่า “เรื่องนี้สอนให้เราเห็นอะไร” และสุดท้ายแก่นเรื่องจะต้องมีความสัมพันธ์กับตัวละคร กล่าวคือตัวละครจะแสดงบทบาทและถูกกำหนดโดยโครงเรื่องอีกทอดหนึ่ง ดังจะเห็นได้จากแก่นเรื่องในนวนิยายเรื่อง *คนนอก* มีความสัมพันธ์กับโครงเรื่องที่เน้นพฤติกรรมและความรู้สึกนึกคิดของตัวละครเป็นสำคัญ และในที่สุดพฤติกรรมดังกล่าวก็นำพาให้ตัวละครอย่างเมอร์โซต้องพบกับความตาย แสดงให้เห็นถึงสารที่แฝงอยู่ในผลงานวรรรณกรรมของกามูว์ ดังนั้น การวิเคราะห์ตัวละครอย่างเมอร์โซ รวมถึงตัวละครอื่นในเรื่องจึงมีความสำคัญมาก เพราะตัวละครเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ด้วยเหตุผลที่ว่า “ตัวละครก็มีลักษณะของ ‘ความเป็นมนุษย์’ เช่นเดียวกับผู้อ่าน” (นพพร ประชากุล, 2552, น. 159) แม้ว่าขนบในการอ่านนวนิยายจะเตือนผู้อ่านให้ตระหนักถึงบุคคล (personne) กับตัวละคร (personnage) หากแต่ผู้แต่งจะพยายามทำให้ผู้อ่านลืมความแตกต่างสำคัญนี้ไปเสีย โดยทำให้ผู้อ่านคิดว่า บุคคล

[3] หากไม่ระบุชื่อผู้แปล แสดงว่าเป็นสำนวนแปลของผู้วิจัย

ต้นฉบับภาษาฝรั่งเศสเขียนว่า « L’absurde naît de cette confrontation entre l’appel humain et le silence déraisonnable du monde. […] Sur le plan de l’intelligence, je puis donc dire que l’absurde n’est pas dans l’homme (si une pareille métaphore pouvait avoir un sens), ni dans le monde, mais dans leur présence commune ».

ที่กำลังโลดแล่นอยู่ในเรื่องเล่านี้เป็นบุคคลจริง ดังนั้น เพื่อที่จะทำให้ตัวละครมาสู่ชีวิตสมมติในเรื่องเล่า ผู้แต่งต้องใช้กระบวนการที่เรียกว่า “กระบวนการสร้างบุคลิกลักษณะ” (Procédés de caractérisation) (Goldenstein, 1989, p. 46) ในการสร้างตัวละครตัวหนึ่งนั้น ผู้ประพันธ์จึงต้องใช้องค์ประกอบจำนวนมากบ้างน้อยบ้าง เพื่อที่จะสร้างให้ตัวละครมี “ความหนา” (épaisseur) หรือมีมิติในการดำเนินชีวิตสมมติในเรื่องเล่าได้ กระบวนการสร้างเหล่านี้ก็เพื่อทำให้ตัวละครดูสมจริงและดูเป็นธรรมชาติ (Goldenstein, 1989, p. 53) เป็นพันธสัญญาระหว่างผู้แต่ง ตัวละคร และผู้อ่าน

4.3 พุทธปรัชญากับการดำเนินชีวิต

สำหรับหลักธรรมหรือพุทธปรัชญาสำหรับฆราวาสอันเป็นหัวใจของพุทธศาสนาที่ใช้ในการครองตนและการดำเนินชีวิตที่ให้เป็นไปตามทำนองคลองธรรมมีดังนี้

4.3.1 ฆราวาสธรรม 4

คือหลักธรรมแห่งการครองเรือน เพื่อให้ประสบความสำเร็จและมีความสุขในชีวิต ได้แก่ 1) สัจจะ คือมีความซื่อสัตย์ ซื่อตรงต่อการดำรงตน 2) ทมะคือการรู้จักควบคุมจิตใจ ฝึกจิตตนเองให้เจริญก้าวหน้า 3) ขันติ คือความอดทน อดกลั้นต่อสิ่งที่ไม่ถูกใจหรือกิเลสทั้งหลาย รวมถึงอดทนต่อการประกอบกิจการงาน และ 4) จาคะ คือการขจัดความตระหนี่และรู้จักเสียสละ (พระพรหมคุณาภรณ์, 2551ข, น. 113-114)

4.3.2 ไตรสิกขา

ได้แก่ 1) ศีลคือความประพฤติทางกายและวาจา การรักษากายและวาจาให้เรียบร้อย ข้อปฏิบัติสำหรับควบคุมกายและวาจาให้อยู่ในความงดงาม (พระพรหมคุณาภรณ์, 2551ก, น. 391) ทั้งนี้เพื่อป้องกันความชั่วหรือความไม่ดีไม่ให้เกิดขึ้น 2) สมาธิคือความมีใจตั้งมั่น ความตั้งมั่นแห่งจิต ไม่ฟุ้งซ่าน (พระพรหมคุณาภรณ์, 2551ก, น. 401) ภาวะที่จิตตั้งมั่นเรียบร้อยจะทำให้ไม่มีกิเลสรบกวนและไม่นำพาไปสู่ทางหายนะหรือการทำชั่วได้ และ 3) ปัญญาคือความรู้เข้าใจชัดเจน ความรู้เข้าใจ แยกได้ในเหตุผล ดีชั่ว คุณโทษ (พระพรหมคุณาภรณ์, 2551ก, น. 231) จะทำให้เห็นว่าสิ่งใดมีประโยชน์หรือมีโทษ เลือกที่จะคิดหรือกระทำได้

4.3.3 พรหมวิหาร 4

คือธรรมะประจำใจอันประเสริฐ ได้แก่ 1) เมตตาคือจิตอันแผ่ไมตรีและคิดทำประโยชน์แก่มนุษย์และสัตว์ถ้วนหน้า 2) กรุณาคือความสงสาร คิดช่วยให้พ้นทุกข์ บำบัดความทุกข์ยากของปวงสัตว์ 3) มุทิตาคือรู้สึกยินดีเมื่อเห็นผู้อื่นมีความสุข และ 4) อุเบกขาคือการพิจารณาทุกสิ่งที่เกิดขึ้นด้วยใจเป็นกลาง ไม่ยึดมั่นถือมั่นเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ธรรมะทั้ง 4 ข้อนี้เป็นหลักธรรมประจำใจเพื่อให้ตนดำรงชีวิตและกำกับความประพฤติเพื่อการดำเนินชีวิตที่ดีงาม รวมถึงปฏิบัติตนต่อมนุษย์และสัตว์ทั้งหลายโดยชอบ (พระพรหมคุณาภรณ์, 2551ข, น. 124)

4.3.4 กัลยาณมิตรธรรม

คือคุณสมบัติของมิตรดีหรือมิตรแท้ที่คบหรือเข้าหาแล้วจะเป็นเหตุให้เกิดความดีงามและความเจริญ ได้แก่ มิตรที่ควรแก่การพูดคุย ทำให้รู้สึกอบอุ่น เป็นที่พึ่งได้และปลอดภัย เป็นมิตรที่มีความรู้และปัญญา รู้ว่าควร

กระทำหรือพูดสิ่งใดในเวลาใด อย่างไร เป็นมิตรที่รับฟังและเข้าใจเรื่องราว สามารถให้คำแนะนำที่ดีได้และต้องไม่นำพาไปในที่อฐานหรือเรื่องเหลวไหลหรือทางที่เสื่อมเสีย (พระพรหมคุณาภรณ์, 2551ข, น. 204)

4.3.5 อริยสัจ

หมายถึง “ความจริงอันประเสริฐ” ถือว่าเป็นหลักแห่งความจริงและนำผู้เข้าถึงให้บรรลุถึงความเป็นอริยบุคคล อริยสัจยังเป็นเรื่องที่เกี่ยวเนื่องกับชีวิตและการแก้ปัญชีวิต (วศิน อินทสระ, 2558, น. 16) ประกอบด้วยหลักธรรมหรือแนวปฏิบัติ 4 ข้อ ได้แก่ 1) ทุกขอริยสัจ ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกผู้ทุกคนต้องประสบพบเจออยู่ทุกวัน ถือเป็นปัญหาใหญ่ในชีวิต ในหลักธรรมข้อนี้สอดคล้องกับแนวคิดของอาร์ทัวร์ โชเพินเฮาเออร์ (Arthur Schopenhauer) นักปรัชญาชาวเยอรมันที่มองชีวิตเป็นทุกข์ ทั้งทุกข์ทางกายและทุกข์ทางใจ[4] ซึ่งมนุษย์ไม่มีทางหลีกหนีพ้น 2) สมุทัยอริยสัจหรือทุกขสมุทัยคือเหตุแห่งทุกข์ ซึ่งมาจากหลายสาเหตุและปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นความจน ความเจ็บ ความเขลา หรือเกิดจากตัณหา ทั้งกามตัณหา ภวตัณหาและวิภวตัณหา ซึ่งก่อให้เกิดความทุกข์ส่วนบุคคลและเป็นมูลเหตุให้ก่อเหตุรุนแรงได้ 3) นิโรธอริยสัจหรือทุกขนิโรธคือความดับทุกข์เพราะความสิ้นไปของตัณหาหรือความสิ้นไปของกิเลส[5] และ 4) มรรคอริยสัจคือทางปฏิบัติให้ถึงความดับทุกข์ ซึ่งรวมไปถึงมรรคมีองค์ 8 (วศิน อินทสระ, 2558, น. 28, 118) ได้แก่ 1) สัมมาทิฏฐิคือความเห็นดี เห็นชอบ เห็นถูกต้อง เข้าใจที่ถูกต้อง 2) สัมมาสังกัปปะคือความคิดชอบ คิดในทางที่มีคุณประโยชน์ 3) สัมมาวาจาคือการพูดชอบ เจรจาชอบ 4) สัมมากัมมันตะคือการกระทำชอบหรือการประกอบกิจการที่ถูกต้อง ซึ่งเกี่ยวข้องกับกุศลกรรมบถ 10 หรือทางแห่งกรรมดี ทางแห่งกรรมที่เป็นกุศล เช่น เว้นจากการทำลายชีวิต เว้นจากการประพฤติผิดในกาม หรือไม่คิดร้ายเบียดเบียนเขา[6] ฯลฯ 5) สัมมาอาชีวะคือการเลี้ยงชีพชอบ 6) สัมมาวายะมะคือความเพียรชอบ 7) สัมมาสติคือการระลึกชอบ 8) สัมมาสมาธิคือการตั้งจิตมั่นชอบ

4.3.6 ไตรลักษณ์

หมายถึง ลักษณะสามประการหรือสามัญลักษณะ ซึ่งเป็นลักษณะสามัญหรือทั่วไปของสิ่งทั้งทั้งปวง (วศิน อินทสระ, 2558, น. 15) ถือเป็นเครื่องกำหนดหมายให้รู้ถึงความจริงของสภาวะสิ่งต่างๆ ทั้งหลาย ได้แก่ 1) อนิจจังหรือความไม่เที่ยง 2) ทุกขังหรือความเป็นทุกข์ ต้องแตกดับไปของสิ่งทั้งปวง เมื่อเกิดขึ้นแล้วก็มีการแปรปรวนและสิ้นสุดไปในที่สุด ซึ่งมีความหมายครอบคลุมถึงทุกข์ในสภาพของสังขาร ทุกข์ในชีวิตประจำวัน ทุกข์ที่เกิดขึ้นเป็นเนืองนิตย์ ทุกข์ที่มาจากโรคาพยาธิ ทุกข์เพราะถูกกิเลสเผาให้เร่าร้อน ทุกข์อันเกิดจากวิบากกรรมหรือผลกรรมอันมีเหตุจากสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น การทะเลาะวิวาทเป็นมูล (วศิน อินทสระ, 2558, น. 30-51) 3) อนัตตาหรือความไม่มีตัวตน ไม่มีแก่นสาร ไม่มีแกน ไม่มีสิ่งซึ่งเป็นตัวตนแท้ที่ยั่งยืนคงตัวอยู่ตลอดเวลา ไม่มีตัวตนที่จะครอบครองสั่งบังคับอะไรให้เป็นหรือไม่ให้เป็นอย่างนั้นอย่างนี้ตามที่ปรารถนาได้ (พระพรหมคุณาภรณ์, 2554, น. 50; 2555, น. 90)

---

[4] อ่านเพิ่มเติมใน พระสุพรชัย อานนโท และพระสัญชัย ญาณวีโร (2558)

[5] หมายถึง สิ่งที่ทำใจให้เศร้าหมอง ความชั่วที่แฝงในความรู้สึกนึกคิด ทำให้จิตใจขุ่นมัวไม่บริสุทธิ์และเป็นเครื่องปรุงแต่งความคิดให้ทำกรรมซึ่งนำไปสู่ปัญหาความยุ่งยากเดือดร้อนและความทุกข์ (พระพรหมคุณาภรณ์, 2551ก, น. 22)

[6] อ่านเพิ่มเติมใน พระพรหมคุณาภรณ์, 2551ก, น. 26-27

4.3.7 กฎแห่งกรรม

คือกฎแห่งธรรมชาติของการกระทำ หากจะเทียบกับหลักทางวิทยาศาสตร์ คือกฎแห่งเหตุและผล ด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นในโลกล้วนแต่เป็นเรื่องของเหตุผล เพียงแต่ความรู้ความเห็นที่เกี่ยวกับกฎแห่งกรรมบางเรื่องอาจต้องอาศัยเหตุและผลที่อยู่เหนือความรู้ทางโลกและความรู้ทางวิทยาศาสตร์ (สนอง วรอุไร, 2553, น. 47-48)

5. การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยจำนวนหนึ่งได้ศึกษาประเด็นเป้าหมายในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในผลงานวรรณกรรมของกามูว์ ตัวอย่างเช่น สิริจิตต์ ปันเงิน (2542) ได้ศึกษาเรื่อง *ความตายในทัศนะของกามูส์* พบว่าความตายเป็นส่วนหนึ่งและส่วนสำคัญของชีวิต ความหมายของความตายคือความหมายและคุณค่าของชีวิต ความหมายที่สำคัญของความตายอยู่ที่ปรากฏการณ์ของชีวิตก่อนความตาย นั่นคือการมีอยู่ในชีวิตทุกช่วงขณะ กามูว์มองเห็นความตายเป็นเรื่องยิ่งใหญ่ของชีวิต การเข้าใจความตายย่อมหมายถึงการเข้าใจความหมายของชีวิตและต้องทำชีวิตให้มีความหมายและคุณค่าตามเสรีภาพที่ทุกคนมี ส่วนวันชาติ ชาญวิจิตร (2554) ได้ศึกษางานเขียนของกามูว์ในแง่มุมของปรัชญาในด้านการดำเนินชีวิตของมนุษย์ พบว่าเป้าหมายของชีวิตมนุษย์ในทัศนะของกามูว์เกิดจากปฏิกิริยาที่ต่อต้านพื้นฐานแนวความคิดทางจริยศาสตร์ดั้งเดิมของสังคมและเสนอเป้าหมายที่แท้จริงของมนุษย์ คือความสุขที่จะเกิดได้จากการมองโลกและชีวิตที่แท้จริง นั่นคือโลกที่มีความอสาระ สิ่งแวดล้อม เสรีภาพ เวลา และความตาย ซึ่งจะเป็นความสุขที่ปัจเจกพึงได้รับและพัฒนาให้ตนเองสามารถมีความสุขอยู่ในสังคมได้ หรือสุพัตรา คำแก้ว (2554) ได้ศึกษาแนวคิดเรื่องมนุษย์ของกามูว์ พบว่าธรรมชาติของมนุษย์ในทัศนะของกามูว์คือความไร้สาระ เขายืนยันว่าโดยเนื้อแท้แล้วชีวิตมนุษย์ไร้แก่นสาร ไม่มีเหตุผล หาความแน่นอนไม่ได้และไม่มีรูปแบบที่แท้จริงสำหรับการดำรงอยู่ของมนุษย์ เขาเน้นการใช้ชีวิตด้วยการทำหน้าที่อย่างเต็มที่และตระหนักถึงการดำรงอยู่ในปัจจุบัน มนุษย์เลือกจะใช้ชีวิตด้วยตนเองในแต่ละขณะให้ดีที่สุด สำหรับเป้าหมายของการดำรงอยู่ของมนุษย์ เขาเห็นว่ามีอยู่ 2 อย่างคือเป้าหมายเพื่อตนเองและเป้าหมายเพื่อสังคม และปัณฑิตา จันทร์อร่าม (2557) ได้ศึกษาแนวคิดอัตถิภาวนิยมที่ปรากฏในนวนิยาย 2 เรื่อง ได้แก่ *คนนอก*และ*มนุษย์สองหน้า* ของกามูว์ โดยหยิบแก่นเรื่องขนบและคุณค่าต่างๆ ที่ปรากฏในนวนิยาย ได้แก่ สิ่งที่สังคมยกย่องนั้นเป็นเพียงสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก่อให้เป็นบ่วงให้มนุษย์คิดกันเอง ยิ่งยึดถือยึดมั่นรังแต่จะสร้างความทุกข์ให้แก่ตัวเรา ทุกอย่างเป็นสิ่งไร้ความหมาย มนุษย์เป็นผู้สร้างความหมายเหล่านั้นขึ้นมาเองทั้งสิ้น แม้งานวิจัยดังกล่าวได้ศึกษาเปรียบเทียบกับแนวคิดและปรัชญาตะวันออกอยู่ แต่ยังไม่มีงานวิจัยใดที่เน้นศึกษารายละเอียดของการเล่าเรื่องและการดำเนินเนื้อเรื่องผ่านพฤติกรรมของตัวละครที่ปรากฏในเนื้อเรื่องของนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ตลอดทั้งเนื้อเรื่อง

6. ผลการศึกษา

ผู้วิจัยพบการนำเสนอประเด็นแนวคิดความแปลกวิสัยถูกนำเสนอทั้งในระดับการเล่าเรื่องและเนื้อเรื่อง รวมถึงความสอดคล้องระหว่างความแปลกวิสัยกับพุทธปรัชญา ดังนี้

6.1 ประเด็นแนวคิดความแปลกวิสัยในระดับการเล่าเรื่อง

ในนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ถูกแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 มีจำนวน 6 บท และตอนที่ 2 มีจำนวน 4 บท โดยเป็นการเล่าเรื่องผ่านมุมมองของตัวละครเพียงตัวเดียว (focalisation interne) คือเมอร์โซ การเล่าเรื่องในนวนิยายเรื่องนี้มิได้มีลักษณะแบบนวนิยายคลาสสิก หากแต่เป็นการเล่าเรื่องแบบไม่มีโครงเรื่องที่เด่นชัดรวมถึงไม่มีข้อขัดแย้งอย่างชัดเจน มีลักษณะโครงเรื่องที่แสดงโชคชะตาผ่านการนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ และเน้นพฤติกรรมของตัวละครที่แสดงให้เห็นถึงแนวความคิดแปลกวิสัยตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง ได้แก่

6.1.1 การพรรณนาและบรรยายถึงการตายและงานศพแม่ของเมอร์โซ โดยถูกนำเสนอตั้งแต่ประโยคแรก

(1) “วันนี้สินะที่แม่ตาย หรืออาจจะเมื่อวาน ผมก็ไม่รู้ ผมได้รับโทรเลขจากศูนย์พักพิงว่า ‘แม่เสียชีวิต พิธีฝังพรุ่งนี้ ขอแสดงความนับถือ’ ไม่มีอะไรมากไปกว่านั้น บางทีอาจจะเป็นเมื่อวานก็ได้” (Camus, 1942a, p. 9) แสดงให้เห็นถึงความแปลกวิสัยในเรื่องของเวลา ที่ปกติแล้วการส่งโทรเลขด้วยข้อความสั้นๆ จำเป็นต้องให้ข้อมูลวันและเวลาอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้ส่งและผู้รับอาจไม่ได้รับในเวลาเดียวกัน ซึ่งอาจทำให้ผู้รับสับสนเรื่องของวันและเวลาได้ ดังที่เมอร์โซเองก็ไม่แน่ใจว่าเป็นวันไหน วันนี้หรือเมื่อวาน และดูเหมือนว่าไม่ว่าจะวันไหน สำหรับเมอร์โซแล้วก็ไม่ใช่เรื่องสำคัญมากนัก หรือแม้แต่เมื่อพนักงานเฝ้าศพถามเมอร์โซถึงอายุของแม่ของเมอร์โซ เขาก็ไม่สามารถตอบได้ หรือการพรรณนาถึงสภาพดินฟ้าอากาศในแต่ละเหตุการณ์ ทั้งในงานศพของแม่ของเมอร์โซ หรือในฉากตอนที่เมอร์โซฆ่าชายชาวอาหรับ หรือแม้แต่เมื่อเมอร์โซอยู่ในเรือนจำและถูกตัดสินประหารชีวิต

(2) “ท้องฟ้ามีแดดจ้า แผ่ลงมาถึงพื้นดิน ความร้อนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ผมไม่รู้ว่าทำไมต้องคอยนานขนาดนี้กว่าจะได้ออกเดิน ผมร้อนมากเพราะใส่เสื้อผ้าสีเข้ม” (Camus, 1942a, p. 26)

(3) “[…] รอบๆ ตัวผม มีแต่ท้องทุ่งที่ร้อนระอุเหมือนเดิม เพราะแสงแดดร้อนเหลือจะทน” (Camus, 1942a, p. 28)

จากตัวอย่างข้างต้น เมอร์โซเล่าถึงเหตุการณ์งานศพแม่ของเขา แต่เขากลับพรรณนาถึงธรรมชาติรอบๆ ตัว แสดงให้เห็นภาพปฏิทรรศน์ (Paradoxe) ระหว่างสิ่งที่เมอร์โซเล่ากับความคาดหวังของสังคมส่วนใหญ่ที่อยากให้เมอร์โซแสดงความอาลัยต่อการจากไปของแม่ของเขา

6.1.2 การนำเสนอภาพชีวิตประจำวันของเมอร์โซ หลังจากพิธีฝังศพแม่ของเขา

4) “ผมแทบไม่อยากลุกขึ้นจากเตียงเลย เพราะว่ายังรู้สึกเหนื่อยกับเมื่อวานนี้ ตอนที่ผมกำลังโกนหนวด ผมก็ถามตัวเองว่าจะทำอะไรดีและผมก็ตัดสินใจไปว่ายน้ำเล่น” (Camus, 1942a, pp. 31-32)

(5) “กินข้าวเสร็จ ผมก็รู้สึกเบื่อๆ ไม่รู้จะทำอะไรดี จึงเดินเล่นไปตามห้องต่างๆ ในอะพาร์ตเมนต์” (Camus, 1942a, p. 34)

(6) “ผมคิดว่ามันก็เหมือนวันอาทิตย์อื่นๆ ตอนนี้ศพของแม่ก็ถูกฝังไปแล้วและผมก็ต้องกลับไปทำงาน ก็ไม่เห็นมีอะไรเปลี่ยนแปลง” (Camus, 1942a, p. 40)

(7) “วันนี้ ผมมีงานต้องทำมากที่ทำงาน […] บนโต๊ะทำงาน มีงานเกี่ยวกับเอกสารการเบิกจ่ายจำนวนมากที่ต้องจัดการให้เสร็จเรียบร้อยทั้งหมด” (Camus, 1942a, p. 41)

(8) “เรา (*ผมและแอมานูแอล*) มาถึงร้านอาหารของเซแล็สต์ด้วยเหงื่อที่เปียกโชก [...] ผมกินด้วยความรวดเร็ว ตามด้วยกาแฟ ต่อจากนั้นผมก็กลับไปที่ห้องของผม นอนพักเล็กน้อยเพราะว่าดื่มไวน์เยอะมากไปหน่อย พอตื่นนอน ผมก็อยากสูบบุหรี่ ตอนนี้ผมสายมากแล้ว ก็เลยต้องวิ่งไปขึ้นรถราง ผมทำงานตลอดช่วงบ่าย อากาศร้อนมากในที่ทำงานและพอตอนเย็นย่ำ ขณะที่เดินออกจากที่ทำงาน ผมรู้สึกมีความสุขที่จะได้เดินเรื่อยๆ เลียบท่าเรือเพื่อกลับบ้าน ท้องฟ้าเป็นสีคราม ผมรู้สึกสบายใจ อย่างไรก็ตาม ผมก็ตรงกลับบ้านเลยเพราะอยากจะเตรียมต้มมันฝรั่งกิน” (Camus, 1942a, pp. 42-43)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าเมอร์โซยังใช้ชีวิตตามปกติเหมือนเช่นทุกวัน เขายังไปทำงาน ทำกิจวัตรส่วนตัว แต่ที่ปรากฏเด่นชัดจากการเล่าเรื่องของเขาคือเขาดำเนินชีวิตไปตามจังหวะของอารมณ์และความรู้สึก เขาไม่ได้วางแผนใดๆ ให้กับชีวิตมากนัก ทั้งในชีวิตส่วนตัวและการทำงาน กามูว์เห็นว่าชีวิตมนุษย์นั้นไร้เหตุผล มนุษย์ต้องทำสิ่งต่างๆ อย่างซ้ำซากและจำเจ เขาจึงต้องการนำเสนอว่าจริงๆ แล้วชีวิตไม่ได้มีความหมายหรือสาระใดๆ ให้มนุษย์เข้าไปจับต้องหรือคาดหวัง ดังที่เขาเขียนไว้ใน *Carnets* เล่มที่ 1 ว่า *“คนที่ตั้งความคาดหวังและคนที่ทำงานในออฟฟิซตอนนี้ เขาก็ไม่ได้ทำอะไรอีก นอกจากกลับบ้าน นอน คอยเวลาอาหารเย็นพร้อมกับสูบบุหรี่ แล้วก็เข้านอนอีกครั้ง หลับไปจนกระทั่งถึงตอนเช้าของวันรุ่งขึ้น พอวันอาทิตย์ เขาก็ตื่นนอนสายๆ และเปิดหน้าต่าง มองดูสายฝน หรือไม่ก็แสงแดด ผู้คนเดินผ่านไปมา หรือไม่ก็ความเงียบสงบ เขาทำอย่างนั้นตลอดทั้งปี เขาคอย คอยที่จะหมดลมหายใจ จะหวังอะไรมากไปกว่านี้...”*[7] (1937 อ้างถึงใน Korichi, 2005, p. 144)

6.1.3 การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน

ตัวละครรองที่เมอร์โซมีปฏิสัมพันธ์ด้วยอย่างชัดเจน ได้แก่ เรมงและซาลามาโน (Salamano) โดยความสัมพันธ์กับซาลามาโนคือภาพสะท้อนของความแปลกวิสัยและไร้เหตุผล เพราะทั้ง 2 คนอาศัยอยู่ในตึกเดียวกัน ชั้นเดียวกัน พวกเขาเป็น “เพื่อนบ้านที่อาศัยอยู่ติดกัน” (voisin de palier) แต่ดูเหมือนว่าความสัมพันธ์ของพวกเขาคือการอยู่แค่ร่วมตึกเดียวกันเท่านั้น ขณะที่เมอร์โซเองก็รู้ว่าเขาเลี้ยงสุนัขไว้ตัวหนึ่งและเขาจะพาสุนัขของเขาออกไปเดินเล่นวันละ 2 ครั้ง อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ของซาลามาโนกับสุนัขของเขาเป็นเหมือนไม้เบื่อไม้เมากันตลอดเวลา เขามักจะก่นด่าสุนัขของเขาอยู่เป็นประจำ จนกระทั่งเกิดเหตุการณ์ที่สุนัขของซาลามาโนหายไป พวกเขาทั้งสองคนจึงได้มีโอกาสวิสาสะกันอีก (Camus, 1942a, pp. 61-62) หลังจากซาลามาโนมาพบเขาเพื่อเล่าเรื่องราวสุนัขที่หายไปอย่างไร้ร่องรอย เขามาปรับทุกข์กับเมอร์โซ หลังจากที่เขาได้ติดต่อไปที่สถานกักกันสัตว์พบว่าสุนัขเขาไม่ได้อยู่ที่นั่น การเริ่มความสัมพันธ์ของซาลามาโนที่มีต่อเมอร์โซเป็นไปแบบไม่มีแบบแผน เกิดจากที่ซาลามาโนสูญเสียสุนัขไปทำให้เขาเสียใจ จึงต้องการหาเพื่อนคุยเพื่อปรับทุกข์ ซึ่งความรู้สึกของเขาที่มีต่อสุนัขเกิดจากการสูญเสีย ทำให้เขาไม่มีเพื่อนคุยในชีวิตประจำวันและไม่มีสัตว์เลี้ยงที่คอยฟังเสียงเขาก่นด่าหรือระบายอารมณ์ ทั้งหมดนั้นคือสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของทั้งเขาและสุนัข ความสัมพันธ์ของซาลามาโนกับเมอร์โซจึงไม่ได้เกิดจากความต้องการของทั้งสองคน แต่ดูเหมือนเป็นเหตุบังเอิญ เกิดขึ้นจากความโดดเดี่ยว

[7] ต้นฉบับภาษาฝรั่งเศสเขียนว่า «Le type qui donnait toutes les promesses et qui travaille maintenant dans un bureau. Il ne fait rien d’autre part, rentrant chez lui, se couchant et attendant l’heure du dîner en fumant, se couchant à nouveau et dormant jusqu’au lendemain. Le dimanche, il se lève très tard et se met à sa fenêtre, regardant la pluie ou le soleil, les passants ou le silence. Ainsi toute l’année. Il attend. Il attend de mourir. À quoi bon les promesses, puisque de toute façon…».

ของทั้งคู่ ด้วยซาลามาโนสูญเสียสุนัข ส่วนเมอร์โซสูญเสียแม่ กามูว์ต้องการชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ของมนุษย์เกิดขึ้นได้โดยไม่มีความหมายใดๆ

เมอร์โซยังมีเพื่อนบ้านที่รู้จักอีกคนหนึ่ง ชื่อว่าเรมง ซึ่งเขาจะทักเมอร์โซเสมอและบางครั้งทั้งสองคนก็สนทนาปราศรัยกันบ้างเป็นครั้งคราว การที่เมอร์โซยอมพูดคุยกับเรมงก็เพราะ (9) “ผมไม่มีเหตุผลอะไรที่จะไม่คุยกับเขา” (Camus, 1942a, p. 45) ดังนั้น ความสัมพันธ์ของทั้งสองคนจึงไม่มีความตั้งใจที่จะเป็นเพื่อนกันอย่างแท้จริง เรมงเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับพฤติกรรมของเขา นอกจากนี้ เขายังชอบใช้กำลังกับแฟนสาวที่เป็นชาวอาหรับ เพื่อนบ้านหลายคนไม่ชอบเรมงเท่าใดนัก โดยเรมงต้องการจะแก้แค้นแฟนสาวที่เขาคิดว่ามาหลอกลวงเขา เขาขอร้องให้เมอร์โซเขียนจดหมายขมขู่ ซึ่งเมอร์โซก็รับปากที่จะช่วย หลังจากที่เมอร์โซช่วยเขาเขียนจดหมาย เรมงจึงรู้สึกสนิทสนมกับเมอร์โซมากขึ้น

6.1.4 ความสัมพันธ์กับมารี ในช่วงแรกของเนื้อเรื่อง เมื่อเมอร์โซกับมารีพบกัน ความสัมพันธ์จะเน้นในเรื่องของความต้องการทางกายซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติ เนื่องจากทั้งสองคนเคยรู้จักกันมาก่อนและน่าจะ มีใจให้กัน โดยทั้งสองคนมักใช้เวลาร่วมกันในสถานที่ต่างๆ เช่น ที่สระว่ายน้ำ ในโรงภาพยนตร์ ที่บ้านของเมอร์โซและที่ทะเล

(10) “ผมช่วยพยุงเธอขึ้นไปนอนบนแพยางและมือไปโดนหน้าอกเธอ […] ผมทะลึ่งตัวขึ้นไปนอนกับเธอบนแพยาง อากาศกำลังสบาย ผมเอนศีรษะไปพิงบนหน้าท้องของเธอโดยทำเป็นไม่รู้ไม่ชี้ เธอไม่ว่าอะไร ผมจึงอยู่ท่านั้นต่อ” (Camus, 1942a, p. 32)

(11) “เธอแนบขามาชิดกับผม ผมเลยลูบคลำหน้าอกเธอ พอหนังใกล้จบ ผมก็จูบเธอ แต่เงอะงะไปหน่อย ตอนที่ออกจากโรงหนัง เธอก็มาที่บ้านผม” (Camus, 1942a, p. 33)

(12) “มารีว่ายเข้ามากอดผม ตัวของเราแนบชิดติดกัน แล้วเธอก็แนบปากเธอกับปากผม ลิ้นเธอทำให้ปากผมรู้สึกเย็นวาบขึ้น เราม้วนตัวไปตามกระแสน้ำครู่หนึ่ง เมื่อขึ้นมาผลัดเสื้อผ้าบนฝั่ง มารีมองผมด้วยสายตาเป็นประกาย ผมจูบเธอ จากนั้นเราก็ไม่ได้พูดคุยอะไรกันอีก ผมเดินโอบเธอรีบไปหารถเมล์กลับบ้าน เพื่อที่เราจะได้ขึ้นเตียงด้วยกัน” (Camus, 1942a, p. 56)

จากตัวอย่างข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของทั้งสองคนที่เป็นความสัมพันธ์ทางกายมากกว่าจะเป็นความรู้สึกที่ลึกซึ้งและทั้งสองคนพอใจที่จะมีความสุขอยู่กับปัจจุบันขณะ อย่างไรก็ตาม มารีได้เอ่ยปากถามถึงความรู้สึกที่แท้จริงกับเมอร์โซและเอ่ยถามถึงเรื่องการแต่งงาน

(13) “[…] เธอถามผมว่ารักเธอไหม ผมตอบไปว่ามันไม่มีความหมายอะไร ซึ่งผมหมายถึงว่าไม่ เธอเลยดูเศร้าไป” (Camus, 1942a, p. 56)

(14) “ในตอนเย็น มารีมารับผมและถามผมว่าอยากแต่งงานกับเธอหรือเปล่า ผมตอบไปว่ายังไงก็ได้ เราจะแต่งกันก็ได้ถ้าเธอต้องการ เธออยากจะรู้ว่าผมรักเธอหรือไม่ ผมก็ตอบไปว่าเคยบอกไปแล้วครั้งหนึ่งว่าความรักไม่ได้มีความหมายอะไร แต่ก็นั่นละผมก็คงไม่ได้รักเธอ ‘ถ้าอย่างนั้น เธอแต่งงานกับฉันทำไมล่ะ’ เธอถาม ผมก็อธิบายให้ฟังว่ามันไม่สำคัญอะไรเลย ถ้าเธอต้องการ เราก็จะแต่งงานกัน” (Camus, 1942a, p. 67)

แม้ความสัมพันธ์ของทั้งเมอร์โซและมารีจะดูเหมือนสอดคล้องกันในเบื้องต้น แต่กามูว์กลับวางความสัมพันธ์ของเมอร์โซกับมารีให้เป็นภาพปฏิพากษ์ (Antithèse) โดยให้มารีเป็นภาพแทนของผู้หญิงทั่วไปที่ต้องการความรักและความมั่นคงทางกฎหมายและจิตใจตามแบบอย่างขนบธรรมเนียมที่ถือปฏิบัติกันมาของสังคม

ขณะที่เมอร์โซมองในสิ่งตรงกันข้าม เขาเห็นว่าสิ่งต่างๆ เหล่านั้นไม่มีความสำคัญอะไรในชีวิตเขา ความสัมพันธ์ของเขากับมารีจึงเป็นไปโดยไม่มีแบบแผนใดๆ เขาทำตามความรู้สึกของมนุษย์ผู้ชายคนหนึ่งต้องการผู้หญิงเพื่อตอบสนองความต้องการทางกาย อีกทั้งเมอร์โซไม่ได้ให้ความสำคัญกับความรักเพราะเขาเห็นว่าความสัมพันธ์กับมารีกับความรักไม่ใช่เรื่องเดียวกัน

6.1.5 การฆาตกรรมชายชาวอาหรับบนชายหาดของเมอร์โซดูเหมือนว่าไม่ได้เกิดจากแรงจูงใจใดๆ หรือความขัดแย้งที่มีมาก่อนหน้านี้ เพราะเขาบังเอิญเจอชายชาวอาหรับคนที่เคยมีเรื่องทะเลาะวิวาทกับเรมง โดยที่เขาไม่มีส่วนเกี่ยวข้องและไม่ได้เข้าร่วมการทะเลาะวิวาทนั้น การฆาตกรรมที่ไม่มีเหตุผลที่ชัดเจนและดูเหมือนจะเกิดจากธรรมชาติและบรรยากาศในเวลานั้นบีบคั้นทำให้เขากระทำการลงไป ทั้งหมดสะท้อนถึงความแปลกวิสัยของการกระทำและการตัดสินใจของเมอร์โซและนำไปสู่โศกนาฏกรรมในชีวิตของเขาในเวลาต่อมา

(15) “ผมคิดว่าแค่ผมหันหลังกลับ เรื่องทุกอย่างก็จะจบ […] ก็เพราะความร้อนที่แผดเผา ผมจึงทนไม่ไหวอีกต่อไปแล้ว ดังนั้นผมจึงขยับก้าวไปข้างหน้า แม้จะรู้ดีว่า มันเป็นสิ่งที่โง่ […] แต่ผมได้ก้าวไปแล้วหนึ่งก้าว ก้าวเดียวเท่านั้น คราวนี้ชายชาวอาหรับยังไม่ทันได้ลุกขึ้น ก็ชักมีดออกมาทางผมซึ่งกระทบกับแสงแดด แสงแดดทำให้เหล็กสะท้อนเป็นประกายแวววับพุ่งใส่หน้าผม […] แล้วทุกสิ่งก็สั่น ทะเลปั่นป่วน พัดคลื่นลูกโตและหนักหน่วง ผมรู้สึกเหมือนว่าท้องฟ้าเปิดออกพร้อมกระหน่ำฝนลูกไฟลงมา ร่างผมทั้งเกร็งและเครียด ผมกำปืนแน่น ไกปืนสลักเลื่อน ผมสัมผัสด้ามปืน และทันใดนั้นเองทุกสิ่งทุกอย่างเริ่มขึ้น […] ผมยิงไปอีกสี่นัดซ้อนบนร่างที่ไม่ไหวติง กระสุนเจาะลึกลงไปโดยไม่ทิ้งร่องรอยและเสียงปืนทั้งสี่นัดนั้นเองเป็นเหมือนการเคาะสี่ครั้งลงบนประตูแห่งเคราะห์กรรม” (Camus, 1942a, pp. 91-93)

6.1.6 กระบวนการสอบสวนและการตัดสินโทษในคดีฆาตกรรมชายชาวอาหรับของเมอร์โซ โดยในตอนที่ 2 ของนวนิยาย เมอร์โซเล่าถึงชีวิตที่เขาอยู่ในห้องขังเป็นระยะเวลาหลายเดือนและเล่าถึงกระบวนการพิจารณาคดีที่ไม่ได้เน้นเรื่องการฆาตกรรม แต่กลับเน้นพฤติกรรมที่เขาไม่ร้องไห้หรือไม่แสดงความเสียใจในพิธีศพของแม่ของเขา อีกทั้งพฤติกรรมอื่นๆ ของเขา เช่น เขายังสูบบุหรี่ ดื่มกาแฟและไปดูหนังกับผู้หญิงของเขาในวันถัดไป ซึ่งทั้งผู้พิพากษาไต่สวน ประธานศาลและอัยการมองว่าเมอร์โซผิดแผกไปจากบุคคลทั่วไปในสังคม ทุกคนล้วนแต่พยายามหาสาเหตุและแรงจูงใจในการฆาตกรรมที่เน้นเรื่องศีลธรรมมากกว่าความผิดจริง

(16) “เขา (*ทนาย*) นั่งลงบนเตียงและอธิบายกับผมว่าพวกเขาได้ไปหาข้อมูลเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัวของผม พวกเขาทราบมาว่าแม่ของผมเพิ่งจะตายไปเมื่อไม่นานนี้ที่บ้านพักคนชรา เขาได้ไปสอบสวนกันที่เมอร์องโก อัยการรับทราบว่า ‘ผมได้แสดงอาการไม่ทุกข์ร้อน’ ในวันฝังศพแม่’” (Camus, 1942a, pp. 91-99)

นอกจากนี้ยังมีการสืบพยานบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบ้านพักคนชราจำนวนหนึ่ง เช่น ผู้อำนวยการบ้านพักคนชรา คนเฝ้าประตู เปแร็ส (Pérès) รวมถึงบุคคลที่อยู่รอบตัวเมอร์โซ ได้แก่ เรมง มาซง (Masson) ซาลามาโน มารี และเซแล็สต์ (Céleste) ซึ่งหากพิจารณาแล้วมีเพียงเรมงที่น่าจะเกี่ยวข้องกับคดีฆาตกรรมชายชาวอาหรับที่เป็นพี่ชายของแฟนสาวของเรมงที่เมอร์โซช่วยเขาเขียนจดหมายขมขู่เธอ ระหว่างการสืบความ คำถามที่ประธานผู้พิพากษาถามเมอร์โซหรือพยานก็ยังคงเป็นเรื่องงานศพแม่ของเมอร์โซ

(17) “เขา (*ประธานผู้พิพากษา*) บอกผมว่าตอนนี้จะเริ่มตั้งคำถามที่เหมือนจะไม่เกี่ยวข้องกับคดีนี้ แต่มันมีความสัมพันธ์กัน ผมเข้าใจว่าจะถามถึงแม่อีกและผมรู้สึกเบื่อมาก” (Camus, 1942a, p. 133)

การซักพยานหลายคนยังคงเน้นย้ำเหตุการณ์งานศพแม่ของเมอร์โซ โดยผู้อำนวยการบ้านพักคนชราได้ให้ข้อมูลแก่ประธานผู้พิพากษาว่า (18) “[…] ผมไม่อยากดูศพของแม่ ผมไม่ร้องไห้แม้แต่ครั้งเดียวและผมก็จากไปทันทีหลังพิธีการฝังศพโดยไม่ร่ำลาที่หลุมฝังศพ อีกสิ่งที่ทำให้เขาประหลาดใจก็คือพนักงานพิธีการฝังศพได้บอกว่าผมไม่รู้อายุของแม่” (Camus, 1942a, p. 135)

กามูว์แสดงให้เห็นถึงความแปลกวิสัยของการสอบสวนในคดีฆาตกรรมชายชาวอาหรับของเมอร์โซว่าแทนที่เขาจะถูกสอบสวนถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการฆาตกรรม แต่ทว่าเขากลับถูกตั้งคำถามเกี่ยวกับเหตุการณ์การตายของแม่ของเขา หรือการพยายามโน้มน้าวใจให้เขาเชื่อในศาสนาและพระเจ้า ความผิดที่แท้จริงของเขาจึงดูเหมือนจะไม่ใช่การฆาตกรรมชายชาวอาหรับ แต่เป็นการไม่ร้องไห้ในงานศพของแม่และความเฉยชาของเขาต่อชีวิต นั่นคือสิ่งที่ผู้พิพากษาและสังคมไม่อาจยอมรับได้ ในที่สุด ศาลก็ตัดสินโทษประหารชีวิตเขา

6.2 ความแปลกวิสัยในระดับเนื้อเรื่องผ่านพฤติกรรมของตัวละคร

นอกจากแนวคิดความแปลกวิสัยจะถูกนำเสนอผ่านการดำเนินเนื้อเรื่องแล้ว ยังถูกนำเสนอผ่านพฤติกรรมของตัวละครหลักคือเมอร์โซที่มีปฏิสัมพันธ์กับตัวละครตัวอื่นๆ ตลอดทั้งเนื้อเรื่อง เช่น

6.2.1 การแสดงอารมณ์เฉยชากับทุกอย่างที่อยู่รอบตัว โดยตั้งแต่เริ่มต้นเนื้อเรื่อง ในวันที่เขาได้รับโทรเลขว่าแม่ของเขาเสียชีวิต เขาไม่ได้แสดงความเสียใจหรืออาลัยอาวรณ์ตลอดงานศพของแม่

(19) “[…] ต่อมาอีกครู่หนึ่ง เขา (*พนักงานเฝ้าศพ*) ถามว่า ‘ศพแม่คุณเหรอ’ ผมก็ตอบไปว่า ‘ใช่ครับ’ เขาถามต่อว่า ‘เธอแก่แล้วหรือ’ ผมตอบไปว่า ‘ก็อย่างนั้นล่ะ’ เพราะว่าผมจำอายุที่แท้จริงของแม่ไม่ได้” (Camus, 1942a, p. 28)

รวมถึงการเล่าพิธีฝังศพที่บรรยายพฤติกรรมของเมอร์โซที่ไม่แสดงอารมณ์และความรู้สึกเสียใจอย่างที่ควรจะต้องเกิดขึ้นหลังจากการสูญเสียแม่ไป ซึ่งเป็นพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่หรือตามที่อภิปรัชญาเน้นย้ำ

(20) “[…] จู่ๆ ผมก็อยากสูบบุหรี่ขึ้นมา แต่ก็ลังเลอยู่เพราะไม่รู้ว่าสูบได้หรือเปล่าต่อหน้าศพแม่ ผมก็ใคร่ครวญอยู่แล้วก็เห็นว่าไม่เป็นอะไร” (Camus, 1942a, p. 17)

อีกทั้งในช่วงเคลื่อนขบวนศพของแม่ เมอร์โซกลับพรรณนาถึงอากาศที่ร้อนอบอ้าวและความรู้สึกไม่สบายตัวของเขา ในขณะที่ผู้คนรอบข้างที่อยู่ในงานศพแม่ของเขากลับแสดงอารมณ์ต่างๆ ออกมา ไม่ว่าจะเป็นการร้องไห้ความอาลัย การนิ่งสงบ ส่วนเมอร์โซกลับแสดงพฤติกรรมอันเป็นปกติและยังรู้สึกอึดอัดเมื่อต้องไปร่วมงานศพแม่ของตนเอง เมื่อคนเฝ้าศพถามว่าเขาอยากเห็นศพแม่ไหม เขาก็ตอบว่า (21) “ไม่ละ” (Camus, 1942a, p. 14) โดยไม่มีเหตุผล (22) “ผมก็ไม่รู้ว่าเพราะอะไร” (Camus, 1942a, p. 14) แสดงให้เห็นว่าเขารู้สึกเฉยต่อการตายของแม่ของเขาเหมือนกับการดำเนินชีวิตในเรื่องอื่นๆ

นอกจากนี้ เขายังเล่าถึงการใช้ชีวิตอันเป็นปกติของเขา เขายังคงบรรยายถึงแสงแดด ออกไปเที่ยวและมีสัมพันธ์กับแฟนสาว สูบบุหรี่ ไปในสถานที่ที่เคยไปและพูดคุยกับผู้คนรอบข้างอย่างเคยทำ เขาไม่ได้ให้ความหมายสิ่งใดเป็นพิเศษ หรือแม้แต่ชีวิตการทำงานของเมอร์โซ เขาก็แสดงให้เห็นว่าการทำงานเป็นแค่กิจกรรมหนึ่งของชีวิตที่เขาต้องทำในแต่ละวัน เขาจึงไม่สนใจความก้าวหน้าในหน้าที่การงานเหมือนผู้คนในสังคมทั่วไป

(23) “เขา (*เจ้านาย*) ตั้งใจจะเปิดสำนักงานอีกแห่งหนึ่งที่ปารีสในการจัดการธุรกิจของเขาที่นั่นโดยตรงกับบริษัทใหญ่ๆ ทั้งหลายและเขาต้องการรู้ว่าผมอยากไปที่นั่นไหม มันจะทำให้ผมได้ไปใช้ชีวิตอยู่ที่ปารีสและในแต่ละปีก็จะได้เดินทางด้วย ‘คุณยังหนุ่มอยู่ ดูเหมือนว่ามันน่าจะเป็นชีวิตที่คุณพอใจนะ’ ผมก็ตอบไปว่า ก็ใช่ แต่เอาจริงๆ แล้ว ผมยังไงก็ได้ เขาถามอีกว่าผมไม่สนใจในการเปลี่ยนแปลงในชีวิตบ้างหรือ ผมก็ตอบไปอีกว่าคนเราไม่ได้เปลี่ยนแปลงอะไรในชีวิตหรอก ทุกชีวิตมีค่าเท่ากันและชีวิตของผมก็น่าพอใจอยู่ […] ผมไม่อยากทำให้เขาไม่พอใจหรอกนะ แต่ก็มองไม่เห็นเหตุผลที่จะต้องเปลี่ยนชีวิตของตัวเอง เมื่อใคร่ครวญดีแล้ว ผมก็ไม่ทุกข์ร้อนอะไร” (Camus, 1942a, pp. 66-67)

6.2.2 การแสดงความต้องการความมั่นคงในความรักของมารี นั่นคือการแต่งงานที่เปรียบเสมือนสัญญาประชาคมของคนสองคนที่ต้องการใช้ชีวิตร่วมกัน หากแต่ได้รับการตอบสนองด้วยความรู้สึกเฉยชาจากเมอร์โซ เธอและเขาจึงเป็นเสมือนขั้วตรงข้ามของความรู้สึก เธอย้ำถามเรื่องความรักกับเมอร์โซถึงสองครั้ง (ตัวอย่างที่ 13-14) มารีจึงเป็นตัวแทนของขนบและวิถีที่ปกติ เธอเป็นหญิงสาวที่ต้องการทั้งความสัมพันธ์ทางกายและทางใจ (24) “เธอบอกว่าการแต่งงานเป็นเรื่องสำคัญ ผมก็ตอบไปว่า ‘ไม่เลย’ เธอนิ่งเงียบไปครู่หนึ่งและมองผมอย่างเงียบๆ” (Camus, 1942a, p. 67) ขณะที่เมอร์โซมองว่าการแต่งงานนั้นไม่สำคัญใดๆ

แม้ว่าเขาจะพอใจทั้งการออกไปดูหนังหรือการมีความสัมพันธ์ลึกซึ้งกับมารี แต่ความรู้สึกที่แท้จริงของเขาคือเขาแค่พอใจที่จะกระทำเช่นนั้น แต่ไม่ได้ต้องการการแต่งงานกับเธอ แม้ว่าจะถูกถามย้ำจากเธอ เขาก็ยังคงยืนกรานความรู้สึกของเขาเช่นนั้น เพราะเขาไม่ได้ให้ความสำคัญกับการแต่งงาน

6.2.3 การแสดงความรักและความชังของซาลามาโนต่อสุนัขที่เขาเลี้ยง ในขณะที่เขาอยู่กับสุนัขของเขา เขาก่นด่าและตีสุนัขของเขาตลอดเวลา เขากระทำอย่างนั้นทุกวันเป็นประจำซ้ำแล้วซ้ำเล่าตลอดระยะเวลา 8 ปี โดยไม่มีเหตุผลใดๆ การกระทำความรุนแรงของเขาเป็นเสมือนสิ่งที่ต้องกระทำเพื่อให้ชีวิตของเขาผ่านไปได้ในแต่ละวัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เมอร์โซและคนอื่นอย่างเรมงก็สังเกตเห็น แต่เมื่อสุนัขหายไป เขากลับรู้สึกกระวนกระวาย ออกค้นหามันตลอดเวลา โดยมีเมอร์โซเข้าไปรับรู้และเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้ เมอร์โซเองยังรู้สึกถึงความสัมพันธ์อันแปลกวิสัยของซาลามาโนกับสุนัขของเขา เมื่อเมอร์โซได้แนะนำให้เขาไปดูที่โรงเก็บสุนัข โดยอาจเสียค่าปรับบ้างเล็กน้อย แต่ซาลามาโนกลับสบถออกมาว่า (25) “‘เสียเงินเสียทองให้ไอ้หมาเน่าๆ อย่างนั้นน่ะเหรอ ปล่อยให้มันอดตายไปซะดีกว่า’ แล้วแกก็ด่ามันเสียอีกยืดยาว […]” (Camus, 1942a, p. 62) แต่เขาก็ยังกังวลกับสุนัขของเขาและถามเมอร์โซว่า (26) “พวกเขาจะไม่เอามันไปจากผมใช่ไหมคุณเมอร์โซ พวกเขาจะเอามันมาคืนผมใช่ไหม ไม่อย่างนั้น ผมจะอยู่อย่างไร” (Camus, 1942a, p. 63) เมื่อเมอร์โซบอกกับเขาว่า (27) “[…] สถานกักกันสัตว์จะเก็บสุนัขไว้ 3 วันเพื่อคืนเจ้าของ ต่อจากนั้นพวกเขาถึงจะจัดการอย่างเหมาะสม เขามองผมเงียบๆ จากนั้นเขาพูดว่า ‘สวัสดีครับ’ แล้วเขาก็ปิดประตู ผมได้ยินเสียงเดินไปเดินมา มีเสียงเตียงดังขึ้นและก็มีเสียงเบาๆ แปลกๆ ลอดผ่านผนังห้องออกมา ผมรู้เลยว่าเขากำลังร้องไห้” (Camus, 1942a, p. 63)

ซาลามาโนเป็นตัวละครที่แสดงให้เห็นถึงความแปลกวิสัยในการสร้างความสัมพันธ์กับสุนัขที่อยู่เคียงข้างเขาตลอดระยะเวลาหลังจากที่เขาสูญเสียภรรยาไป หลังจากมันหายไป เขาแสดงให้เห็นว่าในความเป็นจริงแล้วเขารู้สึกโดดเดี่ยวและแสดงว่าเขามีความผูกพันกับสุนัขของเขา แต่เขากลับไม่เคยแสดงความรักต่อมันเมื่อมันยังอยู่ด้วย

6.2.4 การแสดงอารมณ์ของเรมง เพื่อนบ้านของเมอร์โซอย่างไม่สมเหตุสมผล เขาเป็นชายที่ชอบความรุนแรงและชอบควบคุมแฟนสาว เมื่อพบเจอเมอร์โซ เขากลับคุยโวโอ้อวดถึงอุปนิสัยที่ชอบความรุนแรงของเขา

(28) "'คุณน่าจะเข้าใจผมนะ คุณเมอร์โซ ไม่ใช่เพราะผมเป็นคนใจร้ายหรอกนะ แต่ผมเป็นคนอารมณ์ร้อน ไอ้หมอนั่นมันพูดกับผมว่า 'ถ้าเอ็งเป็นลูกผู้ชาย ก็ลงมาจากรถรางเลย' ผมก็บอกมันไปว่า 'ไปให้พ้น อยู่เฉยๆ เหอะ' มันก็บอกกับผมว่าผมไม่ใช่ลูกผู้ชาย ผมจึงลงจากรถรางและถามมันว่า 'พอได้แล้ว ไม่งั้นฉันจะสั่งสอนแก' มันตอบผมว่า 'ยังไงเหรอ' ผมก็เลยแจกหมัดให้มันไปทีหนึ่ง มันล้มลง ผมจะช่วยพยุงมันให้ลุกขึ้น แต่มันกลับถีบผม ผมเลยอัดมันด้วยเข่าซะสองที หน้ามันมีเลือดออก ผมถามมันว่าสะใจรึยัง มันตอบผมว่า 'พอแล้ว'" (Camus, 1942a, pp. 46-47) เขายังเล่าถึงความสัมพันธ์กับแฟนสาวชาวอาหรับว่าเธอหลอกลวงเขาและเขาต้องการจะแก้แค้นด้วยการเขียนจดหมายเพื่อด่าว่าเธอและต้องการทำให้เธอเสียใจ แต่เขาไม่สามารถเขียนได้ จึงขอร้องเมอร์โซให้ช่วยเขา

6.2.5 การแสดงบทบาทของทนายความ ผู้พิพากษาไต่สวน ประธานศาลและอัยการ

ในตอนที่ 2 ของนวนิยายได้นำเสนอชีวิตของเมอร์โซในเรือนจำและการเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมในศาล ทำให้เขาได้พบเจอและมีปฏิสัมพันธ์กับตัวละครใหม่อย่างทนายความที่จำเป็นต้องมีเพื่อแก้ต่างให้เขาในคดีฆาตกรรมชายชาวอาหรับ แม้ทนายความพยายามปกป้องเมอร์โซ หากแต่ทนายความกลับแสดงให้เห็นว่าเขาไม่เข้าใจเมอร์โซเท่าใดนัก บางครั้งก็แสดงอารมณ์หงุดหงิดและต้องการพยายามสร้างเรื่องราวใหม่ให้รูปคดี เมื่อเมอร์โซพยายามจะบอกความรู้สึกที่แท้จริงของเขา ทนายความกลับต้องการให้เขาโกหกตามที่ทนายความต้องการ เมื่อมีการเอ่ยถึงการตายและพิธีฝังศพแม่ของเมอร์โซ ทนายให้เขากล่าวถึงความรู้สึกที่แท้จริง แต่เขากลับตอบว่าเขารู้อยู่แล้วว่าแม่จะต้องตายในวันใดวันหนึ่ง ดังนั้นการตายของแม่ของเขาจึงเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับเขา แต่สิ่งนั้นทำให้ทนายความแสดงความไม่พอใจออกมา

(29) "เขาจัดแจงให้ผมสัญญาว่าจะไม่กล่าวเช่นนั้นต่อหน้าศาลกับอัยการด้วย" (Camus, 1942a, p. 100)

เมื่อเมอร์โซเข้าพบผู้พิพากษาไต่สวน[8] เขาจะเอ่ยปากว่าอยากช่วยเหลือเมอร์โซ แต่การไต่สวนของเขากลับเน้นไปในเรื่องการโน้มน้าวให้เมอร์โซเชื่อในพระเจ้า แต่เมื่อเมอร์โซปฏิเสธ เขากลับแสดงความไม่พอใจและแสดงพฤติกรรมแปลกๆ ออกมา

(30) "ทันใดนั้น เขาลุกขึ้น เดินก้าวยาวๆ ไปสุดห้องทำงานอีกด้านหนึ่ง เปิดตู้ลิ้นชักเอกสาร เขาหยิบไม้กางเขนเงินออกมา ถือกวัดแกว่งไปมาตรงหน้าผม […]" (Camus, 1942a, pp. 104-105)

ในกระบวนการสืบสวนสอบสวนคดีฆาตกรรมชายชาวอาหรับของเมอร์โซ ทั้งประธานศาลและอัยการผลัดกันซักถามพยาน ซึ่งพยานที่ขึ้นให้การจำนวนหนึ่งเป็นบุคคลที่ปรากฏในพิธีฝังศพแม่ของเมอร์โซ ดังนั้นการสืบสวนจึงเป็นการย้อนถามถึงเหตุการณ์ในวันนั้นมากกว่าจะถามถึงคดีฆาตกรรม

(31) "เขา (*ประธานฯ*) ถามผมว่าทำไมจึงส่งแม่ไปบ้านพักคนชรา" (Camus, 1942a, p. 133)

---

[8] วิภาดา กิตติโกวิท อธิบายว่า "ในประเทศฝรั่งเศสมีระบบการไต่สวน (Procédure inquisitoire หรือ Inquisitorial system) โดยผู้พิพากษาไต่สวน (juge d'instruction) ซึ่งจะทำหน้าที่สืบหาความจริงจากพยานหลักฐานก่อนที่ส่งฟ้องศาล" (กามูส์, 2558, น. 123)

(32) “เขา (*ประธานฯ*) ถามผู้อำนวยการว่าแม่เคยปรับทุกข์หรือบ่นเรื่องผมบ้างไหม ซึ่งผู้อำนวยการก็รับว่าใช่ แต่เป็นเพราะนิสัยของผู้ที่มาอยู่บ้านพักที่จะบ่นญาติทุกคน ประธานฯ ขอให้เขาเจาะจงว่าแม่เคยตำหนิผมบ้างไหมที่ส่งท่านไปอยู่บ้านพักคนชรา ผู้อำนวยการก็ยังคงตอบว่าใช่” (Camus, 1942a, p. 135)

แม้แต่เรื่องการสูบบุหรี่และการดื่มกาแฟของเมอร์โซในงานศพแม่ของเขาก็ถูกหยิบขึ้นมาตั้งคำถามในการสืบสวนสอบสวนคดีฆาตกรรมในครั้งนี้ด้วยเช่นกัน เมื่อคนเฝ้าประตูให้การว่าเมอร์โซไม่อยากดูศพแม่ของเขาพร้อมกับสูบบุหรี่ นอนหลับและดื่มกาแฟใส่นม คนทั้งห้องสอบสวนรู้สึกประหลาดใจ โดยเฉพาะอัยการมีปฏิกิริยาทันที

(33) “เขา (*อัยการ*) ให้คนเฝ้าประตูเล่าซ้ำในเรื่องกาแฟใส่นมและเรื่องบุหรี่ อัยการมองดูผมด้วยสายตาเยาะเย้ย” (Camus, 1942a, p. 137) แม้ว่าเขาจะทราบว่าคนเฝ้าประตูเองเป็นผู้เสนอกาแฟให้เมอร์โซ แต่อัยการก็ยังคงกล่าวว่า

(34) “[…] พวกเขา (*คณะลูกขุน*) จะสรุปว่า ‘คนแปลกหน้าอาจเสนอกาแฟได้ แต่ลูกชายควรปฏิเสธเมื่ออยู่หน้าศพของผู้ที่ให้กำเนิดแก่เขา’” (Camus, 1942a, p. 138)

(35) “อัยการลุกขึ้นท่าทางเคร่งเครียดและด้วยน้ำเสียงที่ตื่นเต้น เขาชี้มาที่ผม พูดช้าๆ ว่า ‘ท่านคณะลูกขุน วันรุ่งขึ้นหลังจากการตายของแม่ของเขา ชายผู้นี้ได้ไปว่ายน้ำ มีความสัมพันธ์ที่ไม่ปกติ และหัวเราะตอนดูหนังตลก ข้าพเจ้าไม่มีอะไรจะกล่าวมากไปกว่านี้แล้ว’” (Camus, 1942a, p. 142)

(36) “อัยการได้หันไปทางคณะลูกขุนและประกาศว่า ‘ชายคนเดียวกันนี้ได้ปล่อยตัวเสเพลอย่างน่าอับอายในวันรุ่งขึ้นหลังจากการตายของแม่ของเขาได้ฆ่าคนตายด้วยสาเหตุอันเหลวไหลที่สุดและเพื่อจัดการกับเรื่องที่ไร้ศีลธรรมที่อธิบายไม่ได้’” (Camus, 1942a, p. 145) และสุดท้ายก่อนจะสิ้นสุดการพิจารณาคดี อัยการได้ปิดท้ายการไต่สวนพยานทั้งหมด

(37) “เขากล่าวอย่างหนักแน่นว่า ‘ข้าพเจ้าขอกล่าวหาชายผู้นี้ว่าเขาได้ฝังศพแม่ของเขาด้วยจิตใจแห่งฆาตกร’” (Camus, 1942a, p. 146)

จากตัวอย่างข้างต้น นอกจากอัยการจะเป็นผู้ทำหน้าที่ผดุงความยุติธรรมตามกฎหมายแล้ว เขายังทำหน้าที่ตัดสินผู้ต้องหาจากคุณค่าทางศีลธรรมและบรรทัดฐานของสังคม เขาพยายามตัดสินให้เมอร์โซมีทั้งความผิดในคดีฆาตกรรมและความผิดทางศีลธรรมไปพร้อมๆ กัน โดยเฉพาะเหตุการณ์การฝังศพแม่ของเขา อัยการจึงเป็นตัวแทนของสถาบันสังคมที่กำลังทำหน้าที่ตัดสินบุคคลคนหนึ่งที่ไม่ได้กระทำตามกฎหมายพร้อมกับไม่ปฏิบัติตามประเพณีปฏิบัติของสังคม ความแปลกวิสัยของพฤติกรรมอัยการก็คือเขาพยายามที่จะตัดสินความหมายมากกว่าความจริง

6.2.6 การปฏิเสธที่จะโกหกความรู้สึกที่แท้จริงของเมอร์โซ

ในเหตุการณ์การตายและงานศพของแม่เมอร์โซ เขาไม่ได้รู้สึกเสียใจหรือโศกเศร้า เขาจึงแสดงอารมณ์ปกติออกมา หรือเมื่อมารีขอเขาแต่งงานและถามความรู้สึกที่แท้จริงของเขา เขาก็ยังคงยืนกรานความรู้สึกที่มีต่อมารีในตอนท้ายเรื่อง แม้ว่าบาทหลวงจะเสนอให้เขาสำนึกความผิดบาปที่เขาได้ทำลงไป เพื่อที่จะทำให้เขาได้รับโทษเบาลงรอดจากโทษประหารชีวิตและสามารถมีชีวิตอยู่ต่อได้ แต่เมอร์โซยอมที่จะเปิดเผยความจริงตามความรู้สึกและสัญชาตญาณของเขาอย่างซื่อสัตย์ เขาปฏิเสธศาสนา (38) “นับเป็นครั้งที่สามแล้วที่ผมปฏิเสธให้บาทหลวงประจำ

เรือนจำเข้าเยี่ยมผม ผมไม่มีอะไรจะคุยกับเขา ผมไม่อยากพูดอะไร […]"(Camus, 1942a, p. 163) อย่างไรก็ตาม บาทหลวงก็ยังคงโน้มน้าวให้เขายอมรับในพระเจ้าและสารภาพบาปต่อพระองค์ แต่เมอร์โซยืนยันว่า (39) "ผมไม่ต้องการให้ใครมาช่วยและโดยเฉพาะตอนนี้ ผมไม่มีเวลามากพอที่จะสนใจในสิ่งที่ผมไม่แยแส" (Camus, 1942a, p. 175) และสุดท้ายเมอร์โซ (40) "[…] พยายามอธิบายเป็นครั้งสุดท้ายให้เขาเข้าใจว่าผมเหลือเวลาน้อยแล้ว ผมจึงไม่อยากเสียเวลาไปกับพระเจ้า" (Camus, 1942a, p. 180) และไม่ว่าบาทหลวงจะโน้มน้าวเขาด้วยท่าทีประนีประนอมและอ่อนโยนอย่างไร เมอร์โซก็ยังคงยืนยันว่าเขาไม่เชื่อในพระเจ้า

6.2.7 การยอมรับความตาย เมื่อเมอร์โซปฏิเสธที่จะโกหกความรู้สึกที่แท้จริงของเขา เขาตระหนักได้ว่าจะต้องตายด้วยโทษประหารชีวิต ทำให้เมอร์โซเข้าใจว่าความตายเป็นเรื่องสากล ไม่อาจหลีกหนีได้ เขาจึงยอมรับมันโดยดุษณีและอย่างมีศักดิ์ศรี

(41) "[…] ชีวิตนี้ไม่มีค่าแก่การดำรงอยู่ เมื่อคิดอย่างลึกซึ้งแล้ว ผมไม่ปฏิเสธที่จะรับรู้ว่าจะตายเมื่ออายุสามสิบปีหรือตายเมื่ออายุหกสิบปีนั้นมันไม่ต่างกันมากนัก" (Camus, 1942a, p. 171)

เมอร์โซตระหนักว่าความตายคือความแปลกวิสัยหรือความไร้เหตุผลอย่างหนึ่ง ในตอนแรกเขารู้สึกกลัว แต่ในที่สุดการที่เขายอมรับมันก็หมายความว่าเขาสามารถเอาชนะความแปลกวิสัยนั้นได้ (42) "[…] เป็นครั้งแรกที่ผมเปิดใจให้กับความเฉยเมยอันอ่อนโยนของโลกใบนี้" (Camus, 1942a, p. 184) ดังที่กามูว์เรียกว่า "การขบถอย่างชาญฉลาด" (révolte lucide) และเขายังดำรงอยู่อย่างอิสระ แสดงให้เห็นถึงความสงบภายในใจของเขา เขาไม่รู้สึกว่าสูญเสียอะไร แต่กลับรู้สึกว่าเขามีความสุขที่ยอมรับความตายนั้น (43) "[…] ในที่สุด ผมก็รู้สึกว่าผมเคยมีความสุขและผมก็ยังมีความสุขอยู่" (Camus, 1942a, p. 184)

6.3 ประเด็นความแปลกวิสัยกับพุทธปรัชญา

หากพิจารณาการเล่าเรื่อง แก่นเรื่องและการดำเนินเนื้อเรื่องผ่านพฤติกรรมของตัวละครของนวนิยายเรื่อง *คนนอก* พบว่าสอดคล้องกับพุทธปรัชญาหลายประเด็น ทั้งในระดับการเล่าเรื่องและระดับเนื้อเรื่องผ่านพฤติกรรมของตัวละคร

6.3.1 เรื่องกฎแห่งกรรม

แม้ว่าคำพิพากษาเมอร์โซมาจากการที่เขาไม่มีศีลธรรมมากกว่าการฆาตกรรมชายชาวอาหรับและมองว่าการตัดสินอาจมีโทษรุนแรงเกินไปและไม่สมเหตุสมผล แต่คำตัดสินของศาลก็แสดงให้เห็นว่าเมื่อเมอร์โซกระทำผิดหรือก่อกรรมใดขึ้น เขาจะต้องได้รับผลแห่งกรรมนั้น แม้ว่าตามเหตุการณ์ที่เขาได้เล่าให้ฟังว่าเขาไม่ได้ตั้งใจที่จะฆ่าชายชาวอาหรับ หากแต่ธรรมชาติที่อยู่รอบตัวเป็นผู้ชักนำให้เขาต้องยิงชายชาวอาหรับคนนั้น แต่การยิงด้วยกระสุนอีกสี่นัดซ้อนชี้ให้เห็นว่าเขากระทำกรรมปาณาติบาต (การฆ่าสัตว์ตัดชีวิต) นั้นด้วยความตั้งใจ

6.3.2 ความเข้าใจกฎของไตรลักษณ์ว่าด้วยเรื่องอนิจจัง

ในตอนเริ่มต้นเรื่อง เมอร์โซได้รับข่าวการตายของแม่ของเขาและได้ไปร่วมงานศพ การที่เมอร์โซพูดออกมาว่า (ตัวอย่างที่ (1)) "วันนี้สิ้นะที่แม่ตาย" นั่นอาจหมายถึงเมอร์โซรู้อยู่แล้วว่าวันหนึ่งแม่ของเขาต้องตาย จึงไม่ได้แสดงอาการโศกเศร้าให้ทุกคนเห็นและยังคงดำเนินชีวิตปกติ แสดงให้เห็นว่าเมอร์โซเข้าใจกฎของไตรลักษณ์

เรื่องอนิจจัง คือ “สิ่งทั้งหลายทั้งปวงประเภทที่เป็นสังขารคือมีเหตุปัจจัยปรุงแต่งนั้นมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่มีความคงที่ตายตัว” (พุทธทาส อินทปัญโญ, 2548, น. 37) ชีวิตของแม่เมื่อดำเนินมาถึงวัยชราก็จะต้องแตกดับไปเป็นธรรมดา หรือในตัวอย่างที่ (44) แสดงให้เห็นว่าเขาเข้าใจว่าความตายต้องเกิดขึ้นกับเขาไม่วันใดก็วันหนึ่ง และเมื่อรู้ว่าเขาต้องโทษประหารชีวิต เขาก็ยอมรับโดยดุษณี เจริญด้วยมรณาสติหรือการ “ระลึกถึงความตายอันต้องมาถึงตนเป็นธรรมดา […] เกิดความไม่ประมาทและไม่หวาดกลัว” (พระพรหมคุณาภรณ์, 2551ก, น. 298)

6.3.3 เรื่องของมรรคมีองค์ 8

พฤติกรรมของเมอร์โซแสดงให้เห็นชัดว่าเขาขาดมรรคข้อ 1 คือสัมมาทิฏฐิหรือความเห็นชอบหรือเห็นถูกต้อง เนื่องจากขาดโยนิโสมนสิการหรือการคิดที่ถูกวิธีหรือรู้จักคิดในการคบค้าสมาคมกับมิตรอย่างเรมง ที่นำพาเขาสู่ทางที่ผิด อีกทั้งยังขาดปรโตโฆสะคือการน้อมฟังคำแนะนำหรือฟังคำบอกเล่าจากมิตรที่ดี แต่การที่เมอร์โซฟังเรื่องราวของแฟนสาวจากเรมง โดยเขาขอให้เมอร์โซช่วยเขียนจดหมาย เขากลับกระทำตามโดยไม่ตั้งคำถามใดๆ ซึ่งถือเป็นการกระทำอันมิชอบ ขาดมรรคข้อ 4 สัมมากัมมันตะ ก่อให้เกิดอกุศลกรรมบถ คือการคิดร้ายกับผู้อื่นและการทำลายชีวิตผู้อื่นในที่สุด ส่วนตัวละครอย่างเรมงก็แสดงให้เห็นว่าเขาขาดทั้งสัมมาทิฏฐิ สัมมากัมมันตะและสัมมาอาชีวะ

6.3.4 เรื่องของฆราวาสธรรมหรือหลักการครองเรือน

แม้เมอร์โซแสดงให้เห็นว่าเขาเป็นคนที่มีสัจจะต่อความรู้สึกและการดำเนินชีวิตของเขาเอง แต่เขาขาดการยับยั้งสติเมื่อต้องเผชิญหน้ากับชายชาวอาหรับ ทำให้เขายิงชายชาวอาหรับทั้งๆ ที่ไม่ได้ตั้งใจ หรือตัวละครอย่างซาลามาโนก็ขาดทมะ กล่าวคือขาดการควบคุมอารมณ์โกรธต่อสุนัขของเขา เขาตีมัน ทั้งๆ ที่เขารักและรู้สึกผูกพันกับมัน หรือเรมงก็ขาดขันติต่อแฟนสาวของเขา เขายังคงโกรธแฟนสาวและต้องการคิดจะแก้แค้น

6.3.5 เรื่องของไตรสิกขาและพรหมวิหาร 4

หากพิจารณาตัวละครอย่างเมอร์โซ เรมงและซาลามาโน ทุกคนล้วนแต่ขาดหลักธรรมเรื่องของศีล สมาธิและปัญญาในการพิจารณาแยกแยะว่าสิ่งใดถูกสิ่งใดผิด พวกเขาจึงไม่สามารถดำเนินชีวิตให้ถูกทำนองคลองธรรมได้โดยตลอด อีกทั้งเมอร์โซและเรมงก็ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมของตนเองได้ ทั้ง 2 คนขาดอุเบกขาที่จะไม่เข้าไปข้องเกี่ยวกับอกุศลกรรมบถ ส่วนซาลามาโนก็ขาดความเมตตาต่อสุนัขซึ่งเป็นสัตว์เลี้ยงที่อยู่กับเขามาเป็นเวลาหลายปี

6.3.6 เรื่องอจินไตย

ในส่วนของแก่นเรื่องคือความแปลกวิสัยหรือความไร้สาระที่ไม่สามารถหาคำตอบได้กับทุกสิ่งในโลกนี้ กามูว์ชี้ให้เห็นว่ามนุษย์ไม่สามารถหลีกหนีความแปลกวิสัยของโลกและชีวิตได้ เพราะเขาเชื่อว่า “ชีวิตเป็นสิ่งไร้เหตุผลเช่นเดียวกับโลก เหตุผลไม่อาจไขความลี้ลับของชีวิตได้ เรารู้แต่เพียงว่าชีวิตอยู่ได้อย่างไร แต่เราไม่รู้ความจริงว่าทำไมชีวิตจึงมีอยู่? ทำไมชีวิตจึงไม่เป็นอย่างที่ควรจะเป็น?” (พินิจ รัตนกุล, 2555, น. 54) สิ่งนี้ตรงกับหลักอจินไตยในพุทธศาสนา 4 ประการ ได้แก่ “1) พุทธวิสัยของพระพุทธเจ้าทั้งหลาย (พุทฺธวิสโย) 2) ฌานวิสัยของผู้ได้ฌาน (ฌานวิสโย) 3) กรรมวิสัยหรือวิบากแห่งกรรม (กมฺมวิปาโก) และ 4) โลกวิสัยหรือความคิดเรื่องโลก (โลกจินฺตา) ซึ่งพระพุทธเจ้าทรงตรัสว่าเป็นเรื่องที่ไม่ควรคิด ใครคิดพึงมีส่วนแห่งความเป็นบ้า

ความเดือดร้อน” (องฺ.จตุกฺก. 21/77/122 (ไทย.มจร) อ้างถึงใน พงษ์ศิริ ยอดสา, 2566) แม้ว่าพระพุทธเจ้าจะตรัสไว้เช่นนั้นก็มิได้หมายความว่าห้ามมิให้คิด แต่การหาคำตอบนั้นอาจเป็นไปได้ยาก เนื่องจากต้องเกิดความศรัทธาและรู้แจ้งกับสิ่งเหล่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นของ “กรรม” หรือการต้องดำเนินชีวิตไปตามกฎแห่งกรรมที่มนุษย์เป็นผู้รับผลแห่งกรรมนั้นซึ่งเป็นผลของเหตุมาจากอดีตชาติ การตั้งคำถามว่าทำไมเราต้องเป็นเช่นนี้เช่นนั้นจึงไม่มีประโยชน์ เพราะที่สุดแล้วก็ไม่สามารถพบคำตอบได้ ตัวละครทุกตัวดูเหมือนต้องประสบพบเจอกับสิ่งที่เรียกว่าทุกขังอยู่ทุกเมื่อเชื่อวันไม่ว่าจะเป็นทางกายหรือทางใจ ดังเช่น ตัวละครซาลามาโนพบว่าตนเองต้องจมอยู่กับความทุกข์และเศร้าหมองตั้งแต่ภรรยาจากเขาไป เขาต้องอยู่กับสุนัขที่เลี้ยงไว้ ส่วนเมอร์โซเองประสบกับสภาวะอันเป็นทุกข์โดยเฉพาะจากสภาพแวดล้อม (ตัวอย่างที่ (2) (3) หรือ (15)) หรือทุกข์ที่ต้องมาอยู่ในเรือนจำเพื่อรอการตัดสิน ในตอนแรกเขารู้สึกกระวนกระวายและเป็นทุกข์เมื่อรู้ว่าต้องโทษประหารชีวิต แต่ในที่สุดเขาก็ยอมรับความตายนั้นได้

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังพบว่าการนำเสนอแนวคิดความแปลกวิสัยของกามูว์นั้นมีข้อแตกต่างจากพุทธปรัชญาอยู่บางประเด็น โดยกามูว์ไม่ได้ให้คำตอบว่าทำไมชีวิตไร้สาระหรือมีความแปลกวิสัย เขาบอกแต่เพียงว่าเหตุผลไม่สามารถอธิบายทุกอย่างในชีวิตหรือในโลกได้และเขาเสนอให้ตัวละครหลักอย่างเมอร์โซต่อต้านด้วยการยอมรับกับการมีชีวิตอยู่ในโลกที่มีความแปลกวิสัยอย่างกล้าหาญซึ่งถือเป็นการขบถอย่างชาญฉลาด ส่วนพุทธศาสนานั้นบอกว่าการที่เราเกิดมาเป็นมนุษย์และต้องเผชิญกับทุกสิ่งนั้นก็ด้วยผลแห่งกรรมที่ติดตัวเรามา การที่มนุษย์แต่ละคนมีความแตกต่างกันก็เพราะเหตุแห่งการกระทำในอดีตที่ผ่านมา หากต้องการมีชีวิตอย่างมีความสุข มนุษย์ต้องตื่นรู้อยู่ตลอดเวลาและใช้หลักธรรมเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต เพื่อให้พบความสุขตามวิถีโลกียะ นอกจากนี้ยังเสนอทางออกสำหรับผู้ที่ต้องการพ้นทุกข์แบบโลกุตระซึ่งก็คือนิพพาน เพราะเป็นหนทางที่มนุษย์ไม่ต้องกลับมาเวียนว่ายตายเกิดและพบเจอกับสิ่งที่เรียกว่าทุกขังอีก

7. สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ประเด็นความแปลกวิสัยหรือไร้เหตุผลในนวนิยายเรื่อง *คนนอก* ปรากฏอยู่ตลอดทั้งเรื่องในระดับการเล่าเรื่องแก่นเรื่องและการดำเนินเนื้อเรื่องโดยนำเสนอผ่านพฤติกรรมของตัวละคร กามูว์ใช้วิธีการเล่าเรื่องแบบลักษณะเรียบง่ายเรียงไปตามลำดับเวลา (มีเพียงเมื่อเมอร์โซหวนคิดถึงแม่หรือพ่อของเขา เขาถึงเล่าย้อนอดีตแทรกเข้ามาในช่วงสั้นๆ) โดยเหตุการณ์ของเนื้อเรื่องในตอนแรกกินระยะเวลาไม่นานนัก เป็นการนำเสนอตัวละครหลักคือเมอร์โซที่กำลังเล่าเรื่องของตนเองกับเรื่องที่เขามีปฏิสัมพันธ์กับตัวละครหรือเหตุการณ์ต่างๆ มุมมองการเล่าจึงเป็นมุมมองที่จำกัดตามการรับรู้และความคิดเห็นของเขาเท่านั้น ส่วนในตอนที่สองเป็นการนำเสนอเหตุการณ์การพิจารณาคดีของเมอร์โซ แม้จะกินระยะเวลาหลายเดือน แต่การเล่าเรื่องมีเพียงไม่กี่ประเด็นเท่านั้น ส่วนตัวละครที่ปรากฏในเนื้อเรื่องล้วนมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปตามบทบาทและหน้าที่ แต่กามูว์ก็สะท้อนให้เห็นถึงความแปลกวิสัยของตัวละครแต่ละตัวในสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างชัดเจน

เมื่อพิจารณาความแปลกวิสัยหรือความไร้เหตุผลของกามูว์ที่นำเสนอในนวนิยายเรื่อง *คนนอก* และหลักคำสอนของพุทธศาสนาแล้ว แม้จะต่างวัฒนธรรม ต่างสมัย ต่างเป้าหมาย แต่ทั้งสองแนวคิดก็นำเสนอข้อเท็จจริงประการหนึ่งคือการยอมรับว่าโลกนี้ไม่มีความหมายโดยกำเนิดและมนุษย์ไม่สามารถหาคำตอบได้ว่าทำไมจึงเป็นเช่นนั้น มนุษย์ต้องเผชิญกับความว่างเปล่า แต่ข้อเสนอของทั้งสองกลับต่างกัน กามูว์เสนอให้มนุษย์ “ขบถ”

และมีชีวิตอยู่ด้วยความกล้าหาญท่ามกลางความแปลกวิสัยหรือความไร้เหตุผลนั้นและดำเนินชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรี ขณะที่พุทธศาสนาเสนอให้ละวางสิ่งทั้งปวงเพื่อเข้าถึงความพ้นทุกข์ รวมถึงละความยึดมั่นในตัวตนเพื่อเข้าถึงภาวะสงบที่เหนือโลกวิสัย การเปรียบเทียบเช่นนี้ช่วยเปิดพื้นที่สนทนาความคิดระหว่างปรัชญาตะวันตกกับตะวันออก และชี้ให้เห็นว่าวิธีเผชิญหน้ากับความว่างเปล่านั้นมีหลายเส้นทาง ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดความแปลกวิสัยหรือพุทธปรัชญาล้วนเปิดมุมมองให้เห็นถึงความลึกซึ้งของปรัชญาตะวันตกและตะวันออกที่แม้จะอยู่คนละซีกโลกและเกิดต่างเวลากัน แต่ทั้งสองก็กระตุ้นเตือนให้มนุษย์มีชีวิตอยู่กับสิ่งที่ต้องพบเจอบนโลกใบนี้ได้อย่างสงบสุข

8. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “ปรัชญาพุทธศาสนาในวรรณกรรมแนวแปลกวิสัยของอาลแบร์ กามูว์” (Buddhism in Absurdism’s Literary Works of Albert Camus) โดยได้รับทุนอุดหนุนจากภาควิชาวิทยาการภาษาและวัฒนธรรม (เดิมคือภาควิชาศิลปศาสตร์) คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ประจำปีงบประมาณ 2558 อนึ่ง ความเห็นในรายงานผลการวิจัยเป็นของผู้รับทุน ภาควิชาวิทยาการภาษาและวัฒนธรรม คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป

รายการอ้างอิง

กามูส์, เอ. (2558). *L’étranger-La chute* [คนแปลกหน้า-ผู้ตกต่ำ]. มูลนิธิหนังสือเพื่อสังคม.

ธัญญา สังขพันธานนท์. (2539). *วรรณกรรมวิจารณ์*. นาคร.

นพพร ประชากุล. (2552). วรรณกรรมศึกษา: การวิเคราะห์นิยาย. ใน *ยอกอักษร ย้อนความคิด เล่ม 1 ว่าด้วยสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์* (น. 49-170). วิภาษา.

ปัณฑิตา จันทร์อร่าม. (2557). *กระบวนการสร้างสรรค์วรรณกรรมภาพถ่ายแนวอัตถิภาวนิยมจากนวนิยายของอัลแบร์ กามูส์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พงษ์ศิริ ยอดสา. (2566). แนวคิดเรื่องอจินไตยในพระพุทธศาสนาเถรวาท: ความหมายและความเข้าใจ, *วารสารปณิธาน*, *19*(2), 48-64.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต). (2551ก). *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลศัพท์)*. ม.ป.พ.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต). (2551ข). *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม)*. เอส. อาร์. พรินติ้ง แมส โปรดักส์.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต). (2554). *ไตรลักษณ์*. ธรรมสภา.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต). (2555). *พุทธธรรม*. ม.ป.พ.

พระสุพรชัย อานนโท, และพระสัญชัย ญาณวีโร. (2558). ศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดเรื่องทุกข์ในพุทธปรัชญาเถรวาทกับแนวคิดทุกข์นิยมของโชเป็นเฮาเออร์. *วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา*, *6*(2), 44-53.

พินิจ รัตนกุล. (2555). *วิเคราะห์แนวคิดนักเขียนนักคิดชาวฝรั่งเศส อัลแบร์ กามูส์-ปรัชญาแห่งความไร้เหตุผล*. สามัญชน.

พุทธทาส อินทปัญโญ. (2548). *คู่มือมนุษย์*. เพชรประกาย.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2555). *หลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาฝรั่งเศส (ฉบับราชบัณฑิตยสถาน)*. ราชบัณฑิตยสถาน.

วศิน อินทสระ. (2558). *ไตรลักษณ์และปฏิจจสมุปบาท: ความรู้ที่ช่วยให้เข้าใจโลกและชีวิตตามจริง*. ธรรมดา.

วันชาติ ชาญวิจิตร. (2554). *การศึกษาวิเคราะห์แนวคิดทางจริยศาสตร์ในงานวรรณกรรมของอัลแบร์ กามูส์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สนอง วรอุไร. (2553). *ยิ่งกว่าสุขเมื่อจิตเป็นอิสระ.* อมรินทร์ธรรมะ.

สิริจิตต์ ปันเงิน. (2542). *ความตายในทัศนะของกามูส์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุพัตรา คำแก้ว. (2554). *แนวคิดเรื่องมนุษย์ของอัลแบร์ กามูส์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Camus, A. (1942a). *L'étranger.* Gallimard.

Camus, A. (1942b). *Le mythe de Sisyphe*. Gallimard.

Corbic, A. (2003). *Camus: L'absurde, la révolte, l'amour.* Éditions Ouvrières.

Goldenstein, J.-P. (1989). *Pour lire le roman*. De Boeck-Duculot.

Korichi, M. (2005). Dossier: Le texte en perspective. In *L'étranger (texte intégral + dossier)* (pp. 139-204). Folio.

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

ลักษณะและความสำคัญของศิลปกรรมในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว

Received: 21 January 2025
Revised: 19 March 2025
Accepted: 16 July 2025

กรกฎ คำแหง*

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาลักษณะและความสำคัญของศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวจำนวน 3 เรื่อง ผลการวิจัยพบว่าวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวนำเสนอศิลปกรรมประเภทต่างๆ 4 ประเภท ได้แก่ สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรมและศิลปะการแสดง ศิลปกรรมที่ปรากฏมีความสำคัญในการสรรเสริญบุญญาธิการของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว นำเสนอภาพพระองค์ในฐานะผู้อุปถัมภ์ศิลปะและศิลปิน แสดงให้เห็นความเจริญรุ่งเรืองของพระพุทธศาสนาและศิลปกรรมในแผ่นดิน

คำสำคัญ

วรรณคดีเฉลิมพระเกียรติ; พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว; ศิลปกรรมไทย

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย สำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ติดต่อได้ที่ bossbkk01@gmail.com

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

The Characteristics and Significance of Arts in Panegyric Literature in the Reign of King Rama III

Received: 21 January 2025
Revised: 19 March 2025
Accepted: 16 July 2025

Korrakot Kumhaeng*

Research Article

Abstract

This article examines the characteristics and significance of the arts depicted in 3 panegyric literary works created to honor King Rama III. The findings reveal that such works present four types of arts: architecture, sculpture, painting, and performing arts. The arts featured in these literary works play a crucial role in glorifying the virtues and merits of King Rama III. They portray him as a patron of the arts and artists, reflect the flourishing state of Buddhism during his reign, and demonstrate the prosperity of artistic achievements in his era.

Keywords

panegyric literature;
King Rama III;
Thai artwork

* Lecturer, Thai Department, School of Liberal Arts, Walailak University, e-mail: bossbkk01@gmail.com

1. บทนำ

รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว บ้านเมืองมีความเจริญรุ่งเรืองรุดหน้าหลายประการ ทั้งด้านเศรษฐกิจ การค้า สังคม การศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านศาสนาที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นองค์อุปถัมภ์ถวายปัจจัยบำรุงพระพุทธศาสนาให้สถาพร ทรงสร้างและปฏิสังขรณ์วัดและถาวรวัตถุต่างๆ ด้วยพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์และทรงสนับสนุนให้เหล่าขุนนางข้าราชบริพารโดยเสด็จพระกุศลดังกล่าวด้วย นอกจากทรงบำรุงพระพุทธศาสนาในด้านการสร้างและปฏิสังขรณ์วัดแล้ว ยังทรงแสดงพระราชศรัทธาโดยการมุ่งบำเพ็ญศีลและทาน ทำให้ในรัชสมัยเจริญรุ่งเรือง เหล่าราษฎรล้วนมีความสุข ดังปรากฏใน*เพลงยาวเฉลิมพระเกียรติ*ของนายมีมหาดเล็ก (2462) ว่า

ด้วยทรงมั่นขันตีภินิหาร บำเพ็ญทานอาจินต์ทรงศีลขันธ์
ให้ผลในทิษฐประจุบัน สารพันไพบูลย์มาปูนปอง
ประชาชนพลเมืองไม่เคืองเข็ญ จำเริญเปนศุขทั่วไม่มัวหมอง
ทั้งหญิงชายหลายสกูลออกมูลมอง อยู่ทั่วท้องตำบลพันประมาณ

พระราชปณิธานในการสร้างและปฏิสังขรณ์วัดและถาวรวัตถุต่างๆ ภายในวัดทำให้เกิดการฟื้นฟูงานศิลปกรรมขึ้นโดยเฉพาะงานช่าง ศิลปกรรมในรัชสมัยได้สร้างอิทธิพลต่องานศิลปกรรมของไทย คือนอกจากศิลปกรรมแบบประเพณีนิยมแล้ว ยังเกิดงานศิลปกรรมแบบพระราชนิยมหรือ “แบบนอกอย่าง” ที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปกรรมของจีนเข้ามาผสม (อชิรัชญ์ ไชยพจน์พานิช, 2547) สมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ (2505, น. 2-3) ทรงกล่าวว่า “แบบนอกอย่าง” ใช้เรียกงานสถาปัตยกรรมในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งหมายถึงรูปแบบอุโบสถและวิหารที่ไม่มีการสร้างแบบไทยประเพณี คือลดส่วนช่อฟ้า ใบระกา หางหงส์ลงและหน้าบันก่ออิฐถือปูน ประดับกระเบื้องแบบจีนแทน ทำให้ศิลปกรรมในยุคสมัยนี้มีลักษณะเฉพาะตัวและงดงามแปลกตาอย่างเห็นได้ชัด ดังปรากฏใน*เพลงยาวเฉลิมพระเกียรติ*ของนายมีมหาดเล็ก (2462) ว่า

น่าลดเลี้ยวเที่ยวเล่นเห็นต่างต่าง ล้วนยักอย่างยิ่งยงทรงประดิษฐ
ผู้ใดใครได้เห็นเขม้นพิศ ให้ต้องติดตาชมนิยมยล

รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวปรากฏวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติเรื่องสำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่ *โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน* พระนิพนธ์สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส *กลอนเพลงยาวสรรเสริญพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว* ของนายมีมหาดเล็ก และ *โคลงยอพระเกียรติสามรัชกาล* ของพระยาไชยวิชิต (เผือก) ลักษณะเด่นที่ปรากฏร่วมกันทั้ง 3 เรื่องดังกล่าว คือ กวีมักกล่าวถึงพระราชกรณียกิจในการสร้างและบูรณปฏิสังขรณ์วัดและถาวรวัตถุในวัด ทั้งในแง่ของการบันทึกเหตุการณ์การสร้างหรือปฏิสังขรณ์วัด การกล่าวชมความงดงามของถาวรวัตถุต่างๆ เช่น เจดีย์ อุโบสถ รวมถึงกล่าวถึงพระราชปณิธานในการฟื้นฟูพระศาสนาให้รุ่งเรือง แสดงให้เห็นถึงพระราชศรัทธาในพุทธศาสนาของพระองค์อย่างแท้จริง ดังตัวอย่างที่ปรากฏใน*เพลงยาวเฉลิมพระเกียรติ*ของนายมีมหาดเล็ก (2462) ว่า

มณฑปสบไสมยทั้งใหญ่น้อย ที่เศร้าสร้อยแซมใหม่ให้แน่นหนา
เสาเพดานบานผนังทั้งหลังคา ยอดฉัตรฟ้าฝาซุ้มหุ้มทองแดง
แล้วด้วยเหล็กชันดีบุกขมุกรัก ปั้นสลักลายลวดรวดตำแหน่ง
แล้วปิดทองล่องชาดกระจกแซง กระจ่างแสงจับสีระวีวรรณ

จากตัวอย่างดังกล่าวแสดงให้เห็นพระราชกรณียกิจสำคัญของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ทรงทำนุบำรุงวัดและถาวรวัตถุภายในวัด นอกจากกล่าวถึงพระราชกรณียกิจแล้ว ลักษณะเด่นประการหนึ่งคือกวีกล่าวถึงลักษณะของศิลปกรรมด้วย จากตัวอย่างข้างต้นกล่าวถึงยอดซ่อฟ้าหรือฝาชุ้มมีการหุ้มด้วยทองแดงแล้วชันด้วยดีบุก ขมุกด้วยรัก ปั้นลวดลาย แล้วปิดทองล่องชาดและประดับด้วยกระจก ทำให้มีความสวยงามเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยเห็นว่าการพรรณนาศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นลักษณะเด่นประการหนึ่ง เนื่องจากปรากฏอยู่ในวรรณคดียอพระเกียรติหลากหลายเรื่องและมีการกล่าวถึงลักษณะของศิลปกรรมหลากหลายแขนง จึงควรศึกษาให้ถี่ถ้วนลึกซึ้งเพราะจะทำให้เห็นความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ระหว่างวรรณคดีกับศิลปกรรมและชี้ให้เห็นพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวในด้านการสร้างและฟื้นฟูวัดและถาวรวัตถุต่างๆ

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับศิลปกรรมในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เช่น งานวิจัยเรื่อง *อิทธิพลศิลปะจีนในงานจิตรกรรมแบบนอกอย่างสมัยรัชกาลที่ 3* ของอชิรัชญ์ ไชยพจน์พานิช (2547) ได้ศึกษาจิตรกรรมในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวผ่านวัดต่างๆ เช่น วัดราชโอรสาราม วัดภคินีนาถวรวิหาร วัดสามพระยา ที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะจีน พบว่าศิลปกรรมที่รับอิทธิพลจากศิลปะจีนเป็นศิลปะแบบพระราชนิยมในขณะนั้น ส่งผลความนิยมไปยังขุนนางและกลุ่มคนระดับล่างด้วย ขณะเดียวกันงานวิจัยเรื่อง *งานศิลปกรรมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร: ภาพสะท้อนสังคมและวัฒนธรรมสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์* ของอรวรรณ เชื้อน้อย (2563) ที่ได้ศึกษาวิเคราะห์แนวความคิด แรงบันดาลใจในการสร้างและบูรณปฏิสังขรณ์งานศิลปกรรมภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมศิลปวิทยาการสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ตามพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชและพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว

ขณะเดียวกันการศึกษาเกี่ยวกับวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เช่น บทความเรื่อง *ลิลิตกระบวนแห่พระกฐินพยุหยาตราทั้งทางสถลมารคและชลมารค: "เสนอพระเกียรติกระษัตริย์สร้าง สืบฟ้าดินเฉลอม"* ของสุปาณี พัดทอง (2551) และ*ลิลิตกระบวนพยุหยาตราสถลมารคและชลมารค: จากพระราชพิธีสู่วรรณคดีเฉลิมพระเกียรติ* ของธานีรัตน์ จัตุทะศรี (2555) ที่มุ่งศึกษาวรรณคดีเรื่องลิลิตกระบวนพยุหยาตราสถลมารคและชลมารค พระนิพนธ์ในกรมสมเด็จพระปรมานุชิตชิโนรสในฐานะวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติโดยการผสานคติการเฉลิมพระเกียรติพระมหากษัตริย์มาใช้พรรณนาได้อย่างมีวรรณศิลป์

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาวรรณคดีเรื่อง*โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน* พระนิพนธ์ในกรมสมเด็จพระปรมานุชิตชิโนรสในฐานะวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติด้วย เช่น วิทยานิพนธ์เรื่อง *การศึกษาวิเคราะห์โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน พระนิพนธ์สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส* ของสมใจ โพธิ์เขียว (2550) ที่ศึกษางานพระนิพนธ์เรื่องดังกล่าวในฐานะวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติ บันทึกประวัติศาสตร์และบันทึกทางทัศนศิลป์ สอดคล้องกับบทความเรื่อง *โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน: จากบันทึกประวัติศาสตร์สู่การสร้างสรรค์วรรณกรรมยอพระเกียรติ* ของวรางคณา ศรีกำเหนิด (2558) ที่ได้ศึกษา*โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน* พบว่าวรรณคดีเรื่องนี้เป็นวรรณคดียอพระเกียรติที่มีลักษณะเด่นคือ การใช้ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ที่เป็นร้อยแก้วมาเขียนเป็นวรรณกรรมร้อยกรองและแต่งด้วยโคลงและร่ายหลายแบบ รวมถึงการใช้กลบทหลายชนิด ทำให้วรรณกรรมเรื่องนี้เป็นได้ทั้งวรรณกรรมยอพระเกียรติ วรรณกรรมที่บันทึกเหตุการณ์และวรรณกรรมที่แสดงแบบแผนการประพันธ์

จากการสำรวจงานวิจัยที่ศึกษาวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พบว่ายังไม่มีการศึกษาศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติโดยเฉพาะเจาะจง ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาลักษณะและความสำคัญของศิลปกรรมในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในรัชสมัย ผ่านวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในรัชสมัย 3 เรื่อง ได้แก่ *โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน* พระนิพนธ์สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส *กลอนเพลงยาวสรรเสริญพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว* ของนายมีมหาดเล็ก และ *โคลงยอพระเกียรติสามรัชกาล* ของพระยาไชยวิชิต (เผือก) เพื่อแสดงให้เห็นว่าศิลปกรรมต่างๆ ในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในสมัยนี้มีลักษณะและมีความสำคัญอย่างไรและแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างวรรณคดีกับศิลปกรรมในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาลักษณะและความสำคัญของศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว

3. ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางวรรณคดีในการศึกษาวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ *โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน* พระนิพนธ์สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส *กลอนเพลงยาวสรรเสริญพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว* ของนายมีมหาดเล็ก และ*โคลงยอพระเกียรติสามรัชกาล* ของพระยาไชยวิชิต (เผือก) โดยศึกษาลักษณะของศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติทั้ง 3 เรื่อง และเปรียบเทียบกับข้อมูลเอกสารทางประวัติศาสตร์ เช่น *ประชุมจารึกวัดพระเชตุพน พระราชพงศาวดารฉบับเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (ขำ บุนนาค)* เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติกับข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารทางประวัติศาสตร์ วิเคราะห์ลักษณะและความสำคัญของศิลปกรรมที่ปรากฏและเรียบเรียงผลการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

4. ผลการศึกษา

ผู้วิจัยจำแนกการศึกษาลักษณะและความสำคัญของงานศิลปกรรมในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ ภูมิหลังของวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ลักษณะของศิลปกรรมในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวและความสำคัญของศิลปกรรมในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ดังนี้

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.32 No.2 (July-December 2025)

4.1 ภูมิหลังวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว

ยุพร แสงทักษิณ (2537, น. 43) กล่าวว่าวรรณกรรมเฉลิมพระเกียรติในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ปรากฏ 4 เรื่อง ได้แก่ *ลิลิตตะเลงพ่าย*และ*โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน* พระนิพนธ์สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส *กลอนเพลงยาวสรรเสริญพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว* ของนายมีมหาดเล็ก *โคลงยอพระเกียรติสามรัชกาล* ของพระยาไชยวิชิต (เผือก) ในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติทั้ง 4 เรื่องนี้ มี 3 เรื่องที่กล่าวเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงภูมิหลังของวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว 3 เรื่อง ได้แก่ *โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน กลอนเพลงยาวสรรเสริญพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว* และ *โคลงยอพระเกียรติสามรัชกาล* ดังนี้

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวมีการบูรณะปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามครั้งใหญ่ สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส ซึ่งดำรงพระยศเป็นอธิบดีสงฆ์วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ในขณะนั้นได้ทรงพระนิพนธ์*โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน*ขึ้นเพื่อเป็นบันทึกรายการการปฏิสังขรณ์ โคลงดั้นเรื่องนี้แม้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อบันทึกการปฏิสังขรณ์วัดและถาวรวัตถุต่างๆ ที่อยู่ภายในวัด แต่ก็ปรากฏข้อความเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวด้วย ดังโคลงที่ปรากฏท้ายเรื่องว่า

ครโลงกุญชรบาทพร้อม พิพิธมา ลีเอย
เกริ่นพระเกียรติกระษัตรา **สืบสร้าง**
ปฏิสังขรณะมหา วิหารเชตุ พนพ่อ
กรมนุชิตชิโนรสอ้าง โอษฐไว้เฉลิมเวียง

(สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส, 2547, น. 100)

วรรณคดีเรื่องนี้จึงเป็นวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวที่กวีทรงนำเสนอพระราชกรณียกิจที่สำคัญ กล่าวคือเมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จพระราชดำเนินถวายผ้าพระกฐินที่วัดพระเชตุพนฯ ได้ทอดพระเนตรเห็นถาวรวัตถุในพระอารามทรุดโทรม จึงมีพระบรมราชโองการให้พระยาศรีพิพัฒน์กับพระยาเพ็ชรพิไชยเป็นแม่กองการปฏิสังขรณ์ โดยเริ่มตั้งแต่รื้อพระอุโบสถเก่าขุดรากขยายให้ใหญ่ออกไปถึงแนวสีมาเดิมและได้เสด็จพระราชดำเนินมาทรงวางอิฐทอง นาก เงินเป็นพระฤกษ์พระอุโบสถก่อนที่จะได้ทำการปฏิสังขรณ์ถาวรวัตถุอื่นต่อไป

วรรณคดีเฉลิมพระเกียรติอีกเรื่องหนึ่งคือ *กลอนเพลงยาวสรรเสริญพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว* นายมีมหาดเล็กเป็นผู้แต่งถวาย นายมีเป็นบุตรพระโหราธิบดีและยังเคยรับราชการเป็นช่างเขียนในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวตามที่สมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ได้ทรงกล่าวถึงในคำนำตอนหนึ่งว่า

> เดิมนายมีเปนมหาดเล็กช่างเขียน เกิดเบื่อหน่ายวิชาช่าง เห็นว่าตัวชำนาญในทางบทกลอน จึงแต่งเพลงยาวนี้ทูลเกล้าฯ ถวาย ให้ทรงเห็นความสามารถในทางกวี เพื่อจะทูลขอไปรับราชการเปนอาลักษณ... เรื่องเฉลิมพระเกียรติที่นายมีเอามาแต่งเพลงยาวนี้กล่าวถึงลักษณการที่ทรงบำเพ็ญพระราชกุศลด้วยประการต่างๆ ซึ่งนายมีได้รู้เห็นเองเมื่อในรัชกาลที่ 3

เนื่องจากนายมีเป็นช่าง จึงมีโอกาสถวายงานในการสร้างและบูรณปฏิสังขรณ์พระอารามต่างๆ ทำให้เห็นถึงการที่พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเอาพระราชหฤทัยใส่ในการบำรุงวัดวาอาราม ดังปรากฏในเพลงยาวของนายมีมหาดเล็ก (2462) ว่า

ทูลเรื่องอื่นมิได้ชื่นเหมือนเรื่องวัด เวียนแต่ตรัสถามไถ่ให้ใฝ่ฝัน
ถึงวัดนั้นวัดนี้เป็นนิรันตร์ ถึงเรื่องปั้นเขียนถากสลักกลึง

นอกจากพระราชกรณียกิจในการปฏิสังขรณ์วัดต่างๆ แล้ว พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวยังได้พระราชทานนามใหม่ให้แก่วัดหลายวัดด้วยกัน เช่น วัดบางลำพูล่าง พระราชทานนามใหม่เป็นวัดเศวตฉัตร วัดนาค พระราชทานนามใหม่เป็นวัดพระยาทำ วัดบางจาก พระราชทานนามใหม่เป็นวัดภัคินีนาถ ทั้งนี้นายมีได้กล่าวถึงพระเกียรติคุณของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ทรงครองราชย์โดยเที่ยงธรรม ทรงชุบเลี้ยงเหล่าข้าราชบริพาร ทรงปล่อยนักโทษ ทรงห้ามกระทำสิ่งไม่ดีและเป็นบาป ทรงเก็บภาษีอากรพอประมาณ มีการซ่อมแซมป้อมปราการ ขุดลอกคลอง การค้าเจริญรุ่งเรือง ทั้งยังทรงบำเพ็ญพระราชกุศลเป็นประจำมิได้ขาด ทำให้บ้านเมืองสถาพรอยู่ดีมีสุข

วรรณคดีเฉลิมพระเกียรติอีกเรื่องในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวคือ *โคลงยอพระเกียรติสามรัชกาล* ประพันธ์โดยพระยาไชยวิชิต (เผือก) แบ่งออกเป็นสองส่วน ส่วนแรกแต่งด้วยโคลงและส่วนที่สองแต่งเป็นเพลงยาว เนื้อหาสำคัญคือการเฉลิมพระเกียรติพระมหากษัตริย์สามพระองค์ ได้แก่ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยและพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวและกล่าวถึงเหตุการณ์สำคัญในรัชสมัย เช่น เหตุการณ์กบฏเจ้าอนุวงศ์ การหล่อปืนใหญ่และการมีเรือกำปั่นมาค้าขายในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทั้งยังพรรณนาถึงวัตถุสถานที่ต่างๆ โดยเฉพาะในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เช่น วัดราชโอรสารามซึ่งเป็นวัดประจำรัชกาลและงามแปลกกว่าวัดอื่นเพราะมีศิลปะ 3 แบบผสมกันคือไทย จีนและฝรั่ง พรรณนาโดยละเอียดถึงสิ่งต่างๆ ในวัด โดยเฉพาะในส่วนที่เป็นเพลงยาว พระยาไชยวิชิต (เผือก) (2518, น. 33) กล่าวชมวัดราชโอรสารามอย่างงดงาม ดังนี้

พระอารามนามราชโอรส น่าบันชั้นลดลายฝรั่ง
กระเบื้องเคลือบสอดสีมีพนัง เป็นอย่างนอกออกปลั่งฉาบปลิว

วรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ผู้วิจัยศึกษามีการกล่าวถึงพระราชกรณียกิจหลักคือการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา โดยเฉพาะการบูรณปฏิสังขรณ์วัดและถาวรวัตถุภายในวัด กวีได้นำเสนอภาพความวิจิตรงดงามและพรรณนาถึงศิลปกรรมที่ได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์ควบคู่กับการสรรเสริญพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ทรงเป็นกษัตริย์ผู้ทรงทศพิธราชธรรม สังคหวัตถุและจักรพรรดิวัตร ดังที่สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส (2547, น. 28) ได้ทรงกล่าวถึงว่า

ไป่เว้นวิธีราชทั้ง ทศธรรม์ ถ้วนนา
ประฏิบัติทั่วเลบงบูรพ์ แบบไว้
สงเคราะห์อเนกอนรรค์ เนืองนาคะ ราฤๅ
สังคฤห์พันดุ์ไท้ตั้ง แต่งสรรค์

วรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทั้ง 3 เรื่อง ได้แก่ *โคลงตั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน กลอนเพลงยาวสรรเสริญพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว* และ *โคลงยอพระเกียรติสามรัชกาล* ปรากฏพระราชกรณียกิจหลักของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว คือ

การบูรณปฏิสังขรณ์วัดและถาวรวัตถุภายในวัด รวมถึงการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาให้เจริญรุ่งเรือง เป็นผลให้วรรณคดีเฉลิมพระเกียรติทั้ง 3 เรื่องปรากฏการพรรณนาถึงศิลปกรรมอันเกี่ยวเนื่องกับพุทธศาสนาในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทั้งสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรมและศิลปการแสดง ดังที่ผู้วิจัยจะได้กล่าวต่อไป

4.2 ลักษณะศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว

ศิลปกรรมที่กวีนำเสนอในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติปรากฏ 4 ประเภท ได้แก่ สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรมและศิลปะการแสดง ซึ่งมีกลวิธีการนำเสนอ ได้แก่ การชมความงดงามและการบันทึกสภาพการก่อสร้างและปฏิสังขรณ์ตามความเป็นจริง สะท้อนให้เห็นถึงพระราชกรณียกิจที่สำคัญที่ทรงมีต่อการอุปถัมภ์พระศาสนาและฟื้นฟูถาวรวัตถุต่างๆ จากการศึกษาพบว่าศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวมีดังนี้

4.2.1 สถาปัตยกรรม

สถาปัตยกรรม คือ ศิลปะและวิทยาเกี่ยวกับงานก่อสร้างที่ประกอบด้วยศิลปลักษณะ (ราชบัณฑิตยสภา, 2554) กวีมุ่งเสนอสถาปัตยกรรมทางพระพุทธศาสนา หรือพุทธศาสนสถานในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว อันได้แก่ถาวรวัตถุภายในวัด เช่น พระอุโบสถ พระวิหาร ศาลาการเปรียญ สถูปและเจดีย์

กวีได้กล่าวถึงลักษณะของพระอุโบสถในวัดที่เป็นศิลปะแบบพระราชนิยม เช่น วัดราชโอรสาราม และวัดเทพธิดาราม โดยกล่าวถึงลักษณะหน้าบันพระอุโบสถแบบพระราชนิยมว่ามีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของหลังคาโดยเฉพาะส่วนที่เป็นหน้าบันนิยมทำเป็นงานก่ออิฐถือปูนและประดับลวดลายอย่างงดงาม ไม่มีการประดับช่อฟ้า ใบระกา หางหงส์ เหมือนแบบประเพณีนิยม นายมีมหาดเล็กและพระยาไชยวิชิต (เผือก) ได้กล่าวว่าใบระกา ช่อฟ้า หางหงส์ที่หน้าบันปิดทองแบบเดิมไม่ค่อยทนต่อแสงแดดและฝน รวมทั้งหักพังได้ง่าย พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงทรงมีรับสั่งให้ปลดเปลื้องออก ดังนี้

ใบระกาหน้าบรรพ์สุวรรณปิด **ไม่ทนฤทธิ์ฝนรดก็ปลดเปลื้อง**
กระจกเจียนเปลี่ยนผลัดจำรัสเรือง ทั้งขาวเหลืองเขียวแดงแลแสงคราม

(นายมีมหาดเล็ก, 2462)

อันวัดวาอาวาสประหลาดสร้าง ยักย้ายหลายอย่างโบสถ์วิหาร
ช่อฟ้าหางหงส์ทรงบุราณ **ไม่ทนทาน่าว่ามักหักพัง**

(พระยาไชยวิชิต (เผือก), 2518, น. 33)

ส่วนลักษณะศิลปกรรมบริเวณหน้าบันพระอุโบสถทรงให้เปลี่ยนใหม่จากการปิดทองเป็นศิลปะแบบลวดลายพระราชนิยมที่มีความทนทานต่อสภาพอากาศที่มีแดดและฝน ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้กล่าวไว้ว่าลวดลายดังกล่าวมีความทนทานมากกว่า ดังนี้

น้ำค้างลมถมทับไม่อัปรา **ทั้งฝนฟ้าตกต้องไม่หมองมัว**

นอกจากนี้ โครงสร้างที่สำคัญของพระอุโบสถแบบพระราชนิยมคือ พาไล ซึ่งเป็นหลังคาที่มีเสารองรับ (อชิรัชญ์ ไชยพจน์พานิช, 2547, น. 1) ด้านหน้าของอุโบสถจะมีเสาพาไลแท่งสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่รองรับน้ำหนักที่สำคัญ ทำให้มีการสร้างอาคารขนาดใหญ่และมั่นคงแข็งแรง ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) บันทึกไว้ว่า

กะไดอิฐติดต่อก่อล่องถุน กฎีเจ้าคุณทั้งสามงามสล้าง
คณะละห้าหลังทั้งหอกลาง **ทั้งหอขวางหอรีมีพาไล**

ลักษณะสถาปัตยกรรมในรัชสมัยได้มีการพัฒนาโดยเฉพาะในเชิงโครงสร้าง ขนาดของอาคารที่ปฏิสังขรณ์ขึ้นใหม่จึงใหญ่กว่าเดิม ทำให้ต้องพัฒนาการใช้ระบบเสารับน้ำหนักโดยเฉพาะเสาพาไลที่รับน้ำหนักชายคา ส่วนภายในพระอุโบสถมีการประดับตกแต่งอย่างวิจิตรงดงาม บนเพดานมีฉัตรสีขาวห้อยจำปาทองกางกั้นเหนือพระพุทธรูปและมีเครื่องแขวนขนาดเล็กและขนาดใหญ่ บริเวณซุ้มประตูและหน้าต่างมีการประดับกระจกหุ้มด้วยกรอบทอง ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้กล่าวถึงไว้ดังนี้

ที่ลางวัดฉัตรแดงแลแสงขาว แขวนติดดาวเพดานตระหง่านห้อย
ระย้าแก้วแววฉายดูพรายพรอย ทั้งใหญ่น้อยห้อยแขวนล้วนแสนงาม
ขึ้นลอยเด่นเป็นระนาวติดดาวดาษ จับแสงชาดฉลุทองผ่องอร่าม
ดูวับแวมแจ่มวาวเปนเงางาม ห้องละสามสายห้อยดูพรอยพราย

นอกจากนี้ สถาปัตยกรรมบางแห่งยังมีลักษณะแบบจีนเข้ามาผสมเป็นแบบพระราชนิยม กล่าวคือมีลักษณะเป็นทรงเก๋งที่สร้างในบริเวณวัด มักสร้างเพื่อเป็นวิหาร ศาลาการเปรียญ หอไตร หอระฆัง หรือศาลาท่าน้ำ ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้กล่าวไว้ว่า พระองค์ได้ขนเก๋งจากในวังมาถวายวัด ดังนี้

แล้วรื้อเก๋งอย่างดีมีราคา **ขนออกมาจากวังที่ข้างใน**
เที่ยวปลูกฝังสร้างถวายรายอาวาศ แล้วด้วยชาดแลทองอันผ่องใส

ขณะเดียวกันลักษณะศาลาการเปรียญที่วัดราชโอรสารามซึ่งมีหลังคาลด 2 ชั้นอย่างของจีนและหลังคาประดับด้วยกระเบื้องเคลือบสีคล้ายศาลเจ้าของจีน ตัวอาคารมีลักษณะคล้ายทรงเก๋ง ปรากฏใน*โคลงยอพระเกียรติสามรัชกาล*ของพระยาไชยวิชิต (เผือก) (2518, น. 33) ว่า

กระเบื้องเคลือบสอดสีมีพนัง เป็นอย่างนอกออกปลั่งปลาบปลิว
ลางหลังตั้งวงเป็นทรงเก๋ง จีนสำเพ็งพวกแซ่แต้จิ๋ว

นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่าลักษณะของส่วนสถูปเจดีย์ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวมีทั้งเจดีย์ทรงปรางค์และเจดีย์ทรงเครื่อง ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากสมัยอยุธยาและเป็นลักษณะเฉพาะของเจดีย์ในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ (รัชกาลที่ 1-3) ดังที่สันติ เล็กสุขุม (2555, น. 29-30) อธิบายว่าเจดีย์สมัยแรกเริ่มของราชธานีกรุงเทพฯ ได้สืบทอดแบบอย่างและความนิยมมาจากราชธานีเดิม คือ การสร้างเจดีย์เพิ่มมุมประเภททรงเครื่อง ส่วนเจดีย์ทรงปรางค์ได้รับความนิยมสืบทอดต่อมาด้วย กระทั่งในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นต้นมาไม่ค่อยพบการสร้างเจดีย์ลักษณะแบบดังกล่าว แต่มีความนิยมสร้างเจดีย์แบบลังกาหรือทรงระฆังแทน (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2551, น. 169)

เจดีย์ทรงเครื่องในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวคือเจดีย์ที่มีลักษณะย่อมุม ที่โดดเด่นที่สุดคือพระมหาเจดีย์สี่รัชกาลที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เจดีย์ที่สถาปนาในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวมีทั้งสิ้นสององค์ ได้แก่ พระมหาเจดีย์ดิลกธรรมกรกนิทานที่ทรงสถาปนาขึ้นเพื่ออุทิศถวายแด่

พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยและพระเจดีย์มุนีบัตบริวารที่ทรงสถาปนาขึ้นเพื่อเป็นพุทธบูชาและเป็นเจดีย์ประจำพระองค์ พระมหาเจดีย์แต่ละองค์เป็นเจดีย์ย่อไม้สิบสองเพิ่มมุมและได้ปฏิสังขรณ์พระเจดีย์ศรีสรรเพ็ชญดาญาณซึ่งสร้างไว้แล้วในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกตามหลักฐานที่ปรากฏในประชุมจารึกวัดพระเชตุพนว่า

> อนึ่งพระมหาเจดียศรีสรรเพ็ชญดาญาณพระองค์เดิมนั้นชำรุด ก็ทรงปฏิสังขรณ์ขึ้นใหม่ ประดับกระเบื้องถวยกระเบื้องพิมเคลือบเปนลวดลายต่างต่าง แลวทรงถาปนาพระมหาเจดียใหญ่สูงเสมอกันขึ้นใหม่อีกสองพระองคเปนสามพระองคทังเดิม จึ่งรื้อพระรเบียงเดิมกอใหม่ขยายออกลอมพระเจดียทังสามองคสามด้าน
>
> (คณะสงฆ์วัดพระเชตุพน, 2554, น. 64)

พระราชพงศาวดารฉบับเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (ขำ บุนนาค) (2555, น. 1162) บันทึกเรื่องนี้ไว้ในทำนองเดียวกันว่า

> แผ่นดินพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในรัชชกาลที่ 1 ทรงสถาปนาพระเจดีย์ในวัดพระเชตุพน องค์ 1 สูง 20 วา 2 ศอก บรรจุพระศรีสรรเพ็ชญ์ซึ่งได้มาแต่กรุงเก่า (...) จะก่อสร้างขึ้นถวายในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิราชเจ้าไว้องค์ 1 และเป็นส่วนในแผ่นดินปัตยุบันนี้องค์ 1 เรียงกันเป็นแถวไป จึ่งโปรดให้ช่างทำต่อองค์กลางข้างเหนือขึ้นองค์ 1 ประดับกระเบื้องขาว อุทิศถวายพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิราช พระราชทานชื่อว่าพระมหาเจดีย์ดิลกธรรมกรกนิธาน องค์กลางของพระบาทสมเด็จพระบรมอัยยกาธิราช ให้ประดับด้วยกระเบื้องเขียว องค์ข้างใต้ให้ประดับด้วยกระเบื้องเหลืองอุทิศเป็นส่วนในพระองค์ พระราชทานชื่อพระมหาเจดีย์มุนีปัตตปริกขาร

ใน*โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน*กล่าวถึงลักษณะเจดีย์ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยเฉพาะพระเจดีย์ศรีสรรเพ็ชญดาญาณที่ทรงปฏิสังขรณ์ขึ้นใหม่ว่ามีการประดับด้วยลวดลายและติดกระเบื้องเคลือบสีเขียว ส่วนพระมหาเจดีย์ที่ทรงสถาปนาขึ้นใหม่ (พระมหาเจดีย์มุนีบัตบริวาร) ประดับด้วยลวดลายลักษณะเดียวกันและติดกระเบื้องเคลือบสีเหลือง ดังนี้

๏ ประดับลวดลายติดกระเบื้อง บางเคลือบ สีนา
พิมพ์ภาคพื้นเขียวแสง สดแพร้ว
ดอกดวงพิลาศเหลือบ เล็งเลิศ แลพ่อ
อย่างแย่งยลล้ำแล้ว เลิศหลาย ฯ
๏ ฐาปนาใหม่ผเจิดสร้าง สองค์ อิกเอย
สูงใหญ่หมายเดิมเทียม เท่าแท้
ลายลวดประกวดผจง ผจองดุจ เดียวนา
ต่างแต่เหลืองแล้พื้น แผกพรรณ ฯ

(สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส, 2547, น. 60)

ลักษณะสถาปัตยกรรมแบบพระราชนิยมได้ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ใหม่ให้กับสถาปัตยกรรมของไทยในขณะนั้นและทำให้เกิดความแปลกตาแก่ผู้ที่พบเห็น ผู้คนต่างพากันชื่นชมในความวิจิตรงดงามและเกิดการเลียนแบบแนวพระราชนิยม ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้กล่าวไว้ว่า

น่าลดเลี้ยวเที่ยวเล่นเห็นต่างต่าง ล้วนยักอย่างยิ่งยงทรงประดิษฐ์
ผู้ใดใครได้เห็นเขมันพิศ ให้ต้องติดตาชมนิยมยล
พระวงษ์วังทั้งหลายมาถ่ายอย่าง เลียนไปสร้างตั้งแต่งทุกแห่งหน
ทั้งขุนนางสร้างเลียนเจียนทุกคน ทั่วตำบลน่าหลังสิ้นทั้งปวง

4.2.2 ประติมากรรม

ประติมากรรมเป็นศิลปะสาขาหนึ่งในจำพวกวิจิตรศิลป์เกี่ยวกับการแกะสลักไม้ หินอ่อน โลหะ เป็นต้น ให้เป็นรูปหรือลวดลายต่าง ๆ (ราชบัณฑิตยสภา, 2554) รวมถึงงานศิลปกรรมที่สร้างด้วยวิธีการปั้น การหล่อ หรือการประกอบเข้าเป็นรูปทรง ในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว กวีได้กล่าวถึงลักษณะของงานประติมากรรมไว้ 2 ลักษณะ ได้แก่ พุทธศิลป์ คืองานปฏิมากรรมที่เป็นพุทธลักษณะ ได้แก่ พระพุทธรูป รวมถึงประติมากรรมรูปแบบอื่นที่รับใช้พุทธศาสนาและประติมากรรมอื่นๆ ได้แก่ งานปั้น หล่อ หรือสลักรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่พุทธศิลป์ เช่น ตุ๊กตาจีน

กวีได้กล่าวถึงพระราชกรณียกิจของพระองค์สองประการในด้านพุทธศิลป์ คือ ทรงมีพระราชดำริให้บูรณะพระพุทธรูปที่เสียหายจากคราวเสียกรุงและหล่อพระพุทธรูปใหม่และเสด็จพระราชดำเนินมาเททองหล่อพระพุทธรูปด้วยพระองค์เอง ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้บันทึกไว้ดังนี้

เสด็จทรงหยิบสุวรรณหิรัญนาก ใส่ในปากเบ้าเปลวที่เหลวหลอม
แล้วทรงคีบหนีบคีมเข้ารัดรอม เทถนอมทองรินประดิ่นกาญจน์

นอกจากนี้ พระองค์ทรงถวายผ้าสำหรับห่มพระพุทธรูป ถวายเครื่องบูชา ได้แก่ เศวตฉัตรและเครื่องทองต่างๆ ทำให้ดูวิจิตรงดงาม ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้บันทึกไว้ว่า

พระประธานฐานองค์ก็ทรงซ่อม ที่มัวมอมกลับงามอร่ามขำ
ทั้งน้อยใหญ่ใสผ่องด้วยทองคำ ล้วนเก้าน้ำเนื้อกษัตริย์จำรัสเรือง
แล้วหุ้มห่มภูษาล้วนผ้าสี รัศมีจับพระภักตร์จำหลักเหลือง
เสวตรฉัตรกั้นบังมลังเมลือง แล้วด้วยเครื่องตาดโหมดดูโลดลอย

พระราชกรณียกิจที่ทรงหล่อพระพุทธรูปปรากฏหลายครั้ง ซึ่งนายมีบันทึกไว้ว่าพระองค์ทรงมีพระราชศรัทธาสร้างพระพุทธรูปหลายองค์ ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้กล่าวว่า

องค์นี้แล้วองค์นั้นนิรันดร ไม่หยุดหย่อนพระศรัทธาพยายาม

สอดคล้องกับที่เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (ขำ บุนนาค) (2555, น. 1393) กล่าวถึงในพระราชพงศาวดารว่า

แล้วโปรดให้หล่อพระพุทธรูปที่ใหญ่ไว้ในพระอุโบสถวัดสุทัศน์ 1 วัดเฉลิมพระเกียรติ 1 วัดราชนัดดาราม 1 วัดปรินายก 1 พระทรงเครื่องไว้วัดนางนอง 1

ส่วนประติมากรรมอื่นๆ พระองค์ทรงจ้างช่างปูนปั้น เพื่อปั้นประติมากรรมอันวิจิตรบรรจง ดังนี้

ทั้งลายปั้นบรรจงก็ทรงจ้าง งามสำอางพร้อมมูลชั้นปูนถือ
ล้วนเกลี้ยงเกลาเพราตาพากันฦๅ ออกระบือพระนามถามขจร

(นายมีมหาดเล็ก, 2462)

จากผลการศึกษาพบว่าประติมากรรมที่เป็นรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่พุทธศิลป์ส่วนใหญ่เป็นวัตถุสถานภายในวัดที่ประดับตกแต่งอาวาสให้วิจิตรตระการตา รวมทั้งมีความร่มรื่นและสวยงาม ซึ่งมักจะเป็นศิลปะแบบพระราชนิยม คือตุ๊กตาจีนที่ปรากฏในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม โดยเฉพาะบริเวณซุ้มประตู ดังที่สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส (2547, น. 51) ได้ทรงบันทึกรูปปั้นตุ๊กตาจีนที่อยู่ข้างกำแพงรอบนอกไว้ว่า

มีแท่นศิลาล้วนแปลก เปลี่ยนหลาย เลศแฮ
สำสัตวโสมภ์สรรพผา ภาคสร้าง
กาษรและอุศุภราย เรียงเจ๊ก รูปฤา
บางขี่บางตั้งข้าง แค่ยืน ฯ

ในประชุมจารึกวัดพระเชตุพนกล่าวถึงประติมากรรมภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามว่าประกอบไปด้วยตุ๊กตาสัตว์ (รูปสิงโต) และตุ๊กตาจีน สอดคล้องกับในพระนิพนธ์ว่า

นอกประตูพระรเบียงสายนอก ตั้งรูปสิงโตจีนทำด้วยสิลาเขียวสองข้างประตูละคู่ เปนสิงโต สิบหกรูปริมประตู ข้างในมีรูปขุนนางจีนทำด้วยสิลาเขียวสูงสามศอก

(คณะสงฆ์วัดพระเชตุพน, 2554, น. 64)

นอกจากตุ๊กตาจีนแล้ว ในวัดราชโอรสาราม พระยาไชยวิชิต (เผือก) ได้กล่าวว่ายังมีตุ๊กตาหินอ่อนที่มีที่มาจากเรื่องราวในวรรณคดีของไทย ได้แก่ รูปพระอุณรุทกับนางกินรี หนุมานกับนางวานรินทร์ ไกรทองกับวิมาลา และรจนากับเจ้าเงาะ ดังนี้

สารพัดจัดแจงแต่งบูชา ตุ๊กกระตาล้วนหินศิลาอ่อน
รูปมนุษย์อุณรุทกับกินร พเนจรยืนอยู่เป็นคู่เคียง
หนุมานวานรินทร์ยิ้มย่อง วิมาลาไกรทองเปนทีเถียง
รจนากับเจ้าเงาะเหมาะเมียง ฝรั่งเรียงเมียผัวตัวสำคัญ

(พระยาไชยวิชิต (เผือก), 2518, น. 35-36)

นอกจากรูปสลักหินอ่อนแล้ว ยังมีประติมากรรมการหลอมดีบุก เช่น การหลอมดีบุกเป็นรูปพระฤาษีที่วัดราชโอรสาราม ดังที่พระยาไชยวิชิต (เผือก) ได้กล่าวว่า

รูปฤาษีดีบุกหลอมหล่อ นั่งหัวร่อราวกับเปนเห็นขัน

(พระยาไชยวิชิต (เผือก), 2518, น. 36)

ลักษณะของประติมากรรมจึงมีทั้งที่เป็นแบบประเพณีนิยม คือ ลักษณะแบบพุทธศิลป์และแบบพระราชนิยมที่เป็นตุ๊กตาหินและตุ๊กตาจีน นอกจากนี้งานช่างประติมากรรมในสมัยนี้ยังได้มีการนำวิธีการสมัยใหม่มาใช้กับงานประติมากรรมแบบเดิม เช่น การหลอมดีบุกแล้วประดับกระจกเพื่อใช้เป็นช่อฟ้าของพระอุโบสถ ดังนี้

เสาเพดานบานผนังทั้งหลังคา ยอดฉัอฟ้าฝาซุ้มหุ้มทองแดง
แล้วด้วยเหล็กชันดีบุกขมุกรัก ปั้นสลักลายลวดรวดตำแหน่ง
แล้วปิดทองล่องชาดกระจกแซง กระจ่างแสงจับสีระวีวรรณ

(นายมีมหาดเล็ก, 2462)

4.2.3 จิตรกรรม

จิตรกรรม หมายถึง ศิลปะประเภทหนึ่งในทัศนศิลป์เกี่ยวกับการเขียนภาพวาดภาพ หรือรูปภาพที่เขียนหรือวาดขึ้น (ราชบัณฑิตยสภา, 2554) รวมถึงการระบายสีและการจัดองค์ประกอบให้เกิดความงาม จิตรกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นจิตรกรรมฝาผนังซึ่งมักวาดเป็นเรื่องที่มีที่มาจากวรรณคดี ชาดก หรือพุทธประวัติ นอกจากนี้ ในรัชสมัยของพระองค์ยังมีจิตรกรรมอีกลักษณะหนึ่งคือการนำพงศาวดารจีนเรื่อง*สามก๊ก*มาวาด จิตรกรรมแบบประเพณีนิยมปรากฏในจิตรกรรมฝาผนังของวัดต่าง ๆ โดยช่างที่วาดมีทั้งที่เป็นคฤหัสถ์และภิกษุหรือสามเณร ดังที่นายมีได้กล่าวถึงพระมหากรุณาธิคุณที่ทรงพระราชทานเบี้ยหวัดให้แก่ช่างที่เป็นคฤหัสถ์และพระราชทานไตรย่ามให้แก่พระและเณรที่วาดจิตรกรรม ดังนี้

ครั้นแล้วช่างข้างคหัฐเบี้ยหวัดให้ พระเณรได้ไตรย่ามงามระหง
เขียนถวายหลายวัดจัดบรรจง ได้ทั่วองค์พระเถรจนเจนการ

(นายมีมหาดเล็ก, 2462)

บริเวณหน้าต่างหรือซุ้มประตูมักวาดเป็นลายไทย เช่น ลายแย่งหรือใบไม้ดอกไม้ร่วง ซึ่งใน*โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน* เรียกว่าลายกุสุมพรรษ เรื่องที่วาดบนจิตรกรรมฝาผนังมักวาดเรื่องทศชาติ นิบาตชาดก รวมถึงพุทธประวัติหรือปฐมสมโพธิ ไตรภูมิกถา (โลกสัณฐาน) และมีเหล่าเทวดานางฟ้าชุมนุมประดับอย่างวิจิตร ดังที่นายมีได้บันทึกไว้ว่า

ที่ลางโบสถ์โปรดระบายเปนลายแย่ง วัดลางแห่งเขียนลายเปนไม้ร่วง
บ้างเขียนเปนลายชั้วเข้าพัวพวง ลายฮ่อหน่วงเหนี่ยวรัดเครื่องศัสตรา
บ้างเขียนเรื่องเบื้องบททศชาติ เรื่องนิบาตน้อยใหญ่ในคาถา
เรื่องปฐมสมโพธิรจนา เรื่องเทวาขับรำประจำงาน
บ้างเขียนเรื่องปิดตาหารักเร้น บ้างเขียนเปนเรื่องโลกสัณฐาน
ทั้งเรื่องเทพชุมนุมประชุมการ เรื่องสะสนานบ้างจัดเรื่องอัฐธุฎงค์

(นายมีมหาดเล็ก, 2462)

ใน*โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน*ที่พระอุโบสถของวัด กรมสมเด็จพระปรมานุชิตชิโนรสได้ทรงบันทึกไว้ว่ามีการวาดจิตรกรรมชุดนิบาตชาดก 550 เรื่องที่บริเวณคอสองทั้งสองชั้นที่ศาลารายวัดพระเชตุพนฯ และเรื่องเกี่ยวกับไตรภูมิและสิ่งที่ปรากฏในไตรภูมิ เช่น ภาพป่าหิมพานต์ อมนุษย์และสัตว์ ดังนี้

สอสองสองชั้นวาด วัดถุวิถารแฮ
ชาฎกนิบาตมีเดอม ดั่งสร้าง
ปญจสะตะเรื่องรบุะ เบญญาศ เสศเอย
แปลกแต่แปลแต้มกว้าง กว่าบูรรพ

(สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส, 2547, น. 68)

นายมีมหาดเล็กกล่าวไว้ว่าภาพวาดจิตรกรรมที่เกี่ยวกับชาดกหรือพุทธประวัติมีลักษณะที่เหมือนกัน ยกเว้นที่แปลกตาไปคือวัดเครือวัลย์วรวิหาร เนื่องจากจิตรกรรมในพระอุโบสถแม้จะเป็นภาพจิตรกรรมชาดก 550 เรื่อง หากแต่มีการจัดวางองค์ประกอบที่ต่างไปจากวัดอื่นคือ การวาดเป็นช่อง ๆ โดยเขียนเต็มผนังพระอุโบสถทั้ง 4 ด้าน แบ่งเป็นช่องภาพสี่เหลี่ยมขนาดเท่ากัน แต่ละช่องเขียนชาดก 1 เรื่อง ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้บันทึกว่า

เขียนชาดกยกเรื่องโพธิสัตว์ ทอดประทัดตีตารางสว่างไสว
เปนห้องห้องช่องละชาติออกดาษไป นับชาติได้ห้าร้อยห้าสิบชาติตรา

นอกจากนี้ ยังมีจิตรกรรมเรื่องสามก๊กที่ผนังตึกจีนที่อยู่บริเวณสวนมิสกวัน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม กวีได้ทรงบันทึกไว้ว่าทรงจ้างช่างจีนให้มาวาด ซึ่งจิตรกรรมเรื่องสามก๊กนี้เป็นจิตรกรรมที่มาจากพงศาวดารจีน สอดคล้องกับศิลปกรรมแนวพระราชนิยม กวีได้บันทึกไว้ว่าผิดแผกไปจากจิตรกรรมแบบประเพณีนิยม ดังนี้

เครือจีนจ้างเจ๊กแต้ม ติดรจิต อุไรฤๅ
ผนังวาดสามก๊กรบิล บ่ายย้าย
เรื่องจีนรูปจีนพิศ **แผกแยก** เยี่ยงพ่อ
แปลกฝรั่งห่อนคล้ายเยื้อง อย่างปาง ฯ

(สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส, 2547, น. 88)

นอกจากจิตรกรรมฝาผนังแล้ว ยังมีจิตรกรรมบนเพดานพระอุโบสถหรือที่อื่นๆ ตามที่นายมีมหาดเล็กได้บันทึกไว้ว่า “โบสถ์วิหารการปเรียญก็เขียนวาด เพดานดาดชาดทองอันผ่องฉาย” (นายมีมหาดเล็ก, 2462) นอกจากนายมีจะเป็นกวีแล้ว ยังเป็นนายช่างในสมัยนี้อีกด้วย ซึ่งมีความรู้เรื่องการใช้สีและขั้นตอนในการวาดจิตรกรรมเป็นอย่างดี จึงได้กล่าวไว้ในกลอนเพลงยาวสรรเสริญพระเกียรติว่า

เครื่องเขียนหลวงตวงเติมเพิ่มจำหน่าย น้ำกระสายกาวนวนกวนเป็นแสง
ช่างประสมกลมเกลียวทั้งเขียวแดง ละลายแบ่งเขียนวาดสอาดดี

(นายมีมหาดเล็ก, 2462)

4.2.4 ศิลปะการแสดง

ศิลปะการแสดง หมายถึง การแสดงดนตรี รำ เต้นและละครที่แสดงเป็นเรื่องราว กวีได้กล่าวถึงการแสดงในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวในฐานะมหรสพที่ใช้สมโภชครั้งเฉลิมฉลองพระอารามหรืองานสำคัญต่างๆ ของแผ่นดิน เช่น งานฉลองวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ได้บันทึกว่ามีการละเล่นมหรสพอย่างคึกคัก พระยาไชยวิชิต (เผือก) ได้บันทึกการมหรสพในรัชสมัยว่ามีการเล่นมหรสพหลากหลายประเภททั้งหุ่น โขน ละคร โดยเล่นเรื่องรามเกียรติ์ อิเหนา อุณรุท สังข์ทอง ดังที่กวีได้บันทึกว่า

มหรศพเสียงสนั่นพื้น ธรณินทร์
บัณเฑาะว์ดุริยางค์พิณ พาทย์ฆ้อง
ระบำบทคือบิน บรรเจิด
เสนาะเรื่องรามเกียรดิร้อง ร่ายช้าชมเกษม

(พระยาไชยวิชิต (เผือก), 2518, น. 20)

อย่างไรก็ตาม แม้มีบางกระแสกล่าวว่าศิลปะการแสดงโดยเฉพาะละครรำในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวซบเซาและไม่ได้รับความนิยมมากนัก แต่ในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติข้างต้นได้แสดงให้เห็นแล้วว่า เมื่อมีการสร้างวัดฉลองวัดในรัชสมัย ย่อมมีการจัดการเล่นมหรสพต่างๆ รวมถึงละครด้วย สอดคล้องกับที่ธรรมจักร พรหมพ้วย (2561, น. 276) กล่าวว่าในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวจำนวนชนิดของนาฏกรรมลดลงจากเดิม คงเหลือเพียงการแสดงที่ต้องมีตามจารีต เช่น ใช้เป็นมหรสพในการพระราชพิธีและพระราชประเพณีของหลวง หรือได้รับความนิยมจึงทำให้อยู่รอดและคงเหลือสืบมา

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวปรากฏ 4 รูปแบบ ได้แก่ สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรมและศิลปะการแสดง กวีได้บันทึกและพรรณนาลักษณะของศิลปกรรมแต่ละรูปแบบอย่างละเอียด โดยเฉพาะศิลปกรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา แสดงให้เห็นว่าพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเป็นองค์อุปถัมภกแห่งพุทธศาสนา ทรงสร้างพุทธศิลป์ บูรณะวัดวาอารามในรัชสมัยให้วิจิตรงดงามและสะท้อนให้เห็นลักษณะศิลปะแบบพระราชนิยมอีกด้วย

4.3 ความสำคัญของศิลปกรรมในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว

วรรณคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวปรากฏเนื้อหาที่บันทึกเกี่ยวกับลักษณะศิลปกรรมและการบันทึกพระราชกรณียกิจการสร้างและทำนุบำรุงศิลปกรรมซึ่งเป็นถาวรวัตถุภายในวัด การสร้างและทำนุบำรุงศิลปกรรมดังกล่าวมีความสำคัญ คือ เป็นการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยสะท้อนให้เห็นพระราชปณิธานและพระราชกรณียกิจในการทำนุบำรุงพุทธศาสนา การเป็นองค์อุปถัมภ์ศิลปินและแสดงภาพความเจริญรุ่งเรืองของพระพุทธศาสนาและศิลปกรรมในแผ่นดิน โดยสามารถวิเคราะห์เป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

4.3.1 การสรรเสริญบุญญาธิการของพระมหากษัตริย์

กวีนำเสนอว่าพระราชกรณียกิจในการทำนุบำรุงศิลปกรรมและถาวรวัตถุภายในวัดของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวว่าเป็นสิ่งที่กระทำได้ยากยิ่ง ต้องใช้พระราชวิริยอุตสาหะอย่างสูงโดยเฉพาะในการสร้างวัดราชโอรสาราม นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้กล่าวว่า พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงใช้พระวิริยอุตสาหะอย่างมากเพื่อให้วัดราชโอรสารามมีความวิจิตรงดงามยิ่งจนเป็นที่ชื่นชมเลื่องลือไปทั่วพระนคร ดังนี้

ทรงสร้างด้วยมหาวิริยาธึก โอพารึกพร้อมพริ้งทุกสิ่งขำ
ล้วนเกลี้ยงเกลาเพราเพริศดูเลิศล้ำ ฟังข่าวคำภาสุดอยุทธยา

สอดคล้องกับที่พระยาไชยวิชิต (เผือก) ได้กล่าวชื่นชมการที่ทรงสร้างวัดราชโอรสารามได้อย่างวิจิตรงดงามว่าทรงมีพระบารมีเทียบได้กับบารมีของพระโพธิสัตว์ ดังที่พระยาไชยวิชิต (เผือก) (2518, น. 34) กล่าวไว้ว่า

เหลือประหลาดใครสร้างได้อย่างนี้ เปนยอดทานบารมีโพธิสัตว์

นอกจากนี้ ในเพลงยาวของนายมีมหาดเล็กยังกล่าวสรรเสริญว่าการสร้างศิลปกรรมและการทำนุบำรุงวัดและถาวรวัตถุภายในวัดนั้นพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงสละพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ เนื่องจากในการสร้างและบูรณปฏิสังขรณ์ต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับก่อสร้างจำนวนมาก อาทิ อิฐ ปูน กระเบื้อง เสาไม้สัก ไม้ร่างร้าน รวมถึงทองคำเปลว รัก กระจก อุปกรณ์ในการวาดเขียนและประดับตกแต่ง ดังที่กวีได้กล่าวว่า

แต่ทรงสร้างพระอาวาศทั่วราชฐาน ตั้งแต่กาลวัดราชโอรสสา
จนเสร็จวัดทั้งปวงที่ล่วงมา สิ้นอิฐผาปูนกระเบื้องขนเปลืองเติม
แม้นรวมรวบควบเข้าทั้งเก่าใหม่ ประมาณใหญ่สักเท่าภูเขาเฉลิม
ทั้งน้ำเชื้อเนื้อรักที่ตักเจิม สิริเพิ่มกันเข้าเท่านที
ทั้งเสาสักจากหวายไม้ร่างร้าน มากกว่าบ้านเรือนแพในกรุงศรี
เครื่องเขียนกาวราวสิบลำสำเภาพี กระจกที่เคลือบขลิบสักสิบเกวียน

คำเปลวทองสักสองสามสิบหาบ เที่ยวทาทาบทั่ววัดจังหวัดเฉวียน
ปรางเจดีย์วิหารการเปรียญ สิ้นทองเขียนปิดพระอนันต์ครัน ฯ
(นายมีมหาดเล็ก, 2462)

กวีจึงได้กล่าวสรรเสริญที่พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวได้สละพระราชทรัพย์จำนวนมากในการสร้างและบูรณปฏิสังขรณ์วัดและศิลปกรรมภายในวัดว่าแม้พระองค์จะใช้จ่ายไปเท่าใด ก็มิได้ลดลง หากแต่กลับเพิ่มพูนพระราชกุศลให้เพิ่มมากขึ้นเป็นทวี จึงเปรียบเทียบพระองค์กับภาพของพระเวสสันดรผู้ทรงทาน ดังนี้

จะตวงตักสักเท่าไรก็ไม่พร่อง เกิดด้วยกองบุญญาพระราษี
ก็ยิ่งเพิ่มเติมผลกุศลทวี สร้างกุฎีอารามอร่ามเรือง
...
ยิ่งพูลเพิ่มก็ยิ่งเติมพระกุศล บำเพ็ญผลมิได้ขาดในสาสนา
ไม่เสื่อมสูญพูลพระราชศรัทธา ดังมหาเวสสันดรไม่ร้อนรน
(นายมีมหาดเล็ก, 2462)

4.3.2 การแสดงให้เห็นถึงการเป็นองค์อุปถัมภ์ศิลปะและศิลปิน

กวีแสดงให้เห็นว่าพระองค์ทรงอุปถัมภ์ศิลปินโดยการพระราชทานทรัพย์ส่วนพระองค์ในการว่าจ้างและอุปถัมภ์ศิลปินหลากหลายแขนงและยังอุปถัมภ์ศิลปินด้วยความเท่าเทียมโดยไม่กีดกันเชื้อชาติ พระองค์ทรงเปิดโอกาสให้ช่างเขียนภาพชาวจีนได้ถวายงานรับใช้ พระองค์จึงเป็นที่พึ่งพิงให้แก่ช่างศิลป์ทุกแขนงและทุกเชื้อชาติอย่างแท้จริง กรมสมเด็จพระปรมานุชิตชิโนรสได้บันทึกไว้ว่าในการเขียนภาพจิตรกรรมสามก๊ก ทรงใช้ช่างชาวจีนในการวาด ทำให้ลักษณะของศิลปะมีความงามพิสดาร ส่วนการบูรณะและสร้างวัดและศิลปกรรมที่อื่นๆ ทรงใช้ช่างปั้น ช่างวาดทั้งชาวไทยและชาวจีน ทรงพระราชทานค่าจ้างเพิ่มเติมแก่ช่างชาวจีนและชาวไทยโดยถ้วนหน้า ทั้งยังพระราชทานเลื่อนยศและบรรดาศักดิ์ให้แก่ศิลปิน ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้กล่าวว่า

พวกช่างจีนสินจ้างรางวัลเพิ่ม ช่างไทยเติมเบี้ยหวัดล้วนจัดสรร
บ้างเลื่อนที่มีนามขึ้นตามกัน ทั้งช่างปั้นเขียนถากสลักกลึง

ผลจากที่ทรงอุปถัมภ์ศิลปินทุกเชื้อชาติ ทุกแขนง ทำให้ในรัชสมัยของพระองค์เกิดความเจริญรุดหน้าทางศิลปะ ศิลปินต่างพากันสร้างผลงานถวาย ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้กล่าวไว้ว่า

ช่างสลักถากกลึงแลปั้นเขียน ก็พากเพียรทำถวายไม่หน่ายแหนง

กวีกล่าวถึงการที่พระองค์ทรงเป็นผู้อุปถัมภ์ศิลปิน ทำให้นายช่างทุกคนตั้งใจถวายงานอย่างไม่ลดละ ดังเช่นในคราวเขียนภาพจิตรกรรมที่วัดเครือวัลย์วรวิหาร ทรงให้สินจ้างช่องละบาท ทำให้ไม่ต้องทรงหาช่างที่ใด แต่มีช่างปรารถนาที่จะมาถวายงานและแข่งกันประชันฝีมือ ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) กล่าวว่า

ด้วยทรงพระศรัทธาเมตตาช่าง ให้สินจ้างช่องละบาทดังปราถนา
ด้วยบุญญาอานิสงษ์ทรงศรัทธา ไม่ต้องหาช่างเขียนเวียนมาเอง

4.3.3 การนำเสนอภาพความรุ่งเรืองของพระพุทธศาสนาในรัชสมัย

กวีได้กล่าวถึงความเจริญรุ่งเรืองของศิลปกรรมภายในวัด โดยเฉพาะโบสถ์ วิหาร เจดีย์ สะท้อนให้เห็นความรุ่งเรืองของพระพุทธศาสนาในรัชสมัย ดังที่นายมีมหาดเล็กกล่าวชมความงดงามของเจดีย์ว่ามีการปฏิสังขรณ์บัวหงาย ผนัง พื้น รวมถึงพระมณฑปว่ามีความงดงามราวสวรรค์ชั้นดาวดึงส์อันเป็นวิมานของพระอินทร์ ดังนี้

ที่บัวหงายปลายเสาก็เพราพริ้ง ผนังกิ่งก้านแย่งเป่นแสงสี
พื้นเงินเก่าเบาบางก็สร้างทวี แล่นบัดตรีผลัดเปลี่ยนให้เลี่ยนงาม
พระมณฑปน้อยในก็ใหม่อ่อง แล้วด้วยทองแกมแก้วแววอร่าม
ล้วนลวดลายพายพราวดูวาววาม แต่ฐานงามถึงยอดตลอดปลี
ที่บัวทองรองรอบขอบพระบาท ก็โอภาษแจ่มจรัสด้วยรัศมี
ดูสวยสดด้วยสุวรรณหิรัญมณี ล้วนผ่องศรีใสสดรจนา
ดูปูนปานดังพิมานอมเรศ อยู่ในเขตรแดนดาวดึงษา
ขึ้นลอยปลั่งตั้งประทับบนบรรพตา ดูโอพาร์เลิศพร้อมด้วยซ่อมแปลง

(นายมีมหาดเล็ก, 2462)

นอกจากนี้ กวีนำเสนอว่าพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเป็นต้นแบบของพุทธอุปถัมภก กล่าวคือ จากพระราชกรณียกิจในการทำนุบำรุงศิลปะภายในวัดทำให้เกิดศิลปะแบบพระราชนิยมซึ่งมีความวิจิตรงดงามและเป็นแนวทางให้เหล่าเจ้านายและข้าราชบริพารโดยเสด็จพระราชกุศลด้วยการสร้างวัดและอุปถัมภ์พระพุทธศาสนาตามรอยพระยุคลบาทด้วย เช่น หลังจากที่พระองค์ทรงเป็นองค์ประธานในการเททองหล่อพระพุทธรูปแล้ว เหล่าเจ้านายและข้าราชบริพารต่างพากันโดยเสด็จพระราชกุศลโดยการเททองของตนเพื่อหล่อพระพุทธรูปด้วย การที่ทรงเป็นต้นแบบในด้านการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา เป็นการอุปถัมภ์ค้ำชูพุทธศาสนาให้รุ่งเรืองประการหนึ่งด้วย ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้กล่าวไว้ว่า

เสด็จทรงหยิบสุวรรณหิรัญนาก ใส่ในปากเบ้าเปลวที่เหลวหลอม
แล้วทรงคีบหนีบคีมเข้ารัดรอม เทถนอมทองรินประดิ่นกาญจน์
สู้ทนเพลิงเริงแสงที่แรงร้อน ไม่ย่อหย่อนพระศรัทธานั้นกล้าหาญ
แล้ววงษาข้าหลวงกระทรวงงาน ก็อลหม่านเทเติมเพิ่มทวี

4.3.4 การแสดงให้เห็นความเจริญรุ่งเรืองของศิลปกรรมในแผ่นดิน

จากการศึกษาพบว่าศิลปกรรมกับความเจริญรุ่งเรืองของแผ่นดินเป็นเสมือนกระจกส่องทางให้แก่กัน เมื่อบ้านเมืองเจริญรุ่งเรือง พระองค์จึงทรงสละพระราชทรัพย์ในการสร้างและบูรณปฏิสังขรณ์วัด เมื่อศิลปกรรมได้รับการฟื้นฟูหรือบูรณะใหม่ย่อมเป็นหลักฐานที่แสดงความเจริญรุ่งเรืองของบ้านเมืองได้เช่นกัน นอกจากนี้ยังมีบทบาทของศิลปะการแสดงที่เป็นเครื่องยืนยันว่าบ้านเมืองอุดมไปด้วยศิลปะทุกแขนงอย่างแท้จริงและศิลปะการแสดงก็เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสุขของผู้คนที่ได้สนุกสนานรื่นเริงในงานมหรสพต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม เช่น งานฉลองพระอาราม ดังที่พระยาไชยวิชิต (เผือก) (2518, น. 20) กล่าวไว้ว่า

แสนสนุกหนุ่มหน้า สาวสวรรค์
ไพเราะรศโอษฐ์อัน ฉ่ำชื่น

นอกจากนี้ เพลงยาวเฉลิมพระเกียรติของนายมีมหาดเล็กยังกล่าวว่าความนิยมศิลปะแบบพระราชนิยมได้ก่อให้เกิดความงอกงามทางศิลปกรรมในพระนคร กล่าวคือศิลปะแบบพระราชนิยมดังกล่าวทำให้มีเจ้านายและขุนนางในราชสำนักมาถ่ายอย่างหรือเลียนแบบลักษณะศิลปกรรม ทำให้เกิดความนิยมแพร่หลายของศิลปกรรมลักษณะนี้ไปทั่วพระนคร ดังที่นายมีมหาดเล็ก (2462) ได้กล่าวว่า

พระวงษ์วังทั้งหลายมาถ่ายอย่าง เลียนไปสร้างตั้งแต่งทุกแห่งหน
ทั้งขุนนางสร้างเลียนเจียนทุกคน ทั่วตำบลน่าหลังสิ้นทั้งปวง
ออกอัดแอแซ่เซงทั้งเก๋งตึก อึกกะทึกรอบทั้งพระวังหลวง
ดังดาวรอบขอบคันพระจันทร์ดวง ขึ้นโชติช่วงอยู่ในชั้นพิมานรถ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นหลักฐานสำคัญที่ยืนยันให้เห็นความงอกงามของศิลปกรรมที่ผสมผสานศิลปกรรมแบบไทยและจีนในสมัยรัตนโกสินทร์อย่างเด่นชัด นอกจากนี้ การกล่าวถึงศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติยังมีบทบาทและความสำคัญในการนำเสนอภาพพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวในฐานะกษัตริย์ผู้เป็นองค์อุปถัมภ์ศาสนาและเป็นผู้อุปถัมภ์ศิลปินดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นและยังแสดงให้เห็นความเจริญรุ่งเรืองของพุทธศาสนาในรัชสมัยอีกด้วย การกล่าวถึงศิลปกรรมในวรรณคดีกลุ่มนี้จึงมีส่วนสำคัญในการเฉลิมพระเกียรติพระมหากษัตริย์อย่างแท้จริง

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พระราชกรณียกิจประการสำคัญของพระองค์คือการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาและการสร้างและบูรณปฏิสังขรณ์วัดและถาวรวัตถุภายในวัด ดังปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติหลายเรื่องและเอกสารทางประวัติศาสตร์หลายฉบับ ในการสร้างและปฏิสังขรณ์วัดย่อมมีการสร้างศิลปกรรมประเภทต่างๆ เพื่อประดับตกแต่งด้วย แต่เดิมศิลปกรรมที่ปรากฏอยู่ในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติเรื่องต่างๆ เช่น *โคลงเฉลิมพระเกียรติพระนารายณ์ ฉันท์สรรเสริญพระเกียรติพระพุทธเจ้าหลวงปราสาททอง* และ *บุณโณวาทคำฉันท์* แม้จะแสดงให้เห็นความสำคัญในการเฉลิมพระเกียรติพระมหากษัตริย์มาบ้างแล้ว เช่น การกล่าวถึงศิลปกรรมประเภทการแสดงในบุณโณวาทคำฉันท์ของพระมหานาควัดท่าทรายที่แสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ของการเสด็จไปสักการะพระพุทธบาทในสมัยอยุธยาตอนปลาย แต่จะเห็นได้ชัดว่าในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว กวีนำเนื้อหาและการพรรณนาเกี่ยวกับศิลปกรรมมาเสนอในวรรณคดีอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากกวีให้ความสำคัญกับพระราชกรณียกิจด้านการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาและการสร้างปฏิสังขรณ์วัดและเสนาสนะต่างๆ จนนำมาเป็นเนื้อหาหลักในการเฉลิมพระเกียรติและกล่าวอ้างในวรรณคดี เพื่อแสดงให้เห็นว่าพระราชกรณียกิจดังกล่าวเป็นสิ่งที่สำคัญและกระทำได้ยากยิ่ง

ศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นความยิ่งใหญ่และความเจริญของบ้านเมือง แต่ยังสะท้อนให้เห็นพระราชศรัทธาอันแรงกล้าของพระมหากษัตริย์ที่มีพระราชประสงค์จะทำนุบำรุงพุทธศาสนาอย่างแท้จริง ส่งผลให้เหล่าขุนนาง ข้าราชบริพารได้มีโอกาสสร้างและบูรณะวัดและศิลปกรรมภายในวัด ก่อให้เกิดการทำนุบำรุงพุทธศาสนาในวงกว้าง แสดงให้เห็นว่าทรงเป็นองค์อุปถัมภ์พุทธศาสนาอย่างแท้จริง สอดคล้องกับที่วรางคณา ศรีกำเหนิด (2558, น. 49) ตั้งข้อสันนิษฐาน

ว่าการยอพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวใน*โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน*นั้นสอดคล้องกับพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยหลักคือการสงเคราะห์สมณพราหมณ์และการบำรุงรักษาวัดให้สวยงามเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะพระสงฆ์ผู้อยู่ในวัดก็ย่อมจะได้รับประโยชน์โดยตรง งานวิจัยนี้ได้แสดงเพิ่มเติมว่าพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวในการทำนุบำรุงพุทธศาสนสถานและศิลปกรรมภายในวัดได้ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในรัชสมัยหลากหลายเรื่อง

ลักษณะศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดียอพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวประกอบด้วย สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรมและศิลปะการแสดง ศิลปกรรมเหล่านี้มีความสำคัญในการฉายภาพความเจริญรุ่งเรืองของบ้านเมือง ความรุ่งเรืองของพระพุทธศาสนา ความเจริญรุ่งเรืองด้านเศรษฐกิจและความเจริญรุ่งเรืองด้านศิลปวัฒนธรรม สะท้อนให้เห็นถึงพระราชกรณียกิจหลักของพระองค์และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวรรณคดีในการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว

ศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติที่ได้กล่าวไปข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างวรรณคดีกับศิลปะแขนงอื่น วรรณคดีเฉลิมพระเกียรติสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทำหน้าที่บันทึกลักษณะของศิลปกรรม โดยเฉพาะลักษณะของศิลปะอันเป็นแบบเฉพาะในรัชสมัยที่ได้รับอิทธิพลจากจีน ซึ่งจากการบันทึกศิลปกรรมรูปแบบต่างๆ นี้กวีได้นำมาเชื่อมโยงกับการกล่าวสรรเสริญพระเกียรติพระมหากษัตริย์ ได้แก่ การกล่าวว่าพระราชกรณียกิจที่ทรงทำนุบำรุงวัดและถาวรวัตถุต่างๆ อันเป็นสาเหตุให้มีการสร้างสรรค์และปฏิสังขรณ์ศิลปกรรมขึ้นเป็นสิ่งที่กระทำได้ยาก เนื่องจากต้องอาศัยทั้งความศรัทธาในพระพุทธศาสนา แรงงานช่างฝีมือ พระราชทรัพย์ แต่พระองค์ก็ทรงสามารถกระทำได้อย่างสำเร็จลุล่วงและยังเป็นผลให้เหล่าประชาชนได้กระทำตาม เป็นการทำนุบำรุงพุทธศาสนาให้สถาพรยั่งยืน ด้วยเหตุนี้จึงนำมาสู่การนำเสนอภาพองค์อัครศาสนูปถัมภกที่ทรงให้การทำนุบำรุงพุทธศาสนาอย่างดีอีกด้วย สอดคล้องกับที่อรวรรณ เชื้อน้อย (2563, น. 320) กล่าวว่างานศิลปกรรมในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวโดยเฉพาะวัดพระเชตุพนเป็นต้นแบบทั้งในเรื่องแนวคิด เทคนิควิธีการและรูปแบบของตัวงานศิลปกรรมสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นการรวบรวมงานศิลปกรรมแบบผสม แบบไทยประเพณีกับพระราชนิยมที่เป็นแรงบันดาลใจให้กับงานศิลปกรรมของหัวเมืองหรือกลุ่มชุมชนต่างๆ นำไปสร้างสรรค์ต่อยอดตามรสนิยมของช่างแต่ละพื้นที่ในช่วงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น

ศิลปกรรมที่ปรากฏในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงเป็นลักษณะเด่นประการหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากกวีได้มีโอกาสถวายรับใช้และสนองพระบรมราชโองการในการสร้าง ซ่อมแซม ฟื้นฟูศิลปกรรมต่างๆ ดังจะเห็นได้จากกรมสมเด็จพระปรมานุชิตชิโนรสที่ทรงเป็นอธิบดีสงฆ์วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามและนายมีมหาดเล็กผู้มีความสามารถในการเขียนภาพด้วย สอดคล้องกับที่วรางคณา ศรีกำเหนิด (2558, น. 74) ได้ศึกษา*โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน*และพบว่ามีความโดดเด่นแตกต่างไปจากวรรณกรรมยอพระเกียรติเรื่องอื่นๆ ด้วยเนื้อหาที่นำมาจากเหตุการณ์จริงที่กวีได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์และนำบันทึกทางประวัติศาสตร์มาเป็นข้อมูลในการแต่ง ดังนั้นการบันทึกศิลปกรรมในวรรณคดีเฉลิมพระเกียรติในสมัยดังกล่าวเป็นการบันทึกสภาพความเจริญรุ่งเรืองของบ้านเมืองตามที่กวีได้พบเห็นและศิลปกรรมเหล่านี้ยังมีส่วนในการฉายให้เห็นภาพของพระมหากษัตริย์ผู้ทรงกอปรพระราชกรณียกิจในการทำนุบำรุงพุทธศาสนาอย่างเต็มที่อีกด้วย

6. กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้ปรับปรุงขึ้นจากงานนำเสนอในรายวิชาวรรณคดีไทยสัมพันธ์ ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 มีรองศาสตราจารย์ ดร.ธานีรัตน์ จัตุทะศรี เป็นผู้สอนรายวิชาและให้คำแนะนำอันมีค่ายิ่ง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

รายการอ้างอิง

คณะสงฆ์วัดพระเชตุพน. (2554). *ประชุมจารึกวัดพระเชตุพน* (พิมพ์ครั้งที่ 7). คณะสงฆ์วัดพระเชตุพน.

ไชยวิชิต (เผือก), พระยา. (2518). *ยอพระเกียรติสามรัชกาล.* พิมพ์เป็นอนุสรณ์ในงานฌาปนกิจศพนางประทิน ช้างขวัญยืน ณ เมรุวัดพิเรนทร์ วรจักร.

ทิพากรวงศ์ (ขำ บุนนาค), เจ้าพระยา. (2555). *พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 1-4 ฉบับเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (ขำ บุนนาค).* ศรีปัญญา.

ธรรมจักร พรหมพ้วย. (2561). *รูปแบบนาฏกรรมในรัชกาลที่ 3* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธานีรัตน์ จัตุทะศรี. (2555). ลิลิตกระบวนพยุหยาตราสถลมารคและชลมารค: จากพระราชพิธีสู่วรรณคดีเฉลิมพระเกียรติ. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, *19*(1), 39-62.

นริศรานุวัดติวงศ์, สมเด็จฯ เจ้าฟ้ากรมพระยา, และดำรงราชานุภาพ, สมเด็จฯ กรมพระยา. (2505). *สาส์นสมเด็จ เล่มที่ 25.* คุรุสภา.

นายมีมหาดเล็ก. (2462). *กลอนเพลงยาวสรรเสริญพระเกียรติ นายมีมหาดเล็กแต่งถวาย.* http://www.car.chula.ac.th/rarebook/book2/clra55_0305/#/1

ปรมานุชิตชิโนรส, สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระ. (2547). *โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน พระนิพนธ์สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส.* สหธรรมิก.

ยุพร แสงทักษิณ. (2537). *วรรณคดียอพระเกียรติ.* คุรุสภา.

ราชบัณฑิตยสภา. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554.* https://dictionary.orst.go.th

วรางคณา ศรีกำเหนิด. (2558). โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน: จากบันทึกประวัติศาสตร์สู่การสร้างสรรค์วรรณกรรมยอพระเกียรติ. *วรรณวิทัศน์*, *15*, 33-76.

ศักดิ์ชัย สายสิงห์. (2551). *งานช่างสมัยพระนั่งเกล้าฯ.* มติชน.

สมใจ โพธิ์เขียว. (2550). *การศึกษาวิเคราะห์โคลงดั้นเรื่องปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพน พระนิพนธ์สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิตชิโนรส* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สันติ เล็กสุขุม. (2555). พระเจดีย์. ใน *สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่ม 37* (น. 7-39). มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน.

สุปาณี พัดทอง. (2551). ลิลิตกระบวนแห่พระกฐินพยุหยาตราทั้งทางสถลมารคและชลมารค: “เสนอพระเกียรติกระษัตริย์สร้างสืบฟ้าดินเฉลอม”. *วารสารไทยศึกษา*, *4*(1), 142-175.

อชิรัชญ์ ไชยพจน์พานิช. (2547). *อิทธิพลศิลปะจีนในงานจิตรกรรมแบบนอกอย่างสมัยรัชกาลที่ 3* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อรวรรณ เชื้อน้อย. (2563). *งานศิลปกรรมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร: ภาพสะท้อนสังคมและวัฒนธรรมสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

องค์ประกอบของการสื่อสารและการสะท้อนอัตลักษณ์ผ่านกลวิธีทางภาษาของ “ยูทูบเบอร์ซออฮยอน” ในบริบทสังคมข้ามวัฒนธรรมผ่านเรื่องเล่าของสะใภ้เกาหลี*

Received: 10 April 2025
Revised: 4 June 2025
Accepted: 23 August 2025

กฤตยา ณ หนองคาย**
ธันวพร เสรีชัยกุล***
ธรรมวัฒน์ พัฒนาสุทธินนท์****

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร และความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออฮยอน จากข้อมูลคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการทำอาหารในช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-30 มิถุนายน พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลา 6 เดือน รวมจำนวน 24 คลิปวิดีโอ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบ การสื่อสารที่มีบทบาทต่อการนำเสนออัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออฮยอน 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 องค์ประกอบการสื่อสารข้างต้นมีส่วนช่วยประกอบสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ยูทูบเบอร์ซออฮยอน จำนวน 4 อัตลักษณ์ ได้แก่ อัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” “สะใภ้เกาหลี” “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” และ “ยูทูบเบอร์” ผ่านการใช้กลวิธีทางภาษา 7 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำศัพท์ การใช้สำเนียงภาษาไทยถิ่นอีสาน การใช้วัจนกรรม อุปลักษณ์

คำสำคัญ

กลวิธีทางภาษา;
อัตลักษณ์;
ความเป็นไทย;
วัฒนธรรมแบบลูกผสม;
บริบทสังคมข้ามวัฒนธรรม

* บทความนี้ได้รับทุนสนับสนุนโครงการวิจัยและสร้างสรรค์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2566

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

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

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

การเล่าเรื่อง การเปรียบเหมือนและเปรียบต่างและมูลบท ทั้งนี้ อัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออยอนที่พบสะท้อนให้เห็นทั้งรากวัฒนธรรมไทย ถิ่นกำเนิดและการปรับตัวผสมผสานกับสังคมเกาหลีได้อย่างกลมกลืน ก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมแบบลูกผสมผ่านการใช้ภาษาไทยและภาษาถิ่น การพาครอบครัวชาวเกาหลี “ข้ามชาติ” มาสัมผัสกับ “วัฒนธรรมไทย-วัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน” หรือการแสดงตัวตนแบบผู้หญิงไทย-ผู้หญิงอีสานตามจารีตผ่านการทำอาหารและการดูแลครอบครัว ทั้งนี้การประพฤติตนเป็น “ลูกสะใภ้แบบไทย” ผู้โดดเด่นด้วยการทำอาหารไทย ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อรองพื้นที่ในครอบครัวสามีและสร้างตัวตนของเธอในปริบทออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

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****

Research Article

Abstract

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."

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 (ไพฑูรย์ สินลารัตน์ และคณะ, 2565) โลกไร้พรมแดนนี้เปลี่ยนแปลงสังคมมนุษย์ในระดับต่างๆ สิ่งที่เห็นได้ชัดเจนประการหนึ่ง คือ การโยกย้ายถิ่นฐานจากความนิยมในการสมรสกับชาวต่างชาติ จากข้อมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พบว่าจำนวนหญิงไทยที่จดทะเบียนสมรสกับชายชาวต่างชาติ ตั้งแต่ พ.ศ. 2555-2565 มีจำนวน 95,351 คน (กรมการปกครอง, ม.ป.ป.) จึงเห็นได้ว่าความนิยมของหญิงไทยที่ทำการสมรสกับชายชาวต่างชาติในช่วงทศวรรษที่ผ่านมามีเป็นจำนวนมาก

ทั้งนี้ หญิงไทยรายหนึ่งที่สมรสกับชาวต่างชาติและมีชื่อเสียงรู้จักอย่างกว้างขวาง คือ “ซออฮยอน” ซึ่งแต่งงานกับชายชาวเกาหลีใต้และได้นำเสนอวิถีชีวิตของครอบครัวชาวเกาหลีใต้ผ่านรายการยูทูบช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” โดย “ซออฮยอน” เป็นชาวจังหวัดหนองคาย ได้สมรสและย้ายไปอยู่กับครอบครัวสามี ณ จังหวัดตางจินในประเทศเกาหลีใต้ “ซอ” เป็นชื่อที่แม่สามีตั้งให้ได้ทำหน้าที่ลูกสะใภ้ด้วยการทำหน้าที่ปลูกผักทำอาหาร ตลอดจนช่วยเหลือกิจการร้านอาหารของครอบครัว อย่างไรก็ตาม ใน พ.ศ. 2562 เธอได้เริ่มถ่ายคลิปวิดีโอนำเสนอชีวิตครอบครัวผ่านทางเว็บไซต์ยูทูบจนมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก (ข้อมูล ณ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2568 มีผู้ติดตามจำนวน 2.59 ล้านคน) ด้วยเนื้อหาของคลิปวิดีโอที่นำเสนอความเป็นอยู่ของครอบครัวตนเองด้วยความเรียบง่าย รวมถึงนำเสนอความเป็นไทยด้วยการทำอาหารไทยขึ้นร่วมโต๊ะกับอาหารเกาหลีให้ครอบครัวได้รับประทาน (ไทยรัฐ, 2562; Urban’s Pick, 2564) คลิปวิดีโอในช่องยูทูบดังกล่าวมีทั้งส่วนที่เป็นเสียงพูดของยูทูบเบอร์เอง รวมถึงคำบรรยายใต้ภาพ ทั้งนี้ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าคลิปวิดีโอในช่องยูทูบดังกล่าวมีส่วนนำเสนออัตลักษณ์ต่างๆ ของยูทูบเบอร์ซออฮยอนผ่านกิจกรรมหลักคือการทำอาหาร เช่น

(ตัวอย่าง 1)

น้ำจิ้มสูตรนี้นะคะซอเคยทำครั้งนึงแล้วนะคะในคลิปงานวันเกิดของ**พ่อปู่**นะคะ แต่ว่าวันนี้ ขอเอามาทำในคลิปนี้อีกครั้งนึงนะคะ (สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 726)

(ตัวอย่าง 2)

สวนของซอนะคะมีผักหลากหลายชนิดมากเลยค่ะทุกคน แต่ปีนี้ซอ**ปลูก**แบบว่าอย่างละนิดอย่างละหน่อยนะคะ อย่างที่ซอบอกกับทุกคนนะคะว่าปีนี้ซอจะ**ปลูกผัก**นิดเดียวนะคะ แต่ผักประมาณ 30 ชนิดค่ะทุกคน ก็เอาไว้แบ่งญาติๆ กินแล้วก็เอาไว้**ทำอาหารกิน**เอง (สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 769)

ตัวอย่างข้างต้นมีข้อสังเกตที่น่าสนใจ ในตัวอย่าง 1 เป็นสถานการณ์ที่ยูทูบเบอร์กำลังประกอบอาหาร อย่างไรก็ตาม พบการใช้คำว่า “พ่อปู่” ซึ่งเป็นภาษาไทยถิ่นอีสานเพื่อเรียกพ่อของสามีแทนที่จะเรียกด้วยภาษาเกาหลี อีกทั้งเห็นได้ว่ามีการใช้วัจนกรรมบอกเล่าเพื่อเล่าเหตุการณ์ให้ผู้รับสารทราบ ส่วนตัวอย่าง 2 พบการใช้คำกริยาแสดงกิริยาอาการว่าผู้หญิงมีหน้าที่ต้องทำอะไรบ้าง นอกจากนี้จะเห็นได้ว่ายูทูบเบอร์ใช้การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเหตุการณ์ไปยังผู้รับสาร

จากการทบทวนงานวิจัยที่ศึกษาอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออฮยอน พบงานวิจัยของเปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว (2565) เรื่อง *การสื่อสารเนื้อหาของยูทูบเบอร์หญิงไทย: กรณีศึกษาสะใภ้ไทยในต่างแดน* โดยช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” เป็นขอบเขตหนึ่งของงานวิจัยดังกล่าวแต่เป็นงานวิจัยตามแนวนิเทศศาสตร์ ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาอัตลักษณ์ตามแนวภาษาศาสตร์ แม้ว่าจะมีงานวิจัยที่ศึกษาตามแนวทางนี้จำนวนหนึ่งแล้ว อาทิ ธีระ บุษบกแก้ว (2553) เรื่อง *กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่ม “เกย์ออนไลน์”* หรือ ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ (2558) เรื่อง *ภาษากับอัตลักษณ์เมียฝรั่งในวาทกรรมสาธารณะ* แต่ยังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาด้วยกลุ่มข้อมูลยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” ด้วยเหตุที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารตามแนวทางชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสารของไฮมส์ (Hymes, 1974) ซึ่งน่าจะช่วยให้เห็นองค์ประกอบการสื่อสารที่เกิดขึ้นว่ามีองค์ประกอบอย่างไรบ้างและองค์ประกอบการสื่อสารที่เกิดขึ้นสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออฮยอนที่นำเสนอผ่านกลวิธีทางภาษาอย่างไรบ้าง

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออฮยอน

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 จากนั้นจึงถ่ายถอดบทสนทนา วิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร กลวิธีทางภาษาในการสื่ออัตลักษณ์ เสร็จแล้วจึงนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์สรุปและอภิปรายผลตามลำดับ

4. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1.1 แนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร (Ethnography of Communication)

แนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสารเป็นการศึกษา “ภาษาในปริบทการใช้” ซึ่งมีรูปแบบเฉพาะในแต่ละสังคม ไฮมส์ (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 หมายถึงการลำดับวัจนกรรม คือ รูปแบบของคำพูดว่ามีการใช้อย่างไร เรียงลำดับอย่างไร ขณะที่เนื้อหาของคำพูดหมายถึงเนื้อเรื่องที่ผู้พูดได้กล่าวออกมาในขณะที่มีการสื่อสาร

5. K-Keys หมายถึงน้ำเสียง ท่าทาง หรืออารมณ์ที่ใช้ขณะที่มีการสื่อสาร เช่น จริงจัง ขบขัน

6. I-Instrumentalities หมายถึงรูปแบบการสื่อสาร โดยแบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารและภาษาที่ผู้พูดใช้ในการสื่อสาร

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

8. G-Genre หมายถึงประเภทของข้อความที่ใช้สื่อสาร เช่น บทประพันธ์ เรื่องเล่า ตำนาน ฯลฯ

ผู้วิจัยนำแนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสารมาวิเคราะห์บริบทการสื่อสารที่เกิดขึ้นในช่องสะใภ้เกาหลี by Korean ว่ามีบริบทการสื่อสารอย่างไร ใครเป็นผู้ส่งและรับสาร วัตถุประสงค์ของการสื่อสารคืออะไร มีการใช้ภาษาและเครื่องมืออย่างไรและมีปฏิสัมพันธ์และการตีความอย่างไร ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์กับการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์รายนี้ต่อไป

4.1.2 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity) และอัตลักษณ์ในพื้นที่ข้ามชาติ (Transnational Identity)

เบนเวลล์และสโตคี (Benwell & Stokoe, 2013) กล่าวว่าอัตลักษณ์เป็นกระจกสะท้อนตัวตน (Self) ขณะเดียวกันก็เป็นผลผลิตของสังคม (product of social) ที่สะท้อนออกมาด้วย ทั้งนี้ อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เป็นนามธรรม 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 ช่วงชั้นทางสังคม ศิริพร ภักดีผาสุข (2561, น. 35) ได้กล่าวถึง

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอัตลักษณ์ไว้ 4 ประเด็น ได้แก่ ภาษาเป็นป้ายฉลากระบุอัตลักษณ์ ภาษาเป็นดรรชนีบ่งชี้อัตลักษณ์ ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อและนำเสนออัตลักษณ์ในการปฏิสัมพันธ์และภาษาเป็นเครื่องมือในการนำเสนอภาพตัวแทนและอุดมการณ์ชุดต่าง ๆ ผู้วิจัยเห็นว่าอัตลักษณ์ที่จะศึกษาในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาอัตลักษณ์บุคคลเพื่อให้นิยามความหมายแก่ตัวตนว่าตัวเองคือใคร จึงน่าสนใจศึกษาว่ายูทูบเบอร์ซออฮยอนมีกลวิธีทางภาษาเพื่อสื่อสารและประกอบสร้างอัตลักษณ์ของตนเองอย่างไรและเนื่องจากช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” โดย “ซออฮยอน” ได้นำเสนอวิถีชีวิตและครอบครัวชาวเกาหลีใต้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะการทำอาหาร การศึกษาอัตลักษณ์ในงานวิจัยนี้จึงเป็นการศึกษาอัตลักษณ์ของคนที่ย้ายถิ่นหรือคนพลัดถิ่นในบริบทของสังคมข้ามชาติ (Transnational Identity) ซึ่งการย้ายถิ่นฐานไปอยู่อาศัยในพื้นที่ข้ามชาตินั้นจะนำไปสู่การประกอบสร้างอัตลักษณ์ที่มีลักษณะผสมผสานทางวัฒนธรรมที่เกิดจากความจำเป็นต้องปรับตัวเมื่อเข้าไปอยู่อาศัยในประเทศพักพิง กลไกนี้จะก่อให้เกิดการแสดงออกที่สะท้อนวิถีวัฒนธรรมแบบลูกผสม (cultural hybridity) ซึ่งสำนักงานราชบัณฑิตยสภาให้ความหมายว่าเป็นรูปแบบการใช้ชีวิต อัตลักษณ์ สิ่งของหรือสัญลักษณ์ที่มีลักษณะผสมผสานจากหลายแหล่ง อันมีที่มาจากการติดต่อสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การเดินทางโยกย้าย ภาวะพลัดถิ่นและการปะทะสังสรรค์ของพหุวัฒนธรรมที่เพิ่มขึ้น และฐิรวุฒิ เสนาคำ (2550) อธิบายว่าการย้ายถิ่นฐานหรือการเป็นพลัดถิ่นทำให้บุคคลและกลุ่มคนนำวัฒนธรรมของตนไปผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นใหม่และวิถีวัฒนธรรมแบบลูกผสมสามารถสร้างอัตลักษณ์ใหม่ที่ผสมผสานจากหลายวัฒนธรรม

4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของ “ซออฮยอน” ในเบื้องต้นพบว่ามีงานวิจัยของเปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว (2565) ศึกษา *การสื่อสารเนื้อหาของยูทูบเบอร์หญิงไทย: กรณีศึกษาสะใภ้ไทยในต่างแดน* โดยช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” เป็นขอบเขตหนึ่งของงานวิจัยดังกล่าว อัตลักษณ์ของสะใภ้ไทยในต่างแดน ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติและเรียบง่าย ทำอาหารเก่งและใช้เป็นแกนหลักในการสื่อสาร ธำรงความเป็นไทยในต่างแดนและเกิดการผสมกับวัฒนธรรมอื่น แม่ศรีเรือนและมีความมุ่งมั่นสู้ชีวิต ทั้งนี้ อัตลักษณ์ที่พบเกิดจากการวิเคราะห์เนื้อหาของสารตามแนวนิเทศศาสตร์ แต่ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของคนไทยในต่างแดนตามแนวภาษาศาสตร์ ผู้วิจัยจึงจะกล่าวถึงงานวิจัยที่ศึกษา “อัตลักษณ์” ตามแนวทางภาษาศาสตร์ ดังนี้ ณัฐพร พานโพธิ์ทอง (2550) ศึกษา *จาก “เจ้าพ่ออ่างทองคำ” สู่ “คนชนชั้นธรรมดาที่กล้าแฉ”: กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของชูวิทย์ กมลวิศิษฏ์ ในวาทกรรมการหาเสียงเลือกตั้ง* ผลการศึกษาพบทั้งการจัดการภาพด้านลบของตนเอง ขณะเดียวกันก็พบการนำเสนออัตลักษณ์ใหม่ให้กับตนเองด้วย การจัดการภาพด้านลบของตนเองพบกลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับอัตลักษณ์ ได้แก่ การทิ้งเหตุผล การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ การยอมรับภาพด้านลบของตน ส่วนการนำเสนออัตลักษณ์ใหม่ให้กับตนเองพบกลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับอัตลักษณ์ ได้แก่ การกล่าวซ้ำ การใช้ภาษาแบบเป็นกันเอง การวิจารณ์อย่างตรงไปตรงมาและการใช้กลุ่มคำกริยาที่สื่อบุคลิกดุดัน ธีระ บุษบกแก้ว (2553) ศึกษา *กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่ม “เกย์ออนไลน์”* ผลการศึกษาพบกลวิธีทางภาษาที่ใช้สื่ออัตลักษณ์ของกลุ่มตนเอง 8 กลวิธี เช่น การเลือกใช้คำศัพท์ มูลบท อุปลักษณ์ ส่วนอัตลักษณ์เกย์ต่อสาธารณะพบทั้งสิ้น 8 อัตลักษณ์ เช่น เกย์เป็นคนปกติและมีวิถีชีวิตเหมือนคนทั่วไป เกย์ไม่ใช่ผู้ป่วยโรคหรืออาการทางจิต แต่เป็นความรู้สึกหรือตัวตนที่แท้จริงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ (2558) ศึกษา *ภาษากับอัตลักษณ์เมียฝรั่งในวาทกรรมสาธารณะ* ผลการศึกษาพบกลวิธีทางภาษาที่ประกอบสร้างอัตลักษณ์เมียฝรั่ง 10 กลวิธี และ

กลวิธีทางภาษาที่พบมีส่วนประกอบสร้างอัตลักษณ์เมียฝรั่ง 19 อัตลักษณ์ อาทิ การมีลักษณะทางกายภาพด้านบวกและลบ การเข้าไปเกี่ยวข้องกับอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ

จะเห็นได้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษากลุ่มข้อมูลยูทูบเบอร์ “ซอฮยอน” ที่ใกล้เคียงที่สุดคืองานวิจัยของเปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว (2565) เพียงเรื่องเดียวและศึกษาด้วยแนวทางอื่น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารตามแนวทางชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสารและการใช้กลวิธีทางภาษาในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ โดยคาดหมายว่าผลการวิเคราะห์ทางภาษาจะสามารถฉายให้เห็นพลวัตของวิถีชีวิต พลวัตทางวัฒนธรรมซึ่งเกิดจากการโยกย้ายถิ่นฐานของประชากรภายใต้บริบทสังคมข้ามวัฒนธรรมในมิติปัจจุบันที่น่าสนใจได้

5. ผลการศึกษา

จากการศึกษา ผลการวิจัยมี 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) องค์ประกอบการสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร และ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับการสื่อสารอัตลักษณ์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1. องค์ประกอบการสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร

มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ฉาก (Settings/Scene) คือ เวลาและสถานที่ที่เกิดการสื่อสาร เวลาที่เกิดการสื่อสารในช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” คือ ช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-30 มิถุนายน พ.ศ. 2566 ทั้งช่วงกลางวันและกลางคืน ขณะที่สถานที่ที่เกิดการสื่อสารมีทั้งที่เกิดขึ้นที่ประเทศเกาหลีใต้ซึ่งเป็นร้านอาหารของครอบครัว ณ จังหวัดตางจิน ประเทศเกาหลีใต้ สถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ส่วนใหญ่ในช่องยูทูบนี้ นอกจากนี้ บางคลิปยังเกิดขึ้นที่ประเทศไทย เนื่องจากยูทูบเบอร์รายนี้ได้เดินทางกลับมาประเทศไทยเพื่อเยี่ยมครอบครัวพร้อมกับครอบครัวสามีชาวเกาหลี ลักษณะคลิปวิดีโอในช่องนี้ ยูทูบเบอร์พร้อมกับครอบครัวจะออกไปเก็บวัตถุดิบบริเวณรอบบ้านจากนั้นจึงนำกลับมาประกอบอาหารรับประทาน นอกจากฉากในเชิงกายภาพแล้ว ฉากยังหมายถึงเว็บไซต์ยูทูบ (www.youtube.com) ซึ่งเป็นเว็บสตรีมมิงวิดีโอที่ผู้ใช้สามารถค้นหาคลิปวิดีโอด้วยคำสำคัญ (Keywords) จากสถิติการเข้าชมเว็บไซต์ดังกล่าวใน พ.ศ. 2566 พบว่าเว็บไซต์ดังกล่าวเป็นเว็บสตรีมมิงวิดีโออันดับหนึ่งในประเทศและมีผู้เข้าใช้งานมากกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ (Spring, 2566) ยูทูบเบอร์รายนี้จึงถ่ายและอัปโหลดคลิปวิดีโอลงในช่องยูทูบแต่ละตอนห่างกันประมาณ 2-3 วันต่อตอนและมีความยาวตอนละประมาณ 10-20 นาที เผยแพร่ในช่องยูทูบชื่อ “สะใภ้เกาหลี by Korean” (ข้อมูล ณ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2568 มีผู้ติดตามจำนวน 2.59 ล้านคน) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าช่องยูทูบและยูทูบเบอร์รายนี้มีผู้สนใจติดตามจำนวนมาก

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

1) ผู้ส่งสาร คือ ยูทูบเบอร์ “ซออยอน” (เดิมชื่อ กุ๊กกิ๊ก สุไพพร นันทะเดช) หญิงชาวจังหวัดหนองคาย ที่สมรสกับชายชาวเกาหลีและย้ายไปอยู่กับครอบครัวสามีซึ่งประกอบธุรกิจร้านอาหาร โดย “ซออยอน” เป็นชื่อที่แม่สามีตั้งให้ ร้านอาหารของครอบครัวมักจะมีลูกค้าเฉพาะเวลากลางวันและเย็น ด้วยบทบาทความเป็นหญิงจึงได้มีโอกาสเข้าไปช่วยครอบครัวทำอาหาร ต่อมาจึงปลูกผักขายและถ่ายคลิปวิดีโอลงในเว็บไซต์ยูทูบเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว (ไทยรัฐ, 2562) เห็นได้ว่าการเปลี่ยนชื่อและบทบาทสะท้อนการปรับตัวและการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม ด้วยบทบาทของลูกสะใภ้ เธอจึงมีบทบาทช่วยเหลือครอบครัว แต่อีกบทบาทหนึ่งซึ่งเห็นได้อย่างเด่นชัดในช่องยูทูบคือเป็นผู้ทำอาหารเลี้ยงดูครอบครัวภายใต้ข้อจำกัดทางวัตถุดิบที่หาได้ในถิ่นนั้นๆ ประเด็นดังกล่าวเป็นประเด็นหลักในการสื่อสาร อีกทั้งยังถ่ายทอดอัตลักษณ์ “แม่ศรีเรือน” ผู้ทำอาหารเก่งให้สาธารณะได้รับทราบ (เปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว, 2565)

2) ผู้รับสาร คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” ได้สะดวกผ่านการค้นหา หรือกดติดตาม (subscribe) ส่งผลให้มีผู้ติดตามกว่า 2 ล้านคน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงชาวไทยและอาจรวมถึงชาวต่างชาติ เช่น เกาหลี อังกฤษ ซึ่งสนใจการทำอาหารและวิถีชีวิตหญิงไทยในต่างแดน อันเป็นเนื้อหาหลักของช่องนี้

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

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

4. ลำดับวัจนกรรม (Act Sequences) ในสถานการณ์การสื่อสารนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ามีลักษณะคล้ายกับการเล่าเรื่อง โดยมักจะมีการเรียงลำดับดังนี้ ในส่วนต้นของคลิป มักจะเริ่มต้นด้วยส่วนสำคัญ (Highlight) รวมถึงอาจกล่าวถึงที่มาของการทำอาหารเมนูในคลิปนั้นว่ามีที่มาจากสาเหตุใด แล้วจึงเริ่มลงมือทำอาหาร ส่วนเนื้อหาเป็นส่วนขั้นตอนประกอบอาหาร เริ่มตั้งแต่ส่วนประกอบต่างๆ บางครั้งอาจมีคำบรรยายใต้ภาพเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษและ/หรือภาษาเกาหลีรวมอยู่ด้วยเพื่อให้ทราบว่าเมนูที่กำลังทำมีวัตถุดิบใดบ้าง ทั้งนี้ ยูทูบเบอร์มักใช้การบอกเล่า อธิบายและแนะนำว่าอาหารที่กำลังทำอยู่นั้นคืออะไร ทำอย่างไร ตลอดจนจะสามารถหาสิ่งใดมาทดแทนได้ เนื่องจากไม่อาจหาวัตถุดิบได้เหมือนกับในประเทศไทย ด้วยเหตุที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เห็นว่ายูทูบเบอร์รายนี้มีความเชี่ยวชาญและมีฝีมือทำอาหารไทยในขณะที่อยู่ในต่างประเทศ ขณะที่ส่วนท้าย มักเป็นขั้นการรับประทานอาหาร โดยยูทูบเบอร์รับประทานทานคนเดียว ครอบครัวรับประทานร่วมกัน หรือมีผู้อื่นร่วมรับประทานด้วย มีการกล่าวความรู้สึกว่าอาหารจานนั้นเป็นอย่างไร การจบคลิปวิดีโอมีทั้งที่ยูทูบเบอร์หรือครอบครัวกล่าวอำลาผู้รับสาร บางครั้งอาจเชิญชวนให้ผู้รับสารกดถูกใจ (Like) หรือกดติดตาม (Subscribe) ช่องยูทูบ บางครั้งไม่มีการกล่าวใดๆ

5. น้ำเสียง (Keys) พบว่ามีการใช้ระดับภาษาปาก มีการย่อคำ ตัดคำ คำสแลง คำเฉพาะกลุ่ม รวมถึงละโครงสร้างประโยค ตลอดจนเรื่องที่ถ่ายทอดสารมีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน ดังนั้น ด้วยลักษณะการใช้ภาษาและเนื้อหาข้างต้น น้ำเสียงของยูทูบเบอร์รายนี้จึงมีความเป็นกันเอง ช่วยดึงดูดให้ผู้รับสารติดตามสารที่ถ่ายทอดออกมาอย่างต่อเนื่อง

6. เครื่องมือ (Instrumentalities) คือ เครื่องมือและภาษาที่ใช้สื่อสาร เครื่องมือที่ใช้สื่อสาร ได้แก่ อุปกรณ์ถ่ายทำวิดีโอและอินเทอร์เน็ต ซึ่งช่วยให้สารแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ด้านภาษา พบการใช้วัจนลีลากันเอง (Casual Style) ที่สร้างความเป็นกันเองกับผู้รับสาร โดยใช้ทั้งภาษาไทยมาตรฐาน ภาษาถิ่นอีสาน และภาษาเกาหลีตามบริบทการสื่อสาร หรือตัวอักษรภาษาไทย อังกฤษและเกาหลี ใช้เพื่ออธิบายส่วนผสมหรือวิธีทำอาหาร นอกจากนี้ อวัจนภาษา พบสีหน้าท่าทางขณะเตรียมวัตถุดิบ ทำอาหาร หรือรับประทานอาหาร ตลอดจนการแต่งกายที่มักแต่งกายด้วยชุดอยู่บ้าน ซึ่งอาจทำให้เกิดความรู้สึกต้องการรับประทานอาหารที่ทำ ตลอดจนสร้างความเป็นกันเองให้กับผู้รับสาร

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

8. ประเภทของข้อความ (Genre) ในสถานการณ์การสื่อสารนี้ มีลักษณะเป็น Vlog (Video Blog) ซึ่งเป็นการบันทึกวิดีโอนำเสนอเรื่องราวหรือประสบการณ์ต่างๆ และเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Cambridge Dictionary, 2025) ในช่องยูทูบนี้ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตและการทำอาหารไทยของยูทูบเบอร์ซออฮยอนในประเทศเกาหลีใต้

องค์ประกอบการสื่อสารข้างต้นช่วยให้เห็นภาพรวมของการสื่อสารในช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” โดยเฉพาะฉาก (S) ที่เน้นประเทศเกาหลีและเว็บไซต์ยูทูบ ผู้ร่วมเหตุการณ์ (P) คือยูทูบเบอร์ที่มีจุดมุ่งหมาย (E) ในการถ่ายทอดวิถีชีวิตและการทำอาหารผ่านลำดับวัจนกรรม (A) แบบบอกเล่า แนะนำด้วยเครื่องมือคือสื่ออินเทอร์เน็ตและภาษาที่หลากหลาย ทั้งไทยมาตรฐาน อีสานและเกาหลี พร้อมบรรทัดฐานการตีความ (N) ที่ยูทูบเบอร์เป็นผู้กำหนดทิศทางการสื่อสาร ซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ต่อไป

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออฮยอน

ยูทูบเบอร์ซออฮยอนใช้ภาษาเพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง อัตลักษณ์ที่พบ ได้แก่ อัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” “สะใภ้เกาหลี” “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” และ “ยูทูบเบอร์” อัตลักษณ์ข้างต้นสะท้อนให้เห็นผ่านการใช้กลวิธีทางภาษา มีรายละเอียดดังนี้

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

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

และผู้ร่วมเหตุการณ์ ผลการศึกษาพบคำอ้างถึงที่ใช้อ้างถึงตัวเอง คนในครอบครัว บุคคลอื่น ตลอดจนใช้อ้างถึงสิ่งต่างๆ มีรายละเอียดดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.1.1 คำอ้างถึงตัวเอง เป็นการใช้คำอ้างถึงตนเองในฐานะผู้ส่งสาร ผลการศึกษาพบการใช้คำอ้างถึงทั้งที่เป็นภาษาเกาหลีและภาษาไทยมาตรฐาน มีรายละเอียดดังนี้

1) **ซอ** เป็นคำที่ยูทูบเบอร์รายนี้ใช้เรียกขานตัวเองแทบจะโดยตลอดข้อมูลที่นำมาศึกษาชื่อดังกล่าวเป็นชื่อที่มาจากภาษาเกาหลีว่า “ซอฮยอน” ซึ่งแม่สามีเป็นคนตั้งให้และย่อเหลือ “ซอ” ดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 3)

ที่**ซอ**สบายดีนะคะทุกคนก็คือ ที่บ้านไม่สบายนะคะก็คือหายแล้วนะทุกคน แต่ว่าหายแล้วนะแต่มันเหลือไออะทุกคน ไอนานมากเลยค่ะทุกคน แต่ว่าไปตรวจก็ขึ้นขีดเดียวนะคะแต่มันไอนานจริงๆ ค่ะทุกคน คราวเนี้ย **ซอ**เหลือ**ซอ**คนเดียวในบ้านค่ะที่ยังไม่ได้เป็นไข้เป็นอะไรกับเค้าเลยนะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 770)

จากตัวอย่าง เห็นได้ว่า “ซอ” เป็นคำที่ยูทูบเบอร์ใช้แทนตนเอง นอกจากนี้ ยังพบการใช้ชื่ออื่นๆ ด้วย

2) **ซอฮยอน** หรือ **กุ๊กกิ๊ก** เป็นชื่อเล่นภาษาไทยของยูทูบเบอร์รายนี้ มักใช้เพื่ออ้างถึงตนเอง เนื่องจากตนเองกลับมาเยี่ยมครอบครัวที่ประเทศไทยและอธิบายว่าตนเองชื่อ “กุ๊กกิ๊ก” ขณะที่ชื่อ “ซอฮยอน” เป็นชื่อที่แม่สามีตนเองเป็นผู้ตั้งให้ ดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 4)

ซอชื่อ**กุ๊กกิ๊ก**นะคะ คำว่า “**ซอฮยอน**” แม่ย่าตั้งให้ที่เกาหลีค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 737)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูบเบอร์อธิบายว่าตนเองมีชื่อเล่นภาษาไทยว่า “กุ๊กกิ๊ก” ขณะที่ชื่อ “ซอฮยอน” เป็นชื่อที่แม่สามีเป็นผู้ตั้งให้ การใช้คำอ้างถึงตัวเองข้างต้นสื่อให้เห็นอัตลักษณ์ “สะใภ้เกาหลี” ที่อาศัยอยู่ในสังคมวัฒนธรรมเกาหลีมาเป็นเวลานานและมีความกลมกลืนอยู่ในวัฒนธรรมดังกล่าว

1.1.2 คำอ้างถึงคนในครอบครัว เป็นการใช้คำอ้างถึงบุคคลในครอบครัวซึ่งเป็นผู้ที่อยู่รายล้อมตัวยูทูบเบอร์เอง ผลการศึกษาพบว่าการใช้คำอ้างถึงคนในครอบครัว ทั้งแม่สามี พ่อสามี และสามี ดังนี้

1) คำอ้างถึงแม่สามี

(ตัวอย่าง 5)

แม่ย่าได้หัวหอมมาจากคุณลุงที่มาเช่าสวนของพวกเราค่ะ แกมาปลูกหัวหอมทุกปีเลยนะคะ แกก็เลยแบ่งให้**แม่ย่า**เอามาทำกิมจิค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 764)

ตัวอย่างข้างต้น คำว่า “แม่ย่า” หมายถึง “แม่ผัว” (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2534, น. 235) ซึ่งเป็นภาษาไทยถิ่นอีสาน ในที่นี้นำมาใช้อ้างถึงแม่สามีซึ่งเป็นชาวเกาหลี นอกจากนี้จากข้อมูลที่นำมาศึกษาพบว่ามักมีการอ้างถึงบุคคลนี้อยู่บ่อยครั้ง เนื่องจากมักอยู่ด้วยกัน จึงแสดงให้เห็นพื้นที่ของผู้หญิงว่ามักมีพื้นที่อยู่ในห้องครัวเพื่อทำอาหารหรือทำงานบ้าน

2) คำอ้างถึงพ่อสามี

(ตัวอย่าง 6)

น้ำจิ้มสูตรนี้นะคะซอเคยทำครั้งนึงแล้วในคลิปงานวันเกิดของ**พ่อปู่**นะคะ แต่ว่าวันนี้ขอเอามาทำในคลิปนี้อีกรอบนึงนะคะเผื่อบางคนขี้เกียจไปค้นหานะคะว่าวันเกิดอยู่คลิปไหนนะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 726)

ตัวอย่างข้างต้น คำว่า “พ่อปู่” หมายถึง พ่อของสามี (อีสานร้อยแปด, 2567) ซึ่งเป็นภาษาไทยถิ่นอีสาน ในที่นี้นำมาใช้อ้างถึงพ่อของสามีซึ่งเป็นชาวเกาหลี

3) คำอ้างถึงสามี

(1) **พี่ชิน** เป็นคำที่ยูทูบเบอร์ซออยอนใช้อ้างถึงสามีของตนเอง รายละเอียดดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 7)

สำหรับ FC ท่านใหม่ๆ ที่เข้ามาติดตามนะคะถามว่าทำไมพี่ปังยิ้มไม่อยู่บ้านนะคะ พี่ปังยิ้มไปไหนนะคะแล้วเป็นอะไรกับ**พี่ชิน**นะคะ พี่ปังยิ้มนะคะเป็นลูกพี่ลูกน้องกับ**พี่ชิน**ค่า

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 768)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูบเบอร์ซออยอนใช้คำอ้างถึง “พี่” ซึ่งอาจมีความหมายว่า “คำนำหน้าชื่อคนที่มีอายุคราวพี่หรือมีศักดิ์เสมอพี่” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ร่วมกับชื่อของสามี คือ “ชิน” การใช้คำอ้างถึงข้างต้นน่าจะแสดงให้เห็นการยกย่องหรือให้เกียรติสามีของตนเอง

(2) **โอปป้า** เป็นคำภาษาเกาหลีใช้อ้างถึงสามีของยูทูบเบอร์รายนี้ ดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 8)

นี่ค่ะทุกคนกับอากาศเย็นๆ ค่ะ พระอาทิตย์กำลังจะตกดินนะคะ**โอปป้า**คะ ข้าวเหนียวกินมั้ย (พูดกับสามี)

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 763)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูบเบอร์ซออยอนใช้คำว่า “โอปป้า” (오빠) ซึ่งมีความหมายว่าพี่ชาย แต่ในบริบทนี้นำมาใช้เรียกสามีของตนเอง นอกจากนี้ ยูทูบเบอร์รายนี้ยังใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานเพื่อเรียกสามีของตนเองเช่นเดียวกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(3) **อ้ายชิน** เป็นคำที่ยูทูบเบอร์ซออยอนใช้อ้างถึงสามี มีรายละเอียดดังนี้

(ตัวอย่าง 9)

อ้ายชินลองกินแกงหวาย ซอลืมบอกว่ามันขมมาก

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 748)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูบเบอร์ซออยอนใช้คำว่า “อ้าย” มีความหมายว่า “ผู้ชายที่มีอายุแก่กว่า” (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2534, น. 350) ร่วมกับชื่อของสามี คือ “ชิน” การใช้คำอ้างถึงนี้น่าจะมีนัยเช่นเดียวกับการใช้คำอ้างถึงด้วยภาษาไทยมาตรฐานเพื่อเป็นการให้เกียรติสามี

(4) **คำแพง** เป็นคำที่ยูทูบเบอร์ซออยอนใช้อ้างถึงสามี มีรายละเอียดดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 10)

ขอบใจเด้อ**คำแพง**

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 728)

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

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

1.1.3 คำอ้างถึงบุคคลอื่นในชีวิตประจำวัน ผลการศึกษาพบว่าใช้คำอ้างถึงผู้ชม มีรายละเอียดดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) **เอฟซี** เป็นคำทับศัพท์มาจาก Fan Club และย่อเหลือ FC ใช้เพื่ออ้างถึงผู้ติดตามหรือผู้รับชมอันจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชม ดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 11)

มะหลอดนะตอนนี้ **เอฟซี**มากินข้าวที่ร้าน ก็เก็บไปกินได้เลยนะทุกคนขา วันนี้ก็เก็บให้พี่**เอฟซี**ไปถุงนึงค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 772)

ตัวอย่างข้างต้น พบการใช้คำอ้างถึง “เอฟซี” เพื่ออ้างถึงผู้ติดตามของตนเอง นอกจากนี้ พบว่าคำอ้างถึงดังกล่าวบ่อยครั้งมักปรากฏร่วมกับคำว่า “พี่” อาจเพื่อเป็นการยกย่องหรือให้เกียรติผู้ชม หรือหากไม่ใช้คำอ้างถึงนี้ก็มักใช้คำอ้างถึงซึ่งมีรายละเอียดในตัวอย่างถัดไป

(2) **ทุกคน** เป็นคำที่ใช้อ้างถึงซึ่งมีลักษณะรวมผู้รับสารเข้าด้วยกัน การใช้คำอ้างถึงดังกล่าวช่วยสร้างความรู้สึกเป็นกลุ่มเดียวกันกับยูทูบเบอร์และผู้ชม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่าง 12)

วันนี้นะคะ ซอมีเรื่องมาบอก**ทุกคน**ค่ะ นั่นก็คือใบตองซื้อมาแล้วใช้ไม่หมดนะคะ ให้**ทุกคน**เอาไปเก็บไว้ในช่องฟรีซค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 729)

ตัวอย่างข้างต้น พบการใช้คำอ้างถึง “ทุกคน” เพื่อเหมารวมตนเองกับผู้ชมเข้าด้วยกันซึ่งช่วยสร้างความเป็นกันเองกับผู้ชมเป็นอย่างดี

การใช้คำอ้างถึงบุคคลอื่นในชีวิตประจำวันได้แสดงให้เห็นบทบาทหน้าที่ของยูทูบเบอร์รายนี้ว่ามีความสัมพันธ์อย่างไรซึ่งสื่อให้เห็นอัตลักษณ์ “ยูทูบเบอร์” อันเป็นบทบาทหลักในการสื่อสารอย่างชัดเจน

1.1.4 คำเรียกสิ่งต่าง ๆ เป็นคำที่ใช้เรียกสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน โดยมักใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานเรียกวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร รายละเอียดดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่าง 13)

เพิ่มความเผ็ดค่ะ ตำลึง **ดอกบักอึ** **ผักกะแยง**ค่ะ..เสร็จเรียบร้อยค่ะ **เป็นตาแซบขนาด** เลยนี่**ส้มผักบัว**จ้ากัดกับ**บักพริก**สด ๆ จากต้นนะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 774)

ตัวอย่างข้างต้น พบการใช้คำเรียกสิ่งต่าง ๆ ด้วยภาษาไทยถิ่นอีสาน ได้แก่ “ดอกบักอึ” “ผักกะแยง” “ตาแซบ” “ขนาด” “ส้มผักบัว” “บักพริก” คือ “ดอกฟักทอง” “ผักชนิดหนึ่งเกิดตามทุ่งนาและที่ลุ่ม บางถิ่นเรียก ขะแยง” “น่าอร่อยมาก” “ผักดอง” และ “พริก” ตามลำดับ การใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานเพื่อเรียกส่วนประกอบต่าง ๆ ขณะที่อยู่ในประเทศเกาหลีแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานทางวัฒนธรรมและมีส่วนช่วยสร้างบรรยากาศความเป็นอีสานตลอดจนเพื่อสร้างความเป็นกลุ่มก้อนกับผู้ชมซึ่งอาจเป็นชาวอีสานและเพื่อสร้างความเป็นกันเองด้วย กลวิธีนี้จึงมีส่วนช่วยสื่ออัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” ของยูทูบเบอร์รายนี้

การใช้คำอ้างถึงเป็นการจัดวางบทบาทหน้าที่ของยูทูบเบอร์รายนี้ว่าเป็นใคร มีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างไร ตลอดจนบ่งชี้ถิ่นกำเนิดของตนเองด้วยเช่นกัน นอกจากจะพบการใช้คำศัพท์เพื่ออ้างถึงสิ่งต่าง ๆ แล้วยังพบการใช้คำศัพท์แสดงกิริยาอาการต่าง ๆ ด้วย ดังมีรายละเอียดในส่วนถัดไป

1.2 การใช้คำศัพท์แสดงกิริยาอาการ เป็นการใช้คำศัพท์เพื่อแสดงกิริยาอาการว่ากำลังทำอะไร มีบทบาทหน้าที่อย่างไร มีรายละเอียดดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่าง 14)

และนี่ก็คือหนึ่งวันของพวกเราค่ะทุกคน ก็จะมีช่วงเวลาทำงานนะคะ แล้วก็มีช่วงที่เป็นของตัวเองก็คือช่วงเบรกไทม์บ่ายสามถึงห้าโมงเย็นนะคะ ช่วงเวลาเบรกไทม์ก็จะ**ออกไปสวน**บ้างไป**เก็บผัก**นะคะ ถ่ายคลิปไปด้วยนะคะ แล้วก็ถ่ายบรรยากาศมาให้ทุกคนด้วย **ทำอาหาร**เอาผักที่ทำอาหารมาทำให้ลูกค้ากินด้วย

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 764)

ตัวอย่างข้างต้น พบคำศัพท์แสดงกิริยาอาการที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทของเพศหญิงหรือลูกสะใภ้ว่าต้องมีหน้าที่อย่างไรบ้าง กล่าวคือต้องมีหน้าที่ช่วยทำงานบ้าน รวมถึงหากเป็นสะใภ้ก็จะต้องมีหน้าที่ทำอาหารให้ครอบครัวรับประทาน บทบาทหน้าที่ข้างต้นเป็นสิ่งที่ผู้หญิงจะต้องพึงมี เห็นได้จากที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2565) กล่าวว่าแต่ก่อนหญิงไทยมีหน้าที่เป็นภรรยาและช่วยดูแลงานบ้าน ขณะที่หญิงในสังคมเกาหลี ณัฐมน เกตุแก้ว (2561) กล่าวว่า *“จะต้องทำหน้าที่เป็นภรรยาและมารดาที่ดีและคอยให้การสนับสนุนกิจการงานในบ้านให้เป็นไปอย่างเรียบร้อย”* นอกจากนี้ ยังพบคำศัพท์ที่แสดงกิริยาอาการว่ายูทูบเบอร์รายนี้กำลังทำอะไร ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่าง 15)

ช่วงเวลาเบรกไทม์ก็จะออกไปสวนบ้างไปเก็บผักนะคะ **ถ่ายคลิป**ไปด้วยนะคะ แล้วก็**ถ่ายบรรยากาศ**มาให้ทุกคนด้วย

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566 ep. 764)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูบเบอร์รายนี้ใช้คำว่า “ถ่าย” ซึ่งหมายถึงการบันทึกภาพ แต่มิใช่การบันทึกภาพธรรมดาทั่วไป หากแต่เป็นการบันทึกเรื่องราวที่ตนเองต้องการถ่ายทอดไปยังผู้ชม การบันทึกภาพเพื่อนำเสนอเนื้อหาจึงเห็นได้ว่ายูทูบเบอร์รายนี้เป็นผู้กำหนดและนำเสนอเนื้อหาให้เป็นไปตามที่ยูทูบเบอร์รายนี้ต้องการนำเสนอ

การใช้คำศัพท์แสดงกิริยาอาการแสดงให้เห็นว่ายูทูบเบอร์ซอฮยอนทำอะไรบ้าง อย่างไร ในฐานะใด ซึ่งมีส่วนช่วยสื่ออัตลักษณ์ “สะใภ้เกาหลี” และ “ยูทูบเบอร์”

กลวิธีการใช้คำศัพท์ สรุปได้ว่าเป็นการใช้ภาษาเพื่ออ้างถึงสิ่งต่างๆ เพื่อระบุตัวตนว่าตนเองเป็นใครตลอดจนมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นในฐานะอะไร อย่างไร ทั้งยังพบคำแสดงกิริยาอาการต่างๆ ในชีวิตประจำวันด้วยว่าต้องทำอะไรบ้าง กลวิธีนี้สื่อให้เห็นอัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” “สะใภ้เกาหลี” และ “ยูทูบเบอร์”

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

(ตัวอย่าง 16)

นี่ทุกคน ว้าว หูยทุกคน **ป๊าด** น่ากินมากเลยค่า **หอมขนาดเลย** หอมๆ ข้าวเหนียวค่ะ **สิมาซิม**ให้**เบิ่ง**ค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 768)

ตัวอย่างข้างต้น นอกจากยูทูบเบอร์จะใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานเพื่อนำเสนอเนื้อหาแล้ว ยังพบว่าบางครั้งมีการใช้สำเนียงภาษาถิ่นอีสานสลับกับการใช้สำเนียงภาษาไทยมาตรฐานเพื่อนำเสนอเนื้อหาด้วยเช่นกัน กลวิธีนี้มีส่วนช่วยสื่ออัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” ของยูทูบเบอร์รายนี้

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

3.1 วัจนกรรมบอกเล่า (Affirmation) เป็นวัจนกรรมที่ใช้เพื่อบอกเล่าเหตุการณ์หรือรายละเอียดต่างๆ ไปสู่ผู้ชม ผลการศึกษาพบวัจนกรรมนี้ตลอดทั้งคลิปวิดีโอ มีรายละเอียดดังตัวอย่าง

(ตัวอย่าง 17)

ผักตัวนี้ชื่อพังพุงนามุลค่ะ ซอชอบเรียกว่าใบมะตูมเกาหลีนะคะ คนเกาหลีจะชอบเรียกผักชนิดนี้ว่าผักน้ำมันหรือผักน้ำมันภูเขาค่ะ ผักตัวนี้นะคะสรรพคุณดีมากเลยค่ะ ผักตัวนี้นะคะไม่ว่าจะไปบ้านใครนะคะ ก็จะเห็นคนเกาหลีปลูกไว้แทบจะทุกหลังคาเรือนเลยค่ะ เป็นผักที่มีสรรพคุณทางยาดีมาก ทางการแพทย์ได้เอาไปสกัดเป็นยาแก้หวัดด้วยนะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 761)

ตัวอย่างข้างต้น พบการใช้วัจนกรรมบอกเล่าเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวให้ผู้ชมได้ทราบว่าวัตถุดิบที่กำลังจะนำมาทำชื่ออะไร มีคุณสมบัติหรือคุณลักษณะอย่างไร สามารถพบได้ที่ไหนบ้าง เนื่องจากในบางครั้งยูทูบเบอร์อาจประกอบอาหารเกาหลีที่มีวัตถุดิบที่ไม่สามารถหาได้ในประเทศไทย การใช้วัจนกรรมบอกเล่าช่วยให้ผู้รับสารทราบข้อมูลที่ต้องการนำเสนอได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

3.2 วัจนกรรมแนะนำ (Recommending) เป็นวัจนกรรมที่ใช้เพื่อแนะให้ผู้ชมได้ทราบวิธีการทำอาหารว่าควรจะต้องทำอย่างไรจึงจะง่ายและน่ารับประทานเช่นเดียวกับที่ยูทูบเบอร์ทำ มีรายละเอียดดังนี้

(ตัวอย่าง 18)

ซอลองทอดดูแล้วครั้งนึงนะคะ ถ้าไฟไม่แรงจริงๆ เส้นจะไม่ฟูนะคะ ไฟต้องแรงกระทะต้องร้อนนะคะ ทิ้งเส้นลงไปฟูปุ๊บแล้วเราก็กลับ พอมันฟูอีกรอบนึงก็คือเสร็จเรียบร้อยยกออกเลยค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

ตัวอย่างข้างต้นเป็นเหตุการณ์ที่กำลังทำอาหารเมนู “หมี่กรอบสามรส” ยูทูบเบอร์รายนี้จึงแนะนำวิธีการทอดเส้นหมี่สำหรับทำเมนูดังกล่าวให้กรอบและฟู สำหรับผู้ที่ต้องการลองทำเมนูดังกล่าวจะได้สามารถทำได้เหมือนกับที่ตนเองทำ

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

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

(ตัวอย่าง 19)

(คำบรรยาย) วันนี้ซอเป็น**ครู**ค่ะ อีก 3 คนเป็น**นักเรียน**

(คำบรรยาย) **ครู**กำลังพา**นักเรียน**ห่อหมกค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 729)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูบเบอร์ซอฮยอนกำลังประกอบเมนูห่อหมกโดยมีแม่สามี สามีและน้องชายเป็นผู้ช่วย อย่างไรก็ตาม อุปลักษณ์ข้างต้นใช้เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ตนเองว่าเป็น “ครู” คือผู้มีความรู้ที่จะแนะนำสั่งสอนความรู้ในการทำอาหารให้กับผู้อื่น ส่วนผู้ที่มารับคำแนะนำหรือช่วยงานเป็น “นักเรียน” ซึ่งจะเป็นผู้ที่รับการถ่ายทอดความรู้ต่อไป กลวิธีนี้จึงมีส่วนช่วยสื่ออัตลักษณ์ “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” ให้แก่ยูทูบเบอร์ซอฮยอน

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

ที่จะนำเสนอ ส่วนวิดีโอที่นำเสนอมีลักษณะเหมือนการเล่าเรื่องว่ากำลังทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เมื่อไร ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่าง 20)

ผักตัวนี้ชื่อนุนแกซึงมานะคะ กลิ่นจะมีความหอมอ่อนๆ ค่ะ แล้วก็มีรสขมไม่มาก เวลาเคี้ยว เคี้ยวเพลินมากเลย ผักตัวนี้นะคะแม่ย่าก็จะไม่พากินสดเลยนะคะ ส่วนใหญ่จะพาเอาไปลวกค่ะ เอาไปต้ม เอาไปผัด ผักตัวนี้นะคะชอบเกิดตามภูเขาค่ะ หรือตามถนนทางขึ้นเขานะคะ หรือไม่ก็ตรงพื้นที่ชุ่มน้ำค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 761)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูบเบอร์ซออยอนได้ใช้การเล่าเรื่องว่าตนเองกำลังทำหรือประสบพบเจออะไร แล้วถ่ายทอดเพื่อให้ผู้รับสารทราบ การใช้กลวิธีทางภาษานี้สื่ออัตลักษณ์ได้ 2 อัตลักษณ์ คือ “สะใภ้เกาหลี” ในฐานะที่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในสังคมวัฒนธรรมดังกล่าวมายาวนานและ “ยูทูบเบอร์” ในลักษณะของการเล่าเรื่องผ่าน Vlog ว่ากำลังทำอะไร อย่างไร

6. การเปรียบเหมือนและเปรียบต่าง (Comparing and Contrasting) เป็นการเปรียบเทียบสิ่งที่มีอยู่ในสังคมหนึ่งกับอีกสังคมหนึ่งว่ามีลักษณะเหมือนหรือแตกต่างกันเช่นไร กลวิธีนี้สัมพันธ์กับฉาก ผู้ร่วมเหตุการณ์และจุดมุ่งหมาย การเปรียบเทียบที่ใช้มีลักษณะนำสิ่งที่อยู่ในสังคมวัฒนธรรมเกาหลีมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่อยู่ในสังคมวัฒนธรรมไทยซึ่งช่วยให้ผู้รับสารที่ไม่มีความเข้าใจสังคมวัฒนธรรมหนึ่งสามารถทำความเข้าใจผ่านอีกสังคมวัฒนธรรมหนึ่งได้ มีรายละเอียดดังนี้

(ตัวอย่าง 21)

กลิ่นมันนะคะก็จะไม่ค่อยหอมใช่มั้ยคะ แล้วก็แบบเวลาสัมผัสใบมันก็จะสากๆ นิดหน่อยค่ะ ทุกคน แต่พอเอามาลวกแล้ว ทุกคน มันกลับเปลี่ยนไปคนละเรื่องเลยนะคะ ผักมันนุ่ม มันเหนียวแบบหนึบนะคะ คือมันมีความหอมอ่อนๆ นะคะ อารมณ์**<u>เหมือนกินผักคาดหัวแหวน</u>**ค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 764)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูบเบอร์ซออยอนเล่าว่าตนกำลังไปเก็บผักป่าชนิดหนึ่ง เมื่อนำมาประกอบอาหารแล้วมีความเหมือน “ผักคาดหัวแหวน” ซึ่งเป็นผักท้องถิ่นในบ้านเกิดของยูทูบเบอร์ การเปรียบเหมือนช่วยทำให้ผู้รับสารเข้าใจวัฒนธรรมเกาหลีผ่านวัฒนธรรมไทยได้ดีมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังพบการเปรียบต่างด้วย มีตัวอย่างดังนี้

(ตัวอย่าง 22)

ส่วนอันนี้ (ทันแร) นะคะ หน้าตาจะคล้ายๆ หญ้าค่ะ แต่เค้าคือหอมป่านะคะ **<u>รสชาติและกลิ่นนี่คล้ายกับต้นหอมบ้านเราทั่ว ๆ ไปเลยค่ะ</u>** **<u>เพียงแต่ว่าหัวเค้าเนี่ยจะเล็กมาก ๆ นะคะ</u>**

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 761)

ตัวอย่างข้างต้น ยูทูบเบอร์ซออยอนออกไปเก็บผักรอบบ้านกับแม่สามี มีผักชนิดหนึ่งชื่อ “ทันแร” ซึ่งเป็นพันธุ์ต้นหอมป่าชนิดหนึ่ง ยูทูบเบอร์รายนี้ใช้วิธีการเปรียบเหมือนว่าต้นหอมป่าเหมือนกับต้นหอมธรรมดาทั่วไป แต่ก็ใช้การเปรียบต่างให้เห็นความแตกต่างระหว่างพืชทั้งสองชนิดว่ามีขนาดหัวที่ต่างกัน

การเปรียบเหมือนและเปรียบต่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ที่อยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรม (Multicultural) กล่าวคือเป็นชาวไทยแต่ใช้ชีวิตในสังคมวัฒนธรรมเกาหลี ทำให้เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจทั้งสองวัฒนธรรม

และสามารถถ่ายทอดให้ผู้รับสารเข้าใจวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้นซึ่งสัมพันธ์กับบทบาทการเป็นยูทูบเบอร์ที่ต้องการถ่ายทอดเรื่องราวให้ผู้รับสารทราบและช่วยสื่ออัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” “สะใภ้เกาหลี” และ “ยูทูบเบอร์”

7. มูลบท (Presupposition) มูลบทเป็นความคิดหรือความเชื่อที่มีอยู่ก่อนบางประการ (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2560, น. 346-347; ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, น. 83) โดยไม่ต้องกล่าวออกมาเป็นคำพูด กลวิธีนี้สัมพันธ์กับฉาก ผู้ร่วมเหตุการณ์และจุดมุ่งหมาย การใช้มูลบทแสดงให้เห็นว่ายูทูบเบอร์เคยประสบพบเจอกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาก่อน แต่ไม่ได้ประสบพบเจอกับสิ่งนั้นมาเป็นเวลานานแล้ว มีรายละเอียดดังนี้

(ตัวอย่าง 23)

เอฟซีนะคะมากินข้าวที่ร้านแล้วก็ถือขนมหมี่กรอบมาฝาก 2 กล่อง **มันเป็นขนมที่ซอเคยกินนานมาก ๆ แล้ว มันอร่อย**แล้วมันกินเพลิน แต่อยู่ไทยอะ เราไม่ได้กินบ่อย เพราะว่าที่เมืองไทยเนี่ยมีขนมมากมายหลายอย่างนะคะ เราก็จะไม่ค่อยได้กินบ่อยๆ **แต่พอมาอยู่เกาหลีเราไม่ได้กินเลย**

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

ตัวอย่างข้างต้น พบการใช้คำบ่งเวลา “เคย” เพื่อแสดงให้เห็นว่ามีเหตุการณ์หนึ่งเกิดขึ้นในอดีตที่ไม่อาจระบุเวลาได้ (นววรรณ พันธุเมธา, 2554, น. 65) รวมถึงใช้อนุพากย์บอกเวลา “ตั้งแต่” เพื่อแสดงให้เห็นว่าไม่ได้ทำสิ่งนั้นอีกเลย การใช้มูลบทสื่อให้เห็นความเป็นคนไทยพลัดถิ่นและมีความผูกพัน โหยหาบรรยากาศที่ประเทศไทยบ้านเกิด การสื่อสารของเธอจึงพบมูลบทเพื่อโยงเรื่องราวที่เล่าไปถึงความคิดหรือความเชื่อที่มีอยู่ก่อนในประเทศบ้านเกิด กลวิธีนี้จึงสื่อให้เห็นอัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” ของยูทูบเบอร์

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

อัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” สัมพันธ์กับการใช้คำศัพท์ การใช้สำเนียงภาษาไทยถิ่นอีสาน การเปรียบเหมือนและเปรียบต่างและมูลบท อัตลักษณ์นี้สะท้อนให้เห็นถิ่นกำเนิดของยูทูบเบอร์ว่าเป็นชาวไทยอีสานและได้ใช้ความเป็นพื้นถิ่นดังกล่าวในการเรียกขานสิ่งต่างๆ ที่อยู่ต่างวัฒนธรรมให้เกิดความเข้าใจได้อย่างชัดเจน

อัตลักษณ์ “สะใภ้เกาหลี” สัมพันธ์กับการใช้คำศัพท์ การเล่าเรื่องและการเปรียบเหมือนและเปรียบต่าง อัตลักษณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่ายูทูบเบอร์รายนี้เป็นผู้ที่ไปอาศัยอยู่ในสังคมวัฒนธรรมเกาหลีมาเป็นเวลานาน มีความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรมและมีความกลมกลืนกับวัฒนธรรมดังกล่าว

อัตลักษณ์ “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” สัมพันธ์กับการใช้วัจนกรรมและอุปลักษณ์ อัตลักษณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่ายูทูบเบอร์รายนี้มีความเชี่ยวชาญในการทำอาหารและได้นำเสนอความเชี่ยวชาญของตนผ่านเว็บไซต์เพื่อถ่ายทอดให้ผู้รับสารได้ทราบ

อัตลักษณ์ “ยูทูบเบอร์” สัมพันธ์กับการใช้คำศัพท์ การใช้วัจนกรรม การเล่าเรื่องและการเปรียบเหมือนและเปรียบต่าง อัตลักษณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่าเป็นยูทูบเบอร์ที่มีชื่อเสียงและมีความเชี่ยวชาญในการนำเสนอเนื้อหาให้ผู้รับสารเข้าใจได้อย่างดี

กลวิธีทางภาษาและอัตลักษณ์สามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออยอน

อัตลักษณ์ / กลวิธีทางภาษา	คนไทยอีสาน	สะใภ้เกาหลี	นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ	ยูทูบเบอร์
1. การใช้คำศัพท์ 1.1 การใช้คำอ้างถึง				
1) คำอ้างถึงตัวเอง		✓		
2) คำอ้างถึงคนในครอบครัว	✓	✓		
3) คำอ้างถึงบุคคลอื่นในชีวิตประจำวัน				✓
4) คำเรียกสิ่งต่าง ๆ	✓			
1.2 การใช้คำศัพท์แสดงกิริยาอาการ		✓		✓
2. การใช้สำเนียงภาษาไทยถิ่นอีสาน	✓			
3. การใช้วัจนกรรม			✓	✓
4. อุปลักษณ์			✓	
5. การเล่าเรื่อง		✓		✓
6. การเปรียบเหมือนและเปรียบต่าง	✓	✓		✓
7. มูลบท	✓			

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตามแนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสารและเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออยอนจากข้อมูลคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการทำอาหารในช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-30 มิถุนายน พ.ศ. 2566 รวมจำนวน 24 คลิปวิดีโอ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการสื่อสารสำคัญ ได้แก่ ฉาก (S) คือประเทศเกาหลีและเว็บไซต์ยูทูบ ผู้ร่วมเหตุการณ์ (P) คือยูทูบเบอร์ซออยอน ซึ่งมีจุดมุ่งหมาย (E) ในการถ่ายทอดวิถีชีวิตและการประกอบอาหาร โดยใช้ลำดับวัจนกรรม (A) แบบบอกเล่าและแนะนำพร้อมเครื่องมือ (I) ได้แก่ อินเทอร์เน็ตและภาษาที่เป็นกันเอง ทั้งภาษาไทยมาตรฐาน ภาษาอีสานและภาษาเกาหลี บรรทัดฐานการตีความ (N) แสดงให้เห็นว่ายูทูบเบอร์เป็นผู้กำหนดประเด็นสื่อสารเองอย่างชัดเจน ส่วนกลวิธีการใช้ภาษาในการสื่ออัตลักษณ์ พบการใช้กลวิธีทางภาษา 7 กลวิธี ได้แก่ 1) การใช้คำศัพท์ 2) การใช้สำเนียงภาษาไทยถิ่นอีสาน 3) การใช้วัจนกรรม 4) อุปลักษณ์ 5) การเล่าเรื่อง 6) การเปรียบเหมือนและเปรียบต่าง และ 7) มูลบท ซึ่งช่วยประกอบสร้างอัตลักษณ์ 4 อัตลักษณ์ ได้แก่ อัตลักษณ์ “คนไทยอีสาน” “สะใภ้เกาหลี” “นักทำอาหารผู้เชี่ยวชาญ” และ “ยูทูบเบอร์” อัตลักษณ์เหล่านี้สะท้อนบทบาทของยูทูบเบอร์ในฐานะคนไทยที่ผสมกลมกลืนเข้ากับวัฒนธรรมเกาหลี พร้อมทั้งแสดงความเชี่ยวชาญในการประกอบอาหารและความสามารถในการสื่อสารเรื่องราวอย่างมีอิทธิพลในฐานะยูทูบเบอร์ที่มีชื่อเสียง

การสื่อสาร “อัตลักษณ์ของหญิงไทยในบริบทสังคมข้ามวัฒนธรรม”

ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออยอนทำให้เห็นวัตถุประสงค์สำคัญของยูทูบเบอร์ซออยอนอยู่ที่การนำเสนอ “อัตลักษณ์ความเป็นผู้หญิงไทย” โดยเฉพาะในฐานะ “ลูกสะใภ้แบบไทย” เป็นสำคัญ การวิเคราะห์วิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ดังกล่าวจึงต้องอาศัยการทำความเข้าใจ “ความเป็นไทย” เป็นเบื้องต้นเสียก่อน ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2567) ได้นิยามความเป็นไทยไว้ว่า *“เอกลักษณ์และตัวตนของคนไทย วัฒนธรรมไทยที่สะท้อนผ่านสายตาของคนภายนอกที่มองเห็นลักษณะร่วมอันคล้ายกันของคนไทยซึ่งแตกต่างจากชนชาติอื่น”* สิ่งที่ยูทูบเบอร์ซออยอนพยายามสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่เจ้าตัวมองว่าเมื่อนำเสนอแล้ว “ใครๆ” ย่อมเข้าใจทันทีว่าสิ่งนั้นๆ คือ ความเป็นไทย หรือแปลได้ว่ายูทูบเบอร์ผู้นี้พยายามนำเสนอ “ความเป็นไทย” รวมถึง “ความเป็นท้องถิ่นอีสาน” ของเจ้าตัวทั้งด้วยวัจนภาษาและอวัจนภาษา ด้วยว่าการสื่อสารภาพตัวแทนย่อมต้องกระทำผ่านภาษาอันเป็นระบบของสัญญะสำหรับอ้างอิงถึงสรรพสิ่งในโลก (Hall, 1997, pp. 28-29) ยิ่งไปกว่านั้น ผู้วิจัยพิจารณาความเห็นท้ายคลิปของผู้รับสารเป็นการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมอย่างอิสระ เป็นการโต้ตอบและแสดงความรู้สึกนึกคิดของ “ผู้รับสาร” ซึ่งมีต่อทั้งผู้ส่งสารและระหว่างผู้รับสาร (ผู้ชมคลิปที่อ่านความคิดเห็น) ด้วยกันเองในปริบทพื้นที่ออนไลน์อันไร้พรมแดนและปริบทเวลาอันเป็น “อกาลิโก” ถือเป็น “สาร” ที่สามารถนำมาพินิจพิเคราะห์ได้ว่าการสื่อสารอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออยอนสำเร็จหรือไม่ อย่างไรด้วย

โดยพื้นฐานที่สุด หากมองว่า “ภาษาไทย = ความเป็นไทย” พบว่ายูทูบเบอร์ซออยอนไม่เพียงแต่สื่อสารด้วยภาษาไทยเป็นหลักเพื่อให้เหมาะแก่ “ผู้รับสาร” ซึ่งก็คือคนไทย-อีสานทั้งในและนอกประเทศเท่านั้น ทว่ายัง ก) เลือกใช้ภาษาไทยเรียกสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะคำเรียกญาติฝั่งสามี ข) ใช้สำเนียงอีสานในบางปริบท และ ค) สอนคำศัพท์ภาษาไทยบางคำให้แก่ครอบครัวชาวเกาหลีด้วยเช่นกัน ภาษาไทย-อีสานในคลิปวิดีโอเหล่านี้จึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนออัตลักษณ์ไปโดยปริยาย ประเด็นเรื่องภาษาไทยกับอัตลักษณ์ความเป็นไทยนี้สามารถพิสูจน์ได้จากความคิดเห็นท้ายคลิปของผู้รับสาร เช่น ใน ep. 726 เมื่อสามีของยูทูบเบอร์ซออยอนพูดภาษาไทยตามที่เคยเรียนมาจากภรรยา ก็มีผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นชื่นชมมากมาย เช่น *“แฟนซอจะเป็นคนไทยไปแล้ว”* อันแสดงถึงมโนทัศน์เรื่อง “ภาษาไทย = ความเป็น (คน) ไทย” ได้เป็นอย่างดี

เมื่อสังเคราะห์เนื้อหาของคลิปวิดีโอในช่วงเวลาที่นำมาศึกษาเห็นชัดว่า “อนุภาค” ที่ปรากฏซ้ำจากการแสดงออกของยูทูบเบอร์ซออยอน ได้แก่ ความเป็นแม่บ้านแม่เรือนซึ่งแสดงออกผ่านการทำอาหารเป็นสำคัญ การมีกิริยาวาจานอบน้อมอ่อนหวานและการดูแลสามีตลอดจนครอบครัวสามีเป็นอย่างดี ในทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะวัฒนธรรมอีสานซึ่ง “แวดล้อมและหล่อหลอม” ยูทูบเบอร์ซออยอนมาตั้งแต่เด็กจนโต การประพฤติปฏิบัติเช่นนี้ได้รับการยกย่องว่าเป็นจรรยาของหญิงดีจนได้กลายเป็น “คำสอนหญิง” ซึ่งปรากฏในวรรณกรรมลายลักษณ์ (บัวพร มาลัยคำ, 2544, น. 129-137) อนุภาคพฤติกรรมของยูทูบเบอร์ซออยอนจึงเรียกได้ว่านำเอาค่านิยม “แบบไทย-อีสาน” ซึ่งปรากฏอยู่ใน “ตัวบท” มาแสดงออก “อย่างเป็นรูปธรรม” ผ่านปริบทสังคมออนไลน์ รวมถึงยังเรียกได้ว่า “ประสบความสำเร็จ” ดังตัวอย่างจากความคิดเห็นเช่น “*Greeting from Germany ka. คุณซอสะใภ้เกาหลี...คุณซอเป็นหญิงไทยตัวอย่างให้ต่างชาติได้เห็นความอัจฉริยะของหญิงไทย ว่าเก่ง น่ารัก รอยยิ้มอันแสนหวานนี่คือเสน่ห์ของคนไทย”* หรือความเห็นของผู้ใช้ยูทูบว่า *“คุณซอเป็นแม่บ้านที่เก่งมาก ทำได้ทุกอย่าง ถึงเหนื่อยก็อดทนดูแลครอบครัวทำกับข้าวกับปลาให้กินทุกวัน”* คำชม 2 ตัวอย่างข้างต้นสื่อความคิดเรื่อง “หญิงไทยที่มีฝีมือในการทำ อาหารและดัดแปลงวัตถุดิบ = หญิงเก่ง, หญิงดี” ตลอดจน “รอยยิ้ม = เสน่ห์ (หญิง) ไทย” ซึ่งก็แปลว่า “ความเป็นแม่บ้านแม่เรือนผู้อ่อนหวาน = อัตลักษณ์ความเป็น (หญิง) ไทย” นั่นเอง นอกจากนี้ “ความเป็นแม่บ้านแม่เรือน = ความเป็นหญิง (ไทยที่) เก่ง” เพราะต้องเหน็ดเหนื่อยอดทนดูแลครอบครัวตามค่านิยมว่าด้วยความเป็นผู้หญิงที่ดี (พัชรินทร์ ลาภานันท์ และคณะ, 2550)

ทั้งนี้ ข้อน่าสนใจเป็นพิเศษของคลิปวิดีโอในช่วงเวลาที่ทำวิจัย คือ ตั้งแต่วันที่ 3 กุมภาพันธ์-26 เมษายน 2566 (ep. 734-755) ยูทูบเบอร์ซออฮยอนได้พาครอบครัวมาเที่ยวประเทศไทยและกลับไปเยี่ยมญาติที่จังหวัดบ้านเกิด ซึ่งยูทูบเบอร์ซออฮยอนเป็นฝ่ายให้ครอบครัวสามีซึ่งเป็น “คนอื่น” เข้ามาในพรมแดนความเป็นไทย ตั้งแต่ความเป็นไทย “แบบทางการ” ไม่ว่าจะเป็นการพาชมโบราณสถานสำคัญ การล่องเรือชมแม่น้ำเจ้าพระยา การนวดไทย การขี่ช้าง ฯลฯ ไปจนถึง “ความเป็นท้องถิ่น” ทั้งการพาไปร่วมงานบุญมหาชาติซึ่งเป็นบุญสำคัญของชาวอีสาน การให้กินอาหารถิ่นอีสานในพื้นที่จริง ให้ครอบครัวสามีลองทำโรงทาน พาไปเที่ยว “ทะเลอีสาน” ฯลฯ ไม่ว่ายูทูบเบอร์ซออฮยอนจะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม กิจกรรมเหล่านี้ได้ทำหน้าที่สื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยและความเป็นท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในสายตาของคนไทย-อีสานด้วยกันเอง ตัวอย่างที่เด่นชัด เช่นใน ep. 742 (28 กุมภาพันธ์ 2566) ที่ยูทูบเบอร์ได้ให้ครอบครัวชาวเกาหลีร่วมกิจกรรมงานบุญมหาชาติ ผู้รับสารหลายคนต่างก็ให้ความเห็นในทำนองเดียวกันว่า *“นี่คือวิถีชีวิตของพี่น้องคนไทยในท้องถิ่นที่ควรรักษาไว้ให้เป็นแบบอย่างแก่ลูกหลาน...อย่าหลงใหลได้ปลื้มกับวัฒนธรรมชาติอื่นที่ไม่เข้ากับสังคมไทย เรารับเทคโนโลยีได้แต่อย่าทิ้งวิถีไทย”* หรือ *“นี่แหละคือวิถีชีวิตชาวไทยที่นับวันหาดูยากมาก อยากให้อนุรักษ์ไว้ไปนานๆ”* เป็นต้น ซึ่งทำให้เห็นการเลื่อนไหลของอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ซออฮยอน เพราะการกระทำนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นการข้ามพรมแดนรัฐชาติในเชิงพื้นที่กลับสู่ความเป็นไทยอีกครั้ง ซึ่งหมายถึงการกลับจากพื้นที่ที่พลัดถิ่นและข้ามวัฒนธรรมไปเป็นสะใภ้เกาหลีสู่ความเป็นไทย-ไทยอีสานในพื้นที่บ้านเกิด จนเรียกได้ว่าช่วงเวลาดังกล่าว/เหตุการณ์ใน ep. 734-755 นั้นเป็น “ช่วงเวลาพิเศษ” ในการแสดงอัตลักษณ์ไทยอย่างเข้มข้นในปริบทพื้นที่ประเทศไทยและบริบทวัฒนธรรมไทย-อีสาน

ส่วนประเด็นเรื่องการใช้อาหารในฐานะ “ภาพตัวแทนความเป็นไทย” ซึ่งเป็น “อนุภาคเด่น” ของคลิปวิดีโอของยูทูบเบอร์ซออฮยอน ผู้วิจัยใคร่ขออภิปรายว่าในแง่ที่ *“ทุกแง่มุมของอาหารประจำชาติ ประจำวัฒนธรรม (traditional food) ไม่ว่าจะตำรับอาหาร วิธีทำอาหาร ตลอดจนมารยาทบนโต๊ะอาหารสื่อถึงค่านิยมและความคิดความเชื่อที่แตกต่างกันของแต่ละวัฒนธรรมและเป็นส่วนสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรม”* (Evans, 2023) อาจกล่าวได้ว่า “การทำอาหารไทยเท่ากับปฏิบัติการทางวัฒนธรรมไทย” เท่ากับว่ายูทูบเบอร์ซออฮยอนได้เปลี่ยนพื้นที่ “ครัวเกาหลี” ให้กลายเป็น “พื้นที่เสมือนของครัวไทย” ในช่วงเวลาที่ประกอบอาหาร นอกจากนั้นยังมองได้ว่ายูทูบเบอร์ซออฮยอนไม่เพียงแต่จะทำให้อาหารไทยและอาหารถิ่น ตลอดจนวัฒนธรรมการครัวแบบไทยแพร่เข้าไปในสังคม/ครอบครัวสามีชาวเกาหลีได้โดยเฉพาะผ่านปฏิสัมพันธ์ระหว่างเธอกับแม่สามีในฐานะ “ผู้ร่วมพื้นที่ครัว” เท่านั้น ทว่าปริบทสังคมออนไลน์ยังทำให้อาหารไทยซึ่งในที่นี้ “หมายถึง” และ “สื่อแสดงถึง” ความเป็น (ผู้หญิง) ไทยได้รับการเผยแพร่ใน “สื่อประชานิยม” ในโลกไร้พรมแดนของโลกาภิวัตน์ไปโดยปริยาย ในทางกลับกันหากมองเรื่องการดำรงตัวตนข้ามพรมแดนรัฐชาติในสังคมโลกาภิวัตน์ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม (hybridization) อันหมายรวมถึง “อาหารลูกผสม” (fusion food) ไม่ว่าจะในแง่ของการนำวัตถุดิบท้องถิ่นไปใช้ในต่างแดน หรือการประยุกต์วัตถุดิบของต่างแดนเพื่อทำอาหารท้องถิ่น (Brodowicz, 2024) เห็นได้ชัดว่า “อาหารไทย” ที่ทำใน “ครัวเกาหลี” มีลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นเป็นปกติวิสัยและสะท้อนปรากฏการณ์ของปัจเจกชนผู้ย้ายถิ่นฐานข้ามพรมแดนชาติและวัฒนธรรมซึ่งการแสดงอัตลักษณ์จำจะต้องเป็นไปควบคู่กับการ “ประยุกต์และสร้างสรรค์” เพื่อให้อัตลักษณ์นั้นดำรงอยู่ได้ภายใต้ข้อจำกัดต่างๆ ยิ่งไปกว่านั้นในฐานะ “คนข้ามวัฒนธรรม” จะพบว่ายูทูบเบอร์ซออฮยอนใช้อาหารอันเป็น “ภาพตัวแทนความเป็นไทย” ทำให้ตัวเธอสามารถ “ธำรงและเผยแพร่” อัตลักษณ์ได้ทั้งในระดับครอบครัวและในระดับสากล ตลอดจนใช้อัตลักษณ์นั้น “ต่อรอง” พลิกสถานภาพซึ่งตนเอง “เป็นรอง” ในที่นี้ ได้แก่ เป็นคนต่างชาติ เป็นสะใภ้ เป็นภรรยา ให้ “มีพื้นที่” ในครอบครัวสามีได้ เห็นได้จากการที่เธอได้รับความรักและการยอมรับจากสามีและครอบครัว หรือถ้ามองผ่านวิธีคิดแบบ

คู่ตรงข้าม (binary opposition) ซึ่งคือ “คนไทย vs. คนต่างชาติ” ในสายตาของผู้รับสารชาวไทย ยูทูบเบอร์ซออยอนก็เป็นเสมือน “ตัวเชื่อม” (mediator) ผู้หลอมรวมให้ “ครอบครัวชาวเกาหลี” กลายเป็น “(เสมือน) คนไทย-คนอีสาน” เป็นต้นว่าความคิดเห็นท้าย ep. 726 ผู้ใช้นามว่า patchachannel8882 แสดงความคิดเห็นว่า *“พ่อปู่แม่ย่าอย่างกับคนอีสานเลยปั้นข้าวเหนียวกับไก่”* หรือ ep. 770 ผู้ใช้นามว่า sumanasukaphan6060 แสดงความเห็นว่า *“ดูคลิปน้องซอแต่ละคลิป ยิ้มตามทุกทีเลย เพราะทุกคนน่ารักมาก กลายเป็นคนไทยหมดแล้ว”*

ยิ่งกว่านี้แล้วการที่ยูทูบเบอร์ซออยอนได้ลองให้ครอบครัวชาวเกาหลี “ลิ้มลองอาหารถิ่น” ซึ่งอาจดู “ไม่สะอาดปลอดภัย” ในสายตาคนต่างวัฒนธรรม เช่น ep.743 ให้แม่สามีลองกินลาบดิบและเหล้าขาว 40 ดีกรีของอีสานก็เท่ากับได้ขยายพรมแดนของคำว่า “อาหารสำหรับคนไทย” ให้กว้างขวางออกไปกว่าชนิดอาหารที่คุ้นเคย สอดคล้องกับที่วรรณี วิบูลย์สวัสดิ์ แอนเดอร์สัน (2553, น. 72-73) ให้ความเห็นว่าอาหารและวัฒนธรรมการกินเป็นรสนิยมที่สร้างขึ้นในแต่ละวัฒนธรรมและแต่ละวัฒนธรรมก็กำหนดว่าอะไรคืออาหารจานเด็ด อะไรคืออาหารรสเลิศและอะไรใช่หรือไม่ใช่อาหารต่างกัน

เมื่อวิเคราะห์การสื่อสารของช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” ด้วยแนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร ข้อสำคัญที่สังเคราะห์ได้ในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ยูทูบเบอร์ซออยอนเลือกใช้ฐานะ “ลูกสะใภ้” เพื่อสื่อสาร 2 ระดับควบคู่กันไป กล่าวคือในแง่หนึ่งสื่อสารแบบตัวต่อตัวกับครอบครัวชาวเกาหลีในฉากชีวิตจริง แต่ในอีกแง่หนึ่งก็สื่อสารกับผู้รับสารผ่านสื่อออนไลน์อันเป็น “อกาลิโก” ซึ่งประการหลังนี้นำมาซึ่งการชมซ้ำและปฏิสัมพันธ์อันไม่จำกัดเวลา ภายใต้โครงสร้างลำดับวัจนกรรมจากวัจนกรรมทักทาย บอกเล่า แนะนำ และอำลา โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล โดยเฉพาะในปริบทการสื่อสารกับสังคมออนไลน์มาจากการใช้วัจนลีลาแบบกันเอง ส่งผลต่อการใช้ภาษาระดับภาษาปาก ใช้คำถิ่น สำเนียงถิ่น ทำให้ผู้รับสารรู้สึกคุ้นเคยสอดคล้องกับการนำเสนอภาพชีวิตประจำวันที่ดูเป็นกันเอง ไม่ซับซ้อน ปฏิบัติการทางภาษาเช่นนี้ใช้เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ความเป็น “สะใภ้คนไทย” ในปริบทสังคมครอบครัวเกาหลี อัตลักษณ์ความเป็นคนอีสานและอัตลักษณ์ความเป็นยูทูบเบอร์โดยลำดับ

ส่วนประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็น “สะใภ้ไทย” ในปริบทข้ามชาติ ข้ามวัฒนธรรมนั้น พบว่ายูทูบเบอร์ซออยอนได้ใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษา ไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาษาไทยและภาษาถิ่น การพาครอบครัวชาวเกาหลี “ข้ามชาติ” มาสัมผัสกับ “วัฒนธรรมไทย-วัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน” หรือการแสดงตัวตนแบบผู้หญิงไทย-ผู้หญิงอีสานตามจารีตผ่านการทำอาหารและการดูแลครอบครัว อนึ่ง การประพฤติตนเป็น “ลูกสะใภ้แบบไทย” ผู้โดดเด่นด้วยการทำอาหารไทยยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อรองพื้นที่ในครอบครัวสามีและสร้างตัวตนของเธอในปริบทออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

รายการอ้างอิง

กรมการปกครอง. (ม.ป.ป.). *รายงานสถิติจำนวนทะเบียนสมรส.*
https://stat.bora.dopa.go.th/stat/GENSTAT/STATFAM/#/marry

ฐิรวุฒิ เสนาคำ. (2550). *ไทยพลัดถิ่นกับข้อจำกัดขององค์ความรู้ว่าด้วยรัฐ-ชาติในสังคมไทย.* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

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

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2550). จาก “เจ้าพ่ออ่างทองคำ” สู่ “คนชนชั้นธรรมดาที่กล้าแฉ”: กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของชูวิทย์ กมลวิศิษฏ์ ในวาทกรรมการหาเสียงเลือกตั้ง. *วารสารภาษาและวรรณคดีไทย, 24*, 271-296.

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2552). ราชาศัพท์. ใน *บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 4 วัฒนธรรมการใช้ภาษาไทย* (น. 55-82). สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). *วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์: แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐมน เกตุแก้ว. (2561, 2 พฤษภาคม). *ผู้หญิงทำงานในสังคมเกาหลี*. ประชาไท. prachatai.com/journal/2018/05/76704

ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ. (2558). *ภาษากับอัตลักษณ์เมียฝรั่งในวาทกรรมสาธารณะ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ไทยรัฐ. (2562, 3 ธันวาคม). *รู้จัก “ซออยอน” สาวไทยเป็นสะใภ้เกาหลี มัดใจโอปป้า สู่ยูทูบเบอร์ชื่อดัง*. www.thairath.co.th/news/society/1716345

ธีระ บุษบกแก้ว. (2553). *กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่ม “เกย์ออนไลน์”*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นววรรณ พันธุเมธา. (2554). *ไวยากรณ์ไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 6). โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บัวพร มาลัยคำ. (2544). *การศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมคำสอนสตรีของไทยและลาว* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2567, 25 มิถุนายน). *ค้นพบและเรียนรู้ทุกแง่มุมของความเป็นไทยที่จุฬาฯ*. https://www.chula.ac.th/highlight/169569/

เปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์, และนิธิดา แสงสิงแก้ว. (2565). การสื่อสารเนื้อหาของยูทูบเบอร์หญิงไทย: กรณีศึกษาสะใภ้ไทยในต่างแดน. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า, 8*(3), 50-69.

พัชรินทร์ ลาภานันท์, ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์, และเยาวลักษณ์ อภิชาตวัลลภ. (2550). *การแต่งงานข้ามวัฒนธรรม: การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้*. ศูนย์วิจัยพหุลักษณ์สังคมลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ไพฑูรย์ สินลารัตน์, วาสนา วิสฤตาภา, สุธีรา นิมิตรนิวัฒน์, และนักรบ หมื่แสน. (2565). เมื่อโลกไร้พรมแดนเกิดขึ้น โอกาสใหม่และมุมมองใหม่ก็จะเกิดขึ้นตามมา. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว*, *15*(1), 1-7.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. ราชบัณฑิตยสถาน.

วรรณี วิบูลย์สวัสดิ์ แอนเดอร์สัน. (2553). วัฒนธรรมด้านอาหารการกินในเชิงคติชนวิทยาและมานุษยวิทยา. ใน อภิลักษณ์ เกษมผลกูล (บ.ก.). *เปิดสำรับตำรับศาลายา*. สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

ศิริพร ภักดีผาสุข. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอัตลักษณ์และแนวทางการนำมาศึกษาภาษาไทย*. โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 5 มกราคม). *ep. 726 ปีกไก่ทอดน้ำปลา ทั้งข้าวเหนียวทั้งน้ำจิ้มอร่อยครบกินหมดภายในพริบตา เหลือแต่กระดูก*. https://www.youtube.com/watch?v=eV2OmjqR_xM

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 8 มกราคม). *ep. 727 หมี่กรอบ 3 รสเข้มข้น กะละมังใหญ่เบ้อเริ่ม ครอบครัวและเพื่อนบ้านชอบมาก 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 กลิ่นหอมอร่อยกับเคล็ดลับเก็บใบตองสดให้อยู่ได้เป็นปีๆ มาบอก*. https://www.youtube.com/watch?v=412zg3PnxCk.

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 16 กุมภาพันธ์). *ep. 737 ถึงหนองคายบ้านเกิดแล้วจ้า เฮ็ดลาบเป็ดต้มเป็ดกินจ้า อาหารมื้อแรกที่บ้านอร่อยมาก*. https://www.youtube.com/watch?v=6xPGcPgZN9c

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 6 เมษายน). *ep. 748 ปิ้งปลาก่าหอมๆ กับตำบักถั่วแซ่บๆ แต่เช้า นั่งดูพ่อลูกเขาคุยกันด้วยไม้หน้าสาม*. https://www.youtube.com/watch?v=hyyKsevIVxc

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 10 พฤษภาคม). *ep. 761 เก็บผักป่ารอบบ้านเอามาทำเครื่องเคียง 6 อย่างกินกับหมูย่างเกาหลี อร่อยมากจ้า*. https://www.youtube.com/watch?v=J5KPh1jOj5c

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 16 พฤษภาคม). *ep. 763 ต่อไปนี้กินเต็มที่ไม่ต้องแย่งกันแล้ว ทั้งหม้อทั้งเตาขนมาจากเมืองไทยหมดแล้ว*. https://www.youtube.com/watch?v=VAdgKUqB7MQ

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 18 พฤษภาคม). *ep. 764 แม่พาไปเก็บผักอะไรไม่รู้ ได้แบกกลับบ้านเป็นกระสอบ เครื่องเคียงเกาหลีราดข้าวสไตล์ไทย*. https://www.youtube.com/watch?v=QGJEc3Y9d28

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 31 พฤษภาคม). *ep. 768 ห่อหมกใบตองดอกแคป่าใส่ไก่ ลองทำกินมั่วๆ แต่ต้องตกใจคือมันอร่อยมากกก*. https://www.youtube.com/watch?v=ueJZEf5OY8U

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 4 มิถุนายน). *ep. 769 สลัดโรล พร้อมสูตรน้ำสลัดครีมซีฟู้ดที่ทำง่ายสุดๆ แถมอร่อยกินหมดภายในพริบตา*. https://www.youtube.com/watch?v=HlOEDz5gzAo

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 11 มิถุนายน). *ep. 770 วิธีทำไก่ต้มโค้กให้สีสวย น่ากินแบบสุดๆ และทำง่าย แต่อร่อยยังกับอาหารภัตตาคาร*. https://www.youtube.com/watch?v=OCUOEBzDWmg

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 18 มิถุนายน). *ep. 772 ตำมะหลอดเปรี้ยวๆ หวานๆ เผ็ดนัวแซ่บสุดยอดตักซดเอาๆ ตาสว่างเลยจ้า*. https://www.youtube.com/watch?v=6Dt124Q7mBk

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 27 มิถุนายน). *ep. 774 แกงไก่ใส่หน่อไม้ส้ม ใส่ยอดตำลึง กลิ่นหอมทั่วปฐพี ข้าวเหนียวหมดเป็นติบ*. 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 สรุปเทรนด์ใหม่ ปี 2566 มีอะไรน่าสนใจบ้าง ชี้คนไทยยกอันดับ 1 ให้ยูทูป*. www.springnews.co.th/digital-tech/technology/844113

Urban's Pick. (2564, 12 กุมภาพันธ์). *ฝึกทำสวน ซ้อมกินหมูย่าง หมักกิมจิ แล้วแปลงร่างเป็น 'สะใภ้เกาหลี'*. https://urbancreature.co/lifestyle-korea-daughter-in-law

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

วัจนลีลาของยูทูบเบอร์ “ซออยอน” ในช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean”

Received: 3 July 2025
Revised: 2 September 2025
Accepted: 4 September 2025

อุมาภรณ์ สังขมาน*

บทความวิจัย
บทคัดย่อ
คำสำคัญ

บทความนี้เป็นการศึกษาวัจนลีลาของยูทูบเบอร์ “ซออยอน” ในช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” โดยเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-30 มิถุนายน พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลา 6 เดือน การศึกษานี้ใช้กรอบการวิเคราะห์ของอมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2556) และทฤษฎีวัจนกรรมของเซิร์ล (Searle, 1976) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษา 3 ระดับ ได้แก่ เสียง คำ และถ้อยคำ ผลการศึกษาพบว่าวัจนลีลาของยูทูบเบอร์ “ซออยอน” เป็นวัจนลีลาแบบเป็นกันเอง โดยมีลักษณะการใช้ภาษาในระดับเสียง มีการเน้นเสียงโดยการใช้น้ำเสียง 4 ลักษณะด้วยกัน ได้แก่ เสียงดัง เสียงยาว เสียงกระซิบ และการเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์ การใช้ภาษาในระดับคำมีการใช้คำ 3 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำอ้างอิงบุคคล การใช้คำปนและการใช้คำแสดงความรู้สึก และการใช้ภาษาในระดับถ้อยคำมีการใช้วัจนกรรม 7 ประเภท ได้แก่ วัจนกรรมบรรยาย วัจนกรรมอธิบาย วัจนกรรมโน้มน้าว วัจนกรรมชวน วัจนกรรมถาม วัจนกรรมทักทายและวัจนกรรมอำลา นอกจากนี้ในคำบรรยายยังพบการใช้สัญรูปอันเป็นวัฒนธรรมดิจิทัล (digital culture) อีกด้วย จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าวัจนลีลาของยูทูบเบอร์เป็นตัวอย่างของการใช้การสื่อสารดิจิทัลหลากหลายรูปแบบ (multimodal) ที่ผสมผสานรูปภาษาเข้าด้วยกัน อีกทั้งยังแสดงอัตลักษณ์ความเป็นไทยอีสานที่โดดเด่นผ่านการใช้ภาษา แม้ว่าจะมีอิทธิพลของภาษาอังกฤษหรือภาษาเกาหลีปนอยู่บ้าง ด้วยรูปแบบการสื่อสารที่โดดเด่นนี้ ยูทูบเบอร์ยังคงรักษาอัตลักษณ์ทางดิจิทัล (digital identity) ของตนเองไว้ได้และแสดงให้เห็นถึงรากฐานของวัฒนธรรมในบริบทของวัฒนธรรมดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม

วัจนลีลา;
ยูทูบเบอร์;
สะใภ้เกาหลี by Korean;
ภาษาและวัฒนธรรม;
การสื่อสารดิจิทัล

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: fhumups@ku.ac.th

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

Seohyun's Speech Style In "Daughter-in-law by Korean" of Youtube Channel

Received: 3 July 2025
Revised: 2 September 2025
Accepted: 4 September 2025

Umaporn Sungkaman*

Research Article

Abstract

This article investigates the speech style of the YouTuber "Seo Hyun" from the YouTube channel "/sapáj kawlĭ:/ Data were collected over a six-month period, from January 1 to June 30, 2023. The study employs the analytical framework of Amara Prasithrathsint (2013) and Searle's Speech Act Theory (1976) to analyze language use at three levels: phonological, lexical, and discourse. The findings reveal that Seo Hyun's linguistic style is informal and friendly. At the phonological level, there are four types of voices: loud voice, elongated sound, whispering, and tonal changing. At the lexical level, three types of word use are evident: personal references, word mixing, and emotion-expressing words. At the discourse level, seven types of speech acts are employed: assertion, explanation, persuasion, invitation, question, greeting, and farewell. The captions also contain the use of digital culture symbols. The study concludes that Seohyun's speech style exemplifies multimodal digital communication, combining various modes of linguistic forms. Her use of language reflects her Isan-Thai identity, which remains prominent despite some influences from English and Korean. Through her distinctive style of communication, she successfully maintains her digital identity and appropriately expresses the cultural roots within the context of digital culture.

Keywords

speech style;
Youtuber;
"/sapáj kawlĭ:/ by Korean;
language and culture;
digital communication

* Assistant Professor, Department of Linguistics, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: fhumups@ku.ac.th

1. บทนำ

คำว่า “style” ในความหมายทั่วไป คูปแลนด์ (Coupland, 2007) ได้ให้ความหมายของวัจนลีลาว่าวิธีการหรือรูปแบบในการทำอะไรอย่างหนึ่ง เช่น รูปแบบของสถาปัตยกรรมในท้องถิ่นต่างๆ ย่อมแตกต่างกันไปตามสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ รูปแบบทางสังคมและวัฒนธรรมต่างๆ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงตัวตนหรืออัตลักษณ์ของตนได้ เช่น รูปแบบการแต่งกาย รูปแบบการบริโภคอาหาร รูปแบบสถาปัตยกรรม รูปแบบทางด้านภาษาก็เช่นเดียวกัน ผู้พูดในกลุ่มชาติพันธุ์ที่แตกต่างกันย่อมมีวิธีการสื่อสารหรือรูปแบบการใช้ภาษาที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งวิธีการหรือรูปแบบการใช้ภาษานี้เรียกว่า “วัจนลีลา”

วัจนลีลา (speech style) หมายถึงวิธภาษาหรือรูปแบบของภาษาที่แปรไปตามสถานการณ์ ส่วนใหญ่แบ่งเป็นประเภทย่อยตามระดับความเป็นทางการ โดยที่ผู้ใช้ภาษาแต่ละคนจะเป็นผู้เลือกใช้วัจนลีลาให้เหมาะสมกับสถานการณ์สื่อสาร (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2560, น. 406) วัจนลีลาจึงเป็นรูปแบบของภาษาหรือการแปรของภาษาที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์สื่อสารของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งการใช้ภาษาเพื่อพูดและเขียน รวมทั้งยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์หรือตัวตนให้กับบุคคลนั้นอีกด้วย ผู้วิจัยจึงสนใจวัจนลีลาของยูทูบเบอร์ ซึ่งยูทูบเบอร์แต่ละคนมีอัตลักษณ์และใช้วัจนลีลาในการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันตามสถานการณ์สื่อสาร

ยูทูบเบอร์ “ซอฮยอน” เป็นเจ้าของช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” เป็นอีกผู้หนึ่งที่น่าสนใจในแง่ของการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอเนื้อหาการทำอาหาร ตลอดจนวิถีการใช้ชีวิตกับครอบครัวในชนบทของประเทศเกาหลีใต้ “ซอฮยอน” “ซอ” หรือ “กุ๊กกิ๊ก” มีชื่อจริงว่าสุไพพร นันทะเดช เป็นชาวจังหวัดหนองคายที่สมรสกับชายชาวเกาหลีใต้และได้ย้ายไปอยู่กับครอบครัว ณ จังหวัดดางจิน ประเทศเกาหลีใต้ ชื่อ “ซอ” นี้เป็นชื่อที่แม่สามีตั้งให้ ซอทำหน้าที่ลูกสะใภ้ด้วยการทำอาหาร ปลูกผัก ตลอดจนช่วยงานในกิจการร้านอาหารของครอบครัว ต่อมาใน พ.ศ. 2562 ซอเริ่มหารายได้เพิ่มเติมให้กับครอบครัวด้วยการถ่ายคลิปวิดีโอนำเสนอชีวิตครอบครัวลงเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ยูทูบจนมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก (ข้อมูล ณ วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2566 มีผู้ติดตามจำนวนทั้งสิ้น 2.45 ล้านคน จำนวนคลิปวิดีโอทั้งหมด 781 คลิปวิดีโอ) (ไทยรัฐ, 2562; Urban’s Pick, 2564)

ด้วยเหตุที่เนื้อหาของคลิปวิดีโอในช่องยูทูบดังกล่าวได้นำเสนอความเป็นอยู่ของครอบครัวตนเองด้วยความเรียบง่ายแบบเศรษฐกิจพอเพียง เช่น การปลูกผัก เลี้ยงไก่ ตลอดจนการทำอาหารไทยรับประทานเป็นมื้ออาหารของครอบครัว ดังที่ได้กล่าวไปในข้างต้น จึงน่าจะเป็นเหตุที่ทำให้มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก ตลอดจนมีจำนวนคลิปวิดีโอมากในปัจจุบัน ผู้วิจัยเห็นว่ามีความน่าสนใจทั้งการตั้งชื่อคลิปวิดีโอและเนื้อหาคลิปวิดีโอมีส่วนที่เป็นเสียงบรรยายของยูทูบเบอร์และมีคำบรรยายใต้ภาพ ซึ่งมีการใช้ภาษาที่เหมือนสนทนากับผู้ชม ทำให้เข้าใจง่าย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) (ชื่อคลิปวิดีโอ) ep. 771 ก๋วยเตี๋ยวคลุกสูตรอร่อย ญาติๆ พี่ๆ พากันมากินก๋วยเตี๋ยวหมดเกลี้ยงขอเบิ้ลๆ
(เสียงบรรยาย) “พอเจียวกากหมูไปสักพักนะคะฟองก็เยอะมากเลยค่ะทุกคนเราก็ต้องรอให้ฟองมันนิ่งสงบก่อนนะคะ เราก็จะเริ่มตักกากหมูขึ้นค่าก็จะได้ที่เรียบร้อยค่ะทุกคน กากหมูกรอบๆ นัวๆ นะคะใส่แค่เกลืออย่างเดียวก็นัวแล้วค่ะ น้ำมันที่ออกมาจากกากหมูนะคะได้เยอะมากๆ เลยค่ะทุกคน แล้วก็ห้อมหอมค่ะ แบบหอมมากๆ เลยนะคะ”
(คำบรรยาย) “พี่ซอมาหาค่ะ กับ FC เลยทำก๋วยเตี๋ยวคลุกออกมาให้กินจ้า บ่อมีไผอยากออกสื่อ พึ่งเลิกงานหน้ายังไม่ได้แต่ง”

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 771)

ตัวอย่างข้างต้นประกอบด้วยชื่อคลิปวิดีโอ เสียงพูดหรือเสียงบรรยายของยูทูบเบอร์และข้อความบรรยายใต้ภาพ ในส่วนของชื่อคลิปวิดีโอเห็นได้ว่ามีการปนภาษา (language mixing) ด้วยคำว่า ep. ซึ่งย่อมาจาก Episode จากนั้นจึงเป็นหัวข้อเนื้อหาหลักของตอนดังกล่าวและการบรรยายเกี่ยวกับสิ่งที่ทำ สังเกตได้ว่า ในตอนท้ายมีการใช้คำซ้ำของคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษซึ่งมีการตัดคำได้แก่คำว่า “เบิ้ลๆ” ในส่วนของเสียงบรรยาย ด้านเสียงมีการเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์ในคำซ้ำในคำว่า “ห้อมหอม” ด้านคำ มีการใช้คำว่า “ทุกคน” เพื่อหมายรวมถึงผู้ชมให้รู้สึกมีส่วนร่วมกับการทำอาหารในครั้งนั้นๆ มีการใช้คำลงท้าย การใช้คำซ้ำ ในด้านวัจนกรรม[1] (speech acts) พบวัจนกรรมบรรยายหลายถ้อยคำ เพื่อบอกเล่าว่าตนกำลังทำสิ่งใดอยู่ มีลักษณะเป็นอย่างไร สำหรับคำบรรยายใต้ภาพ พบการปนภาษาทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทยอีสาน รวมถึงการใช้คำลงท้ายด้วย เห็นได้ว่าลักษณะภาษาที่ใช้ในคลิปวิดีโอของยูทูบเบอร์รายดังกล่าวมีความน่าสนใจในแง่ของความเข้าใจง่ายและสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดีด้วยถ้อยคำที่เป็นกันเองกับผู้ชม

จากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับวัจนลีลาพบว่ามีผู้ศึกษาวัจนลีลาของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไว้จำนวนหนึ่ง โดยใช้กลุ่มข้อมูลทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน รายละเอียดเพิ่มเติมจะกล่าวถึงในส่วนทบทวนวรรณกรรมต่อไป ขณะที่งานวิจัยที่ศึกษาด้วยกลุ่มข้อมูลยูทูบเบอร์ พบว่ามีเพียงงานวิจัยของเปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว (2565) ที่ศึกษา *“การสื่อสารเนื้อหาของยูทูบเบอร์หญิงไทย: กรณีศึกษาสะใภ้ไทยในต่างแดน”* เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์สะใภ้ไทยในต่างแดน โดยช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” เป็นขอบเขตหนึ่งของงานวิจัยดังกล่าวซึ่งเป็นมุมมองด้านการสื่อสารและจากผลการศึกษานี้ยังเห็นได้ว่ายูทูบเบอร์คนนี้ได้รับการยกย่องจากสื่อมวลชนหลายแขนงว่าเป็นต้นแบบของหญิงไทยที่เป็นสะใภ้ไทยในต่างแดนที่นำเสนอวิถีชีวิตของตนเองและครอบครัวอย่างเรียบง่าย ซึ่งเป็นจุดเด่นในการทำคลิปของยูทูบเบอร์ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก ผลการศึกษาน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวัจนลีลาของบุคคลที่มีชื่อเสียง (Influencer) ทางสื่ออินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาภาษากับอัตลักษณ์ การเรียนการสอนวิชาภาษาไทยในสื่อสังคมออนไลน์ ภาษาไทยในงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมทั้งภาษาศาสตร์สังคมด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาวัจนลีลาของยูทูบเบอร์ “ซออฮยอน” ในช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean”

3. ขอบเขตของการศึกษา

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลคลิปวิดีโอในช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-30 มิถุนายน พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลา 6 เดือน โดยเก็บข้อมูลเฉพาะคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำอาหารเท่านั้น ทั้งนี้เพราะจากการศึกษาของเปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว (2565) พบว่า

[1] ผู้วิจัยใช้คำว่า “วัจนกรรม” (Speech Acts) ซึ่งเป็นการกล่าวถ้อยคำเพื่อแสดงเจตนาของผู้พูดในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งแทนคำว่า “ประโยค” (sentence) ที่เป็นเพียงหน่วยของภาษา

อัตลักษณ์ที่สำคัญประการหนึ่งของสะใภ้ไทยในต่างแดนคือทำอาหารเก่งและใช้อาหารเป็นแกนหลักในการสื่อสาร คลิปวิดีโอในช่วงเวลาดังกล่าวจึงมีจำนวน 24 คลิปวิดีโอ รายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 1

คลิปวิดีโอในช่องยูทูบ "สะใภ้เกาหลี by Korean" ตอนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำอาหาร ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-30 มิถุนายน พ.ศ. 2566

ลำดับ	วัน เดือน ปี ที่เผยแพร่	ชื่อตอน	ความยาว (นาที)
1	5 ม.ค. 66	ep. 726 ปีกไก่ทอดน้ำปลา ทั้งข้าวเหนียวทั้งน้ำจิ้มอร่อยครบ กินหมดภายในพริบตา เหลือแต่กระดูก	12.57
2	8 ม.ค. 66	ep. 727 หมี่กรอบ 3 รสเข้มข้น กะละมังใหญ่เบ้อเริ่ม ครอบครัวและเพื่อนบ้านชอบมาก แบ่งกันคนละถุง 2 ถุง	13.56
3	11 ม.ค. 66	ep. 728 สอนน้องชายทำกิมจิก่อนกลับไทย เอาอาชีพติดตัวไปนะ	17.35
4	14 ม.ค. 66	ep. 729 ห่อหมกทะเลย่างใบตอง กลิ่นหอมอร่อย กับเคล็ดลับเก็บใบตองสดให้อยู่ได้เป็นปีๆ มาบอก	24.22
5	27 ม.ค. 66	ep. 733 หนาวขนาดนี้จัดหมูย่างเกาหลีและกิมจิเต็มโต๊ะ แซ่บคัก ปีใหม่เกาหลีวันรวมญาติ	13.58
6	16 ก.พ. 66	ep. 737 ถึงหนองคายบ้านเกิดแล้วจ้า เฮ็ดลาบเป็ดต้มเป็ดกินจ้า อาหารมื้อแรกที่บ้านอร่อยมาก	10.04
7	26 ก.พ. 66	ep. 741 พาแม่ย่าไปเก็บผักคันจอง กินกับส้มตำพริก 3 เม็ด พ่อปู่ซดเอาๆ กับบรรยากาศบ้านๆ สบายๆ จ้า	15.06
8	4 เม.ย. 66	ep. 747 ร่างกายต้องการสิ่งนี้ ตำบักกล้วยใส่บักเฟืองบักเขือขื่นและปลาแดกหลายๆ โต น้ำลายไหลเลย 😖	16.51
9	6 เม.ย. 66	ep. 748 ปิ้งปลาก่าหอมๆ กับตำบักถั่วแซ่บๆ แต่เช้า นั่งดูพ่อลูกเขาคุยกันด้วยไม้หน้าสาม	10.36
10	18 เม.ย. 66	ep. 752 ต้มข้าวเปียกใส่เลือดไก่เยอะๆ ท่านพ่อท่านแม่มาไม่ทัน ☺ พากันซัดหมดก่อน อร่อยจนลืมจง	11.36
11	10 พ.ค. 66	ep. 761 เก็บผักป่ารอบบ้านเอามาทำเครื่องเคียง 6 อย่างกินกับหมูย่างเกาหลี อร่อยมากจ้า	15.36
12	12 พ.ค. 66	ep. 762 ผัดดอกหอมหมูสับกับไข่เจียวเส้นหอม ราดข้าวร้อนๆ หวานกรอบอร่อยจังเลย 😋	10.22
13	16 พ.ค. 66	ep. 763 ต่อไปนี้กินเต็มที่ไม่ต้องแย่งกันแล้ว ทั้งหม้อทั้งเตาขนมาจากเมืองไทยหมดแล้ว	14.30
14	18 พ.ค. 66	ep. 764 แม่พาไปเก็บผักอะไรไม่รู้ ได้แบกกลับบ้านเป็นกระสอบ เครื่องเคียงเกาหลีราดข้าวสไตล์ไทย	13.03
15	21 พ.ค. 66	ep. 765 เก็บสลัดใบอ่อนหลายสายพันธุ์ มากินกับส้มตำ สปาเก็ตตี้ ข้าวปุ้นสุดยอดอีหลีจ้าาา	13.21
16	24 พ.ค. 66	ep. 766 ป่านี้ต้นโสนใหญ่มาก ดอกดกสุดๆ ดอกโสนผัดกะปิ ดอกโสนทอดกรอบราดซอส อร่อยเกินคำบรรยาย	12.26

ลำดับ	วัน เดือน ปี ที่เผยแพร่	ชื่อตอน	ความยาว (นาที)
17	28 พ.ค. 66	ep. 767 หมกหน่อไม้ใส่ใบตองสูตรอีสานแท้ ทั้งแซ่บทั้งนัวร์ ครอบครัวกินเป็นทุกคนทั้งจ้ำทั้งคุ้ย	15.44
18	31 พ.ค. 66	ep. 768 ห่อหมกใบตองดอกแคป่าใส่ไก่ ลองทำกินมั่วๆ แต่ต้องตกใจ คือมันอร่อยมากกก	13.38
19	4 มิ.ย. 66	ep. 769 สลัดโรล พร้อมสูตรน้ำสลัดครีมซีฟู้ดที่ทำง่ายสุดๆ แถมอร่อยกินหมดภายในพริบตา	11.54
20	11 มิ.ย. 66	ep. 770 วิธีทำไก่ต้มโค้กให้สีสวย น่ากินแบบสุดๆ และทำง่าย แต่อร่อยยังกับอาหารภัตตาคาร	11.32
21	15 มิ.ย. 66	ep. 771 ก๋วยเตี๋ยวคลุกสูตรอร่อย ญาติๆ พี่ๆ พากันมากินก๋วยเตี๋ยวหมดเกลี้ยงขอเบิ้ลๆ	15.32
22	18 มิ.ย. 66	ep. 772 ตำมะหลอดเปรี้ยวๆ หวานๆ เผ็ดนัวแซ่บสุดยอด ตักซดเอาๆ ตาสว่างเลยจ้า	15.53
23	22 มิ.ย. 66	ep. 773 หมูสวรรค์สูตรทำง่ายอร่อยด้วย สีสวยกลิ่นหอม ได้ข้าวเหนียวคนละถุงกัดเอาๆ	12.21
24	27 มิ.ย. 66	ep. 774 แกงไก่ใส่หน่อไม้ส้ม ใส่ยอดตำลึง กลิ่นหอมทั่วปฐพี ข้าวเหนียวหมดเป็นติบ	18.40

จากนั้นจึงถ่ายถอดเสียงบรรยายเป็นตัวอักษรภาษาไทย อนึ่ง งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะวัจนลีลาของภาษาไทยที่พบในคลิปวิดีโอเท่านั้น ได้แก่ เสียงพูดของยูทูบเบอร์และคำบรรยายใต้คลิปวิดีโอ ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ใช้สัญลักษณ์ (เสียงบรรยาย) หมายถึงเสียงพูดของยูทูบเบอร์และ (คำบรรยาย) หมายถึงคำบรรยายด้วยตัวอักษรใต้คลิปวิดีโอ

4. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยจะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายละเอียดดังนี้

4.1 แนวคิดวัจนลีลา (Speech Style)

พจนานุกรมศัพท์ภาษาศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสภา (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2560, น. 15) ให้ความหมายวัจนลีลาศาสตร์ว่ามุ่งเน้นวิเคราะห์วัจนลีลาที่ใช้ในการพูดหรือการเขียน ทั้งทางด้านเสียง คำและไวยากรณ์และยังเน้นการวิเคราะห์ประสิทธิผลของวัจนลีลาที่มีต่อผู้ฟังอีกด้วย

นอกจากนี้ สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2560, น. 406) ยังได้ยกแนวคิดของมาร์ติน โจส (Joos, 1961, p. 11) ที่แบ่งวัจนลีลาหรือระดับภาษาในภาษาอังกฤษไว้ 5 แบบ ได้แก่ วัจนลีลาตายตัว (frozen style) วัจนลีลาทางการ (formal style) วัจนลีลาหารือ (consultative style) วัจนลีลากันเอง (casual style) และวัจนลีลาสนิทสนม (intimate style)

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2556) ได้อธิบายลักษณะของวัจนลีลาแต่ละประเภทข้างต้น รวมถึงให้ตัวอย่างในภาษาไทยไว้ดังนี้ 1) วัจนลีลาตายตัวเป็นลักษณะของภาษาที่ใช้ในโอกาสสำคัญๆ ที่ภาษาเป็นสัญลักษณ์สะท้อนสังคมและวัฒนธรรมที่ใช้ภาษานั้นๆ มักใช้พูดกับบุคคลที่สูงศักดิ์ ตัวอย่างในภาษาไทย เช่น การกล่าวถวายพระพรชัยมงคล ภาษาที่ใช้ในศาล 2) วัจนลีลาทางการเป็นลักษณะภาษาที่ใช้ในสถานการณ์สำคัญ แต่ไม่ถึงกับวัจนลีลาตายตัว วัจนลีลาประเภทนี้มีลักษณะสำคัญคือการแยกตัวของผู้พูดออกจากผู้ฟัง รวมถึงมีการตระเตรียมอย่างดีในด้านการออกเสียง ตัวอย่างในภาษาไทย เช่น การเขียนบทความวิชาการ เอกสารราชการ การกล่าวสุนทรพจน์ รายงานการประชุม 3) วัจนลีลาหารือเป็นลักษณะภาษาที่ใช้ในการติดต่อธุรกิจ ภาษาระดับนี้เริ่มแสดงให้เห็นการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้พูดและผู้ฟัง อีกทั้งวัจนลีลาของการใช้ภาษาในระดับนี้ไม่จำเป็นต้องระมัดระวังเท่ากับวัจนลีลาสองประเภทแรก ตัวอย่างในภาษาไทย เช่น การติดต่อทางอาชีพ การซื้อขาย 4) วัจนลีลากันเองเป็นลักษณะภาษาที่พูดด้วยความไม่ระมัดระวัง ใช้กับบุคคลที่คุ้นเคยกันพอสมควร มักมีการละประธาน มีการซ้ำคำมาก มีคำสแลง รวมไปถึงใช้คำลงท้าย ตัวอย่างในภาษาไทย เช่น การพูดกับเพื่อน และ 5) วัจนลีลาสนิทสนมเป็นลักษณะภาษาที่ใช้กับผู้ที่สนิทสนมอย่างมาก วัจนลีลาประเภทนี้มีความเป็นธรรมชาติมาก รวมไปถึงพบการใช้คำเฉพาะกลุ่ม การใช้ภาษาต้องอาศัยปริบทในการสื่อสาร เช่น การสื่อสารกับครอบครัว

ต่อมา อมรา ประสิทธิรัฐสินธุ์ และคณะ (2558) ได้ศึกษาภาษากับอำนาจในทำเนียบภาษา 4 ประเภท ได้แก่ ภาษากฎหมาย ภาษาการเมือง ภาษาสื่อและภาษาวิชาการและกำหนดคุณลักษณะทางวัจนลีลาของทำเนียบภาษาเหล่านี้ โดยใช้ลักษณะเด่นทางภาษา ด้านการใช้รูปประโยค การใช้คำและโครงสร้างสัมพันธสารเป็นตัวบ่งชี้ โดยเฉพาะการศึกษาภาษาสื่อมีการเก็บข้อมูลเฉพาะภาษาข่าวและภาษาโฆษณา ผลการศึกษาพบว่าลักษณะเด่นทางภาษาที่เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางวัจนลีลาของภาษาสื่อ 7 คุณลักษณะ ได้แก่ สั้นกระชับ บังคับ-ชี้นำ เป็นอัตวิสัย ปิดบังอำพราง เบี่ยงบัง โน้มน้าวและชัดถ้อยชัดคำ จากการสำรวจข้อมูลคลิปวิดีโอของยูทูบเบอร์ “ซออฮยอน” ในเบื้องต้น ผู้วิจัยเห็นว่ายูทูบเบอร์รายดังกล่าวใช้ภาษาแบบเป็นกันเองเสมือนหนึ่งการสนทนากับผู้ชม รวมไปถึงสร้างบรรยากาศให้ผู้ชมรู้สึกผ่อนคลายร่วมไปกับเนื้อหานั้นๆ ดังนั้น คุณลักษณะทางวัจนลีลาของภาษาสื่อที่จะศึกษาน่าจะแตกต่างกันกับผลการศึกษาข้างต้น

อย่างไรก็ดี ในการศึกษาวัจนลีลายังมีการนำแนวคิดทางวัจนปฏิบัติศาสตร์มาศึกษาด้วย เช่น งานของแบล็ค (Black, 2006) ที่บูรณาการแนวคิดทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ในการศึกษาวัจนลีลา โดยนำเสนอแนวทางการทำความเข้าใจความหมายในวรรณกรรม ด้วยการใช้บทบาทของวัจนปฏิบัติศาสตร์ในการตีความและเข้าใจความหมายที่อยู่เบื้องหลังข้อความ รวมทั้งพิจารณาเจตนาของผู้เขียนกับความรู้พื้นฐานของผู้อ่านด้วย งานของแบล็คเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากนวนิยายโดยเน้นย้ำถึงขนบของวรรณกรรมแต่ละประเภทซึ่งมีตัวบ่งชี้ที่แบล็คเรียกว่า signpost เป็นแนวทางให้ผู้อ่านตีความและเข้าใจความหมายได้ดีขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นจึงทำให้น่าสนใจว่ายูทูบเบอร์รายดังกล่าวใช้วัจนลีลาแบบใดในช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” รวมถึงวัจนลีลาแบบดังกล่าวมีการใช้ภาษาอย่างไรบ้าง โดยผู้วิจัยจะนำแนวคิดทางวัจนปฏิบัติศาสตร์มาบูรณาการในการศึกษาลักษณะการใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ด้วย

4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัจนลีลาเป็นแนวคิดที่มีผู้นำมาศึกษางานวิจัยทางภาษาศาสตร์หลากหลายแนวทาง อาทิ กลวิธีทางภาษาของบุคคลในกิจกรรมหรือสื่อต่างๆ วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ภาษากับอัตลักษณ์ รวมถึงงานวิจัยที่ศึกษา

ลักษณะภาษาในวัจนลีลาของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นการเฉพาะ ในส่วนนี้จะกล่าวถึงงานวิจัยที่ศึกษาวัจนลีลาที่เป็นภาษาพูดของบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะเพื่อให้สอดคล้องกับประเภทสื่อที่เป็นขอบเขตของงานวิจัยนี้ซึ่งเป็นภาษาพูด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

งานวิจัยทางภาษาศาสตร์ที่ศึกษาวัจนลีลาของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เช่น กฤษภรณ์ จันหา และคณะ (2562) ศึกษา *""ฟันธง ฟันดวง": วัจนลีลาการทำนายดวงชะตาของนายลักษณ์ เรขานิเทศ"* โดยเก็บข้อมูลจากการทำนายดวงชะตาในรายการศึก 12 ราศี ซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผลการศึกษาพบวัจนลีลาในการทำนายดวงชะตาของนายลักษณ์ เรขานิเทศ จำนวน 10 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำบุรุษสรรพนาม การใช้คำซ้อน การใช้คำซ้ำ การใช้คำศัพท์เฉพาะวงการ การขยายความ การใช้อุปลักษณ์ การใช้สำนวนไทย การกล่าวอ้าง การใช้มูลบทและการใช้สหบท อภิสรา โคตรโยธา และรัตนา จันทร์เทาว์ (2564) ศึกษา *"วัจนลีลาของสุทธิชัย แซ่หยุ่น"* ในรายการกาแฟดำ โดยเก็บข้อมูลจากรายการกาแฟดำที่ออกอากาศทางยูทูบตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562-มิถุนายน 2563 ผลการศึกษาพบวัจนลีลาที่มีลักษณะเฉพาะของบุคคลดังกล่าว 3 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำบุรุษสรรพนาม คำภาษาอังกฤษและคำอุทาน การใช้ประโยคกระชับ ประโยคขัดความ ประโยคสรุปความและประโยคซับซ้อน และการตั้งคำถามในลักษณะต่างๆ เช่น การรุกไล่ด้วยการถามแบบต่อเนื่อง การถามแบบชี้นำคำตอบ การถามย้ำ การถามเชิงวาทศิลป์ การทวนและถามคำถามใหม่ในทันที กัญญาณัฐ ฤกษ์วิธี และสมบัติ สมศรีพลอย (2565) ศึกษา *"วัจนลีลาการขายสินค้าของมาร์กี้ช็อปในวัฒนธรรมการขายสินค้าออนไลน์"* โดยเก็บข้อมูลจากคลิปไลฟ์สดการขายสินค้าของช่องดังกล่าวบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผลการศึกษาพบวัจนลีลา 3 วัจนลีลา ได้แก่ วัจนลีลาเป็นกันเอง ลักษณะภาษาที่แสดงวัจนลีลาข้างต้น ได้แก่ การใช้คำสรรพนามในการเรียกตนเองและลูกค้า การใช้คำซ้ำและการใช้ภาษาพูดตามสบาย วัจนลีลาสนิทสนม ได้แก่ การใช้คำสแลง การใช้คำขยายและคำที่รู้เฉพาะกลุ่มที่รู้เรื่องกัน ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายและวัจนลีลาหารือใช้เพื่อติดต่อสนทนาทางอาชีพและการถาม-ตอบระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย สิริมา เชียงเชาว์ไว (2566) ศึกษา *"วัจนลีลาในการเทศนาธรรมของพุทธทาสภิกขุ"* โดยเก็บข้อมูลจากการเทศนาธรรมของพระธรรมโกศาจารย์ (พุทธทาสภิกขุ) ที่ได้รับการถ่ายทอดเป็นตัวหนังสือแล้ว ผลการศึกษาพบว่าวัจนลีลาของพุทธทาสภิกขุเป็นวัจนลีลาแบบเป็นทางการ เนื่องจากเป็นการใช้ภาษาในสถานการณ์สำคัญ เป็นวิธภาษาที่สุภาพ มีความหรูหราของถ้อยคำและรูปประโยค มีการแยกตัวของผู้พูดออกจากผู้ฟัง มีการเชื่อมโยงความและใช้คำศัพท์เฉพาะ มีการเรียงร้อยถ้อยคำอย่างพิถีพิถัน มีชั้นเชิง วัจนลีลาที่พบยังมีส่วนทำให้ผู้ฟังตระหนักรู้คุณค่าแห่งพระธรรมและนำไปสู่การปฏิบัติตนตามคำสอนอย่างเหมาะสม อารีฟ อารีหมาน และปัทมา พัฒน์พงษ์ (Areeman & Patpong, 2023) ศึกษา *"A Stylistic Study of General Prayuth Chan-O-Cha's Speeches on TV Program "RETURNING HAPPINESS TO THE PEOPLE"* โดยเก็บข้อมูลจากคลิปของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (ในขณะนั้น) ในรายการคืนความสุขของคนในชาติ โดยจำแนกข้อมูลเป็น 2 ประเภท เพื่อวิเคราะห์อนุบรรยายสถานะและคำบุรุษประธานและคำแสดงทัศนภาวะ ผลการศึกษาพบว่าผู้ดำเนินรายการใช้อนุบรรยายบอกเล่าจำนวนมากที่สุดและพบคำบุรุษประธานที่ไม่แสดงการมีปฏิสัมพันธ์มากกว่าคำบุรุษประธานที่แสดงการมีปฏิสัมพันธ์ไม่มากนัก ซึ่งแสดงให้เห็นความพยายามที่จะสื่อสารกับประชาชนและกล่าวถึงปัญหารวมถึงนโยบายการแก้ไขปัญหาเป็นหลัก ขณะที่มีการใช้คำแสดงทัศนภาวะความเป็นไปได้มากที่สุดเพื่อแสดงระดับความเป็นไปได้ของปัญหาหรือนโยบายเพื่อแสดงความมั่นใจของผู้พูดและมีการใช้คำแสดงทัศนภาวะความจำเป็นลำดับถัดมาเพื่อแสดงถึงความจำเป็นในการเข้ามาแก้ไขปัญหาและทำความเข้าใจกับประชาชน

การศึกษาข้างต้นเป็นงานวิจัยทางภาษาศาสตร์ภาษาไทยที่ศึกษาวัจนลีลาของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งมักเป็นการวิเคราะห์ลักษณะภาษาของบุคคลว่าแสดงให้เห็นวัจนลีลาใดบ้างโดยใช้แนวคิดของมาร์ติน โจส (Joos, 1961) เป็นหลัก งานที่ใกล้เคียงที่สุดที่เป็นการเก็บข้อมูลจากการสื่อสารในสังคมออนไลน์ได้แก่งานของกัญญาณัฐ ฤกษ์วิธี และสมบัติ สมศรีพลอย (2565) นอกจากนี้ยังไม่มีงานใดศึกษาวัจนลีลาในภาษาไทยด้วยการนำแนวคิดทางวัจนปฏิบัติศาสตร์มาร่วมศึกษาด้วย

งานที่ใกล้เคียงกันในภาษาอื่นที่ศึกษาภาษาในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น งานของโฟรเบเนียส (Frobenius, 2011) ซึ่งศึกษาวิธีการที่ผู้ทำวิดีโอบล็อกสร้างลำดับการเปิดเรื่องในฉากแบบการสื่อสารที่ไม่ได้เกิดขึ้นพร้อมกัน (asynchronous setting) ระหว่างผู้ทำวิดีโอบล็อกกับผู้ชมและฉากที่มีผู้พูดคนเดียว (monologic setting) เช่น ในแพลตฟอร์มยูทูบที่มีการใช้กลวิธีนำเสนอเพื่อดึงดูดผู้ชมที่ยังไม่ได้รับชม รวมทั้งการสร้างอัตลักษณ์ของตนเองอีกด้วย นอกจากนี้ โฟรเบเนียส (Frobenius, 2014) ยังได้ศึกษาจากคลังข้อมูลวิดีโอบล็อกภาษาอังกฤษที่รวบรวมจากเว็บไซต์โฮตส์วิดีโอยูทูบว่าการสื่อสารแบบที่ไม่ได้เกิดขึ้นพร้อมกัน มีการออกแบบลีลาการพูดให้เหมาะกับกลุ่มผู้ฟังอย่างไร ผู้ทำวิดีโอบล็อกมีการปรับเปลี่ยนการพูดอย่างไรบ้างในบริบทที่ไม่มีการโต้ตอบกลับทันทีโดยการใช้คำ ไวยากรณ์และการปฏิสัมพันธ์หลายรูปแบบ (multimodal interaction) รวมทั้งการมอง ท่าทาง และระดับเสียง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการระบุสถานภาพของผู้ชมด้วย เพื่อให้ดึงดูดผู้ชม อย่างไรก็ตามทั้งสองงานของโฟรเบเนียสก็ไม่ได้ลงรายละเอียดทางวัจนลีลา โดยงานแรกเน้นที่โครงสร้างของการสื่อสารและงานที่สองเน้นที่การออกแบบกลุ่มผู้ชม (audience design)

งานวิจัยที่ศึกษาโดยการใช้ข้อมูลภาษาจากยูทูบเบอร์ “ซออฮยอน” มีเพียงงานวิจัยเดียว คือ งานของเปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว (2565) ที่ศึกษา *“การสื่อสารเนื้อหาของยูทูบเบอร์หญิงไทย: กรณีศึกษาสะใภ้ไทยในต่างแดน”* โดยเป็นการศึกษาอัตลักษณ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาตามแนวทางด้านนิเทศศาสตร์และยูทูบเบอร์ “ซออฮยอน” ช่อง “สะใภ้เกาหลี by Korean” เป็นขอบเขตหนึ่งของงานวิจัยดังกล่าว ผลการศึกษาพบอัตลักษณ์สะใภ้ไทยในต่างแดนทั้งสิ้น 5 อัตลักษณ์ ได้แก่ ประการแรก มีความเป็นตัวของตัวเองอย่างเป็นธรรมชาติและเรียบง่าย ประการที่สอง ทำอาหารเก่งและใช้อาหารเป็นแกนหลักในการสื่อสาร ประการที่สาม สามารถธำรงความเป็นไทยเสมอแม้อยู่ในต่างแดน ประการที่สี่ มีลักษณะแบบผสมผสานหรือเท่าที่จะเป็นไทยได้เต็มที่กับบทบาทความเป็น “แม่ศรีเรือน” และประการสุดท้าย มีความมุ่งมั่น สู้ชีวิต ด้วยความสามารถของตน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวัจนลีลาของยูทูบเบอร์ “ซออฮยอน” ว่าพบวัจนลีลาใดบ้างและมีลักษณะการใช้ภาษาอย่างไรบ้าง โดยศึกษา 3 ระดับ ได้แก่ ในระดับเสียง ทั้งนี้เพราะเป็นภาษาพูดซึ่งน่าจะมีการใช้เสียงที่เฉพาะของยูทูบเบอร์ ในระดับคำ ทั้งนี้การใช้คำสามารถบ่งบอกประเภทของวัจนลีลาได้ และในระดับถ้อยคำ ทั้งนี้เพราะวัจนกรรมประเภทต่างๆ น่าจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เห็นลีลาการใช้ภาษาที่เป็นอัตลักษณ์หรือเป็นลักษณะเฉพาะของประเภทของสัมพันธสารที่เป็นเรื่องเล่าและการสาธิตการทำอาหารด้วย

5. ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยมีขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การสำรวจ การเก็บรวบรวมข้อมูล การถ่ายถอดข้อมูล การวิเคราะห์ การเรียบเรียงและนำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

ในขั้นตอนการสำรวจ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัจนลีลาและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งทำรายการอ้างอิงและวางแผนซื้อหนังสือที่เกี่ยวข้อง ในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกแหล่งข้อมูลโดยใช้เฉพาะคลิปที่มีการทำอาหารเท่านั้น เนื่องจากยูทูบเบอร์ใช้การทำอาหารเป็นแกนหลักในการสื่อสาร (เปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว, 2565) ซึ่งได้จำนวน 24 คลิปวิดีโอดังกล่าวแล้วข้างต้น ขั้นตอนการถ่ายถอดบทบรรยายจากคลิปวิดีโอจากช่องยูทูบ “สะใภ้เกาหลี by Korean” ในขั้นตอนนี้เป็นการถ่ายถอดจากเสียงพูดเป็นตัวอักษรภาษาไทย โดยใช้เครื่องหมายต่างๆ กำกับเช่นเดียวกับการวิเคราะห์บทสนทนา ทั้งนี้จะไม่ถ่ายถอดเสียงพูดในภาษาเกาหลี หากแต่ใช้เครื่องหมายกำกับว่าเป็นการสลับเป็นภาษาเกาหลีเท่านั้น ส่วนในการพูดภาษาไทยอีสานนั้นผู้วิจัยขอใช้การถ่ายถอดด้วยตัวอักษรไทย เนื่องจากงานวิจัยนี้ไม่ได้วิเคราะห์ทางด้านเสียง ดังนั้น การถ่ายถอดตัวอักษรด้วยภาษาไทยอาจจะไม่ตรงกับระบบเสียงภาษาไทยอีสานอย่างแท้จริง ทั้งนี้เพราะเสียงพยัญชนะ เสียงสระและเสียงวรรณยุกต์ของภาษาไทยอีสานไม่ตรงกับตัวอักษรภาษาไทย ซึ่งมีความยาวของเนื้อหาทั้งสิ้น 36,490 คำ ขั้นตอนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์วัจนลีลาของข้อมูลโดยใช้กรอบการวิเคราะห์ของอมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2556) ในเบื้องต้นและนำแนวคิดเรื่องทฤษฎีวัจนกรรมของเซิร์ล (Searle, 1976) มาร่วมวิเคราะห์ด้วย ดังนั้นในการวิเคราะห์นี้จึงวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษา 3 ระดับ ได้แก่ เสียง คำและถ้อยคำ โดยเรื่องเสียงจะพิจารณาลักษณะน้ำเสียงที่ยูทูบเบอร์ใช้ ในเรื่องคำจะพิจารณาลักษณะของการใช้คำของยูทูบเบอร์และเรื่องถ้อยคำจะพิจารณาประเภทของวัจนกรรมที่ยูทูบเบอร์ใช้ ขั้นตอนสุดท้ายคือขั้นตอนการเรียบเรียงและนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ รวมทั้งสรุปและอภิปรายผล

6. ผลการศึกษา

จากข้อมูลภาษาไทยพบว่าวัจนลีลาที่ใช้ของยูทูบเบอร์เป็นประเภท “วัจนลีลากันเอง” ซึ่งตรงกับลักษณะของวัจนลีลาประเภทนี้ที่อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2556) ได้อธิบายลักษณะของวัจนลีลาแต่ละประเภทเอาไว้ กล่าวคือ มีลักษณะภาษาที่พูดด้วยความไม่ระมัดระวัง ที่ใช้กับบุคคลที่คุ้นเคยกัน ในการใช้ภาษามีการใช้คำซ้ำและคำสแลง รวมไปถึงใช้คำลงท้าย ตลอดจนการใช้ลักษณะน้ำเสียงเพื่อสื่ออารมณ์

ในการนำเสนอผลการศึกษาแบ่งลักษณะการใช้ภาษาของวัจนลีลากันเองของซอฮยอนเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ การใช้น้ำเสียง การใช้คำและการใช้วัจนกรรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.1 การใช้น้ำเสียง

จากข้อมูลเสียงพูดพบว่าลักษณะของการใช้น้ำเสียงของยูทูบเบอร์นั้นมีการเน้นเสียงโดยการใช้น้ำเสียง 4 ลักษณะด้วยกัน ได้แก่ เสียงดัง เสียงยาว เสียงกระซิบและการเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์ ทั้งนี้เพื่อให้การสาธิตน่าสนใจกว่าการใช้น้ำเสียงปกติ

6.1.1 การใช้เสียงดัง

ยูทูบเบอร์มักจะใช้เสียงดังเมื่อต้องการเน้นเสียงและการใช้เสียงดังนี้มักจะเกิดกับการซ้ำคำเป็นส่วนใหญ่ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(2) มันเป็นขนมที่ชอเคยกินนาน**มาก ๆ** แล้วมันอร่อย

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

(3) พอมันเริ่มคนง่ายก็เบาไฟลงค่ะ นะคะทำเป็นไฟ**อ่อน ๆ** ที่สุดไว้เลยนะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

(4) หัวไชเท้าขูดเป็นเส้นนะคะแล้วก็ หมักเกลือไว้**นิด**นึง

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 728)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้เสียงดังปรากฏในคำซ้ำ ได้แก่ มากๆ ในตัวอย่าง (2) และอ่อนๆ ในตัวอย่าง (3) ส่วนในตัวอย่าง (4) เป็นการปรากฏในคำว่า “นิดนึง” การใช้เสียงดังในพยางค์ “นิด” เป็นการสื่อว่าน้อยมากนั่นเอง

6.1.2 การใช้เสียงยาว

ยูทูบเบอร์มักมีการเน้นเสียงด้วยการใช้เสียงยาวในคำขยายและคำลงท้าย การใช้เสียงยาวในคำขยายมักเกิดกับคำว่า “มาก” มีจำนวนมากที่สุด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(5) เพราะช่วงหน้าหนาวหัวหอมใหญ่จะมีราคาที่แพงมาก::นะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 728)

(6) พลับตากแห้งอร่อยๆ ค่า:::

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 733)

(7) เราจะได้รสชาตินำ้จิ้มซีฟู้ดที่แบบ อร่อยมาก:::

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 763)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าเสียงยาวจะปรากฏในคำขยายคำว่า “มาก” และคำลงท้าย “ค่ะ” ซึ่งเป็นคำที่มีสระเสียงสั้น การลากเสียงทำให้คำนี้กลายเป็นสระเสียงยาว

6.1.3 การใช้เสียงกระซิบ

เป็นการสื่ออารมณ์ตื่นเต้นเพื่อให้ผู้ชมมีความรู้สึกตื่นเต้นร่วมด้วย อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลปรากฏการใช้เสียงกระซิบเพียงที่เดียวดังตัวอย่างนี้

(8) …ร้อน..น่ากินมากเลยค่ะแล้วก็มีตะไคร้ด้วยนะคะ หู กรอบมากเลยค่ะ (กระซิบ)

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 726)

จากตัวอย่าง (8) ข้อความที่มีการใช้เสียงกระซิบใช้เครื่องหมายตัวเอียง ได้แก่ “กรอบมากเลยค่ะ” ซึ่งใช้หลังคำอุทาน “หู” เพื่อเรียกความสนใจจากผู้ชมและให้ผู้ชมรู้สึกถึงความกรอบของหมี่กรอบที่สาธิต

6.1.4 การเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์

จากข้อมูลมักปรากฏการเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์ในการซ้ำคำและจะปรากฏกับคำซ้ำในพยางค์แรกเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อเน้นเสียงของการซ้ำคำ โดยการเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์ในลักษณะนี้จะปรากฏกับคำวิเศษณ์เท่านั้น นอกจากนี้ยังพบว่ามีการเปลี่ยนวรรณยุกต์ในคำยืมภาษาไทยอีสานอีกด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(9) ผลไม้ที่เมืองไทยก็แพ้งแพงค่ะทุกคน หาซื้อก็ยากด้วยนะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 772)

(10) พ่อปู่แม่ย่ากะกินดี้ดีค่ะ กินของเพิ่นดี้ดีน่ายำเกรงขนาดเลยค่ะ (สำเนียงอีสาน)

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 773)

(11) กินข้าวได้หล้ายหลายเพราะว่าหมูมันหวานค่ะทุกคน

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 773)

จากตัวอย่าง (9) และ (10) เป็นการเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์ในภาษาไทย ส่วนตัวอย่างที่ (10) เป็นคำศัพท์ในภาษาไทยอีสาน

6.2 การใช้คำ

การใช้คำของยูทูบเบอร์มีลักษณะเฉพาะ เพราะนอกจากเป็นการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์แล้ว ยังเป็นการสื่อสารให้คนทั่วไปและขายของให้กับคนอีสานที่ทำงานในประเทศเกาหลีซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญอีกด้วย การใช้คำที่ปรากฏแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มย่อยๆ ได้แก่ การใช้คำอ้างอิงบุคคล การใช้คำปนและการใช้คำแสดงความรู้สึก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.2.1 การใช้คำอ้างอิงบุคคล

จากข้อมูลพบการอ้างอิงบุคคลโดยการใช้คำสรรพนาม คำเรียกญาติและชื่อ โดยการใช้คำสรรพนามเป็นคำบุรุษสรรพนาม 3 ประเภท ได้แก่ คำสรรพนามบุรุษที่หนึ่ง คำสรรพนามบุรุษที่สองและคำสรรพนามบุรุษที่สาม ซึ่งในที่นี้จะขอกล่าวถึงรายละเอียดตามประเภทของการอ้างอิงบุคคลในการสื่อสาร ได้แก่ การอ้างอิงถึงผู้พูด การอ้างอิงผู้ฟังและการอ้างอิงถึงผู้ที่ถูกกล่าวถึง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การอ้างอิงถึงผู้พูด ยูทูบเบอร์ “ซอฮยอน” มักใช้ชื่อเล่นคือ “ซอ” มากที่สุด ดังตัวอย่าง (12) นอกจากนี้ยังปรากฏการใช้คำสรรพนามบุรุษที่ 1 “เรา” และ “หนู” และการใช้คำนาม “แม่ครัว” อีกด้วย อย่างไรก็ดี เมื่อมีการอ้างถึงตัวยูทูบเบอร์กับสมาชิกในครอบครัวจะใช้สรรพนาม “เรา” หรือ “พวกเรา” ด้วย และในบางคลิปยูทูบเบอร์มีการใช้บทบาทสมมติให้ผู้ชมเป็นนักเรียนและตนเองเป็นครูก็จะใช้คำอ้างอิงแทนตนเองเป็นคำเรียกอาชีพ “ครู” และใช้คำเรียกอาชีพ “นักเรียน” อ้างถึงผู้ชม

(12) ซอทำซอก็คิดว่าโอเค

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 726)

(13) แล้วมันอร่อยแล้วมันกินเพลินแต่อยู่ไทยอะเราไม่ได้กินบ่อย เพราะเราเพราะว่าที่เมืองไทยเนี่ยมีขนมมากมายหลายอย่าง นะคะ เราก็จะไม่ค่อยได้กินบ่อยๆ แต่พอมาอยู่เกาหลีเราไม่ได้กินเลย นะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

(14) จนมีพี่เค้าเอามาฝาก แล้วหนูได้กินหนูก็แบบเฮ้ยอร่อย

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า การอ้างอิงถึงตัวผู้พูดหรือตัวยูทูบเบอร์นั้นมีทั้งการใช้ชื่อเล่นดังตัวอย่าง (12) ซึ่งการใช้ชื่อเล่นเป็นการแสดงถึงความสนิทสนม ส่วนในตัวอย่าง (13) คำสรรพนาม “เรา” นั้นแสดงถึง

ความเป็นพวกพ้องโดยหมายถึงตัวยูทูบเบอร์และผู้ชม อย่างไรก็ดีคำว่า “เรา” ในบางครั้งอาจหมายรวมถึงตัวยูทูบเบอร์และคนอื่นๆ ที่ยูทูบเบอร์กล่าวถึงด้วยเช่นกัน เช่น ในถ้อยคำ “หลังจากเมื่อวานนี้ที่เราช่วยกันเก็บผักกาดเสร็จนะคะ วันนี้เราก็จะมาช่วยกันทำความสะอาดแปลงผักนะคะ” ซึ่งถ้อยคำนี้คำว่า “เรา” หมายถึงทั้งตัวยูทูบเบอร์เองและคนในครอบครัว จากตัวอย่าง (14) คำสรรพนาม “หนู” แสดงถึงความเป็นกันเองและการให้เกียรติหรือแสดงความเคารพต่อผู้ฟัง

2) การอ้างอิงถึงผู้ฟัง ผู้ฟังในที่นี้หมายถึงผู้ที่เข้าชมคลิปวิดีโอในยูทูบ จากข้อมูลพบเพียงการใช้คำบุรุษสรรพนามที่สอง ได้แก่ คำว่า “ทุกคน” ซึ่งเป็นการใช้บุรุษสรรพนามที่สองที่มีลักษณะเฉพาะของการสื่อสารในสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีการใช้คำนาม เช่น “เอฟซี” “นักเรียน” เพื่อใช้แทนผู้ติดตามชมคลิปวิดีโอ ซึ่งการใช้คำเรียก “นักเรียน” ดังกล่าวเป็นการล้อเลียนผู้ชมว่าเหมือนเป็นนักเรียนเพราะตัวยูทูบเบอร์เป็นผู้สอนให้ทำอาหารนั่นเอง อย่างไรก็ตาม การสาธิตในแต่ละคลิปยังมีบทสนทนาที่ยูทูบเบอร์สนทนากับคนในครอบครัวหรือคนอื่นๆ อีกด้วย ดังนั้นในการใช้คำที่อ้างอิงถึงผู้ฟังในการสนทนาอาจจะใช้กับผู้ฟังในบทสนทนาที่เกิดขึ้นอีกด้วย โดยคำเรียกญาติดังกล่าวเป็นคำเรียกญาติในภาษาเกาหลี เช่น ออมม่า โยโบ โอปา ซึ่งเป็นการเรียกคนในครอบครัวเป็นหลัก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(15) ซอก็จะพยายาม..ทำออกมาให้ดีที่สุดนะคะ ทุกคนคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

(16) ทุกคน นักเรียนดูค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 728)

(17) สวัสดีค่ะ สวัสดีเอฟซี

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 748)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าตัวอย่าง (15) คำสรรพนาม “ทุกคน” หมายถึงผู้เข้าชมคลิปซึ่งเป็นการใช้คำอ้างถึงผู้ชม ส่วนตัวอย่าง (16) นอกจากยูทูบเบอร์ใช้คำสรรพนาม “ทุกคน” แล้ว ยังใช้คำนามว่า “นักเรียน” เพื่ออ้างอิงถึงผู้ชมคลิปการสาธิตทำห่อหมก ซึ่งในคลิปนี้ยูทูบเบอร์จะใช้บทบาทสมมติว่าตนเองเป็นครู ดังนั้นการใช้คำอ้างอิงถึงผู้พูดจึงใช้คำว่า “ครู” เช่นในถ้อยคำนี้ “อุ้ย ครูลืมค่ะต้องใส่อันนี้ก่อนนะคะ” ในขณะที่ตัวอย่าง (17) คำนามว่า “เอฟซี” เป็นคำยืมภาษาอังกฤษ มาจากคำว่า “fan club” เป็นการอ้างถึงผู้ฟังที่ยูทูบเบอร์ใช้เมื่อทักทายผู้เข้าชมคลิปวิดีโอ

3) การอ้างอิงถึงผู้ที่ถูกกล่าวถึง จากข้อมูลส่วนใหญ่พบการใช้คำเรียกญาติและอาจตามด้วยชื่อ ทั้งนี้ยูทูบเบอร์มักจะอ้างอิงถึงคนในครอบครัวเป็นหลัก ได้แก่ สามี พ่อแม่สามีและน้องชาย โดยการเรียกสามีคือ “พี่ชิน” การเรียกพ่อแม่สามี ได้แก่ “พ่อปู่” และ “แม่ย่า” ส่วนการเรียกน้องชาย คือ “น้องเสือ” และในการเรียกคนอื่นๆ เช่น คุณลุงตามด้วยชื่อ หรือใช้คำเรียกญาติกับคำเรียกผู้ติดตาม เช่น พี่เอฟซี อย่างไรก็ตาม ในบางคลิปจะมีผู้ที่ถูกกล่าวถึงคนอื่นๆ ด้วยคำสรรพนาม ได้แก่ “แก” และ “ทุกคน” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(18) พี่เอฟซีนะคะมากินข้าวที่ร้านแล้วก็ถือขนมหมี่กรอบมาฝาก 2 กล่อง

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

(19) คุณลุงซังแฮจังนิมที่เป็นสวนแอปเปิ้ลที่อยู่สวนแอปเปิ้ลก็มาที่ร้านเราก็เลยเอาใส่จานเล็กๆ เอาไปเสิร์ฟนะคะ เหมือนเอาไปให้แขกทานน่ะค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

(20) ทุกคนบอกว่าน้ำจิ้มอร่อย แล้ว พอไปเก็บจาน น้ำจิ้มกินหมดเลย เกลี้ยงเลยนะคะ ซอก็เลย อ๋อ คนเกาหลีนี่เค้าชอบสไตล์นี้นะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 726)

จากตัวอย่างเป็นการเล่าถึงบุคคลอื่นในคลิปซึ่งยูทูบเบอร์ใช้อ้างอิงผู้ที่ถูกกล่าวถึง โดยในตัวอย่าง (18) เป็นการใช้คำเรียกญาติตามด้วยผู้ติดตามในยูทูบคือคำเรียกญาติ “พี่” ตามด้วยคำว่า “เอฟซี” ซึ่งหมายถึงแฟนคลับในยูทูบที่ยูทูบเบอร์เล่าถึงเหตุการณ์ที่แฟนคลับนำหมี่กรอบมาฝาก ส่วนในตัวอย่าง (19) ใช้คำเรียกญาติ “ลุง” ตามด้วยชื่อของผู้ที่ถูกกล่าวถึงคือ “แฮจังนีม” เป็นการเล่าถึงเจ้าของสวนแอปเปิ้ลที่นำแอปเปิ้ลจากสวนมาให้กับครอบครัวของยูทูบเบอร์ และในตัวอย่าง (20) คำว่า “ทุกคน” ในที่นี้หมายถึงลูกค้าหลายคนที่มานั่งรับประทานอาหารที่ร้านของครอบครัวยูทูบเบอร์

6.2.2 การใช้คำปน

จากข้อมูลพบว่ามีการปนรหัส (code mixing) จำนวนมากและปรากฏในทุกคลิป โดยมีการปนของคำศัพท์จาก 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทยอีสาน ภาษาเกาหลีและภาษาอังกฤษ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การใช้คำปนภาษาไทยอีสาน จากข้อมูลพบคำปนภาษาไทยอีสานมากที่สุด ส่วนหนึ่งเป็นเพราะยูทูบเบอร์เป็นคนหนองคายและใช้ภาษาไทยอีสานเป็นภาษาแม่ นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายหลักของการทำคลิปวิดีโอนำเสนอในยูทูบคือคนอีสานที่ใช้แรงงานอยู่ในประเทศเกาหลี ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของการนำเสนอส่วนหนึ่งเป็นการโปรโมตขายสินค้าพืชผักที่ปลูกเอาไว้ให้กับคนไทยอีสานนั่นเอง คำศัพท์ภาษาไทยอีสานที่ยูทูบเบอร์ปรากฏการใช้ทั้งคำนาม คำกริยา คำคุณศัพท์ คำลงท้ายและคำอุทาน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(21) หน่อไม้ส้มค่า ทุกคนซดน้ำอย่างแซ่บ น้ำนี่นัวๆ นัวๆ เปรี้ยวๆ แล้วก็มีกลิ่นเผ็ดร้อนค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 774)

(22) ยายเค้ากำลังเฮ็ดอันนี้อยู่ค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 741)

(23) นี่นะคะทุกคนไม่แพง/ ห้าพันวอนเกือบครึ่งกิโลจ้า มาเด้อๆ มี 14 กำจ้า

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 762)

จากตัวอย่าง (21) ปรากฏคำปนภาษาไทยอีสาน 3 คำ ได้แก่ คำว่า “ส้ม” “แซ่บ” และ “นัว” โดยคำว่า “ส้ม” ในที่นี้เป็นคำคุณศัพท์ แปลว่า ‘เปรี้ยว’ ใช้เป็นส่วนขยายในคำประสม “หน่อไม้ส้ม” ซึ่งหมายถึง ‘หน่อไม้ดอง’ ส่วนคำว่า “แซ่บ” เป็นคำวิเศษณ์หมายถึง ‘อร่อย’ ส่วนคำว่า “นัว” หมายถึง ‘กลมกล่อม’ ในตัวอย่าง (22) คำว่า “เฮ็ด” แปลว่า ‘ทำ’ ตัวอย่าง (23) คำว่า “เด้อ” เป็นคำลงท้ายในภาษาไทยอีสาน

2) การใช้คำปนภาษาเกาหลี จากข้อมูลพบว่าคำปนภาษาเกาหลีที่ยูทูบเบอร์ใช้เป็นคำนามและคำกริยา ซึ่งการปนภาษาเกาหลีมีทั้งคำยืมทับศัพท์และการใช้คำศัพท์ภาษาเกาหลี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(24) วันไหนอากาศดีๆ ก็จะทำกิมจิกันค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 728)

(25) โยโบระวังนะ เพราะว่าเค็ม กินก่อน

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 729)

(26) มาชิตะ ลาบเป็ด

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 737)

จากตัวอย่าง (24) คำว่า “กิมจิ” มาจากคำในภาษาเกาหลีว่า “김치” ซึ่งสำนักงานราชบัณฑิตยสภาได้บัญญัติ (2560) ไว้ว่า “คิมชี” หมายถึง ‘เครื่องเคียงที่ทำจากผักนำมาหมักดองด้วยเกลือและเครื่องปรุงอื่นๆ’ ส่วนตัวอย่าง (25) เป็นคำเรียกขานภาษาเกาหลี “โยโบ” มาจากคำว่า “여보” แปลว่า ‘ที่รักหรือคุณ’ เป็นคำที่สามีภรรยาเรียกซึ่งกันและกัน และตัวอย่าง (26) เป็นคำศัพท์ภาษาเกาหลี “มาชิตะ” มาจากคำว่า “맛있다” แปลว่า ‘อร่อย’

3) การใช้คำปนภาษาอังกฤษ จากข้อมูลพบการใช้ภาษาอังกฤษทั้งประเภทคำนาม คำกริยา คำคุณศัพท์ และคำอุทาน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(27) ตอนนี้นะคะก็เป็นช่วงเบรกไทม์สองชั่วโมงนะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

(28) เม้นมาบอกกันด้วยนะคะสูตรนี้เป็นสูตรที่ แบบ อึม คือแบบดีมากๆ เลยค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 729)

(29) แต่ถ้าใครทำแรกๆ ก็สเตปเยอะนะคะทุกคน

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 728)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าในตัวอย่าง (27) คำว่า “เบรกไทม์” เป็นคำนามมาจากภาษาอังกฤษ “break time” หมายถึงเวลาพัก ส่วนตัวอย่าง (28) คำว่า “เม้น” เป็นคำกริยาซึ่งเป็นการตัดคำ (clipping) มาจากภาษาอังกฤษคำว่า “comment” หมายถึงแสดงความคิดเห็น และตัวอย่าง (29) คำว่า “สเตป” เป็นคำนามมาจากภาษาอังกฤษคำว่า “step” ในที่นี้หมายถึงขั้นตอน

6.2.3 การใช้คำแสดงความรู้สึก

จากข้อมูลพบว่ามีการใช้คำแสดงความรู้สึกเพื่อให้เกิดภาพเพื่อดึงดูดความสนใจผู้ชม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การใช้คำซ้ำ ส่วนใหญ่เป็นการซ้ำคำคุณศัพท์เพื่อแสดงลักษณะของอาหารที่ยูทูบเบอร์สาธิตการทำความรู้สึกและรสชาติอาหาร นอกจากนี้ยังมีการซ้ำคำที่เป็นคำกริยาด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(30) ทุกคนเคยเห็นมั้ยตามร้านที่เค้าขายหมูมันจะติดกันเป็นแผ่นแล้วก็แบบรู้สึกว่ามันหนึบๆ หนับๆ เหนียวๆ นุ่มๆ นะคะ นั่นแหละ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 763)

(31) กิมจิต้นหอมอร่อยๆ ค่ะ เปรี้ยวๆ เผ็ดๆ ฉุนๆ กรุบๆ กรอบๆ ค่ะ กินข้าวค่ะทุกคน กินข้าวค่า

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 733)

(32) ทุกคนขาขออนุญาตนะคะนี่ค่ะ ข้าวเหนียว นี่ค่ะ ป๊าด คำใหญ่ๆ ตุ้ยๆ สุดยอด

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 767)

จากตัวอย่างจะพบว่ามีการใช้คำซ้ำเป็นจำนวนมาก ซึ่งตัวอย่างข้างต้นเป็นการซ้ำคำประเภทคำกริยาและคำคุณศัพท์เพื่อแสดงถึงความรู้สึกของลักษณะอาหารเวลารับประทาน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดจินตภาพ

2) การใช้คำเปรียบ

คำเปรียบที่ยูทูบเบอร์ใช้มักจะเป็นคำที่คนส่วนใหญ่คุ้นเคย ทั้งนี้เพื่อขยายความให้ผู้ชมเข้าใจในสิ่งที่ยูทูบเบอร์นำเสนอได้ชัดเจนขึ้น โดยการเปรียบจะใช้คำกริยา “เหมือน” “คล้าย” “ปาน” และ “พอๆ กับ” โดยเปรียบสิ่งที่นำเสนอกับสิ่งที่คนไทยคุ้นเคย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(33) มันเป็นอารมณ์คล้ายๆ ที่กินเมี่ยงนะทุกคน

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 747)

(34) ผักตัวนี้จะมีรสชาติที่ขมมากๆ ขมสุดๆ เลยค่ะ ขมพอๆ กับสะเดาดิบบ้านเราเลยนะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 761)

(35) หัวเค้าเนี่ยจะเล็กมากๆ นะคะ จิ๋วๆ เหมือนไข่มุกค่ะ แล้วก็ใบของเค้าเนี่ยก็จะเหมือนต้นหญ้านะคะทุกคน

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 761)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าสิ่งที่ถูกเปรียบได้แก่ เมี่ยง สะเดาดิบ ไข่มุกและต้นหญ้า ซึ่งเป็นสิ่งที่คนไทยรู้จักกันดี โดยสิ่งที่เปรียบ ได้แก่ อาหาร ดังตัวอย่าง (33) และพืชที่ใช้ในการปรุงอาหาร ดังตัวอย่าง (34) และ (35)

3) การใช้คำอุทาน

คำอุทานที่ยูทูบเบอร์ใช้มีทั้งที่เป็นภาษาไทย ภาษาไทยอีสานและภาษาอังกฤษ การใช้คำอุทานเป็นการแสดงอารมณ์เพื่อสื่อความเป็นกันเองกับผู้ชม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(36) อุ้ย ครูลืมค่ะต้องใส่อันนี้ก่อนนะคะ อ้า เอาลงไปค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 729)

(37) ฮ่วย...นักเรียนคนนี้มาเถียงครูเก่งแท้ ๆ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 729)

(38) ว้าว ทำได้ดีจังเลย

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 729)

จากตัวอย่างข้างต้น ตัวอย่าง (36) เป็นคำอุทานภาษาไทยทั้งสองคำ ได้แก่ “อุ้ย” และ “อ้า” ตัวอย่าง (37) คำว่า “ฮ่วย” เป็นคำอุทานภาษาไทยอีสาน และตัวอย่าง (38) คำว่า “ว้าว” เป็นคำอุทานภาษาอังกฤษ

4) การใช้คำขยาย

คำขยายที่เป็นภาษาปากเพื่อเน้นความและขยายระดับความเข้ม (intensifier) ของความหมายในข้อมูลแสดงให้เห็นว่ายูทูบเบอร์ใช้ภาษาแบบกันเองกับผู้ชม คำขยายที่พบเป็นคำวิเศษณ์ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(39) ทอดเป็นเส้นถังใหญ่เบ้อเริ่มเทิ่ม

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

(40) กินสดก็อร่อย เอาไปลวกยิ่งอร่อยขั้นเทพค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 741)

(41) เวลากินนะคะเคี้ยวเพลินค่ะ เพราะว่าหัวเค้าจะเล็กๆ น่ารักตะมุตะมินะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 761)

จากตัวอย่าง (39) คำว่า “เบ้อเริ่มเทิ่ม” ใช้ขยายความหมายคำว่า “ใหญ่” โดยเน้นว่าใหญ่มาก ตัวอย่าง (40) คำว่า “ขั้นเทพ” ใช้ขยายคำว่า “อร่อย” เพื่อเน้นความว่าอร่อยมาก ส่วนตัวอย่าง (41) คำว่า “ตะมุตะมิ” ใช้ขยายคำว่า “น่ารัก”

6.2.4 การใช้คำเชื่อม

การใช้คำเชื่อมในข้อมูลส่วนใหญ่เป็นคำเชื่อมที่แสดงกระบวนการเพราะเป็นการสาธิตการทำอาหาร ได้แก่ “แล้วก็” “หลังจากนั้น” “พอ...แล้ว...ก็” “พอ... ค่อย” และ “แล้ว...ค่อย” อย่างไรก็ตามคำเชื่อมอื่นๆ ที่แสดงความคล้อยตาม การเลือก การเป็นเหตุเป็นผลหรือความขัดแย้งก็มีบ้าง ได้แก่ “และ” “หรือ” “เพราะ” และ “แต่” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(42) หัวไชเท้าขูดเป็นเส้นนะคะแล้วก็ หมักเกลือไว้นิดนึงค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 728)

(43) พอต้นหอมสลดแล้วเรียบร้อยก็เอาไปล้างนะคะให้สะอาดค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 764)

(44) ต้นหอมค่ะ ต้นหอมดองน้ำตาลนะคะ เพราะว่าช่วงหน้าหนาวเนี่ยมันไม่มีนะคะทุกคน

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 728)

จากตัวอย่าง (42) และ (43) คำเชื่อม “แล้วก็” และ “พอ...แล้ว...ก็” เป็นการแสดงกระบวนการเป็นขั้นตอน แต่ในตัวอย่าง (44) คำว่า “เพราะ” เป็นคำเชื่อมที่แสดงความเป็นเหตุเป็นผล

6.3 การใช้วัจนกรรม

เนื่องจากตัวบทหรือเนื้อหาของคลิปเป็นการใช้ภาษาเพื่อจูงใจให้ผู้ชมเข้ามาชมการสาธิตการทำอาหาร ซึ่งมีการใช้เสียงพูดในการสาธิตและเขียนบรรยายประกอบในขั้นตอนต่างๆ ดังนั้นการใช้วัจนกรรมในตัวบทมีทั้งภาษาพูดและภาษาเขียนในส่วนที่เป็นบรรยาย จากทฤษฎีวัจนกรรมของเซิร์ล (Searle, 1976) พบว่าวัจนกรรมที่ยูทูบเบอร์ “ซออฮยอน” ใช้มี 7 ประเภท ได้แก่ วัจนกรรมบรรยาย วัจนกรรมอธิบาย วัจนกรรมโน้มน้าว วัจนกรรมชวน วัจนกรรมถาม วัจนกรรมทักทายและวัจนกรรมอำลา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.3.1 วัจนกรรมบรรยาย

เป็นวัจนกรรมหลักที่ใช้และใช้มากที่สุด เพราะผู้ส่งสารต้องการเล่าถึงขั้นตอนต่างๆ ที่ใช้ในการสาธิตวิธีการทำอาหาร รวมทั้งการกล่าวถึงสภาพบรรยากาศหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงการทำคลิปอีกด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(45) น้ำจิ้มสูตรนี้นะคะซอเคยทำครั้งนึงแล้วในคลิปงานวันเกิดของพ่อปู่นะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 726)

(46) ตอนนี้นะคะก็เป็นช่วงเบรกไทม์สองชั่วโมงนะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

(47) นี่ก็จะเป็นเซ็ตหมูย่างนะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 763)

จากตัวอย่างวัจนกรรมบรรยายข้างต้นจะเห็นว่า ตัวอย่าง (45) เป็นการบรรยายเกี่ยวกับสูตรน้ำจิ้ม ตัวอย่าง (46) เป็นการบรรยายเกี่ยวกับสถานการณ์ขณะนั้นว่าเป็นช่วงพัก และตัวอย่าง (47) เป็นการบอกกล่าวถึงสิ่งของที่ให้ผู้ชมดู ซึ่งวัจนกรรมทั้งหมดเป็นการบอกข้อเท็จจริง

6.3.2 วัจนกรรมอธิบาย

เป็นวัจนกรรมที่ใช้ขยายความสิ่งที่กำลังกล่าวถึงหรือเพิ่มความเข้าใจในสิ่งที่กำลังสาธิตให้กับผู้รับสารมากขึ้น ซึ่งมักจะเกิดคู่กับวัจนกรรมบรรยาย ทั้งนี้การอธิบายจะทำให้ผู้ชมคลิปเข้าใจการสาธิตทำอาหารได้ชัดเจนขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(48) นั่นก็คือแช่ข้าวเหนียวด้วยน้ำร้อนจัดค่ะ แช่ประมาณ 30 นาทีนะคะก็สามารถนำไปนึ่งได้แล้วค่ะ แต่ว่าซอจะแช่น้ำร้อนสองรอบนะคะ รอบแรก 15 นาทีค่ะแล้วก็เทน้ำทิ้ง แล้วรอบที่สองก็มาแช่น้ำร้อนอีกรอบนึงนะคะ 15 นาทีรวมกันแล้วเป็น 30 นาทีค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 726)

(49) ตัดผักกาดเอามาเก็บไว้ก่อน โดยใช้ผ้าห่มหลายผืนคลุมไว้กันหนาว ถ้าเราไม่ใช้ผ้าห่มคลุมนะคะผักกาดเราก็จะหนาวแล้วก็จะแข็งค่ะ ที่เอาผ้าห่มคลุมไว้นะคะ เพราะว่าในตู้เย็นของก็เต็มหมดแล้วนะคะในบ้านก็ไม่มีพื้นที่ค่ะก็เลยเก็บไว้ตรงนี้นะคะ เริ่มเลยค่ะเอาผ้าห่มปิดไว้ค่ะวันไหนว่าง..วันไหนอากาศดีๆ ก็จะทำกิมจิกันค่ะ..วันนี้ปิดไว้ก่อน

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 728)

(50) วันนี้นะคะก็จะเป็นวันไหว้บรรพบุรุษนะคะ แม่ย่าก็ทำข้าวต้มต๊อกนะคะ อารมณ์เหมือนกินข้าวต้มเปียกค่ะ แต่ว่าเป็น..แผ่นแบบ..เป็นข้าวเปียกแต่ว่ามันเป็นแผ่นๆ ค่ะ ของที่เกาหลีนะเขาจะเรียกต๊อกกันนะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 733)

ทั้งสามตัวอย่างข้างต้น ส่วนที่ขีดเส้นใต้เป็นวัจนกรรมอธิบายที่ทำหน้าที่ในการขยายความหรือเพิ่มรายละเอียดวัจนกรรมบรรยายที่อยู่ข้างหน้า ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจกระบวนการในการทำอาหารมากขึ้น

6.3.3 วัจนกรรมโน้มน้าว

เป็นวัจนกรรมที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารชื่นชอบ อยากติดตาม หรืออยากลองนำวิธีการไปทำตาม หรืออยากซื้อพืชผักที่ปลูกเอาไว้ขาย อันเป็นการบรรลุวัตถุประสงค์ประการหนึ่งของการทำคลิป จากข้อมูลวัจนกรรมโน้มน้าวที่พบมักจะใช้คำที่แสดงให้เห็นถึงความง่ายและสะดวกในการทำ รวมทั้งความอร่อยของอาหารเมื่อทำเสร็จแล้ว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(51) ซอมีวิธีนึ่งข้าวเหนียวแบบรวดเร็ว ประหยัดเวลาและก็อร่อย**มาก**มาฝากค่ะ…

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 726)

(52) ซอเชื่อว่า FC ต้องทำตามไม่ยาก

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 764)

(53) เดี๋ยวเอาไปย่างมันจะน่ากินมากเลยค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 763)

วัจนกรรมโน้มน้าวในตัวอย่าง (51) และ (52) มีการใช้คำที่แสดงถึงความเร็ว ความง่ายในการทำ โดยใช้คำว่า “รวดเร็ว” “ประหยัดเวลา” และ “ไม่ยาก” ในตัวอย่างที่ (51) และ (53) มีการใช้คำที่แสดงความอร่อยของอาหารโดยใช้คำว่า “อร่อย” และ “น่ากิน” และใช้คำขยาย “มาก” มาประกอบเพื่อโน้มน้าวให้ผู้ชมอยากทำอาหารเหล่านั้นบ้าง2566,

6.3.4 วัจนกรรมชวน

เป็นวัจนกรรมในกลุ่มเดียวกับวัจนกรรมโน้มน้าว แต่วัจนกรรมชวนจะใช้ในตอนต้นเพื่อเปิดคลิป เป็นการชวนผู้ชมชมการสาธิต หรือเป็นการชวนรับประทานอาหารที่ทำเสร็จแล้วในท้ายคลิปก่อนการปิดคลิป นอกจากนี้วัจนกรรมชวนยังปรากฏการใช้ภาษาไทยอีสานในคลิปช่วงที่เชิญชวนให้ผู้ชมมาซื้อผักอีกด้วย เช่น ในตัวอย่าง (23) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(54) กินข้าว<u>กัน</u>นะคะทุกคนขา

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 765)

(55) <u>สวัสดีค่ะ มาตำบักกล้วยกันค่ะ</u>

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 747)

(56) <u>ใครอยากดูว่าซอใส่อะไรอะไรในพวกหมูปิ้งสูตรน้ำจิ้มบ้างก็ มาชมได้เลยค่า</u>

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 763)

วัจนกรรมชวนในตัวอย่าง (54) เป็นการชวนรับประทานอาหารหลังจากยูทูบเบอร์ทำเสร็จ มักจะมีการรับประทานอาหารร่วมกันกับครอบครัวเป็นส่วนท้ายของคลิปและมักจะใช้วัจนกรรมชวนเพื่อจะปิดท้ายคลิป ส่วนตัวอย่าง (55) และ (56) เป็นวัจนกรรมชวนที่อยู่ในตอนต้นของคลิปเพื่อนำไปสู่กระบวนการสาธิต

6.3.5 วัจนกรรมถาม

เป็นวัจนกรรมที่เกิดขึ้นก่อนเริ่มสาธิตหรือบอกว่าจะสาธิตทำอาหารอะไร ทั้งนี้นอกจากจะเป็นคำถามนำเข้าสู่รายละเอียดในคลิป ยังเป็นการเรียกความสนใจจากผู้ชมให้ชมคลิปต่อ ในวัจนกรรมถามมักใช้คำแสดงคำถาม เช่น ไหม อะไร ใคร กำกับในวัจนกรรมด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(57) <u>ขนมลูกพลับจานนี้ทุกคนจำได้มั้ยคะนั่น</u>

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 733)

(58) <u>เคยมั้ยคะทุกคนปรุงน้ำจิ้มซีฟู้ดแล้วบางทีมันเค็มมากเลย</u>

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 763)

(59) <u>รู้ไหม</u>คะทุกคน ที่อยากทำหมี่กรอบในวันนี้<u>เพราะอะไร</u>

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 727)

จากตัวอย่างทั้งสามข้างต้นมีคำแสดงคำถาม ได้แก่ “จำได้มั้ย” “เคยมั้ย” “รู้ไหม” และ “เพราะอะไร” กำกับในวัจนกรรมถาม ในการใช้วัจนกรรมถามยังเป็นกลวิธีในการแสดงความเป็นกันเองระหว่างยูทูบเบอร์กับผู้ชมอีกด้วย เพราะเป็นการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (interactive communication)

6.3.6 วัจนกรรมทักทาย

เป็นวัจนกรรมที่ยูทูบเบอร์ใช้ในตอนต้นคลิป เพื่อทำหน้าที่เปิดคลิป ซึ่งมักจะมีคำทักทาย “สวัสดี” และตามด้วยการบอกกล่าวว่าพบกันอีกครั้ง หรือบอกวัตถุประสงค์ของการทำคลิปนั้นๆ เช่น กล่าวถึงกิจกรรมที่จะทำ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(60) <u>สวัสดีค่ะวันนี้ซอเอาสูตรกิมจิต้นหอมมาฝากนะคะ</u>

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 764)

(61) สวัสดีค่ะพบกับช่องสะใภ้เกาหลี by Korean นะคะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 733)

(62) สวัสดีค่ะ วันนี้ซอมาเก็บดอกหอมไปกินจ้า

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 762)

จากตัวอย่างทั้งสามมีคำว่า “สวัสดี” ซึ่งเป็นคำทักทายที่สามัญที่สุดของคนไทย ซึ่งในวัจนกรรมทักทายนี้ยูทูบเบอร์จะกล่าวตามด้วยกิจกรรมที่จะทำในคลิปนั้น เช่น ในตัวอย่าง (60) และ (62) หรืออาจจะกล่าวถึงการที่ได้มาพบกันอีกครั้งดังตัวอย่าง (61)

6.3.7 วัจนกรรมอำลา

เป็นวัจนกรรมที่อยู่ในตำแหน่งท้ายคลิปเพื่อใช้ปิดคลิป โดยมีหน้าที่ทางสังคมเพื่อรักษาความสัมพันธ์กับผู้ชมและผู้ติดตามให้ติดตามชมคลิปในครั้งต่อไปอีก ซึ่งวัจนกรรมอำลานี้อาจจะมีคำที่แสดงการอำลา เช่น “ขอตัวลาไปก่อน” “พบกันคลิปหน้า” “เจอกันใหม่อีพีหน้า” “พบกันคลิปถัดไป” อย่างไรก็ตาม ในวัจนกรรมอำลาบางวัจนกรรมจะไม่มีคำแสดงการอำลา แต่มักจะใช้การอวยพร หรือชวนรับประทานอาหารแทน ทั้งนี้เพราะในคลิปเกือบทุกคลิปมักจบด้วยการรับประทานอาหารที่ใช้สาธิตการประกอบอาหารกับครอบครัวชาวเกาหลี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(63) ขอให้มีความสุขแล้วก็สุขภาพร่างกายแข็งแรงๆ นะคะ กินข้าวกันค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 726)

(64) แล้ววันนี้นะคะ ซอก็จะขอตัวลาไปก่อนนะคะขอให้ทุกคนนะคะมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงนะคะ ทำอะไรก็ขอให้มีแต่ความเจริญรุ่งเรืองนะคะ ไว้เจอกันใหม่อีพีหน้านะคะ สวัสดีค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 733)

(65) ไปนอนดีกว่าจ้า พักผ่อนก่อนนะคะและพบกันคลิปถัดไปค่ะ

(สะใภ้เกาหลี by Korean, 2566, ep. 737)

จากตัวอย่างจะเห็นว่าตัวอย่าง (63) ไม่มีคำแสดงการอำลา แต่เป็นวัจนกรรมที่ใช้การอวยพรตามด้วยการชวนรับประทานอาหารเป็นการอำลาผู้ชมคลิป ในขณะที่ตัวอย่าง (64) และ (65) มีการใช้คำแสดงการอำลา ได้แก่ “ขอตัวลาไปก่อน” “เจอกันใหม่อีพีหน้า” และ “พบกันคลิปถัดไป”

การใช้วัจนกรรมข้างต้นนี้เป็นการใช้วัจนลีลาที่สร้างอัตลักษณ์ความเป็นไทยในสังคมต่างแดน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัจนกรรมทักทายด้วยการกล่าวว่า “สวัสดี” อย่างไรก็ตามจะสังเกตเห็นได้ว่า “การชวนกินข้าว” ที่ใช้เป็นการทักทายของคนไทย ยูทูบเบอร์นำไปใช้ในวัจนกรรมอำลาแทน ทั้งนี้เพราะเกือบทุกคลิปที่มีการกล่าวลาในโต๊ะอาหารซึ่งเป็นอาหารที่ยูทูบเบอร์สาธิตในคลิปนั้น

7. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่าวัจนลีลาที่โดดเด่นคือวัจนลีลาเป็นกันเอง โดยใช้ภาษาพูดที่ไม่เป็นทางการในการใช้น้ำเสียง จังหวะและการใช้น้ำเสียงที่เน้นอารมณ์และเป็นไปเพื่อความสนุกสนาน เช่น ในถ้อยคำ

“โอเคค่า” มีการยืดเสียงในคำลงท้าย ในการใช้คำ ส่วนใหญ่จะใช้คำศัพท์ที่แสดงความเป็นกันเองแบบการสนทนากับเพื่อน เช่น การใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 แทนตัวเองด้วยชื่อเล่น ซึ่งแตกต่างกับงานของกัญญาณัฐ ฤกษ์วิธี และสมบัติ สมศรีพลอย (2565) ที่ศึกษาคำและพบวัจนลีลา 3 ประเภท ได้แก่ วัจนลีลาเป็นกันเอง วัจนลีลาสนิทสนม และวัจนลีลาหารือ ส่วนในการใช้วัจนกรรมแม้ว่าส่วนใหญ่จะเป็นวัจนกรรมบรรยายและวัจนกรรมอธิบายเพราะเป็นการเล่าเรื่องและสาธิตทำอาหาร แต่ก็ยังมีวัจนกรรมอื่นๆ ที่แสดงอัตลักษณ์ของยูทูบเบอร์ในความเป็นคนไทยแม้จะใช้ชีวิตอยู่ที่สาธารณรัฐเกาหลี ได้แก่ วัจนกรรมทักทายและวัจนกรรมอำลา ซึ่งยูทูบเบอร์ยังได้สอนครอบครัวชาวเกาหลีให้ใช้วัจนกรรมเหล่านี้ด้วย อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับงานของอมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ (2558) พบว่าผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับลักษณะเด่นทางภาษาที่เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางวัจนลีลาของภาษาสื่อเพียงคุณลักษณะเดียวคือคุณลักษณะการโน้มน้าว เพราะนอกจากปรากฏการใช้วัจนกรรมโน้มน้าวและวัจนกรรมถามแล้ว ยังมีการใช้คำเปรียบและคำซ้ำ อันเป็นตัวบ่งชี้ของคุณลักษณะการโน้มน้าวด้วย ทั้งนี้น่าจะเป็นเพราะข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แตกต่างกัน

ในแง่อิทธิพลของภาษาต่างประเทศมีการปนภาษาอังกฤษและภาษาเกาหลีในภาษาไทย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นแรงงานไทยในเกาหลี ดังนั้นการปนภาษาไทยอีสานจึงมีอยู่เป็นจำนวนมาก คลิปต่างๆ ของซออยอนเป็นการทำอาหารไทย อาหารอีสานและอาหารเกาหลี ซึ่งมีการสื่อสารหลายภาษา ยูทูบเบอร์จึงต้องมีการปรับภาษาให้เหมาะกับกลุ่มผู้ชม โดยใช้ภาษาไทยกรุงเทพฯ เป็นภาษาหลักในการเล่าเรื่องหรือประสบการณ์ที่ตนเองอาศัยอยู่ในเกาหลีด้วยอาชีพปลูกผักขายและทำอาหารและมีการสลับภาษาเป็นภาษาไทยอีสานเป็นช่วงๆ รวมทั้งการสลับภาษาเป็นภาษาเกาหลีเมื่อสื่อสารกับคนในครอบครัวและเพื่อนบ้าน จะใช้คำบรรยายแปลจากภาษาเกาหลีเป็นภาษาไทยเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจ ส่วนคำบรรยายที่เป็นวัตถุดิบหรือเครื่องปรุงจะใช้ 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาเกาหลี การใช้คำปนนี้พบได้ในทุกคลิป อาจกล่าวได้ว่าเป็นการสร้างตัวตนหรืออัตลักษณ์ในปริบทข้ามวัฒนธรรม โดยการทำตัวบ้านๆ เป็นกันเองกับผู้ชม การสร้างอัตลักษณ์ผ่านวัจนลีลานี้เป็นการใช้ภาษาที่เน้นความเป็นไทยในต่างแดนและใช้วัจนลีลาที่สร้างความจริงใจ (authenticity) (Coupland, 2007)

การสื่อสารของซออยอนเป็นการสื่อสารดิจิทัล (digital communication) โดยการใช้เครื่องมือในการสื่อสารออนไลน์หลากหลายรูปแบบ (multimodal) (Androutsopoulos, 2014) กล่าวคือในคลิปต่างๆ มีการผสมเสียงพูดของยูทูบเบอร์กับตัวอักษรที่ขึ้นแคปชันในขณะที่พูด เช่น การขึ้นแคปชันเพื่อบรรยายส่วนผสมต่างๆ ในขณะที่สาธิตการทำอาหาร หรือการขึ้นแคปชันตัวอักษรเพื่ออธิบายเพิ่มเติมจากการพูดซึ่งมีอยู่เกือบตลอดทั้งคลิป และใช้อิโมจิเพื่อแสดงความรู้สึกในแคปชันต่างๆ นอกจากนี้ยังเป็นการใช้ภาษาแบบมีปฏิสัมพันธ์ (interactive) กับผู้ชมอยู่ตลอดเวลา เช่น การใช้วัจนกรรมการถาม “ใครรู้จักบ้างคะ” และมีการจัดการความสนใจ (attention management) ด้วยการพูดย้ำประเด็น การใช้คำซ้ำ หรือการเรียกผู้ชมว่าทุกคน ซึ่งเป็นการใช้วัจนลีลาแบบกันเองเสมือนพูดกับผู้ชมโดยตรง (pseudoconversation) ด้วยการพูดกับกล้องโดยเลียนแบบการพูดเหมือนที่ใช้พูดกับเพื่อน เช่น การใช้แทนตัวเองด้วยชื่อเล่นว่า “ซอ” การใช้คำสรรพนาม “เรา” ซึ่งเป็นคำสรรพนามที่สร้างความใกล้ชิดและแสดงความเป็นพวกพ้อง การจัดการความสนใจเป็นสิ่งที่จำเป็นในการสื่อสารดิจิทัล ดังที่ลันแฮม (Lanham, 2006) กล่าวว่าในยุคสารสนเทศสิ่งที่ขาดแคลนไม่ใช่ข้อมูลแต่เป็นความสนใจ ผู้สื่อสารต้องออกแบบสไตล์เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม

วัจนลีลาของซออยอนเป็นการใช้ภาษาในบริบทของวัฒนธรรมดิจิทัล (digital culture) ที่มีการสร้างตัวตนหรืออัตลักษณ์ (digital identity) โดยการใช้วัจนลีลาสะท้อนตัวตนที่ยูทูบเบอร์ “อยากให้คนรับรู้” เช่น เป็นคนกันเองน่าเชื่อถือ หรือเป็นมืออาชีพ อีกทั้งยังมีการแสดงอารมณ์ผ่านภาษา (emotional tone) ด้วยการใช้ลักษณะน้ำเสียง

การใช้คำและการใช้วัจนกรรมต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตน เช่น การใช้คำซ้ำ การยืดเสียง การใช้วัจนกรรมอำลาในบริบทการรับประทานอาหารที่สาธิตกับครอบครัวชาวเกาหลี หรือแม้กระทั่งการใช้สัญรูป (emoji) เสมือนเสียงพูดในแคปชันหรือชื่อคลิปต่างๆ อันเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมดิจิทัล

อย่างไรก็ดี ในการศึกษาวัจนลีลาของการสื่อสารดิจิทัลสามารถต่อยอดงานวิจัยได้ โดยอาจจะเป็นการศึกษาเปรียบเทียบวัจนลีลาแบบไทยกับเกาหลี อาทิประเด็นความสุภาพ เช่น การใช้วัจนกรรมอ้อม การใช้วัจนลีลาที่สัมพันธ์กับการรักษาหน้า (face saving) หรือการศึกษาเปรียบเทียบวัจนลีลาภาษาไทยของยูทูบเบอร์คลิปแรกๆ กับเมื่ออาศัยอยู่ในต่างประเทศนานขึ้นได้ด้วยเช่นกัน

รายการอ้างอิง

กฤษภรณ์ จันหา, ศรสวรรค์ พูลเพิ่ม, ศิริรัตน์ สิงหะ, ศิริพร ศรีไชย, และนภัทร อังกูรสินธนา. (2562). “ฟันธง ฟันดวง”: วัจนลีลาการทำนายดวงชะตาของนายลักษณ์ เรขานิเทศ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, *13*(1), 141-159.

กัญญาณัฐ ฤกษ์วิธี, และสมบัติ สมศรีพลอย. (2565). วัจนลีลาการขายสินค้าของมาร์กี้ช็อปในวัฒนธรรมการขายสินค้าออนไลน์. *วารสารวิชาการสถาบันพัฒนาพระวิทยากร, 5*(3), 1-13.

ไทยรัฐ. (2562). *รู้จัก “ซออยอน” สาวไทยเป็นสะใภ้เกาหลี มัดใจโอปป้า สู่ยูทูบเบอร์ชื่อดัง.* https://www.thairath.co.th/news/society/1716345

เปรมปวีณ์ ประกอบทรัพย์, และนิธิดา แสงสิงแก้ว. (2565). การสื่อสารเนื้อหาของยูทูบเบอร์หญิงไทย: กรณีศึกษาสะใภ้ไทยในต่างแดน. *วารสารการสื่อสารและการจัดการนิด้า, 8*(3), 50-69.

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 5 มกราคม). *ep. 726 ปีกไก่ทอดน้ำปลา ทั้งข้าวเหนียวทั้งน้ำจิ้มอร่อยครบ กินหมดภายในพริบตา เหลือแต่กระดูก.* https://www.youtube.com/watch?v=eV2OmjqR_xM

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 8 มกราคม). *ep. 727 หมี่กรอบ 3 รสเข้มข้น กะละมังใหญ่เบ้อเริ่ม ครอบครัวและเพื่อนบ้านชอบมาก 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 กลิ่นหอมอร่อยกับเคล็ดลับเก็บใบตองสดให้อยู่ได้เป็นปีๆ มาบอก.* https://www.youtube.com/watch?v=412zg3PnxCk

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 27 มกราคม). *ep. 733 หนาวขนาดนี้จัดหมูย่างเกาหลีและกิมจิเต็มโต๊ะ แซ่บคักปีใหม่เกาหลีวันรวมญาติ*. https://www.youtube.com/ watch?v=hB8kwwt0P84

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 16 กุมภาพันธ์). *ep. 737 ถึงหนองคายบ้านเกิดแล้วจ้า เฮ็ดลาบเป็ดต้มเป็ดกินจ้า อาหารมื้อแรกที่บ้านอร่อยมาก*. https://www.youtube.com/watch?v=6xPGcPgZN9c

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 26 กุมภาพันธ์). *ep. 741 พาแม่ย่าไปเก็บผักคันจอง กินกับส้มตำพริก 3 เม็ด พ่อปู่ซดเอาๆ กับบรรยากาศบ้านๆ สบายๆ จ้า*. https://www.youtube.com/watch?v=eyRWie6ze-w

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 4 เมษายน). *ep. 747 ร่างกายต้องการสิ่งนี้ ตำบักกล้วยใส่บักเฟืองบักเขือขื่น และปลาแดกหลายๆ โต น้ำลายไหลเลย* 😂. https://www.youtube.com/watch?v=4B8nKrICqR8

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 6 เมษายน). *ep. 748 ปิ้งปลาก่าหอมๆ กับตำบักถั่วแซ่บๆ แต่เช้านั่งดูพ่อลูกเขาคุยกันด้วยไม้หน้าสาม*. https://www.youtube.com/watch?v=hyyKsevIVxc

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 6 เมษายน). *ep. 752 ต้มข้าวเปียกใส่เลือดไก่เยอะๆ ท่านพ่อท่านแม่มาไม่ทัน พากันซัดหมดก่อน อร่อยจนลืมจง*. https://www.youtube.com/watch?v=IFVBCvXAXWk&t=189s.

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 10 พฤษภาคม). *ep. 761 เก็บผักป่ารอบบ้านเอามาทำเครื่องเคียง 6 อย่าง กินกับหมูย่างเกาหลี อร่อยมากจ้า*. https://www.youtube.com/watch?v=J5KPh1jOj5c

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 12 พฤษภาคม). *ep. 762 ผัดดอกหอมหมูสับกับไข่เจียวเส้นหอม ราดข้าวร้อนๆ หวานกรอบอร่อยจังเลย*. https://www.youtube.com/watch?v=YkMOzPlUD8Y

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 16 พฤษภาคม). *ep. 763 ต่อไปนี้กินเต็มที่ไม่ต้องแย่งกันแล้ว ทั้งหม้อทั้งเตาขนมาจากเมืองไทยหมดแล้ว*. https://www.youtube.com/watch?v=VAdgKUqB7MQ

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 18 พฤษภาคม). *ep. 764 แม่พาไปเก็บผักอะไรไม่รู้ ได้แบกกลับบ้านเป็นกระสอบ เครื่องเคียงเกาหลีราดข้าวสไตล์ไทย*. https://www.youtube.com/watch?v=QGJEc3Y9d28

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 21 พฤษภาคม). *ep. 765 เก็บสลัดใบอ่อนหลายสายพันธุ์ มากินกับส้มตำ สปาเก็ตตี้ข้าวปุ้น สุดยอดอีหลีจ้าาา*. https://www.youtube.com/watch?v=aGViU9SYeC8

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 24 พฤษภาคม). *ep. 766 ป่านี้ต้นโสนใหญ่มาก ดอกดกสุดๆ ดอกโสนผัดกะปิ ดอกโสนทอดกรอบราดซอส อร่อยเกินคำบรรยาย*. https://www.youtube.com/watch?v=T-gXAU5Fraw&t=51s.

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 28 พฤษภาคม). *ep. 767 หมกหน่อไม้ใส่ใบตองสูตรอีสานแท้ ทั้งแซ่บทั้งนัวร์ ครอบครัวกินเป็นทุกคนทั้งจ้ำทั้งคุ้ย*. https://www.youtube.com/watch?v=kYKaST_rwac

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 31 พฤษภาคม). *ep. 768 ห่อหมกใบตองดอกแคป่าใส่ไก่ ลองทำกินมั่วๆ แต่ต้องตกใจ คือมันอร่อยมากกก*. https://www.youtube.com/watch?v=ueJZEf5OY8U&t=84s.

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 4 มิถุนายน). *ep. 769 สลัดโรล พร้อมสูตรน้ำสลัดครีมซีฟู้ดที่ทำง่ายสุดๆ แถมอร่อยกินหมดภายในพริบตา*. https://www.youtube.com/watch?v=HlOEDz5gzAo&t=86s.

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 15 มิถุนายน). *ep. 771 ก๋วยเตี๋ยวคลุกสูตรอร่อย ญาติๆ พี่ๆ พากันมากินก๋วยเตี๋ยวหมดเกลี้ยงขอเบิ้ลๆ*. https://www.youtube.com/watch?v=Z-jQsZdTjGw

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 18 มิถุนายน). *ep. 772 ตำมะหลอดเปรี้ยวๆ หวานๆ เผ็ดนัวแซ่บสุดยอดตักซดเอาๆ ตาสว่างเลยจ้า*. https://www.youtube.com/watch?v=6Dt124Q7mBk

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 22 มิถุนายน). *ep. 773 หมูสวรรค์สูตรทำง่ายอร่อยด้วย สีสวยกลิ่นหอม ได้ข้าวเหนียวคนละถุงกัดเอาๆ*. https://www.youtube.com/watch?v=6dv3Ig5QN64.

สะใภ้เกาหลี by Korean. (2566, 27 มิถุนายน). *ep. 774 แกงไก่ใส่หน่อไม้ส้ม ใส่ยอดตำลึง กลิ่นหอมทั่วปฐพี ข้าวเหนียวหมดเป็นติบ*. https://www.youtube.com/watch?v=HaYhfjVERnc

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2560). *พจนานุกรมศัพท์ภาษาศาสตร์ (ภาษาศาสตร์ทั่วไป) ฉบับราชบัณฑิตยสภา*. สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.

สิริมา เชียงเชาว์ไว. (2566). วัจนลีลาในการเทศนาธรรมของพุทธทาสภิกขุ. *วารสารวิจัยวิชาการ, 6*(4), 221-238.

อภิสรา โคตรโยธา, และรัตนา จันทร์เทาว์. (2564). วัจนลีลาของสุทธิชัย แซ่หยุ่น. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 29*(1), 176-201.

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2556). *ภาษาศาสตร์สังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 5). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, กิติมา อินทรัมพรรย์, สรบุศย์ รุ่งโรจน์สุวรรณ, สุธาสินี ปิยพสุนทรา, ปนันดา เลอเลิศยุติธรรม, และนัทช์ชนัน นาถประทาน. (2558). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการภาษาแห่งอำนาจ: การวิเคราะห์วัจนลีลาของภาษากฎหมาย ภาษาการเมือง ภาษาสื่อและภาษาวิชาการของสังคมไทย*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Androutsopoulos, J. (2014). Mediatization and sociolinguistic change. Key concepts, research traditions, open issues. In J. Androutsopoulos (Ed.), *Mediatization and sociolinguistic change* (pp. 3-48). De Gruyter.

Areeman, A., & Patpong, P. (2023). A stylistic study of General Prayuth Chan-O-Cha's speeches on TV program "RETURNING HAPPINESS TO THE PEOPLE". *Language and Language Education*, *15*(1), 1-28.

Black, E. (2006). *Pragmatics stylistics*. Edinburgh University Press.

Coupland, N. (2007). *Style: Language variation and identity*. Cambridge University Press.

Frobenius, M. (2011). Beginning a monologue: The opening sequence of video blogs. *Journal of Pragmatics*, *43*(3), 814-827.

Frobenius, M. (2014). Audience design in monologues: How vloggers involve their viewers. *Journal of Pragmatics, 72*, 59-72.

Joos, M. (1961). *The five clocks: A linguistic excursion into the five styles on english usage.* Harcourt, Brace and World.

Lanham, R. A. (2006). *The economics of attention: Style and substance in the age of information*. University of Chicago Press.

Searle, J. R. (1976). The classification of illocutionary acts. *Language in Society*, *5*, 1-24.

Urban's Pick. (2564). *ฝึกทำสวน ซ้อมกินหมูย่าง หมักกิมจิ แล้วแปลงร่างเป็น 'สะใภ้เกาหลี'*. https://urbancreature.co/lifestyle-korea-daughter-in-law

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

วัจนกรรมในบทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า”

Received: 9 January 2025
Revised: 1 April 2025
Accepted: 1 May 2025

สุมาลี พลขุนทรัพย์*
ธนพล เอกพจน์**
นัยนา ประทุมรัตน์***

บทความวิจัย
บทคัดย่อ
คำสำคัญ

วัจนกรรม;
วัจนปฏิบัติศาสตร์;
บทสนทนา;
บทภาพยนตร์;
หลานม่า

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์วัจนกรรมที่ปรากฏในบทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” (LAHN MAH) ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ “How To Make Millions Before Grandma Dies” ตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์ โดยประยุกต์ใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทวัจนกรรมตามเงื่อนไขวัจนกรรม (Felicity Conditions) ของเซอร์ล (Searle, 1969) ในการวิเคราะห์ถ้อยคำ ผลการศึกษาพบวัจนกรรม 12 ประเภท ได้แก่ 1) วัจนกรรมการบอกเล่า 2) วัจนกรรมการถาม 3) วัจนกรรมการสั่ง 4) วัจนกรรมการแนะนำ 5) วัจนกรรมการขอร้อง 6) วัจนกรรมการสัญญา 7) วัจนกรรมการโต้แย้ง 8) วัจนกรรมการขอบคุณ 9) วัจนกรรมการเตือน 10) วัจนกรรมการขอโทษ 11) วัจนกรรมการตำหนิ และ 12) วัจนกรรมการแสดงความไม่พอใจ โดยวัจนกรรมกลุ่มการกล่าวแสดงออกปรากฏมากที่สุดในบทสนทนาของตัวละคร จำนวน 6 ประเภท ได้แก่ วัจนกรรมการโต้แย้ง วัจนกรรมการขอบคุณ วัจนกรรมการเตือน วัจนกรรมการขอโทษ วัจนกรรมการตำหนิและวัจนกรรมการแสดงความไม่พอใจ เนื่องจากช่วยทำให้ผู้ชมภาพยนตร์เข้าใจอารมณ์ความรู้สึกและจิตใจของตัวละครมากยิ่งขึ้น

วัจนกรรมที่ปรากฏในบทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” มีความสัมพันธ์กับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม สะท้อนชีวิตจริงของผู้คนในสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวไทยเชื้อสายจีน ด้านสัมพันธภาพในครอบครัว การดูแลผู้สูงอายุ ความขยันทำงาน การออมเงิน การแบ่งมรดก เทศกาลวันตรุษจีนหรือวันปีใหม่จีน วันเช็งเม้งหรือวันไหว้บรรพบุรุษ ความเชื่อเรื่องฮวงซุ้ย การใช้ภาษาจีน วัฒนธรรมจีนโบราณเกี่ยวกับตำแหน่งจอหงวน และช่องว่างระหว่างวัยของผู้สูงอายุกับลูกหลาน ถ้อยคำในบทสนทนามุ่งเน้นสื่อสารให้ผู้ชมตระหนักเรื่องคุณค่าของเวลาและเห็นความสำคัญของคนข้างกาย

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ติดต่อได้ที่: sumalee.p@rmu.ac.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

** อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ติดต่อได้ที่: thanapone@nu.ac.th

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ติดต่อได้ที่: naiyanasp@gmail.com

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

Speech Acts in the Dialogue of the Characters in Thai Film Entitled "LAHN MAH"

Received: 9 January 2025
Revised: 1 April 2025
Accepted: 1 May 2025

Sumalee Phonkhunsap*
Thanapon Eakapont**
Naiyana Partoomrat***

Research Article

Abstract

The objective of this research article was to analyze speech acts in the Thai film called *Lahn Mah* or *How to Make Millions before Grandma Dies* according to pragmatics through the application of the criteria of speech acts classification regarding the felicity conditions postulated by Searle (1969) as an utterance analysis tool. The result found twelve types of speech acts: 1. affirm, 2. question, 3. command, 4. advise, 5. request, 6. promises, 7. argument, 8. thank, 9. warn, 10. apology, 11. reproach, and 12. complaining. It was noted that the expressive speech acts, six groups in total, occurred the most in the characters' dialogue, namely argument, thank, warn, apology, reproach, and complaining. They signified the characters' emotion, feeling, and mind and enabled audiences to understand the characters better.

The speech acts found in the characters' dialogue in the film *Lahn Mah* were relevant to the contexts of Thai society and culture, especially that of Thai-Chinese people, reflecting their beliefs and values on family relationships, elderly care, hard work, money saving, inheritance division, Chinese New year celebration, Ching Ming or Ancestors respect paying, Feng Shui, Chinese language use, traditional Chinese culture involved in the imperial examination, and age gap between the elderly and their grandchildren. The utterances in the characters' dialogue helped the audiences to recognize the value both of time and of the people closest to them.

Keywords

speech acts;
pragmatics;
dialogue;
screenplay;
Lahn Mah

* Lecturer, Thai Language Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University, e-mail: sumalee.p@rmu.ac.th (corresponding author)

** Lecturer, Thai Language Program, Faculty of Humanities, Naresuan University, e-mail: thanapone@nu.ac.th

*** Assistant Professor, Library and Information Science Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University, e-mail: naiyanasp@gmail.com

1. บทนำ

ภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” (LAHN MAH) ฝีมือการกำกับของพัฒน์ บุญนิธิพัฒน์ นำแสดงโดยนักร้องนักแสดงหนุ่ม บิวกิ้น พุฒิพงศ์ อัสสรัตนกุล และอาม่าแต๋ว อุษา เสมคำ เป็นภาพยนตร์จากค่าย GDH แรงบันดาลใจมาจากเรื่องจริงที่มีในทุกครอบครัว สร้างปรากฏการณ์และกระแสการพูดถึงอย่างล้นหลามตั้งแต่วันแรกของการเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ไทย วันที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2567 ประสบความสำเร็จสูงสุดทั้งด้านรายได้ทำเงินรวมทั่วโลกมากกว่าสองพันล้านบาท เข้าถึงหัวใจของผู้ชมจากในประเทศไทยและอีกหลายประเทศด้วยความสมจริงของเนื้อเรื่อง แสดงภาพชีวิตประจำวันของผู้คน เหตุการณ์ที่ตัวละครต้องประสบพบเจอ กลวิธีการเล่าเรื่อง ความเป็นธรรมชาติของนักแสดงในการสวมบทบาทสมาชิกครอบครัว ตลอดจนองค์ประกอบต่างๆ ของภาพยนตร์ที่ผู้สร้างใส่ใจทุกรายละเอียด สิ่งที่สำคัญประการหนึ่งคือ บทสนทนา การโต้ตอบกันของตัวละครหลายถ้อยคำ หลายประโยคพาให้ผู้ชมรู้สึกร่วมไปกับสถานการณ์ในเรื่องและรับรู้ถึงความนึกคิดและอารมณ์ของตัวละครจนกระทั่งเกิดการย้อนกลับมามองตนเองและมีปฏิกิริยาตอบกลับหลังจากที่ได้ชมภาพยนตร์เรื่องนี้ จะเห็นได้จากการแสดงออกผ่านสื่อโซเชียลมีเดียหลายช่องทางที่นำเสนอว่าผู้ชมมีความรู้สึกและประทับใจ “หลานม่า” อย่างไร



ภาพที่ 1.-2. โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า”

ครอบครัวคือสิ่งใกล้ตัวที่บางครั้งคนเราเผลอละเลยหลงลืมไป ภาพยนตร์เรื่องนี้บอกเล่าความสัมพันธ์ของคนใกล้ชิด ตัวละครเอกคืออาม่าและหลานชายเป็นผู้ดำเนินเรื่อง เมื่อเวลาในชีวิตของอาม่ากำลังเดินถอยหลังเพราะป่วยเป็นโรคมะเร็งลำไส้ระยะสุดท้ายและ “เอ็ม” หลานชายวัยรุ่นซึ่งเข้ามาอยู่ดูแลเพียงเพราะหวังมรดกคือบ้านของอาม่า แต่ความผูกพันทำให้ความคิดเปลี่ยนแปลงไปจากความตั้งใจแรกที่คิดจะหว่านพืชหวังผลกลายเป็นความรัก ความกตัญญูเข้ามาแทนที่ พาให้ผู้ชมซาบซึ้งและอบอุ่นหัวใจไปกับความหมายของถ้อยคำรวมถึงการกระทำของตัวละคร

บทสนทนาที่ปรากฏในภาพยนตร์มีความสำคัญอย่างยิ่ง ทำให้ผู้ชมหยั่งรู้จิตใจของตัวละคร แต่ละถ้อยคำมีความหมายเชื่อมโยงเหตุการณ์ตลอดทั้งเรื่องให้กลมกลืนผสานกันตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง เนื้อหาของภาพยนตร์หลานม่าเป็นชีวิตจริงที่เกิดขึ้นกับผู้คนในสังคม การเล่าเรื่องกล่าวถึงความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว การให้เวลา ความผูกพัน ความรัก ความกตัญญู เงิน งานและการหลงลืมให้ความสำคัญกับคนที่อยู่ใกล้ตัว ตัวอย่างบทสนทนาจากภาพยนตร์เรื่องนี้ที่น่าสนใจ เช่น

อาม่า: **มึงก็หว่านพืชหวังผลเหมือนกันใช่ไหม**

เอ็ม: **เอ็มก็... เหมือนกู๋เคี้ยงแหละ เอ็มอยากเป็นหลานเต็มเวลาไง**

อาม่า: มึงนี่ขี้โม้แท้ๆ เลย

จากตัวอย่างปรากฏวัจนกรรมการถาม เพื่อกระตุ้นให้ผู้ฟังได้คิดหาคำตอบ บทสนทนาของตัวละครเอกใช้กลวิธีการตั้งคำถามโดยสอดแทรกสำนวนไทย “หว่านพืชหวังผล” หมายถึง ให้ผลประโยชน์แก่ผู้อื่นเพื่อหวังผลตอบแทน ซึ่งสถานการณ์ในภาพยนตร์คืออาม่าคิดว่าลูกหลานอยากจะดูแลและทำดีด้วยเพราะหวังมรดก ทั้งนี้หลานชายไม่ได้ตอบรับหรือปฏิเสธหากแต่เลือกใช้การพูดอ้อมค้อมว่าตนเองก็เหมือนกับลูกชายคนโตของอาม่าซึ่งเคยบอกกับอาม่าว่าอยากเป็นลูกเต็มเวลา

ประโยคจากภาพยนตร์หากเป็นที่จดจำของผู้ชมย่อมถือว่าประสบความสำเร็จ เมื่อผู้ถ่ายทอดส่งสารมายังผู้รับสาร จากนั้นมีการตีความหมายจนเกิดเป็นความประทับใจและมีผลต่อความรู้สึกนึกคิด “หลานม่า” ถือเป็นภาพยนตร์ไทยอีกเรื่องที่มีภาษาน่าจดจำ แม้ว่าถ้อยคำในบทสนทนาของตัวละครอาจจะดูธรรมดา ไม่ได้สรรหาคำพูดสละสลวย การที่ผู้ชมรับรู้ในตอนท้ายของเรื่องว่าหลานม่าคนนี้รักม่าที่สุดโดยที่ไม่มีการเอ่ยคำว่า “รัก” ดังประโยค “ม่าถึงบ้านที่เอ็มซื้อให้ม่าแล้วนะ ม่า เอ็มให้ม่าเป็นที่หนึ่งนะ” (เอ็มเคาะโลงบอกอาม่าเมื่อมาถึงสุสาน) เป็นการใช้ถ้อยคำเรียบง่ายแต่มีพลัง ถ่ายทอดความรักของตัวละครได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้กระแสความดังของภาพยนตร์ย่อมส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อทัศนคติและค่านิยมของผู้ชม ในภาพยนตร์ปรากฏถ้อยคำที่กระทบอารมณ์ตลอดทั้งเรื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว ตัวอย่างเช่น เอ็มหลานชายถามอาม่าว่า “นี่ตกลงแต่งตัวสวยไปไหนเนี่ย” ซึ่งซิวแม่ของเอ็มตอบว่า “ก็วันนี้วันอาทิตย์ไง ใครๆ เขาก็มากันมีแต่แกไม่เคยมา” หรือบทสนทนาของกู๋เคี้ยงผู้เป็นลูกชายคนโตของบ้านกล่าวกับอาม่าว่า “ม้า อั๊วเคยได้ยินแต่ลูกต้องดูแลแม่ นี่จะปล่อยให้หลานมาดูได้ยังไง ม้า อั๊วอยากเป็นลูกเต็มเวลานะ” สร้างความตระหนักว่าช่องว่างทางความสัมพันธ์เกิดจากการที่สมาชิกในครอบครัวไม่มีเวลาให้กันหรือไม่เห็นคุณค่าของเวลา

“ในสายตาคนดู เวลาของเอ็มคือเวลาที่จะทำให้อาม่ามีความสุขเท่าที่ทำได้เพราะอาม่าเป็นคนแรกๆ ที่เชื่อว่าเอ็มทำได้ ต่อให้ใครจะมองว่าเขาเป็นเด็กไม่สนใจโลกและทำอะไรก็ไม่สำเร็จ แล้วดูเหมือนว่าคำพูดของอาม่าจะเยียวยาชีวิตที่อยู่ในช่วงขาลงได้ดี... โดยรวมของภาพยนตร์หลานม่าทำให้หลายคนยิ้ม ร้องไห้และเข้าใจโลกทั้งสามใบของลูก หลานและอาม่า ที่สำคัญคือทำให้เราอยากกลับไปใช้เวลากับคนที่เรารัก ก่อนทุกอย่างจะสายเกินไป” (ณัฐธนีย์ ลิ้มวัฒนาพันธ์, 2567) จากความคิดเห็นของผู้ชมแสดงให้เห็นว่าบทภาพยนตร์นำพาผู้ชมให้สุขเศร้า มองเห็นชีวิตอย่างลึกซึ้งมากขึ้น

วัจนกรรมย่อมมีอยู่ทุกครั้งที่เกิดการสื่อสาร การศึกษาด้านวัจนกรรม (speech acts) มุ่งวิเคราะห์ตีความถ้อยคำและเจตนาของผู้ใช้ภาษาในการสื่อสาร สามารถนำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ตัวบท (text) ต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย ทั้งภาษาพูด บทสนทนาจากสถานการณ์จริงในชีวิตประจำวัน รวมถึงบทสนทนาของตัวละครในวรรณกรรม เช่น บทเพลง เรื่องสั้น นวนิยาย บทภาพยนตร์ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าบทสนทนาของตัวละครจากภาพยนตร์เรื่อง “หลานม่า” มีความเป็นธรรมชาติสูง แสดงให้เห็นลักษณะภาษาที่สมจริงของคนในสังคมไทย วิธีการพูดของตัวละครมีการใช้รูปภาษาที่ต่างกันตามสถานการณ์ แปรไปตามผู้ฟัง สถานที่และวัตถุประสงค์ของการพูด ประกอบด้วยการพูดตรงไปตรงมา การพูดอ้อมค้อมแฝงความหมายโดยนัย แสดงอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดทั้งความรัก ความเหงา ความผิดหวัง ความเศร้า การเสียดสี ประชดประชัน แม้กระทั่งความตลกขบขันซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าชีวิตมนุษย์นั้นมีทั้งสุขและทุกข์ปะปน สุธาสินี สิทธิเกษร (2544, น. 37) กล่าวไว้ว่า

ในการผลิตภาษาเพื่อการสื่อสารของมนุษย์ตั้งแต่บรรพกาลมาล้วนแล้วแต่เป็นไปเพื่อก่อให้เกิดการกระทำบางสิ่งบางอย่าง หรือเปลี่ยนแปลงสิ่งหนึ่งสิ่งใดตามแต่แรงผลักดันอันเป็นไปตามความปรารถนาของมนุษย์ การตีความวัจนกรรมนับเป็นประตูบานหนึ่งที่จะนำไปสู่ความเข้าใจมนุษย์ด้วยกันโดยการสื่อสาร แต่วัจนกรรมจะไม่สามารถปรากฏให้เราศึกษาหรือตีความกันได้เลยหากปราศจากการอนุมานจากมุมมองของผู้ฟัง

การศึกษาวัจนกรรมจากวรรณกรรมประเภทบันเทิงคดีโดยวิเคราะห์บทสนทนาของตัวละคร เช่น นภัทร อังกูรสินธนา (2551) ศึกษาเปรียบเทียบวัจนกรรมอ้อมในบทสนทนาในนวนิยายไทยต่างสมัยตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์ งานวิจัยดังกล่าวเลือกบทสนทนาหรือบทพูดโต้ตอบกันระหว่างตัวละครในนวนิยายเพราะบทสนทนาเป็นองค์ประกอบที่ทำให้นวนิยายมีลักษณะสมจริง เป็นธรรมชาติของการใช้ภาษาในชีวิตจริงตามสมัยหรือเหตุการณ์ในนวนิยายเรื่องนั้นๆ ผลการวิจัยปรากฏวัจนกรรม 11 ประเภท ทั้งนี้พบว่าบทสนทนาในนวนิยายนั้นความหมายของรูปประโยคไม่สอดคล้องกับความหมายที่เป็นเจตนาของผู้พูด โดยวัจนกรรมอ้อมเป็นรูปแบบภาษาที่มีการใช้เป็นประจำในการสนทนา

การใช้ภาษาผูกติดอยู่กับวิธีคิด ทำหน้าที่สื่อแทนความคิด มีเจตนาและมีความมุ่งหมายของผู้ส่งสาร ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจวิเคราะห์บทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” โดยนำแนวคิดเรื่องการแบ่งประเภทวัจนกรรมของเซอร์ล (Searle, 1969) มาประยุกต์ใช้ในการจัดกลุ่มประเภทของวัจนกรรม ผลการวิจัยจะช่วยให้เกิดความเข้าใจความหมายของถ้อยคำที่ตัวละครสื่อสาร ทั้งนี้จะวิเคราะห์ร่วมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม (social context or context of culture) เพื่อตีความเจตนาที่แฝงอยู่ในบทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์เรื่องนี้ เพราะภาษาคือกุญแจที่จะช่วยไขความคิดของผู้คน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์วัจนกรรมที่ปรากฏในบทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” ตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์
2. เพื่อวิเคราะห์บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับวัจนกรรมที่ปรากฏในบทสนทนาของตัวละครจากภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า”

3. นิยามศัพท์เฉพาะ

1. วัจนกรรม หมายถึงการใช้ภาษาสื่อเจตนาและส่งผลต่อการกระทำ (Austin, 1962)
2. วัจนปฏิบัติศาสตร์ หมายถึงการศึกษาการใช้ภาษาในบริบททางสังคม วิเคราะห์การสื่อความหมายของถ้อยคำโดยเน้นที่เจตนาและการตีความของผู้ใช้ภาษาเป็นสำคัญ (สุจริตลักษณ์ ดีผดุง, 2552)
3. กลวิธีทางภาษาแบบตรงไปตรงมา หมายถึงกลวิธีทางภาษาที่ผู้พูดใช้เพื่อแสดงวัจนกรรมโดยไม่มีการตกแต่งถ้อยคำและไม่สามารถตีความเจตนาเป็นอื่นได้
4. กลวิธีทางภาษาแบบอ้อม หมายถึงกลวิธีทางภาษาที่ผู้พูดใช้เพื่อแสดงวัจนกรรมโดยมีการใช้คำที่มีความหมายโดยนัย สามารถตีความเจตนาของผู้พูดแตกต่างจากรูปภาษาที่ปรากฏ

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. การศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากแหล่งข้อมูลในการศึกษา 2 แหล่ง ดังนี้

1.1 ภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” ที่ฉายผ่านทาง Netflix Thailand and Southeast Asia หมวดภาพยนตร์ครอบครัว ความยาว 2 ชั่วโมง

1.2 ข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือ บทความ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดวัจนปฏิบัติศาสตร์ วัจนกรรม กลวิธีทางภาษา บทสนทนา บทภาพยนตร์ ข่าวสารของภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

2.1 แนวคิดวัจนปฏิบัติศาสตร์ (Pragmatics) ของเลวินสัน (Levinson, 1983, p. 5) อ้างถึงในสุจริตลักษณ์ ดีผดุง (2552, น. 5)

2.2 แนวคิดวัจนกรรม (Speech Acts) ของออสติน (Austin, 1962) และเซอร์ล (Searle, 1969)

3. การจัดการข้อมูล

ถอดบทสนทนาของทุกตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” ถ่ายทอดเป็นตัวอักษร

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ประเภทของวัจนกรรมที่ปรากฏในบทสนทนาของตัวละครจากภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” โดยประยุกต์ใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทวัจนกรรมของเซอร์ล (Searle, 1969) ซึ่งเสนอหลักการวิเคราะห์ที่เรียกว่าเงื่อนไขวัจนกรรมหรือเงื่อนไขที่เหมาะสม (Felicity Conditions) ในการแยกความแตกต่างของวัจนกรรมแต่ละประเภท

4.2 จัดกลุ่มของวัจนกรรมที่ปรากฏในบทสนทนาของตัวละครจากภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” ตามลักษณะของถ้อยคำ

4.3 วิเคราะห์บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับวัจนกรรมที่ปรากฏในบทสนทนาของตัวละครจากภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า”

4.4 ผู้วิจัยจะพิจารณาจากรูปภาษาระดับถ้อยคำและการสื่อความหมายของถ้อยคำที่แสดงเจตนาต่างๆ ของตัวละครที่สนทนาโต้ตอบกัน วิเคราะห์เจตนาของประโยคคำพูดที่เกิดขึ้นในการสนทนาของตัวละครแต่ละสถานการณ์

5. แนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาด้านวัจนปฏิบัติศาสตร์ โดยวิเคราะห์วัจนกรรมในบทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” จึงทบทวนแนวคิดการศึกษาประเภทวัจนกรรมและเงื่อนไขวัจนกรรมของเซอร์ล (Searle, 1969) เพื่อประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

เลวินสัน (Levinson, 1983) อธิบายว่าวัจนปฏิบัติศาสตร์เป็นศาสตร์ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษาความหมาย เจตนา ปริบทและสถานการณ์ในการใช้ภาษา แนวคิดการวิเคราะห์ด้านวัจนปฏิบัติศาสตร์มีการศึกษาในหลายประเด็น เช่น การบ่งชี้ (Deixis) มูลบท (Presupposition) วัจนกรรม (Speech acts) ความหมายโดยนัยของบทสนทนา (conversational implicature) โครงสร้างบทสนทนา (Conversational structure) ฯลฯ แนวคิดที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้ คือ แนวคิดวัจนกรรม ซึ่งเป็นแนวคิดที่ออสติน (Austin, 1962) เป็นผู้ริเริ่มศึกษา โดยอธิบายความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวัจนกรรมไว้ในหนังสือเรื่อง *How to Do Things with Words* (1962) ซึ่งได้อธิบายว่าวัจนกรรม คือ การใช้ภาษาสื่อเจตนาและส่งผลต่อการกระทำ ทั้งนี้วัจนกรรมจะประกอบด้วยการกระทำ 3 ประเภท ได้แก่ Locutionary Act คือ การกระทำในระดับคำพูดหรือการกล่าวถ้อยคำ Illocutionary Act คือ การกระทำที่สื่อเจตนา และ Perlocutionary Act คือ การกระทำหรือผลลัพธ์ที่เกิดจากวัจนกรรม นอกจากนี้ วัจนกรรมสื่อผ่านถ้อยคำของผู้ใช้ภาษา มีหลายประเภทแตกต่างกันตามการสื่อความหมายและเจตนาการสื่อสาร ในงานวิจัยนี้ทบทวนแนวคิดประเภทวัจนกรรมและเงื่อนไขวัจนกรรมของเซอร์ล (Searle, 1969) ซึ่งเป็นนักวิชาการที่พัฒนาแนวคิดการศึกษาวัจนกรรมต่อจากออสติน (Austin, 1962) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ เนื่องจากการแบ่งประเภทวัจนกรรมของออสตินให้ความสำคัญกับการปรากฏคำกริยาแสดงวัจนกรรม แต่เซอร์ลให้เหตุผลว่าการตัดสินว่าถ้อยคำใดเป็นวัจนกรรมใดไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่าถ้อยคำนั้นมีกริยาแสดงวัจนกรรม เพราะมีถ้อยคำจำนวนมากที่ไม่มีกริยาแสดงวัจนกรรมแต่ผู้ใช้ภาษาตัดสินใจได้ว่าถ้อยคำเหล่านั้นแสดงวัจนกรรมประเภทใด (กฤษดาวรรณ หงศ์ลดารมภ์ และธีรนุช โชคสุวณิช, 2551) โดยเซอร์ล (Searle, 1969) จำแนกวัจนกรรมไว้ 5 ประเภท ดังนี้

1. การกล่าวความจริง (representative) เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดกล่าวถ้อยคำเพื่อสื่อสารความจริง(truth) บางประการ เช่น การยืนยัน (asserting) การสรุป (concluding) การบรรยายหรือพรรณนา (describing) การคาดการณ์ (anticipating) ฯลฯ

2. การกล่าวชี้นำ (directive) เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดพยายามชี้นำหรือกำหนดให้ผู้รับสารกระทำบางสิ่งบางอย่าง เช่น การสั่ง (ordering) การขอร้อง (requesting) การถาม (questioning) ฯลฯ

3. การกล่าวผูกพัน (commissive) เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดกล่าวถ้อยคำที่แสดงการผูกมัดตนเองต่อการกระทำในอนาคต เช่น การสัญญา (promising) การข่มขู่ (threatening) การยื่นข้อเสนอหรือการเสนอตัว (offering) ฯลฯ

4. การกล่าวแสดงออก (expressive) เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดกล่าวแสดงความรู้สึก อารมณ์หรือทัศนคติในใจของตนเองบางประการ เช่น การขอบคุณ (thanking) การขอโทษหรือการขออภัย (apologizing) การต้อนรับ (welcoming) การแสดงความยินดี (congratulating) ฯลฯ

5. การกล่าวประกาศ (declaration) เป็นวัจนกรรมซึ่งผู้พูดกล่าวถ้อยคำที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่าง จัดเป็นการกระทำที่ผู้พูดต้องการให้ผู้อื่นได้รับรู้ เช่น การคว่ำบาตร (excommunicating) การประกาศสงคราม (declaring war) การแต่งตั้ง (appointing) เป็นต้น

เซอร์ล (Searle, 1969) อธิบายเพิ่มเติมว่าถ้อยคำที่เป็นวัจนกรรมหนึ่ง ๆ ต้องแสดงเงื่อนไขวัจนกรรมครบทั้ง 4 ประเด็น ได้แก่ เงื่อนไขเนื้อความ (propositional condition) เงื่อนไขเบื้องต้น (preparatory condition) เงื่อนไขความจริงใจ (sincerity condition) เงื่อนไขสาระสำคัญ (essential condition) จากการทบทวนแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะนำแนวคิดประเภทวัจนกรรมของเซอร์ล (Searle,1969) มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงประเภทวัจนกรรมที่สื่อความหมายและเจตนาในการสื่อสารที่ปรากฏในบทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า”

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่ศึกษาวัจนกรรมในประเทศไทยพบว่าส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยทางด้านภาษาและภาษาศาสตร์ โดยศึกษาประเภทวัจนกรรม เงื่อนไขวัจนกรรม ตลอดจนการศึกษาเชิงเปรียบเทียบวัจนกรรมตามแนวคิดของเซอร์ล (Searle, 1969) จากตัวบทหลายกลุ่ม อาทิ วาทะบุคคล โฆษณาสินค้า เพลง ข่าว แถลงการณ์ คำประพันธ์ วรรณกรรม ป้ายหาเสียง ละครชุด (ซีรีส์) ฯลฯ

งานวิจัยนี้ศึกษาวัจนกรรมในภาพยนตร์ไทย จึงทบทวนงานวิจัยที่วิเคราะห์วัจนกรรมจากตัวบทดังกล่าว พบเพียงงานที่ศึกษาวัจนกรรมจากตัวบทประเภทวรรณคดี นวนิยายและละครชุด (ซีรีส์) เท่านั้น เช่นงานของนภัทร อังกูรสินธนา (2551) ศึกษาเปรียบเทียบวัจนกรรมอ้อมในบทสนทนาในนวนิยายไทยต่างสมัยตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์ จอมขวัญ สุทธินนท์ และคณะ (2560) วิเคราะห์ประเภทของวัจนกรรมการประชดประชันในนวนิยายชายรักชาย ทักษิณ ทุนเกิด และคณะ (2564) วิเคราะห์วัจนกรรมการใช้ถ้อยคำในการจีบจากซีรีส์วายเรื่องเพราะเราคู่กัน ประยุทธ จิตราช (2567) ศึกษาวัจนกรรมการแสดงความรู้สึกที่ปรากฏในเรื่องอิเหนา: ตอนศึกกะหมังกุหนิง งานวิจัยเหล่านี้ศึกษาประเภทวัจนกรรม ตลอดจนเงื่อนไขของวัจนกรรมที่สะท้อนเจตนาของผู้สื่อสารในบริบทที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจะนำองค์ความรู้จากการทบทวนและสังเคราะห์งานวิจัยดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยต่อไป

6. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์บทสนทนาจากภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” พบว่ามีประเภทวัจนกรรมหลายประเภทตามเกณฑ์การแบ่งวัจนกรรมของเซอร์ล (Searle, 1969) เรียงลำดับตามการแบ่งกลุ่มวัจนกรรม ดังนี้

6.1 กลุ่มวัจนกรรมการกล่าวความจริง (representative)

ประเภทการกล่าวความจริงปรากฏวัจนกรรม ได้แก่ วัจนกรรมการบอกเล่า (affirm)

6.1.1 วัจนกรรมการบอกเล่า (affirm) ถ้อยคำที่จัดว่าเป็นวัจนกรรมบอกเล่าเป็นไปตามเงื่อนไขวัจนกรรมต่อไปนี้

6.1.1.1 เงื่อนไขเนื้อความ การกระทำของผู้พูดที่จะกล่าวข้อความใดก็ได้

6.1.1.2 เงื่อนไขเบื้องต้น

1) ผู้พูดพิสูจน์และยืนยันความจริงของสิ่งที่พูด

2) ผู้ฟังต้องไม่ทราบสิ่งที่ผู้พูดต้องการพูดมาก่อนแล้ว

6.1.1.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดเชื่อในความจริงของสิ่งที่พูด

6.1.1.4 เงื่อนไขสาระสำคัญ ความจริงของสิ่งที่พูด

ตัวอย่างที่ 1

ชิว: **ตอนที่อาม่าล้มวันเช็งเม้งน่ะ อาม่าบอกหมอว่าอาม่าปวดท้องบ่อย ถ่ายปนเลือดด้วย หมอเขาก็ให้เช็กลำไส้ ผลตรวจมันออกเมื่อเช้านี้ อาม่าเป็นมะเร็งนะ ระยะสุดท้ายแล้ว หมอบอกว่าอยู่ได้อีกปีหนึ่ง**

เอ็ม: ตายเลย นั่นไง บอกให้สวดก่อน (เอ็มกำลังนั่งพากย์เกม)

ตัวอย่างนี้เป็นบทสนทนาระหว่าง “ชิว” ผู้เป็นแม่กับ “เอ็ม” ลูกชาย เนื้อหาของสารคือการบอกข่าวร้ายเรื่องอาม่าเป็นมะเร็งลำไส้ โดยผู้พูดใช้ถ้อยคำที่เป็นไปตามเงื่อนไขของวัจนกรรมการบอกเล่า โดยมีการเกริ่นถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้คืออาม่ามีอาการป่วย เมื่อแพทย์วินิจฉัยแล้วจึงทราบข้อเท็จจริงว่าอาม่าเป็นมะเร็งและมีชีวิตอยู่ได้อีกไม่นาน ซึ่งผู้ฟังคือ “เอ็ม” ไม่ได้ตั้งใจฟังในสิ่งที่แม่ของตนบอกเล่า สิ่งที่ซ่อนอยู่ในบทสนทนานี้ทำให้เห็นว่าช่วงแรกของการเล่าเรื่องในภาพยนตร์หลานชายยังไม่ได้มีความห่วงใยหรือมีอารมณ์ความรู้สึกร่วมกับข่าวร้ายที่อาม่าป่วยระยะสุดท้าย

ตัวอย่างที่ 2

อาม่า: **อาโส่ยน่ะ อีไม่มาดีที่สุด**

เอ็ม: ทำไมล่ะ

อาม่า: **เพราะอีไม่มา ก็แปลว่าอีสบายดี**

บทสนทนาข้างต้น “อาม่า” เล่าให้หลานฟังว่าถ้าลูกชายคนเล็กของตนคือ “โส่ย” ไม่มาหาที่บ้านแสดงว่าอาโส่ยสบายดี สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวที่ไม่ได้มีฐานะร่ำรวยและจะมีคนในครอบครัวที่ไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตเพราะความไม่เอาการเอางาน แม้อาม่าจะคิดถึงลูกหลานเพราะอยู่บ้านคนเดียว ต่างคนต่างแยกย้ายไปมีชีวิตของตัวเอง แต่ความหมายที่แฝงอยู่ในวัจนกรรมบอกเล่านี้คือความห่วงใยของอาม่า อยากให้ลูกชายพึ่งตัวเองให้ได้ แม้จะต้องเหงาแต่สบายใจกว่าหากลูกชายสบายดี ไม่ได้ใช้ชีวิตอยู่อย่างขัดสน

ตัวอย่างที่ 3

เอ็ม: อาม่าเหงาไหมเนี่ย อยู่คนเดียวมาตั้งหลายปี

อาม่า: **เหงาอะไรกูไม่รู้หรอก แต่กูก็อยู่ของกูอย่างนี้แหละ แต่กูไม่ชอบวันหลังตรุษจีนเท่านั้นเอง ที่ของกินเหลือเต็มตู้เย็น แล้วกูน่ะนะ ก็ต้องนั่งกินอยู่คนเดียวนะ**

บทสนทนาระหว่าง “เอ็ม” กับ “อาม่า” หลังจากที่เอ็มมาอยู่ดูแลอาม่าที่บ้านได้ระยะหนึ่ง เห็นกิจวัตรประจำวันและความเป็นอยู่ของอาม่าจึงถามว่า “อาม่าเหงาไหมเนี่ย อยู่คนเดียวมาตั้งหลายปี” อาม่าจึงตอบคำถามเอ็มด้วยประโยคบอกเล่าที่สร้างอารมณ์สะเทือนใจให้แก่ผู้ฟัง โดยเล่าถึงความรู้สึกไม่ชอบวันหลังตรุษจีนที่ของเหลือจากพิธีไหว้บรรพบุรุษ แต่อาม่าต้องรับประทานเพียงคนเดียว เป็นคำตอบที่กินใจเป็นวัจนกรรมอ้อมที่ไม่มีคำว่า “เหงา” แต่ผู้ฟังรับรู้ความหมายที่ผู้พูดสื่อสารอย่างลึกซึ้ง

6.2 กลุ่มวัจนกรรมการกล่าวชี้นำ (directive)

ประเภทการกล่าวชี้นำปรากฏวัจนกรรม ได้แก่ วัจนกรรมการถาม (question) วัจนกรรมการสั่ง (command) วัจนกรรมการแนะนำ (advise) และวัจนกรรมการขอร้อง (request)

6.2.1 วัจนกรรมการถาม (question) ถ้อยคำที่จัดว่าเป็นวัจนกรรมการถามต้องเป็นไปตามเงื่อนไขวัจนกรรมต่อไปนี้

6.2.1.1 เงื่อนไขเนื้อความ การกระทำของผู้พูดที่จะกล่าวข้อความใดก็ได้

6.2.1.2 เงื่อนไขเบื้องต้น

1) ผู้พูดไม่ทราบว่าสิ่งที่ตนข้องใจนั้นเป็นจริงหรือเท็จ

2) ผู้ฟังต้องไม่ได้คำตอบก่อนที่ผู้พูดจะกล่าว

6.2.1.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดต้องการคำตอบจากผู้ฟังจริงๆ

6.2.1.4 เงื่อนไขสาระสำคัญ ความพยายามของผู้พูดที่จะได้มาซึ่งคำตอบจากผู้ฟัง

ตัวอย่างที่ 4

ชิว: **ม้าไหว้ใครเนี่ย รู้จักคนในหลุมเขาเหรอ**

อาม่า: กูไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ขอให้กูได้อยู่หลุมบ้านเดี่ยวแบบนี้บ้าง

ชิว: สิ่งศักดิ์สิทธิ์คงจะให้หรอกนะ หลุมเป็นล้าน

ผู้พูดใช้รูปประโยคคำถาม “ม้าไหว้ใครเนี่ย รู้จักคนในหลุมเขาเหรอ” เป็นเหตุการณ์ที่ตัวละคร “อาม่า” ยืนยกมือไหว้ฮวงซุ้ยที่ไม่ใช่ของบรรพบุรุษ ตัวละคร “ชิว” ลูกสาวต้องการคำตอบจากแม่ เป็นการใช้รูปประโยคที่ตรงตามเจตนาของผู้พูด ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขวัจนกรรมการถาม เนื่องจากสงสัยในสิ่งที่ผู้ฟังกำลังทำอยู่ โดยอาม่ามีความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์และปรารถนาจะมีบ้านหลังความตายที่สวยงามตามลักษณะของฮวงซุ้ยที่ดี จึงไหว้ขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์

ตัวอย่างที่ 5

อาม่า: **แล้วพวกมึงมากันทำไมบ่อย ๆ วะ**

เอ็ม: ก็มาดูว่าขาม่าเป็นยังไงบ้าง **นี่หลานมาเยี่ยมไม่ดีใจเหรอ ทำอะไรอยู่น่ะ**

อาม่า: **แล้วมึงกินอะไรมาหรือยังล่ะ**

เอ็ม: เอ็มซื้อก๋วยเตี๋ยวมาฝาก เดี๋ยวกินด้วยกัน

ผู้พูดใช้รูปประโยคคำถาม “แล้วพวกมึงมากันทำไมบ่อยๆ” มีเจตนาเพื่อที่จะต้องการข้อมูลตามเงื่อนไขของวัจนกรรมการถาม เนื่องจากเกิดความสงสัยว่าลูกหลานแวะเวียนมาหาที่บ้านบ่อยกว่าปกติ ซึ่งหนึ่งสัปดาห์ลูกๆ จะมาเยี่ยมอาม่าแค่วันอาทิตย์เพียงวันเดียว บทสนทนาของตัวละคร “เอ็ม” ถามว่า “นี่หลานมาเยี่ยมไม่ดีใจเหรอ ทำอะไรอยู่น่ะ” เพราะต้องการข้อมูลว่า “อาม่า” รู้สึกอย่างไร รู้สึกดีใจไหมที่หลานชายมาเยี่ยม และ “อาม่า” กำลังทำอะไรอยู่ ส่วนอาม่าก็ถามหลานชายด้วยความห่วงใยว่ากินอะไรหรือยัง เป็นประโยคคำถามที่แสดงถึงความเอาใจใส่ลูกหลานตามบริบทวัฒนธรรมไทย

ตัวอย่างที่ 6

อาม่า: **มึงติดกล้องทำไม**

เอ็ม: ก็ติดไว้ดูน่ะสิ

อาม่า: **เอาไว้ดูอะไรวะ**

เอ็ม: ดูม่าไง เกิดเป็นลมขึ้นมาจะได้ช่วยทัน ทรงนี้ถ้าเป็นเจ้าหญิงนิทราขึ้นมานี่ หาคนมาจูบยากนะ

ตัวอย่างนี้บทสนทนาของตัวละคร “อาม่า” ใช้รูปประโยคคำถาม ได้แก่ “มึงติดกล้องทำไม” และ “เอาไว้ดูอะไรวะ” ระหว่างที่หลานชายกำลังติดกล้องวงจรปิดในบ้าน แสดงให้เห็นถึงวัจนกรรมการถามที่ผู้พูดต้องการข้อมูลจากผู้ฟัง ซึ่งเหตุการณ์ต่อไปในภาพยนตร์จะเฉลยว่ากล้องวงจรปิดที่ติดตั้งนั้นทำให้ได้หลักฐานว่าลูกชายคนเล็กของอาม่าขโมยเงินที่อาม่าเก็บสะสมไว้เพื่อไปใช้หนี้

6.2.2 วัจนกรรมการสั่ง (command) เซอร์ล (Searle, 1969) ไม่ได้กล่าวถึงวัจนกรรมการสั่งโดยตรง อย่างไรก็ตาม สามารถสรุปเงื่อนไขของวัจนกรรมได้ว่า

6.2.2.1 เงื่อนไขเนื้อความ การกระทำในอนาคตของผู้ฟัง

6.2.2.2 เงื่อนไขเบื้องต้น

1) ผู้พูดเชื่อว่าผู้ฟังสามารถทำสิ่งนั้นได้

2) ผู้พูดอยู่ในฐานะที่มีอำนาจเหนือผู้ฟัง

6.2.2.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังกระทำสิ่งนั้นจริงๆ

6.2.2.4 เงื่อนไขสาระสำคัญ ความพยายามที่จะให้ผู้ฟังกระทำตามผู้พูด

ตัวอย่างที่ 7

อาม่า: ซี้ซั้วเนอะ **เอาลงมาเดี๋ยวนี้เลย**

เอ็ม: อ้าว ทำไมไม่ได้ล่ะ มันเร็วกว่า ประหยัดแก๊สด้วย

อาม่า: **เอาลงมา** ใช้ไม่ได้

เอ็ม: ใช้ได้ มันก็ชาเหมือนกันแหละม่า ท่านเทพเขาไม่มายึดติดกับการต้มน้ำแค่นี้หรอก



ภาพที่ 3. ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า”

ตัวอย่างบทสนทนาระหว่างอาม่ากับเอ็มมีประโยคที่ผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังปฏิบัติตาม ได้แก่ ประโยค “เอาลงมาเดี๋ยวนี้เลย” และ “เอาลงมา” สถานการณ์ดังกล่าวผู้พูดอยู่ในฐานะที่มีอำนาจเหนือผู้ฟัง กล่าวคืออาม่ามีอำนาจเหนือเอ็มผู้เป็นหลานชาย โดยเอ็มใช้ไมโครเวฟต้มน้ำและนำไปไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทั้งนี้อาม่าที่ใช้กาต้มน้ำเป็นกิจวัตรประจำวันไม่พอใจในการกระทำของหลานชาย บทสนทนานี้แสดงให้เห็นถึงช่องว่างของคนต่างวัย (generation gap) เป็นความแตกต่างทางด้านทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรมและวัฒนธรรมระหว่างช่วงอายุ

6.2.3 วัจนกรรมการแนะนำ (advise) ถ้อยคำที่จัดว่าเป็นวัจนกรรมการแนะนำต้องเป็นไปตามเงื่อนไขวัจนกรรมต่อไปนี้

6.2.3.1 เงื่อนไขเนื้อความ เป็นการกระทำในอนาคตของผู้ฟัง

6.2.3.2 เงื่อนไขเบื้องต้น

1) ผู้พูดเชื่อว่าการกระทำนั้นจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง

2) ผู้ฟังต้องไม่ตั้งใจไว้ก่อนอยู่แล้วว่าจะทำสิ่งที่ผู้พูดแนะนำ

6.2.3.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดเชื่อว่าการกระทำนั้นเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง

6.2.3.4 เงื่อนไขสาระสำคัญ การกระทำนี้จะเป็นประโยชน์ที่ดีที่สุดแก่ผู้ฟัง

ตัวอย่างที่ 8

อาม่า: **มึงดู ๆ ไว้นะ คนไว้** (ใช้ทัพพีคนโจ๊กในหม้อ) **อย่าหยุด เผื่ออีกหน่อย มาขายโจ๊กแทนกู**

เอ็ม: ตื่นตีสี่ ตีห้าทุกวัน ไม่ไหวนะม่า รอบดึกได้ไหม

อาม่า: **มึงอย่าลืมนะ อาชีพทุกอาชีพน่ะ กำเนิดจอหงวนได้ทั้งนั้นนะ มึงทำอะไรให้ดี ให้เก่ง พอเก่งแล้วน่ะ อีกหน่อยก็จะสบาย แบบเดียวกับคนเป็นจอหงวนไง**

บทสนทนานี้มีการใช้วัจนกรรมการแนะนำโดยผู้พูดเชื่อว่าการกระทำนั้นจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง อาม่าสอนหลานชายเรื่องการประกอบอาชีพ เนื่องจากหลานชายไม่มีการงานที่มั่นคง อาชีพที่กำลังทำคือนักแคสเกม (Game Caster) รายได้หลักของอาม่ามาจากการขายโจ๊กตอนเช้าที่ตลาดพลู อาม่าเชื่อว่าอาชีพทุกอาชีพหากขยันมุ่งมั่นตั้งใจจะเก่งและประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกับคนเป็นจอหงวนซึ่งตามประวัติศาสตร์จีน จอหงวนคือผู้ที่สอบได้อันดับหนึ่งในการสอบคัดเลือกข้าราชการของจีนแผ่นดินใหญ่ ส่วนความหมายทั่วไปคือคนเก่ง ผู้ที่เชี่ยวชาญเป็นเลิศหรือเป็นหัวกะทิ

ตัวอย่างที่ 9

เอ็ม: แล้วมุ่ยทำไมถึงได้เป็นที่หนึ่ง ทั้งที่เป็นหลานสาว

มุ่ย: **เฮียรู้เปล่าว่าสิ่งที่คนแก่เขาต้องการจริง ๆ แต่ไม่มีลูกหลานคนไหนให้ได้เลยคืออะไร เวลาเว้ย เฮีย**

เอ็ม: แต่เฮียก็อยู่ทั้งวันแล้วนะ

บทสนทนาระหว่าง “เอ็ม” กับ “มุ่ย” มีการใช้วัจนกรรมการแนะนำ ผู้พูดใช้รูปประโยคคำถาม “เฮียรู้เปล่าว่าสิ่งที่คนแก่เขาต้องการจริง ๆ แต่ไม่มีลูกหลานคนไหนให้ได้เลยคืออะไร” และประโยคบอกเล่า “เวลาเว้ย เฮีย” มีเจตนาแนะนำผู้ฟัง เป็นความพยายามที่จะเสนอการกระทำให้ผู้ฟังสนใจกระทำตาม เนื่องจากมุ่ยเป็นหลานสาวซึ่งทำหน้าที่ดูแลอากงจนวาระสุดท้าย ขณะที่ลูกหลานคนอื่น ๆ ของอากงไม่มีใครมาเยี่ยมหรือให้เวลาแก่ผู้สูงอายุในครอบครัว จึงแนะนำให้เอ็มตระหนักเรื่องความสำคัญของเวลา

6.2.4 วัจนกรรมการขอร้อง (request) ถ้อยคำที่จัดว่าเป็นวัจนกรรมการขอร้องต้องเป็นไปตามเงื่อนไขวัจนกรรมต่อไปนี้

6.2.4.1 เงื่อนไขเนื้อความ การกระทำในอนาคตของผู้ฟัง

6.2.4.2 เงื่อนไขเบื้องต้น

1) ผู้พูดเชื่อว่าผู้ฟังกระทำตามได้

2) ไม่มีอะไรที่แสดงให้เห็นชัดแจ้งต่อทั้งผู้พูดและผู้ฟังว่าผู้ฟังจะกระทำวิถีของเหตุการณ์อันเป็นปกติ

6.2.4.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังกระทำสิ่งนั้นจริง ๆ

6.2.4.4 เงื่อนไขสาระสำคัญ ความพยายามที่จะให้ผู้ฟังกระทำตามผู้พูด

ตัวอย่างที่ 10

เอ็มวัยเด็ก: **อาม่าฝากจนตายเลยได้ไหม เอ็มอยากมีเงินเป็นล้าน ๆ**

อาม่า: โธ่ นี่แช่งกูเหรอเนี่ย ฮะ แล้วมึงจะเอาเงินล้านไปทำอะไร

เอ็มวัยเด็ก: จะเอาเงินล้านไปซื้อบ้านให้อาม่าไง บ้านอาม่าเก่าแล้ว มีแต่กะจิ๊วเดินเต็มบ้านไปหมด พูดแล้วขนลุกเลยดูสิ

อาม่า: ขนลุกเลยเหรอลูกเหรอ เรานี่มันขี้โม้จริงๆ หือ

ตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นถึงวัจนกรรมการขอร้อง บทสนทนาระหว่างเอ็มในวัยเด็กกับอาม่า โดยเอ็มพูดด้วยความไร้เดียงสาขอให้อาม่าฝากเงินในธนาคารให้ไปจนกว่าอาม่าจะตาย ประโยค “อาม่าฝากจนตายเลยได้ไหม เอ็มอยากมีเงินเป็นล้านๆ” นับว่าเป็นความพยายามที่จะให้ผู้ฟังกระทำตามผู้พูด ซึ่งตอนจบของเรื่องเมื่ออาม่าเสียชีวิต เอ็มได้ทราบจากพนักงานธนาคารว่าอาม่าฝากเงินให้เอ็มมาตลอดนับแต่เด็กจนโต เอ็มนำเงินที่อาม่าฝากธนาคารไปซื้อบ้านให้อาม่านั่นคือฮวงซุ้ย สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมจีน ตลอดจนความสำคัญของบรรพชน นอกจากนี้ยังทำให้เห็นถึงความขยันและอดออมของคนไทยเชื้อสายจีน

ตัวอย่างที่ 11

ชิว: **ยังไงแกก็ไปเยี่ยมเขาบ้างแล้วกัน** แต่อย่าไปบอกเขาเรื่องมะเร็งนะ ฉันไม่อยากให้เขาเครียด

เอ็ม: ม้าจ้างเอ็มไปเปล่าล่ะ เวลาเอ็มเป็นเงินเป็นทองนะ

บทสนทนาระหว่าง “ชิว” กับ “เอ็ม” ข้างต้นเป็นวัจนกรรมการขอร้อง โดยผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังกระทำสิ่งนั้น ประโยคที่ “ชิว” บอกกับ “เอ็ม” ลูกชายว่า “ยังไงแกก็ไปเยี่ยมเขาบ้างแล้วกัน” เพราะอยากให้หลานชายไปให้กำลังใจอาม่าที่กำลังป่วย แต่ได้รับคำตอบว่า “ม้าจ้างเอ็มไปเปล่าล่ะ เวลาเอ็มเป็นเงินเป็นทองนะ” ทำให้เห็นถึงความคิดของตัวละคร “เอ็ม” ที่เงินเป็นแรงจูงใจให้ลงมือทำสิ่งต่างๆ ซึ่งในเวลาต่อมาตัวละครดังกล่าวมีความคิดที่เปลี่ยนไปหลังจากได้ดูแลอย่างใกล้ชิดจึงก่อให้เกิดความผูกพันกับอาม่า เขามีความเป็นผู้ใหญ่ที่เข้าใจชีวิตมากขึ้น

6.3 กลุ่มวัจนกรรมการกล่าวผูกพัน (commissive)

ประเภทการกล่าวผูกพันปรากฏวัจนกรรม ได้แก่ วัจนกรรมการสัญญา (promises)

6.3.1 วัจนกรรมการสัญญา (promises) ถ้อยคำที่จัดว่าเป็นวัจนกรรมการสัญญาต้องเป็นไปตามเงื่อนไขวัจกรรมต่อไปนี้

6.3.1.1 เงื่อนไขเนื้อความ การกระทำที่เกิดขึ้นในอนาคต

6.3.1.2 เงื่อนไขเบื้องต้น

1) เป็นการกระทำที่ผู้ฟังต้องการให้เกิดขึ้นและจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง

2) ผู้พูดจะต้องไม่สัญญาว่าจะทำเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นปกติอยู่แล้ว

6.3.1.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดตั้งใจที่จะปฏิบัติตามสิ่งที่ผู้พูดได้สัญญาไว้

6.3.1.4 เงื่อนไขสาระสำคัญ ผู้พูดตั้งใจจะปฏิบัติตามสิ่งที่กล่าวสัญญาไว้ให้สำเร็จ

ตัวอย่างที่ 12
อาม่า: **เดี๋ยวจะไปฝากเงินให้ มึงสอบได้ที่หนึ่งไง ม่าจะฝากให้ทั้งปีเลย ตลอด**
เอ็มวัยเด็ก: อาม่าฝากจนตายเลยได้ไหม เอ็มอยากมีเงินเป็นล้านๆ

สถานการณ์นี้ “อาม่า” ให้สัญญากับเอ็มตั้งแต่เอ็มยังเป็นเด็กนักเรียนว่าจะฝากเงินไว้ในบัญชีธนาคารให้เอ็มตลอดไป เป็นรางวัลที่เอ็มสอบได้ที่หนึ่ง มีเงื่อนไขที่เป็นวัจนกรรมการสัญญาเพราะผู้พูดตั้งใจที่จะปฏิบัติตามสิ่งที่ผู้พูดได้สัญญาไว้ ทั้งยังเป็นการสร้างข้อตกลงระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง “เอ็ม” ต้องการให้เกิดขึ้นและจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง ต่อมาเหตุการณ์ดำเนินไปตามสัญญา อาม่าฝากเงินไว้ให้เอ็มเกือบหลักล้านบาทจนกระทั่งอาม่าจากโลกนี้ไป

ตัวอย่างที่ 13
อาม่า: เดี๋ยวกูไปหาหมอเอง ไม่รบกวนเวลาพวกมึงหรอก
กู๋โส่ย: ไม่ ตอนแรกอั๊วก็อยากให้ม้าไปรักษากับหมอแหละ แต่คนอื่นเขาไม่เห็นด้วยไง
กู๋เคี้ยง: อะไร ทำไมมึงต้องพูดเหมือนมึงดูดีมากเลย มามึงก็ไม่ได้มา เงินมึงก็ไม่ได้ออก
กู๋โส่ย: อ้าว พูดเรื่องเงินอีกแล้วเฮีย
กู๋เคี้ยง: กูก็มาเท่าที่กูมาได้
ซิว: แล้วโส่ยกับกูไม่ได้ทำงานเหรอ
เรนโบว์: **โตขึ้นเรนโบว์จะไปเรียนหมอ มารักษาอาม่าเองค่ะ**

สถานการณ์นี้อาม่าบอกลูกหลานว่ารู้ว่าตนเองเป็นโรคมะเร็งและจะไปหาหมอเอง ไม่รบกวนเวลาใครการได้อยู่พร้อมหน้าทั้งครอบครัวเป็นเพียงเวลาเสี้ยวหนึ่งในชีวิตสำหรับอาม่า วันอาทิตย์ที่เป็นวันครอบครัว วันตรุษจีนหรือวันเช็งเม้งเท่านั้นเป็นเวลาที่อาม่าไม่เหงา แต่บทสนทนาที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์นี้แฝงไว้ด้วยความสุขเจือปนความน้อยใจของผู้สูงวัย “เรนโบว์” หลานสาวตัวเล็กเอ่ยกับอาม่าด้วยความไร้เดียงสาว่า “โตขึ้นเรนโบว์จะไปเรียนหมอ มารักษาอาม่าเองค่ะ” ซึ่งเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นในอนาคตสอดคล้องกับเงื่อนไขของวัจนกรรมการสัญญา ถ้อยคำดังกล่าวกระทบความรู้สึกของผู้ฟังก่อให้เกิดอารมณ์สะเทือนใจ ทั้งอาจจะตรงกับชีวิตจริงของคนในบริบทสังคมไทยที่เด็กๆ มีความใฝ่ฝันอยากเป็นหมอเพื่อจะได้รักษาพ่อแม่หรือญาติพี่น้อง

6.4 กลุ่มวัจนกรรมการกล่าวแสดงออก (expressive)

ประเภทการกล่าวแสดงออกปรากฏวัจนกรรม ได้แก่ วัจนกรรมการโต้แย้ง (argument) วัจนกรรมการขอบคุณ (thank) วัจนกรรมการเตือน (warn) วัจนกรรมการขอโทษ (apology) วัจนกรรมการตำหนิ (reproach) และวัจนกรรมการแสดงความไม่พอใจ (complaining)

6.4.1 วัจนกรรมการโต้แย้ง (argument) เซอร์ล (Searle, 1969) กล่าวถึงวัจนกรรมโต้แย้งว่าวัจนกรรมโต้แย้งต่างจากวัจนกรรมบอกเล่าเพราะผู้พูดมีความพยายามที่จะทำให้ผู้ฟังเชื่อ หรือสำนึกตามในสิ่งที่ผู้พูดพูด สามารถสรุปเงื่อนไขของวัจนกรรมโต้แย้งได้ดังนี้

6.4.1.1 เงื่อนไขเนื้อความ เนื้อความใดก็ได้ที่มีการกล่าวถึง

6.4.1.2 เงื่อนไขเบื้องต้น

1) ผู้พูดมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเรื่องที่พูด

2) ไม่มีอะไรที่แสดงให้เห็นชัดแจ้งทั้งผู้พูดและผู้ฟังว่าสิ่งที่ผู้ฟังพูดไปนั้นถูกต้องแน่นอนแล้ว

6.4.1.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดเชื่อในเรื่องที่พูดและไม่เห็นด้วยกับความคิดหรือการกระทำของผู้ฟัง

6.4.1.4 เงื่อนไขสาระสำคัญ ความพยายามที่จะเสนอความเห็นแย้งเพื่อให้ผู้ฟังเชื่อหรือเห็นด้วยกับผู้พูด

ตัวอย่างที่ 14

เอ็ม: มาดูนี่สิ ไม่มีใครเขียนถึงม่าสักคนน่ะ เอ็มว่ากู๋เคี้ยง เขาไม่ได้อยากให้ม่าไปอยู่บ้านเขาจริงๆ หรอก เขาก็แค่หว่านพืชหวังผลไปงั้นน่ะ

อาม่า: ก็อีมีครอบครัว ยังไงอีก็ต้องคิดถึงครอบครัวอีก่อน

เอ็ม: **อาม่าไม่ใช่ครอบครัวอีเหรอ**

บทสนทนานี้ตัวละคร “เอ็ม” ใช้รูปประโยคคำถาม “อาม่าไม่ใช่ครอบครัวอีเหรอ” ซึ่งความหมายพื้นฐานของรูปประโยคเป็นการถามที่ต้องการคำตอบ แต่รูปประโยคคำถามนี้ผู้พูดไม่ได้มีเจตนาจะถามเพื่อต้องการคำตอบตามเงื่อนไขของวัจนกรรมการถาม แต่ต้องการจะโต้แย้งผู้ฟัง สถานการณ์นี้ “เอ็ม” พูดถึง “กู๋เคี้ยง” และครอบครัวของกู๋เคี้ยงว่าไม่มีใครห่วงใยอาม่าจริงๆ แม้แต่เขียนคำอธิษฐานกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ยังไม่นึกถึงอาม่า หรือไม่ใส่ใจขอพรให้อาม่าหายป่วย การที่ชวนอาม่าไปอยู่บ้านด้วยเพียงเพราะหวังผลประโยชน์ ซึ่งอาม่าบอกกับเอ็มว่ากู๋เคี้ยงแยกไปสร้างครอบครัวแล้วย่อมห่วงใยภรรยาและลูก นึกถึงครอบครัวของตัวเองก่อน

ตัวอย่างที่ 15

เอ็ม: ทำไมถึงอยากได้ฮวงซุ้ยขนาดนั้นวะม่า

อาม่า: กูก็อยากได้ฮวงซุ้ยดีๆ อยู่ไง ลูกหลานก็จะได้เจริญ ใครมองมาก็จะได้ว่า เออ กตัญญูไง

เอ็ม: **ไร้สาระว่ะม่า โคตรไร้สาระเลย เอาจริง ๆ นะ เหล่ากงเหล่าม่าแม่งอยู่หลุมเล็ก ๆ ห่วย ๆ นะ ไอ้แปะนี่แม่งยังรวยได้เลย คนเราน่ะ ตายแล้วก็คือตายเว้ย สมองก็หยุดทำงาน ร่างอาม่าก็เน่าเปื่อยไม่อยู่ในดิน ก็ไปเป็นน้ำเน่า แม่งก็อยู่ที่ไหนก็ไม่รู้ ม่าไม่รู้ด้วยซ้ำว่าลูกหลานทำอะไรอยู่ รวยหรือจนอะไรอาม่าก็ไม่รู้หรอก**

อาม่า: แต่ถ้ากูตายไป แล้วมึงโปรยดอกไม้ชุ่ยๆ น่ะนะ กูน่ะ จะมาหลอกมึง

เอ็ม: มาเถอะ มาเลย ขอให้มาเถอะ เพราะเอาจริงๆ นะ **วันเช็งเม้งม่าไม่รู้ด้วยซ้ำว่าใครไป ใครไม่ไป กู๋เคี้ยงอาจจะจ้างคนไปไหว้แทน เอ็มก็คงเปิดกูเกิลสตรีทหาหลุม แล้วก็ยกมือไหว้แค่นั้นแหละ**

อาม่า: แต่ถ้ามีฮวงซุ้ยสวยๆ น่ะนะ พวกมึงก็คงอยากมาเจอกันบ้างละ

ตัวอย่างเป็นบทสนทนาระหว่าง “เอ็ม” กับ “อาม่า” ซึ่งเอ็มไม่เข้าใจว่าทำไมอาม่าถึงอยากจะได้ฮวงซุ้ยดีๆ ราคาแพง อาม่าเชื่อว่าฮวงซุ้ยที่ดีจะเป็นพลังช่วยส่งเสริมลูกหลานให้เจริญรุ่งเรือง ฮวงซุ้ยสวยๆ จะทำให้ลูกหลานอยากมารวมตัวกันเพื่อไหว้อัฐิบรรพบุรุษ ทั้งนี้ “เอ็ม” แสดงความคิดเห็นว่าสิ่งที่ “อาม่า” เชื่อนั้นไร้สาระและงมงาย จึงกล่าววัจนกรรมที่เป็นการโต้แย้งความคิดความเชื่อของอาม่าเรื่องเกี่ยวกับฮวงซุ้ยและเรื่องโลกหลังความตาย

ตัวอย่างที่ 16

พี่ชายอาม่า: **แต่เตี่ยกับม้าน่ะยกให้อั๊วแล้วไง ลื้อจำไม่ได้เหรอ** ลื้อก็นั่งฟังอยู่ด้วย

อาม่า: **แต่อั๊วก็เป็นคนเช็ดขี้เช็ดเยี่ยวให้พวกอีนะ ก็แล้วทำไมอั๊วไม่เคยได้อะไรเลยนะ** ตั้งแต่อั๊วเด็กๆ มาเนี่ย อั๊วก็ไม่เคยได้อะไร เตี่ยกับม้าน่ะ หาอะไรได้มา ก็ให้แต่เฮียคนเดียว **แล้วคนที่ดูแลอย่างอั๊วเนี่ยทำไมถึงไม่ได้อะไรบ้าง**

บทสนทนาของ “พี่ชายอาม่า” และ “อาม่า” แสดงให้เห็นถึงการใช้รูปประโยคคำถามโดยมีเจตนาโต้แย้ง โดยมีเงื่อนไขเกี่ยวกับความจริงใจคือผู้พูดเชื่อในเรื่องที่พูดและไม่เห็นด้วยกับความคิดหรือการกระทำของผู้ฟัง สะท้อนครอบครัวคนจีนยุคดั้งเดิมที่ลูกชายคนโตเป็นใหญ่ในบ้านมักจะได้รับมรดกจากพ่อแม่ ส่วนลูกสาวที่คอยดูแลปรนนิบัติพ่อแม่ยามเจ็บไข้ กลับเป็นผู้ที่ไม่ได้รับทรัพย์สินใดๆ ซึ่งดูไม่เป็นธรรมกับผู้หญิง วัจนกรรมโต้แย้งตามตัวอย่างจึงนำเสนอภาพความขัดแย้งของความสัมพันธ์พี่ชายน้องสาวในครอบครัวที่มีเชื้อสายจีนในสังคมไทย ซึ่งพบได้ในชีวิตจริง

6.4.2 วัจนกรรมการขอบคุณ (thank) ถ้อยคำที่จัดว่าเป็นวัจนกรรมการขอบคุณต้องเป็นไปตามเงื่อนไขวัจนกรรมต่อไปนี้

6.4.2.1 เงื่อนไขเนื้อความ การกระทำในอดีตของผู้ฟัง

6.4.2.2 เงื่อนไขเบื้องต้น การกระทำที่เกิดขึ้นเป็นประโยชน์ต่อผู้พูดและผู้พูดก็เชื่อว่าการกระทำนั้นเป็นประโยชน์ต่อตนเอง

6.4.2.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดรู้สึกขอบคุณ เป็นหนี้บุญคุณหรือซาบซึ้งในการกระทำนั้น

6.4.2.4 เงื่อนไขสาระสำคัญ การแสดงความรู้สึกขอบคุณหรือซาบซึ้ง

ตัวอย่างที่ 17

อาม่า: **กูโจ่ยเสี่ยมึงนะ**

เอ็ม: หลอกด่าอะไรเอ็มเปล่าเนี่ย

อาม่า: **กูบอกว่าขอบใจ** มึงนี่คนจีนภาษาไรวะ ฟังไม่ออกสักคำ

เอ็ม: คนจีนภาษาไทยไง

บทสนทนาระหว่าง “อาม่า” กับ “เอ็ม” ดังกล่าวเป็นช่วงเวลาดีๆ ระหว่างที่เอ็มอยู่ดูแลอาม่าที่กำลังป่วย การกระทำของหลานชายสร้างความประทับใจให้อาม่าเป็นอย่างมาก รูปประโยคบอกเล่า “กูโจ่ยเสี่ยมึงนะ” และ “กูบอกว่าขอบใจ” แสดงถึงวัจนกรรมการขอบคุณ เป็นไปตามเงื่อนไขเกี่ยวกับความจริงใจ ผู้พูดรู้สึกขอบคุณหรือซาบซึ้งในการกระทำนั้น บริบทนี้มีการปนภาษาระหว่างภาษาไทยกับภาษาจีนในระดับคำ ได้แก่ คำว่า “โจ่ยเสี่ย” เป็นคำในภาษาจีนแต้จิ๋วแปลว่า ขอบคุณ ขอบใจ ซึ่งเอ็มไม่เข้าใจความหมายของคำภาษาจีนเนื่องจากสื่อสารด้วยภาษาจีนไม่ได้

ตัวอย่างที่ 18

อาม่า: **เอ็งมาอยู่นี่ก็ดีนะ สนุกดี**

เอ็ม: (ยิ้ม) มาๆ เล่นต่อๆ ดีกว่า (เล่นไพ่)

การสนทนาข้างต้นพบว่ามีการใช้ประโยคบอกเล่าที่มีความหมายพื้นฐานเป็นการบอกกล่าวหรือแจ้งให้ผู้ฟังทราบ ได้แก่ “เอ็งมาอยู่นี่ก็ดีนะ สนุกดี” แต่บริบทนี้ผู้พูดมีเจตนาแสดงความรู้สึกขอบคุณหรือซาบซึ้งในการกระทำของผู้ฟัง เนื่องจากอาม่าอยู่อย่างโดดเดี่ยวมานานเมื่อหลานชายมาอยู่ด้วยก็ทำให้มีชีวิตชีวา ไม่เหงาเหมือนที่ผ่านมา

ตัวอย่างที่ 19

กู๋เคี้ยง: **เอ็ม กู๋ขอบใจมากนะที่ดูแลม่า** นี่คือค่าเหนื่อยที่เอ็มอุตส่าห์ดูแลม่ามาหลายเดือน

เอ็ม: ไม่เป็นไรกู๋ เอ็มไม่ได้อยากทำเพราะว่าอยากได้ค่าดูแล

บทสนทนาระหว่าง “กู๋เคี้ยง” กับ “เอ็ม” ปรากฏวัจนกรรมการขอบคุณ โดย “กู๋เคี้ยง” ลูกชายคนโตของอาม่ากล่าวขอบคุณที่หลานชายดูแลอาม่าที่ป่วยเป็นโรคมะเร็งและพาไปรักษาตัวที่โรงพยาบาลในช่วงเวลาหลายเดือน ต่างจากตนเองซึ่งเป็นลูกแต่กลับไม่มีเวลาทำหน้าที่ลูกที่ดี จึงอยากจะมอบเงินตอบแทนเอ็มและตั้งใจว่าจะรับอาม่าไปอยู่ที่บ้านด้วยกัน

6.4.3 วัจนกรรมการเตือน (warn) ถ้อยคำที่จัดว่าเป็นวัจนกรรมการเตือนต้องเป็นไปตามเงื่อนไขวัจนกรรมต่อไปนี้

6.4.3.1 เงื่อนไขเนื้อความ เป็นเหตุการณ์ในอนาคตหรือการแจ้งเหตุการณ์ในอนาคต

6.4.3.2 เงื่อนไขเบื้องต้น

1) ผู้พูดเชื่อว่าจะมีเหตุการณ์บางอย่างที่ทำให้ผู้ฟังเสียประโยชน์

2) ผู้พูดกับผู้ฟังต้องไม่ทราบว่าเหตุการณ์นั้นจะเกิดขึ้นจริงหรือไม่

6.4.3.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดเชื่อว่าผู้ฟังจะเสียประโยชน์จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

6.4.3.4 เงื่อนไขสาระสำคัญ ความพยายามที่จะทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าตนจะเสียประโยชน์จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

ตัวอย่างที่ 20

อาม่า: **มึงน่ะ ต้องอย่ากินของหมดอายุ ของค้างแบบกู มะเร็งน่ะ มันเป็นกรรมพันธุ์**

ชิว: อั๊วรู้ ลูกชายได้สมบัติ ลูกสาวได้มะเร็ง

บทสนทนาระหว่าง “อาม่า” กับ “ชิว” แม่ของเอ็มเป็นไปตามเงื่อนไขของวัจนกรรมการเตือน ประโยค “มึงน่ะ ต้องอย่ากินของหมดอายุ ของค้างแบบกู มะเร็งน่ะ มันเป็นกรรมพันธุ์” เป็นการกล่าวถึงเหตุการณ์ในอนาคตที่อาจเกิดขึ้นหรือไม่ก็ได้ ผู้พูดคือ “อาม่า” มีความเป็นห่วงลูกสาวที่มีความเสี่ยงเป็นโรคมะเร็ง เพราะโรคนี้สามารถถ่ายทอดทางพันธุกรรมได้และ “ชิว” มีพฤติกรรมชอบเก็บอาหารที่หมดอายุแล้วไว้ในตู้เย็น ไม่ยอมนำไปทิ้ง

6.4.4 วัจนกรรมการขอโทษ (apology) ถ้อยคำที่จัดว่าเป็นวัจนกรรมการขอโทษต้องเป็นไปตามเงื่อนไขวัจนกรรมต่อไปนี้

6.4.4.1 เงื่อนไขเนื้อความ การกระทำที่เกิดขึ้นในอดีตของผู้พูด

6.4.4.2 เงื่อนไขเบื้องต้น ผู้พูดเชื่อว่าการกระทำนั้นไม่เหมาะสมและกระทบต่อความรู้สึกของผู้ฟัง

6.4.4.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดรู้สึกเสียใจหรือสำนึกผิดอย่างแท้จริงต่อการกระทำที่มีต่อผู้ฟัง

6.4.4.4 เงื่อนไขสาระสำคัญ ความพยายามของผู้พูดที่จะแสดงความรู้สึกเสียใจหรือสำนึกผิดต่อผู้ฟัง

ตัวอย่างที่ 21

อาม่า: **กูขอโทษมึงนะ ที่ว่ามึงเป็นคนไม่ได้เรื่องบ่อย ๆ**

เอ็ม: ช่วงนี้ม่าก็ให้เอ็มเกาะกินไปก่อน ถ้าม่าหายแล้ว เอ็มค่อยไปแล้วกัน

ตัวอย่างบทสนทนาแสดงถึงวัจนกรรมการขอโทษ “อาม่า” กล่าวขอโทษ “เอ็ม” เพราะที่ผ่านมามักจะพูดว่าหลานชายเป็นคนไม่ได้เรื่อง จึงแสดงความรู้สึกผิดต่อเหตุการณ์ที่ได้กระทำซึ่งเป็นสาเหตุทำให้เอ็มรู้สึกไม่ดี ถ้อยคำของตัวละครสอดแทรกบทเรียนชีวิตช่วยให้เราเห็นความสำคัญของคนที่อยู่ข้างกายคือครอบครัว ซึ่งการกลับมาดูแลอาม่าในช่วงบั้นปลายทำให้เอ็มสามารถชนะใจอาม่าได้แม้ว่าความตั้งใจแรกของเอ็มคืออยากมาดูแลเพราะหวังสมบัติก็ตาม

ตัวอย่างที่ 22

เอ็ม: ช่วงนี้กู๋ก็หายตัวไปยาวๆ หน่อยก็แล้วกัน

กู๋โส่ย: **โทษทีว่ะเอ็ม** กู๋ฝากดูอาม่าด้วยนะ

บทสนทนาระหว่าง “เอ็ม” หลานชาย กับ “กู๋โส่ย” น้าชาย ปรากฏประโยคบอกเล่าที่มีเจตนาแสดงความรู้สึกผิด เป็นไปตามเงื่อนไขของวัจนกรรมการขอโทษ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้คือกู๋โส่ยแอบขโมยเงินที่อาม่าสะสมไว้จากการขายโจ๊กและได้นำเงินนั้นไปใช้หนี้ เอ็มหลานชายก็ตามหาตัวจนพบ กู๋โส่ยบอกกับเอ็มว่า “โทษทีว่ะเอ็ม” เป็นความพยายามของผู้พูดที่ต้องการบอกหรือกล่าวต่อผู้ฟังเกี่ยวกับพฤติกรรมหรือการกระทำที่ไม่ถูกต้อง ตลอดจนรู้สึกไม่ดีที่ขโมย ทั้งยังเป็นลูกที่ไม่สามารถเลี้ยงดูแม่ได้ดังนั้นจึงฝากให้หลานชายช่วยดูแลแทน

6.4.5 วัจนกรรมการตำหนิ (reproach) ถ้อยคำที่จัดว่าเป็นวัจนกรรมการตำหนิต้องเป็นไปตามเงื่อนไขวัจนกรรมต่อไปนี้

6.4.5.1 เงื่อนไขเนื้อความ เป็นการกระทำในอดีตของผู้ฟัง

6.4.5.2 เงื่อนไขเบื้องต้น ผู้พูดเชื่อว่าการกระทำนั้นไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสม

6.4.5.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดเชื่อว่าการกระทำของผู้ฟังเป็นการกระทำที่ไม่ถูกต้อง

6.4.5.4 เงื่อนไขจำเป็น ผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังตระหนักต่อการกระทำที่ไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสมของตน

ตัวอย่างที่ 23

อาม่า: **มึงโรยยังไงของมึงวะเนี่ย ฮะ โรยดี ๆ ไม่ได้เหรอ**

เอ็ม: โรยยังไงก็เหมือนกันน่ะม่า เหล่ากง เหล่าม่า เขาขึ้น cloud (เมฆ) ไปแล้ว

บทสนทนาข้างต้นผู้พูดใช้รูปประโยคคำถาม “มึงโรยยังไงของมึงวะเนี่ย ฮะ โรยดี ๆ ไม่ได้เหรอ” ซึ่งสถานการณ์นั้นผู้ฟังคือ “เอ็ม” กำลังโปรยกลีบดอกไม้บนฮวงซุ้ยของบรรพชนเนื่องในวันเช็งเม้ง ถือเป็นวันสำคัญของคนไทยเชื้อสายจีนที่มารวมตัวเพื่อไหว้สุสานของบรรพบุรุษอย่างพร้อมหน้าพร้อมตา ประโยคที่ “อาม่า” พูดกับ “เอ็ม” แสดงถึงวัจนกรรมการตำหนิกระทำของหลานชายเพราะอาม่าต้องการให้โรยดอกไม้ด้วยความเคารพ เพราะดอกไม้สดที่นำมาโรยนั้นเป็นสัญลักษณ์ของความรัก ความกตัญญูที่ลูกหลานมีต่อบรรพบุรุษ อย่างไรก็ตามผู้ฟังไม่ได้เอาใจในสิ่งที่กำลังทำ มีความทันสมัยตามแบบผู้ที่อยู่ในสังคมออนไลน์ มีค่านิยมหรือความเชื่อที่แตกต่างจากผู้พูด

6.4.6 วัจนกรรมการแสดงความไม่พอใจ (complaining) วัจนกรรมการแสดงความไม่พอใจจัดอยู่ในกลุ่มวัจนกรรมแสดงออก ผู้พูดแสดงภาวะเกี่ยวกับจิตใจ ถ้อยคำที่จัดว่าเป็นวัจนกรรมแสดงความไม่พอใจจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขวัจนกรรมต่อไปนี้

6.4.6.1 เงื่อนไขเนื้อความ การกระทำที่เกิดขึ้นในอดีตของผู้ฟัง

6.4.6.2 เงื่อนไขเบื้องต้น ผู้พูดเชื่อว่าการกระทำนั้นไม่ถูกต้อง ไม่เป็นไปตามที่ผู้พูดคาดหวังหรือต้องการ

6.4.6.3 เงื่อนไขความจริงใจ ผู้พูดรู้สึกไม่พอใจ น้อยใจ ไม่เข้าใจในสิ่งที่ผู้ฟังกระทำต่อตนเอง

6.4.6.4 เงื่อนไขจำเป็น ผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังปรับปรุงแก้ไขการกระทำที่ไม่เหมาะสม ไม่ถูกต้อง

ตัวอย่างที่ 24

เอ็ม: **ไหนม่าบอกคนดูแลต้องได้ไง**

อาม่า: กูไม่มีอะไรจะให้แล้ว มึงไม่ต้องมาดูแลกูแล้วละ

เอ็ม: **เอ็มดูแลอาม่าไม่ดีตรงไหน**

อาม่า: มึงน่ะดูแลดี ดีมากๆ ด้วย

เอ็ม: **ทำไมอาม่าไม่เห็นเอ็มเป็นที่หนึ่งล่ะ ม่ารักเอ็มเป็นที่เท่าไหร่ ม่าให้เอ็มเป็นที่เท่าไหร่กันแน่วะ หาตอบสิ ตอบดิวะม่า** อาม่าโง่ รักผิดคน

บทสนทนาในสถานการณ์ข้างต้นปรากฏวัจนกรรมแสดงความไม่พอใจ โดยหลานชายรู้สึกไม่พอใจและน้อยใจที่อาม่ายกบ้านให้แก่กู๋โส่ย ลูกชายคนเล็กซึ่งเป็นคนไม่เอาการเอางาน มีการใช้รูปประโยคคำถามแสดงกลวิธีทางภาษาแบบอ้อม แต่เจตนาของผู้พูดแตกต่างจากรูปภาษาที่ปรากฏ ได้แก่ “ไหนม่าบอกคนดูแลต้องได้ไง” “เอ็มดูแลอาม่าไม่ดีตรงไหน” “ทำไมอาม่าไม่เห็นเอ็มเป็นที่หนึ่งล่ะ” ซึ่งความเป็นจริงอาม่ารักเอ็มตั้งแต่เอ็มยังเป็นเด็กจนเติบโตเป็นหนุ่ม แต่เอ็มห่างเหินจากอาม่าไปตอนช่วงวัยรุ่น เขากลับมาดูแลอาม่าเพราะอยากได้มรดกคือบ้านอาม่าแต่ก่อเกิดเป็นความผูกพันขึ้น ท้ายที่สุดสิ่งที่เอ็มอยากได้มากกว่าบ้านคือความรักและหวังจะเป็นที่หนึ่งในใจของอาม่า

7. สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์บทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” ตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์ ผลการวิจัยปรากฏวัจนกรรม 12 ประเภท ดังนี้ 1) วัจนกรรมการบอกเล่า 2) วัจนกรรมการถาม 3) วัจนกรรมการสั่ง 4) วัจนกรรมการแนะนำ 5) วัจนกรรมการขอร้อง 6) วัจนกรรมการสัญญา 7) วัจนกรรมการโต้แย้ง 8) วัจนกรรมการขอบคุณ 9) วัจนกรรมการเตือน 10) วัจนกรรมการขอโทษ 11) วัจนกรรมการตำหนิ 12) วัจนกรรมการแสดงความไม่พอใจ เมื่อแบ่งกลุ่มลักษณะถ้อยคำตามที่เซอร์ล (Searle, 1969) จำแนกวัจนกรรมไว้พบว่ามี 4 กลุ่มใหญ่ ประกอบด้วย 1) การกล่าวความจริง เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดกล่าวถ้อยคำเพื่อสื่อสารความจริงบางประการ ปรากฏวัจนกรรม 1 ประเภท ได้แก่ วัจนกรรมการบอกเล่า 2) การกล่าวชี้นำ เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดพยายามชี้นำหรือกำหนดให้ผู้รับสารกระทำบางสิ่งบางอย่าง ปรากฏวัจนกรรม 4 ประเภท ได้แก่ วัจนกรรมการถาม วัจนกรรมการสั่ง วัจนกรรมการแนะนำและวัจนกรรมการขอร้อง 3) การกล่าวผูกพัน เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดกล่าวถ้อยคำที่แสดงการผูกมัดตนเองต่อการกระทำในอนาคต ปรากฏวัจนกรรม 1 ประเภท ได้แก่ วัจนกรรมการสัญญา 4) การกล่าวแสดงออก เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดกล่าวแสดงความรู้สึก อารมณ์หรือทัศนคติในใจของตนเองบางประการ ปรากฏวัจนกรรม 6 ประเภท ได้แก่ วัจนกรรมการโต้แย้ง วัจนกรรมการขอบคุณ วัจนกรรมการเตือน วัจนกรรมการขอโทษ วัจนกรรมการตำหนิและวัจนกรรมการแสดงความไม่พอใจ

การปรากฏวัจนกรรมทั้ง 12 ประเภทจากบทสนทนาของตัวละครในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการนำเสนอสารไปยังผู้ชมภาพยนตร์เรื่องนี้ให้เกิดอรรถรส แสดงการกระทำและสื่อเจตนาของผู้ส่งสารครบถ้วนทุกเหตุการณ์ ทำให้เห็นข้อมูลข้อเท็จจริงผ่านวัจนกรรมการบอกเล่า แสดงการอบรมสั่งสอนชี้แนะผ่านวัจนกรรมการถาม วัจนกรรมการสั่ง วัจนกรรมการแนะนำและวัจนกรรมการขอร้อง แสดงการขอให้ทำตามข้อตกลงผ่านวัจนกรรมสัญญา โดยพบมากที่สุดคือการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดของตัวละครผ่านวัจนกรรมต่างๆ ได้แก่ วัจนกรรมการโต้แย้ง วัจนกรรมการขอบคุณ วัจนกรรมการเตือน วัจนกรรมการขอโทษ วัจนกรรมการตำหนิและวัจนกรรมแสดงความไม่พอใจ เพราะต้องการให้ผู้ชมรับรู้ถึงอารมณ์และจิตใจของตัวละคร

บทสนทนาพบว่ามีการใช้กลวิธีทางภาษาแบบตรงไปตรงมามากกว่ากลวิธีทางภาษาแบบอ้อม เนื่องจากวิธีการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ที่ต้องการความสมจริง การกระทำหรือคำพูดของตัวละครไม่ได้แสดงออกแบบสลับซับซ้อน จึงไม่เน้นการตกแต่งถ้อยคำ เน้นการใช้ภาษาที่เรียบง่ายเพื่อแสดงออกว่าตัวละครมีความคิดเห็นและรู้สึกอย่างไรต่อเหตุการณ์ที่เผชิญ อย่างไรก็ตามบางสถานการณ์ปรากฏถ้อยคำซึ่งสามารถตีความเจตนาของ

ผู้พูดแตกต่างจากรูปภาษาที่ปรากฏ โดยจะต้องพิจารณาร่วมกับบริบทในขณะที่สนทนาร่วมด้วยจึงจะเข้าใจเจตนาที่แท้จริงของผู้ส่งสาร

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นชัดเจนว่าภาษาเป็นเครื่องตอบสนองความนึกคิดของมนุษย์ แสดงออกซึ่งเจตนาอย่างใดอย่างหนึ่ง บ่งบอกการกระทำ เชื่อมโยงกับบริบทสังคมและวัฒนธรรม การวิเคราะห์บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับวัจนกรรมที่ปรากฏในบทสนทนาของตัวละครจากภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” พบว่าถ้อยคำที่ตัวละครสื่อสารกันสะท้อนชีวิตจริงของผู้คนในสังคม ทำให้เห็นภาพความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว การแบ่งมรดก เทศกาลตรุษจีน วันเช็งเม้งหรือวันไหว้บรรพบุรุษ ความเชื่อเรื่องฮวงซุ้ย วัฒนธรรมจีนโบราณ การใช้ภาษาจีน ช่องว่างระหว่างวัยของผู้สูงอายุกับลูกหลาน ตลอดจนค่านิยมที่แตกต่างตามยุคสมัย

8. อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย สามารถอภิปรายผลการวิจัยใน 3 ประเด็น ดังนี้

8.1 การศึกษาวัจนกรรมที่ปรากฏในบทสนทนาของตัวละครจากภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” ตามแนวคิดของเซอร์ล (Searle, 1969) พบว่าวัจนกรรมแต่ละกลุ่มสื่อเจตนาของตัวละครซึ่งสัมพันธ์กับลำดับเหตุการณ์ของเรื่องและการพัฒนาความสัมพันธ์ของตัวละคร เช่น ในตอนต้นเป็นช่วงที่เรื่องดำเนินไปสู่สถานการณ์ต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับภูมิหลังของตัวละคร พบการใช้วัจนกรรม เช่น การบอกเล่า ซึ่งเป็นวัจนกรรมในกลุ่มการกล่าวความจริง มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอข้อมูลหรือบอกเล่าข้อเท็จจริงบางประการ ดังในตอนที่ซิวซึ่งเป็นแม่ของเอ็มเล่าถึงการเจ็บป่วยของอาม่าให้เอ็มฟัง ความว่า “อาม่าบอกหมอว่าอาม่าปวดท้องบ่อย ถ่ายปนเลือดด้วย หมอเขาก็ให้เช็กลำไส้ ผลตรวจมันออกเมื่อเช้านี้ อาม่าเป็นมะเร็งนะ ระยะสุดท้ายแล้ว หมอบอกว่าอยู่ได้อีกปีหนึ่ง” ผู้วิจัยพิจารณาว่าการใช้วัจนกรรมดังกล่าวสะท้อนเจตนาของซิวที่ต้องการให้ข้อมูลถึงที่มาของการป่วยของอาม่าซึ่งเป็นตัวละครที่มีบทบาทในการดำเนินเรื่อง การกล่าววัจนกรรมดังกล่าวทำให้เกิดการเชื่อมโยงสู่สถานการณ์สำคัญต่อไป คือ การที่ “เอ็ม” ซึ่งเป็นหลานเสนอตัวขอดูแลอาม่า

นอกจากนี้ เมื่อเหตุการณ์ดำเนินไปสู่ช่วงกลางเรื่องพบว่าเกิดปมปัญหาความขัดแย้งทางอารมณ์และความรู้สึกของตัวละคร พบว่ามีการใช้วัจนกรรมการโต้แย้งซึ่งเป็นวัจนกรรมในกลุ่มการกล่าวแสดงออก เพื่อสื่อสารเจตนาและอารมณ์ความรู้สึกของตัวละคร เช่น ตอนที่อาม่าและเอ็มสนทนาเรื่องฮวงซุ้ยและโลกหลังความตาย โดยอาม่ากล่าวกับเอ็มว่า “กูก็อยากได้ฮวงซุ้ยดี ๆ อยู่ไง ลูกหลานก็จะได้เจริญ ใครมองมาก็จะได้ว่า เออ กตัญญูไง” ในขณะที่เอ็มกลับมองว่าสิ่งที่ “อาม่า” เชื่อนั้นไร้สาระ จึงกล่าววัจนกรรมโต้แย้งความคิดความเชื่อของอาม่าว่า “ไร้สาระว่ะม่า โคตรไร้สาระเลย เอาจริง ๆ คนเรานะ ตายแล้วก็คือตายเว้ย สมองก็หยุดทำงาน ร่างอาม่าก็เน่า ไม่อยู่ในดิน ก็ไปเป็นน้ำเน่า แม่งก็อยู่ที่ไหนก็ไม่รู้ ม่าไม่รู้ด้วยซ้ำว่าลูกหลานทำอะไรอยู่ รวยหรือจนอะไรอาม่าก็ไม่รู้หรอก” การใช้วัจนกรรมดังกล่าวเพื่อนำเสนอให้เห็นความขัดแย้งทางความคิดและอารมณ์ของตัวละคร ก่อนจะพัฒนาไปสู่ช่วงท้ายเรื่องซึ่งเป็นช่วงของการคลายปมปัญหาความขัดแย้ง โดยตัวละครเกิดความรัก ความเข้าใจและเหตุการณ์ดำเนินไปจนจบ พบการใช้วัจนกรรม เช่น การขอบคุณและขอโทษ ซึ่งเป็นวัจนกรรมในกลุ่มการกล่าวแสดงออกสื่อสารในบทสนทนา เช่น ตอนที่อาม่ากล่าวขอบคุณเอ็มที่ช่วยดูแลตนเองขณะที่ป่วยและอยู่ระหว่างการรักษาโรคมะเร็งลำไส้ ดังข้อความที่ว่า “กูโจ่ยเสี่ยมึงนะ” และ “กูบอกว่าขอบใจ” การใช้วัจนกรรมดังกล่าว สะท้อนเจตนาของอาม่าที่เกิดความรู้สึกขอบคุณและซาบซึ้งในการกระทำของเอ็มที่ดูแลตนเองและในตอนที่อาม่า รู้สึกผิดที่ตนเคยตำหนิเอ็มว่า

เป็นหลานที่ไม่ได้เรื่อง จึงกล่าวขอโทษเอ็ม ดังข้อความที่ว่า “ขอโทษมึงนะ ที่ว่ามึงเป็นคนไม่ได้เรื่องบ่อยๆ” การใช้วัจนกรรมดังกล่าวสะท้อนเจตนาของอาม่าที่เกิดความรู้สึกผิดต่อเหตุการณ์ที่เคยพูดต่อว่าให้เอ็มรู้สึกไม่ดี จึงกล่าวขอโทษถึงการกระทำที่ผ่านมา

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” มีการเรียงลำดับวัจนกรรมที่สัมพันธ์กับการดำเนินเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงลำดับของเหตุการณ์ที่สัมพันธ์กับเจตนา พฤติกรรม ความคิด อารมณ์และความสัมพันธ์ของตัวละคร ดังเห็นได้จากตอนต้นเรื่องพบว่าตัวละครมีการใช้วัจนกรรมการบอกเล่าเพื่อสื่อสารข้อมูลหรือความจริงบางประการเพื่อเชื่อมโยงสู่เหตุการณ์สำคัญในเรื่อง รวมถึงช่วงกลางเรื่องเริ่มดำเนินสู่ปมหรือความขัดแย้งจึงปรากฏวัจนกรรมการโต้แย้งและเมื่อปัญหาของเรื่องเริ่มคลี่คลายจึงปรากฏการใช้วัจนกรรมในกลุ่มแสดงความรู้สึก เช่น การขอบคุณหรือการขอโทษ ทำให้เนื้อเรื่องในภาพยนตร์มีความเป็นเหตุเป็นผลและน่าติดตาม

8.2 จากการศึกษาพบวัจนกรรมในกลุ่มการกล่าวความจริง การกล่าวชี้นำ การกล่าวผูกพันและการกล่าวแสดงออกสื่อสารในภาพยนตร์ วัจนกรรมแต่ละกลุ่มปรากฏวัจนกรรมย่อยที่สื่อเจตนาของตัวละคร 12 ประเภท ได้แก่ การถาม การบอกเล่า การสั่ง การโต้แย้ง การขอร้อง การขอบคุณ การแนะนำ การเตือน การสัญญา การขอโทษ การตำหนิและการแสดงความไม่พอใจ วัจนกรรมเหล่านี้สะท้อนเจตนา ความคิด อารมณ์ความรู้สึกของตัวละคร สอดคล้องกับที่เซอร์ล (Searle, 1969) อธิบายว่าวัจนกรรมเป็นการกล่าวถ้อยคำที่สามารถสะท้อนทัศนคติ มุมมอง อารมณ์จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เช่น การใช้วัจนกรรมสัญญา กล่าวคือตอนที่เอ็มยังเป็นเด็ก อาม่าสัญญาว่าจะฝากเงินเข้าบัญชีธนาคารให้เอ็มทั้งปี เพราะเอ็มสอบได้ที่ 1 ความว่า “เดี๋ยวจะไปฝากเงินให้ มึงสอบได้ที่หนึ่งไงม่าจะฝากให้ทั้งปีเลย” การใช้วัจนกรรมเตือน ดังในเหตุการณ์ตอนที่อาม่าเตือนซิวเรื่องอันตรายจากการกินอาหารหมดอายุ ความว่า “มึงน่ะ ต้องอย่ากินของหมดอายุ ของค้างแบบกู มะเร็งน่ะ มันเป็นกรรมพันธุ์” สะท้อนให้เห็นความรักและความปรารถนาดีของอาม่าที่มีต่อเอ็มและซิว การใช้วัจนกรรมการตำหนิพบในเหตุการณ์ตอนที่เอ็มโรยดอกไม้บนฮวงซุ้ยของบรรพชนในวันเช็งเม้ง อาม่าได้กล่าวถ้อยคำที่สื่อวัจนกรรมการตำหนิการกระทำของเอ็ม ความว่า “มึงโรยยังไงของมึงวะเนี่ย ฮะ โรยดีๆ ไม่ได้เหรอ” ทั้งนี้เนื่องจากอาม่าสังเกตว่าเอ็มมีท่าทีที่ขาดความเคารพบรรพบุรุษขณะโรยดอกไม้ จึงกล่าววัจนกรรมตำหนิเพราะต้องการให้เอ็มแสดงออกอย่างเหมาะสม หรือการใช้วัจนกรรมโต้แย้งระหว่างอาม่ากับพี่ชายอาม่าเรื่องมรดก ดังตัวอย่าง

พี่ชายอาม่า: **แต่เตี่ยกับม้าน่ะยกให้อั๊วแล้วไง ลื้อจำไม่ได้เหรอ** ลื้อก็นั่งฟังอยู่ด้วย

อาม่า: **แต่อั๊วก็เป็นคนเช็ดขี้เช็ดเยี่ยวให้พวกอึนะ ก็แล้วทำไมอั๊วไม่เคยได้อะไรเลยนะ** ตั้งแต่อั๊วเด็กๆ มาเนี่ย อั๊วก็ไม่เคยได้อะไร เตี่ยกับม้าน่ะ หาอะไรได้มา ก็ให้แต่เฮียคนเดียว **แล้วคนที่ดูแลอย่างอั๊วเนี่ยทำไมถึงไม่ได้อะไรบ้าง**

จากตัวอย่างข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าผู้สื่อสารมีความคิดเห็นไม่ตรงกัน จึงกล่าววัจนกรรมการโต้แย้งด้วยประโยคคำถาม ซึ่งเป็นประโยคที่ใช้เพื่อโต้แย้งหรือแสดงเหตุผล เพื่อแย้งความคิดผู้สื่อสารอีกฝ่าย เห็นได้จากอาม่าซึ่งไม่เห็นด้วยที่พี่ชายจะได้รับมรดกจากเตี่ยและม้าเพียงผู้เดียว ทั้งที่ตนเองเป็นคนดูแลเตี่ยกับม้ามาตลอด เห็นได้ว่าวัจนกรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่องนี้นอกจากสะท้อนเจตนา อารมณ์ ความคิดของตัวละครแล้ว วัจนกรรมยังอาจเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยเพิ่มจุดเด่นของภาพยนตร์หลายมิติ อาทิ การพัฒนาและการสร้างตัวละคร ความขัดแย้งและการดำเนินเรื่อง

8.3 จากการวิจัยพบว่าภาพยนตร์ไทยเรื่อง “หลานม่า” นำเสนอให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงค่านิยมในสังคมไทยสมัยใหม่ในประเด็นผู้ใหญ่กล่าวขอโทษผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ซึ่งแต่เดิมสังคมไทยให้ความสำคัญกับการแสดงออกทางความคิดและพฤติกรรมของผู้ใหญ่ ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าต้องเชื่อฟังและเคารพ แต่ภาพยนตร์นำเสนอมุมมองที่เปลี่ยนไปโดยนำเสนอให้เห็นว่าผู้ใหญ่สามารถกระทำผิดพลาดและขอโทษผู้ที่มีอายุน้อยกว่าได้ ดังตัวละครอาม่า ซึ่งเคยตำหนิและมองเอ็มในเชิงลบว่าเป็นหลานที่ไม่เอาไหน แต่เมื่อเอ็มได้มาดูแลอาม่า ทำให้อาม่าเกิดความประทับใจ และรู้สึกผิดต่อเอ็ม จึงได้กล่าววัจนกรรมขอโทษเอ็ม เพื่อสื่อเจตนาให้เอ็มรับรู้ถึงความผิดพลาด ความเสียใจและขออภัยกับสิ่งที่เคยกระทำ นอกจากนี้ภาพยนตร์ยังนำเสนอการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ที่มีอายุน้อยกว่าที่ปฏิบัติต่อผู้ใหญ่ในด้านลบ โดยกล่าวโต้แย้งผู้ใหญ่ด้วยถ้อยคำสื่อความหมายในแง่ลบ ไม่สุภาพและรุนแรง ดังตอนที่อาม่าบอกเอ็มว่าเมื่อตนตายไปอยากให้ลูกหลานสร้างฮวงซุ้ยดีๆ ให้ แต่เอ็มกล่าววัจนกรรมโต้แย้งโดยแสดงความคิดเห็นเพื่อโต้แย้งความคิดและความเชื่อของอาม่าด้วยถ้อยคำที่ไม่ให้เกียรติกับผู้ที่มีอายุสูงกว่า ความว่า “ไร้สาระว่ะม่า โคตรไร้สาระเลย เอาจริงๆ นะ เหล่ากงเหล่าม่าแม่งอยู่หลุมเล็กๆ ห่วยๆ นะ ไอ้แปะนี่แม่งยังรวยได้เลย คนเรานะ ตายแล้วก็คือตายเว้ย สมองก็หยุดทำงาน ร่างอาม่าก็เนี่ย ไม่อยู่ในดิน ก็ไปเป็นน้ำเนี่ย แม่งก็อยู่ที่ไหนก็ไม่รู้ ม่าไม่รู้ด้วยซ้ำว่าลูกหลานทำอะไรอยู่ รวยหรือจนอะไรอาม่าก็ไม่รู้หรอก” นอกจากนี้ ยังพบการใช้วัจนกรรมการแสดงความไม่พอใจในเหตุการณ์ตอนที่เอ็มรู้สึกไม่พอใจที่อาม่ายกบ้านให้กู๋โส่ย ทั้งที่ตนเป็นคนดูแลอาม่า แต่ในขณะที่กู๋โส่ยซึ่งเป็นลูกชายคนสุดท้ายของอาม่าไม่เคยมาเยี่ยมหรือดูแลอาม่า จึงกล่าวแสดงความไม่พอใจด้วยคำที่ไม่สุภาพต่ออาม่าซึ่งอาวุโสกว่า ความว่า

เอ็ม: **เอ็มดูแลอาม่าไม่ดีตรงไหน**

อาม่า: มึงน่ะดูแลดี ดีมากๆ ด้วย

เอ็ม: **ทำไมอาม่าไม่เห็นเอ็มเป็นที่หนึ่งล่ะ ม่ารักเอ็มเป็นที่เท่าไหร่ ม่าให้เอ็มเป็นที่เท่าไหร่กันแน่วะ หา ตอบสิ ตอบดิวะม่า อาม่าโง่ รักผิดคน**

ประเด็นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นการปรับเปลี่ยนวิธีคิดและมุมมองเชิงวัฒนธรรมที่นำเสนอผ่านบทสนทนาของตัวละคร ผู้วิจัยพิจารณาว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสัมพันธ์กับค่านิยมในสังคมไทยที่เปลี่ยนไป โดยให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนและความเสมอภาคที่มีมุมมองว่าความเคารพและให้เกียรติต้องเกิดจากความเข้าใจและเคารพซึ่งกันและกัน ไม่ใช่อายุเฉกเช่นในอดีต รวมถึงระบบการศึกษาไทยในปัจจุบันที่มีการจัดการศึกษาให้เด็กมีการคิดเชิงวิพากษ์เพื่อหาเหตุผล ข้อพิสูจน์ ข้อโต้แย้งมากขึ้น (สถาบันการเรียนรู้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2567) รวมทั้งการอบรมเลี้ยงดูที่ส่งเสริมการแสดงออกทางความคิดและพฤติกรรมได้อย่างอิสระจึงอาจส่งผลต่อทัศนคติ ตลอดจนการแสดงออกเชิงพฤติกรรมและการใช้ภาษาที่ปฏิบัติต่อผู้ใหญ่เปลี่ยนไป ดังสะท้อนให้เห็นจากวัจนกรรมของตัวละครในภาพยนตร์เรื่องนี้

รายการอ้างอิง

กฤษดาวรรณ หงศ์ลดารมภ์, และธีรนุช โชคสุวณิช. (2551). *วัจนปฏิบัติศาสตร์*. โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จอมขวัญ สุทธินนท์, ประเทือง ทินรัตน์, และสิริวรรณ นันทจันทูล. (2560). ประเภทของวัจนกรรมการประชดประชันในนวนิยายชายรักชาย. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่, 9*(1), 21-39.

ณัฐธนีย์ ลิ้มวัฒนาพันธ์. (2567, 4 เมษายน). *หลานม่า: ความเหงา ระยะห่างและเวลาที่แปรผันตามความสุขของคนที่เรารัก.* https://www.thepeople.co/thought/hard-opinions/53283

ทักษิณ ทุนเกิด, อภิชัย ไพโรจน์, ปริยากรณ์ ชูแก้ว, และอลิสา คุ่มเคี่ยม. (2564). วัจนกรรมในถ้อยคำการจีบจากซีรีส์วาย เรื่องเพราะเราคู่กัน. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 17*(2), 217-246.

นภัทร อังกูรสินธนา. (2551). *การเปรียบเทียบวัจนกรรมอ้อมในบทสนทนาในนวนิยายไทยต่างสมัย: ตามแนววัจนปฏิบัติศาสตร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประยุทธ จิตราช. (2567). วัจนกรรมการแสดงความรู้สึกที่ปรากฏในเรื่องอิเหนา: ตอนศึกกะหมังกุหนิง. *วิวิธวรรณสาร, 8*(1), 147-167.

สถาบันการเรียนรู้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. (2567, 6 เมษายน). *การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical thinking).* https://li.kmutt.ac.th/learning-design-to-develop-critical-thinking-skills/knowledge

สุจริตลักษณ์ ดีผดุง. (2552). *วัจนปฏิบัติศาสตร์เบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุธาสินี สิทธิเกษร. (2544). วัจนปฏิบัติศาสตร์กับการตีความวัจนกรรมโดยอนุมานจากมุมมองของผู้ฟัง. *วรรณวิทัศน์*, *1*(1), 30-39.

Austin, J. L. (1962). *How to do thing with words*. Oxford University Press.

Levinson, S. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press.

Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

English as a Lingua Franca in the Linguistic Landscape of Lop Buri's Tourist Attractions

Received: 2 September 2025
Revised: 16 October 2025
Accepted: 26 December 2025

Pichitra Iamsamai*

Research Article

Abstract

This study investigates English as a lingua franca in the linguistic landscape (LL) of tourist attractions in Lop Buri Province, Thailand. Using a mixed-methods approach, 211 signs from 24 sites were analyzed across historical, natural, recreational, and transportation settings. The findings show that most signs primarily serve informative functions, while symbolic, commercial, and mythological signs appear less frequently, reflecting English's practical orientation in local tourism communication. Translation strategies predominantly follow duplicating patterns, with limited use of fragmentary, overlapping, and complementary approaches. English is employed both as a prestige language and as a lingua franca for intercultural communication. However, variation in transliteration, spelling, and phrasing reveals local adaptation and a lack of standardization. This study addresses the gap in LL research beyond metropolitan areas by examining a semi-urban heritage site and considering how English functions as a lingua franca within a multilingual and culturally rich context. This study not only provides insights into Lop Buri's linguistic landscape but also contributes to broader debates on English as a lingua franca in tourism contexts.

Keywords

English as a lingua franca; linguistic landscape; tourism in Lop Buri; English signage

* Lecturer, English Department, Faculty of Humanities and Social Science, Thepsatri Rajabhat University, e-mail: pichitra.p@lawasri.tru.ac.th

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

ภาษาอังกฤษในฐานะภาษากลางในภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี

Received: 2 September 2025
Revised: 16 October 2025
Accepted: 26 December 2025

พิจิตรา เอี่ยมสมัย*

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งสำรวจภาษาอังกฤษในฐานะภาษากลางในภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรีโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยวิเคราะห์ป้ายจำนวน 211 ป้ายซึ่งเป็นป้ายที่มีภาษาอังกฤษปรากฏ โดยรวบรวมข้อมูลจาก 24 สถานที่ซึ่งครอบคลุม 4 ประเภท ได้แก่ สถานที่ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการคมนาคมขนส่ง ผลการวิจัยพบว่าป้ายส่วนใหญ่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเป็นหลัก ในขณะที่ป้ายที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ เชิงพาณิชย์และเชิงตำนานปรากฏน้อยกว่า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเน้นการใช้งานจริงของภาษาอังกฤษในการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น กลยุทธ์การแปลส่วนใหญ่เป็นไปตามรูปแบบการทำซ้ำ โดยมีการใช้แนวทางแบบแยกส่วน ทับซ้อนและเสริมเติมกันอย่างจำกัด ภาษาอังกฤษถูกใช้ทั้งในฐานะภาษาที่มีเกียรติและเป็นภาษากลางสำหรับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างในการถอดเสียง การสะกดคำ และการใช้สำนวนต่างๆ แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวตามท้องถิ่นและการขาดมาตรฐาน งานวิจัยนี้จะเติมเต็มช่องว่างในการวิจัยภาษาศาสตร์นอกเมืองใหญ่โดยการศึกษาแหล่งมรดกกึ่งเมืองและพิจารณาว่าภาษาอังกฤษทำหน้าที่เป็นภาษากลางในบริบทที่มีความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมอย่างไร การศึกษาครั้งนี้ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับภูมิทัศน์ทางภาษาของลพบุรีเท่านั้น แต่ยังช่วยสนับสนุนประเด็นที่กล่าวถึงในวงกว้างเกี่ยวกับภาษาอังกฤษในฐานะภาษากลางในบริบทการท่องเที่ยวอีกด้วย

คำสำคัญ

ภาษาอังกฤษในฐานะภาษากลาง; ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์; การท่องเที่ยวลพบุรี; ป้ายภาษาอังกฤษ

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ติดต่อได้ที่: pichitra.p@lawasri.tru.ac.th

1. Introduction

English has become a lingua franca of global tourism, facilitating communication between people of diverse linguistic backgrounds. However, its role within Thailand's semi-urban linguistic landscape, particularly in heritage-rich yet mid-sized cities like Lop Buri, remains underexplored. As English continues to dominate global tourism discourse, understanding how it functions in local public signage offers crucial insight into both linguistic accessibility and cultural representation in tourist communication.

The concept of Linguistic Landscape (LL), defined by Landry & Bourhis (1997) as the visible language displayed on public signs, provides a window into multilingual practices and sociocultural dynamics in public spaces. Subsequent studies (Gorter, 2006; Shohamy & Gorter, 2009) emphasize LL's dual role as both an informative and symbolic medium, reflecting local identity and broader global influences.

In the tourism context, public signage serves not just as guidance but also as a means of constructing narratives around place and identity. Clear and culturally appropriate English use enhances visitor satisfaction and fosters intercultural understanding, whereas errors or awkward translations may create confusion and damage the destination's image (Huebner, 2006; Backhaus, 2007; Puzey, 2016). In Thailand, linguistic landscape (LL) research has primarily concentrated on Bangkok, other major urban centers, and border regions, focusing on issues such as language policy, code-mixing, translation accuracy, and the visibility of English in public signage (Huebner, 2006; Pathanasin, 2025; Potisuwan et al., 2020; Siwina & Prasithrathsint, 2020; Savski, 2024). These studies have highlighted how English often symbolizes modernization, globalization, and access to international tourism. However, the English as a lingua franca (ELF) dimension, which examines how English is used as a functional and adaptive medium of communication among non-native speakers rather than as a marker of native proficiency, has received limited attention in Thai LL research.

In this regard, Lop Buri**,** a province renowned for its historical landmarks, cultural heritage, and symbolic association with monkeys, offers a valuable yet underexplored case. Despite its regional importance as a cultural tourism destination, Lop Buri remains linguistically and academically underrepresented in LL literature. Examining its public signage through an ELF lens provides new insight into how English mediates intelligibility, accessibility, and cultural expression in Thailand's semi-urban tourism contexts.

Accordingly, this study aims to analyze the functional categories of public signs in Lop Buri's tourist attractions to understand their communicative purposes, examine the multilingual strategies employed to facilitate understanding among local and international audiences, and investigate the linguistic features of English appearing on these signs to reveal how English operates as a lingua franca that promotes intelligibility and intercultural communication within a semi-urban tourism context.

Through this integrated approach, the study contributes to both linguistic landscape and English as a lingua franca by linking micro-level language practices to broader questions of tourism communication and policy. It also aligns with the objectives of the Lop Buri Province Development Plan (2023-2027), as outlined by the Lop Buri Provincial Office (2023), which emphasizes sustainable tourism and cultural revitalization.

2. Literature Review

2.1 Linguistic Landscape in Tourism Contexts

Landry & Bourhis (1997) introduced the concept of the linguistic landscape (LL) as “the language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings,” representing the visible language presence of a territory. Further academic advancements have considerably broadened this definition. Gorter (2006) distinguished between informative functions, which aid communication, and symbolic functions, which convey identity and power. Shohamy & Gorter (2009) linked LL to language policy, suggesting that public signs act as informal language planning that may support or resist official policies. Reh (2004) classified multilingual signs as duplicating, fragmentary, overlapping, or complementary, revealing language hierarchies and sociocultural meanings. Methodologically, LL studies often employ mixed-methods designs, combining quantitative analysis of sign types with qualitative interpretation of functions and meanings (Backhaus, 2007; Shohamy & Gorter, 2009). Commonly identified functions include informational, symbolic, and commercial (Ben-Rafael et al., 2006; Cenoz & Gorter, 2009; Kelly-Holmes, 2005; Piller, 2003). Hicks (2002) added the mythological function, referring to signs that evoke traditional stories or folklore, reinforcing shared cultural identity. Through this multidimensional framework, LL research reveals how public signage reflects linguistic diversity, social structure, and cultural expression.

In tourism contexts, LL functions as a key communicative interface between local communities and international visitors. Public signage shapes how destinations are imagined, experienced, and accessed, projecting messages about modernity, hospitality, and cultural identity (Jaworski & Thurlow, 2010). Across Asia, multilingual signage is commonly used to balance global accessibility with local representation. In Japan, English is increasingly incorporated to signal internationalization (Lo Cigno, 2021; Nishijima, 2024), whereas in Singapore, English dominates official signs while other regional languages help appeal to diverse tourists (Teo & Cacciafoco, 2023). Similar dynamics occur in China, where multilingual signs blend English, Mandarin, and local scripts to promote heritage tourism while reinforcing cultural pride (Lu et al., 2020).

In Thailand, LL studies similarly highlight the interplay between multilingualism, cultural representation, and tourism-driven globalization. Huebner (2006) identified a shift from Chinese to English as the primary lingua franca in Bangkok, marking English as a symbol of prestige and modernity. Gu & Bhatt (2024) further demonstrated multilingual coexistence in Soi Arab, where Arabic, English, and Thai serve both commercial and religious tourism purposes. In Chiang Mai, code-mixing between Thai and English is commonly used to attract visitors (Yanhong & Rungrung, 2013), while the inclusion of Lanna script reinforces local identity and cultural heritage (Thongtong, 2016). Studies in southern and coastal areas have identified hybrid “Tinglish” forms and English-dominant signage shaped by tourism and global mobility (Vivas-Peraza, 2020; Bennui, 2024; Low, 2022). At heritage sites such as Ayutthaya and Sukhothai, bilingual English-Thai signs foster glocalization by linking local traditions with international communication (Kosashunhanan, 2024; Methitam & Channuan, 2024).

Collectively, LL research in tourism underscores how signage simultaneously communicates essential information and represents cultural identity. These insights form the foundation for examining multilingual signage in Lop Buri’s tourist attractions, where language choices reveal how local contexts engage with global tourism.

2.2 The Role of English in Thailand from an English as a Lingua Franca (ELF) Perspective

The increasing presence of English in multilingual public spaces aligns with the concept of English as a lingua franca (ELF), understood as a flexible, adaptive form of English used by speakers with diverse linguistic backgrounds (Jenkins, 2015; Seidlhofer, 2011). Within the linguistic landscape (LL), English signage often embodies this communicative function rather than conforming to native-speaker norms. Many signs display localized linguistic features, such as simplified grammar, creative or non-standard phrasing, direct translations, and Thai–English code-mixing, that reflect practical communication needs and cultural blending (Cogo & Dewey, 2012). These adaptations can enhance intelligibility for international audiences while maintaining local identity. However, inappropriate lexical choices or pragmatic errors may lead to misunderstandings (Taguchi & Ishihara, 2018).

Building on this perspective, recent research on the presence of ELF within linguistic landscapes across specific regions and communities has gained momentum, reflecting the growing influence of globalization and English’s pivotal role in international tourism, communication, and commerce (Magdaléna & Ingrida, 2019; Rhekhalilit & Huebner, 2024). Such studies underscore how the LL serves as a dynamic site for observing real-world ELF practices, where English functions as both a communicative tool and a symbol of global interconnectedness.

In the Thai context, English has long held symbolic value as an indicator of modernity and internationalization, yet its communicative effectiveness varies across regions. While existing LL studies have primarily examined urban centers, semi-urban tourism locations remain underexplored. Applying

an ELF perspective to Thailand's LL enables a deeper understanding of how English functions not only as a prestige language but also as a tool for meaning-making and visitor orientation. This study addresses this gap by analyzing English signage in Lop Buri's tourist attractions, focusing on how linguistic features such as accuracy, clarity, pragmatic appropriateness, and local adaptations support or hinder intelligibility for international visitors. Through this lens, the study demonstrates how English, as a lingua franca, mediates global–local interaction within Thailand's semi-urban tourism landscape.

3. Research Methodology

3.1 Research Objective

This study employs a mixed-methods approach combining quantitative and qualitative analysis. The study aims to 1) analyze the functional categories of public signs in Lop Buri's tourist attractions to understand their communicative purposes. 2) examine the multilingual strategies used on public signs to facilitate communication among local and international audiences. 3) investigate the linguistic features of English appearing on public signs to determine how English functions as a lingua franca in promoting intelligibility and intercultural communication within a semi-urban tourism context.

3.2 Research Questions

To achieve the objectives, this study addresses the following research questions that explore the functions, multilingual strategies, and linguistic features of English in Lop Buri's tourist signage.

1. What are the functions of public signs in the linguistic landscape of Lop Buri's tourist attractions?

2. How do public signs employ multilingual writing strategies to facilitate understanding among local and international audiences?

3. What English linguistic features are used on public signs, and how do they reflect their role as a lingua franca in achieving intelligibility and appropriateness?

3.4 Data Collection and Analytical Framework

Data were collected from public signs containing English text displayed at selected tourist attractions in Lop Buri Province between December 2024 and January 2025. The study employed purposive sampling to ensure the relevance and representativeness of signs used in real tourist communication contexts. Using purposive sampling, both government and private sector locations were selected by two main criteria: 1) official recommendations from the Tourism Authority of Thailand (TAT)

website, which lists Lop Buri's key tourist destinations, and 2) visitor popularity, determined by the total number of domestic and international tourists reported for each site. The selected sites were categorized into four types: historical and cultural, natural, recreational, and transportation hubs, following Yanhong & Rungrung's (2013) framework to ensure broad contextual coverage. A mobile phone was used to capture images of public signs in both indoor and outdoor settings. Only signs containing English text were included for analysis, as these directly reflect English as a lingua franca in tourism communication. In contrast, duplicates (identical messages in different sizes or formats), damaged signs, and brand-specific store names were excluded. Store signs were excluded because they primarily function as brand identifiers rather than communicative or informational tools, and thus fall outside the analytical focus on public communication. While this exclusion slightly limits the generalization of findings to the broader commercial landscape, it strengthens the study's focus on functional and public English use intended for general tourist audiences. At last, a total of 211 signs were analyzed.

This study employed a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative analyses to examine language use in public signage. The quantitative data were systematically classified into functional categories to identify their communicative purposes in tourist contexts. Qualitatively, the study examines multilingual strategies and the linguistic features of English on public signs to understand how English functions as a lingua franca, promoting intelligibility and intercultural communication in a semi-urban tourism setting. To ensure validity and reliability, two experts in applied linguistics were consulted to evaluate the coding scheme, classification framework, and the consistency of interpretation. As a Thai native researcher with experience in the sociolinguistic fieldwork, the author remained aware of potential bias, particularly in interpreting the symbolic and mythological functions of signage, and sought to mitigate it through systematic coding procedures and expert validation.

The LL sign analysis form was adapted from Backhaus (2007), distinguishing between official and non-official signs following Ben-Rafael et al.'s (2006) classification. Functional analysis drew from Landry & Bourhis (1997) and Hicks (2002) to identify informative, symbolic, commercial, and mythological purposes. For multilingual signage, Reh's (2004) framework was applied to interpret translation strategies and the distribution of meaning across Thai and English. In duplicating signs, Thai and English convey identical content, whereas fragmentary signs translate only selected segments, with English serving as a partial supplement to Thai. Overlapping signs contain both shared and language-specific information, and complementary signs distribute different but coordinated content across languages such that complete understanding requires reading both versions. These categories help clarify how multilingual practices shape accessibility and communicative intent within Lop Buri's tourism landscape.

To examine how English functions as a lingua franca, the study analyzed linguistic features grounded in ELF principles outlined by Seidlhofer (2011) and Jenkins (2015). The analysis considered lexical patterns such as word choice, literal translations, and locally innovated expressions common in ELF communication. Grammatical features and pragmatic appropriateness were also examined to evaluate

whether expressions were contextually suitable for international audiences. Finally, overall intelligibility was assessed to determine how effectively signs conveyed meaning to diverse non-native speakers. Together, these dimensions illuminate how English is adapted in real-world signage to promote clarity, accessibility, and intercultural communication, reflecting its practical role as a lingua franca in semi-urban tourism settings.

4. Findings

To address the research question, the functions of signs were categorized into four distinct types: informative, symbolic, mythological, and commercial, as illustrated in Table 1.

Table 1

LL functions by signs performed in Lop Buri tourist attractions

Function	Number	Percent
informative	188	89.10
symbolic	11	5.22
mythological	2	0.95
commercial	10	4.73
Total	**211**	**100**

Table 1 shows that most signs in Lop Buri's tourist destinations serve an informative function, providing practical details such as directions, place names, and visitor instructions. In contrast, only a small number reflect symbolic, commercial, or mythological functions. Overall, the linguistic landscape emphasizes practical communication over symbolic or promotional representation. To interpret this dominance of the informative function, it is necessary to consider the displayed language of the signs. The majority of signage is bilingual (Thai-English), accounting for 205 signs (97.15%), while only six signs (2.85%) are multilingual and none are monolingual English. This bilingual pattern aligns with Landry and Bourhis's (1997) concept of ethnolinguistic vitality, in which Thai retains symbolic and communicative authority, and English fulfills an instrumental role for international visitors. This displayed language directly supports the prevalence of informative signs: Thai conveys detailed local information, while English ensures accessibility for non-Thai speakers.



Figure 1. Sample of informative function sign



Figure 2. Sample of symbolic function sign

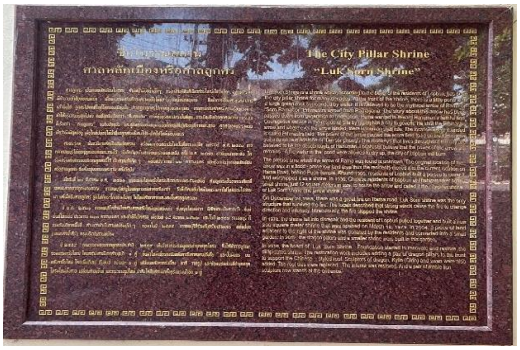


Figure 3. Sample of mythological function sign



Figure 4. Sample of commercial function sign

From Figure 1, this sign serves an informative function, providing practical location-based directions. It informs visitors where feeding monkeys is permitted. Figure 2, in contrast, is not intended as a directional marker, as a place name sign is already present nearby. Instead, this sign emphasizes Lop Buri's regional identity through carefully selected imagery. It serves a symbolic function, reflecting the community's local identity, cultural status, and power, rather than providing practical information. Monkeys symbolize the city's association with Phra Prang Sam Yod, where macaques are both tourist attractions and cultural icons. Sunflowers represent Lop Buri's natural beauty and agricultural significance, and brick patterns evoke the province's architectural heritage, reminiscent of ancient Khmer ruins. Figure 3 exemplifies the mythological function, conveying a cultural narrative that intertwines history, belief, and memory. This function is identified through the sign's intent to share local legends and beliefs, as seen in the recounting of the Luk Sorn Shrine legend featuring Hanuman from the *Ramayana*, which embeds the site within a spiritual and historical context. Finally, Figure 4 exemplifies a commercial function, using persuasive language such as "ลดสูงสุด 60%" (up to 60% off), "รับฟรีคูปอง" (get free coupons), and "แบ่งจ่าย 0%" (0% installment). A key component of LL's commercial function is consumer behavior, which is influenced by various factors. Overall, to clearly distinguish each function, it is necessary to consider the sign's purpose, content, designer's intent, and visual composition.

Table 2 shows the prevalence of these translation strategies across 211 signs at attractions in Lop Buri.

Table 2

The translation strategies

Translation	Number	Percent
Duplicating	131	62.08
Fragmentary	59	27.97
Overlapping	16	7.58
Complementary	5	2.37
Total	**211**	**100**

Table 2 summarizes the translation strategies found in the 211 signs. Although the analysis of translation strategies was conducted qualitatively to explore how meaning is distributed across languages, a quantitative overview is included here to contextualize the patterns observed. These strategies follow Reh's (2004) framework, including duplicating, fragmentary, overlapping, and complementary translations. At Lop Buri tourist attractions, the most frequently employed multilingual strategy is duplication (Figure 7), accounting for 62.08% of the signs. For example, the Thai text *เปิด วันพุธ-อาทิตย์ เวลา ๐๘.๓๐-๑๖.๓๐ น. ปิด วันจันทร์-อังคาร และวันหยุดนักขัตฤกษ์* is directly mirrored in English as *"Open Wednesday-Sunday, 08:30-16:30; Closed Monday-Tuesday and national holidays."* In this strategy, the English text fully reproduces the Thai text's informational content, ensuring maximum clarity and ease of comprehension for both local and international audiences. The second most common strategy is fragmentary translation (Figure 8), which appears on 27.97% of the signs. Thai text shows ทางขึ้น-ลง สำหรับคนพิการ *(Ramp/ Access Way for Persons with Disabilities),* which is rendered in English simply as *"Disabled Way."* Here, only part of the original meaning is transferred, resulting in a reduced and less precise message in English. Overlapping translation (Figure 9) is less frequently used, occurring on 7.58% of the signs. In this case, some elements of the message are shared across languages but are not completely duplicated. For instance, the Thai warning *โปรดระวังลิง!!! แกะ จิก ทำลายสิ่งของยานพาหนะ (Beware of monkeys!!! They may tear, peck, or damage belongings or vehicles)*, while the English text provides "Beware of the monkeys attacking your belongings or vehicles. The least common strategy is complementary translation (Figure 10), found on only 2.37% of the signs. An example is the Thai phrase *นิทรรศการ เรียนรู้วานรเข้าใจมนุษย์ (Exhibition: Learning about primates to understand humans)*, which is paired with the English title *"Primates and Me."* In this strategy, distinct pieces of information appear in each language and jointly construct the overall meaning when read together.

Overall, the strong dominance of duplication suggests an English as a Lingua Franca (ELF) orientation, in which communicative effectiveness, clarity, and accessibility for international visitors are prioritized over linguistic variation or creative translation strategies.



Figure 7: Sample of duplicating sign



Figure 8: Sample of fragmentary sign



Figure 9: Sample of overlapping sign



Figure 10: Sample of complementary sign

5. English linguistic features observed in Lop Buri tourist attractions

To address the final research question, this section analyzes the English linguistic features found in the linguistic landscape (LL) of Lop Buri's tourist attractions. The analysis draws on core principles of English as a Lingua Franca (ELF), in which English is used primarily as a communicative tool among speakers with diverse linguistic backgrounds. In ELF contexts, language use typically prioritizes intelligibility, communicative efficiency, and adaptability over adherence to native-speaker norms (Jenkins, 2015; Seidlhofer, 2011). The following subsections explain how these principles inform the analytical framework used here. The findings are organized into two thematic categories.

5.1 English as a Prestige Language

In many global tourism settings, English carries symbolic value associated with modernity, technological advancement, and internationalization, often referred to as the prestige function of English (Phillipson, 2013; Piller, 2003). In Lop Buri, this prestige manifests through linguistic choices such as acronyms and loanwords, which not only serve communicative purposes but also index alignment with global norms.

Acronyms, formed from the initial letters of multi-word phrases, appear prominently in transportation signage. For example, the sign "SRT DRIVE THRU TICKET" uses "SRT" to represent the State Railway of Thailand, while "TTS" stands for Train Tracking System. These acronyms serve not

only to enhance functional efficiency but also to reflect the institutional and technological modernity associated with English use.

Loanwords, English terms incorporated into Thai signage without translation, also underscore the prestige status and practical communicative value. These words retain their original form and meaning, signaling global alignment. For instance, “QR CODE”, derived from “Quick Response Code,” appears as a widely recognized digital term. Similarly, the word “PROMOTION” is commonly used in commercial signage to refer to sales or special offers, favored for its conciseness and appeal to both Thai and international audiences. These lexical items possess global recognizability, enabling rapid semantic processing and functioning as shared communicative resources in ELF contexts, while also signaling prestige through their association with modernity and international connectivity. Overall, the use of acronyms and loanwords in Lop Buri’s signage demonstrates how English functions as a lingua franca, enhancing intelligibility, projecting modernity, and increasing global accessibility, thereby reinforcing its symbolic and communicative role in the local tourism landscape.

5.2 Accessibility vs. Accuracy

One prominent strategy used in Lop Buri’s place-name signage is transliteration, especially in tourist areas where it balances cultural preservation with international accessibility. For example, the sign for “Wat Phrasri Rattana Mahathat” demonstrates a typical Romanization of the Thai name “วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ,” where “Wat” signifies a temple and syllable clusters are segmented for phonetic approximation. Transliteration retains cultural nuances while enabling cross-linguistic intelligibility, an essential feature of English as a Lingua Franca. (Yuan & Hou, 2024).

This transliteration practice reflects Reh’s (2004) duplicating strategy, where equivalent content is presented for different audiences, Thai readers, and foreign visitors. However, in specific tourist destinations, transliterated place names are used inconsistently with various spellings. For instance, signs for “Prang Sam Yod” also appear as “Pra Prang Sam Yod,” reflecting uncertainty about including honorific prefixes. Similarly, variations like “Thale Chup Son Palace” and “Phra Tamnak Tale Choobsorn” illustrate spelling inconsistency. However, such inconsistency illustrates flexible adaptation to local pronunciation and orthographic interpretation, where meaning remains generally intelligible to international visitors.

Beyond transliteration, signs also exhibit lexical and grammatical variation. There are a few signs in several tourist attractions with misspelled English lexicon, such as “Phra kal Shrine” written as “Prakarn shrie”, “Ambassador House” written as “Ameassdor House” , and “Extinguisher at Robinson Department Store written as “Extingu sher”. At Phra Thinang Yen, “the official residence” is written as “offical”. Also, incorrect word separations appear at Pasakjolasit Dam, “Spillway”, which is written as “Spill way”. However, from an ELF perspective, it shows that writers often rely on flexible, approximate forms to convey meaning, prioritizing intelligibility over perfect accuracy (Seidlhofer, 2011; Cogo & Dewey, 2012). In this

sense, misspellings represent the negotiation of meaning, where writers draw on available linguistic resources, such as phonological similarity, shared orthographic patterns, and contextual cues, to ensure that international readers can still recognize the intended word. Even in non-standard forms, it retains enough visual and phonetic resemblance to its standard equivalents to remain comprehensible. Thus, when viewed from an ELF standpoint rather than a deficit model, these variations reflect adaptive and functional meaning-making practices that support successful communication in multilingual tourism contexts.

A pattern of compartmentalized bilingualism is also observed, where Thai and English perform distinct communicative roles. English is often limited to taxonomic functions, such as naming or scientific classification, while Thai provides the informational content (e.g., animal behavior, habitat, and cultural explanations). This reflects Reh's (2004) concept of complementary multilingual writing and aligns with Scollon & Scollon's (2003) notion of geosemiotic layering, in which the dominant language carries the communicative load for local audiences. However, English serves as an accessible lingua franca.

Moreover, unnatural or non-idiomatic phrasing further limits the effectiveness of English signage. For instance, "Plastic Spoon Fork" would be more appropriately phrased as "Plastic Spoons and Forks" or "Plastic Cutlery." Similarly, "Animals Prohibited" is understandable but less natural than standard expressions like "No Pets Allowed." Other phrases, such as "Plastic Box" (instead of "Plastic Food Container"), "Plastic Bulb" (intended to mean "Plastic Straw"), and "Alcohol Drink" (more naturally "Alcoholic Beverages"), illustrate literal translations that lack cultural appropriateness and idiomatic clarity. While these expressions deviate from native-speaker norms, ELF research shows that simplified, literal, and semantically transparent forms can enhance international comprehensibility**,** especially among non-native English users who may not be familiar with idiomatic expressions (Seidlhofer, 2011; Jenkins, 2015). Such phrasing relies on basic vocabulary and direct lexical mapping**,** which reduces ambiguity and cognitive load for multilingual audiences.

Overall, English use in Lop Buri's signage reveals a shift from accuracy-oriented norms toward intelligibility, adaptability, and inclusivity, key principles in ELF communication. Rather than being viewed as linguistic errors, these variations may represent local strategies for achieving adequate cross-cultural understanding in a multilingual tourism environment.

6. Discussion

This section discusses the findings in relation to broader sociolinguistic, policy, and ELF-related issues, examining how English functions within Lop Buri's linguistic landscape in terms of global tourism, local identity construction, and multilingual signage management.

6.1 Functions of Public Signs

The dominance of informative signs in Lop Buri's linguistic landscape reflects a cost-effective, policy-oriented approach to signage in a semi-urban heritage destination, where intelligibility and practicality outweigh promotional goals. As Lop Buri attracts mainly domestic and regional tourists, English is primarily used to support orientation, safety, and accessibility rather than commercial persuasion. This contrasts with highly commercialized destinations such as Pattaya or Koh Lipe, where English signage is often designed to attract international visitors and stimulate consumption (Bennui, 2024; Prasert & Zilli, 2019).

Nevertheless, the smaller presence of symbolic and mythological signs indicates an awareness of the cultural and semiotic value of public signage. Symbols such as monkeys or sunflowers reinforce Lop Buri's identity as the "Monkey City," contributing to place branding and local distinctiveness (Gorter, 2006; Scollon & Scollon, 2003). Similarly, mythological references at sites like Luk Sorn Shrine embed cultural narratives and spiritual meanings within the tourist landscape (Hicks, 2002).

Overall, while English in Lop Buri's LL serves predominantly informative and practical functions, its selective integration with symbolic and mythological elements reflects a balance between intelligibility, functionality, and local identity, distinguishing it from more commercialized tourist landscapes.

6.2 Translation Strategies in a Semi-Urban ELF Context

The dominance of duplicating translations must be interpreted not only as a preference for clarity but also as a reflection of institutional practices, translation capacity, and tourism policy orientation. While duplicating supports accessibility, it also signals limited adaptation of English to audience needs, suggesting that sign producers prioritize direct equivalence rather than nuanced or context-specific translation. This finding resonates with research in other Thai contexts (Yanhong & Rungrung, 2013), showing that literal translation reflects both resource constraints and low translation expertise rather than deliberate multilingual strategy.

The less frequent use of overlapping and complementary translations indicates a degree of strategic multilingualism in which English visibility is balanced with Thai cultural authenticity. This hybrid practice reflects an ongoing negotiation between global communicative norms and local linguistic identity, a characteristic of English use in emerging semi-urban ELF contexts (Cogo, 2012; Seidlhofer, 2011). However, the limited use suggests that such complex multilingual practices require linguistic awareness that is not yet systematically supported, highlighting the need for more straightforward guidelines and training for signage producers to avoid reduced intelligibility or unintended distortion of cultural meaning.

6.3 English Linguistic Features on Public Signs

The English linguistic features observed in Lop Buri's signage such as transliteration variation, acronyms, loanwords, and simplified or unconventional phrasing demonstrate how English functions as a flexible and adaptive resource within a multilingual environment. Transliteration practices, for example, *Wat Phrasri Rattana Mahathat*, reflect efforts to preserve cultural identity while enhancing international accessibility. However, variations such as *Prang Sam Yod* and *Pra Prang Sam Yod* reveal the lack of standardized Romanization and inconsistent translation practices among local authorities (Thongtong, 2016; Methitam & Channuan, 2024). While such variability is common in ELF contexts (Backhaus, 2007), it also points to policy gaps in signage management and the absence of unified linguistic guidelines.

The use of acronyms and loanwords further illustrates English's dual role as both a symbolic and communicative resource. These forms signal modernity and technological connectedness (Vivas-Peraza, 2020; Yanhong & Rungrung, 2013) while facilitating intelligibility through globally recognizable terms, aligning with ELF's emphasis on efficiency and shared meaning rather than native-speaker norms. Similarly, the bilingual layering of Thai and English reflects Reh's (2004) complementary multilingual writing, in which English provides orientation and global reach, while Thai conveys cultural depth, reinforcing Lop Buri's locally grounded yet internationally accessible identity.

Non-idiomatic phrasing observed in the signage likely results from limited translation resources and weak inter-agency coordination rather than intentional linguistic choices. From an ELF perspective, such forms should not be viewed simply as errors but as outcomes of resource-driven variability, where communicative sufficiency takes precedence over linguistic accuracy. Addressing these issues requires coordinated policy measures, including standardized transliteration systems, translator training, and adequate funding for public signage.

Beyond written text, Lop Buri's linguistic landscape also draws on multimodal resources, such as images, colors, and layout, to enhance meaning-making (Cipria & O'Rourke, 2024; Kress, 2009). Visual symbols such as monkeys, sunflowers, and historical temples interact with English text to construct local identity and brand Lop Buri as the "Monkey City" and a heritage destination. From a multimodal discourse perspective (Kress & Van Leeuwen, 2006; Scollon & Scollon, 2003), these visual elements compensate for linguistic limitations by enhancing intelligibility and reinforcing meaning, thereby supporting an ELF-oriented focus on communicative effectiveness.

Overall, English use in Lop Buri's signage highlights both the adaptability and institutional challenges of ELF communication in semi-urban tourism contexts. Strengthening policy frameworks for translation quality and linguistic consistency would enhance not only intelligibility but also the professional image and cultural value of Thailand's tourism landscape.

7. Implications

This study carries important implications across three key areas: Policy and Administration, Tourism and Place Branding, and Education.

1.Policy and Administration

Local authorities should establish clear governmental guidelines for multilingual signage that promote standardized transliteration, accurate translation, and consistent visual design to ensure clarity and professionalism. Implementing an ISO-based transliteration system would enhance uniformity and international readability. In addition, training programs for local signmakers, tourism officers, and business owners should be provided to strengthen translation competence and cross-cultural communication awareness, ensuring that English use aligns with both ELF principles and Thailand's tourism development goals.

2. Tourism and Place Branding

Integrating more symbolic and mythological elements into signage can strengthen place identity and enhance the visitor experience. Visual symbols tied to local culture can turn signage into a tool for emotional engagement and storytelling.

3. Education

Public signage offers rich material for language learning, translation practice, and local studies. Incorporating real-world examples into classrooms can foster critical awareness of language use and deepen students' connection to local culture.

Ultimately, enhancing the quality, consistency, and cultural relevance of multilingual signage in Lop Buri can support inclusive tourism development, foster intercultural understanding, and contribute to the region's long-term socio-economic and educational objectives.

8. Limitations

This study has several limitations that should be acknowledged. Firstly, the data collection was conducted in a specific place and during a particular period, which may not reflect the broader or evolving linguistic landscape in other locations at different times in Lop Buri Province. Secondly, the study is based solely on observations of public signs, without incorporating interviews or perspectives from stakeholders, including tourists, residents, local authorities, or business owners. As a result, it does not capture the intentions behind the signage or how these signs are perceived and interpreted by various audiences. Moreover, the research does not distinguish between top-down and bottom-up signage, which could provide deeper insights into the power dynamics and social roles embedded in the linguistic landscape.

9. Conclusion

This study examined English use in the linguistic landscape of Lop Buri's tourist attractions to understand how English functions as a lingua franca in a semi-urban heritage context. The findings reveal that English is employed primarily for practical and informative purposes, with bilingual Thai-English signage facilitating accessibility and visitor orientation. The predominance of duplicating translation strategies reflects an institutional emphasis on intelligibility and cost-effective communication. In contrast, the limited use of overlapping and complementary strategies indicates emerging yet uneven multilingual practices.

From an English as a Lingua Franca (ELF) perspective, linguistic features such as transliteration variation, acronyms, loanwords, non-standard spellings, and non-idiomatic phrasing should not be viewed as deficiencies but as adaptive meaning-making practices shaped by local resources and communicative needs. These features highlight how English is locally negotiated to prioritize intelligibility over native-speaker norms.

This study extends linguistic landscape and ELF research to semi-urban heritage destinations, moving beyond metropolitan, highly commercialized tourist hubs. This underscores the need for clearer transliteration standards, improved translation practices, and stronger inter-agency coordination in public signage management. Overall, Lop Buri's linguistic landscape illustrates how English, as a lingua franca, operates practically within local limits while contributing to the construction of place identity in Thailand's evolving tourism landscape.

References

Backhaus, P. (2007). *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Multilingual Matters.

Bennui, P. (2024). English in the linguistic landscape of Koh Lipe, Satun, Thailand: Lexis and glocalization. *Indonesian Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics*, *9*(2), 239-265.

Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Amara, M. H., & Trumper-Hecht, N. (2006). Linguistic landscape as a symbolic construction of the public space: The case of Israel. *International Journal of Multilingualism, 3*(1), 7-30. https://doi.org/10.1080/14790710608668383

Cenoz, J., & Gorter, D. (2009). Language economy and linguistic landscape. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery* (pp. 55-69). Routledge.

Cipria, A. & O'Rourke, E. (2024). Multimodal analysis of the Spainish linguistic landscape in Alabama. *Languages, 9*(264), 1-31. https://doi.org/10.3390/languages9080264

Cogo, A., & Dewey, M. (2012). *Analysing English as a lingua franca*. Bloomsbury Publishing.

Gorter, D. (2006). Introduction: The study of the linguistic landscape as a new approach to multilingualism. *International Journal of Multilingualism, 3*(1), 1-6.

Gu, J. C., & Bhatt, I. (2024). 'Little Arabia'on Buddhist lan20d: Exploring the linguistic landscape of Bangkok's 'Soi Arab' enclave. *Open Linguistics*, *10*(1), 1-24. https://doi.org/10.1515/opli-2024-0018

Hicks, D. (2002). Scotlands linguistic landscape: The lack of policy and planning with Scotland´s place-names and signage. *World Congress on Language Policies, Barcelona*. http://www.linguapax.org/wp-content/upload/2015/09/CMPL2002_T2_Hicks.pdf

Huebner, T. (2006). Bangkok's linguistic landscapes: Environmental print, code-mixing, and language change. *International Journal of Multilingualism, 3*(1), 31-51.

Jaworski, A., & Thurlow, C. (Eds.). (2010). *Semiotic landscapes: Language, image, space*. A&C Black.

Jenkins, J. (2015). *Global Englishes: A resource book for students* (3rd ed.). Routledge.

Kelly-Holmes, H. (2005). *Advertising as multilingual communication*. Palgrave Macmillan.

Kosashunhanan, K. (2024). Glocalizing across the sacred place: Exploring linguistic landscape of Wat MahaThat, Ayutthaya, Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, *14*(3), 1-17.

Kress, G. (2009). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203970034/multimodality-gunther-kress

Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.

Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, *16*(1), 23-49.

Lo Cigno, S. (2021). *What wrong signage says about Japanese multilingualism: A new approach to the study of the linguistic landscape in Japan* [Doctoral dissertation]. Kyoto University.

Lop Buri Provincial Office. (2023). *Lop Buri province development plan 2023-2027*. Provincial Administration Office.

Low, P. (2022). The linguistic landscape and prospects of a seaside destination in the East of Thailand. *Journal of Language Teaching and Research*, *13*(5), 965-973. https://doi.org/10.17507/jltr.1305.08

Lu, S., Li, G., & Xu, M. (2020). The linguistic landscape in rural destinations: A case study of Hongcun village in China. *Tourism management*, *77*(1), 104005. https://doi.org/ 10.1016/j.tourman.2019.104005

Magdaléna, B., & Ingrida, V. (2019). Tourist notices in the spotlight of linguistic landscape and translation studies. *Russian Journal of Linguistics*, *23*(3), 681-697. https://doi.org/10.22363/2312-9182-2019-23-3-681-697

Methitham, P., & Channuan, P. (2024). A linguistic landscape analysis of Sukhothai historical park. *Pasaa Paritat Journal*, *39*, 103-121. https://doi.org/10.58837/CHULA.PPJ.39.6

Nishijima, Y. (2024). *Tourism for a sustainable future? A sociolinguistic analysis of public signs in Japan* [Doctoral dissertation]. Kanazawa University.

Pathanasin, S. (2025). A study of the linguistic landscape on Phuket island: Identity, tourism and policy. *rEFLections*, *32*(1), 213-233.

Phillipson, R. (2013). *Linguistic imperialism continued*. Routledge.

Piller, I. (2003). Advertising as a site of language contact. *Annual Review of Applied Linguistics, 23*, 170-183.

Potisuwan, S., Methitham, P., & Rungrueng, A. (2020). *Exploring the role of English in shaping the linguistic landscape: A case study of the metropolitan area of Chiang Mai, Thailand*. http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/1525

Prasert, K., & Zilli, P. J. (2019). *A linguistic landscape analysis of Pattaya, Thailand's sin city. Discourse and Interaction, 12*(1)*,* 75-95.

Puzey, G. (2016). Linguistic landscapes. In O. García, N. Flores, & M. Spotti (Eds.), *The Oxford handbook of language and society* (pp. 395-411). Oxford University Press.

Reh, M. (2004). Multilingual writing: A reader-oriented tpology - with examples from Lira municipality (Uganda). *International Journal of the Sociology of Language*, (170), 1-41. https://doi.org/10.1515/ijsl.2004.2004.170.1

Rhekhalilit, K., & Huebner, T. (2024). *English in Southeast Asian linguistic landscapes*. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780192855282.013.41

Savski, K. (2024). Language policy from textuality to (re) entextualization: Expanding the toolkit for discursive analyses. *Language Policy*, *23*(1), 53-73.

Scollon, R., & Scollon, S. W. (2003). *Discourses in place: Language in the material world*. Routledge.

Seidlhofer, B. (2011). Conceptualizing 'English'for a multilingual Europe. In *English in Europe today* (pp. 133-146). John Benjamins Publishing Company.

Shohamy, E., & Gorter, D. (Eds.). (2009). *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. Routledge.

Siwina, P., & Prasithrathsint, A. (2020). Multilingual landscapes on Thailand's borders. *Journal of Mekong Societies*, *16*(1), 112-131.

Taguchi, N., & Ishihara, N. (2018). The pragmatics of English as a lingua franca: Research and pedagogy in the era of globalization. *Annual Review of Applied Linguistics*, *38*, 80-101.

Teo, B. Y., & Cacciafoco, F. P. (2023). The language of tourism: Linguistic landscape of tourist attractions in Singapore. *Review of Historical Geography and Toponomastics, XVII*(33-34), 65-114.

Thongtong, T. (2016). A linguistic landscape study of signage on Nimmanhemin road, a Lanna Chiang Mai chill-out street. *MANUSYA: Journal of Humanities*, *19*(3), 72-87. https://doi.org/10.1163/26659077-01903006

Vivas-Peraza, A. C. (2020). *English in the linguistic landscape of Thailand: A case study of public signs in Hat Yai. Language Value, 13*(1), 23-57.

Yanhong, M., & Rungruang, A. (2013). Chiang Mai's linguistic landscapes in the tourist attraction areas: A study on the English language use on signs. *The Golden Teak: Humanity and Social Science Journal*, *19*(2), 59-70.

Yuan, M., & Hou, S. (2024). Negotiating meaning and identity through translation in the linguistic landscape in Shantou: Addressing post-multilingualism challenges in a postcolonial Chinese city. *International Journal of Multilingualism*, *21*, 1868-1886. https://doi.org/10.1080/14790718.2023.2238002

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

Non-Standard English Grammatical Features Used by Thai Streamers and English Language Teachers' Perceptions of Their Usage*

Received: 10 April 2025
Revised: 25 June 2025
Accepted: 16 July 2025

Lattavat Kantaulis**
Phnita Chatranonth***
Patsriyanyong Sungroong****

Research Article

Abstract

In recent years, streamers have increasingly gained popularity among teenagers. Some streamers have also emerged as influential "language teachers" by using English as an international language, while at the same time exposing their viewers to non-standard forms of the language. This study investigates non-standard English grammatical features used by Thai online game streamers and explores English language university teachers' perceptions of non-standard features. Seidlhofer's lexicogrammatical framework was used to analyze the speech of four Thai game streamers. The findings indicated that omitting articles (65.3%) and dropping third-person present tense markers (20.1%) were the most common grammatical deviations among the four Thai streamers. The interview results from eight English university teachers revealed that while most English language teachers prioritized fluency over accuracy, they emphasized that the acceptability of non-standard English usage depends on the context. Overall, the findings suggest a pedagogical shift toward a more flexible approach to English instruction that balances communicative effectiveness with grammatical accuracy, depending on the context.

Keywords

non-standard English; English as an international language (EIL); Thai streamers; English language teachers' perceptions

---

* This paper is a part of the author's thesis entitled "Non-Standard English Grammatical Features Used by Thai Streamers and English Language Teachers' Perceptions of Their Usage"

** Master's degree student, English for International Communication Program, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: lattavat.ka@ku.th

*** Assistant Professor, Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: phnita.k@ku.th

**** Instructor, Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: patsriyanyong.s@ku.th

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

Received: 10 April 2025
Revised: 25 June 2025
Accepted: 16 July 2025

การใช้ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่มีลักษณะไม่ตรงตามมาตรฐานในหมู่สตรีมเมอร์ชาวไทยและมุมมองของผู้สอนภาษาอังกฤษ*

ลัทธวัฒน์ คันธอุลิส**
พณิตา ฉัตรานนท์***
ภัทร์ศรียรรยงค์ สังข์รุ่ง****

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สตรีมเมอร์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในหมู่วัยรุ่น สตรีมเมอร์จึงเริ่มมีบทบาทเป็นเสมือน “ครูสอนภาษา” ที่มีอิทธิพลต่อผู้เรียน ซึ่งสตรีมเมอร์บางคนใช้ภาษาอังกฤษในฐานะภาษานานาชาติทำให้ผู้ชมของพวกเขาได้รับรู้รูปแบบของภาษาที่มีความไม่เป็นมาตรฐาน งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่ไม่ตรงตามมาตรฐานของสตรีมเมอร์ชาวไทยและสำรวจมุมมองของอาจารย์ผู้สอนภาษาอังกฤษในระดับอุดมศึกษาที่มีต่อการใช้ภาษาอังกฤษที่อาจไม่เป็นไปตามมาตรฐาน โดยใช้หลักทฤษฎีของไซด์ลโฮเฟอร์ (Seidlhofer) ในการวิเคราะห์การพูดของสตรีมเมอร์ชาวไทย 4 คน ผลการวิเคราะห์พบว่าลักษณะทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่ไม่ตรงตามมาตรฐานที่พบบ่อยในหมู่สตรีมเมอร์ชาวไทย คือ การละคำนำหน้านาม (65.3%) และการไม่ใส่ตัวบ่งชี้ความเป็นเอกพจน์ของประธานบุรุษที่สาม (20.1%) ในส่วนของการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้สอนภาษาอังกฤษทั้ง 8 คนเกี่ยวกับมุมมองที่มีต่อการใช้ภาษาอังกฤษที่ไม่ตรงตามมาตรฐานนั้น พบว่า อาจารย์ส่วนใหญ่เน้นความคล่องทางภาษามากกว่าความถูกต้องทางภาษา นอกจากนี้ยังพบว่าบริบททางภาษาเป็นตัวกำหนดว่าไวยากรณ์ที่ไม่ตรงตามมาตรฐานจะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ ทั้งนี้ผลการศึกษาของงานวิจัยนี้อาจนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทิศทางด้านการสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยให้มีความยืดหยุ่นตามบริบท มีความสมดุลระหว่างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับความถูกต้องทางไวยากรณ์

คำสำคัญ

ภาษาอังกฤษที่ไม่ตรงตามมาตรฐาน; ภาษาอังกฤษในฐานะภาษานานาชาติ; สตรีมเมอร์ชาวไทย; มุมมองของผู้สอนภาษาอังกฤษ

---

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การใช้ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่มีลักษณะไม่ตรงตามมาตรฐานในหมู่สตรีมเมอร์ชาวไทยและมุมมองของผู้สอนภาษาอังกฤษ”

** นิสิตระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารระหว่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: lattavat.ka@ku.th

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาภาษาต่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: phnita.k@ku.th

**** อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาต่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: patsriyanyong.s@ku.th

1. Introduction

In today's interconnected world, English has established itself as the predominant global language. It is widely learned, with approximately 1.27 billion speakers as of 2020, projected to reach 2 billion by 2030 (Dash, 2022). The rise of English is attributed to British Empire colonization, international trade, American cultural influence, and ultimately, the internet, which has played a significant role in shrinking the world and facilitating global communication.

English is not only spread across the globe by the internet; video games also contribute. Most games use English as the main language or support English subtitle. After the COVID-19 struck, people stayed indoors more often, and they sought entertainment. The gaming industry benefited from this situation, witnessing substantial growth. The market revenues increased by 2.1% to $196.8 billion in 2022 (Wijman, 2022).

Apart from a growing number of new gamers, streamers have also become more popular. The number of streamers broadcasting video games grew significantly, increasing from 1.7 million to 9 million between 2015 and 2021 (Iqbal, 2024). Moreover, the hours spent watching game-streaming also grew rapidly from 200 million hours to almost 23 billion hours in nearly 10 years. This trend indicates growing worldwide interest in gaming and streaming.

As non-native English speakers, Thai streamers often use English to broaden their audience. However, their English usage may exhibit *non-standard* features traditionally viewed as *ungrammatical*. This study examines these features and explores English teachers' perceptions toward such usage, addressing the following research questions:

1. What are the common non-standard grammatical features used by Thai streamers?
2. What are English teachers’ perceptions of non-standard grammatical features?

2. Related Literature

This section reviewed the key framework and related studies of non-standard grammatical features, including English as an international language, the lexicogrammatical theory, and English teachers’ perception.

2.1 English as an International Language

Kachru (1992) classic model of three concentric circles provides a framework for understanding English's global spread. The inner circle encompasses countries where English is the native language

(USA, UK, Canada, etc.); the outer circle includes countries where English holds significant status due to historical colonization (India, Nigeria, Malaysia, etc.); and the expanding circle comprises countries such as Thailand, Japan, and Vietnam where English is used as a foreign language and is a key language in the tourism industry.

As English has globalized, it has transformed into what McKay (2002) describes as an international language used both globally (for international communication) and locally (within multilingual societies). In the future, *glocal* language could evolve as people around the globe mix their local identities into English.

Furthermore, Brutt-Griffler (2002) explains that the development of an international language is characterized by four central features: econocultural functions (world market development), transcendence beyond elite users, stabilization through coexistence with local languages, and language change through convergence and divergence. These dynamics have led to the emergence of local English varieties that reflect cultural identities while maintaining mutual intelligibility.

The role of new media, games, and game streamers in EFL use and teaching in Thailand

More Thais are learning English through online games and live streams, where English acts as a lingua franca, exposing them to diverse varieties and non-standard forms. These informal, fast-paced contexts encourage experimentation and prioritizing communication over grammatical precision, helping learners gain confidence in using English spontaneously. This trend highlights the need for English education in Thailand to incorporate real-world language examples from gaming and streaming, shifting the focus from native-speaker norms to effective communication, aligned with the view of English as an International Language (EIL).

2.2 The Lexicogrammatical Theory

The lexicogrammatical theory has been used in many studies (Imperiani & Mandasari, 2019; Jaroensak & Saraceni, 2019; Yamaguchi, 2018) to analyze non-standard features without prescriptively judging them as *correct* or *incorrect.* It is suitable for this present study as the researcher aimed to apply a broad foundation of non-standard grammatical features, allowing for the inclusion of newly discovered features.

Seidlhofer (2004) lexicogrammatical theory identifies eight linguistic features as follows:

1. Dropping third person present tense (-s)

The speakers tend to drop the -s sound in third person present tense. For example, he *ask* us to come (Imperiani & Mandasari, 2019).

2. Confusing the relative pronouns *who* and *which*

The speakers use *who* and *which* incorrectly or tend to omit it. For example, those countries *who* involve in (Imperiani & Mandasari, 2019, p. 348).

3. Omitting definite and indefinite articles

The speakers omit definite and indefinite articles (a, an, the). For example, consider as important organization in Indonesia (Imperiani & Mandasari, 2019, p. 348).

4. Failing to use correct forms in tag questions

The speakers use tag questions differently from native English speakers. They use *no?* or *right?* instead of *isn't it?* For example, I also contact HE, *right?* (Imperiani & Mandasari, 2019, p. 351).

5. Inserting redundant prepositions

The speakers use excessive prepositions such as study *about*, discuss *about*. For example, I want to study *about* geology today.

6. Overusing certain verbs of high semantic generality

The speakers tend to add *do, have, make, put, take*. For example, will you please *do* a reservation for me? (Lim & Hwang, 2019).

7. Replacing infinitive-constructions with that-clauses

The speakers tend to replace *to* with *that*. For example, *I want that we go swimming* instead of *I want to go swimming* (Seidlhofer, 2004).

8. Overdoing explicitness

The speakers tend to use the combination of words that are not necessary such as *black color* (Seidlhofer, 2004).

2.3 English Teachers' Perceptions

As observed by Russell-Mayhew et al. (2007), teacher's perceptions influence classroom practices to a high degree. Teachers who have positive views toward non-standard English are likely to create supportive learning environments that promote communication, increasing student confidence and reducing anxiety. On the other hand, teachers with negative views often focus on grammatical *correctness*, which may potentially increase student anxiety (Yim & Ahn, 2018). These perceptions are influential in the context of English language teaching in Thailand, where traditional methods focused on grammatical rules. However, current pedagogical approaches tend to prioritize real-world communication instead. As Vaishnav (2024) argued, the goal of language teaching goes beyond grammar drills and rote memorization to developing communicative competence, where fluency is more important than accuracy. This shift aligns with a more adaptable and open-minded view toward language usage, further reinforcing the role of teacher in shaping classroom environments.

3. Methodology

This study employed a mixed-method approach to gain comprehensive insights into non-standard English features used by Thai streamers and teachers' perceptions toward these features. It involved collecting data and analyzing quantitative data in order to answer the first research question and it continued with the qualitative component, i.e., an in-depth interview in order to address the second research question.

3.1 Phase 1: Quantitative Data Collection and Analysis

The first phase addressed the first research question: “What are the common non-standard grammatical features used by Thai streamers?” The participants were selected based on six criteria:

1. Being native Thai speakers
2. Playing online games, specifically Valorant
3. Having over 20,000 followers
4. Possessing competitive tournament experience
5. Playing solo with foreign teammates
6. Regularly uploading live videos on their platform of choice (Twitch, YouTube, Facebook Gaming)

After considering these criteria, the four participants were carefully selected. Even though there were several eligible participants who met these criteria, the researcher chose these four based on their experience with international teams. Each streamer was observed for 20 hours, and their speech was transcribed and then categorized according to Seidlhofer's (2004) eight lexicogrammatical features. Two English language experts verified the identification of non-standard features. The quantitative data was subsequently presented in tables.

3.2 Phase 2: Qualitative Data Collection and Analysis

The second phase investigated the second research question: “What are English teachers’ perceptions of non-standard grammatical features?” The participants were university English teachers with relevant knowledge and experience. The inclusion criteria for the participants were:

1. Holding a master’s degree or higher
2. Having a minimum of two years of university teaching experience
3. Giving consent for the interview recording

Through purposive sampling, eight English university teachers were selected with the following distribution:

Table 1

Sample Distribution by Thai/Non-Thai (American, British, Australian) speakers, area of teaching, and gender

Thai/Non-Thai speakers	Area of teaching	Male	Female	Total
Thai speakers	Writing	0	2	2
	Speaking	1	1	2
Non-Thai speakers (American, British, Australian)	Writing	2	0	2
	Speaking	2	0	2
Total		5	3	8

In-depth, one-on-one interviews were conducted with eight English teachers, each lasting at least 15 minutes. The participants' answers were recorded and transcribed. The data was analyzed thematically to identify patterns in the participants' perspectives. To enhance reliability, intercoder reliability methods were employed, with three coders agreeing on the interview questions.

This study received ethical approval from the University's Institutional Review Board. All participants were fully informed of the study's purposes, risks and benefits, and they had the right to withdraw at any time.

4. Results

In this section, the findings from both quantitative and qualitative methods will be presented. The quantitative data, which focuses on the frequency of non-standard English features, will be summarized in tables using percentages and frequencies. The qualitative data will be presented thematically.

4.1 Quantitative Findings: Streamers' Non-Standard English Features

The table below summarizes the overall occurrences of non-standard English features observed in four Thai streamers, ranging from the most to the least frequent.

Table 2

The non-standard features found among Thai streamers with the highest frequency

Non-standard grammatical features	**Percentage of Occurrence**
1. Omitting definite and indefinite articles	65.3%
2. Dropping third person present tense (-s)	20.1%
3. Uncategorizable features	7.4%
4. Failing to use correct forms in tag questions	4.1%
5. Inserting redundant prepositions	3.1%

The analysis revealed that the most common non-standard grammatical features were:

1. Omitting definite and indefinite articles (65.3%)
   Examples: “I go take gun.” (Participant 2), “I took spike.” (Participant 3)
2. Dropping third person present tense (-s) (20.1%)
   Examples: “He do a magic trick.” (Participant 1), “Reyna flash.” (Participant 3)
3. Uncategorizable features (7.4%)
   Examples: “I think Jett still open.” (Participant 3), “I’m died.” (Participant 4)
4. Failing to use correct forms in tag questions (4.1%)
   Examples: “Half, no?” (Participant 3), “We go mid and force Sage util ok?” (Participant 4)
5. Inserting redundant prepositions (3.1%)
   Examples: “They are on eco bro.” (Participant 2), “It's at real.” (Participant 3)

The analysis of the language used by the four Thai streamers revealed several non-standard features that fell outside of Seidlhofer’s established lexicogrammatical theory. These features involved omitting plural markers on countable nouns, the deletion of the copula ‘be’, omitting a subject or an object, inconsistent verb tenses, missing prepositions, lacking subject-verb agreement, confusing adjectives and verbs, and omitting the auxiliary verb ‘do’.

In addition, the analysis also highlighted the absence of four features that are part of Seidlhofer's framework; confusion between the relative pronouns ‘who’ and ‘which’, overuse of verbs of high semantic generality, replacing infinitive constructions with that-clauses, and overdoing explicitness.

4.2 Qualitative Findings: Teachers' Perceptions toward Non-Standard Features

The one-on-one, in-depth interviews with eight English teachers revealed several key themes:

Common grammatical errors among students: Most teachers identified the lack of subject-verb agreement and incorrect tense usage as the most common non-standard features among Thai students. They stated that "*Sometimes the students use the wrong tense. They talk in present tense but it's in the future or they talked about past events but they used 'present' verb forms*." A few teachers reported that their students often used wrong prepositions.

Frequency of errors and tolerance: Half of the teachers reported encountering non-standard features in nearly every lesson but considered them normal and forgivable. Most of them agreed that these features were tolerable as long as the message was clearly conveyed.

Correction strategies: Most teachers prefer personalized feedback or one-on-one consultation. In writing courses, they typically located mistakes, deducted points, and suggested corrections. In speaking courses, they favored direct one-on-one feedback or recasting techniques. One teacher deliberately avoided correction to promote a risk-taking environment. He stated that "*Usually I don't fix it. Sometimes the students worry so much about grammar that they won't try to speak. I personally tell them to make grammar mistakes so they can improve fluency and communication skills*."

Accuracy versus fluency: Five out of eight teachers prioritized fluency over grammatical accuracy, believing that *"Fluency should come first, and accuracy will follow*." Three teachers adopted a context-dependent approach, emphasizing that the importance of accuracy varies depending on the course and its purpose. One of them said "*It depends because sometimes the most important thing is fluency. But if they're doing the course work, accuracy is important*."

Impact of non-standard usage: All teachers agreed that the impact of non-standard English usage is highly contextual, particularly influenced by students' future professions and communication goals. Two teachers stated that "*It depends, if students are going to be ambassadors or working about law, they should be fluent in English. But if the job needs only an intermediate level, that's just fine*.", and "*In job context, it affects our professional look. It also depends on the job they are working such as working as a writer or translator. Even though the messages are fine, the organization will lose credibility*." They considered non-standard English acceptable outside the classroom as long as it was comprehensible. However, they emphasized the importance of teaching students when to adapt to more formal registers.

Future challenges: Teachers identified three main challenges: the pervasive use of non-standard English, the rise of artificial intelligence, and maintaining student motivation. First, most teachers emphasized the importance of standard English despite recognizing the limitations of their students. One of them stated that "*If the students take a language course, it must help refine their language skills*." Second, most teachers expressed concern that AI could hinder the learning process as

their students used it for homework. One of them remarked "*I need to make sure that students are able to do the work, not get AI to do it. The skills will be diminished because they are not practicing*." Third, some teachers noticed the lack of motivation in learning English, as summarized by one who said, "*They want the result of being good right now and when they can't, they lose motivation and don't want to study*."

Standardized testing: Most teachers believed standardized tests would not undergo significant changes to accommodate non-standard English. While three teachers suggested that widespread non-standard features lead to adaptation, they felt that such changes would not be imminent. One of the teachers firmly asserted that "*Standard English is always standard English no matter what. There is no way slangs can be in the BBC English. The language can change but cannot be replaced, and the test's name is standardized test, so it has to be standard*."

In sum, this section presented the results of common non-standard grammatical features observed from four Thai streamers, and English teachers' perceptions toward non-standard grammatical features. The common non-standard features among four Thai streamers were the omission of definite and indefinite articles, dropping third person present tense (-s), uncategorizable features, failing to use correct forms in tag questions, and inserting redundant prepositions consecutively. Regarding teacher perceptions, the key insight was that most teachers prioritized fluency over accuracy. They believed that non-standard features were tolerable and forgivable. Moreover, they asserted that standardized tests would not adapt to accommodate non-standard features in the near future.

5. Discussion

This section will discuss the findings from both the quantitative and qualitative methods along with implications and limitations of the study.

5.1 Quantitative Findings on Four Thai Streamers

The high frequency of article omission (65.3%) observed in this study aligns with previous studies on Thai EFL learners, such as Phettongkam (2017), who identified article omission as a persistent issue due to the absence of equivalent structures in Thai. Similarly, the lack of third-person present tense markers (-s) (20.1%) reflects Baker's (2002) study which noted that Thai learners at all proficiency levels struggle with tense consistency.

In contrast, the lower frequency of incorrect tag questions (4.1%) and redundant prepositions (3.1%) suggests that these features may be less influenced by Thai language interference. However, Participant 4 showed the highest frequency of incorrect tag questions. He demonstrated a clear first language transfer through the use of simplified forms like "right?" and "no?"

Unlike the findings in Imperiani & Mandasari's (2019) study, which identified at least one of these features, this present study found an absence of the following four features: confusing the relative pronouns 'who' and 'which', overusing certain verbs of high semantic generality, replacing infinitive constructions with 'that' clauses, and overdoing explicitness.

Uncategorizable features were discovered in this study, accounting for 7.4% of all non-standard features. This feature highlighted a narrow spectrum of Seidlhofer's framework. However, a study by Nguyen & Newton (2022) revealed that Vietnamese EFL learners also produced copula deletion (one of the uncategorizable features) almost 17% of the time. Such occurrence suggests that language learners simplify target language grammar, and omitting unfamiliar function words could be a way to reduce cognitive load allowing them to focus on conveying the core message.

5.2 Qualitative Findings on Teacher Perceptions

The teachers' emphasis on fluency over accuracy reflects a shift in language teaching paradigms. As one teacher observed: "*In the worst-case scenario, students should survive by asking for help... speaking naturally is more valuable than perfection*." This perspective is supported by Kaushik's (2017) work on context-adaptive teaching, but it contrasts with traditional Thai instructional approaches that often prioritize grammatical precision.

The three teachers who adopted a context-dependent approach highlighted a key distinction. That is, while spoken errors might be tolerated, writing demands greater accuracy. As one teacher explained, "*In writing, deviancy from conventions hinders success*," which supports Celce-Murcia et al.'s (2014) view that grammatical precision remains critical for academic and professional contexts.

However, contrary to Truscott's (1996) argument that grammar correction was pointless, and raised student anxiety, the interview data showed that each teacher had their own corrective strategies when encountering non-standard features. The strategies consisted of 1) Recasting, which involves reformulating non-standard features mid-conversation. 2) Selective feedback, where teachers point out the non-standard features in writing course but overlooking it on speaking course. And 3) Risk-taking encouragement which promotes fluency by normalizing non-standard features. Regarding the last strategy, one teacher explicitly stated that "*I don't fix errors – I want students to experiment*". His primary goal was to help students survive in real-world situations. Therefore, he encouraged students to take risks and focus on their speaking skills.

5.3 Implications of Findings

The findings of this study challenge the long-held idea that non-native English learners should sound like native speakers. Decades ago, standard English emphasized learners following strict

grammatical rules and vocabulary. However, standard English was changed to many variations. It prioritizes understanding and communication, which aligns with theories of English as a Lingua Franca (ELF) and World Englishes. In many societies, standard English is considered a ticket for higher level of education and career advancement. However, English learners today focus more on communicating effectively for their careers rather than only on academic excellence. As the population of the expanding circle has far outnumbered that of the inner circle, standard English could no longer remain fixed.

In addition, the common appearance of non-standard features among Thai streamers, combined with teachers' preference for fluency over accuracy, supports a communicative approach to language teaching. This perspective is consistent with Truscott (1996) whose work is widely cited and famously challenged grammar correction. Therefore, a fluency-focused approach in a language classroom is recommended. It increases authentic communication opportunities, emphasizes real-world language use, and encouraging learners to take risks. However, this does not mean we should abandon grammatical accuracy entirely. While communicative emphasis is important for promoting overall proficiency, grammatical precision still holds value in formal context. Hence, English language teachers should be able to adapt their approach, emphasizing fluency in dynamic, fast-paced communication, as in gaming, but still recognizing the importance of accurate grammar and standard English in formal writing and situations where precise language is required.

5.4 Recommendations for Future Research

The limited number of subjects in this study; four streamers and eight university teachers, restricts the generalizability of the findings. Future research should consider increasing participant number and broaden the context. In addition, the uncategorizable features show that some grammatical features did not fit into the established categories, indicating a need for a more complete framework. Finally, to ensure the most productive and insightful interviews, it is beneficial to optimize the preparation phase. Before speaking with teachers about non-standard features, it would be useful to provide them with concrete examples and accompanying game-streaming video segments. This will help ensure teachers' understanding enabling them to give more precise and thoughtful responses.

6. Acknowledgements

The author used Perplexity while writing this article to refine the language**.** After using the stated tool/service, the author reviewed and edited the article afterward as appropriated**.** The author also takes full responsibility for this published article**.**

References

Baker, W. (2002). English past and present in Thailand. *RELC Journal*, *33*(2), 7-35.

Brutt-Griffler, J. (2002). *World English: A study of its development*. Multilingual Matters.

Celce-Murcia, M., Brinton, D. M., & Snow, M. A. (2014). *Teaching English as a second or foreign language* (4th ed.). Heinle ELT.

Dash, B. B. (2022). Significance of globalisation and English language. *International Journal on Studies in English and Literature*, *10*(5), 10-16. https://doi.org/https://doi.org/10.20431/2347-3134.1005002

Imperiani, E. D. A., & Mandasari, H. A. (2019). Lexicogrammatical features of ELF speakers in an Asian students association small talk in Indonesia. *ICOLLITE 2019*, *424*, 346-352. https://doi.org/10.2991/assehr.k.200325.109

Iqbal, M. (2024). *Twitch revenue and usage statistics (*2024*)*. Business of Apps.

Jaroensak, T., & Saraceni, M. (2019). ELF in Thailand: Variants and coinage in spoken ELF in tourism encounters. *rEFLections*, *26*(1), 115-133.

Kachru, B. B. (1992). *The other tongue* (2nd ed.). University of Illinois Press.

Kaushik, D. A. (2017). Accuracy or fluency first?. *An International Journal in English*, *3*(4), 1-9.

Lim, I., & Hwang, J. (2019). Korean adult English learners' perceptions of the common grammatical features of English as a lingua franca. *The Journal of AsiaTEFL*, *16*(3), 876-893. https://doi.org/10.18823/asiatefl.2019.16.3.7.876

McKay, S. L. (2002). *Teaching English as an international language: Rethinking goals and approaches*. Oxford University Press.

Nguyen, B. T. T., & Newton, J. (2022). Production of third-person singular –s and be copula in communication tasks by Vietnamese EFL learners: Acquisition order and learner orientation to form. *Canadian Journal of Applied Linguistics*, *25*(1), 19-46.

Phettongkam, H. (2017). Grammatical errors in spoken English of undergraduate Thai leaners in a communicative business English course. *Language Education and Acquisition Research Network (LEARN) Journal*, *10*(1), 95-118.

Russell-Mayhew, S., Arthur, N., & Ewashen, C. (2007). Targeting students, teachers and parents in a wellness-based prevention program in schools. *The Journal of Treatment & Prevention*, *15*(2), 159-181. https://doi.org/10.1080/10640260701190709

Seidlhofer, B. (2004). Research perspectives on teaching English as a lingua franca. *Annual Review of Applied Linguistics*, *24*(1), 209-239. https://doi.org/10.1017/S0267190504000145

Truscott, J. (1996). The case against grammar correction in L2 writing classes. *Language Learning, 46*(2), 327-369.

Vaishnav, P. (2024). Current trends and future prospects in English language teaching (ELT). *Asian Journal of Education and Social Studies*, *50*(7), 1-10. https://doi.org/10.9734/ajess/2024/v50i71438

Wijman, T. (2022). *The games market will show strong resilience in 2022, growing by 2.1% to reach $196.8 billion.* Newzoo. https://newzoo.com/resources/blog/the-games-market-will-show-strong-resilence-in-2022

Yamaguchi, T. (2018). Lexicogrammatical features in Japanese English: A study of five speakers. *Research in Language*, *16*(3), 342-355. https://doi.org/10.2478/rela-2018-0017

Yim, S. Y., & Ahn, T. Y. (2018). Teaching English in a foreign country: Legitimate peripheral participation of a native English-speaking teacher. *System*, *78*, 213-223. https://doi.org/10.1016/j.system.2018.09.008

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

The Effects of Using Grammarly's Artificial Intelligence (AI) Application to Improve EFL Undergraduate Students' Writing Skills*

Received: 22 October 2024
Revised: 2 January 2025
Accepted: 14 February 2025

Ronnakorn Thummachit**

Research Article

Abstract

This study investigated the impact of Grammarly, an AI-powered writing assistant, on the writing skills of undergraduate EFL students. The mixed-methods study employed quantitative and qualitative analyses to evaluate Grammarly's impact on students' writing performance. The study employed cluster sampling to select 126 third-year students from a population of 496 at Nakhon Pathom Rajabhat University. The results demonstrated that Grammarly significantly improved students' writing proficiency in various aspects, including spelling, grammar, punctuation, sentence structure, vocabulary, and style. The average scores of the students showed substantial improvement in all assessed categories. In addition, group interviews revealed that most students viewed Grammarly as a valuable tool for fostering independent learning. This study, therefore, suggests that integrating AI-powered tools such as Grammarly can complement traditional teaching methods, address limitations, and enhance the overall learning experience in English language education.

Keywords

Grammarly; artificial intelligence; English as a foreign language; writing skills

* This research article is part of a study titled "The Effects of Using Grammarly's Artificial Intelligence (AI) Application to Improve EFL Undergraduate Students' Writing Skills"

** Lecturer, English Program, Language Institute, Nakhon Pathom Rajabhat University, e-mail: rthummachit@gmail.com

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

ผลของการใช้แอปพลิเคชันปัญญาประดิษฐ์ (AI) Grammarly เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรี*

Received: 22 October 2024
Revised: 2 January 2025
Accepted: 14 February 2025

รณกร ธรรมจิตต์**

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาประสิทธิผลของ Grammarly ซึ่งเป็นผู้ช่วยเขียนที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ต่อทักษะการเขียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ (EFL) การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อประเมินผลกระทบของ Grammarly ต่อความสามารถในการเขียนของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยประกอบด้วยนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 126 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (cluster sampling) จากประชากรทั้งหมด 496 คน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า Grammarly ช่วยพัฒนาความสามารถในการเขียนของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญในหลายด้าน ทั้งการสะกดคำ ไวยากรณ์ เครื่องหมายวรรคตอน โครงสร้างประโยค คำศัพท์ และรูปแบบการเขียน คะแนนเฉลี่ยของนักศึกษาแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาอย่างเห็นได้ชัดในทุกหมวดที่ถูกประเมิน นอกจากนี้ การสัมภาษณ์กลุ่มยังแสดงให้เห็นว่านักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่า Grammarly เป็นเครื่องมือที่มีคุณค่าในการส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงชี้ให้เห็นว่าการผสมผสานเครื่องมือที่ใช้ AI อย่าง Grammarly สามารถเสริมวิธีการสอนแบบดั้งเดิม แก้ไขข้อจำกัดและยกระดับประสบการณ์การเรียนรู้โดยรวมในการศึกษาภาษาอังกฤษ

คำสำคัญ

Grammarly;
ปัญญาประดิษฐ์;
ภาษาอังกฤษ
เป็นภาษาต่างประเทศ;
ทักษะการเขียน

* บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “ผลของการใช้แอปพลิเคชันปัญญาประดิษฐ์ (AI) Grammarly เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรี”

** อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ติดต่อได้ที่: rthummachit@gmail.com

1. Introduction

In recent years, integrating artificial intelligence (AI) into education has significantly impacted how language learning is approached, particularly in English language teaching (ELT). AI tools have consistently demonstrated effectiveness in facilitating non-native speakers' acquisition of complex English language structures. Mastering English enhances access to scholarships, study programs, and career opportunities in global markets, serving as the primary language of communication (Visaltanachoti et al., 2021). Although Thai students acknowledge the significance of English proficiency, they encounter substantial challenges, particularly in writing, which is widely considered the most challenging of the four essential language skills: listening, speaking, reading, and writing. Effective writing demands both linguistic mastery and robust organizational capabilities.

In addition, writing entails critical cognitive functions such as planning, translating ideas into coherent text, and revising content for clarity and accuracy, making it one of the most intellectually demanding components of language acquisition due to its cognitive complexity and critical thinking skills needed for effective writing (Fahmi & Cahyono, 2021). Thai students often face considerable difficulties in developing English writing proficiency, particularly grammatical accuracy, improper punctuation, and awkward sentence structures, all of which impede their language proficiency (Jelita et al., 2023). The predominant use of traditional teaching methodologies in Thailand compounds these pedagogical challenges. Many educators emphasize rote memorization and a rigid focus on grammar rules rather than encouraging the practical use of the language. This approach diminishes students’ motivation and limits their engagement in the learning process (Harirannukroh & Wongprom, 2019).

To proficiently address these persistent challenges, digital tools, including Automated Writing Evaluation (AWE) systems, have been incorporated into the educational environment to enhance students' writing abilities. AWE tools, including Grammarly, ProWritingAid, and Ginger Software, employ AI algorithms to provide real-time feedback on grammar, punctuation, spelling, and writing style, enabling students to correct mistakes and enhance their writing autonomously (Fitria, 2021). These tools provide instantaneous feedback, eliminating the need to wait for teacher corrections, saving time, and fostering independent learning. Studies have shown that using AWE tools can significantly improve students’ writing abilities by allowing them to correct and learn from their mistakes in real-time (Fahmi & Cahyono, 2021). Grammarly, in particular, has gained popularity among EFL learners due to its accessibility, ease of use, and ability to function across various platforms, including mobile devices, web browsers, and Microsoft Office (Roe et al., 2023). Since AWE tools like Grammarly employ natural language processing algorithms to analyze text and provide targeted feedback, students' ability to identify common errors, suggest improvements, and offer detailed explanations is essential for enhancing their writing skills.

While AWE tools offer numerous advantages, several challenges persist for educators and students alike. A primary concern is students' potential over-reliance on AI tools, potentially stunting their

development of critical thinking and independent writing skills. While AWE tools such as Grammarly provide valuable feedback on grammar and style, they may not adequately address deeper writing issues such as coherence, argument structure, and creativity, which require human judgment and insight (Abdul Rahman et al., 2022). Some studies have also noted that AWE tools can occasionally provide inaccurate or inappropriate feedback, leading to confusion among students (Anditasari & Sitompul, 2023). For these reasons, educators should complement AI tools with traditional writing instruction to ensure students can correct surface-level errors and develop the higher-order writing skills necessary for academic and professional success.

Within the Thai educational context, where conventional teaching approaches and limited exposure to English outside the classroom often hinder English language education, introducing Automated Writing Evaluation (AWE) tools can provide a significant opportunity for reform, as the advent of AWE instruments offers a substantial prospect for transforming the existing framework. Studies conducted at Nakhon Pathom Rajabhat University (NPRU) have revealed that many Thai students struggle with basic writing skills, with most scoring low on English proficiency (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2022). Consequently, the university has recognized the need to improve student's writing abilities and has incorporated several English language courses into the curriculum. However, these courses often lack the interactive or technology-enhanced components crucial for engaging students in writing (Maulidina & Wibowo, 2022). Introducing AI-powered tools like Grammarly into these courses could address these gaps by providing students with consistent, immediate feedback, thus enhancing their learning experience.

Therefore, this study aims to explore the impact of integrating Grammarly, an AI-based automated writing evaluation tool, into English writing courses at NPRU. Specifically, it seeks to assess how this tool can improve students' writing performance by addressing common writing issues and providing real-time feedback. Furthermore, the study examines how using Grammarly can complement traditional teaching methods and enhance the overall learning experience for students. By incorporating qualitative and quantitative approaches, this research offers insights into the potential benefits and limitations of using AI tools in EFL writing instruction and provides recommendations for future integration in Thai educational contexts.

2. Literature Review

This research is founded on constructivist principles, emphasizing that students construct knowledge based on their prior experiences, interests, and needs. Education represents a dynamic, interactive process where learners explore new concepts with their existing knowledge. In this framework, teachers are crucial in facilitating learning, guiding students to develop self-understanding,

and enhancing their writing and communication skills (Giovanny, 2019). As an essential skill in higher education, academic writing represents a complex socio-cognitive process where students generate meaningful text using their existing knowledge, preferences, and requirements. The writing process involves several stages: brainstorming, drafting, revising, and editing, which help students refine their ideas and produce coherent and structured content (Gregg & Steinberg, 2016). Each stage is critical to improving writing proficiency and fostering students' ability to develop content and structure in their academic writing (Kelly, 2019).

This review synthesizes current research on Grammarly's application in enhancing EFL undergraduate students' writing skills. The review covers key themes related to academic writing, the role of Automated Writing Evaluation (AWE) tools in EFL classrooms, the broader application of AI in English Language Teaching (ELT), and, specifically, the contributions of Grammarly in improving writing outcomes. This study also highlights and identifies gaps in the current literature and provides directions for future research.

1. Academic Writing as a Crucial Skill in Higher Education

Academic writing, a cornerstone of higher education, enables individuals to communicate complex ideas with precision and formal structure. Birhan (2017) defines academic writing as any writing that meets university requirements, which often includes tasks such as essays, theses, and research papers. Writing involves brainstorming, organizing ideas, drafting, revising, editing, and finalizing a written product, essential to developing writing proficiency (Labidi, 2022). Effective academic writing requires technical skills such as grammar, punctuation, and the ability to structure and express ideas logically. As McGarrell & Brillinger (2002) notes, the stages of the writing process, from pre-writing to publishing, are all integral to producing high-quality academic work.

2. Automated Writing Evaluation (AWE) in EFL Classrooms

Automated Writing Evaluation (AWE) tools like Grammarly are becoming increasingly popular in EFL classrooms. These tools offer real-time feedback and holistic grading, helping students identify and correct writing issues such as grammar, spelling, punctuation, sentence structure, and style. AWE tools are particularly beneficial in providing low- and high-performing students with diagnostic feedback that allows them to self-correct and improve their writing skills (Fahmi & Cahyono, 2021; Setyowati et al., 2024). While these tools offer significant advantages, research suggests they should complement teacher feedback rather than replace it (O'Neill & Russell, 2019). Grammarly, for example, is highly regarded for its ability to provide immediate corrections and suggestions, making it an indispensable tool for EFL classrooms (Alharbi, 2023; Nova, 2018).

3. Artificial Intelligence (AI) in English Language Teaching (ELT)

AI has revolutionized education, particularly in English Language Teaching (ELT), by enhancing personalized learning experiences and providing real-time feedback to students. AI-powered tools such as speech recognition, language processing, and automated feedback systems have significantly impacted language learning by making it more interactive and efficient (Labidi, 2022; Tucci, 2024). Using AI in ELT, especially in writing instruction, has improved student engagement and writing accuracy. Researchers have highlighted AI's significant role in enhancing students' writing skills and boosting their confidence (Alharbi, 2023; Zawacki-Richter et al., 2019). AI applications like automated writing feedback and plagiarism detection offer innovative ways to support students' writing development, providing constructive feedback that helps refine their writing process (Pedro et al., 2018).

4. Grammarly's AI Application for Teaching English Writing

Grammarly, a widely used AI-powered tool, has become an essential resource for improving writing skills in EFL classrooms. Developed by a Ukrainian technology company with U.S. headquarters, Grammarly provides comprehensive features, including grammar and spelling checks, style suggestions, and plagiarism detection (Qassemzadeh & Soleimani, 2016). Accessible across multiple platforms such as Mac, Windows, Android, and iOS, Grammarly allows both students and educators to leverage its capabilities seamlessly (Huang, 2020). Grammarly's AI-driven feedback system helps students identify and correct errors while guiding them through drafting, revising, and editing their work. By providing immediate and contextual corrections, Grammarly significantly enhances students' writing quality (You, 2018). As Armanda et al. (2022) note, this real-time feedback system helps students refine their writing and boosts productivity, making Grammarly a valuable tool in any EFL classroom.

The literature review explores several critical aspects of integrating Grammarly's AI application to improve the writing skills of EFL undergraduate students. Numerous studies have investigated the efficacy of Grammarly, an AI-powered writing tool, in enhancing the writing skills of English as a Foreign Language (EFL) learners. Fitria (2021) conducted a study that demonstrated how Grammarly improved the writing quality of EFL students by helping them produce better essays and attain higher test scores. This finding aligns with Syafi'i (2020), who highlighted Grammarly's role as a valuable aid in writing, particularly by identifying spelling, punctuation, and grammar errors. Further research by Dizon & Gayed (2021) and Jelita et al. (2023) supported these results by showing that Grammarly improved the grammatical accuracy, lexical diversity, coherence, and syntactic complexity of L2 learners' writing. These studies emphasized Grammarly's potential in helping beginning writers, particularly those with limited proficiency, to reduce errors and improve word choice. Other researchers like Barrot (2020) also corroborated these findings, illustrating how Grammarly helps EFL and ESL students through its automated feedback system, although they noted the need for further refinement of the tool's capabilities. While many studies focus on the positive impacts of Grammarly, such as its role in grammar correction and vocabulary enhancement, some expressed concerns about its limitations. Miranty et al. (2021) found

that while Grammarly could be beneficial for correcting basic writing mistakes, it was less effective in improving more complex aspects of writing. In addition, Zinkevich & Ledeneva (2021) noted that while Grammarly is useful for self-study, it cannot fully replace traditional teacher feedback. This gap highlights the importance of integrating Grammarly as a supplemental tool rather than a standalone solution for language instruction.

Despite the expanding research base on Grammarly, several research gaps remain. First, most studies have used small sample sizes or specific student populations, such as first-year English majors (Miranty et al., 2021) or high school students (Jelita et al., 2023). These findings may not be generalizable to a broader audience, particularly in non-Western or non-English-speaking contexts. In addressing this issue, the researcher will conduct a study using a larger sample of undergraduate students from Rajabhat University in Thailand, representing a more diverse range of language learners. Second, many studies have employed pre-experimental designs, which limit the ability to draw definitive conclusions about the effectiveness of Grammarly (Fahmi & Cahyono, 2021). This study adopts a mixed-methods approach to ensure methodological rigor, integrating quantitative and qualitative data to comprehensively analyze Grammarly's impact on student writing. Third, prior research has often allowed students to use Grammarly during post-assessments, raising concerns about whether this leads to inflated performance. The current study will address this issue by restricting using Grammarly during post-tests to measure students' true writing abilities without the tool's assistance. Lastly, while much of the literature focuses on the grammatical accuracy of students' writing, fewer studies have explored the broader implications of Grammarly on students' motivation and engagement with the writing process. Future research should investigate how Grammarly's AI-driven feedback influences students' confidence, writing habits, and overall attitude toward learning English.

In conclusion, while previous studies have demonstrated the potential benefits of using Grammarly to enhance writing proficiency, several gaps remain in the literature. By expanding the sample size, adopting more rigorous experimental designs, and exploring additional factors such as motivation and engagement, future research can further illuminate the role of AI tools like Grammarly in improving EFL students' writing skills.

3. Materials and Methods

3.1 Study Design and Participants

This study employs a mixed-methods approach, utilizing quantitative and qualitative techniques to assess the impact of Grammarly, an AI-based writing tool, on students' writing proficiency. Srisaat (2010) discusses his theory on identifying population groups and using cluster sampling. He suggests

a 15-30% sample size is appropriate if the population is in the hundreds. In the present investigation, the comprehensive sample population comprised 496 third-year undergraduate students enrolled in the General English Course (1500104) drawn from diverse academic disciplines within the Education Curriculum at Nakhon Pathom Rajabhat University, Thailand. These students were divided into 31 groups of 16 people. A sample of 126 students was then selected, comprising 24% of the total population. Participants' English proficiency levels were initially assessed through GETS Placement Test scores at university entry. The participants, comprising both English and non-English majors, had proficiency levels ranging from beginner (A1) to pre-intermediate (A2), according to the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). The researcher subsequently employed cluster random sampling to select five student sections for participation, with each group representing a designated research section. This sampling approach ensured representative distribution across academic disciplines while maintaining practical feasibility. The cluster method preserved the natural groupings within the broader population, avoiding the logistical challenges of individual selection. The sample comprised English and non-English majors, providing a diverse representation of students' abilities.

3.2 Data Collection

The study assessed the effectiveness of Grammarly's AI application as an Automated Writing Evaluation (AWE) tool for improving English writing skills among students. The questionnaire's reliability, entitled "The Questionnaire on Students' Reflections on Grammarly's Artificial Intelligence (AI) Application as an Automated Writing Evaluation (AWE) Intervention to Improve English Writing Skills" was thoroughly tested. The results demonstrated high reliability, with Cronbach's Alpha values of 0.960 for the pilot study and 0.955 for the main study. These values confirm the strong internal consistency of the questionnaire, making it suitable for capturing students' perceptions of Grammarly's effectiveness. Data collection involved pre- and post-tests, self-assessment surveys, and semi-structured interviews, with quantitative data analyzed using SPSS software and qualitative data examined through thematic analysis. Data triangulation was employed to enhance reliability, utilizing multiple sources, including written assessments, surveys, and interviews. The questionnaire, adapted from Giovanny (2019), was administered via Google Forms and included 12 statements with a Likert scale ranging from poor to outstanding. It was designed to gather insights into students' views on Grammarly's impact on their writing process.

3.3 Ethics of the Experiment

This study adhered to ethical standards throughout the investigation. The researcher carefully evaluated the experiment's potential benefits and challenges and examined and effectively handled any ethical considerations or complicated issues. Moreover, each participant in the study signed a document of informed consent, affirming their comprehension of the study's aims, their voluntary engagement, and their acknowledgment of any possible risks. Before the study was started, the Nakhon Pathom Rajabhat University Institutional Assessment Board (IRB) and Central Research Ethics Committee (CREC) evaluated these ethical issues.

4. Results and Discussion

This study assessed the impact of Grammarly's AI application on the English writing proficiency of students through the pre-post test administered to 126 third-year students, primarily from the Faculty of Humanities (67.65%) and the Thai Language program (44.12%). The results indicate that Grammarly's AI application significantly improved the writing skills of EFL (English as a Foreign Language) students. After the intervention, students improved spelling, grammar, punctuation, sentence structure, vocabulary, and writing style. The median score increased from 6 to 8, indicating a shift from 'Adequate' to 'Good' or 'Outstanding' proficiency levels. The significant reduction in the "Weak" category and the complete elimination of the "Poor" category demonstrate the overall improvement in student performance and the tool's effectiveness in enhancing writing standards. A Wilcoxon test analysis of pre- and post-intervention writing scores showed significant improvements in all assessed areas. Spelling scores increased from a median of 7 to 9 ($Z=6.787$, $p<0.001$), grammar scores improved from 6 to 7 ($Z=6.595$, $p<0.001$), punctuation proficiency rose from 6 to 8 ($Z=6.301$, $p<0.001$), sentence structure improved from 5 to 7 ($Z=6.971$, $p<0.001$), vocabulary scores increased from 6 to 8 ($Z=7.670$, $p<0.001$), and writing style improved from 6 to 7 ($Z=7.033$, $p<0.001$). The average median score also increased significantly from 6.5 to 7.5 ($Z=7.282$, $p<0.001$). These findings highlight the transformative effect of Grammarly in considerably enhancing students' writing proficiency across all the assessed areas. These results align with previous studies, such as those by Fitria (2021) and Dizon & Gayed (2021), which also found that AI tools like Grammarly can improve grammatical accuracy and lexical diversity. The present study further confirms Grammarly's potential to improve various aspects of writing, thus contributing to the growing body of evidence supporting the use of AI-based tools in enhancing writing skills in EFL contexts. These findings highlight Grammarly's transformative impact, strongly improving students' writing skills across all assessed areas, leading to a more polished and professional writing approach, as shown in Table 1.

Table 1

Comparison of English Writing Achievement of Students Before and After Instruction through Grammarly's Artificial Intelligence (AI) Application

Criteria (Total Scores: 10)	**Pre-test Median (IQR)**	**Post-test Median (IQR)**	**Z**	**Asymp. Sig. (2-tailed)**
Spelling	7 (6–8)	9 (8–9)	6.787	0.000*
Grammar	6 (5–7)	7 (6–8)	6.595	0.000*
Punctuation	6 (5–7)	8 (7–8)	6.301	0.000*
Sentence Structure	5 (4–6)	7 (6–8)	6.971	0.000*
Vocabulary	6 (5–7)	8 (7–8)	7.670	0.000*
Style	6 (5–7)	7 (6–8)	7.033	0.000*
Average	**6.2 (5–7)**	**7.5 (6.8–8.3)**	**7.282**	**0.000***

* Statistically significant at the 0.05 level.

The findings from the semi-structured group interviews provide valuable insights into students' opinions regarding using Grammarly's AI application to improve their English writing skills. The results reveal that all students (100%) reported using Grammarly, suggesting that the tool is widely perceived as effective in enhancing academic writing. This high adoption rate aligns with previous studies, such as Fitria (2021), which demonstrated that Grammarly contributed to better student writing outcomes, particularly in improving spelling, grammar, and sentence structure. When asked about the areas in their writing that needed the most improvement, students identified grammar (50.31%), spelling (40.85%), and punctuation (8.84%) as the primary focus areas. These areas align with the main strengths of Grammarly, which is designed to address common writing challenges faced by English as a Foreign Language (EFL) learners. This finding is consistent with research by Syafi'i (2020) and Dizon & Gayed (2021), who found that AI-based writing tools, including Grammarly, help students correct grammar and spelling errors effectively. While students also noted that the vocabulary features could be more robust, this point reflects a broader concern highlighted in studies like Syafi'i (2020), suggesting that the tool could further enhance vocabulary recommendations. Most students (91%) viewed Grammarly positively as a learning tool. The strong positive perception of Grammarly's educational value aligns with previous research by Javier (2022), who highlighted the role of digital tools in improving second language (L2) writing. However, a small group of students (9%) noted concerns, particularly about the cost of the premium version. This concern reflects similar findings by Rahmadani (2022), where students appreciated the tool but were wary of its premium cost. Despite these concerns, the overall perception of Grammarly as a valuable educational tool was overwhelmingly positive. Another significant finding was the unanimous support (100%) for incorporating AI technology into traditional teaching methods. Students appreciated the convenience, enhanced feedback, and engaging learning experience that Grammarly offers, consistent with the views expressed by Huang (2020) and Rahmadani (2022), who

emphasized the benefits of integrating AI tools with traditional teaching methods. This finding highlights the potential of combining technology with conventional education to improve student learning outcomes, especially in writing. A notable portion of students (80.25%) expressed a desire for extended access to Grammarly, indicating that they found continued use of the tool beneficial. Additionally, 15.85% of students requested more diverse grammar learning materials. This desire for more resources aligns with Muwahhidullah et al. (2022) findings, who suggested that additional learning materials could further support students' language development. These insights underscore the importance of providing students with sustained access to AI tools and supplementary resources to maximize their learning potential. The students also greatly valued Grammarly's detailed feedback, especially in grammar, spelling, and punctuation. Many students reported that receiving detailed feedback boosted their confidence and improved their writing skills. These findings align with Halim et al. (2022), who emphasized that detailed, real-time feedback from AI tools is crucial in enhancing students' writing abilities. The ability to receive immediate corrections and suggestions enhances students' self-confidence and motivates them to continue improving their writing. However, some students highlighted concerns about the potential over-reliance on technology, a point also discussed in previous research by Miranty et al. (2021). While Grammarly is an effective tool, there is a risk that students may become too dependent on it, which could undermine their development of independent writing skills. This concern suggests that educators should encourage students to use Grammarly as a supplementary tool rather than a crutch, ensuring they still engage in active learning and problem-solving. In conclusion, the findings from the group interviews reinforce the effectiveness of Grammarly in improving students' writing skills, particularly in grammar, spelling, and punctuation. These results align with previous studies highlighting the benefits of AI-based writing tools in enhancing academic writing. However, concerns about the cost and the potential for over-reliance on technology point to areas for further research. Future studies could explore ways to mitigate these issues, such as offering affordable access to premium features and encouraging a balanced approach to using AI tools alongside independent writing practice. These findings suggest that students see Grammarly as a valuable resource for improving writing skills and expressed support for its integration into blended learning approaches, as summarized in Table 2.

The study's results strongly support integrating AI writing technologies like Grammarly into traditional teaching methods. Students value AI tools’ additional resources as they facilitate independent learning and reduce reliance on teacher-centered instruction. Overall, the results show that using Grammarly’s AI program improves EFL undergraduate students’ writing abilities in several areas, including syntax, sentence structure, vocabulary, style, spelling, and punctuation. These findings underscore the potential of AI-powered tools like Grammarly to enhance academic writing skills significantly. The transition from lower proficiency to higher levels across various writing components demonstrates the application’s effectiveness. The students’ positive feedback further highlights the benefits of integrating technology into language learning.

Table 2

Summary of the Semi-Structured Group Interviews on Students' Opinions Towards Using Grammarly's Artificial Intelligence (AI) Application to Improve Writing Skills

Question/ Topic	**Key Terms**	**Summary of Responses**
Effectiveness of Grammarly in Improving Academic Writing	Algorithm, Grammarly, Accuracy, Understanding, Synthesis (100%)	- Grammarly improves grammar accuracy and helps correct spelling errors.
		- Useful for learning English grammar and enhancing writing skills.
		- Suitable for EFL learners to check grammar and vocabulary.
		- Convenient for quick and correct sentence construction.
Aspects of Writing Improved by Grammarly	Vocabulary, Grammar (50.31%), Spelling (40.85%), Punctuation (8.84%)	- Significant improvement in spelling and grammar structures.
		- Helps with complex sentence structures and corrects word usage.
		- Accurate corrections for spelling, punctuation, and grammar.
Benefits and Drawbacks of Using Grammarly	Benefits (91%), Drawbacks (9%)	**Benefits**
		- Convenient and accurate for grammar correction.
		- Quick and easy to use for writing adjustments.
		Drawbacks
		- Requires payment for full features.
		- Sometimes alters the meaning of sentences.
		- Requires internet access and may reduce self-learning.
Preference: Teacher-Centered Approach vs. AI Technology	AI Writing Technology (100%)	- Students prefer incorporating AI as it provides additional resources for self-learning.
		- AI technology makes learning more engaging and less stressful.
		- Blended learning (AI + teacher instruction) is seen as more effective and enjoyable.
Additional Thoughts on Using Grammarly for Writing Improvement	Long-term Usability (80.25%), Need for Grammar Materials (15.85%)	- Students need to combine app usage with textbook learning.
		- Developers should ensure long-term usability and consider ways to generate revenue without impacting users.

The results from this study, as shown in Table 3, suggest that the students were generally satisfied with using Grammarly's recommendations, with an overall mean score of 4.46 (SD = 0.59). This high level of satisfaction aligns with previous research, such as that by Fitria (2021), which found that students using Grammarly significantly improved their writing, indicating that AI-driven tools can be highly effective in enhancing students' writing abilities. The positive feedback from students in this study reflects the growing acceptance and value of AI-based writing tools in academic contexts. The highest-rated item (mean 4.66) was the students' appreciation for teachers providing additional explanations regarding Grammarly's suggestions. This finding highlights the importance of teacher involvement in the learning process when using AI tools. Syafi'i (2020) states that while digital tools like Grammarly are beneficial, teacher guidance can further enhance their effectiveness. In this study, students valued the synergy between AI technology and teacher input. This combination enhanced their understanding and enabled them to apply the suggestions effectively. Such findings emphasize the importance of integrating AI tools with traditional teaching methodologies. Rahmadani (2022) underscored this hybrid approach, asserting it holds significant potential to elevate student learning outcomes. The second-highest score (mean 4.60) indicated satisfaction with Grammarly's detailed writing recommendations. This finding is consistent with previous studies, such as that of Halim et al. (2022), who highlighted that detailed feedback from AI tools is instrumental in enhancing students' writing skills. The ability to receive specific, real-time corrections helps students improve their grammar, spelling, and overall writing quality, fostering a more thorough understanding of writing mechanics. This study's satisfaction with detailed feedback suggests that students recognize the tool's role in offering individualized, actionable insights to improve their writing.

The two items ranked third (mean 4.59) were related to students feeling that Grammarly boosted their independent learning abilities and was a valuable tool for practicing general English writing. These findings align with Dizon & Gayed's (2021) research, which suggested that AI tools like Grammarly can promote autonomous learning by providing students with immediate feedback and enabling them to identify and correct errors independently. This capacity for self-correction is a significant advantage, as it allows students to take ownership of their learning process and develop critical writing skills outside the classroom. Students also provided suggestions for improving Grammarly's functionality. They requested more content and assignments, free access to Grammarly Premium, and the inclusion of other learning platforms. These suggestions point to the students' desire for more comprehensive learning resources. According to Muwahhidullah et al. (2022), additional learning materials and platforms could enhance the utility of digital tools like Grammarly, providing students with more resources to strengthen their writing skills. The request for free access to the Premium version also aligns with the findings of Rahmadani (2022), where students expressed concerns about the affordability of the full suite of features available on Grammarly, which could limit its widespread use. In addition to these positive responses, students noted some limitations, such as Grammarly's functionality for editing longer texts and the need for improvements in mobile security measures. These limitations reflect the need for

continuous improvements in the tool's capabilities to meet the diverse needs of students. As noted by Barrot (2020), while AI tools like Grammarly are effective, there are still areas for development, particularly in handling more complex writing tasks and ensuring the security of user data on mobile platforms.

Overall, the students in this study expressed high satisfaction with Grammarly, appreciating its detailed feedback and its role in boosting their independent learning abilities. These findings are consistent with the broader literature on AI-based writing tools, which has shown that such tools can significantly enhance students' writing skills (e.g., Dizon & Gayed, 2021; Fitria, 2021). However, the students suggested enhancements, including better content, more accessible Premium features, and improvements for longer texts and mobile security. These suggestions point to the ongoing need to refine and expand the functionality of AI tools like Grammarly to ensure they meet the evolving needs of students and educators alike.

Table 3

Number, Percentage, and Satisfaction with Grammarly' s Language Writing Suggestions of Sample Group Students (n=102)

Students' Satisfaction with Grammarly's Language Writing Suggestions	**Mean**	**SD.**	**Interpretation**
1. I am satisfied with the detailed comments that Grammarly offers.	4.60	0.51	Highest
2. I believe that Grammarly's comments are beneficial for boosting my writing abilities and offering practical advice for enhancing my writing in academic assignments.	4.66	0.48	Highest
3. I prefer comments from Grammarly to other types of criticism, even though Grammarly's detailed comments make writing seem difficult.	4.29	0.61	High
4. I prefer that the teacher continue using Grammarly in my classroom and prefer having a teacher alongside to help provide students with feedback, guidance, and coaching to improve their writing abilities by addressing any confusion or issues when using Grammarly for suggestions.	4.66	0.54	Highest
5. Grammarly, in my opinion, empowers students to become independent learners.	4.59	0.59	Highest
6. Grammarly, in my view, helps students feel more confident when they write.	4.57	0.54	Highest
7. I consider Grammarly's comments before editing my writing.	4.47	0.54	Highest
8. I use Grammarly's comments to improve my writing.	4.58	0.50	Highest
9. Comments from teachers or other sources are less effective than automatically written remedial comments (Grammarly).	3.58	1.08	High

Students' Satisfaction with Grammarly's Language Writing Suggestions	Mean	SD.	Interpretation
10. I believe that Grammarly is suitable for undergraduate students at Rajabhat University.	4.43	0.64	Highest
11. Grammarly is a valuable tool for writers in general as well.	4.59	0.51	Highest
12. I am satisfied with using Grammarly in English writing for professional purposes courses.	4.54	0.52	Highest
Overall	**4.46**	**0.59**	**Highest**

5. Implications for Future Research on EFL Education

The study highlights several implications for EFL (English as a Foreign Language) education based on the observed improvements in students' writing skills after using Grammarly's AI tool.

1. Integration of AI Tools: AI-powered tools like Grammarly can enhance traditional teaching methods by providing individualized feedback and real-time corrections. Educators should incorporate these technologies into writing programs to complement teacher-led instruction and support consistent, immediate improvements in students' writing.

2. Personalized Learning: Grammarly's ability to deliver tailored feedback allows educators to differentiate instruction by addressing specific student needs, such as improving grammar or punctuation. This feature is an invaluable tool in larger classes, where it can be challenging to provide individual attention.

3. Curriculum Development: Educators should integrate AI tools into language instruction curricula, as their successful implementation in improving writing skills has become evident. AI tools can supplement traditional methods by offering students practice and immediate feedback, which enhances learning and writing outcomes.

4. Teacher Training: Effective integration of AI tools requires that educators receive training on the technical use of these tools and the pedagogical strategies for incorporating them into their teaching. Professional development should cover using AI tools effectively and providing constructive feedback based on their insights.

5. Equity and Accessibility: Ensuring equitable access to AI tools is crucial. Institutions should provide access to premium features and address disparities in technology access. Training for students and teachers on using AI tools can help bridge gaps in digital literacy and ensure equitable access.

6. Student Autonomy: AI tools can promote self-directed learning by providing immediate feedback and fostering independent study skills. Educators should encourage students to use these tools outside the classroom to enhance their self-editing skills and develop a culture of lifelong learning.

This study investigating Grammarly's impact on the writing proficiency of EFL undergraduate students has several limitations. First, the sample size of 126 students was not entirely representative, as participants were from specific academic fields and a single institution, limiting generalizability. Second, the findings might not apply broadly to other educational contexts or language acquisition settings. Third, the study focused on specific writing aspects and overlooked others, such as cohesion and audience adaptation, potentially providing an incomplete view of overall writing skills. Fourth, technological limitations may have affected the results, including differences in internet access and digital literacy. Fifth, the short duration of the intervention (8 weeks) may not have captured long-term improvements in writing proficiency. Finally, external factors such as varying instructor support and individual learning environments may have influenced the outcomes. Addressing these limitations in future research will enhance our understanding of AI tools in language instruction and their broader implications.

6. Conclusions and Recommendations

This study demonstrates that AI tools such as Grammarly can significantly enhance the writing proficiency of EFL students. The integration of this technology resulted in marked improvements in various writing aspects, including spelling, grammar, punctuation, sentence structure, vocabulary, and style. These findings suggest that institutions should develop structured implementation plans for integrating AI writing tools, including faculty training programs and student support systems. The intervention significantly improved students' proficiency levels and revealed quantitative and qualitative enhancements in students' writing skills. The AI tool's ability to offer personalized feedback, targeted exercises, and real-time coaching effectively addressed the common challenges that EFL learners face.

In addition, the overwhelmingly positive student feedback highlights AI's transformative potential in reshaping language instruction. These results indicate that educational institutions should explore AI-powered technologies to enhance language acquisition. By implementing AI tools such as Grammarly, students can be provided with valuable support and feedback, which contributes to improving their writing skills and overall academic performance. Thus, institutions should consider integrating such technologies into their curricula and offering training for educators and students to maximize their benefits. Additional research should be conducted to investigate other AI applications further and assess how they affect the different facets of language acquisition. Embracing innovative technologies will help create more effective, engaging, and inclusive educational environments that will better prepare students for success in an increasingly digital world.

7. Acknowledgments

The author expresses his profound appreciation to the esteemed members of his research committee, Associate Professor Dr. Singhanat Nomnian, who serves as the Director of Mahidol University International Demonstration School (MUIDS) and functions as the Editor-in-Chief of the Thai TESOL Journal (ERIC); Assistant Professor Dr. Baramee Kheovichai, a Lecturer in English at the Faculty of Arts, Silpakorn University, Sanam Chandra Palace Campus; and Dr. Napat Jitpaisarnwattana, a Lecturer in English within the English Section of the Department of Western Languages at the Faculty of Archaeology, Silpakorn University, as well as a Language Testing Specialist in the Language Testing Unit of the General Education and English Language Centre at Silpakorn University, for their meticulous supervision, comprehensive review, and invaluable contributions. The synthesis of their collective expertise and scholarly insights has been pivotal in the development of this research project; their insightful perspectives and constructive critiques have significantly enriched the quality and intellectual rigor of this investigation; and their steadfast support and encouragement have fortified the author's confidence, enabling him to venture into uncharted territories and expand the horizons of knowledge within this discipline.

References

Abdul Rahman, N. A., Zulkornain, L. H., & Hamzah, N. H. (2022). Exploring artificial intelligence using automated writing evaluation for writing skills. *Environment-Behaviour Proceedings Journal (E-BPJ), 7*(9), 547-553. https://doi.org/10.21834/ebpj.v7iSI9.4304

Alharbi, W. (2023). AI in the foreign language classroom: A pedagogical overview of automated writing assistance tools. *Education Research International, 1*, 1-15. https://doi.org/10.1155/2023/4253331

Anditasari, A., & Sitompul, S. (2023). Exploring factors behind the use of writing tool assistant: A tendency among EFL learners. In *Proceedings of the international conference on literature linguistics and teaching (ICoLLiTec)* (pp. 120-129). https://www.researchgate.net/profile/Siti-Sitompul/publication/368940728_Exploring_Factors_behind_the_Use_of_Writing_Tool_Assistant_A_Tendency_Among_EFL_Learners/links/64017696b1704f343f9a82a0/Exploring-Factors-behind-the-Use-of-Writing-Tool-Assistant-A-Tendency-Among-EFL-Learners.pdf

Armanda, M. L., Nugraheni, A. F., Wulansari, A., & Imron, A. (2022). Grammarly as English writing assistant from EFL students' perspective. *English Education: Journal of English Teaching and Research, 7*(2), 128-137. https://doi.org/10.29407/jetar.v7i2.17988

Barrot, J. (2020). Integrating technology into ESL/EFL writing through Grammarly. *The Regional Language Centre (RELC) Journal, 53*(3), 764-768. https://doi.org/10.1177/0033688220966632

Birhan, Y. (2017). Assessment of the qualities of academic writing in senior essays of English graduates: The case of Dire Dawa University. *International Journal of English and Literature, 8*(8), 102-114. https://doi.org/10.5897/IJEL2015.0777

Dizon, G., & Gayed, J. M. (2021). Examining the impact of Grammarly on the quality of mobile L2 writing. *The JALT CALL Journal, 17*(2), 74-92. https://doi.org/10.29140/jaltcall.v17n2.336

Fahmi, M. F., & Cahyono, B. Y. (2021). EFL students' perception on the use of Grammarly and teacher feedback. *JEES (Journal of English Educators Society), 6*(1), 18-25. https://doi.org/10.21070/jees.v6i1.849

Fitria, T. N. (2021). 'Grammarly' as a teachers' alternative in evaluating non-EFL students' writings. *Leksema: Jurnal Bahasa dan Sastra, 6*(2), 141-152. https://doi.org/10.22515/ljbs.v6i2.3957

Giovanny, T. P. M. (2019). *Virtual writing tutor software in the development of academic writing skills* [Master's thesis]. Universidad Técnica de Ambato.

Gregg, L. W., & Steinberg, E. R. (2016). *Cognitive processes in writing*. Routledge eBooks. https://doi.org/10.4324/9781315630274

Halim, A., Sharina, S., & Zur, S. (2022). Grammarly as a tool to enhance students' self-directed learning. *The Knowledge Enterprise (KnE) Social Sciences, 7*(8), 5-13. https://doi.org/10.18502/kss.v7i8.10719

Harirannukroh, T., & Wongprom, B. (2019, December 19). Using Grammarly application to improve English writing. In *Proceedings of the 14th national and international Sripatum University conference (SPUCON 2019): Research and innovations for Thailand 4.0 vol. 3*, (pp. 1203-1212). Sripatum University.

Huang, A. (2020). Automated writing evaluation in foreign language writing instruction: Application of Grammarly in English. *Hwa Kang English Journal, 25*, 79-95. https://doi.org/10.3966/221880882020072501005

Javier, D. R. (2022). App review: Using tech tools for academic writing: Grammarly as a pedagogical tool. *The Mexican Association of Teachers of English (MEXTESOL) Journal, 46*(2), 2-3.

Jelita, K. N., Daud, A., & Masyhur, M. (2023). The effectiveness of using Grammarly on high school students' writing quality. *International Journal of Educational Best Practices, 7*(1), 43-55. https://doi.org/10.31258/ijebp.v7n1.p43-55

Kelly, M. (2019). The prewriting stage of the writing process. https://www.thoughtco.com/prewriting-stage-of-the-writing-process-8492

Labidi, A. (2022). *Investigating the effect of using grammarly artificial intelligence application on EFL learners' writing skills: A case study of master two students at Biskra University* [Master's thesis]. Biskra University (The University of Mohamed Khider Biskra).

Maulidina, P., & Wibowo, H. (2022). The use of Grammarly tools to enrich student's writing ability. *Lingua: Jurnal Pendidikan Bahasa, 18*(2), 179-189. https://doi.org/10.34005/lingua.v18i2.2246

McGarrell, H., & Brillinger, P. (2002). *Writing for results: Academic and professional writing tasks.* Prentice-Hall.

Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2022). *The office of national higher education science research and innovation policy council (NXPO)*. https://www.slri.or.th/TAS/component/attachments/download/6.html

Miranty, D., Widiati, U., Cahyono, B. Y., & Sharif, T. I. S. T. (2021). The effectiveness of using Grammarly in teaching writing among Indonesian undergraduate EFL students. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 612,* 41-45. https://doi.org/10.2991/assehr.k.211212.008

Muwahhidullah, A. F., Paturusi, M. A., & Hamid, S. M. (2022). The impact of digital content on students' writing skill. *Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan (JKIP), 9*(1), 36-41.

Nova, M. (2018). Utilizing Grammarly in evaluating academic writing: A narrative research on EFL students' experience. *Premise: Journal of English Education and Applied Linguistics, 7*(1), 80-96. https://doi.org/10.24127/pj.v7i1.1300

O'Neill, R. P., & Russell, A. M. T. (2019). Stop! grammar time: University students' perceptions of the automated feedback program Grammarly. *Australasian Journal of Educational Technology, 35*(1), 42-56. https://doi.org/10.14742/ajet.3795

Pedro, L. F. M. G., De Oliveira Barbosa, C. M. M., & Das Neves Santos, C. M. (2018). A critical review of mobile learning integration in formal educational contexts. *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 15*(1), Article 10. https://doi.org/10.1186/s41239-018-0091-4

Qassemzadeh, A., & Soleimani, H. (2016). The impact of feedback provision by Grammarly software and teachers on learning passive structures by Iranian EFL learners. *Theory and Practice in Language Studies, 6*(9), 1884-1894. http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0609.23

Rahmadani, P. (2022). *The effectiveness of using Grammarly application on students' writing quality of analytical exposition text at the 11th grade of SMAN 2 Luwu Timur* [Undergraduate thesis]. State Islamic Institue of Palopo.

Roe, J., Renandya, W. A., & Jacobs, G. M. (2023). A review of AI-powered writing tools and their implications for academic integrity in the language classroom. *Journal of English and Applied Linguistics, 2*(1), Article 3. https://doi.org/10.59588/2961-3094.1035

Setyowati, Y., Priyambudi, S., & Wijayanti, G. C. (2024). Students' reflections on Grammarly as a tool for academic writing support: Perceived knowledge and challenges in higher education. *Scope: Journal of English Language Teaching, 9*(1), 577-587. https://doi.org/10.30998/scope.v9i1.24854

Srisaat, B. (2010). *Preliminary research* (7th ed.). Suwiriyasan.

Syafi'i, A. (2020). Grammarly: An online EFL writing companion. *Eltics Journal: Journal of English Language Teaching and English Linguistics, 5*(2), 1-10. https://doi.org/10.31316/eltics.v5i2.912

Tucci, L. (2024). *A guide to artificial intelligence in the enterprise*. TechTarget. https://cdn.ttgtmedia.com/rms/editorial/AI_Pillar_PDFdownload.pdf

Visaltanachoti, C., Viriyavejakul, C., & Ratanaolarn, T. (2021). Development guidelines for an artificial intelligence algorithmic model in teaching foreign languages to Thai students. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology, 18*(18), 371-380.

You, X. (2018). *Transnational writing education: Theory, history, and practice*. Routledge.

Zawacki-Richter, O., Marín, V. I., Bond, M., & Gouverneur, F. (2019). Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education – Where are the educators? *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 16*(1), 1-27. https://doi.org/10.1186/s41239-019-0171-0

Zinkevich, N. A., & Ledeneva, T. V. (2021). Using Grammarly to enhance students' academic writing skills. *Professional Discourse & Communication, 3*(4), 51-63. https://doi.org/10.24833/2687-0126-2021-3-4-51-63

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

Effects of Using an Online English Test Practice Program on Thai Undergraduates' English Listening and Reading Skills

Received: 3 October 2025
Revised: 17 November 2025
Accepted: 9 December 2025

Khanittha Chetupon*

Research Article

Abstract

The use of technology in language learning has become increasingly pivotal in a digitalized world, particularly the use of online programs and applications. This study investigated the effects of the EduSynch-CEFR Level Test with Practice program, an online test-practice program, on the English listening and reading skills of Thai undergraduates, based on Thorndike's learning theory. A total of 165 third-year Bachelor of Education students were selected as participants through convenience sampling. Pretest and posttest scores were used to evaluate learning achievement, which showed a statistically significant improvement at the $p < 0.05$ level, increasing from the pretest ($M = 11.33$, $S.D. = 4.30$) to the posttest ($M = 17.64$, $S.D. = 5.05$). In terms of satisfaction, the participants expressed an overall high level of satisfaction with using the online test-practice program ($M = 4.22$, $S.D. = 0.80$). The program's usefulness was rated as the highest aspect ($M = 4.43$, $S.D. = 0.74$), followed by its effectiveness in promoting and developing English listening skills ($M = 4.32$, $S.D. = 0.80$). Regarding reading and listening behaviors, the participants rated the time allocation to practice as the highest-rated aspect ($M = 3.92$, $S.D. = 0.90$). Additionally, the students reported greater interest in English-language media and stronger self-directed learning habits, which will greatly benefit learners in the future.

Keywords

EduSynch-CEFR Level Test with Practice; Thorndike's learning theory; English listening and reading skills

* Lecturer, Language Institute, Nakhon Pathom Rajabhat University, e-mail: kanet@webmail.npru.ac.th

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

ผลการใช้โปรแกรมฝึกทำแบบทดสอบภาษาอังกฤษในรูปแบบออนไลน์ต่อทักษะการฟังและการอ่านภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของไทย

Received: 3 October 2025
Revised: 17 November 2025
Accepted: 9 December 2025

ขนิษฐา เชตุพน*

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

การใช้เทคโนโลยีในการเรียนรู้ภาษาได้กลายเป็นสิ่งสำคัญในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันออนไลน์ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการใช้โปรแกรมฝึกทำแบบทดสอบภาษาอังกฤษในรูปแบบออนไลน์ที่มีชื่อว่า “EduSynch-CEFR Level Test with Practice” ต่อการพัฒนาทักษะการฟังและการอ่านภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของไทยตามทฤษฎีการเรียนรู้ของธอร์นไดค์ (Thorndike) กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 3 จำนวน 165 คน คัดเลือกโดยวิธีการสุ่มแบบ Convenience Sampling ผลการศึกษาจากการเปรียบเทียบคะแนนก่อนการฝึก (Pretest) และหลังการฝึก (Posttest) พบว่าผู้เรียนมีพัฒนาการด้านภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีคะแนนเฉลี่ยก่อนการฝึก 11.33 (SD = 4.30) และคะแนนเฉลี่ยภายหลังการฝึกเพิ่มขึ้นเป็น 17.64 (SD = 5.05) ในด้านความพึงพอใจ พบว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการใช้โปรแกรมฝึกในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.22, S.D. = 0.80) ด้านประโยชน์ของโปรแกรมได้รับคะแนนประเมินสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 4.43, S.D. = 0.74) รองลงมา ได้แก่ ความสามารถของโปรแกรมในการส่งเสริมและพัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษ (ค่าเฉลี่ย = 4.32, S.D. = 0.80) ในด้านพฤติกรรมการอ่านและการฟังภาษาอังกฤษ ผู้เรียนให้คะแนนด้านการจัดสรรเวลาในการฝึกสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.92, S.D. = 0.90) นอกจากนี้ ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่าผู้เรียนมีความสนใจในสื่อภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้นและมีพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการพัฒนาผู้เรียนอย่างมากในอนาคต

คำสำคัญ

EduSynch-CEFR Level Test with Practice; ทฤษฎีการเรียนรู้ของธอร์นไดค์; ทักษะการฟังและการอ่านภาษาอังกฤษ

* อาจารย์ประจำสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ติดต่อได้ที่: kanet@webmail.npru.ac.th

1. Introduction

In today's world, English plays a crucial role across dimensions, particularly in driving international economic advancement (Kiatkungwanglai & Sattayanuwat, 2018, p. 58). As a result, many non-native English-speaking countries prioritize improving citizens' English proficiency to strengthen global competitiveness. In Thailand, the Ministry of Education has promoted English proficiency to meet international standards, evidenced by its adoption of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) in 2014.

Nevertheless, after over ten years of constant effort, Thailand is still struggling to achieve the desired levels of English language proficiency among Thai students. According to Education First (2023), Thailand was ranked 101st out of 113 nations on the EF English Proficiency Index (EPI) and 106th out of 116 nations in the 2024 EF EPI report (Education First, 2024). We were consistently ranked as having "very low" proficiency among ASEAN countries and globally. These test results corresponded to the English placement test scores of first-year students at Nakhon Pathom Rajabhat University (NPRU). The data were collected from the English placement test administered to 2,776 first-year students in 2021. The report revealed that the majority, 1,926 students, demonstrated English proficiency at the A1 and A2 levels, accounting for 69.39% (Language Institute, Nakhon Pathom Rajabhat University, 2021). This low level of English proficiency among the Thai people may impede the country's economic development and its ability to compete globally. Additionally, improving students' English language proficiency to meet both national needs and international standards is increasingly challenging for higher education institutions.

The Language Institute has been assigned to spearhead the endeavor to enhance English proficiency among NPRU students so that they can meet the CEFR standards required for graduation. According to the English Language Standard Announcement for NPRU Students (2020), general undergraduates are required to meet the B1 CEFR level, while students in English and international programs are required to meet the B2 level. Our students are EFL learners who aren't in real English-speaking situations, which makes it harder for them to learn and use the language. This limitation particularly affects their listening and reading skills, which require continuous access to various English media.

Besides classroom-based English instruction, online software offers an effective alternative. The EduSynch-CEFR Level Test with Practice promotes English listening and reading skills and aligns with the CEFR framework. It is currently used by over 100 secondary schools and 20 higher education institutions across the country (Sales staff, SE-EDUCATION Public Company Limited, personal communication, November 6, 2025). Despite its widespread use, its effectiveness has not been thoroughly examined, presenting a research gap. This study, therefore, investigates the program's impact on students' listening and reading comprehension skills and also provides guidance for future software

selection to enhance English competency and standardized test preparation to achieve the university's goals.

2. Literature Review

2.1 Thorndike's learning theory

This learning theory explains how people acquire and retain knowledge, resulting in changes in behavior and cognition. Learning can occur in various ways, including through reading, listening, and viewing. Among various learning theories, Thorndike's connectionism (1966) was found to be particularly relevant to this study. The theory emphasizes the relationship between stimuli and response. It is encapsulated into three basic laws: Law of Exercise and Repetition, Law of Effect, and Law of Readiness. This theory captures the link between stimulus and response, especially the Law of Exercise and Repetition, which is the main approach behind this study. Thorndike believes that a single stimulus can cause many different responses, and that people can find the right pattern through trial and error (Panmanee, 2003). Repeated practice leads to learning, and various response patterns diminish, leaving only the most appropriate response pattern. As the saying goes, "practice makes perfect." Furthermore, Thorndike argues that rewards and reinforcements enhance the relationship between stimulus and response, and increase the responses that provide desirable results, as well as being more likely to occur again (Chakraborty, 2021). At the same time, reactions with negative effects are less likely to occur (Thammabut, 2002).

This approach has had a big impact on education and psychology. In learning management, the theory is used to encourage students to improve their learning outcomes. Sompong & Panjiang (2021) investigated the impact of incorporating Thorndike's paradigm in the Western music curriculum for seventh-grade students. Students observed significantly improved learning outcomes in musical skills after following the five design plans, compared to pre-learning levels, while the participants expressed high levels of satisfaction with the five audiovisual learning management plans based on Thorndike's concept. Similarly, Srisurach (2016) developed a reading comprehension improvement program to help third-grade students improve their Thai reading comprehension skills. The designed exercises based on Thorndike's theory outperformed the standard of 80/80 with an efficiency of 82.16/88.80. The achievement after learning showed a notable improvement in learning outcomes, and the satisfaction with the Thai reading comprehension exercises was at a high level. This result is consistent with Gunthong's study (2022), which implemented a difficult word-spelling exercise model based on Thorndike's principles. The results showed that second-grade students' spelling skills improved significantly, and they were highly satisfied with the exercise mode as well. In English language teaching, Pimpisittawon (2018) employed this approach in

enhancing fifth-grade students' English writing abilities, resulting in significantly improved post-training outcomes. These findings highlight the effectiveness of using Thorndike's theory in skills training across diverse subjects. Repetitive skill training helps in deepening students' understanding, ultimately contributing to enhanced learning outcomes. Such outcomes underscore the significance of skill training in enhancing students' abilities across diverse academic disciplines.

2.2 Effectiveness of using an online English test practice program to enhance English language skills

To foster students' English language skills and to boost students' English test scores, Sampattakul & Promchan (2020) developed a test preparation training program for the American Language Course (ALC), namely “The ALC English Language Practice program.” The findings revealed it was effective among second-year Naval Academy students. Post-learning scores significantly surpassed pre-learning scores, averaging 85.45/64.85, and students also expressed high satisfaction with the program. Similarly, Srinonyang et al. (2018) investigated the achievements of self-learning using Edusoft's English Discoveries program. The findings revealed that the students' English self-learning outcomes were higher after using the software. Additionally, students were also highly satisfied with their English self-learning using the provided program, because the content was well-designed, flexible, and responsive to individual differences.

Although there are numerous online English test practice programs, there is still a dearth of evidence that they actually help people improve their English language skills, especially the EduSynch-CEFR Level Test with Practice software. Consequently, the researcher was inspired by this tool to investigate the effects of integrating it into the English subject to enhance English listening and reading comprehension skills through practice grounded in Thorndike’s principles. The program’s beneficial features, combined with the score-based reinforcement, provide a strong motivation for learners to achieve their training objectives.

3. Research Questions

1. Does an online English test practice program affect the development of students’ English listening and reading skills?

2. What are the students' perspectives on the effectiveness of the online test practice program in enhancing their English listening and reading proficiency?

3. How do students engage in listening and reading activities when using an online English test practice program to improve their English listening and reading skills?

4. Scope of the Study

4.1 Population and Sample

The population consisted of 600 third-year students majoring in Education who enrolled in the course "English for Professional Purposes" in the first semester of the academic year 2023. The 165 samples were selected from seven of the 29 classes using a convenience sampling method, selecting from the classes taught by the researcher.

4.2 Research Instruments

4.2.1 Pretest-posttest

This study used a single-group pretest-posttest design to evaluate students' achievement after practicing English listening and reading skills through an online test-practice program. A prototype test adapted from a TOEFL ITP mock test included 100 listening and reading items, which were piloted with 50 non-target students in the third semester of 2021. The results of item analysis (KR-20) showed that 40 items (20 per skill) met the criteria with both the difficulty index (p) and discrimination index (r).

It is often necessary to assess both validity and reliability simultaneously. However, the researchers used the TOEFL ITP mock test, which is an existing standardized test for test preparation training. Therefore, it was assessed for validity before being used. As a result, validity was not reassessed in this study. In terms of reliability, the selected 40 items were tested on 30 non-target students enrolled in TOEIC test preparation training in the second semester of academic year 2022 to evaluate the test's difficulty (p) and reliability using the KR-20 formula. The test assessment revealed that the reliability coefficient for this test is 0.87, suggesting high reliability.

4.2.2 Questionnaire

A questionnaire was developed to collect feedback on learners' attitudes toward the online English test practice program and their listening and reading habits. It comprised five parts: (1) general respondent information, (2) engagement in listening and reading activities while using the program, (3) opinions about program use, (4) listening and reading behaviors, and (5) suggestions. Each part was designed based on the 5-point Likert scale. The questionnaire was tested on 30 non-target students, and the index of item-objective congruence (IOC) was checked by three experts. The items that had scores lower than 0.5 were revised, and those with scores higher than or equal to 0.5 were retained. Then the reliability of the questionnaire was validated using Cronbach's alpha, and the results revealed a value of 0.92, which is higher than the indicated acceptable value of 0.80.

4.2.3 Online English test practice program

EduSynch - CEFR Level Test with Practice program is an online tool that provides thousands of items of English listening and reading practice tests, designed in accordance with the CEFR framework. The software used in this study was funded by NPRU.

4.2.4 Integrated learning management plan

The plan was created utilizing Thorndike's Law of Exercise and Repetition theory, employing the EduSynch-CEFR Level Test with Practice to improve the English listening and reading skills of third-year undergraduate students in the English for Professional Purposes subject. The integrated plan was designed to adhere to the previously established teaching plan. The designed plan was then reviewed by three experts in the field of English language teaching. The results showed that the designed plan was consistent and appropriate, and could be applied to the sample group.

4.3 Research Methodology

The procedures for conducting this study were divided into two phases: the first phase involved developing the research instruments, and the second phase involved their implementation.

In the first phase, research tools were developed based on relevant theories, documents, and literature. These tools underwent expert review to ensure content validity and quality. Following verification using the Index of Item-Objective Congruence (IOC), the tools were piloted on a non-target student group to assess difficulty (p), discrimination index (r), and reliability. The tools were subsequently refined to meet established quality standards before implementation.

In the second phase, the implementation was carried out as follows:

Step 1: The research project details, activity format, integration plan, and the benefits for participants were elaborated. The participants were then invited to join the research project, and those interested were provided with an informed consent form to sign.

Step 2: Personal information was gathered from 165 target students to register for a program user account.

Step 3: Participants were assigned to take a pretest before using an online English test practice program.

Step 4: Program user accounts were provided, and the use of the software, as well as the practice criteria, were demonstrated. Within 12 weeks (September 1-November 30, 2023), participants were required to complete a minimum of 500 questions, consisting of 250 listening questions and 250 reading questions, totaling 40 practice hours.

Step 5: Students learned and practiced through the online program independently. They had the flexibility to practice at their convenience, allowing them to experiment with various types of questions until they gained knowledge and developed proficiency in their target skill areas. The researcher offered advice, support, praise, and encouragement to ensure consistent use of the program. Additionally, the results of use were reported to students regularly.

Step 6: After 12 weeks of practicing English through the provided program, participants took a post-test and completed a questionnaire.

4.4 Data collection and analysis

To assess students' performance, opinions towards the program, and learning habits after their practice with the provided program:

1. A pretest was administered to participants at the beginning of the implementation, and the same test served as the posttest after 12 weeks. A paired-sample t-test was used to compare the scores, reporting the mean (M), standard deviation (S.D.), and minimum and maximum values.

2. To study the feedback on students' opinions toward the online test practice program, as well as their reading and listening habits, the questionnaire was employed to collect the data from the 165 participants. The quantitative data from the Google form was then analyzed, and descriptive statistical analysis was performed. The results were presented in terms of mean values and standard deviations (S.D.) for each set of questions as well as for the overall scores. The responses to the survey items were analyzed using descriptive statistics, and the mean scores were interpreted based on a 5-point Likert scale as follows: 1.00-1.80 = Very Low, 1.81-2.60 = Low, 2.61-3.40 = Average, 3.41-4.20 = High, and 4.21-5.00 = Very High. In addition, students' comments were examined using a qualitative content analysis approach grounded in Krippendorff's (2013) framework.

5. Results

5.1 Does an online English test practice program affect the development of students' English listening and reading skills?

Table 1

Differences between the pretest and posttest scores

Pretest		Posttest		Paired t-test	df	sig
Mean	S.D.	Mean	S.D.	-15.92	164	0.000
11.33	4.30	17.64	5.05			

*significant at the 0.05 level

Table 1 illustrates the students' learning achievement through the online English test practice program after practicing. The results indicate that the posttest scores (M = 17.64, S.D. = 5.05) were significantly higher than the pretest scores (M = 11.33, S.D. = 4.30). The analysis also shows the students' learning outcomes increased significantly at a .05 level after using the provided software.

Table 2

Differences between the pretest and posttest scores analyzed by skill

Part	**Pretest**		**Posttest**		**Achievement**		
	Max	Min	Max	Min	Increase	Decrease	Remain Stable
Listening (20 pts.)	15	0	19	0	129 78.18%	21 12.72%	15 9.09%
Reading (20 pts.)	15	1	16	2	138 83.63%	17 10.30%	10 6.06%
Total (40 pts.)	26	2	34	5	148 89.69%	14 8.48%	3 1.81%

Table 2 illustrates the students' learning outcomes after studying English listening and reading through the online English test preparation program, analyzed by skill. The results are as follows:

Regarding the listening test, student learning outcomes increased for 129 out of 165 participants, accounting for 78.18%. The analysis also showed that 21 participants (12.72%) decreased their listening post-test scores, while 15 (9.09%) maintained the same scores. In terms of the reading test, student learning outcomes improved for 138 out of 165 participants, or 83.63%. According to the data, 17 participants (10.30%) saw a reduction, whereas 10 participants (6.06%) maintained their reading post-test scores. In considering the total score (40 points), the data shows that 148 out of 165 participants, or 89.69%, increased their post-test scores, while 14 individuals (8.48%) dropped, and 3 participants (1.81%) remained unchanged. Based on the students' learning outcomes above, it has been shown that the online English test practice program can significantly affect the development of students' English listening and reading skills.

5.2 What are the students' perspectives on the effectiveness of the online test practice program in enhancing their English listening and reading proficiency?

Table 3

Mean and standard deviation of student opinions on using an online English test practice program

Statement	Mean	S.D.	Interpretation
1. The program is beneficial.	4.43	0.74	very high
2. The program is user-friendly.	4.24	0.78	very high
3. The length of time for practicing English listening and reading tests through the provided program is appropriate (40 hours within 12 weeks).	4.19	0.93	high
4. The program helped promote and enhance my English listening skills.	4.32	0.80	very high
5. The program helped promote and enhance my English reading skills.	4.23	0.78	very high
6. The program provided a better grasp of the formats and structure of standardized English tests.	4.21	0.78	very high
7. The program enhanced familiarity with English listening and reading exam formats and instructions.	4.23	0.81	very high
8. The program helped develop English language proficiency in accordance with the CEFR guidelines.	4.20	0.75	high
9. The program boosted my confidence in taking standardized English tests.	4.06	0.84	high
10. The program fostered a positive attitude toward utilizing the online program to practice the English language for self-study and educational purposes.	4.13	0.83	high
Overall	4.22	0.80	very high

Table 3 illustrates that overall, the participants expressed their satisfaction in utilizing an online English test practice program at a very high level (M = 4.22, S.D. = 0.80). In particular, the results reveal that the participants rated the program's usefulness as the highest aspect (M = 4.43, S.D. = 0.74), followed by promoting and enhancing English listening skills (M = 4.32, S.D. = 0.80). The program's ability to boost student confidence in taking standardized English tests was ranked the lowest (M = 4.06, S.D. = 0.84).

5.3 How do students engage in listening and reading activities when using an online English test practice program to improve their English listening and reading skills?

Table 4

Mean and standard deviation of students' opinions on reading and listening behaviors regarding the use of an online English test practice program

Statement	Mean	S.D.	Interpretation
1. I usually set a plan to practice English reading and listening tests through an online test practice program.	4.04	0.80	high
2. I make full use of the online English practice test program with enthusiasm.	3.92	0.97	high
3. I allocate time to practice English skills through an online test practice software.	4.10	0.80	high
4. I regularly take note of interesting terms and phrases during the practice.	3.73	1.05	high
5. I learn and practice English reading and listening comprehension skills, in addition to practicing through the provided program.	3.86	0.90	high
6. I apply knowledge and skills learned to other standardized English tests, such as the TOEIC, TOEFL ITP, and CEFR Level Tests.	3.88	0.89	high
7. I apply English listening and reading techniques in my daily life.	3.89	0.87	high
8. I have a greater interest in reading and listening to various English media.	3.95	0.91	high
Overall	3.92	0.90	high

Table 4 illustrates how participants used the online English test practice program to improve their English listening and reading skills. The overall mean score of 3.92 reflected that all aspects were evaluated highly. The respondents rated allocating time to practicing English listening and reading through the online test practice program as the highest aspect (M = 4.10, S.D. = 0.80). Setting a plan to enhance English reading and listening comprehension was the second-highest-rated aspect (M = 4.04, S.D. = 0.80). The lowest-rank aspect was taking notes on intriguing vocabulary and phrases while practicing the tests (M = 3.73, S.D. = 1.05).

5.4 Students' comments on the improvement of their English listening and reading skills using an online English test practice program

In analyzing students' comments, a qualitative content analysis, as proposed by Krippendorff (2013), was employed. The analysis revealed three main themes. First, students reported noticeable improvements in listening and reading skills, especially in vocabulary and comprehension. They also expressed positive views on the program's effectiveness in improving their English proficiency. Key excerpts from students' comments are presented as follows:

Excerpt 1: "This program was very helpful. It improved my English listening and reading skills and provided both classroom and cumulative scores." (Participant 26, student comment, October 31, 2023)

Excerpt 2: "This software contributed to the development of my listening skills, particularly in the comprehension of diverse English accents." (Participant 20, student comment, October 31, 2023)

Second, the analysis showed engagement of learners through repeated practice and autonomous learning.

Excerpt 1: "I think frequent practice increased students' familiarity with vocabulary and expressions, expanded lexical knowledge, and also enhanced English listening and reading skills." (Participant 15, student comment, October 31, 2023)

Excerpt 2: "I could try the tasks according to my own ability." (Participant 11, student comment, October 31, 2023)

Excerpt 3: "I was able to practice English reading more frequently." (Participant 85, student comment, October 31, 2023)

Third, technical issues such as unstable log-ins, inaccurate time records, and audio issues were identified as obstacles to both engagement and perceived program efficiency.

Excerpt 1: "The items load slowly when changing questions." (Participant 98, student comment, October 31, 2023)

Excerpt 2: "The system often logs out, and inaccurate time records." (Participant 71, student comment, October 31, 2023)

6. Discussion

6.1 Effects of online English test practice programs on the development of students' listening and reading skills

The findings indicate that the EduSynch-CEFR Level Test with Practice program significantly enhances students' listening and reading skills, as evidenced by improvements in pretest and posttest scores. Chetupon (2022) stated that integrating online tools in the classroom can boost learning outcomes. Similarly, Sampattakul & Promchan (2020) found that a test-preparation program for the American Language Course (ALC) improved student achievement. Other studies (Sriwisit, 2019; Ahmad & Mohammed, 2020) also confirmed that digital tools support higher grades and exam scores. A key factor in these positive outcomes was the interactive aspect of online tools, which allows learners to practice at their own pace, anytime and anywhere, with immediate feedback. This aligns with Thorndike's Law of Exercise and Repetition, where behaviors are strengthened through practice and trial and error. Regular practice helps learners improve according to their individual learning styles. Additionally, integrating online programs fosters self-directed learning and a student-centered environment (Ahmadi, 2018).

6.2 Students' perspectives on the effectiveness of the online test practice program in enhancing their English listening and reading proficiency

The results show that the online test practice program effectively enhanced students' learning and strengthened their English listening and reading skills, with participants reporting a high level of overall satisfaction. The use of technology also supports diverse learning styles, consistent with Thorndike's learning theory (Thorndike, 1966). However, some survey results from the questionnaire are quite surprising, revealing new insights. Most learners perceived the online test practice program as beneficial for developing their English listening and reading skills. However, technical issues, difficult and repetitive content, limited practice time, and uncertainty about their acquired knowledge led to reduced confidence in taking actual standardized tests. The findings align with Bandura's (1997) concept that "self-efficacy" develops through experiences that confirm one's abilities. When learners lack self-efficacy, they may experience doubt or anxiety about taking actual tests, even when their post-training performance demonstrates achievement.

7. Conclusion

The findings revealed that the provided program has a positive influence on learning outcomes and significantly enhances students' English reading and listening skills. Participants reflected on substantial benefits from incorporating this online tool into their classroom, noting improvements in both English listening and reading ability. They also expressed a high level of satisfaction with the online English test practice tool, particularly its effectiveness and utility. Moreover, it encourages greater engagement with a variety of English-language media and promotes self-discipline and responsibility in independent practice. By utilizing this online software, students can develop effective learning habits that will benefit their future self-study.

8. Limitations and suggestions for further study

In the present study, although the online English test practice program effectively enhanced students' listening and reading skills, the 40-hour practice period may have been insufficient to significantly strengthen their confidence in taking standardized tests. According to Thorndike (1966) and Bandura (1997), students' self-efficacy can be enhanced, and test anxiety reduced, through frequent practice, adequate reinforcement time, and opportunities for learners to ask questions. Moreover, technical issues, including unstable internet connections, time recording errors, and inaccessible audio files, disrupted the continuity of practice and consequently limited the actual time available for skill development. Consistent with Knight (2018) and Sara (2023), adult learners typically require approximately 200 guided learning hours to advance one CEFR level. Therefore, future studies could extend the training period to six months or a year to provide students with more practice time and also provide them with the opportunity to ask questions about the practice at the end of each class. Such improvements would not only offer learners sufficient practice time but also help build their confidence and self-efficacy in using English and in English standardized testing.

References

Ahmad, F. B., & Mohammed, A. (2020). The effectiveness of electronic software in developing English language skills (listening and speaking) for the primary stage students in Jordan. *Opción, Año 36, Especial, 26,* 3451-3492.

Ahmadi, M. R. (2018). The use of technology in English language learning: A literature review. *International Journal of Research in English Education, 3*(2), 115-125. https://doi.org/10.29252/ijree.3.2.115

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy in changing societies*. Cambridge University Press.

Chakraborty, S. B. (2021). Applying scaffolding, collaborative group work and laws of exercise in teaching English writing skill to the undergraduate students at a government college of Bangladesh. *Journal of Research & Method in Education, 11*(5), 33-40.

Chetupon, K. (2022). Development of a blended English teaching model using online media. *The New English Teacher, 16*(1), 1-28.

Education First. (2023). *EF English proficiency index.* https://www.ef.com/assetscdn/WIBIwq6RdJvcD9bc8RMd/cefcom-epi-site/reports/2023/ef-epi-2023-english.pdf

Education First. (2024). *EF English proficiency index.* https://www.ef.com/assetscdn/WIBIwq6RdJvcD9bc8RMd/cefcom-epi-site/reports/2024/ef-epi-2024-english.pdf

Gunthong, S. (2022). The effect of learning management using exercises on difficult word spelling in Thai language on the ability to spell for grade 2 students. *Journal of Educational Innovation and Research, 6*(2), 425-426.

Kiatkungwanglai, N., & Sattayanuwat, W. (2018). English language and economic growth. *Srinakharinwirot Research and Development*, *10*(20), 58-67.

Knight, B. (2018). *How long does it take to learn a language?* Cambridge University Press. https://www.cambridge.org/elt/blog/2018/10/11/how- long-learn-language

Krippendorff, K. (2013). *Content analysis. An introduction to its methodology* (3rd ed). Sage Publications.

Language Institute, Nakhon Pathom Rajabhat University. (2021). *English placement test report for first-year students, academic year 2021.* Language Institute, Nakhon Pathom Rajabhat University.

Nakhon Pathom Rajabhat University. (2020). *English language standard announcement for NPRU students (2020).* Nakhon Pathom Rajabhat University.

Panmanee, A. (2003). *Creative psychology of teaching and learning*. Yaimai Educate.

Pimpisittawon, R. (2018). *The development of English writing ability using exercises for fifth-grade students* [Unpublished master's thesis]. Silpakorn University.

Sampattakul, J., & Promchan, P. (2020). The development of an English testing skills training program ALC. *Southeast Bangkok Journal, 7*(1), 55-67.

Sara, H. (2023). *Guided learning hours*. Cambridge English. https://support.cambridgeenglish.org/hc/en-gb/articles/202838506-Guided-learning-hours

Sompong, S., & Panjiang, P. (2021, June 25). Learning outcomes in auditory skills in Western music for grade 7 students. In *The 12th Hatyai National and International Conference* (pp. 992-1002). Hatyai University.

Srinonyang, P., Tawongsa, K., Apaiso., P., & Chotchai, B. (2018). English achievement of self-directed learning through Edusoft's English Discoveries. *Journal of Sri Lanchang Review, 4*(1), 47-63.

Srisurach, P. (2016). *Development of Thai language reading comprehension skills for Pathomsuksa 3 students at Ban Khaosaming Community School, Trat Province* [Master's thesis]. Rambhai Barni Rajabhat University.

Sriwisit, S. (2019). The effects of an educational program on the development of English listening, reading, and grammar skills of students at Sirindhorn College of Public Health, Trang. *The Southern College Network Journal of Nursing and Public Health, 6(2),* 152-162.

Thammabut, M. (2002). Enhancing learning quality through problem-based learning (PBL). *Journal of Science and Technology, Nakhon Sawan Rajabhat University, 5*(2), 11-17.

Thorndike, E. L. (1966). *Human learning*. Cambridge, M.I.T. Press.

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

Received: 26 November 2024
Revised: 1 May 2025
Accepted: 23 August 2025

ความคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนและแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนชาวไทยที่ไม่ได้เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก: กรณีศึกษาผู้เรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*

ยุพกา ฟูกุชิม่า**

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์จริงของผู้เรียนในรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ความคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนและแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนกลุ่มดังกล่าว ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัยและการวิเคราะห์ถดถอย

ผลการศึกษาพบว่า (1) กว่าร้อยละ 50 ของผู้เรียนในรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์เรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อนเข้ามหาวิทยาลัย สามารถอ่านและเขียนตัวอักษรฮิรางานะได้ค่อนข้างครบถ้วน (2) ผู้เรียนส่วนใหญ่คาดหวังให้ผู้สอนใช้ภาษาญี่ปุ่นอย่างน้อยครึ่งหนึ่งในการจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียนที่เน้นให้ผู้เรียนมีโอกาสฝึกฝนการใช้ไวยากรณ์ รูปประโยค คำศัพท์และฝึกถามตอบหรือสนทนา รวมถึงต้องการให้มีกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนาน เช่น การดูคลิปวิดีโอ หรือการเล่นเกม (3) แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นสามารถจัดกลุ่มได้ 7 ด้าน ได้แก่ “วัฒนธรรมประชานิยม” “ความคาดหวังในอนาคต” “การใช้ประโยชน์” “ความสำคัญของภาษาต่างประเทศ” “ภาวะจำยอม” “เสน่ห์ของภาษาญี่ปุ่น” และ “ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น” โดย “ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น” เป็นแรงจูงใจเพียงด้านเดียวที่มีอำนาจการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ในระดับหนึ่ง

คำสำคัญ

ความคาดหวัง;
แรงจูงใจ;
ผู้เรียนชาวไทยที่ไม่ได้เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก;
วิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1

* งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2567 และได้รับหนังสือรับรองการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย COE No. COE63/064 จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ณ วันที่ 18 มีนาคม 2567

** รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: fhumykf@ku.ac.th

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

Non-Japanese Major Students' Expectations and Motivations Regarding Japanese Learning: A Case Study of the Elementary Japanese I Course at Kasetsart University*

Received: 26 November 2024
Revised: 1 May 2025
Accepted: 23 August 2025

Yupaka Fukushima**

Research Article

Abstract

The objective of this study was to examine the Japanese learning expectations and motivations of Thai students enrolled in the Elementary Japanese I Course at Kasetsart University. Data were collected using a structured questionnaire. The analysis involved calculating frequencies, percentages, means, and standard deviations, as well as conducting factor analysis and regression analysis.

The results are as follows: 1) Prior to attending university, more than half of the participants had learned Japanese and could read and write Hiragana fairly well. 2) Most of the students expected their teachers to use Japanese at least half of the time in class and to provide opportunities for practice with grammar, sentence patterns, vocabulary, and conversation. Moreover, they desired additional enjoyable activities such as watching video clips or playing games in class. 3) The participants' motivations for Japanese learning fell into seven categories: popular culture, future expectations, utilization, importance of foreign languages, compulsion, Japanese charm, and interest in Japanese language and learning. Only the last category had predictive power in terms of learning achievements.

Keywords

expectation; motivation; non-Japanese major students; Elementary Japanese I

* This research was funded by the Department of Eastern Languages, Faculty of Humanities, in fiscal year 2024 and received a Certificate of Approval COE No. COE63/064 from the Kasetsart University Research Ethics Committee on March 18, 2024.

** Associate Professor, Department of Eastern Languages, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: fhumykf@ku.ac.th

1. บทนำ

ผลสำรวจสภาพการณ์การจัดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นในต่างประเทศโดยเจแปนฟาวน์เดชั่นล่าสุดประจำ ค.ศ. 2021 พบว่าผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นชาวไทยมีจำนวน 183,957 คน จัดอยู่ในอันดับที่ 5 ของโลก รองจากประเทศจีน อินโดนีเซีย เกาหลีและออสเตรเลีย ในจำนวนนี้เป็นผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษามากที่สุด คือ 150,240 คน เท่ากับร้อยละ 81.7 ถัดไปคือ ผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา จำนวน 19,803 คน เท่ากับร้อยละ 10.8[1] ข้อมูลตัวเลขนี้ชี้ว่าชาวไทยส่วนใหญ่เริ่มต้นเรียนภาษาญี่ปุ่นเมื่อศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษา โดยเฉพาะในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มักเปิดวิชาภาษาญี่ปุ่นให้นักเรียนเลือกเรียนเป็นวิชาเลือกเสรี วิชาโท หรือวิชาเอก (ศิลป์ภาษาญี่ปุ่น) ดังนั้นจึงคาดการณ์ได้ว่าผู้ที่เพิ่งเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นในระดับอุดมศึกษาจะมีจำนวนน้อย

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เปิดรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 (Elementary Japanese 1) ซึ่งเป็นรายวิชาสำหรับผู้ที่ไม่มีพื้นฐานความรู้ภาษาญี่ปุ่นให้กับนิสิตนอกสาขาวิชาเอก คำอธิบายรายวิชา คือ “หลักภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น ฟัง พูด อ่านและเขียนประโยคขั้นพื้นฐาน ศึกษาอักษรฮิระงะนะ คะตะคะนะและคันจิ” อย่างไรก็ดี ปัญหาที่ผู้สอนพบและนำมาแลกเปลี่ยนพูดคุยกันภายในสาขา คือ ผู้เรียนจำนวนมากเคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อนแล้ว บางคนจึงมีพฤติกรรมไม่ตั้งใจเรียน เพราะถึงแม้จะไม่ฟังอาจารย์บรรยาย ก็เข้าใจเนื้อหาและสามารถทำข้อสอบได้ บางคนเข้าเรียนเพียงเพื่อให้ได้คะแนนเข้าเรียนและมีสิทธิ์สอบ ทำให้ผู้สอนบางคนหมดกำลังใจสอน ครั้นจะสอนให้เร็วขึ้นก็กลายเป็นภาระของผู้ที่ไม่เคยเรียนมาก่อน นอกจากนี้ ในกรณีของผู้ที่ไม่เคยเรียนมาก่อน บางครั้งมีท่าทีวิตกกังวล ตื่นเต้นและไม่มั่นใจเมื่อต้องตอบคำถามของผู้สอนซึ่งตรงกับข้อสังเกตของอัจฉรา อึ้งตระกูล (2564)

คุณัชญ์ สมชนะกิจ (2558) ได้ชี้ให้เห็นถึงประเด็นปัญหาด้านความวิตกกังวลของผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน โดยพบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้สอนและปัจจัยด้านจิตใจของผู้เรียนเองส่งผลต่อความรู้สึกวิตกกังวลของผู้เรียนในระดับมาก นอกจากนี้ พื้นฐานความรู้ที่แตกต่างกันยังส่งผลกระทบต่อระดับความกังวลที่แตกต่างกัน ดังการศึกษาของอมรรัตน์ มะโนบาล และเตวิช เสวตไอยาราม (2560) ซึ่งพบว่าผู้เรียนที่ไม่มีพื้นฐานมีความวิตกกังวลมากกว่าผู้เรียนที่มีพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ (1) เพื่อนร่วมชั้นเรียนคนอื่นๆ (2) กิจกรรมในชั้นเรียน (3) ความกลัวต่อข้อผิดพลาด (4) ไวยากรณ์ และ (5) คำศัพท์ โดยผู้เรียนที่ไม่มีพื้นฐานมีความวิตกกังวลอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ผู้เรียนที่มีพื้นฐานมีความวิตกกังวลอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความวิตกกังวลเกี่ยวกับเพื่อนร่วมชั้นเรียนคนอื่นๆ ในด้านทักษะการพูดซึ่งมีระดับมากเช่นเดียวกันทั้งสองกลุ่ม

จากที่มาข้างต้น จึงกล่าวได้ว่าการบริหารจัดการชั้นเรียนที่ผู้เรียนมีพื้นฐานความรู้ภาษาญี่ปุ่นแตกต่างกัน โดยเฉพาะในรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 เป็นปัญหาทั้งสำหรับผู้เรียนและผู้สอนมาโดยตลอด ผู้วิจัยในฐานะผู้ที่มีประสบการณ์การสอนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 ตระหนักและเข้าใจในปัญหาดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงคิดว่าควรมีการเปิดรายวิชาที่จะเป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่มีพื้นฐานความรู้ภาษาญี่ปุ่นก่อนเข้าเรียนในระดับมหาวิทยาลัย โดยเน้นการพัฒนาทักษะฟัง-พูดและการสื่อสารเป็นหลัก เพื่อกระตุ้นให้เกิดการถ่ายโอนจาก “ความเข้าใจ (ไวยากรณ์ หรือกฎเกณฑ์ทางภาษา)” ไปสู่ “การปฏิบัติ (การสื่อสาร) ได้”

นอกจากปัญหาการจัดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้นในชั้นเรียนที่ผู้เรียนมีพื้นฐานความรู้แตกต่างกัน รูปแบบการจัดการเรียนการสอนในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังไม่ส่งเสริมทักษะการสื่อสาร หรือช่วยให้ผู้เรียนพูดได้

[1] นอกจากนี้ เป็นผู้เรียนในระดับประถมศึกษา 6,597 คน และผู้ที่เรียนนอกระบบการศึกษาของโรงเรียน 7,317 คน

ใช้เป็น ดังที่สมพร โกมารทัต (2548) ได้สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมการสอนภาษาญี่ปุ่นในมหาวิทยาลัยของไทยว่าเป็นรูปแบบที่ยึดผู้สอนเป็นศูนย์กลาง เน้นการสอนไวยากรณ์และโครงสร้างภาษาด้วยวิธีการบรรยาย ซักถามและทบทวนเป็นหลัก เน้นการอธิบายด้วยภาษาไทยเพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจกฎเกณฑ์ของภาษาและไม่ค่อยมีกิจกรรมการสอนที่หลากหลาย ซึ่งตรงกับการระบุของ パッチャラポーン (2017) เกี่ยวกับปัญหาการจัดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นในประเทศไทย ทั้งนี้ スニーラット (2021) ชี้ว่าการจัดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นในประเทศไทยยังคงไม่ได้เป็นไปตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เพื่อให้สอดคล้องกับการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง แต่ส่วนใหญ่ยังคงมีลักษณะนำโดยผู้สอน สาเหตุหนึ่งคือผู้สอนชาวไทยนิยมวิธีการสอนที่ตนเองคุ้นเคย จึงรู้สึกว่าวิธีการสอนอื่นๆ ที่แตกต่างออกไปน่าสงสัยและไม่อาจยอมรับ นอกจากนี้ ภาระงานที่มากเกินของครูและการขาดแนวปฏิบัติหรือคำแนะนำที่เป็นรูปธรรมทำให้ความพยายามในการปฏิรูปหรือพัฒนาคุณภาพของการศึกษาในประเทศไทยแทบจะไม่เห็นผล

ในอีกด้านหนึ่ง งานวิจัยของ 高嶋・大橋 (2016) พบว่าสิ่งสำคัญในการสอนภาษาต่างประเทศในมุมมองของครูเจ้าของภาษาส่วนใหญ่ ได้แก่ “การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้สื่อสารด้วยภาษานั้นๆ ให้มากที่สุด” “การทำให้ผู้เรียนรู้สึกอยากเรียน” “การสร้างชั้นเรียนที่สนุกสนาน ไม่น่าเบื่อ” “ผู้สอนใช้ภาษาเป้าหมายให้มากที่สุด” “การช่วยลดความกังวลต่อข้อผิดพลาดและสร้างความมั่นใจในตนเองของผู้เรียน” เป็นต้น

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อให้ทราบถึงสภาพการณ์จริงของผู้เรียนที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับพื้นฐานความรู้ภาษาญี่ปุ่น ความคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอน และแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนารายวิชาใหม่สำหรับนิสิตนอกสาขาวิชาเอกภาษาญี่ปุ่นในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ต่อไป

2. การจัดการเรียนการสอนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นสำหรับนิสิตนอกสาขาวิชาเอก

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เริ่มจัดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นใน พ.ศ. 2519 ที่คณะมนุษยศาสตร์ และเปิดสอนเป็นวิชาเอกใน พ.ศ. 2526 ปัจจุบันใช้หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564) นอกจากนิสิตวิชาเอกภาษาญี่ปุ่นซึ่งมีประมาณ 70 คนต่อปีการศึกษา ยังเปิดรายวิชาภาษาญี่ปุ่นสำหรับนิสิตนอกสาขาวิชาเอกเพื่อเป็นวิชาเลือกเสรี หรือวิชาโท[2] โดยแต่ละภาคการศึกษามีผู้ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1, 2, 3 เป็นจำนวนประมาณ 150-200 คน ใช้ตำราซึ่งเน้นการเรียนไวยากรณ์แต่ละหัวข้อขึ้นไปเป็นลำดับที่สาขาวิชาพัฒนาขึ้นเอง

ปัญหาใหญ่ของการจัดการเรียนการสอนสำหรับนิสิตนอกสาขาวิชาเอก คือ เมื่อนิสิตต้องการศึกษาภาษาญี่ปุ่นในหลักสูตรของสาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น จำเป็นต้องลงทะเบียนเรียนตั้งแต่รายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 ซึ่งเป็นวิชาสำหรับผู้ที่ไม่มีพื้นฐานความรู้วิชาภาษาญี่ปุ่น ทำให้ต้องเรียนซ้ำในสิ่งที่มีความรู้อยู่แล้ว นับเป็นการสูญเสียทั้งเวลาและทรัพยากร แทนที่จะได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ หรือได้รับความรู้ต่อยอดในระดับที่สูงขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นปัญหาต่อการเรียนการสอนในห้องเรียน เนื่องจากทำให้ผู้ที่ไม่มีพื้นความรู้ภาษาญี่ปุ่นเกิดความกังวลว่า

[2] กรณีของวิชาโท ผู้เรียนจะต้องเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1, 2, 3 ให้ครบทั้ง 3 รายวิชา และลงทะเบียนรายวิชาสำหรับนิสิตวิชาเอกภาษาญี่ปุ่นอีก 2 รายวิชา ตามที่หลักสูตรกำหนด

ตนจะเรียนไม่ทันผู้ที่มีพื้นความรู้มาก่อน ทำให้เกิดการเพิกถอนการเรียนกลางคันเป็นจำนวนค่อนข้างมาก โดยเฉพาะตั้งแต่ พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นช่วงที่โรงเรียนมัธยมศึกษามีการเปิดสอนภาษาญี่ปุ่นแพร่หลายมากขึ้น[3] สาขาวิชาจึงต้องหามาตรการแก้ไขโดยการจัดสอบวัดระดับชั้นความรู้ภาษาญี่ปุ่นเพื่อให้ผู้เรียนข้ามไปเรียนในรายวิชาที่สูงขึ้นโดยได้รับหน่วยกิตรายวิชาก่อนหน้า อย่างไรก็ดี ภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาใน พ.ศ. 2562 สาขาวิชาจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนแนวทางโดยให้ผู้เรียนยื่นผลสอบ JLPT หรือคะแนน A-level แต่ผู้ที่ข้ามไปเรียนวิชาที่สูงขึ้นได้มีจำกัด ด้วยเหตุผลที่ไม่มีคะแนนสอบตามเงื่อนไขที่กำหนด รวมถึงบางคนตั้งใจเลือกเรียนวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 เพื่อเก็บเกรด จึงไม่สามารถแก้ปัญหาที่ยืดเยื้อมานานนี้ได้ นอกจากนี้ การมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนสำหรับนิสิตวิชาเอกก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้การศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารายวิชาสำหรับนิสิตนอกสาขาวิชาถูกละเลยไปอย่างน่าเสียดาย

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัจฉรา อึ้งตระกูล (2564) ได้ศึกษาปัญหาการเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนวิชาเอกที่ไม่มีพื้นฐานความรู้ภาษาญี่ปุ่นใน 4 ด้าน ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับผู้สอน ผู้เรียน เนื้อหาที่เรียนและการจัดการเรียนการสอน ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยพบว่าผู้เรียนมีปัญหาด้านเนื้อหาที่เรียนมากที่สุด โดยเฉพาะปัญหาคำช่วย ตัวอักษร การผันคำ ลำดับที่สอง คือ ปัญหาด้านการจัดการเรียนการสอน โดยเฉพาะจำนวนชั่วโมงเรียนที่มากเกินไปและปัญหาเกี่ยวกับตัวผู้เรียนเอง ได้แก่ เรียนตามเพื่อนในชั้นไม่ทัน ไม่ทราบวิธีการเรียนภาษาญี่ปุ่นที่ดี รู้สึกกังวลเมื่อต้องตอบคำถามเป็นภาษาญี่ปุ่น รู้สึกอายเพื่อนร่วมชั้นเมื่อตอบคำถามภาษาญี่ปุ่นไม่ได้ อย่างไรก็ตาม ปัญหาด้านผู้สอนนั้นเป็นปัญหาในระดับน้อย

งานวิจัยที่ศึกษาความคาดหวังของผู้เรียนต่อการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ ภรณีย์ พินันโสตติกุล และ Yumiko Yamamoto (2562) ซึ่งสำรวจความคาดหวังต่อการสอนร่วมระหว่างผู้สอนชาวไทยกับชาวญี่ปุ่นในรายวิชาการฟัง-พูดภาษาญี่ปุ่นชั้นต้น พบว่าสำหรับรายวิชาการฟัง-พูดภาษาญี่ปุ่น 1 ผู้เรียนทุกกลุ่ม[4] ส่วนใหญ่คาดหวังสัดส่วนการสอนร่วมที่ 50:50 กล่าวคือผู้เรียนคาดหวังทั้งการทำความเข้าใจในเนื้อหาผ่านการอธิบายโดยใช้ภาษาไทยและคาดหวังการฝึกฝนทักษะการใช้ภาษาญี่ปุ่นโดยมีอาจารย์เจ้าของภาษาเป็นต้นแบบ อย่างไรก็ดี ผู้เรียนมีแนวโน้มต้องการให้เพิ่มสัดส่วนของผู้สอนชาวญี่ปุ่นเมื่อเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่ง ผู้เรียนคาดหวังการใช้ภาษาไทยและภาษาญี่ปุ่นอย่างละครึ่งในชั้นเรียนระดับต้นและคาดหวังให้เพิ่มปริมาณการใช้ภาษาญี่ปุ่นในชั้นเรียนที่สูงขึ้นตามลำดับ ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกับการสำรวจโดยยุพกา ฟุกุชิม่า และริกะ อินะงะขิ (2562) ซึ่งพบว่าในรายวิชาการสนทนาภาษาญี่ปุ่น ผู้เรียนส่วนใหญ่คาดหวังให้ผู้สอนเป็นชาวญี่ปุ่นหรือจัดการเรียนการสอนร่วมกันระหว่างชาวไทยกับชาวญี่ปุ่นและคาดหวังให้ใช้ภาษาญี่ปุ่นเป็นหลักในการสอน นอกจากนี้ จากการสำรวจทัศนคติของผู้เรียนต่อการใช้ภาษาแม่[5] ของผู้สอนในรายวิชาสนทนา

---

[3] ผลสำรวจโดยเจแปนฟาวน์เดชั่นพบว่าใน พ.ศ. 2552 ผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นชาวไทยในระดับมัธยมมีจำนวน 78,802 คน และใน พ.ศ. 2555 เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดเป็น 129,616 คน จากการกำหนดนโยบายโรงเรียนมาตรฐานสากล (WORLD-CLASS STANDARD SCHOOL) ของกระทรวงศึกษาธิการใน พ.ศ. 2553

[4] แบ่งเป็นผู้เรียนวิชาเอกกลุ่มมีพื้น ผู้เรียนวิชาเอกกลุ่มไม่มีพื้นและผู้เรียนกลุ่มวิชาโท

[5] หมายถึงภาษาแม่ของผู้เรียนซึ่งก็คือภาษาจีน

ภาษาญี่ปุ่นโดย 顔 (2003) ก็เช่นกัน ผลการศึกษาชี้ว่าผู้เรียนชาวไต้หวันคาดหวังให้ผู้สอนลดระดับการใช้ภาษาจีนลงตามลำดับในชั้นเรียนที่สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการลดระดับการใช้ภาษาจีนและเพิ่มปริมาณการใช้ภาษาญี่ปุ่นตามชั้นเรียนที่สูงขึ้นของผู้สอนทั้งชาวจีนและชาวญี่ปุ่น

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น ยุพกา ฟูกุชิม่า และคณะ (2556) ได้สำรวจแรงจูงใจของผู้เรียนชาวไทยซึ่งเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่านิสิตส่วนใหญ่ทั้งกลุ่มที่เรียนเป็นวิชาเอกและกลุ่มที่ไม่ได้เรียนเป็นวิชาเอกเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นเพราะ “ชอบและสนใจในวัฒนธรรมญี่ปุ่น” มากที่สุดกว่าร้อยละ 60 และกว่าร้อยละ 70 ตามลำดับ เหตุผลถัดไปคือเพราะ “ภาษาญี่ปุ่นใช้ในการหางานได้ง่ายและเงินเดือนสูง” ซึ่งมีผู้ตอบประมาณร้อยละ 13 ทั้งสองกลุ่ม[6]

ไพลิน กลิ่นเกษร (Klinkesorn, 2017) ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยชาวไทยกลุ่มที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกกับกลุ่มที่ไม่ได้เรียนเป็นวิชาเอก พบว่าหัวข้อแรงจูงใจที่ผู้เรียนกลุ่มวิชาเอกมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ใช่วิชาเอกอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ “เพราะการเรียนภาษาญี่ปุ่นช่วยให้เข้าใจรายการทีวี ภาพยนตร์ญี่ปุ่น ฯลฯ” “เพราะสนใจในประเทศและวัฒนธรรมญี่ปุ่น” “เพราะอยากอ่านนิตยสารหรือมังงะภาษาญี่ปุ่นได้” “เพราะอยากอ่านหนังสือพิมพ์หรือวรรณกรรมญี่ปุ่นได้” “เพราะอยากร้องเพลงญี่ปุ่นได้” “เพราะอยากเข้าใจเนื้อเพลงภาษาญี่ปุ่น” “เพราะอยากมีเพื่อนชาวญี่ปุ่น” “เพราะอยากพูดคุยสื่อสารกับเพื่อนชาวญี่ปุ่น” “เพราะภาษาญี่ปุ่นจำเป็นสำหรับการศึกษาต่อหรือเรียนในรายวิชาที่สูงขึ้น” “เพราะต้องการพัฒนาทักษะภาษาญี่ปุ่นของตัวเอง” ในทางกลับกัน หัวข้อแรงจูงใจที่ผู้เรียนกลุ่มที่ไม่ใช่วิชาเอกมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มวิชาเอกอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ “เพราะเพื่อนชวนให้เรียน”

นอกจากการสำรวจภาพรวมของแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นข้างต้น ยังมีการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ประเภทของแรงจูงใจ รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับผลสัมฤทธิ์ในการเรียน เช่น 成田 (1998) พบว่าแรงจูงใจของผู้เรียนชาวไทยแบ่งออกได้เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ “แรงจูงใจจากความสนใจในวัฒนธรรม” 「文化理解の志向」, “แรงจูงใจเชิงบูรณาการ[7]”「統合的志向」, “แรงจูงใจเชิงเครื่องมือ”「道具的志向」, “แรงจูงใจเชิงใช้ประโยชน์”「利益享受志向」, “แรงจูงใจเชิงสากล”「国際性志向」, “แรงจูงใจจากแรงกระตุ้นภายนอก”「誘発的志向」 โดยผู้เรียนที่มีแรงจูงใจเชิงบูรณาการมักจะมีผลการเรียนระดับสูง ในทางกลับกัน ผู้เรียนที่มีแรงจูงใจเชิงใช้ประโยชน์หรือแรงจูงใจจากแรงกระตุ้นภายนอกมักจะมีผลการเรียนระดับต่ำ นอกจากนี้ การศึกษาของคุมิโกะ มิชิมะ และโคจิ มาซากิ (2566) ชี้ว่าผู้เรียนมีแรงจูงใจเกี่ยวกับ “แนวโน้มในอนาคต” มากที่สุด เช่น “อยากไปศึกษาต่อญี่ปุ่น” “อยากไปทำงานที่ญี่ปุ่น” ในด้านความวิตกกังวล ผู้เรียนมีแนวโน้มที่จะวิตกกังวลเกี่ยวกับการออกเสียงและการสื่อสารภาษาญี่ปุ่น อีกทั้งยังปรากฏว่าแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นส่งผลทางบวก แต่ความวิตกกังวลในการเรียนภาษาญี่ปุ่นส่งผลทางลบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของผู้เรียนอย่างมีนัยสำคัญ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา กล่าวได้ว่าการจัดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นในชั้นเรียนที่ผู้เรียนมีพื้นฐานความรู้แตกต่างกันส่งผลให้ผู้เรียนที่ไม่มีพื้นฐานความรู้หรือมีน้อยกว่าเกิดความวิตกกังวลในการเรียน ซึ่งส่งผลเชิงลบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การพัฒนารายวิชาที่จะเป็นทางเลือกสำหรับผู้เรียนที่มีพื้นความรู้เพื่อแยกผู้เรียนสองกลุ่มออกจากกันจึงเป็นแนวทางที่จะช่วยแก้ปัญหาการจัดการเรียนการสอนที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

---

[6] สำหรับนิสิตวิชาเอก เหตุผลที่ว่า “เพราะเคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อนเข้ามหาวิทยาลัยจึงต้องการเรียนต่อ” มีอัตราร้อยละ 13 ซึ่งเป็นแรงจูงใจลำดับที่ 2 เช่นเดียวกับเหตุผลที่ว่า “เพราะภาษาญี่ปุ่นใช้ในการหางานได้ง่ายและเงินเดือนสูง”

[7] หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมญี่ปุ่น หรือมีเพื่อนชาวญี่ปุ่น

โดยควรมีการสำรวจความคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนและแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียน เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบการเรียนการสอนและพัฒนาสื่อการสอนที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้เรียนต่อไป

4. วัตถุประสงค์การวิจัย

4.1 เพื่อสำรวจสภาพการณ์จริงของผู้เรียนที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1

4.2 เพื่อศึกษาความคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1

4.3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1

5. วิธีการวิจัย

5.1 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของงานวิจัยนี้ คือ นิสิตนอกสาขาวิชาเอกภาษาญี่ปุ่นที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 ซึ่งมีเฉลี่ยปีละ 320 คน เมื่ออ้างอิงตารางสำเร็จรูปของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมอยู่ที่ไม่น้อยกว่า 175 คน ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนทั้งหมดเป็นจำนวน 242 คน

5.2 เครื่องมือวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วยโครงสร้างดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ ชั้นปี คณะที่สังกัด เหตุผลหลักที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 โดยให้เลือกเพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 2 ประสบการณ์การเรียนภาษาญี่ปุ่นและพื้นความรู้ด้านตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น โดยให้เลือกเพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 3 ทักษะภาษาญี่ปุ่นที่ผู้เรียนต้องการพัฒนาเป็นลำดับแรกถึงลำดับสุดท้าย โดยให้เลือกเพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 4 ความคาดหวังต่อภาษาที่ผู้สอนใช้ในการจัดการเรียนการสอน โดยให้เลือกสัดส่วนของภาษาญี่ปุ่นกับภาษาไทยเพียงคำตอบเดียว ความคาดหวังต่อกิจกรรมในชั้นเรียนซึ่งกำหนดตัวเลือกจากการสำรวจตำราด้านการสอนภาษาญี่ปุ่นและตำราเรียนภาษาญี่ปุ่นชั้นต้น โดยให้เลือกกิจกรรมที่ต้องการมากที่สุดไม่เกิน 3 กิจกรรม และความสนใจในรายวิชาเปิดใหม่ที่เน้นการฝึกฝนทักษะการใช้ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารสำหรับนิสิตนอกสาขาวิชา

ตอนที่ 5 แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นโดยให้ประเมิน 1-5 ตามมาตรวัดของลิเกิร์ต แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” “เห็นด้วย” “ไม่แน่ใจ” “ไม่เห็นด้วย” “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ผู้วิจัยพัฒนาหัวข้อแรงจูงใจ 40 หัวข้อตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. สำรวจนำร่องโดยให้นิสิตสาขาวิชาภาษาญี่ปุ่นและนิสิตนอกสาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น จำนวน 65 คน เขียนระบุเหตุผลที่เลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นในมหาวิทยาลัย กำหนดให้สามารถระบุได้มากกว่า 1 เหตุผล

2. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจนำร่องมาลงตาราง จัดกลุ่มและนับความถี่

3. เปรียบเทียบแรงจูงใจที่เป็นคำตอบในการสำรวจนำร่องกับหัวข้อคำถามในงานวิจัยก่อนหน้า ได้แก่ 縫部義憲・狩野不二夫・伊藤克浩 (1995), 成田高宏 (1998), 郭俊海・大北葉子 (2001), 郭俊海・全京姫 (2006), 大西由美 (2010), 吉川景子 (2010), 楊孟勲 (2011), 山下順子 (2020), ไพลิน กลิ่นเกษร (Klinkesorn, 2017)

4. กำหนดหัวข้อคำถามเพื่อใช้ในการสำรวจแรงจูงใจตามขั้นตอนดังนี้ (1) เลือกหัวข้อคำถามที่มีอยู่ในงานวิจัยก่อนหน้าและตรงกับคำตอบของผู้เรียนในการสำรวจนำร่อง (2) ตัดหัวข้อคำถามบางหัวข้อที่มีอยู่ในงานวิจัยก่อนหน้าแต่ไม่ปรากฏในคำตอบของผู้เรียนในการสำรวจนำร่องด้วยบริบทของยุคสมัยที่เปลี่ยนไป (เช่น การเขียนจดหมาย อีเมลโต้ตอบกับคนญี่ปุ่น) (3) พิจารณาประเภทของแรงจูงใจให้ครอบคลุมด้านหลักๆ ตามแนวคิดของ 縫部義憲・狩野不二夫・伊藤克浩 (1995) ได้แก่ “แรงจูงใจเชิงใช้ประโยชน์” (道具的動機付け) “แรงจูงใจเชิงสังคม” (統合的動機付け) “แรงจูงใจจากอิทธิพลภายนอก” (誘発的動機付け) และ “ความชอบความสนใจ (ในญี่ปุ่น)” (好奇心・関心) (4) คงไว้ซึ่งบางหัวข้อในงานวิจัยก่อนหน้าแต่ไม่ปรากฏในคำตอบของผู้เรียนในการสำรวจนำร่อง เพื่อให้ได้หัวข้อคำถามที่ครอบคลุมทุกแง่มุมของการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นและสามารถเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในงานวิจัยที่ผ่านมาได้ จากการพิจารณาข้างต้น สามารถแบ่งกลุ่มของแรงจูงใจได้เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ a. ความชอบ/ความสนใจในประเทศและวัฒนธรรมญี่ปุ่น b. ความชอบ/ความสนใจในวัฒนธรรมประชานิยม (pop culture) c. ความชอบ/ความสนใจในภาษาญี่ปุ่น d. การใช้ประโยชน์จากภาษาญี่ปุ่น e. การกระตุ้นจากบุคคลอื่นหรือสิ่งอื่น f. การไม่มีทางเลือก (การไม่มีแรงจูงใจ)

เมื่อกำหนดหัวข้อคำถามเรียบร้อยแล้ว ได้พัฒนาแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ (ฉ. 1) และนำไปสำรวจนำร่องกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มประชากรจำนวน 48 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจ ได้ค่า α เท่ากับ 0.832 ซึ่งอยู่ในระดับดี จากนั้นได้ปรับแก้และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามรอบสุดท้ายแล้วจึงนำไปใช้ดำเนินการสำรวจจริง

5.3 ขั้นตอนการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ผล

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเรื่อง “ความคาดหวังและแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยชาวไทย” ผ่าน Google Form แนบลิงก์และ QR CODE แบบสอบถามไว้ใน Google Classroom สำหรับรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1[8] เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างทำผ่านทางออนไลน์ภายใน 2 สัปดาห์ หลังจากพ้นช่วงเวลาที่นิสิตสามารถเปลี่ยนแปลงรายวิชา (Add/Drop) จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

[8] สำหรับหมู่เรียนที่รับผิดชอบโดยผู้อื่น ผู้วิจัยได้ส่งลิงก์และ QR CODE แบบสอบถามให้ผู้สอนหมู่นั้นๆ แนบไว้ใน Google Classroom แทน

(1) นำข้อมูลคำตอบของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 242 คน ลงในโปรแกรม Microsoft Excel ตัดข้อมูลของผู้เรียนที่ถอนรายวิชา 27 คน เหลือจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัย 215 คน ซึ่งไม่น้อยกว่าจำนวนเป้าหมาย

(2) แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ประสบการณ์การเรียนภาษาญี่ปุ่นและพื้นความรู้ด้านตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น ตอนที่ 3 ทักษะภาษาญี่ปุ่นที่ผู้เรียนต้องการพัฒนา และตอนที่ 4 ความคาดหวังต่อภาษาที่ผู้สอนใช้ในการสื่อสารและกิจกรรมในชั้นเรียน ผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาโดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

(3) แบบสอบถามตอนที่ 5 แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น วิเคราะห์ระดับแรงจูงใจโดยการคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อจัดประเภทของแรงจูงใจ และวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาอิทธิพลของแรงจูงใจต่อผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้

6. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

6.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 215 คน แบ่งเป็นเพศชาย 112 คน (52%) และเพศหญิง 102 คน (48%)[9] เป็นนิสิตชั้นปี 1 จำนวน 66 คน (31%) ชั้นปี 2 จำนวน 43 คน (20%) ชั้นปี 3 จำนวน 44 คน (20%) ชั้นปี 4 จำนวน 60 คน (28%) ชั้นปี 5 ขึ้นไป จำนวน 2 คน (1%)

คณะที่สังกัด แบ่งเป็นคณะบริหารธุรกิจ 39 คน (18%) คณะมนุษยศาสตร์ 37 คน (17%) คณะวิทยาศาสตร์ 35 คน (16%) คณะสังคมศาสตร์ 35 คน (16%) คณะวิศวกรรมศาสตร์ 26 คน (13%) และคณะอื่นๆ เช่น ประมง ศึกษาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ เทคนิคการสัตวแพทย์ เกษตร รวมกันอีก 43 คน (20%)

เหตุผลหลักที่กลุ่มตัวอย่างลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 คือ “สนใจภาษาญี่ปุ่น” 125 คน (58%) “ชอบประเทศและวัฒนธรรมญี่ปุ่น” 65 คน (30%) “จำเป็นต้องลงทะเบียนเรียนเพื่อจบการศึกษา” 14 คน (7%) “ต้องการได้เกรดที่ดี” 9 คน (4%) และอื่นๆ เช่น มีคนชักชวนให้มาเรียน 2 คน (1%) จึงกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจเชิงบวกในการเรียนภาษาญี่ปุ่น ในทางกลับกัน ผู้ที่ต้องเรียนภาษาญี่ปุ่นด้วยภาวะจำยอมมีเพียงส่วนน้อย

6.2 ประสบการณ์การเรียนภาษาญี่ปุ่นและพื้นฐานความรู้ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น

6.2.1 ประสบการณ์การเรียนภาษาญี่ปุ่น

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 215 คน แบ่งเป็นผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อนเข้ามหาวิทยาลัย จำนวน 106 คน (49%) และผู้ที่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อน จำนวน 109 คน (51%) กล่าวคือ มากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 เป็นผู้ที่มีพื้นความรู้ภาษาญี่ปุ่นมาแล้วในระดับหนึ่ง โดยผู้ที่ผ่านการสอบ

[9] มีผู้ตอบแบบสอบถาม 1 คนไม่ต้องการระบุเพศ

วัดระดับ N5 มี 18 คน (16%) และผู้ที่ผ่านการสอบวัดระดับ N4 มี 4 คน (4%) และที่เหลือเป็นผู้ที่ไม่มีผลสอบวัดระดับภาษาญี่ปุ่น 87 คน (80%)

ระยะเวลาที่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่น พบว่าผู้ที่เคยเรียนประมาณ 1-2 ปี มี 43 คน (39%) เคยเรียน 2-3 ปี มี 12 คน (11%) เคยเรียน 3-4 ปี มี 27 คน (25%) เคยเรียนนานกว่า 4 ปีขึ้นไป มี 16 คน (15%) เคยเรียนไม่ถึง 1 ปี มี 11 คน (10%) กล่าวคือ ผู้ที่มีพื้นฐานความรู้ภาษาญี่ปุ่นส่วนใหญ่เคยเรียนมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี

สำหรับรูปแบบการเรียน ผู้ที่เคยเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษามี 57 คน (52%) เรียนด้วยตัวเอง 22 คน (20%) เรียนที่โรงเรียนสอนภาษา 18 คน (17%) เรียนกับผู้สอนตัวต่อตัว 6 คน (6%) และอื่นๆ เช่น เรียนผ่านเกมหรือยูทูบ 6 คน (6%) ตำราที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ ตำรา “มินนะ โนะ นิฮงโงะ” 54 คน (50%) และ “อะกิโกะ โตะ โทะโมะดะจิ” 18 คน (17%) นอกจากนี้บางคนตอบว่าเรียนภาษาญี่ปุ่นจากเกมหรือยูทูบ

6.2.2 พื้นฐานความรู้ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น

สำหรับตัวอักษรฮิรางานะ ผู้ที่อ่านได้ครบทุกตัวหรือเกือบครบทุกตัวมี 120 คน (56%) ผู้ที่เขียนได้ครบทุกตัวหรือเกือบครบทุกตัวมี 116 คน (54%) สำหรับตัวอักษรคาตากานะมีจำนวนลดลง โดยผู้ที่อ่านได้ครบทุกตัวหรือเกือบครบทุกตัวมี 89 คน (41%) ผู้ที่เขียนได้ครบทุกตัวหรือเกือบครบทุกตัวมี 81 คน (38%) พื้นฐานความรู้ตัวอักษรสอดคล้องกับจำนวนผู้ที่ตอบว่าเคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อนเข้ามหาวิทยาลัยที่มีเกินครึ่ง อย่างไรก็ตาม ข้อมูลดังกล่าวชี้ว่าแม้จะเคยเรียนมาก่อน แต่ยังมีบางคนที่ไม่สามารถอ่านหรือเขียนตัวอักษรคาตากานะได้อย่างครบถ้วน

6.3 ทักษะภาษาญี่ปุ่นที่ผู้เรียนต้องการพัฒนา

ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับทักษะที่ต้องการพัฒนา 4 ทักษะ ได้แก่ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน จากตารางที่ 1 พบว่าผู้เรียนมีแนวโน้มต้องการพัฒนาทักษะการฟังเป็นลำดับแรก ลำดับที่ 2 คือ ทักษะการพูด ลำดับที่ 3 คือ ทักษะการอ่าน และต้องการพัฒนาทักษะการเขียนเป็นลำดับสุดท้าย กล่าวคือ ผู้เรียนส่วนใหญ่เห็นว่าควรฟัง-พูดให้ได้ก่อนการอ่าน-เขียน ซึ่งเป็นลำดับการเรียนรู้ภาษาโดยธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม ผู้เรียนจำนวนไม่น้อย (ร้อยละ 32) เห็นว่าควรพัฒนาทักษะการอ่านเป็นอันดับแรก และเมื่อรวมกับจำนวนผู้ที่เห็นว่าควรพัฒนาทักษะการอ่านเป็นลำดับที่ 2 จะรวมเป็นประมาณร้อยละ 50 สะท้อนว่ามีผู้เรียนชาวไทยจำนวนมากที่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และจดจำตัวอักษร

ตารางที่ 1
ลำดับทักษะภาษาญี่ปุ่นที่ผู้เรียนต้องการพัฒนา

	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3	ลำดับที่ 4
ทักษะการฟัง	76 (35%)	66 (31%)	52 (24%)	21 (10%)
ทักษะการพูด	53 (24.6%)	81 (37.7%)	38 (17.7%)	43 (20%)
ทักษะการอ่าน	68 (32%)	40 (19%)	87 (40%)	20 (9%)
ทักษะการเขียน	18 (8%)	28 (13%)	38 (18%)	131 (61%)

6.4 ความคาดหวังต่อการใช้ภาษาในการจัดการเรียนการสอนของผู้สอนและกิจกรรมในชั้นเรียน

6.4.1 ความคาดหวังต่อภาษาที่ผู้สอนใช้ในการจัดการเรียนการสอน

ในกลุ่มที่เคยเรียนมาก่อน 3 อันดับแรก คือ ผู้ที่คาดหวังภาษาญี่ปุ่น 50% มี 34 คน (31%) ผู้ที่คาดหวังภาษาญี่ปุ่น 60% มี 23 คน (21%) และผู้ที่คาดหวังภาษาญี่ปุ่น 70% มี 20 คน (18%) หากรวมจำนวนผู้ที่คาดหวังภาษาญี่ปุ่น 50% ขึ้นไป มี 90 คน (82%)

ในกลุ่มที่ไม่เคยเรียนมาก่อน 3 อันดับแรก คือ ผู้ที่คาดหวังภาษาญี่ปุ่น 50% มี 41 คน (39%) ผู้ที่คาดหวังภาษาญี่ปุ่น 60% มี 20 คน (19%) และผู้ที่คาดหวังภาษาญี่ปุ่น 40% มี 14 คน (13%) ใกล้เคียงกับผู้ที่คาดหวังภาษาญี่ปุ่น 70% ซึ่งมี 13 คน (12%) หากรวมจำนวนผู้ที่คาดหวังภาษาญี่ปุ่น 50% ขึ้นไป มี 77 คน (73%)

ในภาพรวมจะเห็นว่าสัดส่วนการใช้ภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทยอย่างละครึ่งถูกคาดหวังมากที่สุด เมื่อรวมจำนวนผู้เรียนทั้งสองกลุ่มที่คาดหวังให้ผู้สอนใช้ภาษาญี่ปุ่น 50% ขึ้นไปในการจัดการเรียนการสอน มีมากถึง 167 คน หรือเท่ากับร้อยละ 77 โดยผู้ที่เคยเรียนมาก่อนมีแนวโน้มคาดหวังสัดส่วนการใช้ภาษาญี่ปุ่นของผู้สอนมากกว่ากลุ่มที่ไม่เคยเรียนมาก่อน

ตารางที่ 2
ความคาดหวังต่อสัดส่วนการใช้ภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทยของผู้สอน
เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่เคยเรียนกับกลุ่มที่ไม่เคยเรียนมาก่อน

สัดส่วนการใช้ภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทย	กลุ่มที่เคยเรียนมาก่อน (109 คน)	กลุ่มที่ไม่เคยเรียนมาก่อน (106 คน)	รวม (215 คน)
ภาษาญี่ปุ่น 80% ขึ้นไป (=ภาษาไทยไม่เกิน 20%)	13 (12%)	3 (3%)	16 (7%)
ภาษาญี่ปุ่น 70% (=ภาษาไทย 30%)	20 (18%)	13 (12%)	**33 (15%)**
ภาษาญี่ปุ่น 60% (=ภาษาไทย 40%)	23 (21%)	20 (19%)	**43 (20%)**
ภาษาญี่ปุ่น 50% (=ภาษาไทย 50%)	34 (31%)	41 (39%)	**75 (35%)**
ภาษาญี่ปุ่น 40% (=ภาษาไทย 60%)	14 (13%)	14 (13%)	28 (13%)
ภาษาญี่ปุ่น 30% (=ภาษาไทย 70%)	5 (5%)	9 (8%)	14 (7%)
ภาษาญี่ปุ่นไม่เกิน 20% (=ภาษาไทย 80% ขึ้นไป)	0 (0%)	6 (6%)	6 (3%)

6.4.2 ความคาดหวังต่อกิจกรรมในชั้นเรียน

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มที่เคยเรียนมาก่อนเลือก “ฝึกฝนการใช้ไวยากรณ์ รูปประโยคด้วยวิธีต่างๆ” มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือ “ฝึกฝนการใช้คำศัพท์” “ฝึกถามตอบ/สนทนากับเพื่อนหรืออาจารย์” “ดูคลิปวิดีโอ (You tube)/การ์ตูน/anime” และ “เล่นเกม” ซึ่งมีผู้เลือกใกล้เคียงกันคือประมาณร้อยละ 39 ถัดไปคือ “ฟังอาจารย์บรรยาย/อธิบายไวยากรณ์ เนื้อหา” ร้อยละ 32 และ “ฝึกบทบาทสมมติ (role play) กับเพื่อน” ร้อยละ 22

กลุ่มที่ไม่เคยเรียนมาก่อนเลือก “ดูคลิปวิดีโอ (You tube)/การ์ตูน/anime” มากที่สุด และเลือก “การฝึกฝนการใช้ไวยากรณ์ รูปประโยคด้วยวิธีต่างๆ” ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 53 และร้อยละ 51 ตามลำดับ รองลงมาคือ “ฝึกฝนการใช้คำศัพท์” ร้อยละ 41 และ “เล่นเกม” ร้อยละ 38 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน ถัดไปคือ

“ฟังอาจารย์บรรยาย/อธิบายไวยากรณ์ เนื้อหา” ร้อยละ 32 “ฝึกถามตอบ/สนทนากับเพื่อนหรืออาจารย์” ร้อยละ 29 และ “ฝึกบทบาทสมมติ (role play) กับเพื่อน” ร้อยละ 23

หากพิจารณาในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับกิจกรรม “ฝึกฝนการใช้ไวยากรณ์รูปประโยคด้วยวิธีต่างๆ” มากที่สุด (58%) คาดหวังกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานอย่าง “ดูคลิปวิดีโอ (You tube)/การ์ตูน/anime” (46%) ต้องการ “ฝึกฝนการใช้คำศัพท์” (40%) และอยาก “เล่นเกม” (38%) ถัดไปที่ผู้เรียนประมาณ 1 ใน 3 คาดหวัง คือ กิจกรรม “ฝึกถามตอบ/สนทนากับเพื่อนหรืออาจารย์” (34%) และ “ฟังอาจารย์บรรยาย/อธิบายไวยากรณ์ เนื้อหา” (32%)

ตารางที่ 3

ความคาดหวังต่อกิจกรรมในชั้นเรียน เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่เคยเรียนกับกลุ่มที่ไม่เคยเรียนมาก่อน

กิจกรรมในชั้นเรียนที่คาดหวัง	กลุ่มที่เคยเรียนมาก่อน (109 คน)	กลุ่มที่ไม่เคยเรียนมาก่อน (106 คน)	รวม (215 คน)
ฝึกฝนการใช้ไวยากรณ์ รูปประโยคด้วยวิธีต่างๆ (เช่น การแทนคำ การเปลี่ยนรูปคำ การแต่งประโยค)	70 (64%)	54 (51%)	124 (58%)
ดูคลิปวิดีโอ (You tube)/การ์ตูน/anime	42 (39%)	56 (53%)	98 (46%)
ฝึกฝนการใช้คำศัพท์	43 (39%)	43 (41%)	86 (40%)
เล่นเกม (เช่น เกม Bingo, เกมต่อคำ, เกมใบ้คำ, เกมบันไดงู, เกมประลองความจำ)	41 (38%)	40 (38%)	81 (38%)
ฝึกถามตอบ/สนทนากับเพื่อนหรืออาจารย์	42 (39%)	31 (29%)	73 (34%)
ฟังอาจารย์บรรยาย/อธิบายไวยากรณ์ เนื้อหา	35 (32%)	34 (32%)	69 (32%)
ฝึกบทบาทสมมติ (role play) กับเพื่อน	24 (22%)	24 (23%)	48 (22%)
ทำกิจกรรม (เช่น พับกระดาษ จำลองสถานการณ์)	13 (12%)	17 (16%)	30 (14%)
ร้องเพลง	8 (7%)	10 (9%)	18 (8%)

6.4.3 ความสนใจในวิชาเปิดใหม่เพื่อเป็นทางเลือกให้นิสิตนอกสาขาวิชาเอกภาษาญี่ปุ่น

กลุ่มที่เคยเรียนมาก่อนตอบว่าสนใจ 82 คน (75%) ไม่แน่ใจ 26 คน (24%) ไม่สนใจ 1 คน (1%)
กลุ่มที่ไม่เคยเรียนมาก่อนตอบว่าสนใจ 62 คน (58%) ไม่แน่ใจ 42 คน (40%) ไม่สนใจ 2 คน (2%)

กล่าวคือ หากมีการพัฒนารายวิชาใหม่ เช่น “การฟัง-พูดภาษาญี่ปุ่น” หรือ “การพัฒนาทักษะภาษาญี่ปุ่นผ่านกิจกรรม” ที่เน้นการสื่อสารและฝึกฝนทักษะการใช้ภาษาญี่ปุ่นสำหรับนิสิตนอกสาขาวิชาเอก กลุ่มผู้ที่เคยเรียนมาก่อนมีความสนใจที่จะลงทะเบียนเรียนมากกว่า

6.5 แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่น

6.5.1 การจัดกลุ่มแรงจูงใจโดยการวิเคราะห์ปัจจัย

วิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis: FA) ตามขั้นตอนดังนี้ (1) วัดความเหมาะสมของข้อมูล (2) สกัดปัจจัย (3) ตั้งชื่อปัจจัย (4) วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อหาค่าอิทธิพลของแรงจูงใจต่อผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้

เมื่อพิจารณาจากค่าสถิติ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ซึ่งเท่ากับ 0.834 ค่าไคสแควร์ที่คำนวณได้จากการทดสอบบาร์ทเร็ทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) เท่ากับ 2860.955 ค่า p-value <.001 ชี้ว่าข้อมูลที่รวบรวมสามารถใช้วิเคราะห์ปัจจัยได้ในระดับดี

ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis: FA) โดยวิธีวิเคราะห์ปัจจัยร่วม (Common Factor Analysis) สกัดปัจจัยด้วยวิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Method) เลือกหมุนแกนปัจจัยแบบมุมแหลม (Oblique Rotation) โดยวิธีโปรแมกซ์ (Promax) พิจารณาจำนวนปัจจัยจากค่าไอเกนที่มากกว่า 1 ตัดหัวข้อคำถาม (ตัวแปร) ที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยต่ำกว่า 0.4 จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ M.6 "เคยเรียนมาก่อนในระดับมัธยมปลายจึงต้องการเรียนต่อ" M.13 "ชอบกินอาหาร/ขนมญี่ปุ่น" M.18 "ชอบประเทศญี่ปุ่น, สนใจวัฒนธรรม/ขนบธรรมเนียม/ประวัติศาสตร์ของญี่ปุ่น" M.19 "ชอบคนญี่ปุ่น, สนใจวิถีชีวิต/ปรัชญา/แนวคิดของคนญี่ปุ่น" M.20 "อยากมีเพื่อนคนญี่ปุ่น" M.21 "สนใจวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยของญี่ปุ่น" M.29 "เป็นภาษาที่สำคัญภาษาหนึ่งในโลก" M.34 "ไม่ชอบเรียนภาษาอื่น (เช่น ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส)" M.38 "อยากไปเที่ยวญี่ปุ่น" M.40 "อยากทำงานที่ได้ใช้ภาษาญี่ปุ่น (เช่น ล่าม นักแปล นักพากย์ ครูสอนภาษาญี่ปุ่น)" สามารถสกัดปัจจัยได้ 7 ด้าน ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นได้ร้อยละ 62.5

ตารางที่ 4 แสดงค่าน้ำหนักปัจจัยของแต่ละตัวแปร ปัจจัยที่ 1 ประกอบด้วยหัวข้อที่เกี่ยวกับความชอบความสนใจในวัฒนธรรมประชานิยมของญี่ปุ่น เช่น "ชอบตัวละครในอานิเมะ/ศิลปิน/นักร้อง/นักแสดงญี่ปุ่น" "ชอบอ่านการ์ตูน, ชอบดูการ์ตูน (อานิเมะ)" "ชอบฟังเพลงญี่ปุ่น, ชอบร้องเพลงญี่ปุ่น" "อยากแปลการ์ตูนญี่ปุ่น, อยากแปลภาษาญี่ปุ่นในเกม" "ชอบเล่นเกมญี่ปุ่น" จึงตั้งชื่อว่า *"วัฒนธรรมประชานิยม"* ปัจจัยที่ 2 ประกอบด้วยหัวข้อที่เกี่ยวกับความคาดหวังในอนาคตที่ต้องการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสังคมญี่ปุ่น ได้แก่ "อยากไปทำงานที่ญี่ปุ่น" "อยากไปอาศัยอยู่ที่ญี่ปุ่น" "อยากทำงานในบริษัทญี่ปุ่น" "อยากไปเรียนที่ญี่ปุ่น, อยากไปแลกเปลี่ยนที่ญี่ปุ่น" จึงตั้งชื่อว่า *"ความคาดหวังในอนาคต"* ปัจจัยที่ 3 ประกอบด้วยหัวข้อที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากภาษาญี่ปุ่น ได้แก่ "ช่วยเพิ่มโอกาสในการได้งานที่ดี/เงินเดือนสูง" "ภาษาญี่ปุ่นทำให้ตัวเองได้เปรียบ" "เป็นประโยชน์สำหรับการประกอบอาชีพในอนาคต/การท่องเที่ยว/การใช้ชีวิตประจำวัน ฯลฯ" "อยากพัฒนาทักษะภาษาญี่ปุ่นของตัวเองให้ดีขึ้น" จึงตั้งชื่อว่า *"การใช้ประโยชน์"* ปัจจัยที่ 4 ประกอบด้วยหัวข้อที่เกี่ยวกับความคาดหวังในการใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสาร ได้แก่ "อยากพูดได้หลายภาษา, อยากได้ภาษาที่ 3, ชอบ/สนใจการเรียนภาษาต่างประเทศ" "อยากสื่อสารกับคนญี่ปุ่น" จึงตั้งชื่อว่า *"ความสำคัญของภาษาต่างประเทศ"* ปัจจัยที่ 5 ประกอบด้วยหัวข้อที่ไม่ได้เกิดจากความตั้งใจหรือการตัดสินใจจากตัวผู้เรียนเอง แต่เป็นแรงกระตุ้นจากปัจจัยภายนอก หรือการไม่มีทางเลือก ได้แก่ "บังเอิญเป็นวิชาที่มหาวิทยาลัยเปิดให้เลือกเรียน" "ไม่มีวิชาอื่นที่อยากเรียน, ไม่มีตัวเลือกอื่นที่ดีกว่า" "เรียนตามเพื่อน, เพื่อนชักชวนให้เรียน" "ไม่ชอบเรียนสายวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์" "คนในครอบครัวอยากให้เรียน" จึงตั้งชื่อว่า *"ภาวะจำยอม"* ปัจจัยที่ 6 ประกอบด้วยหัวข้อที่เกี่ยวกับความมีเสน่ห์ของภาษาญี่ปุ่น ได้แก่ "ภาษาญี่ปุ่นมีเสน่ห์ น่าสนใจ มีความแปลกใหม่" "ชอบตัวอักษรญี่ปุ่น, ตัวอักษรญี่ปุ่นน่ารัก" "ภาษาญี่ปุ่นฟังแล้วไพเราะ น่ารัก" จึงตั้งชื่อว่า *"เสน่ห์ของภาษาญี่ปุ่น"* ปัจจัยที่ 7 ประกอบด้วยหัวข้อที่เกี่ยวกับแรงกระตุ้นที่จะทำให้การเรียนภาษาญี่ปุ่นสัมฤทธิ์ผล ได้แก่ "สนุกกับการเรียนภาษาญี่ปุ่น" "ชอบภาษาญี่ปุ่น, สนใจภาษาญี่ปุ่น" "อยากได้เกรดที่ดี, คิดว่าตัวเองจะทำคะแนนได้ดีในการสอบ" จึงตั้งชื่อว่า *"ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น"*

จากการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยการหาค่า Cronbach's Alpha Coefficient พบว่าปัจจัยที่ 1 "*วัฒนธรรมประชานิยม*" (α=.84) ปัจจัยที่ 2 "*ความคาดหวังในอนาคต*" (α=.88) ปัจจัยที่ 3 "*การใช้ประโยชน์*" (α=.83)

ปัจจัยที่ 4 “*ความสำคัญของภาษาต่างประเทศ*” (α=.79) ปัจจัยที่ 5 “*ภาวะจำยอม*” (α=.64) ปัจจัยที่ 6 “*เสน่ห์ของภาษาญี่ปุ่น*” (α=.73) มีค่าความเชื่อมั่นในระดับดีถึงระดับยอมรับได้ สำหรับปัจจัยที่ (7) “*ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น*” (α=.59) มีค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่าที่รับได้เพียงเล็กน้อย[10] อนึ่ง ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมของแรงจูงใจทั้ง 30 หัวข้อคือ 0.86 ซึ่งอยู่ในระดับดี

ตารางที่ 4

ค่าน้ำหนักปัจจัยของแต่ละตัวแปรจากการสกัดปัจจัยด้วยวิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุดและหมุนแกนปัจจัยโดยวิธีโปรแมกซ์

	ปัจจัย							ค่าความร่วมกัน
	1	2	3	4	5	6	7	communalities
ปัจจัยที่ 1 “*วัฒนธรรมประชานิยม*” (α=.84)								
M.14 ชอบตัวละครในอานิเมะ/ศิลปิน/นักร้อง/นักแสดงญี่ปุ่น	**.812**	-.049	-.003	.014	.086	.235	-.320	0.800
M.10 ชอบอ่านการ์ตูน, ชอบดูการ์ตูน (อานิเมะ)	**.795**	.042	.167	-.052	.055	-.209	-.047	0.597
M.11 ชอบฟังเพลงญี่ปุ่น, ชอบร้องเพลงญี่ปุ่น	**.725**	-.028	-.083	-.045	-.057	-.004	.111	0.524
M.17 อยากแปลการ์ตูนญี่ปุ่น, อยากแปลภาษาญี่ปุ่นในเกม	**.692**	-.005	.041	-.06	-.073	-.068	.148	0.499
M.12 ชอบเล่นเกมญี่ปุ่น (เช่น เกมมือถือ วิดีโอเกม)	**.691**	-.043	-.119	-.063	.030	-.103	.129	0.440
M.16 อยากเข้าใจเนื้อหาที่เป็นภาษาญี่ปุ่นเวลาอ่านการ์ตูน, ดูอานิเมะ, เล่นเกม, ฟังเพลง, ดูทีวีญี่ปุ่น ฯลฯ	**.588**	-.102	.111	.078	-.107	.062	-.024	0.466
M.15 อยากเข้าใจสิ่งที่ศิลปิน/นักร้องที่ตัวเองชื่นชอบพูด	**.503**	.014	-.009	.053	.065	.055	.076	0.318
M.8 ชอบอ่านนิยายญี่ปุ่น	**.456**	.284	-.166	-.058	.075	-.008	.161	0.312
M.9 ชอบดูหนัง/ละครซีรีย์ญี่ปุ่น	**.409**	.257	-.104	-.084	.023	.109	.050	0.270
ปัจจัยที่ 2 “*ความคาดหวังในอนาคต*” (α=.88)								
M.36 อยากไปทำงานที่ญี่ปุ่น	.048	**.941**	.064	.079	-.018	-.110	-.048	0.881
M.37 อยากไปอาศัยอยู่ที่ญี่ปุ่น	.043	**.837**	-.045	.039	-.012	.020	-.069	0.684
M.39 อยากทำงานในบริษัทญี่ปุ่น	-.066	**.688**	.123	-.093	-.137	.073	-.035	0.519
M.35 อยากไปเรียนที่ญี่ปุ่น, อยากไปแลกเปลี่ยนที่ญี่ปุ่น	-.017	**.633**	.116	.205	.086	-.018	.037	0.638
ปัจจัยที่ 3 “*การใช้ประโยชน์*” (α=.83)								
M.26 ช่วยเพิ่มโอกาสในการได้งานที่ดี/เงินเดือนสูง	-.032	.109	**.839**	-.035	.106	-.030	.024	0.748
M.27 ภาษาญี่ปุ่นทำให้ตัวเองได้เปรียบ	-.061	.110	**.819**	-.276	-.029	.120	.038	0.661
M.28 เป็นประโยชน์สำหรับการประกอบอาชีพในอนาคต/การท่องเที่ยว/การใช้ชีวิตประจำวัน ฯลฯ	.006	-.057	**.556**	.356	-.010	-.067	.039	0.598
M.25 อยากพัฒนาทักษะภาษาญี่ปุ่นของตัวเองให้ดีขึ้น	.159	-.022	**.444**	.241	-.086	.106	.027	0.567
ปัจจัยที่ 4 “*ความสำคัญของภาษาต่างประเทศ*” (α=.79)								
M.30 อยากพูดได้หลายภาษา, อยากได้ภาษาที่ 3, ชอบ/สนใจการเรียนภาษาต่างประเทศ	-.107	.027	-.061	**.829**	.037	-.024	.158	0.691

[10] เกณฑ์การประเมินระดับความเชื่อมั่นจากค่า Cronbach’s Alpha (α) มีดังนี้ (George & Mallery, 2003)

>.90 ดีมาก (Excellent) >.80 ดี (Good) >.70 ปานกลาง (Acceptable)

>.60 พอรับได้ (Questionable) >.50 ต่ำ (Poor) <.50 ไม่สามารถรับได้ (Unacceptable)

	ปัจจัย							ค่าความร่วมกัน
	1	2	3	4	5	6	7	communalities
M.31 อยากสื่อสารกับคนญี่ปุ่น (เช่น ในการสนทนาแบบเห็นตัว หรือการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย)	-.047	.129	-.109	**.794**	-.022	.077	-.018	0.658
ปัจจัยที่ 5 "*ภาวะจำยอม*" (α=.64)								
M.7 บังเอิญเป็นวิชาที่มหาวิทยาลัยเปิดให้เลือกเรียน	.083	-.087	.122	-.008	**.577**	-.102	.088	0.325
M.32 ไม่มีวิชาอื่นที่อยากเรียน, ไม่มีตัวเลือกอื่นที่ดีกว่า	-.026	.002	-.004	.017	**.546**	.032	-.225	0.362
M.3 เรียนตามเพื่อน, เพื่อนชักชวนให้เรียน	-.034	-.023	-.122	-.039	**.536**	.030	.119	0.316
M.33 ไม่ชอบเรียนสายวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	.082	-.066	.035	.085	**.503**	-.048	-.072	0.236
M.4 คนในครอบครัวอยากให้เรียน	-.135	.082	.028	-.068	**.465**	.121	.180	0.332
ปัจจัยที่ 6 "*เสน่ห์ของภาษาญี่ปุ่น*" (α=.73)								
M.22 ภาษาญี่ปุ่นมีเสน่ห์ น่าสนใจ มีความแปลกใหม่	.029	.207	-.073	-.008	-.073	**.685**	.045	0.615
M.24 ชอบตัวอักษรญี่ปุ่น, ตัวอักษรญี่ปุ่นน่ารัก	-.166	-.049	.126	-.058	-.053	**.648**	.180	0.521
M.23 ภาษาญี่ปุ่นฟังแล้วไพเราะ น่ารัก	.095	-.135	.061	.146	.101	**.613**	-.027	0.498
ปัจจัยที่ 7 "*ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น*" (α=.59)								
M.2 สนุกกับการเรียนภาษาญี่ปุ่น	.044	-.050	.052	.106	.015	.069	**.696**	0.629
M.1 ชอบภาษาญี่ปุ่น, สนใจภาษาญี่ปุ่น	.237	-.086	.027	.092	-.195	.052	**.530**	0.530
M.5 อยากได้เกรดที่ดี, คิดว่าตัวเองจะทำคะแนนได้ดีในการสอบ	.061	-.007	.050	-.010	.305	.087	**.431**	0.333

6.5.2 ระดับแรงจูงใจของผู้เรียนเฉลี่ยตามแต่ละปัจจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ระดับของแรงจูงใจแต่ละด้านตามผลการวิเคราะห์ปัจจัย โดยคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย[11] และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 5 พบว่าแรงจูงใจด้าน "*ความสำคัญของภาษาต่างประเทศ*" ($\bar{X}$=4.55) และด้าน *"การใช้ประโยชน์"* ($\bar{X}$=4.42) อยู่ในระดับ "มากที่สุด" จึงกล่าวได้ว่าผู้เรียนส่วนใหญ่เรียนภาษาญี่ปุ่นจากการตระหนักถึงความสำคัญของภาษาต่างประเทศ รวมถึงต้องการใช้ประโยชน์จากภาษาญี่ปุ่นเพื่อสร้างความได้เปรียบให้กับตัวเองในด้านต่างๆ

ถัดไปคือ *"เสน่ห์ของภาษาญี่ปุ่น"* ($\bar{X}$=4.18) และ *"ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น"* ($\bar{X}$=4.17) อยู่ในระดับ "มาก" กล่าวคือ ผู้เรียนส่วนใหญ่มีความเห็นว่าภาษาญี่ปุ่นฟังแล้วไพเราะ น่ารัก มีเสน่ห์และน่าสนใจ ผู้เรียนรู้สึกชอบและสนุกกับการเรียนภาษาญี่ปุ่นและหลายคนคิดว่าจะทำคะแนนได้ดีในการสอบหรือต้องการเกรดที่ดี แรงจูงใจด้าน *"วัฒนธรรมประชานิยม"* ($\bar{X}$=4.00) และ "ความคาดหวังในอนาคต" ($\bar{X}$=3.58) อยู่ในระดับ "มาก" เช่นกัน จึงกล่าวได้ว่าผู้เรียนส่วนใหญ่ชื่นชอบและสนใจในวัฒนธรรมประชานิยม เช่น อานิเมะ การ์ตูน เกม เพลง หลายคนคาดหวังอยากไปศึกษาต่อ ทำงาน หรืออาศัยอยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น

[11] ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ 4.21-5.00 หมายถึง "มากที่สุด", 3.41-4.20 หมายถึง "มาก", 2.61-3.40 หมายถึง "ปานกลาง", 1.81-2.60 หมายถึง "น้อย", 1.00-1.80 หมายถึง "น้อยที่สุด"

ลำดับสุดท้าย *"ภาวะจำยอม"* ($\bar{X}$=2.48) อยู่ในระดับ "น้อย" และจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ค่อนข้างสูง จึงกล่าวได้ว่ามีบางคนที่จำเป็นต้องเรียนภาษาญี่ปุ่นด้วยภาวะจำยอมเนื่องจากไม่มีทางเลือก

ตารางที่ 5

ระดับของแรงจูงใจในแต่ละด้าน (เรียงหัวข้อตามผลการวิเคราะห์ปัจจัย)

หัวข้อแรงจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.
M.16 อยากเข้าใจเนื้อหาที่เป็นภาษาญี่ปุ่นเวลาอ่านการ์ตูน, ดูอานิเมะ, เล่นเกม, ฟังเพลง, ดูทีวีญี่ปุ่น ฯลฯ	4.62	0.678
M.10 ชอบอ่านการ์ตูน, ชอบดูการ์ตูน (อานิเมะ)	4.41	0.860
M.14 ชอบตัวละครในอานิเมะ/ศิลปิน/นักร้อง/นักแสดงญี่ปุ่น	4.38	0.913
M.17 อยากแปลการ์ตูนญี่ปุ่น, อยากแปลภาษาญี่ปุ่นในเกม	4.25	1.081
M.11 ชอบฟังเพลงญี่ปุ่น, ชอบร้องเพลงญี่ปุ่น	4.14	1.082
M.15 อยากเข้าใจสิ่งที่ศิลปิน/นักร้องที่ตัวเองชื่นชอบ พูด	4.02	1.176
M.12 ชอบเล่นเกมญี่ปุ่น (เช่น เกมมือถือ วิดีโอเกม)	3.67	1.342
M.9 ชอบดูหนัง/ละครซีรีย์ญี่ปุ่น	3.55	1.306
M.8 ชอบอ่านนิยายญี่ปุ่น	2.92	1.470
ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจด้าน *"วัฒนธรรมประชานิยม"*	**4.00** "มาก"	1.10
M.35 อยากไปเรียนที่ญี่ปุ่น, อยากไปแลกเปลี่ยนที่ญี่ปุ่น	3.87	1.210
M.39 อยากทำงานในบริษัทญี่ปุ่น	3.54	1.191
M.36 อยากไปทำงานที่ญี่ปุ่น	3.51	1.311
M.37 อยากไปอาศัยอยู่ที่ญี่ปุ่น	3.41	1.246
ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจด้าน *"ความคาดหวังในอนาคต"*	**3.58** "มาก"	1.24
M.28 เป็นประโยชน์สำหรับการประกอบอาชีพในอนาคต/การท่องเที่ยว/การใช้ชีวิตประจำวัน ฯลฯ	4.56	0.700
M.25 อยากพัฒนาทักษะภาษาญี่ปุ่นของตัวเองให้ดีขึ้น	4.56	0.739
M.26 ช่วยเพิ่มโอกาสในการได้งานที่ดี/เงินเดือนสูง	4.34	0.943
M.27 ภาษาญี่ปุ่นทำให้ตัวเองได้เปรียบ	4.23	0.985
ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจด้าน *"การใช้ประโยชน์"*	**4.42** "มากที่สุด"	0.84
M.30 อยากพูดได้หลายภาษา, อยากได้ภาษาที่ 3, ชอบ/สนใจการเรียนภาษาต่างประเทศ	4.62	0.650
M.31 อยากสื่อสารกับคนญี่ปุ่น (เช่น ในการสนทนาแบบเห็นตัว หรือการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย)	4.47	0.772
ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจด้าน *"ความสำคัญของภาษาต่างประเทศ"*	**4.55** "มากที่สุด"	0.71
M.7 บังเอิญเป็นวิชาที่มหาวิทยาลัยเปิดให้เลือกเรียน	2.92	1.469
M.33 ไม่ชอบเรียนสายวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	2.85	1.487
M.3 เรียนตามเพื่อน, เพื่อนชักชวนให้เรียน	2.33	1.364
M.4 คนในครอบครัวอยากให้เรียน	2.16	1.216
M.32 ไม่มีวิชาอื่นที่อยากเรียน, ไม่มีตัวเลือกอื่นที่ดีกว่า	2.13	1.237
ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจด้าน *"ภาวะจำยอม"*	**2.48** "น้อย"	1.35

หัวข้อแรงจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.
M.23 ภาษาญี่ปุ่นฟังแล้วไพเราะ น่ารัก	4.43	0.775
M.22 ภาษาญี่ปุ่นมีเสน่ห์ น่าสนใจ มีความแปลกใหม่	4.18	0.922
M.24 ชอบตัวอักษรญี่ปุ่น, ตัวอักษรญี่ปุ่นน่ารัก	3.92	1.141
ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจด้าน *"เสน่ห์ของภาษาญี่ปุ่น"*	**4.18** "มาก"	0.95
M.1 ชอบภาษาญี่ปุ่น, สนใจภาษาญี่ปุ่น	4.63	0.547
M.2 สนุกกับการเรียนภาษาญี่ปุ่น	4.28	0.748
M.5 อยากได้เกรดที่ดี, คิดว่าตัวเองจะทำคะแนนได้ดีในการสอบ	3.60	1.203
ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจด้าน *"ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น"*	**4.17** "มาก"	0.83

6.5.3 อิทธิพลของแรงจูงใจต่อผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ก่อนอื่น ผู้วิจัยได้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนซึ่งมีคะแนนเต็ม 100[12] ระหว่างกลุ่มที่เคยเรียนกับกลุ่มที่ไม่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อน โดยการวิเคราะห์ทางสถิติ t-test

จากตารางที่ 6 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มที่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมีค่าเฉลี่ย 83.6 และกลุ่มที่ไม่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อนมีค่าเฉลี่ย 76.7 หากตัดเกรดอิงเกณฑ์ที่คะแนน 85 เท่ากับ A กลุ่มที่เคยเรียนมาก่อนมีค่าเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ที่ B+ และกลุ่มที่ไม่เคยเรียนมาก่อนมีค่าเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ที่ B ผลการทดสอบ Independent Samples t-Test พบว่าค่าเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของทั้งสองกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6
ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
ระหว่างกลุ่มที่เคยเรียนกับกลุ่มที่ไม่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อน

	N	คะแนนเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	*t*	Sig. (P-value)
กลุ่มที่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อน	109	83.61	13.23	3.7713	0.0002
กลุ่มที่ไม่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อน	106	76.68	13.70		

ลำดับถัดไป เพื่อวิเคราะห์ว่าแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้หรือไม่และถ้ามี เป็นแรงจูงใจกลุ่มใด ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยกำหนดตัวแปรอิสระได้แก่ แรงจูงใจ 7 ด้านที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและตัวแปรตาม คือ คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่า .198 กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R Square) มีค่าเท่ากับ .039 แสดงว่ามีแรงจูงใจ 1 ด้านที่สามารถพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ได้ร้อยละ 3.9 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 13.63

[12] แบ่งออกเป็นการสอบตัวอักษร 20% การสอบกลางภาคและปลายภาค 60% การสอบย่อย 10% การส่งการบ้าน 5% และการเข้าเรียน 5%

ทั้งนี้ เนื่องจากโมเดลที่ได้จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนมีแรงจูงใจเพียง 1 ด้านที่ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแปรพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R Square) ซึ่งเป็นค่าอำนาจในการพยากรณ์จึงอยู่ในระดับน้อยตามเกณฑ์ของ 水本・竹内 (2008)[13]

ตารางที่ 7

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.198[a]	.039	.035	13.630

a. Predictors: (Constant), X7

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าตัวแปรอิสระ X7 ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแปรพยากรณ์เข้าสมการเพื่อพยากรณ์ตัวแปรตาม (Y) หรือผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้

ตารางที่ 8

ความแปรปรวนที่ได้จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ANOVA[a]						
Model	Source of Variation	df	SS	MS	F	Sig.
1	Regression	1614.779	1	1614.779	8.692	.004[b]
	Residual	39572.403	213	185.786		
	Total	41187.181	214			

a.Dependent Variable: Y(ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้)

b.Predictors: (Constant), X7(ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น)

จากตารางที่ 9 พบว่าตัวแปรที่ส่งผลทางบวกต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 คือ X7 หรือ *“ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น”* โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ X7 เท่ากับ 0.198 (β= 0.198)

ตารางที่ 9

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อหาอิทธิพลของแรงจูงใจต่อผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		b	Std. Error	β		
1	(Constant)	80.191	.930		86.265	<.001
	X7	3.118	1.058	.198	2.948	.004
	R=.198		R^2=.039		F=8.692	
	SE_{est}=13.630		R^2_{adj}=.035		a=80.191	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

[13] 水本・竹内 (2008) ได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลค่า R Square ไว้ดังนี้ .02 มีอิทธิพลระดับน้อย .13 มีอิทธิพลระดับปานกลาง .26 มีอิทธิพลระดับมาก

7. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

7.1 สภาพการณ์จริงของผู้เรียนที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1

ผู้ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 แบ่งเป็นเพศชายและหญิงประมาณอย่างละครึ่ง เป็นนิสิตชั้นปี 1-4 ชั้นปีละ 20-30% ส่วนใหญ่มาจากคณะบริหารธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และคณะวิศวกรรมศาสตร์

เหตุผลที่นิสิตส่วนใหญ่เลือกเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 คือ “สนใจภาษาญี่ปุ่น” และ “ชอบประเทศและวัฒนธรรมญี่ปุ่น” ซึ่งเป็นแรงจูงใจเชิงบวก ในทางกลับกัน ผู้ที่เรียนภาษาญี่ปุ่นด้วยภาวะจำยอม ได้แก่ “จำเป็นต้องลงทะเบียนเรียนเพื่อจบการศึกษา” และ “ต้องการได้เกรดที่ดี” มีเพียงส่วนน้อย

ด้านประสบการณ์การเรียนภาษาญี่ปุ่นก่อนเข้ามหาวิทยาลัย พบว่ากว่าร้อยละ 50 เป็นผู้ที่เคยเรียนมาก่อน ส่วนใหญ่เรียนมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี ในโรงเรียนมัธยมศึกษา ตำราที่ใช้คือ “มินนะ โนะ นิฮงโงะ” และ “อะกิโกะ โตะโทะโมะดะจิ” กล่าวคือ ผู้ที่เคยเรียนมาก่อนคุ้นชินกับตำราเรียนที่เน้นไวยากรณ์เป็นหลักจากง่ายไปยาก

สำหรับพื้นความรู้ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น กว่าร้อยละ 50 ของผู้เรียนสามารถอ่านและเขียนตัวอักษรฮิรางานะได้ค่อนข้างครบถ้วน แต่มีจำนวนลดลงสำหรับตัวอักษรคาตากานะ

ด้านความคาดหวังต่อการพัฒนาทักษะทั้ง 4 ผู้เรียนส่วนใหญ่เห็นว่าควรฟัง-พูดให้ได้ก่อนการอ่าน-เขียน ซึ่งเป็นลำดับการเรียนรู้ภาษาโดยธรรมชาติ แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่เห็นว่าควรอ่านให้ได้เป็นอันดับแรก ซึ่งสะท้อนการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตัวอักษร

กล่าวโดยสรุป มากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้เรียนในรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์เรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อนเข้ามหาวิทยาลัย สามารถอ่านและเขียนตัวอักษรฮิรางานะได้ค่อนข้างครบถ้วน แต่บางส่วนยังไม่สามารถจดจำตัวอักษรคาตากานะได้ มีความคาดหวังต่อการฝึกฝนทักษะการฟัง-พูดก่อนเป็นลำดับแรก แต่ยังคงให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตัวอักษร พื้นความรู้ดังกล่าวนำมาซึ่งปัญหาการจัดการเรียนการสอน โดยผู้ที่มีพื้นความรู้บางคนมีพฤติกรรมไม่ตั้งใจเรียน แต่ก็ยังสอบได้คะแนนสูงและทำเกรดได้ดี ในขณะที่ผู้ไม่มีพื้นความรู้มักจะกังวลเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่เคยเรียนมาก่อน เรียนตามไม่ทันและจำเป็นต้องถอนรายวิชาในที่สุด ทั้งๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

7.2 ความคาดหวังต่อการจัดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1

สำหรับภาษาที่ผู้สอนใช้ในการจัดการเรียนการสอน สัดส่วนการใช้ภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทยอย่างละครึ่งถูกคาดหวังมากที่สุดและหากรวมจำนวนผู้เรียนทั้งสองกลุ่มที่คาดหวังให้ผู้สอนใช้ภาษาญี่ปุ่น 50% ขึ้นไป มีมากถึง 167 คน หรือเท่ากับร้อยละ 77 กล่าวคือ ทั้งกลุ่มที่เคยเรียนและไม่เคยเรียนมาก่อนคาดหวังค่อนข้างสูงต่อการใช้ภาษาญี่ปุ่นของผู้สอน ผู้สอนชาวไทยจึงควรพิจารณาเพิ่มปริมาณการใช้ภาษาญี่ปุ่นในการพูดคุย สื่อสาร การฝึกฝนรูปประโยค หรือการทำกิจกรรมต่างๆ ให้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนตื่นตัวและกระตือรือร้นในการเรียน อีกทั้งยัง

ช่วยสร้างความมั่นใจในการพูดและกระตุ้นแรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนตามผลการศึกษาของยุพกา ฟูกุชิม่า (2562)

ด้านกิจกรรมในชั้นเรียน กลุ่มตัวอย่างคาดหวังการฝึกฝนการใช้ไวยากรณ์ รูปประโยคด้วยวิธีต่างๆ มากที่สุด โดยกลุ่มผู้ที่เคยเรียนมาก่อนคาดหวังกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มที่ไม่เคยเรียนมาก่อน สะท้อนการจัดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นในระดับมัธยมศึกษาที่ต้องให้ความสำคัญกับการสอบเข้ามหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่จึงเน้นการบรรยายโดยผู้สอนเพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจหลักการ วิธีใช้ แต่ยังขาดการฝึกฝนที่เพียงพอเพื่อนำไปสู่การประยุกต์ใช้ได้จริง อันดับ 2 คือ ดูคลิปวิดีโอ (You tube)/การ์ตูน/anime อันดับ 3 คือ การฝึกฝนการใช้คำศัพท์และการเล่นเกม ซึ่งมีผู้เลือกตอบใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ ยังมีผู้เรียนประมาณ 1 ใน 3 ที่ต้องการฝึกถามตอบ/สนทนากับเพื่อนหรืออาจารย์ รวมถึงฟังอาจารย์บรรยาย/อธิบายไวยากรณ์ เนื้อหา จึงสรุปได้ว่าผู้เรียนในรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 คาดหวังชั้นเรียนที่จะได้ฝึกฝนการใช้ไวยากรณ์ รูปประโยค คำศัพท์และฝึกถามตอบหรือสนทนา รวมถึงต้องการให้มีกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนาน เช่น การดูคลิปวิดีโอ การเล่นเกม สอดคล้องกับการศึกษาของยุพกา ฟูกุชิม่า และริกะ อินิงะขิ (2562) ที่พบว่าผู้เรียนชาวไทยมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ไวยากรณ์ คำศัพท์และการออกเสียงที่ถูกต้องและมองว่าชั้นเรียนภาษาญี่ปุ่นที่ดี คือ ชั้นเรียนที่ได้เพิ่มพูนความรู้ภาษาญี่ปุ่น เรียนสบายและไม่เครียด

ความเชื่อที่ว่าไวยากรณ์เป็นสิ่งที่สำคัญในการเรียนภาษาญี่ปุ่นสะท้อนประสบการณ์ของผู้เรียนส่วนใหญ่ที่คุ้นชินกับการเรียนไวยากรณ์และรูปประโยคจากง่ายไปยาก สอดคล้องกับวิธีสอนของครูชาวไทยที่เน้นสอนไวยากรณ์ การท่องจำและการแปล อันมีที่มาจากความเชื่อของตัวผู้สอนเองที่ว่าความถูกต้องของภาษา (ไวยากรณ์ การออกเสียง ฯลฯ) เป็นเรื่องสำคัญ (久保田, 2005; 久保田, 2017)

ความคาดหวังต่อกิจกรรมในชั้นเรียนสอดคล้องกับผลสำรวจความสนใจต่อรายวิชาที่เน้นการสื่อสารและฝึกฝนทักษะการใช้ภาษาญี่ปุ่น เช่น “การฟัง-พูดภาษาญี่ปุ่น” หรือ “การพัฒนาทักษะภาษาญี่ปุ่นผ่านกิจกรรม” ที่พบว่าผู้เรียนส่วนใหญ่โดยเฉพาะกลุ่มที่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อนมีความสนใจลงทะเบียนเรียนหากมีการเปิดรายวิชาดังกล่าว ซึ่งจำเป็นต้องมีการพิจารณาเนื้อหาและรูปแบบการจัดการเรียนที่เหมาะสม สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้เรียน โดยเฉพาะความสมดุลระหว่างรูปแบบการสอนที่เน้นอธิบายและฝึกฝนไวยากรณ์หรือรูปประโยคกับที่เน้นการฝึกฝนทักษะการสื่อสารผ่านการทำกิจกรรมต่างๆ

7.3 แรงจูงใจในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสามารถจัดกลุ่มแรงจูงใจได้ 7 ด้าน ได้แก่ *“วัฒนธรรมประชานิยม” “ความคาดหวังในอนาคต” “การใช้ประโยชน์” “ความสำคัญของภาษาต่างประเทศ” “ภาวะจำยอม” “เสน่ห์ของภาษาญี่ปุ่น”* และ *“ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น”*

ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจด้าน *“ความสำคัญของภาษาต่างประเทศ”* และ *“การใช้ประโยชน์”* อยู่ในระดับมากที่สุด ชี้ว่าผู้เรียนในรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 ส่วนใหญ่ตระหนักในความสำคัญของการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศและต้องการใช้ประโยชน์จากภาษาญี่ปุ่นเพื่อสร้างความได้เปรียบให้กับตัวเองในด้านต่างๆ

ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจด้าน *“เสน่ห์ของภาษาญี่ปุ่น” “ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น” “วัฒนธรรมประชานิยม”* และ *“ความคาดหวังในอนาคต”* อยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ผู้เรียนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า

ภาษาญี่ปุ่นฟังไพเราะ น่ารัก มีเสน่ห์ น่าสนใจ ผู้เรียนรู้สึกชอบและสนุกกับการเรียนภาษาญี่ปุ่น คิดว่าจะทำคะแนนได้ดีในการสอบหรือต้องการเกรดที่ดี หลายคนชื่นชอบและสนใจในวัฒนธรรมประชานิยม เช่น อานิเมะ การ์ตูน เกม เพลง รวมถึงคาดหวังการไปศึกษาต่อ ทำงาน หรืออาศัยอยู่ในประเทศญี่ปุ่น

ในทางกลับกัน ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจด้าน *“ภาวะจำยอม”* อยู่ในระดับน้อย ผู้ที่เรียนภาษาญี่ปุ่นอย่างจำยอมด้วยเหตุผล เช่น เรียนตามเพื่อน ไม่มีวิชาอื่นที่อยากเรียน ไม่มีตัวเลือกที่ดีกว่า หรือบังเอิญเป็นวิชาที่มีให้เลือกเรียน มีเพียงบางส่วน

เมื่อวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจต่อผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ พบว่า *“ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น”* เป็นแรงจูงใจเพียงด้านเดียวที่มีอำนาจการพยากรณ์ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ค่าอำนาจในการพยากรณ์อยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้ คาดว่าเป็นเพราะยังมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ เช่น ความถนัด ความเชื่อ ระดับการใช้กลยุทธ์การเรียนรู้ เป็นต้น

8. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการสำรวจพบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้เรียนในรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น 1 มีประสบการณ์เรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อนเข้ามหาวิทยาลัย สามารถอ่านและเขียนตัวอักษรฮิรางานะได้ค่อนข้างครบถ้วน ดังนั้น เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้นสำหรับผู้ที่ไม่ได้เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์จากผลการศึกษาดังนี้

(1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนารายวิชาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้นที่เน้นจัดการเรียนการสอนโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activity-Based Learning) สำหรับผู้เรียนชาวไทยที่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อน ให้ผู้เรียนทบทวนและฝึกฝนการใช้ไวยากรณ์ รูปประโยค หรือคำศัพท์ที่เคยเรียนมาแล้วผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่คาดหวัง เช่น การให้ดูคลิปวิดีโอ การเล่นเกม การฝึกถามตอบหรือสนทนา การฝึกบทบาทสมมติ เพื่อให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะฟัง-พูดเป็นหลัก สำหรับเนื้อหาการเรียนรู้ควรมีการทบทวนตัวอักษรคาตากานะเพื่อให้ผู้เรียนจดจำ สามารถอ่านและเขียนได้อย่างครบถ้วน ในส่วนของไวยากรณ์ควรเลือกทบทวนเนื้อหาที่เคยเรียนไปแล้วในประเด็นสำคัญแทนการบรรยายเนื้อหาทั้งหมด ซึ่งจะเป็นการเชื่อมโยงระหว่างความรู้หรือ “ความเข้าใจ” ไปสู่การปฏิบัติหรือ “การสื่อสารได้”

(2) ผู้สอนควรเพิ่มสัดส่วนการใช้ภาษาญี่ปุ่นไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งในการจัดการเรียนการสอน ทั้งนี้อาจพิจารณาประยุกต์ใช้แนวทางห้องเรียนกลับทาง ลดการอธิบายไวยากรณ์ รูปประโยคลง โดยให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาการเรียนรู้ด้วยตนเอง เน้นการทำกิจกรรมที่ค่อยๆ ขยายขอบเขตจากการฝึกฝนการใช้คำศัพท์ รูปประโยค การฝึกถาม-ตอบ การฝึกสนทนาตามตัวอย่าง การฝึกบทบาทสมมติ ไปจนถึงการฝึกใช้ภาษาญี่ปุ่นในสถานการณ์จำลอง ซึ่งจะช่วยให้ผู้สอนเพิ่มปริมาณการใช้ภาษาญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดีตามข้อเสนอแนะของยุพกา ฟูกุชิม่า (2563)

(3) ผลการศึกษาพบว่า *“ความสนใจในตัวภาษาและการเรียนภาษาญี่ปุ่น”* โดยเฉพาะเมื่อผู้เรียน “สนุกกับการเรียนภาษาญี่ปุ่น” เป็นแรงจูงใจที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ ผู้สอนจึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างชั้นเรียนที่สนุกสนาน ใส่ใจกับบรรยากาศในชั้นเรียนที่ควรเป็นไปอย่างผ่อนคลาย ไม่ตึงเครียด ควรมีความเป็นกันเองกับผู้เรียนซึ่งจะช่วยลดความกังวลอันเป็นปัจจัยลบต่อการเรียนรู้ ทั้งนี้ วิธีหนึ่งในการกระตุ้น

แรงจูงใจดังกล่าว คือ การนำเสนอเกี่ยวกับวัฒนธรรมประชานิยมที่ผู้เรียนชื่นชอบ เช่น การ์ตูน อานิเมะ หรือเพลงญี่ปุ่นซึ่งกำลังเป็นที่นิยมผ่านคลิปวิดีโอเป็นบางครั้ง

(4) การจัดการเรียนการสอนโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activity-Based Learning) ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะฟัง-พูดเป็นหลัก จำเป็นต้องพิจารณาตำราเรียนและสื่อการสอนที่เหมาะสม โดยควรเลือกหรือพัฒนาตำราเรียนที่เน้นกิจกรรม สถานการณ์แทนตำราที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ไวยากรณ์ซึ่งจะช่วยให้ผู้สอนปรับวิธีสอนที่ลดการบรรยายลงได้

ผู้วิจัยคาดว่าการพัฒนารายวิชาภาษาญี่ปุ่นให้เป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่เคยเรียนมาก่อนจะช่วยแยกผู้เรียนกลุ่มที่มีพื้นฐานความรู้ออกจากกลุ่มที่ไม่มีพื้นฐานได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งจะช่วยให้ผู้สอนสามารถจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับผู้เรียนที่มีความแตกต่างดังกล่าว โดยเข้าใจความต้องการและคุณลักษณะของผู้เรียนที่แตกต่างกัน อันเป็นประเด็นสำคัญหนึ่งในการจัดการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศในมุมมองของครูเจ้าของภาษา (高嶋・大橋, 2016)

ทั้งนี้ ในอนาคตควรมีการวิจัยต่อยอดเกี่ยวกับประสิทธิผลของการจัดการเรียนการสอนตามข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้น

รายการอ้างอิง

คุณัชญ์ สมชนะกิจ. (2558). การศึกษาความวิตกกังวลในการเรียนภาษาญี่ปุ่นของนิสิตวิชาเอกภาษาญี่ปุ่น: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณ. ใน *เอกสารหลังการประชุมวิชาการระดับชาติญี่ปุ่นศึกษาในประเทศไทย ครั้งที่ 8 ภาษาและวรรณคดี* (น. 75-91). สมาคมญี่ปุ่นศึกษาแห่งประเทศไทย.

คุมิโกะ มิชิมะ, และโคจิ มาซากิ. (2566). การศึกษาแรงจูงใจและความวิตกกังวลที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านภาษาของผู้เรียนภาษาญี่ปุ่น: กรณีศึกษานักศึกษาหลักสูตรภาษาญี่ปุ่นและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *8*(3), 295-311.

ภรณีย์ พินันโสตติกุล, และ Yumiko Yamamoto. (2562). ทัศนคติของผู้เรียนต่อการจัดการเรียนการสอนร่วมระหว่างผู้สอนชาวไทยและชาวญี่ปุ่นในรายวิชาการฟัง-พูดภาษาญี่ปุ่นชั้นต้น. *วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษา*, *9*(2), 26-40.

ยุพกา ฟูกุชิม่า. (2562). ทัศนคติของผู้เรียนต่อการบรรยายด้วยภาษาญี่ปุ่นของผู้สอนชาวไทยในรายวิชาการอ่านภาษาญี่ปุ่นขั้นสูง. *วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษา*, *9*(1), 25-48.

ยุพกา ฟูกุชิม่า. (2563). ความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการทดลองใช้ภาษาเป้าหมายในการจัดการเรียนการสอนรายวิชาการออกเสียงภาษาญี่ปุ่น. *วารสารศิลปศาสตร์*, *21*(1), 59-89.

ยุพกา ฟูกุชิม่า, และริกะ อินะงะชิ. (2562). ความเชื่อและความคาดหวังของผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นชาวไทยต่อชั้นเรียนภาษาญี่ปุ่น ครูภาษาญี่ปุ่นและบทบาทของผู้สอน. *วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษา*, *9*(2), 1-25.

ยุพกา ฟูกุชิม่า, กนกพร นุ่มทอง, และสร้อยสุดา ณ ระนอง. (2556). ความนิยมในการเรียนภาษาญี่ปุ่นและภาษาจีนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: แรงจูงใจแตกต่างกันอย่างไร. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา*, *30*(1), 27-40.

สมพร โกมารทัต. (2548). *รายงานผลการวิจัยเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบวัฒนธรรมการสอนภาษาญี่ปุ่นในฐานะภาษาที่สองระหว่างมหาวิทยาลัยในประเทศไทยกับมหาวิทยาลัยในประเทศญี่ปุ่น*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

อมรรัตน์ มะโนบาล, และเตวิช เสวตไอยาราม. (2560). การศึกษาความวิตกกังวลในการเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนระดับต้นที่มีพื้นฐานภาษาญี่ปุ่นแตกต่างกัน. *วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษา*, *7*(1), 33-50.

อัจฉรา อึ้งตระกูล. (2564). ปัญหาการเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนวิชาเอกที่ไม่มีพื้นฐานความรู้ภาษาญี่ปุ่น. ใน นันท์ชญา มหาขันธ์ (บ.ก.), *เอกสารหลังการประชุมวิชาการระดับชาติสมาคมญี่ปุ่นศึกษาแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 15 "ความหวัง พลังและวิถีตะวันออก การสร้างทุนมนุษย์ที่ยั่งยืน"* (น. 142-155). สมาคมญี่ปุ่นศึกษาแห่งประเทศไทย.

George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference.* 11.0 update (4th ed.). Allyn & Bacon.

Klinkesorn, P. (2017). Japanese learning motivation of major and non-major students. *International Journal of Management and Applied Science*, *3*(10), 78-82.

大西由美. (2010).「ウクライナにおける大学生の日本語学習動機」『日本語教育』*147*, 82-96.

郭俊海・大北葉子. (2001).「シンガポール華人大学生の日本語学習の動機づけについて」『日本語教育』*110*, 130-139.

郭俊海・全京姫. (2006).「中国人大学生の日本語学習の動機づけについて」『新潟大学国際センター紀要』*2*, 118-128.

久保田美子. (2005).「ノンネイティブ日本語教師のビリーフ調査―指導内容、指導方法を中心とした分析―」『応用言語学研究』*7*, 163-176.

久保田美子. (2017).「ノンネイティブ日本語教師のビリーフと学習経験―2004・2005 年度と 2014・2015 年度の量的調査結果の比較―」『国際交流基金日本語教育紀要』*13*, 7-22.

スニーラット・ニャンジャローンスック. (2021). 協働実践研究会　池田玲子(編), 『アジアに広がる日本語教育ピア・ラーニング』(pp. 117-128). ひつじ書房.

高嶋幸太・大橋洸太郎. (2016).「日本で教える母語話者教師がよいと考える外国語教育―自由記述データと捕獲率を用いた分析から―」『日本語教育実践研究』*3*, 42-56.

水本篤・竹内理. (2008).「研究論文における効果量の報告のために―基礎的概念と注意点―」『英語教育研究』*31*, 57-66.

縫部義憲・狩野不二夫・伊藤克浩. (1995).「大学生の日本語学習動機に関する国際調査ーニュージーランドの場合ー」『日本語教育』*86*, 162-172.

成田高宏. (1998).「日本語学習動機と成績との関係―タイの大学生の場合―」『世界の日本語教育』*8*, 1-11.

パッチャラポーン・ケーオキッサダン. (2017).「Can-do をベースとしたコミュニカティブ日本語教育―タイの高等教育機関における日本語教科書作成への応用の可能性―」『日本語・日本学研究』*7*, 111-128.

顔幸月. (2003).「日本語の会話授業における教師の母語使用に対する意識―台湾 7 大学の質問紙調査から―」『日本教科教育学会誌』*25*(4), 59-68.

楊孟勲. (2011).「台湾における日本語学習者の動機づけと継続ストラテジー：日本語主専攻・非専攻学習者の比較」『日本語教育』*150*, 116-130.

吉川景子. (2010).「タイ中等教育における日本語学習動機と学習行動との関係ー積極的に学習行動を行う上位群と下位群の比較ー」『国際交流基金バンコク日本文化センター日本語教育紀要』*7*, 41-50.

山下順子. (2020).「日本語学習における動機づけ尺度の開発―インドネシア人大学生を対象に―」『広島大学大学院人間社会科学研究科紀要 「教育学研究」』*1*, 531-539.

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย*

Received: 10 September 2025
Revised: 3 November 2025
Accepted: 26 November 2025

ฉัตรร์เกล้า สุขสันติบรรยง**
นธกฤต วันต๊ะเมล์***

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ การรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย และ 2) อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและหญิงเจเนอเรชั่นวายที่มีช่วงอายุระหว่าง 25-44 ปี และเป็นสมาชิกเพจเฟซบุ๊กผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.50) รับรู้ภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.74) มีทัศนคติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.75) และมีความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58) และ 2) ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุเพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับ

คำสำคัญ

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล; การรับรู้ภาพลักษณ์; ทัศนคติ; ความตั้งใจซื้อ; การร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์

---

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตเรื่อง “อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ที่มีต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย” หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

** นิสิตระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: chatklao.s@ku.th

*** ศาสตราจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: fhumspv@ku.ac.th

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อ พบว่า การเปิดรับการส่งเสริมการขาย (Beta = 0.360) และการเปิดรับการประชาสัมพันธ์ (Beta = 0.138) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ ขณะที่การเปิดรับการส่งเสริมการขาย (Beta = 0.295) มีอิทธิพลต่อทัศนคติและการเปิดรับการส่งเสริมการขาย (Beta = 0.139) ก็มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อเช่นกัน จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ทัศนคติเชิงบวกและเพิ่มความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

The Influences of Digital Integrated Marketing Communication of Collaborative Product with Artist Creators on Image Perception, Attitude, and Purchase Intention in Fashion Apparel Among Generation Y Consumers*

Received: 10 September 2025
Revised: 3 November 2025
Accepted: 26 November 2025

Chatklao Sooksantibanyong**
Nottakrit Vantamay***

Research Article

Abstract

This study aimed to (1) examine the exposure to digital integrated marketing communication (DIMC), image perception, attitudes, and purchase intention of Generation Y consumers toward fashion clothing products co-created with artist creators; and (2) investigate the influence of DIMC exposure on image perception, attitudes, and purchase intention of Generation Y consumers toward these products. This quantitative research employed a survey method, collecting data via an online questionnaire from 400 Generation Y respondents, both male and female, aged 25–44 years, who were members of Facebook pages of fashion brands collaborating with artist creators. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis (MRA) at a significance level of 0.05.

The results revealed that (1) the overall exposure to digital integrated marketing communication regarding fashion clothing products co-created with artist creators was high ($\overline{X}$ = 3.50), image perception was high ($\overline{X}$ = 3.74), attitude was high ($\overline{X}$ = 3.75), and purchase intention was also high ($\overline{X}$ = 3.58); and (2) exposure to sales promotion (Beta = 0.360)

Keywords

digital integrated marketing communication;
image perception;
attitude;
purchase intention;
artist creator collaboration

* This article is part of a master's thesis on "The Influences of Digital Integrated Marketing Communication of Collaborative Product with Artist Creators on Product Image, Attitude, and Purchase Intention in Fashion Apparel Among Generation Y Consumers" Master of Arts Program in Digital Communication Arts, Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University

** Master' s degree student, Digital Communication Arts Program, Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University, email: chatklao.s@ku.th

*** Professor, Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University, email: fhumspv@ku.ac.th

and exposure to public relations (Beta = 0.138) significantly influenced image perception, while exposure to sales promotion (Beta = 0.295) influenced attitude, and exposure to sales promotion (Beta = 0.139) influenced purchase intention. These findings can guide strategic planning for digital integrated marketing communication of fashion clothing products co-created with artist creators, aiming to build a positive image perception, foster favorable consumer attitudes, and effectively enhance purchase intention among Generation Y consumers.

1. บทนำ

นโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันมุ่งสู่การเป็น “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Agency: CEA) ร่วมกับสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเสนอนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ที่นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อภาคธุรกิจและสอดรับกับทิศทางนโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงอุตสาหกรรมแฟชั่นของประเทศไทย (ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2568) รัฐบาลไทยตั้งเป้าหมายที่ยั่งยืนเพื่อเร่งความสามารถในการแข่งขันระดับโลกด้วยการใช้ประโยชน์จากอิทธิพลทางวัฒนธรรมหรือซอฟต์พาวเวอร์ (Soft power) ซึ่งเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) สร้าง T-wave หรือ Thai Wave (ThaiPR, 2567) อย่างไรก็ตาม แม้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะถูกกระตุ้นจากรัฐบาลและช่วยสร้างคุณค่าทั้งทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจต่อชุมชน รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ของประเทศที่ส่งผลต่อซอฟต์พาวเวอร์ของประเทศ จากสถิติการนำเข้าส่งออกสินค้าแฟชั่นไทยใน พ.ศ. 2567 มีการนำเข้ามูลค่ากว่า 27,000 ล้านบาท ในขณะที่มูลค่าส่งออกอยู่ที่ประมาณ 17,000 ล้านบาท (ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2568) กล่าวได้ว่าการนำเข้าส่งออกกลุ่มสินค้าประเภทนี้ยังคงขาดดุล เพราะมูลค่าการนำเข้ามากกว่ามูลค่าการส่งออก แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยจำเป็นต้องเร่งหาแนวทางแก้ไข ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันกำหนดแนวทางสนับสนุนในภาพรวม และควรมีหน่วยงานภาครัฐที่เข้าใจและเห็นภาพรวมของอุตสาหกรรมจนสามารถกำหนดทิศทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมสินค้าแฟชั่นซึ่งจะช่วยให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมสินค้าแฟชั่นอย่างแท้จริง (เสาวรัจ รัตนคำฟู, 2565)

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมแฟชั่นเปรียบเสมือนเวทีใหญ่ที่เต็มไปด้วยสีสัน ความคิดสร้างสรรค์และการแข่งขันที่รุนแรง ส่งผลให้การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบเดิมไม่เพียงพอ เพราะแบรนด์จะต้องมีความโดดเด่นและเป็นที่จดจำ จึงเกิดเป็นการร่วมมือกับนักออกแบบแฟชั่น โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและเพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย กระตุ้นยอดขาย เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อ โดยศิลปินบางกลุ่มยังได้ร่วมงานกับแบรนด์ดังระดับโลก ซึ่งจะส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และศิลปินครีเอเตอร์และทำให้ผลงานของศิลปินครีเอเตอร์ยุคใหม่มีมูลค่าที่สูงขึ้น ตัวอย่างเช่น ศิลปินไทยหลายคนได้ร่วมมือกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นอย่างผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นของยืดเปล่า (Yuedpao) ที่นำภาพวาดหรือคาแรกเตอร์ต่างๆ มาเป็นลวดลายในการออกแบบเสื้อผ้า หรือการร่วมมือระหว่างผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นของ GENTLEWOMAN กับศิลปินครีเอเตอร์ไทยอย่างคุณวิพุธ อัศวเวทวุฒิ ในการสร้างคอลเลกชัน “Who will be the next my boyfriend?” ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยยกระดับศิลปินครีเอเตอร์และยกระดับธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นในประเทศไทยสู่สากลอีกด้วย ศิลปินไทยหลายคนที่ได้ร่วมมือกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นอย่างยืดเปล่า โดยนำภาพวาดหรือคาแรกเตอร์ต่างๆ มาเป็นลวดลายในการออกแบบเสื้อผ้าเพื่อขยายตลาดและสร้างยอดขายให้แบรนด์ได้มากถึง 1,183 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2567 (MarketThink, 2568) อีกทั้งปัจจุบันทุกธุรกิจปรับเปลี่ยนมาสู่ตลาดที่ให้ความสำคัญกับโลกดิจิทัล เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงตามวิถีชีวิตใหม่ รูปแบบการให้บริการเป็นแบบดิจิทัลหรือธุรกิจ E-Commerce ซึ่งเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดดเนื่องจากคนไทยหันมาซื้อของผ่านช่องทางดิจิทัลกันอย่างต่อเนื่อง วิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทยเมื่อมีวิกฤตทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตใหม่ เป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมือนเดิม ที่เรียกว่านิวนอร์มอล (New Normal) การใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดรูปแบบหนึ่งคือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Integrated Marketing Communication) ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่กำลังสร้างรายได้อย่างมหาศาล เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ข้อมูลและสร้างความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน สร้างความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าหรือบริการ สร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคผ่านโลกอินเทอร์เน็ตโดยใช้หลักการด้านโฆษณา ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านการขายสินค้าผ่านผู้ให้บริการโซเชียลมีเดีย เห็นได้ชัดว่าช่องทางโซเชียลมีเดียเหล่านี้มีไว้เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ค้นหาข้อมูลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2568) ปัจจุบันจำเป็นต้องเชื่อมโยงข้อมูลผลิตภัณฑ์และสามารถเข้าถึงข้อมูลผู้บริโภคได้จากทุกช่องทาง พร้อมสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค เพราะสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Keller, 2016) นอกจากนี้ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลยังถือเป็นการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และเกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นใช้เครื่องมือได้อย่างมีประสิทธิภาพจะ ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมด้านความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค (Kotler & Keller, 2012)

จากการค้นคว้าเพิ่มเติมของผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) หรือผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2524-2543 เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญในตลาดเสื้อผ้าแฟชั่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ระดับ 1 ใน 3 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศไทย เป็นวัยแรงงานที่มีกำลังซื้อสูงและเติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้สามารถแสวงหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและให้ความสำคัญกับการแสดงออกทางบุคลิกภาพผ่านการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นเป็นอย่างมาก (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2567) อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิทัลที่มีต่อภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาผลกระทบของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล (DIMC) ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคได้ดี โดยเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ ซึ่งถือว่าศิลปินครีเอเตอร์ที่มีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์สามารถส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชั่นวายได้อีกด้วย โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลทั้งหมด 6 เครื่องมือ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรงและการตลาดเชิงกิจกรรมที่มีต่อภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อ โดยคาดหวังว่าผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักสื่อสารการตลาดและผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าแฟชั่นในการกำหนดและวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัลเพื่อเข้าถึงตลาดกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ การรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย

3. นิยามศัพท์

1. การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล หมายถึงการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ โดยวัดจากทั้งหมด 6 เครื่องมือ ได้แก่

1.1 การโฆษณา หมายถึงการเปิดรับการสื่อสารเชิงพาณิชย์ที่มีการจ่ายเงินผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เอกซ์ ยูทูบ ติ๊กต็อก ไลน์ กูเกิล อีเมลและเว็บไซต์

1.2 การประชาสัมพันธ์ หมายถึงการเปิดรับรูปแบบการสื่อสารที่มีจุดมุ่งหมายในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดี ได้แก่ ข่าวและภาพข่าวประชาสัมพันธ์ วิดีโอข่าวประชาสัมพันธ์ การสัมภาษณ์ผู้บริหารและศิลปินครีเอเตอร์ งานแถลงข่าวผ่านสื่อดิจิทัล การรณรงค์เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม งานฉลองครบรอบประจำปี

1.3 การขายโดยบุคคล หมายถึงการเปิดรับรูปแบบการสื่อสารโดยใช้การขายผ่านบุคคลที่เป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อินฟลูเอนเซอร์ พนักงานขายในไลฟ์บนโซเชียลมีเดีย พนักงานขายทางเฟซบุ๊ก พนักงานขายทางอินสตาแกรม พนักงานขายทางเอกซ์ พนักงานขายทางติ๊กต็อก พนักงานขายทางไลน์

1.4 การส่งเสริมการขาย หมายถึงการเปิดรับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ใช้เทคนิคเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลดราคาสินค้า คูปองส่วนลดค่าจัดส่ง แฟลชเซลบนอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม (Shopee, Lazada) คูปองส่วนลดบนอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม (Shopee, Lazada) ของแถม สะสมแต้มจากการซื้อผ่านดิจิทัล ส่วนลดพิเศษเฉพาะสมาชิก

1.5 การตลาดทางตรง หมายถึงการเปิดรับการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรงผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์และกระตุ้นการซื้อขายทันที ได้แก่ ข้อเสนอพิเศษผ่านอีเมล ข้อเสนอพิเศษผ่านแช็ตบนอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม (Shopee, Lazada) ข้อเสนอพิเศษผ่านเมสเซนเจอร์เฟซบุ๊ก ข้อความแจ้งเตือน ข้อเสนอพิเศษบนเว็บไซต์ ข้อเสนอพิเศษในไลฟ์บนโซเชียลมีเดีย บรอดคาสต์ผ่านทางไลน์ทางการ ข้อเสนอพิเศษผ่านกลุ่มปิดบนโซเชียล (LINE OpenChat, กลุ่มเฟซบุ๊ก)

1.6 การตลาดเชิงกิจกรรม หมายถึงการเปิดรับข่าวสารการจัดกิจกรรมเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดการมีส่วนร่วมผ่านสื่อดิจิทัลของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กิจกรรมในไลฟ์บนโซเชียลมีเดีย กิจกรรมในไลฟ์บนอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม (Shopee, Lazada) เล่นเกมบนอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม (Shopee, Lazada) กิจกรรมแจกของรางวัล การเปิดตัวสินค้าผ่านทางสื่อดิจิทัล กิจกรรม Workshop ผ่านสื่อดิจิทัล กิจกรรมเพื่อชิงของรางวัล

2. การรับรู้ภาพลักษณ์ หมายถึงการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ ประกอบด้วยความดูดี ความทันสมัย ความโดดเด่นและต่างจากคู่แข่ง ความดูเป็นมิตรเข้าถึงง่าย ความเป็นแฟชั่น ความมีมูลค่า

3. ทัศนคติ หมายถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ ประกอบด้วยความรู้สึกชอบ ความน่าสนใจ ความมีคุณภาพ การสร้างคุณค่า ความน่าเชื่อถือ การอยากสนับสนุน การสร้างแรงบันดาลใจ

4. ความตั้งใจซื้อ หมายถึงแนวโน้มของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ ประกอบด้วยความตั้งใจซื้อ แนวโน้มที่จะซื้อ แนวโน้มที่จะติดตาม ความเต็มใจซื้อ การบอกต่อหรือแนะนำบุคคลอื่น ความตั้งใจซื้อเพื่อสะสม

5. ศิลปินครีเอเตอร์ หมายถึงผู้ที่สร้างสรรค์ผลงานศิลปะโดยเฉพาะการวาดภาพหรือตัวละครซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์และความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง ผลงานของศิลปินไทยเหล่านี้มักถูกนำไปใช้ในการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยช่วยเชื่อมโยงกับผู้บริโภคผ่านศิลปะและเรื่องราวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

6. ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่น หมายถึงเสื้อผ้าที่ถูกออกแบบโดยร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักสะท้อนเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์และเทรนด์แฟชั่น

4. การทบทวนวรรณกรรม

4.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล (DIMC)

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC) เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อเพิ่มคุณค่าของแผนในภาพรวมอย่างครอบคลุม โดยส่งผลต่อ การรับรู้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงคุณภาพ ความน่าเชื่อถือและคุณสมบัติของสินค้า รวมถึงช่วยสร้างทัศนคติในเชิงบวกซึ่งมีผลกระตุ้นความสนใจและนำไปสู่ความตั้งใจซื้อผ่านการตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการ โดยคอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2012) อธิบายว่าการสื่อสารการตลาดไม่ใช่เพียงแค่การโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่เป็นการทำความเข้าใจในสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการอย่างแท้จริง จึงเกิดเป็นแนวคิดและการวางแผนให้การสื่อสารทั้งหมดภายในองค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่นธกฤต วันต๊ะเมล์ (2555) กล่าวว่าการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานนั้นเป็นแนวคิดของการนำเครื่องมือสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบมาผสมผสานกันอย่างเหมาะสม โดยส่งข้อมูลอย่างชัดเจนและสอดคล้องกันเพื่อสร้างผลกระทบในเชิงบวกต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในที่สุด

ทั้งนี้ เพื่อปรับการสื่อสารการตลาดให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ จึงก่อเกิดเป็นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Integrated Marketing Communication: DIMC) คือการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการสื่อสารข้อมูลเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคผ่านระบบดิจิทัลโดยใช้เครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ เคลเลอร์ (Keller, 2016) อธิบายว่าการตลาดเชิงบูรณาการบนสื่อดิจิทัลช่วยสร้างประสบการณ์ที่มีความสอดคล้องกันระหว่างผู้บริโภค รวมถึงการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ เพื่อให้ข้อความการตลาด

เกิดความต่อเนื่องและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เข้มแข็งขึ้น โดยประกอบด้วย 6 เครื่องมือ ได้แก่ 1) การโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล คือ การจ่ายเพื่อให้ข้อมูลหรือข่าวสารผ่านข้อความหรือรูปภาพที่มีความจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมีพฤติกรรมคล้อยตามจนเกิดการซื้อ 2) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล คือ การติดต่อสื่อสารขององค์กรกับกลุ่มต่างๆ เพื่อสร้างทัศนคติ ความเชื่อและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ 3) การขายโดยบุคคลผ่านสื่อดิจิทัล คือ การติดต่อสื่อสารจากบุคคลที่เป็นผู้ส่งสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรงผ่านสื่อดิจิทัล 4) การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล คือ เครื่องมือระยะสั้นเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อในเวลาอันสั้น 5) การตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล คือ การติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยตรงผ่านสื่อดิจิทัลหรือผ่านข้อความบนสื่อดิจิทัล โดยมีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองหรือการซื้อสินค้า และ 6) การตลาดเชิงกิจกรรมผ่านสื่อดิจิทัล คือ การจัดกิจกรรมบนสื่อดิจิทัลโดยสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมได้ ศิริวรรณ พฤกธารา (2563) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการคือแนวทางการวางกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการผสานเครื่องมือการสื่อสารที่หลากหลายและเหมาะสมเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารและภาพลักษณ์ขององค์กรหรือผลิตภัณฑ์สามารถถ่ายทอดสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและสอดคล้องกันในทุกช่องทางในบริบทของการร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์

4.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การร่วมมือ (Collaboration Strategy)

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากแบรนด์ชั้นนำทั่วโลก โดยเฉพาะในยุคที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูงอย่างธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น กลยุทธ์นี้ช่วยเปิดโอกาสทางธุรกิจในหลายมิติผ่านการผนึกกำลังกันเพื่อสร้างสินค้าหรือแคมเปญใหม่ๆ ที่มีเอกลักษณ์ของทั้งสองแบรนด์บนผลิตภัณฑ์และการสื่อสารแคมเปญ นอกจากนี้ยังช่วยให้แบรนด์มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง ด้วยข้อได้เปรียบที่สำคัญ เช่น การขยายฐานลูกค้า เพิ่มยอดขาย การสร้างความน่าเชื่อถือให้แบรนด์ เป็นต้น โดยแพรวา ภาวิณี (2566) กล่าวว่ากลยุทธ์การร่วมมือคือการที่แบรนด์จับมือร่วมกันผลิตสินค้าหรือแคมเปญเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกันและเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ หรือเพื่อดึงความสนใจจากกลุ่มลูกค้าเดิม โดยการนำข้อได้เปรียบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละแบรนด์ออกมา นอกจากนี้ อโญศิริ สุระตโก (2566) ได้สรุปการดำเนินกลยุทธ์การร่วมสร้างสรรค์ที่นิยมใช้ในปัจจุบันไว้ดังนี้ 1) กำหนดเป้าหมายร่วมกัน เป็นการร่วมงานกับแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง เป้าหมายที่เห็นพ้องกันเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้การทำการตลาดไปในทิศทางเดียวกัน เช่น ตั้งเป้าหมายยอดขายของแคมเปญนี้ จำนวนการเข้าถึงแคมเปญ เป็นต้น 2) ใช้ฐานลูกค้าทั้งสองแบรนด์ในการเข้าถึงแคมเปญ ด้วยแบรนด์ทั้ง 2 แบรนด์นั้นจะมีฐานลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายหลักของตน เพียงแค่การสร้างส่วนร่วมกันระหว่างกลุ่มลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น พร้อมการนำเสนอแคมเปญให้ทั้งสองกลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจ และทางแบรนด์นำเสนอความน่าสนใจและมีเนื้อหาต่างๆ บนสื่อดิจิทัลจนเกิดการพูดถึงแบบปากต่อปากหรือเป็นที่พูดถึงทางโซเชียลมีเดีย วิธีนี้จะช่วยให้สามารถขยายฐานลูกค้าและเพิ่มความน่าสนใจให้กับธุรกิจ และ 3) สร้างจุดแข็งที่เห็นได้ชัดของการร่วมมือ โดยแต่ละแบรนด์ล้วนมีจุดเด่นและจุดด้อยที่ต่างกันไป หากมาร่วมมือในแคมเปญเดียวกันจะเติมเต็มส่วนที่ขาดของกันและกัน ทำให้แคมเปญเหล่านั้นมีคุณภาพและถือเป็นส่วนหนึ่งในวิธีสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ทั้งยังสร้างภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่ามากขึ้นซึ่งส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภค หากมีทัศนคติในเชิงบวกจะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มากขึ้น เห็นได้ชัดว่าการใช้กลยุทธ์การร่วมมือโดยเฉพาะกับศิลปินครีเอเตอร์ส่งผลต่อยอดขายและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ที่ช่วยกระตุ้นยอดขายและสร้างแนวทางการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ได้ดีมากขึ้น

4.3 แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ (Image)

ภาพลักษณ์ถือเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิดและความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ (Kotler & Keller, 2012) ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกิดจากประสบการณ์ในอดีตที่มาจากการรับรู้ของผู้บริโภคแต่ละคน โดยภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์เป็นคุณลักษณะเพิ่มเติมที่ผู้บริโภคใช้เพื่อเชื่อมโยงกับตราผลิตภัณฑ์และชื่อของตราผลิตภัณฑ์ (Biel, 1992) โดยคอตเลอร์ (Kotler, 2003) กล่าวว่าภาพลักษณ์สามารถจำแนกได้ 3 ประเภท คือ 1) ภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการ (Product or Service Image) คือภาพที่เกิดจากความทรงจำของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับองค์กร 2) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) คือภาพที่เกิดจากความทรงจำของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า (Brand) หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ส่วนมากมักใช้การส่งเสริมการขายและการโฆษณาในการบอกคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือบริการ และ 3) ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) ภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรเพียงอย่างเดียว โดยสะท้อนถึงการดำเนินงานขององค์กร ทั้งนี้ กระบวนการเกิดภาพลักษณ์ประกอบด้วยเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคลและการรับรู้และความประทับใจ การสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์เป็นเสมือนการประชาสัมพันธ์ สามารถสร้างความเข้าใจและสร้างทัศนคติที่ดีซึ่งจะสามารถก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่สัมพันธภาพที่ดี การสนับสนุนและการให้ความร่วมมือและภาพลักษณ์ที่ดีต่อสถาบัน หน่วยงานและผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ตามแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542) ประโยชน์และความสำคัญของภาพลักษณ์ คือ 1) ด้านจิตวิทยา ภาพลักษณ์ด้านนี้เปรียบเสมือนหางเสือในการกำหนดทิศทาง พฤติกรรมของปัจเจกชนจากสิ่งรอบตัว หากมีปัจจัยรอบตัวในเชิงบวกจะมีแนวโน้มที่แสดงพฤติกรรมเชิงบวกเช่นกัน 2) ด้านธุรกิจ เป็นด้านที่เป็นคุณค่าเพิ่มที่มีต่อผลิตภัณฑ์และหน่วยงานซึ่งถือว่าเป็นผลประโยชน์เชิงจิตวิทยา สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์มีความสำคัญและมีความจำเป็นต่อทุกๆ องค์กร เพราะภาพลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่การตอบรับและสนับสนุนต่อองค์กรและผลิตภัณฑ์ เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งแรกที่เกิดขึ้น เมื่อเกิดการถูกกล่าวถึงหรือเกิดการรับรู้ การจะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีได้นั้นจึงกล่าวได้ว่าอาจขึ้นอยู่กับการประชาสัมพันธ์นั่นเอง

4.4 แนวคิดเรื่องทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติเป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว ซึ่งมักมีแนวโน้มเอนเอียงไปในทางใดทางหนึ่งและส่งผลต่อแนวทางในการประพฤติปฏิบัติตนต่อสิ่งนั้นๆ โดยตรง (สุจิตรา ลิอินทร์, 2558) ทัศนคติถือเป็นแนวโน้มภายในจิตใจของบุคคลที่สะท้อนผ่านความรู้สึกในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมที่บุคคลนั้นเลือกแสดงออก ทัศนคติเป็นผลมาจากการรับรู้และประเมินสิ่งต่างๆ ในบริบทของตนเอง (ลักษิกา นุชอุดม, 2564) ทั้งนี้ คอตเลอร์ (Kotler, 2003) กล่าวว่าทัศนคติเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยองค์ประกอบของทัศนคติประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไป ทั้งที่ชอบและไม่ชอบ 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของแต่ละคน ถือเป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล (ภฤศ ศิลปโอฬารกุล, 2565) โดยประเภทของทัศนคติมีดังนี้ 1) ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) คือทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์

จากสภาพจิตใจโต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น 2) ทัศนคติในทางลบหรือไม่ดี (Negative Attitude) คือทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และ 3) การไม่แสดงออกทางทัศนคติหรือมีทัศนคติเฉยๆ (Neutral attitude) คือทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร สรุปได้ว่าทัศนคติเป็นหนึ่งในตัวแปรตามที่สำคัญ เนื่องจากมีบทบาทโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในบริบทของการสื่อสารทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อดิจิทัล จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นว่าทัศนคติสามารถสะท้อนความรู้สึกและความเชื่อของผู้บริโภคที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมการสื่อสารของแบรนด์ได้อย่างมีนัยสำคัญ

4.5 แนวคิดเรื่องความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)

ความตั้งใจซื้อเป็นปัจจัยสำคัญที่นักการตลาดจำเป็นต้องเข้าใจเจตนาในการซื้อของผู้บริโภคและความตั้งใจซื้อสามารถทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ในอนาคต แต่ในบางกรณีอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่อาจทำให้ความตั้งใจของบุคคลเปลี่ยนแปลงได้ เพราะความตั้งใจซื้อนั้นเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจที่บ่งบอกถึงการวางแผนของผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่งในช่วงเวลานั้น ทั้งนี้ ความตั้งใจซื้อเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจที่บ่งบอกถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยความตั้งใจซื้อจะเกิดจากทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคและความมั่นใจของผู้บริโภคในการประเมินตราสินค้าที่ผ่านมา (Howard, 1994) โดยดาส (Das, 2014) อธิบายว่าความตั้งใจซื้อเป็นความพยายามในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ตราสินค้า ผู้จัดจำหน่ายและเวลา โดยสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของไอเซน และฟิชบายน์ (Ajzen & Fishbein, 1980) ทฤษฎีที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในการนำมาศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ ทฤษฎีได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อกับทัศนคติ พฤติกรรม โดยอธิบายถึงการกระทำด้วยเหตุผลว่าบุคคลจะตัดสินใจกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้นจากข้อมูลที่มีอยู่นำมาพิจารณาตัดสินใจ พฤติกรรมของบุคคลจะมีตัวกำหนดที่สำคัญ 2 ประการ คือ ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Behavior Attitudes) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ในการที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นๆ ทฤษฎีนี้ช่วยอธิบายว่าความตั้งใจซื้อเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการซื้อที่ดี โดยทัศนคติต่อพฤติกรรมเกิดจากการประเมินเชิงเหตุผลที่คาดว่าจะได้รับจากการกระทำ เช่น ความคุ้มค่า ความประหยัด หรือประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม ขณะที่บรรทัดฐานทางสังคมมักสะท้อนอิทธิพลของบุคคลหรือกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อคือการที่ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นมีปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภค (Thomas & Mathew, 2018)

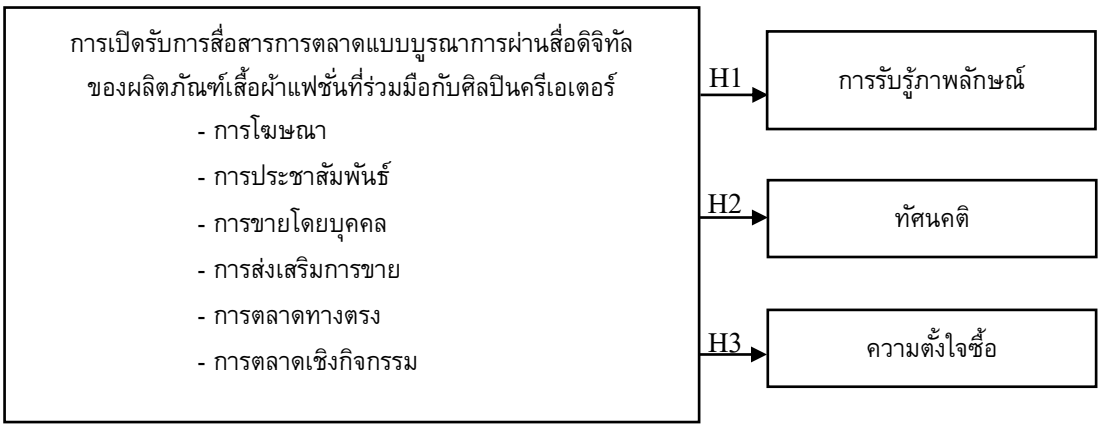
4.6 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y)

เจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) หมายถึงผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) หรือผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2524-2543 มีช่วงอายุ 25-44 ปี (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2567) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงเวลาใกล้เคียงกันและมีประสบการณ์ร่วมจากเหตุการณ์ทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน ประสบการณ์เหล่านี้หล่อหลอมให้เกิดเอกลักษณ์ในด้านทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมที่แสดงออกในลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่ม (Hammill, 2005) กลุ่มเจเนอเรชั่นวายเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่มีสถิติการใช้จ่ายเงินจำนวนไม่น้อยต่อปีโดยเฉพาะ

กับเสื้อผ้าแฟชั่นที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ต้องการการเชื่อมต่อกับผู้อื่นตลอดเวลา เนื่องจากเติบโตขึ้นพร้อมกับพัฒนาการของคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัล (Solomon, 2009) โดยแทปสก็อตต์ (Tapscott, 2009) ระบุลักษณะเฉพาะของเจเนอเรชั่นวาย 8 ประการ ได้แก่ อิสรภาพ ดัดแปลงให้เป็นแบบที่ชอบ พินิจพิเคราะห์ ซื่อสัตย์มีจรรยาบรรณ ความร่วมแรงร่วมใจ ความบันเทิง ความเร็วและนวัตกรรม ทั้งนี้ ศรีกัญญา มงคลศิริ (2548) พบพฤติกรรมการซื้อสินค้า 3 ลักษณะ คือ 1) ให้ความสำคัญกับราคา โดยมักจะกำหนดราคาที่สามารถรับได้ขึ้นมาเป็นเกณฑ์ โดยราคาที่กำหนดขึ้นมาได้มาจากการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ซึ่งแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่สุดคือเพื่อนและอินเทอร์เน็ต 2) เกิดความภักดีต่อตราสินค้าใหม่ๆ ได้ง่าย การศึกษาในอดีตพบว่าความภักดีต่อตราสินค้าจะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้บริโภคได้เกิดการเรียนรู้ในตราสินค้านั้นซ้ำๆ และต่อเนื่องเป็นเวลานาน 3) ให้ความสำคัญกับความดูดีและทันสมัย ไม่ตอบสนองโฆษณาเดิมๆ ไม่สามารถต้านทานสินค้าใหม่และการทดลองใช้ได้ เห็นได้ชัดว่าลักษณะของพฤติกรรมเหล่านี้ส่งผลให้การเลือกซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของเจเนอเรชั่นวายมีความสำคัญ เพราะช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้ดูดีและทันสมัยขึ้นได้ กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญสำหรับธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นที่ใช้กลยุทธ์การร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ สรุปได้ว่ากลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างไร้พรมแดนและสามารถเชื่อมต่อกับผู้คนได้ทั่วโลก ทั้งนี้เพราะเป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาพร้อมกับพัฒนาการทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต จึงเป็นกลุ่มประชากรที่ควรศึกษาและทำการวิจัย

5. กรอบวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดการวิจัย

6. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์

สมมติฐานที่ 2 (H2) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

สมมติฐานที่ 3 (H3) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ

7. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรคือกลุ่มผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิงเจเนอเรชั่นวายที่มีช่วงอายุระหว่าง 25-44 ปี และเป็นสมาชิกเพจใดเพจหนึ่งจากทั้งหมด 10 เพจ ดังนี้ 1) Chopluem 2) Pisarnsak Ng 3) Pachara Onraung 4) Zellfie 5) Weartoworkstyle 6) ครูบี เมลินดา Premium Branding 7) TaninS 8) Lookbook.th 9) Cheeze Looker 10) Cheeze โดยเป็นเพจเฟซบุ๊กที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีการร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณของคอแครน (Cochran) ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนกลุ่มประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ผู้วิจัยยอมรับได้ไม่เกิน 5% (Cochran, 1997) ซึ่งคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความแม่นยำของผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ปรับเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยอ้างอิงจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-44 ปี ซึ่งใช้อายุและเพศเป็นชั้นภูมิ (Strata) ในสัดส่วนที่เท่ากันคือเพศชาย 200 คน เพศหญิง 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Forms เก็บข้อมูลตามเพจเฟซบุ๊กต่างๆ ข้างต้นในช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน พ.ศ. 2568 ด้วยการใช้คำถามปลายปิดและแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Five-point rating scale) (บัวรัตน์ ศรีนิล, 2560) แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) ลักษณะทางประชากร 2) การเปิดรับการสื่อการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ ซึ่งประกอบด้วย 6 เครื่องมือ ได้แก่ การเปิดรับการโฆษณา การเปิดรับการประชาสัมพันธ์ การเปิดรับการขายโดยบุคคล การเปิดรับการส่งเสริมการขาย การเปิดรับการตลาดทางตรงและการเปิดรับการตลาดเชิงกิจกรรม 3) ภาพลักษณ์ 4) ทัศนคติ และ 5) ความตั้งใจซื้อ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คนลงคะแนนแต่ละข้อคำถามของแบบสอบถาม แล้วจึงนำมาคำนวณหาค่า IOC ผลการทดสอบพบว่าได้คะแนนอยู่ในช่วง 0.67-1 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ควรมากกว่า 0.5 ขึ้นไป และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดสอบความน่าเชื่อถือกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง (Pretest) จำนวน 30 ชุด โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Cronbach coefficient) หลังการวิเคราะห์พบว่าแต่ละตัวแปรมีค่าดังนี้ 1) การเปิดรับการโฆษณามีค่าเท่ากับ 0.924 2) การเปิดรับการประชาสัมพันธ์มีค่าเท่ากับ 0.893 3) การเปิดรับการขายโดยบุคคลมีค่าเท่ากับ 0.880 4) การเปิดรับการส่งเสริมการขายมีค่าเท่ากับ 0.912 5) การเปิดรับการตลาดทางตรงมีค่าเท่ากับ 0.910 6) การเปิดรับการตลาดเชิงกิจกรรมมีค่าเท่ากับ 0.933 7) ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์มีค่าเท่ากับ 0.923 8) ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์

เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์มีค่าเท่ากับ 0.869 และ 9) ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์มีค่าเท่ากับ 0.884 ซึ่งตัวแปรที่ศึกษาทุกตัวมีค่าเกิน 0.7 ถือว่าผ่านเกณฑ์ ขณะที่การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรและตัวแปรต่างๆ จะใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานจะใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

8. ผลการวิจัย

8.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล การรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากันคือ 200 คน (คิดเป็นร้อยละ 50) โดยแต่ละช่วงอายุ (25-29 ปี, 30 -34 ปี, 35-39 ปี และ 40-44 ปี) มีจำนวน 100 คน (คิดเป็นร้อยละ 25) เท่าๆ กันและส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,000-30,000 บาท จำนวน 241 คน (คิดเป็นร้อยละ 60.3)

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59 และเมื่อพิจารณาการเปิดรับเครื่องมือในแต่ละเครื่องมือพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับการส่งเสริมการขายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 รองลงมาคือการเปิดรับการตลาดทางตรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และเปิดรับการตลาดเชิงกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 ทั้งนี้ การเปิดรับโฆษณามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับการเปิดรับสื่อจากการขายโดยบุคคลที่ 3.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 ลำดับสุดท้ายคือการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 และทัศนคติเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 ส่วนความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1
ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล การรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย* (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลความหมาย
1. ภาพรวมการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์	3.50	0.59	มาก
1.1 การส่งเสริมการขาย	3.63	0.68	มาก
1.2 การตลาดทางตรง	3.48	0.76	มาก
1.3 การตลาดเชิงกิจกรรม	3.48	0.70	มาก
1.4 การโฆษณา	3.47	0.71	มาก
1.5 การขายโดยบุคคล	3.47	0.78	มาก
1.6 การประชาสัมพันธ์	3.45	0.76	มาก
2. การรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์	3.74	0.85	มาก
3. ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์	3.75	0.60	เชิงบวก
4. ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์	3.58	0.75	มาก

*หมายเหตุ: การให้คะแนนแบบ Rating Scale คือ น้อยที่สุด = 1 คะแนน มากที่สุด = 5 ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การแปลความหมายดังนี้ 4.21-5.00 = มากที่สุด, 3.41-4.20 = มากหรือเชิงบวก, 2.61-3.40 = ปานกลาง, 1.81-2.60 = น้อย, 1.00-1.80 = น้อยที่สุด

8.2 ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์

ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มของตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรผันของการรับรู้ภาพลักษณ์ได้ร้อยละ 33.2 (Adjusted R^2 = 0.332) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ ให้คงที่แล้ว มีตัวแปรอิสระเพียง 2 ตัวที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงลำดับค่าอิทธิพล ดังนี้ 1) การเปิดรับการส่งเสริมการขาย (Beta = 0.360) และ 2) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ (Beta = 0.138) โดยการเปิดรับการส่งเสริมการขายจะมีอิทธิพลทางบวก หมายความว่าเมื่อผู้บริโภคเปิดรับการส่งเสริมการขายมากขึ้น จะส่งผลให้การรับรู้ภาพลักษณ์เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ก็มีอิทธิพลทางบวกเช่นกัน หมายความว่าเมื่อผู้บริโภคเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มากขึ้น จะส่งผลให้การรับรู้ภาพลักษณ์เพิ่มขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA) เพื่อทดสอบอิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์

ตัวแปรอิสระ	b	Beta(β)	*t*	Sig.
การเปิดรับการส่งเสริมการขาย	0.452	0.360	5.974	0.000*
การเปิดรับการประชาสัมพันธ์	0.154	0.138	2.512	0.012*
การเปิดรับการตลาดเชิงกิจกรรม	0.104	0.086	1.321	0.187
การเปิดรับสื่อจากการขายโดยบุคคล	0.072	0.065	1.125	0.261
การเปิดรับโฆษณา	0.037	0.031	0.518	0.604
การเปิดรับการตลาดทางตรง	0.004	0.004	0.058	0.953
Adjusted R^2 = 0.332, F = 32.529, Sig. = 0.000*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มของตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรผันของทัศนคติได้ร้อยละ 16.5 (Adjusted R^2 = 0.165) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ ให้คงที่แล้ว พบว่ามี 1 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือการเปิดรับการส่งเสริมการขาย (Beta = 0.295) โดยมีอิทธิพลทางบวก หมายความว่าเมื่อผู้บริโภคเปิดรับการส่งเสริมการขายมากขึ้น จะส่งผลให้มีทัศนคติในเชิงบวกมากขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA) เพื่อทดสอบอิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ที่มีต่อทัศนคติ

ตัวแปรอิสระ	b	Beta(β)	*t*	Sig.
การเปิดรับการส่งเสริมการขาย	0.258	0.295	4.407	0.000*
การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	0.084	0.108	1.771	0.077
การเปิดรับการตลาดเชิงกิจกรรม	0.049	0.058	0.802	0.423
การเปิดรับโฆษณา	0.026	0.031	0.472	0.637
การเปิดรับการตลาดทางตรง	0.008	0.010	0.135	0.892
การเปิดรับสื่อจากการขายโดยบุคคล	0.007	0.009	0.135	0.893
Adjusted R^2 = 0.165, F = 14.153, Sig. = 0.000*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มของตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรผันของความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ได้ร้อยละ 18.6 (Adjusted R^2 = 0.186) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ ให้คงที่แล้ว พบว่ามี 1 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือการเปิดรับการส่งเสริมการขาย (Beta = 0.139) โดยมีอิทธิพลทางบวก หมายความว่าเมื่อผู้บริโภคเปิดรับการส่งเสริมการขายมากขึ้น จะส่งผลให้มีความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4
ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เพื่อทดสอบอิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อ

ตัวแปรอิสระ	b	Beta(β)	*t*	Sig.
การเปิดรับการส่งเสริมการขาย	0.153	0.139	2.108	0.036*
การเปิดรับการตลาดเชิงกิจกรรม	0.130	0.123	1.723	0.086
การเปิดรับโฆษณา	0.110	0.104	1.612	0.108
การเปิดรับสื่อจากการขายโดยบุคคล	0.100	0.104	1.639	0.102
การเปิดรับการตลาดทางตรง	0.064	0.065	0.873	0.383
การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	0.004	0.004	0.070	0.944
Adjusted R^2 = 0.186, F = 16.231, Sig. = 0.000*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. อภิปรายผล

9.1 การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ การรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย

9.1.1 การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวายเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) สอดคล้องกับแนวคิดของนิราภร คำจันทร์ และคณะ (2564) และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2567) ที่กล่าวว่ากลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มที่มีการเปิดรับสื่อออนไลน์จำนวนมากและเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญในตลาดเสื้อผ้าแฟชั่นซึ่งถือเป็นวัยแรงงาน จึงมีกำลังในการซื้อ โดยเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ระดับ 1 ใน 3 ของจำนวน

ประชากรทั้งหมดในประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้สามารถแสวงหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและให้ความสำคัญกับการแสดงออกทางบุคลิกภาพผ่านการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นเป็นอย่างมาก เมื่อพิจารณาเครื่องมือสื่อสารการตลาดแต่ละเครื่องมือ พบว่าการส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้เปิดรับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.63) สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ พฤกษารา (2563) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบสนองต่อข้อเสนอพิเศษและโปรโมชันต่างๆ ที่สามารถให้ผลประโยชน์โดยตรงและมีความรวดเร็ว ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของเคลเลอร์ (Keller, 2016) ซึ่งกล่าวว่าการส่งเสริมการขายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการกระตุ้นให้บุคคลสนใจและเกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ในเวลาอันสั้นได้ ทั้งยังกล่าวอีกว่าการส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัลในหลากหลายรูปแบบสามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคได้ในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งจะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภคบนสื่อดิจิทัลได้อย่างรวดเร็ว

9.1.2 การรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวายรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การร่วมมือระหว่างผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นกับศิลปินนั้นมีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ต่อตัวผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเป้าหมายนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2012) ที่กล่าวว่าภาพลักษณ์ที่ดีมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและความเชื่อของผู้บริโภคซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ยังสอดคล้องอย่างยิ่งกับคุณลักษณะทางจิตวิทยาและพฤติกรรมของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ดังที่โซโลมอน (Solomon, 2009) กล่าวไว้ว่ากลุ่มเจเนอเรชั่นวายชื่นชอบความโดดเด่นและให้ความสำคัญกับการแสดงออกถึงตัวตนและความเป็นปัจเจกบุคคลผ่านแฟชั่นและการแต่งกาย การได้สวมใส่เสื้อผ้าที่ออกแบบโดยศิลปินที่ตนชื่นชอบหรือมีสไตล์ที่ตรงกันจึงเป็นการตอบสนองความต้องการด้านรสนิยมและความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองได้เป็นอย่างดี การร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์จึงเป็นกลไกที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นสามารถสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งและสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายได้เป็นอย่างดี

9.1.3 ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวายมีทัศนคติเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของลักษิกา นุชอุดม (2564) ที่กล่าวว่าทัศนคติคือแนวโน้มภายในจิตของบุคคลที่สะท้อนผ่านความรู้สึกในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าเพื่อแสดงออกถึงตัวตน จึงทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของพิชชาพร เนียมศิริ (2560) ที่กล่าวว่าเจเนอเรชั่นวายเป็นวัยที่มีกำลังซื้อสูงและคัดสรรการเลือกเสื้อผ้าสวมใส่ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์มักได้รับความนิยมในคนกลุ่มนี้ ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์สามารถสร้างการตอบสนองเชิงบวกในระดับความรู้สึกของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ การผสานงานศิลปะที่มีเอกลักษณ์เข้ากับผลิตภัณฑ์แฟชั่นทำให้เกิดความแปลกใหม่และดึงดูดใจ ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกสนใจและชื่นชอบผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความผูกพันเบื้องต้นระหว่างผู้บริโภคกับแบรนด์

9.1.4 ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวายมีความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้าเหล่านี้เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของดาส (Das, 2014) ที่ระบุว่าการร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์เป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายได้เป็นอย่างดี ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคสามารถแสดงได้ในหลากหลายพฤติกรรม ได้แก่ การติดตามโซเชียลมีเดียของแบรนด์ที่มีผลิตภัณฑ์ที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ การแนะนำหรือบอกต่อเพื่อน คนในครอบครัวหรือคนรอบข้างให้ซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์หรือแม้กระทั่งการซื้อเพื่อการสะสม

9.2 อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย

9.2.1 อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าการเปิดรับการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ เนื่องจากการส่งเสริมการขายเป็นรูปแบบการสื่อสารการตลาดเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองในระยะเวลาอันสั้น สอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2012) ที่กล่าวว่าการส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือโน้มน้าวใจที่ออกแบบมากระตุ้นการรับรู้ในสินค้าและบริการในระยะเวลาอันสั้นโดยผู้บริโภคหรือคนกลาง ขณะที่การประชาสัมพันธ์นับว่ามีบทบาทสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการร่วมมือกับศิลปินครีเตอร์ (Collaboration Strategy) ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นจับมือร่วมกันผลิตสินค้าหรือแคมเปญเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจและเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ โดยการนำข้อได้เปรียบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละแบรนด์ออกมาให้ชัดเจนก็ยิ่งจะเพิ่มภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นได้ดียิ่งขึ้น (แพรวา ภาวิณี, 2566) ดังนั้น นักสื่อสารการตลาดอาจใช้การส่งเสริมการขายร่วมกับการประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ให้มีความโดดเด่นยิ่งขึ้น

9.2.2 อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่มีต่อทัศนคติ

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าการเปิดรับการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเตอร์เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ เนื่องจากการส่งเสริมการขายเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ช่วยเสริมสร้างทัศนคติและเพิ่มความแข็งแกร่งในการสร้างความสัมพันธ์ของตราสินค้ากับผู้บริโภคได้อย่างดียิ่งและสามารถออกแบบรูปแบบการส่งเสริมการขายได้หลากหลายแนวทาง ทั้งในรูปแบบการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางและการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (นธกฤต วันต๊ะเมล์, 2555) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของเคลเลอร์ (Keller, 2016) ที่กล่าวว่าการส่งเสริมการขายมีผลอย่างยิ่งต่อทัศนคติ โดยช่วยสนับสนุนการโฆษณาและความพยายามทางการตลาดต่างๆ ให้เกิดผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ขณะเดียวกันการส่งเสริมการขายที่มีการใช้กลยุทธ์การร่วมมือกันระหว่างผลิตภัณฑ์กับศิลปินครีเอเตอร์ยังสามารถเสริมสร้างและเน้นย้ำความรู้สึกชื่นชอบต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นได้เป็นอย่างดี

9.2.3 อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่มีต่อความตั้งใจซื้อ

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าการเปิดรับการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเจอเนอเรชั่นวาย ทั้งนี้ เนื่องจากการส่งเสริมการขายเป็นรูปแบบการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภค คนกลางและพนักงานขายเกิดการตอบสนองในการตัดสินใจซื้อหรือสนับสนุนความตั้งใจซื้อต่อสินค้าและบริการในระยะเวลาอันสั้น เครื่องมือนี้จึงเป็นที่นิยมของนักสื่อสารการตลาดในการนำมาใช้เพื่อกระตุ้นยอดขาย ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของดาส (Das, 2014) ที่กล่าวว่าการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคและสอดคล้องกับงานวิจัยของปฏิมา เกิดหนู (2564) ที่สนับสนุนว่าการส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัลเป็นการออกแบบข้อเสนอพิเศษบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่กระตุ้นให้เกิดความตั้งใจซื้อ เนื่องจากข้อเสนอพิเศษต่าง ๆ ทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นที่ช่วยเปลี่ยนความสนใจให้กลายเป็นความตั้งใจซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายที่มีความเข้าใจและคุ้นเคยกับระบบโปรโมชันออนไลน์ นอกจากนี้ การออกแบบการส่งเสริมการขายออนไลน์เพื่อกระตุ้นความตั้งใจซื้อยังสามารถออกแบบได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ลดราคาสินค้า คูปองส่วนลดค่าจัดส่งแฟลชเซลบนอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม (Shopee, Lazada) คูปองส่วนลดของอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม (Shopee, Lazada) ของแถมหรือของสมนาคุณ สะสมแต้มจากการซื้อผ่านดิจิทัลและส่วนลดพิเศษเฉพาะสมาชิก โดยสามารถออกแบบร่วมกับศิลปินครีเอเตอร์ที่กลุ่มเจเนอเรชั่นวายชื่นชอบเพื่อส่งเสริมความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นได้อย่างมีประสิทธิผล ทั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล ไอเซนและฟิชบายน์ (Ajzen & Fishbein, 1980) อธิบายว่าพฤติกรรมผู้บริโภคประเมินเชิงเหตุผลต่อผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ ในกรณีนี้การรับรู้ถึงความคุ้มค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการส่งเสริมการขายจึงเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ

10. สรุปและข้อเสนอแนะ

10.1 สรุป

การวิจัยครั้งนี้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ การรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย และ 2) อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวายที่มีช่วงอายุระหว่าง 25-44 ปี และเป็นสมาชิกเพจเฟซบุ๊กผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.50) การรับรู้ภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.74) ทัศนคติเชิงบวก ($\overline{X}$ = 3.75) และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.58) และ

2) ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุเพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลต่อภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อ พบว่าการเปิดรับการส่งเสริมการขาย (Beta = 0.360) และการเปิดรับการประชาสัมพันธ์ (Beta = 0.138) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ ขณะที่การเปิดรับการส่งเสริมการขาย (Beta = 0.295) มีอิทธิพลต่อทัศนคติและการเปิดรับการส่งเสริมการขาย (Beta = 0.139) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อเช่นกัน จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่ร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ทัศนคติเชิงบวกและเพิ่มความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายได้อย่างมีประสิทธิผล

10.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1. ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีการร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ควรเน้นกลยุทธ์การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ทั้งนี้ รูปแบบการส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัลที่สามารถใช้ได้มีหลากหลาย ได้แก่ ลดราคาสินค้า แจกคูปองส่วนลดค่าจัดส่ง แฟลชเซลบนอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม (Shopee, Lazada) แจกคูปองส่วนลดของอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม (Shopee, Lazada) มอบของแถมหรือของสมนาคุณ เปิดให้สะสมแต้มจากการซื้อผ่านดิจิทัลและมอบส่วนลดพิเศษเฉพาะสมาชิก

2. ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีการร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ควรใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการรับรู้ภาพลักษณ์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย โดยรูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์มีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ข่าวและภาพข่าวประชาสัมพันธ์ วิดีโอข่าวประชาสัมพันธ์ การสัมภาษณ์ผู้บริหารและศิลปินครีเอเตอร์ งานแถลงข่าวผ่านสื่อดิจิทัล การรณรงค์เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและงานฉลองครบรอบประจำปี

3. ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีการร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ควรออกแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยใช้การประชาสัมพันธ์ร่วมกับการส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มพลังของเครื่องมือการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เอกซ์ ยูทูบ ติ๊กต๊อก ไลน์ กูเกิล อีเมลและเว็บไซต์

4. ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นควรมีการร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์ในการออกแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยการเชิญศิลปินครีเอเตอร์ที่เป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายมาร่วมออกแบบการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้สนใจมากยิ่งขึ้น โดยมีการสร้างเนื้อหาบนสื่อดิจิทัลหรือสร้างกิจกรรมบนสื่อดิจิทัลร่วมกัน ได้แก่ กิจกรรมในไลฟ์บนโซเชียลมีเดีย กิจกรรมในไลฟ์บนอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม (Shopee, Lazada) กิจกรรมแจกของรางวัล กิจกรรมเปิดตัวสินค้าผ่านทางสื่อดิจิทัล กิจกรรม Workshop ผ่านสื่อดิจิทัลและกิจกรรมเพื่อชิงของรางวัล

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเจเนอเรชั่นอื่นๆ เช่น เจเนอเรชั่นซีหรือเจเนอเรชั่นเอกซ์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในการตอบสนองต่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลและกลยุทธ์การร่วมมือกับศิลปินครีเอเตอร์

2. ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมในตัวแปรทางการตลาดอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ เช่น ราคา คุณภาพและช่องทางการจัดจำหน่าย

3. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการจัดกลุ่มสนทนาเพื่อทำความเข้าใจถึงเหตุผลและปัจจัยทางจิตวิทยาที่ซับซ้อนเบื้องหลังทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

นธกฤต วันต๊ะเมล์. (2555). *การสื่อสารการตลาด*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิราภร คำจันทร์, นทีทิพย์ สรรพตานนท์, อุกฤษณ์ มารังค์, และกัญญ์พัสวี กล่อมธงเจริญ. (2564, 5 กุมภาพันธ์). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงของกลุ่มคนเจเนอเรชั่นวายผ่านแอปพลิเคชั่นอินสตาแกรมในประเทศไทย*. งานประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. https://erp.mju.ac.th/openFile.aspx?id=NDYwODg2&method=inline

บัวรัตน์ ศรีนิล. (2560*). เอกสารประกอบการเรียน การออกแบบวิจัยธุรกิจ การเก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบสอบถามและการเลือกตัวอย่าง*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปฏิมา เกิดหนู. (2564). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/handle/123456789/1831

พิชชาพร เนียมศิริ. (2560). *อิทธิพลของปัจจัยจูงใจต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์อิเล็กทรอนิกส์คอมเมิร์ซ* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แพรวา ภาวิณี. (2566). *Collaboration Marketing คืออะไร? กลยุทธ์การร่วมมือกันระหว่าง 2 แบรนด์ที่จะมายกระดับธุรกิจยุคใหม่*. The Growth Master Company. https://thegrowthmaster.com/blog/collaboration-marketing-between-brands

ภฤศ ศิลปโอฬารกุล. (2565). *ทัศนคติและความเป็นส่วนตัวต่อโฆษณาเฉพาะบุคคลของตราสินค้าธนาคารในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล. https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4580

ลักษิกา นุชอุดม. (2564). *ทัศนคติและความพึงพอใจของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค (FMMCG) ประเทศไทยต่อรูปแบบการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ในช่วงสถานการณ์วิกฤต COVID-19* [สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล.

ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2548). *Power gens branding*. แบรนด์เอจบุ๊คส์.

ศิริวรรณ พฤกธารา. (2563). *ปัจจัยการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการซื้อซ้ำในกลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค Gen X ขึ้นไป* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล. https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3833

ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2568). *แหล่งรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบครบวงจร.* https://data.cea.or.th

สำนักข่าวอินโฟเควสท์. (2568, 13 มีนาคม). *เปิดสถิติ LINE ครองแชมป์ผู้ใช้ในไทย 56 ล้านคน ด้าน Facebook-YouTube ยังโตต่อเนื่อง*. The Active. https://www.infoquest.co.th/2025/477772

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2567, 15 ธันวาคม). *ETDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเกตได้ Gen Z ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรกชนะ Gen Y แชมป์ 6 สมัย*. สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx

สุจิตรา ลิอินทร์. (2558). *การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ พฤติกรรมการใช้บริการและความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อสถานีบริการน้ำมันพีทีที ไลฟ์ สเตชั่น* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5707011168_4242_3418.pdf

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด*. ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

เสาวรัจ รัตนคำฟู. (2565, 21 พฤศจิกายน). *"แฟชั่นไทย" อยู่ตรงไหนบนพรมแดงระดับโลก*. The Active. https://theactive.thaipbs.or.th/data/fashion-thai-world

อโญศิริ สุระตโก. (2566, 28 มีนาคม). *รู้จัก Collaboration Marketing การตลาดด้วยแนวคิด '2 หัวดีกว่าหัวเดียว'* Business+. https://www.thebusinessplus.com/collaboration-marketing

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.

Biel, A. L. (1992). How brand image drives brand equity. *Journal of Advertising Research*, *32*(6), 6-12.

Cochran, W. G. (1997). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons, Inc.

Das, G. (2014). Impact of retail brand personality and self-congruity on store loyalty: The moderating role of gender. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *21*, 130-138.

Hammill, G. (2005). Mixing and managing four generations of employees. *FDU Magazine Online*, *12*(2). https://portal.fdu.edu/newspubs/magazine/05ws/index.htm

Howard, J. A. (1994). *Buyer behavior in marketing strategy* (2nd ed.). Prentice Hall.

Keller, K. L. (2016). Unlocking the power of integrated marketing communications: How integrated is your IMC program? *Journal of Advertising*, *45*(3), 286-301. https://doi.org/10.1080/00913367.2016.1204967

Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Upper Saddle River.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Upper Saddle River.

MarketThink. (2568, 25 กันยายน). *สรุปประเด็น "ยืดเปล่า" ยอดขาย 1,000 ล้าน เหลือกำไรล้านเดียว.* MarketThink. https://www.marketthink.co/65357

Solomon, M. R. (2009). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (8th ed.). Upper Saddle River.

Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. McGraw Hill.

ThaiPR. (2567, 5 มีนาคม). *ยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์ไทย แนะแบรนด์เสริมกลยุทธ์.* https://www.thaipr.net/business/3449997

Thomas, M. R., & Mathew, J. (2018). Online merchandising cues influencing the purchase intention of generation Z mediated by emotions using-SOR framework. *Asian Journal of Management*, *9*(1), 175-182.

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

Received: 10 April 2025
Revised: 17 July 2025
Accepted: 28 August 2025

การรับรู้ความหรูหราและความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวหรูหรา: บทบาทคั่นกลางของการรับรู้คุณภาพและความสอดคล้องในตนเอง

สิริวิมล รอดทัพ*
ณวิภา พรมประสิทธิ์**
หทัยภัทร ยมจินดา***
อัจจิมา นาเลา****
จารุพร ตั้งพัฒนกิจ*****

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการรับรู้ความหรูหราที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย 2) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการรับรู้ความหรูหราที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยมีปัจจัยการรับรู้คุณภาพเป็นตัวแปรคั่นกลาง 3) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการรับรู้ความหรูหราที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยมีปัจจัยความสอดคล้องในตนเองเป็นตัวแปรคั่นกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ คือ นักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวายที่มีอายุตั้งแต่ 26-40 ปี ทั้งหมด 400 คน เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชันวายถูกคาดการณ์ว่าจะกลายเป็นผู้บริโภคหลักในช่วงหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวสูงและมีพฤติกรรมการรับรู้ด้านความหรูหราที่มากกว่าคนรุ่นอื่น โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์เส้นทางและวิธีการวิเคราะห์แบบ Parallel Mediation Model Tests Unstandardized

คำสำคัญ

การรับรู้ความหรูหรา;
การรับรู้คุณภาพ;
ความสอดคล้องในตนเอง;
ความเต็มใจที่จะจ่าย;
การท่องเที่ยวหรูหรา

* นิสิตปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ติดต่อได้ที่: sirivimol.r@ku.th

** นิสิตปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ติดต่อได้ที่: navipa.p@ku.th

*** นิสิตปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ติดต่อได้ที่: hathaipat.y@ku.th

**** นิสิตปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ติดต่อได้ที่: atjima.na@ku.th

***** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดดิจิทัลและการสร้างตรา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ติดต่อได้ที่: jaruporn.tan@ku.th

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการรับรู้คุณภาพและปัจจัยความสอดคล้องในตนเองสามารถเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้ความหรูหรากับความเต็มใจที่จะจ่าย เมื่อนำตัวแปรคั่นกลางทั้ง 2 มาวิเคราะห์ร่วมกันพบว่า 1) ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยการรับรู้คุณภาพ ปัจจัยความสอดคล้องในตนเองและความเต็มใจที่จะจ่าย อีกทั้งปัจจัยการรับรู้คุณภาพและปัจจัยความสอดคล้องในตนเองยังมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายเช่นกัน 2) ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายผ่านตัวแปรคั่นกลางปัจจัยการรับรู้คุณภาพ 3) ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายผ่านตัวแปรคั่นกลางปัจจัยความสอดคล้องในตนเอง ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์เชิงทฤษฎีสำหรับผู้ที่ต้องการนำไปศึกษาต่อ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์แก่นักการตลาดและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้นำข้อมูลไปวางแผนกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

Luxury Perception and Willingness to Pay for Luxury Tourism: The Mediating Role of Perceived Quality and Self-Congruity

Received: 10 April 2025
Revised: 17 July 2025
Accepted: 28 August 2025

Sirivimol Rodthap*
Navipa Phromprasit**
Hathaipat Yomjinda***
Atjima Nalao****
Jaruporn Tangpattanakit*****

Research Article

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the factors of luxury perception that influence the willingness to pay for luxury tourism among Generation Y tourists, 2) to study the factors of luxury perception that influence the willingness to pay for luxury tourism among Generation Y tourists, with perceived quality as a mediating variable, and 3) to study the factors of luxury perception that influence the willingness to pay for luxury tourism among Generation Y tourists, with self-congruity as a mediating variable. The sample group for this research, selected through purposive sampling, consisted of 400 Generation Y tourists aged 26 to 40 years, due to the projection that Generation Y will become the main group of consumers in the post-COVID-19 era, combined with their high potential for travel and their heightened perception of luxury compared to other generations. The statistical methods used in this research were path analysis and Parallel Mediation Model Tests (Unstandardized).

Keywords

luxury perception;
perceived quality;
self-congruity;
willingness to pay;
luxury tourism

* Undergraduate student, Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University, Sriracha Campus, e-mail: sirivimol.r@ku.th

** Undergraduate student, Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University, Sriracha Campus, e-mail: navipa.p@ku.th

*** Undergraduate student, Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University, Sriracha Campus, e-mail: hathaipat.y@ku.th

**** Undergraduate student, Marketing Program, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University, Sriracha Campus, e-mail: atjima.na@ku.th

***** Assistant Professor, Digital Marketing and Branding Program, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University, Sriracha Campus, e-mail: jaruporn.tan@ku.th

The findings reveal that perceived quality and self-congruence significantly mediate the causal relationship between perceived luxury and willingness to pay. When both mediators were tested simultaneously, the results indicate that: (1) Perceived luxury exerts a direct influence on perceived quality, self-congruence, and willingness to pay. Moreover, both perceived quality and self-congruence have direct effects on willingness to pay. (2) Perceived luxury also has an indirect effect on willingness to pay through perceived quality; and (3) Perceived luxury has an indirect effect on willingness to pay through self-congruence. The results of this research are theoretically useful for those conducting further studies and practically beneficial for marketers and entrepreneurs in the tourism industry. The findings can inform strategic planning to enhance efficiency and effectiveness.

1. บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้นๆ อย่างไรก็ตามการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อภาคธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้ จนทำให้หลายกิจการถึงขั้นปิดตัวลงเพราะสู้กับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไม่ไหว ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศต้องหยุดชะงัก (ศุภลักษณ์ ศรีวิไลย และรุ่งเรือง ทองศรี, 2564) ทั้งนี้เมื่อสถานการณ์เริ่มบรรเทาลงจึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มขยับตัวดีขึ้น โดยพบว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและการเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพเป็นหลัก ขณะที่บางกลุ่มให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมและจับต้องได้ ทั้งนี้การตัดสินใจเลือกใช้บริการจึงขึ้นอยู่กับการตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคล (เยาวภรณ์ เลิศกุลทานนท์ และคณะ, 2566) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกชพร ชื่นจันทร์ และคณะ (2567) ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งผลต่อความเต็มใจในการจ่ายในราคาที่สูงขึ้นและมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ

รูปแบบการท่องเที่ยวที่หรูหรา (luxury tourism) จึงกลายเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่ทุกภาคส่วนให้ความสำคัญ เนื่องจากสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย (กัญญาพัชร์ พัฒนาโภคินสกุล และคณะ, 2566) ทั้งจากนักท่องเที่ยวในทวีปและภูมิภาคทั่วโลก อีกทั้งยังพบว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเริ่มให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวลักษณะนี้มากขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวที่หรูหราในตลาดโลกมีมูลค่าสูงถึง 1.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐใน ค.ศ. 2021 และคาดว่าจะเติบโตที่สูงขึ้นที่อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีแบบทบต้น (CAGR) 7.6% จนถึง ค.ศ. 2030 (Rosenberger et al., 2023) ซึ่งพบว่าในปัจจุบันนักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความหมายของ “ความหรูหรา” เพียงแค่ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ที่พักหรือบริการเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับความหรูหราในเชิงนามธรรม ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้สึก ความพึงพอใจ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และการบริการที่เป็นส่วนตัว ซึ่งนักท่องเที่ยวจำนวนมากยินดีที่จะจ่ายเพิ่มเพื่อให้ได้การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2564)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่ามีงานวิจัยต่างประเทศที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการรับรู้ความหรูหรา (perceived luxury) ที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม (willingness to pay extra) ในการใช้บริการในร้านอาหารหรูหราโดยผ่านตัวแปรคั่นกลาง ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้คุณภาพ (perceived quality) และปัจจัยความสอดคล้องในตนเอง (self-congruity) (Ahmadzadeh & Parsaifard, 2022) นอกจากนี้ ในประเทศไทยพบเพียงงานวิจัยที่มีเนื้อหาใกล้เคียงซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความเต็มใจที่จะจ่ายในบริบทของการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นหรือศึกษาตัวแปรอื่นๆ ในบริบทการท่องเที่ยวแบบหรูหราเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงโอกาสในการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการรับรู้ความหรูหราที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยมีตัวแปรปัจจัยการรับรู้คุณภาพและปัจจัยความสอดคล้องในตนเองเป็นตัวแปรคั่นกลาง เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชันวายถูกคาดการณ์ว่าจะกลายเป็นทั้งกำลังแรงงานและผู้บริโภคหลักในช่วงหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวสูง จึงมีแนวโน้มที่จะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มสำคัญในยุคปัจจุบัน (กินรี มณีแสง และคณะ, 2566) และมีพฤติกรรมการรับรู้ด้านความหรูหราที่มากกว่าคนรุ่นอื่นซึ่งเป็นผลมาจากอินเทอร์เน็ตที่เอื้อต่อการเข้าถึงข้อมูล ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักมีความคาดหวังมากขึ้นในอนาคต ประกอบกับการท่องเที่ยวในรูปแบบที่หรูหราได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน เป็นผลให้คนกลุ่มนี้คาดหวังในการท่องเที่ยวที่ได้รับประสบการณ์มากยิ่งขึ้น (ราชิต คงหาญ และภาวัตร์ พรหมพานิช,

2560) ดังนั้นนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวายจึงถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยหวังอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์เชิงทฤษฎีสำหรับผู้ที่ต้องการนำไปศึกษาต่อและเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้นำข้อมูลไปวางแผนกลยุทธ์ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการที่ตรงกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

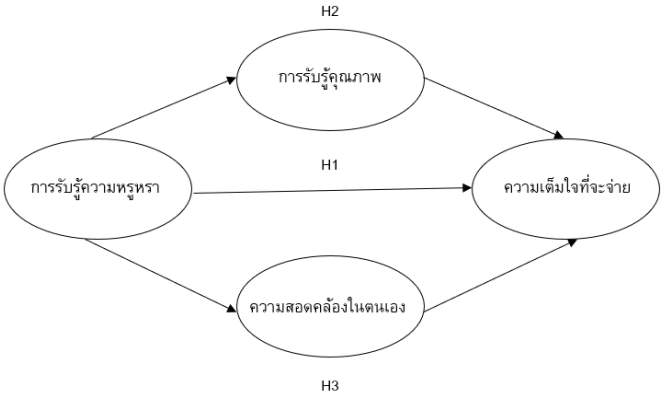
1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการรับรู้ความหรูหราที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย
2. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการรับรู้ความหรูหราที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยมีปัจจัยการรับรู้คุณภาพเป็นตัวแปรคั่นกลาง
3. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการรับรู้ความหรูหราที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยมีปัจจัยความสอดคล้องในตนเองเป็นตัวแปรคั่นกลาง

3. สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย
2. ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยมีปัจจัยการรับรู้คุณภาพเป็นตัวแปรคั่นกลาง
3. ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยมีปัจจัยความสอดคล้องในตนเองเป็นตัวแปรคั่นกลาง

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดการวิจัย

5. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 การท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourism)

การท่องเที่ยวแบบหรูหราเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการให้ประสบการณ์ที่เหนือระดับและตอบสนองความต้องการเฉพาะตัวของนักท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับความพึงพอใจทางอารมณ์และความรู้สึกมากกว่าสิ่งของที่จับต้องได้ โดยไม่ได้ครอบคลุมความหรูหราในด้านสถานที่พักผ่อน การเดินทางหรือบริการเพียงเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสะดวกสบายและความพิเศษที่ช่วยเพิ่มความรู้สึก ประสบการณ์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (ธนธรณ์ ฤทธิ์ถกล, 2557)

5.2 เจเนอเรชันวาย (Generation Y)

กลุ่มคนเจเนอเรชันวายหรือคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523-2540 เป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน มีลักษณะรักอิสระ มักมองหาความก้าวหน้าและกล้าที่จะเสี่ยงเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเอง โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนกลุ่มนี้มักให้ความสำคัญกับประสบการณ์ชื่นชอบการท่องเที่ยวที่ทันสมัยและสะดวกสบาย เน้นการพักผ่อนในสถานที่หรูหราหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากกว่าการท่องเที่ยวแบบผจญภัย นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับอิสระในการจัดสรรเวลาและรูปแบบการเดินทาง โดยนิยมวางแผนการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูล แลกเปลี่ยนประสบการณ์และแสดงออกถึงตัวตนผ่านภาพถ่ายหรือวิดีโอ (อรไท ครุธเวโช และคณะ, 2564)

5.3 ทฤษฎีการรับรู้ความหรูหรา (Luxury Perception)

การรับรู้เป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคมักใช้การรับรู้มาประเมินคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งการรับรู้คุณค่าเปรียบเสมือนความเชื่อที่ส่งผลถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค (Schultz & Zelezny, 1999) โดยพบว่าผลิตภัณฑ์และบริการระดับบนจะมีศักยภาพในการส่งมอบคุณค่าที่จับต้องไม่ได้ให้แก่ผู้บริโภคได้มากกว่าสินค้าปกติ (Nelissen & Meijers, 2011) ก่อให้เกิด

การรับรู้คุณค่าด้านความหรูหราในตัวผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมของผู้บริโภค (Athwal et al., 2018)

โดยสแตนโควาและคาไลเชฟ (Stankova & Kaleichev, 2013) กล่าวว่าผู้บริโภคแต่ละคนจะมีการรับรู้ความหรูหราที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการท่องเที่ยวแบบหรูหราที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ทางด้านอารมณ์ความรู้สึกแก่นักท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งการรับรู้คุณค่าความหรูหราที่ต่างกันจะส่งผลถึงการตัดสินใจซื้อที่หลากหลาย โดยพบทฤษฎีของวีดมันน์และเฮนนิกส์ (Wiedmann & Hennigs, 2007) ที่ได้อธิบายถึงมิติของการรับรู้คุณค่าของความหรูหรา (luxury value perception) ไว้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่

คุณค่าทางการเงิน (Financial Value) หมายถึงมูลค่าที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนหรือราคาที่ผู้บริโภคจ่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการหรูหรา

คุณค่าเชิงหน้าที่ (Functional Value) หมายถึงคุณค่าที่เกิดจากความสามารถหรือประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์หรือบริการในการตอบสนองความต้องการพื้นฐานหรือการใช้งานจริง

คุณค่าส่วนบุคคล (Individual Value) หมายถึงคุณค่าที่ตอบสนองความต้องการภายในของผู้บริโภค เช่น การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวผ่านการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สะท้อนตัวตน

คุณค่าทางสังคม (Social Value) หมายถึงคุณค่าที่เกี่ยวข้องกับสถานะทางสังคมหรือการได้รับการยอมรับภายในกลุ่มสังคมของตนที่เกิดจากการบริโภคสินค้าและบริการที่หรูหรา

ก่อนหน้านี้พบว่ามีงานวิจัยต่างประเทศของหลิวและคณะ (Liu et al., 2022) ที่ได้นำปัจจัยการรับรู้คุณค่าของความหรูหรามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้คุณค่าความหรูหราที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูง (Willingness to pay a price premium: WTPP) สำหรับร้านอาหารระดับมิชลินสตาร์ผ่านปัจจัยการขยายตัวตนของลูกค้าและความภักดีของลูกค้า ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้คุณค่าของความหรูหรามีอิทธิพลเชิงบวกกับความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูงสำหรับร้านอาหารระดับมิชลินสตาร์

5.4 ทฤษฎีการรับรู้คุณภาพ (Perceived Quality)

การรับรู้คุณภาพเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาด เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคหลังจากที่ได้รับประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ การรับรู้คุณภาพนั้นแตกต่างจากคุณภาพที่แท้จริง เพราะเป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้สึก ประสบการณ์และการประเมินของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ มากกว่าที่จะเป็นคุณลักษณะหรือประสิทธิภาพที่สามารถวัดผลได้จริงในกระบวนการ โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการจากประสบการณ์จริงที่ได้รับ ซึ่งการเปรียบเทียบจะเป็นตัวกำหนดว่าผู้บริโภคจะรู้สึกพึงพอใจหรือไม่ (Schmenner, 1995) โดยธุรกิจที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพต้องเข้าใจและตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภคในด้านคุณภาพ ราคา การบริการและความสะดวกสบาย พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคเพื่อสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ในระยะยาว (Tsiotsou, 2006)

ก่อนหน้านี้พบว่ามีงานวิจัยต่างประเทศของลี่และคณะ (Li et al., 2022) ที่ได้นำปัจจัยการรับรู้คุณภาพมาใช้เป็นตัวแปรคั่นกลางสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการรับรู้ความหรูหราที่ส่งผลต่อความยินดีที่จะจ่าย

ในสินค้าราคาสูง กรณีศึกษาร้านกาแฟในประเทศจีน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลทางบวกต่อปัจจัยการรับรู้คุณภาพและปัจจัยการรับรู้คุณภาพยังมีอิทธิพลทางบวกต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายในสินค้าราคาสูงอีกด้วย

5.5 ทฤษฎีความสอดคล้องในตนเอง (Self-Congruity)

ความสอดคล้องในตนเองถือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Brand) กับตัวตนของผู้บริโภค หากมีความสอดคล้องกันจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าตราสินค้าสะท้อนตัวตนหรืออัตลักษณ์ของพวกเขาได้ ซึ่งความสอดคล้องนี้ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมเชิงบวก เช่น ความภักดีต่อตราสินค้า ความไว้วางใจในตราสินค้า และการพูดถึงตราสินค้าในเชิงบวก (Sirgy, 1985)

เซอร์กี้ (Sirgy, 2018) ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมว่าเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาและผลลัพธ์ที่ผู้บริโภคเปรียบเทียบการรับรู้ของตนเองต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลิกภาพของตราสินค้าหรือภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ผู้ใช้มีแนวคิดที่สอดคล้องกับตนเอง เช่น ตัวตนที่แท้จริง ตัวตนในอุดมคติ ตัวตนทางสังคม นอกจากนั้นเซอร์กี้ (Sirgy, 1982) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับตนเองในบริบทของผู้บริโภคผ่านมิติ 4 ด้าน ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ของตนเองที่แท้จริง (Actual Self-Image) คือ การที่ผู้บริโภคมองเห็นตนเองในลักษณะใดในชีวิตจริง เกิดขึ้นเมื่อภาพลักษณ์ของตราสินค้าสะท้อนถึงตัวตนที่แท้จริงของผู้บริโภค

2. ภาพลักษณ์ของตนเองในอุดมคติ (Ideal Self-Image) คือ การที่ผู้บริโภคต้องการเห็นตนเองในแบบที่อยากเป็น เกิดขึ้นเมื่อตราสินค้าสะท้อนถึงตัวตนในอุดมคติของผู้บริโภค

3. ภาพลักษณ์ของตนเองในสังคม (Social Self-Image) คือ การที่ผู้บริโภคเชื่อว่าผู้อื่นมองเห็นตนอย่างไร เกิดขึ้นเมื่อตราสินค้าช่วยเสริมภาพลักษณ์ทางสังคมของผู้บริโภค

4. ภาพลักษณ์ของตนเองในสังคมอุดมคติ (Ideal Social Self-Image) คือ การที่ผู้บริโภคต้องการให้ผู้อื่นมองเห็นตนในแบบที่อยากเป็น เกิดขึ้นเมื่อตราสินค้าสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ผู้บริโภคต้องการให้สังคมรับรู้

ก่อนหน้านี้พบว่ามีงานวิจัยต่างประเทศของ อาห์หมัดซาเดห์และพาร์ไซฟาร์ด (Ahmadzadeh & Parsaifard, 2022) ที่ได้นำปัจจัยความสอดคล้องในตนเองมาใช้เป็นตัวแปรคั่นกลางสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการรับรู้ความหรูหราที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับการใช้บริการในร้านอาหารหรูหรา ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลทางบวกต่อปัจจัยความสอดคล้องในตนเองและปัจจัยความสอดคล้องในตนเองยังมีอิทธิพลทางบวกต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม

5.6 ทฤษฎีความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay: WTP)

ความเต็มใจที่จะจ่ายเป็นระดับที่ผู้บริโภคยินดีหรือพร้อมที่จะจ่ายเงิน เพื่อแลกกับผลิตภัณฑ์หรือบริการชนิดหนึ่ง โดยราคาที่ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายขึ้นอยู่กับการประเมินมูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น รวมถึงส่วนต่างระหว่างราคาที่ผู้บริโภคพึงพอใจกับราคาจริงของผลิตภัณฑ์หรือบริการซึ่งเรียกว่าส่วนเกินผู้บริโภค โดยส่วนต่างจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความชอบ ความตระหนักถึงคุณค่าและความสามารถในการจ่ายของผู้บริโภค (ภราดร ปรีดาศักดิ์, 2549, น. 75) นอกจากนั้น ภราดร ปรีดาศักดิ์ (2565, น. 122) ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมว่า

ความเต็มใจที่จะจ่ายสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ยินดีจะซื้อสินค้านั้นจำนวนกี่หน่วยและสะท้อนถึงผู้บริโภคที่ยินดีจ่ายในราคาสูงสุดเท่าใด ซึ่งราคาสูงสุดที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายเรียกอีกอย่างว่าราคาสงวน (Reservation Price) เป็นราคาที่ไตร่ตรองไว้แล้วว่าเงินที่จ่ายไปคุ้มค่ากับความพอใจที่จะได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของไบรเดิร์ท (Breidert, 2005) ที่ได้กล่าวว่าความเต็มใจที่จะจ่ายเป็นราคาสูงสุดที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่าย เพื่อสินค้าหรือบริการบางอย่าง นอกจากนั้นแนวคิดของคาลิชและเนลสัน (Kalish & Nelson, 1991) ยังได้อธิบายอีกว่าความเต็มใจที่จะจ่ายหรือราคาสงวนคือจำนวนเงินสูงสุดที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายสำหรับสินค้าปริมาณหนึ่ง

6. วิธีการวิจัย

6.1 ประชากรและการเลือกตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงลักษณะข้อมูลการวิจัยที่ต้องใช้สถิติวิเคราะห์ขั้นสูง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของแฮร์และคณะ (Hair et al., 2010) ในการกำหนดโครงสร้างของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งใช้เกณฑ์ 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกต (Observed Variables) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรสังเกตไว้ทั้งหมด 20 ตัวแปร กำหนดขนาดตัวอย่างไว้ คือ 20 x 20 = 400 ตัวอย่าง ดังนั้นงานวิจัยนี้จะเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีอายุอยู่ในช่วง 26-40 ปี หรือเจเนอเรชันวายจำนวน 400 คน โดยทำแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ Google Forms ตั้งแต่วันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2567-2 มกราคม พ.ศ. 2568 โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจแบบเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบริบทที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อหาความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดและเพื่อสร้างข้อคำถามที่สามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้ แบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามจำนวน 1 ข้อ คือ มีอายุระหว่าง 26-40 ปีหรือไม่

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามจำนวน 4 ข้อ คือ 1) เพศ 2) ระดับการศึกษา 3) รายได้ 4) อาชีพ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหรา เป็นคำถามจำนวน 4 ข้อ คือ 1) เหตุผลที่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในรูปแบบหรูหรา 2) หากวางแผนเดินทางไปท่องเที่ยวแบบหรูหราคาดว่าจะใช้จ่ายเป็นจำนวนเงินเท่าใด 3) ช่วงเวลาที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวแบบหรูหรา 4) ค้นหาแหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยวแบบหรูหราจากแหล่งใด ปรับปรุงคำถามจากจารุณี ศรีบุรี และคณะ (2567)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ความหรูหรา จำนวน 5 ข้อ ปรับปรุงคำถามจากมัลลิกา กากแก้ว และคณะ (2567) ปัจจัยการรับรู้คุณภาพ จำนวน 5 ข้อ ปรับปรุงคำถามจากอันวาร์และอันเดรียน (Anwar & Andrean, 2021) ปัจจัยความสอดคล้องในตนเอง จำนวน 5 ข้อ ปรับปรุงคำถามจากหลี่และไล่ (Li & Lai, 2024)

และปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่าย จำนวน 5 ข้อ ปรับปรุงคำถามจากโดแรนและคณะ (Doran et al., 2015) รวมจำนวน 20 ข้อ เป็นคำถามในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่าลิเคิร์ท (Likert's Scale) ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 1-5 และใช้เครื่องมือวิจัยให้มีความเที่ยงตรงด้วยวิธีการต่อไปนี้ 1) หาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา (Index of Item Objective Congruence: IOC) 2) นำแบบสอบถามไปเก็บตัวอย่างกับนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย จำนวน 40 ตัวอย่าง แล้วนำผลมาใช้คำนวณเพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability test) โดยพิจารณาข้อคำถามแต่ละด้านด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ช (Reliability Cronbach's Coefficient Alphas) ผลการทดสอบมีค่าความเชื่อมั่นดังนี้ ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ .729 ปัจจัยการรับรู้คุณภาพมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ .689 ปัจจัยความสอดคล้องในตนเองมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ .946 และปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ .866 และค่าความเชื่อมั่นรวมอยู่ที่ .938 ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้ เนื่องจากมีค่าเกิน 0.6 (Robinson & Shaver, 1973)

6.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

6.3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วยเพศ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพและพฤติกรรมความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหรา โดยใช้วิธีการหาค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแบบหรูหรา นอกจากนั้น ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ความหรูหรา ปัจจัยการรับรู้คุณภาพ ปัจจัยความสอดคล้องในตนเองและปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายได้ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลเพื่อสรุปและอภิปรายลักษณะของตัวแปร

6.3.2 สถิติการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) โดยโปรแกรม Process Version 4.2 (Hayes, 2022)

การวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยการรับรู้ความหรูหราว่ามีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยใช้วิธี Path Coefficient Assessment เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย

6.3.3 การวิเคราะห์อิทธิพลคั่นกลางพหุ (Multiple Mediation) แบบขนาน

การวิเคราะห์นี้เพื่อทดสอบว่าปัจจัยการรับรู้คุณภาพและปัจจัยความสอดคล้องในตนเองสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านได้หรือไม่ โดยใช้วิธีการ Parallel Mediation Model Tests Unstandardized เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยมีปัจจัยการรับรู้คุณภาพเป็นตัวแปรคั่นกลางและปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยมีปัจจัยความสอดคล้องในตนเองเป็นตัวแปรคั่นกลาง

7. ผลการวิจัย

7.1 ข้อมูลทางสถิติพื้นฐาน

7.1.1 ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.500 อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.500 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระหว่าง 100,001-200,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.300 และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.500

7.1.2 ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหรา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เหตุผลในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่หรูหราเพื่อเป็นรางวัลให้ตนเอง จำนวน 124 คิดเป็นร้อยละ 31.000 โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการวางแผนสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหรา โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 100,001-200,000 บาท จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.800 และมักเดินทางในช่วงวันลาพักผ่อนประจำปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.500 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักใช้ช่องทางในการค้นหาแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่หรูหราผ่านอินเทอร์เน็ต/ สื่อโซเชียลมีเดีย จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.800

7.2 ผลทางสถิติพื้นฐาน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1
ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็นของตัวแปรที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Kurtosis
1. ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรา	3.732	.881	.112
2. ปัจจัยการรับรู้คุณภาพ	3.757	.868	.365
3. ปัจจัยความสอดคล้องในตนเอง	3.519	.892	- .165
4. ปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่าย	3.689	.891	.223
รวม	3.674	.823	.577

ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์เส้นทางซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของข้อมูลผ่านการทดสอบหาค่าความคลาดเคลื่อนที่มีการแจกแจงแบบปกติด้วยการทดสอบความเป็นปกติ (Normality test) พบว่าข้อมูลของทุกตัวแปรมีค่า p-value มากกว่า .050 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ (Ghasemi & Zahediasl, 2012)

เมื่อพิจารณาถึงค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุกตัวแปร พบว่ามีค่าน้อยกว่าค่าเฉลี่ยและค่าความโด่งไม่มากกว่า 3.000 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลทั้งหมดนี้มีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์สถิติขั้นสูงต่อไปได้

7.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้ความหรูหรา การรับรู้คุณภาพความสอดคล้องในตนเองและความเต็มใจที่จะจ่าย ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ตัวแปรแฝง	CR	AVE	Cronbach's Alpha (n=400)
1. การรับรู้ความหรูหรา	.874	.581	.895
2. การรับรู้คุณภาพ	.885	.606	.899
3. ความสอดคล้องในตนเอง	.876	.587	.901
4. ความเต็มใจที่จะจ่าย	.892	.623	.898

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสำหรับการสร้างตัวแบบการวิจัยพิจารณาจากการตรวจสอบความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง (Construct Reliability: CR) พบว่าตัวแปรการรับรู้ความ หรูหรามีค่าเท่ากับ .874 ตัวแปรการรับรู้คุณภาพมีค่าเท่ากับ .885 ตัวแปรความสอดคล้องในตนเองมีค่าเท่ากับ .876 และตัวแปรความเต็มใจที่จะจ่ายมีค่าเท่ากับ .829 ซึ่งตัวแปรทั้งหมดมีค่ามากกว่า .7 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (Zeller & Carmines, 1980) ในขณะที่ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) พบว่าตัวแปรการรับรู้ความหรูหรามีค่าเท่ากับ .581 ตัวแปรการรับรู้คุณภาพมีค่าเท่ากับ .606 ตัวแปรความสอดคล้องในตนเองมีค่าเท่ากับ .587 และตัวแปรความเต็มใจที่จะจ่ายมีค่าเท่ากับ .623 ซึ่งตัวแปรทั้งหมดมีค่ามากกว่า .5 เป็นเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (Fornell & Larcker, 1981) แสดงว่าโมเดลมาตรวัดนี้มีความน่าเชื่อถือเชิงโครงสร้าง

7.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความหรูหราที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยมีตัวแปรปัจจัยการรับรู้คุณภาพและปัจจัยความสอดคล้องในตนเองเป็นตัวแปรคั่นกลาง พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรส่งผ่านพหุแบบขนานมีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3
ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลทางอ้อม

	Effect	Boot S.E.	Boot LLCI	Boot ULCI	Statistical significance
การรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายผ่านการรับรู้คุณภาพ	.406	.049	.309	.503	Yes
การรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายผ่านความสอดคล้องในตนเอง	.284	.039	.207	.360	Yes
Pairwise Contrast Indirect	.122	.071	- .018	.259	

หมายเหตุ: Pairwise Contrast Indirect เป็นการแสดงค่าเปรียบเทียบระหว่างเส้นทางอ้อม

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความหรูหราที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย โดยมีตัวแปรปัจจัยการรับรู้คุณภาพและปัจจัยความสอดคล้องในตนเองเป็นตัวแปรคั่นกลาง จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่าเส้นทางอ้อมผ่านตัวแปรการรับรู้คุณภาพมีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่าเส้นทางผ่านตัวแปรความสอดคล้องในตนเอง โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.406 และ 0.284 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบค่าความต่างระหว่างเส้นทางอ้อมทั้งสองตัวแปร (Pairwise Contrast Indirect) พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.122 ซึ่งสะท้อนว่าตัวแปรการรับรู้คุณภาพมีอิทธิพลมากกว่าตัวแปรความสอดคล้องในตนเองและเมื่อทดสอบการเลือกตัวอย่างพร้อมการแทนที่ (Bootstrapping) 5,000 กลุ่มตัวอย่าง มีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่าง (Boot LLCI) เท่ากับ .309 และ .207 ตามลำดับและมีค่าผลคูณของของสัมประสิทธิ์ขอบเขตบน (Boot ULCI) เท่ากับ .503 และ .360 ตามลำดับ โดยมีค่าช่วงความเชื่อมั่น (Confidential Interval) 95% ไม่คลุม 0 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยการรับรู้คุณภาพและปัจจัยความสอดคล้องในตนเองเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างความสัมพันธ์ของปัจจัยการรับรู้ความหรูหรากับปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่าย

7.5 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 3 พบว่าสมมติฐานที่นำมาศึกษาสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของตัวแปรที่มีต่อความเต็มใจที่จะจ่ายได้แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4

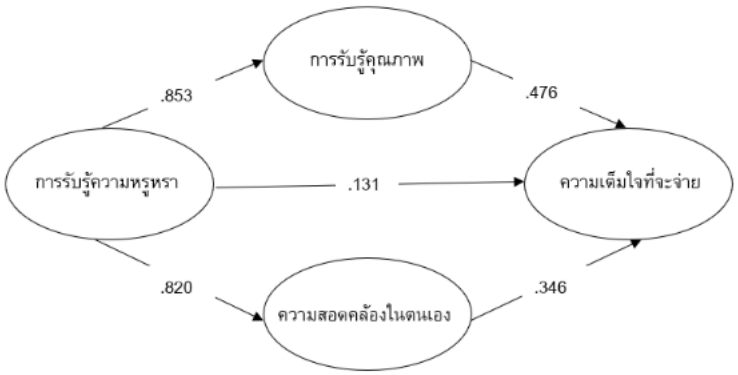
ตารางที่ 4
ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของตัวแปรที่มีต่อความเต็มใจที่จะจ่าย

Dependent Variable	ค่าความผันแปร (R^2)	อิทธิพล (Effect)	Predictor variable		
			PL	**PQ**	**SC**
ความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP)	.657	De	.131	.476	.346
		IE	.689	.000	.000
		TE	.820	.476	.346
การรับรู้คุณภาพ (PQ)	.749	De	.853	.000	N/a
		IE	.000	.000	N/a
		TE	.853	.000	N/a

Dependent Variable	ค่าความผันแปร (R^2)	อิทธิพล (Effect)	Predictor variable		
			PL	**PQ**	**SC**
ความสอดคล้องในตนเอง (SC)	.655	De	.820	N/a	.000
		IE	.000	N/a	.000
		TE	.820	N/a	.000

หมายเหตุ: De=Direct Effect, IE=Indirect Effect, TE=Total Effect, N/a=Not Applicable

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4 พบว่าความสัมพันธ์โมเดลสมการโครงสร้าง 1) ปัจจัยที่มีผลโดยรวมต่อความเต็มใจที่จะจ่าย พบว่าปัจจัยการรับรู้ความหรูหรา ปัจจัยการรับรู้คุณภาพและปัจจัยความสอดคล้องในตนเองมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่าย โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลเท่ากับ .131, .476 และ .346 ตามลำดับ โดยที่ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่าย มีค่าเท่ากับ .689 2) ปัจจัยที่มีผลโดยรวมต่อความสอดคล้องในตนเอง พบว่าปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความสอดคล้องในตนเอง มีค่าเท่ากับ .820 3) ปัจจัยที่มีผลโดยรวมต่อการรับรู้คุณภาพ พบว่าปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยการรับรู้คุณภาพ มีค่าเท่ากับ .853 โดยได้สรุปผลความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของตัวแปรที่มีผลต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่าย สามารถแสดงเส้นทางความสัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้างได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2. เส้นทางความสัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้าง

8. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เกิดจากการที่ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญด้านการรับรู้ความหรูหราที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย นอกจากนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยการรับรู้คุณภาพและปัจจัยความสอดคล้องในตนเองที่เป็นตัวแปรคั่นกลาง จากการวิจัยพบว่าปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย อีกทั้งปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย

8.1 ปัจจัยการรับรู้ความหรูหรากับปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ค่าสถิติ สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัจจัยการรับรู้ความหรูหรานั้นสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพที่แตกต่างและสถานะทางสังคมที่สูงขึ้น (Li et al., 2022) จึงทำให้ผู้บริโภคมองว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบที่หรูหรานั้นสามารถส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่า ความพิเศษเฉพาะตัวและสามารถบ่งบอกถึงสถานะทางสังคมของผู้บริโภคซึ่งทำให้รู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวายที่มีพฤติกรรมชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบหรูหรา ซึ่งเป็นผลมาจากอินเทอร์เน็ตที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความคาดหวังในการเดินทางที่มีคุณค่ามากขึ้นในอนาคต (ราชิต คงหาญ และภาวัตร์ พรหมพานิช, 2560) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของหลิวและคณะ (Liu et al., 2022) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความหรูหราที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูงสำหรับร้านอาหารระดับมิชลินสตาร์ พบว่าการรับรู้ความหรูหรามีความสัมพันธ์เชิงบวกบางส่วนกับความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูง โดยมีตัวแปรด้านคุณค่าความเป็นเอกลักษณ์และคุณค่าด้านการใช้งานที่เข้ามามีบทบาทโดยตรงในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการ โดยร้านอาหารระดับมิชลินสตาร์สามารถสร้างความโดดเด่นด้วยเมนูอาหาร การสร้างประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครผ่านการบริการที่อบอุ่น ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสำคัญและได้รับการยอมรับในฐานะแขกผู้มีเกียรติ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความรู้สึกในเชิงบวกและนำไปสู่ความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูงขึ้น

8.2 ปัจจัยการรับรู้ความหรูหราและปัจจัยการรับรู้คุณภาพกับปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ค่าสถิติ สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวายโดยผ่านปัจจัยการรับรู้คุณภาพ เนื่องมาจากความหรูหราเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จ่าย โดยเฉพาะในกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่มีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัว ความหรูหรามักมีรากฐานจากองค์ประกอบ เช่น สิทธิพิเศษที่ทำให้รู้สึกเหนือระดับ ชื่อเสียงของตราสินค้าที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่น รวมถึงคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ที่สะท้อนสถานะและตัวตนของผู้บริโภค โดยความหรูหราไม่ใช่แค่ความพิเศษหรือเหนือระดับ แต่ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ทำให้ผู้บริโภคมองว่าสินค้าและบริการมีคุณภาพ คุ้มค่ากับการใช้จ่าย (Tynan et al., 2010) โดยเฉพาะในกลุ่มเจเนอเรชันวายที่คาดหวังประสบการณ์ที่เหนือกว่ามาตรฐานทั่วไป เช่น บริการส่วนตัว สิ่งอำนวยความสะดวกระดับพรีเมียม ปัจจัยการรับรู้คุณภาพจึงมีบทบาทสำคัญในการเสริมคุณค่าทางอารมณ์และสังคมไม่ว่าจะเป็นการเข้าพักรีสอร์ตหรูหรือการสัมผัสประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำใคร (Vigneron & Johnson, 1999) สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของลี่และคณะ (Li et al., 2022) ที่ได้สนับสนุนข้อสรุปดังกล่าวว่าการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย โดยมีปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพเป็นตัวแปรคั่นกลาง ในกรณีของตราสินค้ากาแฟหรู การดื่มกาแฟไม่ได้สะท้อนแค่รสชาติ แต่ยังสร้างประสบการณ์และภาพลักษณ์ที่ช่วยยกระดับสถานะของผู้บริโภค ทำให้สินค้าหรือบริการที่จ่ายไปถูกมองว่าคุ้มค่าในราคาพรีเมียม

8.3 ปัจจัยการรับรู้ความหรูหราและปัจจัยความสอดคล้องในตนเองกับปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ค่าสถิติ สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวที่หรูหราของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย โดยผ่านปัจจัยความสอดคล้องในตนเองซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัจจัยการรับรู้ความหรูหราเป็นตัวสะท้อนถึงสัญลักษณ์ ความภูมิฐาน ความหรูหราและความภาคภูมิใจในตนเอง ส่งผลให้ผู้บริโภคมองว่าการท่องเที่ยวแบบหรูหราสามารถนำมาซึ่งการมีเกียรติและความภาคภูมิใจในตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่สะท้อนภาพลักษณ์และสไตล์ของตนเองจึงเป็นพฤติกรรมที่พบได้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวายที่มักมองหาประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำใครและสถานที่ที่ตรงกับความต้องการของตนเอง (สมประวิณ มันประเสริฐ และคณะ, 2565) โดยให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และความสำเร็จในชีวิต การเลือกท่องเที่ยวแบบหรูหราถือเป็นการสะท้อนภาพลักษณ์ที่ช่วยเสริมความน่าเชื่อถือและผลักดันให้ประสบความสำเร็จในด้านต่าง ๆ (มัลลิกา กากแก้ว และคณะ, 2567) ดังนั้นการรับรู้ความหรูหราและความสอดคล้องในตนเองจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายในสินค้าหรือบริการหรูหรา สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของอาห์หมัดซาเดห์และพาร์ไซฟาร์ด (Ahmadzadeh & Parsaifard, 2022) ที่พบว่าการรับรู้ความหรูหรามีอิทธิพลโดยตรงต่อความเต็มใจที่จะจ่าย โดยผ่านปัจจัยความสอดคล้องในตนเองเป็นตัวแปรคั่นกลาง การเสริมสร้างความเชื่อมั่นในการบริการ ผู้บริโภคไม่เพียงแค่มองคุณภาพการบริการเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงการมีเกียรติและความหรูหรา อีกทั้งยังสามารถสะท้อนภาพลักษณ์ของผู้บริโภคผ่านการออกแบบและการตกแต่งภายในที่สื่อถึงความหรูหรา ช่วยเพิ่มมูลค่าและประสบการณ์ทำให้ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น ดังนั้นการรับรู้ความหรูหราและความสอดคล้องในตนเองจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจในบริการร้านอาหารหรูหรา

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจ

1. การรับรู้คุณภาพเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความเต็มใจที่จะจ่ายมากที่สุด โดยมีค่าเบต้าเท่ากับ .476 แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้บริโภครับรู้ว่าสินค้าและบริการมีมาตรฐานสูงเกินความคาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าการจ่ายเงินนั้นคุ้มค่า โดยเฉพาะกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์และรายละเอียด หากคุณค่าที่ได้รับเทียบเท่าหรือสูงกว่าความคาดหวังก็ยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรยกระดับคุณภาพทั้งในด้านรูปธรรม เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก และนามธรรม เช่น ความประทับใจ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการใช้จ่าย

2. ความสอดคล้องในตนเองเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความเต็มใจที่จะจ่ายรองลงมา โดยมีค่าเบต้าเท่ากับ .346 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มเลือกซื้อหรือยินดีจ่ายเพื่อสินค้าหรือบริการที่สะท้อนตัวตนหรือภาพลักษณ์ในอุดมคติ โดยเฉพาะกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์

เฉพาะบุคคล หากสินค้าหรือบริการสามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ที่ต้องการได้ ก็จะสร้างความผูกพันทางอารมณ์และเพิ่มความเต็มใจในการจ่าย ดังนั้นผู้ประกอบการควรทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้งและออกแบบประสบการณ์หรือภาพลักษณ์ของตราสินค้าให้สามารถสื่อถึงบุคลิกและคุณค่าที่ลูกค้าอยากแสดงออกได้อย่างชัดเจน

3. การรับรู้ความหรูหราเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความเต็มใจที่จะจ่ายน้อยที่สุด โดยมีค่าเบต้าเท่ากับ .131 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะยอมจ่ายเพื่อประสบการณ์ที่ให้ความรู้สึกพิเศษเหนือระดับและสามารถบ่งบอกถึงสถานะทางสังคมหรือรสนิยมส่วนตัวได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้นการสร้างภาพลักษณ์หรูหราทั้งในมิติทางกายภาพ เช่น ทำเล การตกแต่ง การบริการระดับพรีเมียม และในมิติสัญลักษณ์ เช่น การเป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงหรือการบริการที่ให้ความรู้สึกเฉพาะตัว ซึ่งจะช่วยกระตุ้นความรู้สึกภาคภูมิใจและทำให้ลูกค้ายินดีจ่ายเพื่อสัมผัสประสบการณ์ดังกล่าว

9.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

1. ในการศึกษาครั้งถัดไปควรพิจารณาเพิ่มตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในตลาดการท่องเที่ยวหรูหราได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของกิล-คอร์เดโรและคณะ (Gil-Cordero et al., 2023) ที่ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงหรูหราและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ แนวทางผสมที่ประยุกต์ใช้กับสินค้าหรูหรา (Luxury tourism and purchase intention factors: a mixed approach applied to luxury goods) แสดงให้เห็นว่าหลังสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พฤติกรรมผู้บริโภคมีความซับซ้อนมากขึ้น โดยเฉพาะความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งยังเป็นเรื่องที่มีการศึกษาน้อยในวงการสินค้าหรู แต่กลับมีบทบาทสำคัญในสายตาของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อความยั่งยืนและจริยธรรม การเพิ่มตัวแปรนี้ควบคู่กับการรับรู้ความหรูหรา การรับรู้คุณภาพ และความสอดคล้องในตนเองจะสามารถช่วยสะท้อนพฤติกรรมการท่องเที่ยวหรูหราของเจเนอเรชันวายได้อย่างรอบด้านและส่งเสริมการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่าวิธีดังกล่าวไม่สามารถอธิบายถึงแรงจูงใจหรือความรู้สึกเชิงลึกของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวายได้อย่างชัดเจน อีกทั้งงานวิจัยยังมีการศึกษา ตัวแปรด้านความสอดคล้องในตนเองซึ่งเป็นประเด็นที่ลึกซึ้ง มีความหมายเฉพาะบุคคล การใช้แบบสอบถามปลายปิดอาจไม่สามารถเข้าถึงแง่มุมเชิงอารมณ์หรือความหมายเฉพาะของผู้ตอบได้ ผู้วิจัยจึงเสนอว่าการวิจัยครั้งถัดไปควรมีวิธีการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ เช่น การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเหตุผลที่แท้จริงในความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริโภค

รายการอ้างอิง

กชพร ชื่นจันทร์, สิรินทรา สังข์ทอง, และนิมิต ซุ้นสั้น. (2567). อิทธิพลของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายและความตั้งใจที่จะเข้าพักอีกครั้งของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์, 18*(29), 110-130.

กัญญาพัชร์ พัฒนาโภคินสกุล, นิมิต ซุ้นสั้น, และสุภัทรา สังข์ทอง. (2566). การเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวแบบหรูหรา เพื่อเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยว. *Journal of Arts Management, 7*(4), 1663-1683.

กินรี มณีแสง, เขมมิกา เนียมพันธ์, ณัฐพงษ์ ธรรมชัย, ธนดล แสนใจยา, นฤทธิ์ศรา ขุนคงมี, และขวัญฤทัย ครองยุต. (2566). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว Generation Y ต่อคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยววัดร่องขุ่น ในสถานการณ์โควิด-19. *วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 6*(2), 15-32.

จารุณี ศรีบุรี, ยุทธการ ไวยอาภา, กีรติ ตระการศิริวาณิช, และวุฒิพงษ์ ฉั่วตระกูล. (2567). การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจใช้บริการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฮับแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 9*(7), 1083-1097.

จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย. (2564). *แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยวแบบหรูหราเอเชีย.* สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD). https://www.itd.or.th/itd-data-center/article_trends-asian-luxury-travel-market

ธนธรณ์ ฤทธิ์ถกล. (2557). TAT luxury tourism. *TAT Tourism Journal, 3*(2), 1-76.

ภราดร ปรีดาศักดิ์. (2549). *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภราดร ปรีดาศักดิ์. (2565). *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค* (พิมพ์ครั้งที่ 5). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มัลลิกา กากแก้ว, พรชนก ไชยโย, ธีราพร ทองปลิว, พรรณภา เพียรสิริรัตน์, และนริศรา ภาควิธี. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์หรูหราผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันวายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. *วารสารการจัดการสมัยใหม่, 22*(1), 78-96.

เยาวภรณ์ เลิศกุลทานนท์, มณีวรรณ ชาตวนิช, สมภพ ชาตวนิช, และกรกช มนตรีสุขศิริกุล. (2566). กลยุทธ์ 9As สำหรับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นให้ยั่งยืน: กรณีศึกษาบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 17*(2), 181-194.

ราชิต คงหาญ, และภาวัตร์ พรหมพานิช. (2560). การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวแบบหรูหรา. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 12*(2), 94-104.

ศุภลักษณ์ ศรีวิไลย, และรุ่งเรือง ทองศรี. (2564). การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(8), 405-416.

สมประวิณ มันประเสริฐ, ปราณิตา ศยามานนท์, กมลมาลย์ แจ้งล้อม, และปุญญภพ ตันติปิฎก. (2565, 26 ตุลาคม). *ส่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละสายคุณเป็นสายไหน?*. https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/8602/getdypugcp/EIC-InFocus_ Consumer-survey-report_Travel-Part-2_20221026.pdf

อรไท ครุธเวโช, โยษิตา แย้มมา, ปภาวรินทร์ สีนะ, พิชญดา จูละพันธ์, ธีรนาญ วจนะคัมภีร์, และวรพจน์ ตรีสุข. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการในมุมมองของนักท่องเที่ยวเจนวายที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในสภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของ COVID-19. *วารสารรัชต์ภาคย์*, *15*(41), 242-258.

Ahmadzadeh, S., & Parsaifard, M. (2022). Willingness to pay extra with luxury approach and the mediating role of perceived quality and self-congruity (Case of study: Customers of luxury restaurants). *Journal of Advertising and Sales Management, 3*(4), 55-69. https://doi.org/10.52547/JABM.3.2.8

Anwar, K. S., & Andrean, W. (2021). The effect of perceived quality, brand image, and price perception on purchase decision. *Advances in Economics, Business and Management Research, 176*, 78-82. https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.012

Athwal, N., Istanbulluoglu, D., & McCormack, S. (2018). The allure of luxury brands' social media activities: A uses and gratifications perspective. *Information Technology & People, 32*(3), 603-626. https://doi.org/10.1108/ITP-01-2018-0017

Breidert, C. (2005). *Estimation of willingness-to-pay: Theory, measurement, application*. [Unpublished doctoral dissertation]. WU Vienna. https://doi.org/10.57938/481ea1e7-2166-4b6f-a041-e074ac7e1275

Doran, R., Hanss, D., & Larsen, S. (2015). Attitudes, efficacy beliefs, and willingness to pay for environmental protection when travelling. *Tourism and Hospitality Research, 15*(4), 281-292. https://doi.org/10.1177/1467358415580360

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39-50. https://doi.org/10.2307/3151312

Ghasemi, A., & Zahediasl, S. (2012). Normality tests for statistical analysis: A guide for non-statisticians. *International Journal of Endocrinology and Metabolism, 10*(2), 486-489.

Gil-Cordero, E., Ledesma-Chaves, P., Yoo, S., & Han, H. (2023). Luxury tourism and purchase intention factors: A mixed approach applied to luxury goods. *Humanities and Social Sciences Communications, 10*(1), 1-20. https://doi.org/10.1057/s41599-023-01981-8

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). https://www.drnishikantjha.com/papersCollection/Multiva riate%20Data%20Analysis.pdf

Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (3rd ed.). The Guilford Press.

Kalish, S., & Nelson, P. (1991). A comparison of ranking, rating and reservation price measurement in conjoint analysis. *Marketing Letters, 2*(4), 327-335. https://doi.org/10 .1007/BF00664219

Li, M. H., & Lai, I. K. W. (2024). Exploring the formation of destination loyalty from destination personality and self-congruity: A mediating role of destination relationship quality. *International Journal of Tourism Research, 26*(4), 1-13. https://doi.org/10.1002/jtr.2675

Li, R., Laroche, M., Richard, M. O., & Cui, X. (2022). More than a mere cup of coffee: When perceived luxuriousness triggers Chinese customers' perceptions of quality and self-congruity. *Journal of Retailing and Consumer Services, 64*(3), 1-40. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102759

Liu, C. R., Kuo, T. M., Wang, Y. C., Shen, Y. J., Chen, S. P., & Hong, J. W. (2022). Perceived luxurious values and pay a price premium for Michelin-starred restaurants: A sequential mediation model with self-expansion and customer gratitude. *International Journal of Hospitality Management, 103*(3), 1-51. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103185

Nelissen, R. M. A., & Meijers, M. H. C. (2011). Social benefits of luxury brands as costly signals of wealth and status. *Evolution and Human Behavior, 32*(5), 343-355. https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2010.12.002

Robinson, J. P., & Shaver, P. R. (1973). *Measures of psychological attitude*. Survey Research Center, Institute for Social Research, University of Michigan.

Rosenberger, S., Scriven, A., Kraay, N., & McDonald, K. (2023, 29 May). *The future of luxury travel five trends shaping the market.* Deloitte. https://www.deloitte.com/global/en/ Industries/consumer/perspectives/future-of-luxury-travel.html

Schmenner, R. W. (1995). *Service operation management*. Prentice Hall.

Schultz, P. W., & Zelezny, L. (1999). Values as predictors of environmental attitudes: Evidence for consistency across 14 countries. *Journal of Environmental Psychology*, *19*(3), 255-265. https://doi.org/10.1006/jevp.1999.0129

Sirgy, M. J. (1982). Self-concept in consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research, 9*(3), 287-300. https://doi.org/10.1086/208924

Sirgy, M. J. (1985). Using self-congruity and ideal congruity to predict purchase motivation. *Journal of Business Research, 13*(3), 195-206. https://doi.org/10.1016/0148-2963(85)90026-8

Sirgy, M. J. (2018). Self-congruity theory in consumer behavior: A little history. *Journal of Global Scholars of Marketing Science, 28*(2), 197-207. https://doi.org/10.1080/21639159.2018.1436981

Stankova, M., & Kaleichev, S. (2013). The cutting edge between mass and luxury tourism. *Romanian Economic and Business Review, 8*, 50-59.

Tsiotsou, R. (2006). The role of perceived product quality and overall satisfaction on purchase intentions. *International Journal of Consumer Studies, 30*(2), 207-217. https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2005.00477.x

Tynan, C., McKechnie, S., & Chhuon, C. (2010). Co-creating value for luxury brands. *Journal of Business Research, 63*(11), 1156-1163. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.10.012

Vigneron, F., & Johnson, L. W. (1999). A review and a conceptual framework of prestige-seeking consumer behavior. *Wichita: Academy of Marketing Science Review, 2(*1), 1-15.

Wiedmann, K. P., & Hennigs, N. (2007). Consumer value perception of luxury goods: A cross-cultural and cross-industry comparison. *Academy of Marketing Science Review, 7*(7), 1-23. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-4399-6_5

Zeller, R. A., & Carmines, E. G. (1980). Measurement in the social sciences the link between theory and data. *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews, 11*(1), 1-18. https://doi.org/10.2307/2066656

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

Received: 15 October 2024
Revised: 20 January 2025
Accepted: 12 December 2025

สาเหตุและผลลัพธ์ของสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์: ศึกษากรณีบทบาทของความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเองและลักษณะนิสัยการแข่งขันเป็นตัวแปรกำกับ

ฉัตรวดี มีสุข*
วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์**
วงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์***

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) บทบาทของความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเองและลักษณะนิสัยการแข่งขัน แรงจูงใจภายในที่เป็นตัวแปรกำกับในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ 2) การพัฒนาตนเองของบุคลากรเป็นตัวแปรกำกับการพัฒนาคุณภาพการบริการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากบุคลากรภาคส่วนต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น กิจการด้านการจัดประชุมสัมมนา การจัดงานแสดงสินค้า ด้านการให้บริการด้านสถานที่จัดงานและอื่น ๆ จำนวน 206 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์เส้นทาง การศึกษาพบว่า 1) แรงจูงใจภายในส่งผลต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ 2) การพัฒนาตนเองของบุคลากรส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยค่าโมเดลตามสมมติฐานความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้นผ่านเกณฑ์

ผลการวิจัยนำไปสู่การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการด้านปฏิบัติงาน เพื่อให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันสู่จุดมุ่งหมายการจัดงานในระดับนานาชาติ

คำสำคัญ

แรงจูงใจภายใน; การพัฒนาตนเอง; การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์; การพัฒนาคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมไมซ์

* นักศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว โรงแรมและอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ติดต่อได้ที่: chatvadee.mee@qsncc.com

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ติดต่อได้ที่: jadesadalug_v@su.ac.th

*** อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเว้นท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ติดต่อได้ที่: weerapaiboon_w@su.ac.th

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

Causes and Outcomes of Personnel Competency in the MICE Industry: A Case Study of the Role of Self-Efficacy and Trait Competitiveness as Moderating Variables

Received: 15 October 2024
Revised: 20 January 2025
Accepted: 12 December 2025

Chatvadee Meesuk*
Viroj Jadesadalug**
Wongladda Weerapaiboon***

Research Article

Abstract

The research aims to explore 1) the role of self-efficacy, trait competitiveness, and intrinsic motivation as moderating variables in learning for self-development among personnel in the MICE Industry; and 2) personnel self-development as a moderating variable in service quality improvement, utilizing data gathered from questionnaires distributed among various sectors within the MICE industry such as conference and seminar organizers, exhibition organizers, service providers, venue providers, with a sample size of 206. Statistical analysis includes descriptive statistics such as mean, percentage, standard deviation, and path analysis. The findings revealed that:

1) Internal motivators significantly influence learning for self-development among personnel.

2) Personnel self-development significantly contributes to the enhancement of service quality within the MICE industry. (These findings are summarized through inferential statistics.)

The research contributes to the development of personnel competencies in the MICE industry, aiming to enhance the quality of operational services. This will enable Thailand to compete as an international destination for hosting events.

Keywords

intrinsic motivation; self-development; personnel development in the MICE industry; service quality improvement in the MICE industry

* Ph. D.'s student, Tourism, Hotel and Event Management Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University, e-mail: chatvadee.mee@qsncc.com

** Assistant Professor, Business Innovation Management Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University, e-mail: jadesadalug_v@su.ac.th

*** Lecturer, Exhibition and Event Management Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University, e-mail: weerapaiboon_w@su.ac.th

1. บทนำ

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยผ่านการเดินทางเข้ามาในประเทศของนักเดินทางคุณภาพ หรือนักเดินทางที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมธุรกิจผ่านกิจกรรมไมซ์ คือ M (Meeting) I (Incentive) C (Convention) E (Exhibition) จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าวิเคราะห์ทิศทางธุรกิจ MICE พบว่าอุตสาหกรรมไมซ์มีการเติบโตสูงขึ้น โดยเผยว่ามีการจัดตั้งธุรกิจใหม่เพิ่ม มีผลประกอบการดีขึ้นและยังเกิดการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากต่างชาตินิยมเข้ามาจัดงานในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น สาเหตุมาจากประเทศไทยมีที่ตั้งเหมาะสม การคมนาคมสะดวก มีที่ท่องเที่ยวมากมายและค่าใช้จ่ายไม่สูง (ผู้จัดการออนไลน์, 2566) เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่สูงขึ้น ส่งผลให้บริษัทองค์กรต่างๆ ภายใต้อุตสาหกรรมไมซ์ เช่น โรงแรม สถานที่จัดงาน ผู้จัดงานและอื่นๆ ต้องพัฒนาตัวเองอย่างเร่งด่วน ทั้งนี้ หนึ่งในปัจจัยสำคัญต่ออุตสาหกรรมเพื่อรองรับความต้องการและการแข่งขันทางการตลาด โดยเฉพาะในด้านคุณภาพการบริการ (Quality of Service Performance) คือ บุคลากรที่มีสมรรถนะในการทำงานตรงตามคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Competency) ดังนั้นการพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะเป็นส่วนสำคัญที่องค์กรต้องศึกษาและพัฒนาแนวทางอย่างเร่งด่วนเพื่อให้ทันต่อความต้องการและการเติบโตของตลาด ทั้งนี้ การพัฒนาบุคลากรเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต้องเกิดจากความต้องการภายในของบุคลากร ความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเองและลักษณะนิสัยการแข่งขันของบุคลากรเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาความต้องการในการพัฒนาตนเอง (Kendra, 2024)

การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นไปที่แรงจูงใจภายในของตัวบุคลากรในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง ผ่านการประเมินความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเองและลักษณะนิสัยการแข่งขันของบุคลากร เป็นตัวแปรเชิงบวกในการพัฒนาสมรรถนะตนเอง ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบทบาทของความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเองและลักษณะนิสัยการแข่งขัน แรงจูงใจภายในที่เป็นตัวแปรกำกับในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาตนเองของบุคลากรเป็นตัวแปรกำกับการพัฒนาคุณภาพการบริการ

3. การสร้างกรอบแนวความคิดและสมมติฐานการวิจัย

เพื่อทำความเข้าใจความต้องการสมรรถนะหลักของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน ผู้ประสานงานและผู้วางแผนปฏิบัติการไมซ์ (ไทย) ซึ่งจัดทำขึ้นโดยกองทุนส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (CPF) ร่วมกับองค์กรรัฐและหน่วยงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย (TICA) สมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA) สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (EMA) และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) โดยสามารถสรุปสมรรถนะหลัก

ได้ดังนี้ มีความรู้ในอุตสาหกรรมไมซ์ มีทักษะในการสื่อสารที่ถูกต้องชัดเจน มีทักษะในการเจรจาต่อรอง มีทักษะในการสื่อสารด้านภาษาที่สำคัญในการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ มีความพร้อมและความเต็มใจในการบริการ มีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีและมีทักษะทางด้านความคิดสร้างสรรค์ (ธนพล รุ่งเรือง, 2558) ทั้งนี้ การศึกษาการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์เริ่มต้นขึ้นภายใต้การศึกษาขีดความสามารถหรือสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อยกระดับขีดความสามารถและผลักดันให้เกิดมาตรฐานขึ้น โดยใช้กรอบการพัฒนาขีดความสามารถหรือสมรรถนะภายใต้ฐานการพัฒนาความรู้ (Knowledge) การพัฒนาทักษะ (Skill) และการพัฒนาคุณลักษณะ (Attributes) (Parry, 1997) ทั้งนี้ แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะของบุคลากรเริ่มจากการนำเสนอบทความทางวิชาการของเดวิด ซี. แมคเคิลแลนด์ (David C. McClelland) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เมื่อ ค.ศ.1960 ซึ่งกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของบุคคล (excellent performer) ในองค์กรกับระดับทักษะความรู้ความสามารถ โดยกล่าวว่าการวัด IQ และการทดสอบบุคลิกภาพยังไม่เหมาะสมในการทำนายความสามารถหรือสมรรถนะของบุคคล เพราะไม่ได้สะท้อนความสามารถที่แท้จริงออกมา ใน ค.ศ. 1982 ริชาร์ด โบยาตซิส (Richard Boyatzis) ได้เขียนหนังสือชื่อ *The Competent Manager: A Model of Effective Performance* และได้นิยามคำว่า Competencies เป็นความสามารถในงานหรือเป็นคุณลักษณะที่มีในบุคคลซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพ ใน ค.ศ. 1994 แกรี แฮเมล และ ซี. เค. พราฮาราด (Gary Hamel & C. K. Prahalad) ได้เขียนหนังสือชื่อ *Competing for the Future* ซึ่งได้นำเสนอแนวคิดสำคัญ คือ Core Competencies เป็นความสามารถหลักของธุรกิจซึ่งถือว่าในการประกอบธุรกิจนั้นจะต้องมีเนื้อหาสาระหลัก เช่น พื้นฐานความรู้ ทักษะ และความสามารถในการทำงานอะไรได้บ้างและอยู่ในระดับใดจึงทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงสุดตรงตามความต้องการขององค์กร การประเมินสมรรถนะตนเองหรือ Competency Assessment เป็นแนวคิดที่วิเคราะห์และประเมินความสามารถ ทักษะและความเหมาะสมของบุคคลในบทบาทหรืองานที่เขาปฏิบัติ ทฤษฎีนี้ใช้เครื่องมือและกระบวนการที่ช่วยให้บุคคลเข้าใจแรงจูงใจของตนเอง ความสามารถ และความสำเร็จที่มีอยู่ ส่วนประกอบหลักของทฤษฎีการประเมินสมรรถนะตนเอง (Bandura,1997) มีดังนี้

1. การกำหนดเป้าหมาย: การระบุเป้าหมายที่ชัดเจนและตระหนักรู้ใจของตนเองเป็นสิ่งสำคัญในการประเมินสมรรถนะตนเอง

2. การตระหนักความสามารถ: การรับรู้และเข้าใจความสามารถและจุดแข็งของตนเอง รวมถึงความก้าวหน้าและความพร้อมที่ต้องการในการพัฒนาตนเอง

3. การประเมินทักษะและความรู้: การประเมินทักษะทางการงาน ความรู้และประสบการณ์ที่สำคัญสำหรับการปฏิบัติงาน

4. การวางแผนการพัฒนา: การสร้างและดำเนินการแผนการพัฒนาที่ช่วยให้ตนเองพัฒนาทักษะและความสามารถเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายและความต้องการขององค์กรหรืองานที่ทำ

5. การติดตามและประเมินผล: การติดตามความก้าวหน้าที่ทำได้ตามเป้าหมายและการประเมินผลของการพัฒนาตนเองในระยะยาว

ทฤษฎีการประเมินสมรรถนะตนเองช่วยให้บุคคลมีความเข้าใจเกี่ยวกับความสามารถ ความพร้อมและความเหมาะสมของตนเองในสถานการณ์งานและชีวิตประจำวัน ซึ่งจะช่วยให้สามารถพัฒนาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพและมุ่งสู่ความสำเร็จในชีวิตอย่างมั่นคง

ทั้งนี้สมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์มีความพิเศษและเป็นตัวแปรสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริการ ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาการพัฒนาสมรรถนะและขีดความสามารถของบุคลากรผ่านกระบวนการประเมินสมรรถนะและความพร้อมของตนเองผ่านแรงจูงใจภายในของบุคลากร เพื่อให้เกิดประโยชน์และสามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในแผนงานพัฒนาบุคลากรขององค์กรและเพื่อศึกษาผลจากการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรผ่านแรงจูงใจภายในเพื่อพัฒนาตนเองต่อคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมไมซ์

ผู้วิจัยศึกษาทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ส่งผลต่อความต้องการในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง ธนสรณ์ ลำจวน (2556) ได้นำเสนอแนวคิดของร็อบบิ้นส์ (Robbins,1996) ที่ให้ความหมายของแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ว่าหมายถึงสภาวะของบุคคลที่มีความต้องการที่จะเรียนรู้หรือแสวงหาบางสิ่งบางอย่างด้วยตนเอง โดยมิต้องให้บุคคลอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่เกี่ยวข้องกับความต้องการ (Need) ทัศนคติ (Attitude) และความสนใจพิเศษ (Special Interest) ของบุคคลนั้นเอง ดังนั้นการศึกษาแรงจูงใจภายในเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาตนเองของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมพลังทำงานและคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ การประเมินสมรรถนะของบุคลากรเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพที่ช่วยในกระบวนการนี้ จากแนวคิดของมาสโลว์ในการพัฒนาตนเอง (Maslow, 1987) มีความเชื่อว่าคนมีความต้องการพัฒนาตนเองและใช้ประโยชน์จากศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ เมื่อความต้องการพื้นฐานถูกพึ่งพาแล้ว เช่น การมีเงินเดือนเพียงพอและความปลอดภัย คนจะมุ่งสู่การเรียนรู้และการเติบโตส่วนตัว โดยเดซิและไรอัน (Deci & Ryan ,1985) ให้แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน (Self-Determination Theory) ว่ามนุษย์มีความต้องการในการรับรู้และควบคุมพฤติกรรมของตนเอง มีสามประการหลัก คือ ความต้องการเป็นอิสระในการกระทำ (autonomy) ความต้องการเชื่อมั่นในความสามารถ (competence) และความสัมพันธ์ (relatedness) ความต้องการพื้นฐานทั้ง 3 ประการนี้ เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) นอกจากนี้ จากการศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจของเฟรเดอริก เฮิร์ซเบิร์ก โดยสุวรรณา ศรีรักษา และคณะ (2565) ได้นำเสนอปัจจัยที่กระตุ้นและปัจจัยที่ป้องกัน (Two-Factor Theory) ซึ่งชี้ว่าความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของบุคลากรมีตัวแปรแยกต่างหาก ซึ่งปัจจัยที่กระตุ้นส่วนใหญ่มีต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจภายใน ข้อสมมติฐานตามทฤษฎีนี้เฮิร์ซเบิร์กเชื่อว่าคนหรือผู้ปฏิบัติงานจะปฏิบัติงานได้ผลดีมีประสิทธิภาพได้นั้นย่อมขึ้นกับความพอใจของผู้ปฏิบัติงาน เพราะความพึงพอใจในงานจะช่วยเพิ่มความสนใจและความกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น ย่อมทำให้ผลผลิตสูงขึ้น โดยทั่วไปการพัฒนาตนเองมักถูกพิจารณาว่าเป็นปัจจัยที่กระตุ้นทัศนคติและแรงจูงใจภายในมีผลมากต่อการพัฒนาตนเองและความสำเร็จในชีวิตอย่างก้าวกระโดด การเข้าใจและการใช้ทฤษฎีเหล่านี้อาจช่วยในการกำหนดแผนการพัฒนาตนเองและการสร้างสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นการเรียนรู้และการเติบโตของตนเองอย่างต่อเนื่องได้ แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจภายในนี้เป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดเป็นตัวริเริ่มพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายในหรือตัวที่เกิดร่วมกับพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน โดยที่ความสนใจและความตื่นเต้นอยากรู้อยากเห็นเป็นรากฐานของพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน ความสนใจและความตื่นเต้นอยากรู้อยากเห็นสามารถกระตุ้นพฤติกรรมการสำรวจ พฤติกรรมการเรียนรู้และพฤติกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมหลายประเภท (Izard, 1977) เช่นเดียวกับแนวคิดของเฮวูดและสวิตซกี้ (Haywood & Switzky,1986) ที่เสนอว่าบุคคลที่มีแรงจูงใจภายในเป็นบุคคลที่เสาะแสวงหาความพึงพอใจจากปัจจัยที่มีอยู่ภายในงาน เช่น การท้าทาย การเรียนรู้ ความตื่นเต้น การสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบหรือสุนทรียะในงาน จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาทำให้เชื่อได้ว่าแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อความต้องการในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองของบุคลากร

สมมติฐานที่ 1: แรงจูงใจภายในต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองมีอิทธิพลทางบวกต่อสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์

2. ความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Efficacy)

2.1 ความสามารถในการรับรู้และเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Efficacy) พัฒนาโดยนักจิตวิทยาชาวอเมริกันชื่ออัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura) ในช่วง ค.ศ. 1970 หลังจากการศึกษาและการวิจัยที่หลากหลายในสาขาของการเรียนรู้ การแก้ปัญหาและพฤติกรรมของมนุษย์ เป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีการเรียนรู้สังคม (Social Learning Theory) ซึ่ง Self-Efficacy หมายถึงความเชื่อในความสามารถของตนเองที่จะทำงานหรือประสบความสำเร็จในการดำเนินชีวิต ความเชื่อนี้มีผลต่อพฤติกรรม การกระทำและการควบคุมตนเองของบุคคล มีผลต่อความพยายาม การตัดสินใจ และผลลัพธ์ของพฤติกรรมของบุคคล คนที่มี Self-Efficacy สูงมักมีแนวโน้มที่จะมีสมรรถนะและความสำเร็จสูงในงานที่ท้าทายและยอมรับความท้าทายโดยไม่กลัวล้มเหลว รวมถึงมีอิทธิพลต่อการเลือกพฤติกรรม การตัดสินใจและการปรับตัวในสถานการณ์ที่ต่างกัน การเสริมสร้าง Self-Efficacy อาจเป็นผลมาจากประสบการณ์ การเตรียมความพร้อมและการรับรู้ของบุคคลต่อความสามารถของตนเองในการแก้ปัญหาและทำสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวัน จากการวิจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง แรงจูงใจและภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของวิศวกรในบริษัทผลิตเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี (พัชร์สิตา อภิศาสวัตวงศ์ และคณะ, 2565) พบว่าเมื่อบุคคลรับรู้ความสามารถของตนเองจะทำให้รับรู้และตัดสินได้ว่าตนเองนั้นมีความสามารถเพียงพอหรือมีความถนัดในงานที่ได้รับมอบหมายก็จะทำงานได้อย่างเต็มที่ด้วยความมั่นใจไร้กังวล เกิดความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพภายในตนเอง นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ด้วยความรู้ที่กว้างและหลากหลาย ยิ่งบุคลากรมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองเชิงสร้างสรรค์มากเท่าใด ก็จะยิ่งรับรู้โอกาสที่จะแสดงศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ได้มากและยังกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ ค้นคว้าเพิ่มเติมในเรื่องอื่นๆ จนเกิดความมั่นใจ มีทัศนคติที่ดีแสดงความมุ่งมั่นผ่านความสามารถของตนเองในการปฏิบัติงานที่มีความท้าทายภายในตนเอง นอกจากนี้จากผลการวิจัยโดยยุวดี ศิริยทรัพย์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2565) พบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางบวกต่อการแบ่งปันความรู้และการรับรู้ความสามารถของตนเองยังเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างการทำงานที่ชาญฉลาดกับการแบ่งปันความรู้และระหว่างความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานกับการแบ่งปันความรู้อีกด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ทำให้เห็นว่าบุคลากรรับรู้สมรรถนะของตนเองมีแนวโน้มที่จะมีแรงจูงใจภายในในการพัฒนาตนเอง เนื่องจากสามารถวิเคราะห์ได้ว่าตนเองมีความสามารถด้านใดและต้องการพัฒนาไปในแนวทางใด

สมมติฐานที่ 2a: ความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเองส่งผลทางบวกต่อการเกิดแรงจูงใจภายในต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง

2.2 คุณลักษณะนิสัยการแข่งขัน (Trait Competitiveness) อาจไม่เป็นทฤษฎีที่มีชื่อเสียงในวงการวิทยาศาสตร์หรือสังคมวิทยา แต่คำนี้ถูกใช้ในบทสนทนาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยหรือทฤษฎีที่ เกี่ยวข้องกับการแข่งขันและการที่มนุษย์ทำต่อเพื่อนร่วมสมัย กับสภาพแวดล้อมหรือกับผู้คนอื่นๆ ในช่วงเวลาที่ต่างกัน เช่น การแข่งขันในสายงาน การแข่งขันในกีฬา หรือแม้กระทั่งการแข่งขันในภาคการศึกษา การศึกษาเรื่องคุณลักษณะนิสัยการแข่งขันอาจพบว่ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการเลือกตัวเลือกของบุคคล เช่น บุคคลที่มีความสมบูรณ์ในสิ่งที่ต้องการทำสามารถเก็บรวมประสบการณ์และความรู้ใหม่ๆ และมีการเรียนรู้ที่ดีจากประสบการณ์การแข่งขัน

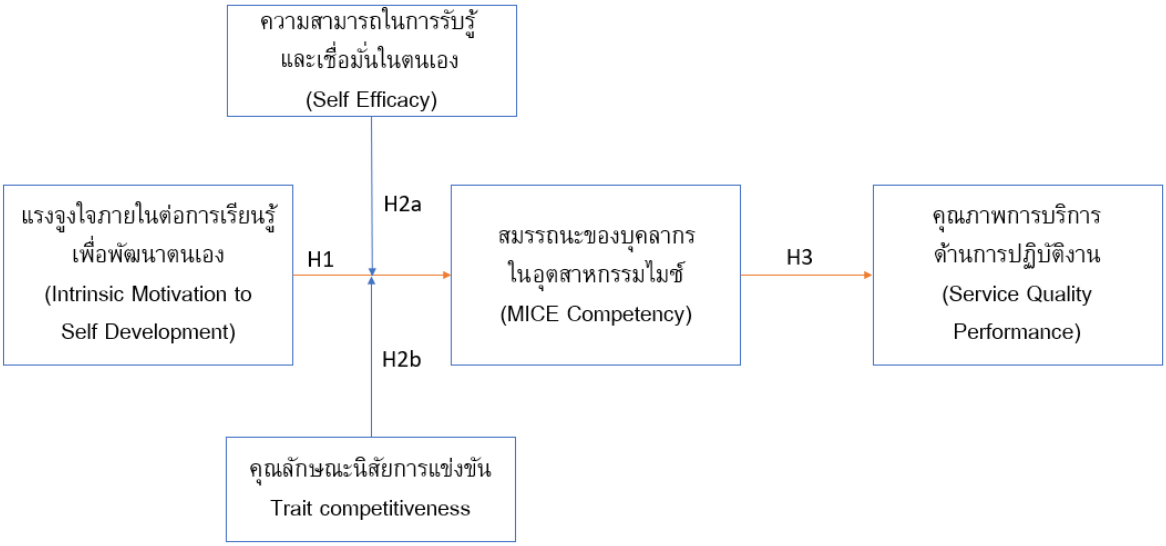
อื่นๆ บุคคลดังกล่าวมักมีแนวโน้มที่จะมีแรงจูงใจและความพยายามที่มากขึ้นในการแข่งขัน โดยเฉพาะในสิ่งที่พวกเขาสนใจและมีความสนใจอย่างมาก การศึกษาเรื่องคุณลักษณะนิสัยการแข่งขัน ยังสามารถมองเห็นได้ในมุมของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันเช่นกัน บุคคลที่มีระดับความแข็งแกร่งในแง่นี้อาจมีความพยายามที่เกินจำเป็นหรือการแข่งขันที่มีผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ในชีวิตส่วนตัวหรือระบบโลก เช่น การสร้างความเครียดเชิงลบ การเป็นเหยื่อของความทุกข์ทรมาน หรือการเพิ่มความขัดแย้งในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับองค์กร ดังนั้นเรื่องของคุณลักษณะนิสัยการแข่งขันมีความสำคัญในการศึกษาและการทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมและการกระทำของบุคคลในสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบตัวได้ (Zachary et al., 2022) แม้ว่ามีปัจจัยบุคคลที่หลากหลายที่อาจมีผลต่อความต้องการที่จะชนะของบุคคลหนึ่งๆ ในสถานการณ์ที่เกี่ยวกับการแข่งขัน แต่ปัจจัยที่เกี่ยวข้องอย่างเฉพาะเจาะจงนั้นคือ “ทฤษฎีการแข่งขัน” (Trait Competitiveness-TC) ความต้องการที่คงที่ของบุคคลที่จะชนะในสถานการณ์ระหว่างบุคคล (Thornton et al., 2011) TC เป็นตัวทำนายที่มีความแข็งแกร่งเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการแข่งขัน เช่น บุคคลที่มี TC สูงกว่ามักจะมีโอกาสเข้าร่วมการแข่งขันมากขึ้น (Bönte et al., 2017) กระทำพฤติกรรมงานที่ขัดแย้งกับบุคคลอื่น รับความเสี่ยงและทำให้ประสิทธิภาพของกลุ่มลดลง TC สามารถทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันเหนือ Big-Five personality traits เช่น การส่งออกหรือการ (ไม่) สนับสนุน (Fletcher & Nusbaum, 2008)

สมมติฐานที่ 2b: บุคลากรที่มีคุณลักษณะนิสัยการแข่งขันส่งผลเชิงบวกร่วมกับแรงจูงใจภายในต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง

3. คุณภาพการบริการด้านการปฏิบัติงาน (Service Quality Performance)

หมายถึงกระบวนการหรือการประเมินประสิทธิภาพของบริการที่องค์กรหรือธุรกิจนำเสนอให้แก่ลูกค้า โดยมีจุดประสงค์เพื่อวัดระดับความพึงพอใจและประสบการณ์ของลูกค้าที่ได้รับจากการบริการนั้นๆ และพิจารณาว่าบริการดังกล่าวสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้หรือไม่ ซึ่งองค์ประกอบสำคัญในการประเมิน คือ ความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความมั่นใจและความเอาใจใส่ จากทฤษฎี Kano Model (Mikulic’, 2007) ได้จำแนกคุณลักษณะของบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ คุณลักษณะที่ต้องมี (Must-be Quality) คุณลักษณะที่คาดหวัง (One-dimensional Quality) คุณลักษณะที่น่าประทับใจ (Attractive Quality) คุณลักษณะที่ไม่ส่งผล (Indifferent Quality) และคุณลักษณะที่ส่งผลในทางลบ (Reverse Quality) การประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ในอุตสาหกรรมไมซ์ช่วยในการพัฒนาบริการที่ตรงตามความต้องการและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

สมมติฐานที่ 3: สมรรถนะของบุคลากรอุตสาหกรรมไมซ์ส่งผลทางบวกต่อคุณภาพการบริการด้านการปฏิบัติงาน



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ประชากร/ กลุ่มตัวอย่าง

บุคลากรภาคส่วนต่างๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น ด้านการจัดประชุมสัมมนา ด้านการจัดงาน แสดงสินค้า ผู้ประกอบการด้านการให้บริการ ผู้ประกอบการด้านสถานที่จัดงานและอื่นๆ กำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรของยามาเน (Yamane,1967) โดยกลุ่มประชากรไม่ทราบค่า ได้แจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด ได้รับการตอบกลับมาและมีความสมบูรณ์ 206 ชุด คิดเป็น 51.5%

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ เก็บข้อมูลโดยใช้ Google Forms ผ่านทางอีเมล โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว ส่วนที่ 2 แรงจูงใจภายในที่ส่งผลต่อความต้องการในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง ส่วนที่ 3 แรงจูงใจภายในเพื่อพัฒนาตนเองส่งผลต่อสมรรถนะในการทำงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ส่วนที่ 4 การพัฒนาสมรรถนะในการทำงานของบุคลากรส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยใช้มาตรฐานส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scales) จำนวน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด

4.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence หรือ IOC) มีค่าเท่ากับ 0.952 จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับตัวแทนเจ้าหน้าที่ภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 30 ตัวอย่าง จากข้อคำถามทั้งหมด 28 ข้อ ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ แยกเป็นตัวแปรทั้งหมด 5 ตัวแปร มีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้อยู่ระหว่าง 0.810-0.924 ได้แก่ Intrinsic Motivation to Self-Development จำนวน 4 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ คือ 0.851 ตัวแปรด้าน Self-Efficacy จำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ คือ 0.924 ด้านตัวแปร Trait Competitiveness จากข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ คือ 0.810 ตัวแปรด้าน MICE Competency จากข้อคำถามจำนวน 7 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ คือ 0.887 และตัวแปรด้าน Service Quality Development ข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ คือ 0.909

ตารางที่ 1
ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha
Intrinsic Motivation to Self-Development	0.851
Self-Efficacy	0.924
Trait Competitiveness	0.810
MICE Competency	0.887
Service Quality Performance	0.909

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติการวิจัยในครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยสถิติค่าความถี่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งหมด 206 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71.8) สถานภาพโสด (ร้อยละ 69.9) อายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 40.3) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 49.8) ตำแหน่งงานอยู่ในระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ 28.2) และระดับผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 28.2) อยู่ในหน่วยงานฝ่ายขาย (ร้อยละ 40.3) เป็นผู้ประกอบการจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition

Organizer: EO) (ร้อยละ 25.2) โดยผลการวิจัยบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจภายในต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองในภาพรวมอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.32, S.D. = 0.663) มีความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเองในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.29, S.D. = 0.724) มีคุณลักษณะการแข่งขันในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 3.91, S.D. = 0.792) ค่าของสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.10, S.D. = 648) และคุณภาพการบริการด้านการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 4.29, S.D. = 682)

ตารางที่ 2
ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

ตัวแปร	Intrinsic Motivation to Self-Development	Self-Efficacy	Trait Competitiveness	MICE Competency	Service Quality Performance
Mean	4.32	4.29	3.91	4.10	4.29
S.D.	0.663	0.724	0.792	0.648	0.682
Intrinsic Motivation to Self-Development	-				
Self-Efficacy	0.711**				
Trait Competitiveness	0.661**	0.694**			
MICE Competency	0.605**	0.727**	0.647**		
Service Quality Performance	0.573**	0.820**	0.552**	0.726**	-

**คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงถึงค่าสถิติพื้นฐาน (Mean, S.D.) และความสัมพันธ์ (Correlation, r) ระหว่างตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ การพัฒนาตนเองและผลการปฏิบัติงานในบริบทอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) และคุณภาพการบริการ โดยสามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน (Descriptive Statistics):

Mean: ค่าเฉลี่ยของแต่ละตัวแปร

ค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับสูงทั้งหมด (ช่วง 3.91-4.32) ซึ่งสะท้อนถึงการประเมินในเชิงบวก

ตัวแปร Intrinsic Motivation to Self-Development มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (4.32) แสดงถึงความสำคัญของแรงจูงใจภายในต่อการพัฒนาตนเองในกลุ่มตัวอย่าง

S.D. (Standard Deviation): ความแปรปรวนของแต่ละตัวแปร

ค่าความแปรปรวนอยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง (0.648-0.792) ซึ่งแสดงว่าค่าความคิดเห็นในกลุ่มตัวอย่างไม่กระจายตัวมาก

2. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation Analysis):

ระดับความสัมพันธ์: ใช้ค่าความสัมพันธ์ (r) และระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$ แสดงด้วย **)

- Intrinsic Motivation to Self-Development: มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางถึงสูงกับตัวแปรอื่นๆ

ความสัมพันธ์กับ Self-Efficacy (r = 0.711) แสดงว่าแรงจูงใจภายในช่วยส่งเสริมความเชื่อในสมรรถนะตนเอง

ความสัมพันธ์กับ Service Quality Performance (r = 0.573) อยู่ในระดับปานกลาง

- Self-Efficacy: มีความสัมพันธ์สูงกับ Service Quality Performance (r = 0.820) ซึ่งบ่งบอกว่าเมื่อบุคคลมีความเชื่อมั่นในสมรรถนะตนเอง จะมีผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์สูงกับ MICE Competency (r = 0.727) และ Trait Competitiveness (r = 0.694)

- Trait Competitiveness: มีความสัมพันธ์สูงกับ Self-Efficacy (r = 0.694) และความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับ Service Quality Performance (r = 0.552)

- MICE Competency: มีความสัมพันธ์สูงกับ Service Quality Performance (r = 0.726) ซึ่งสะท้อนว่าความสามารถในด้าน MICE มีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพการบริการ

- Service Quality Performance: มีความสัมพันธ์สูงสุดกับ Self-Efficacy (r = 0.820) และมีความสัมพันธ์ระดับสูงกับ MICE Competency (r = 0.726)

3. การวิเคราะห์เชิงสรุป:

ตัวแปร Self-Efficacy เป็นตัวกลางสำคัญที่มีความสัมพันธ์สูงกับทั้ง Service Quality Performance และ MICE Competency

ตัวแปร Intrinsic Motivation to Self-Development มีบทบาทเชิงสนับสนุน โดยส่งผลทางอ้อมผ่านการเสริมสร้าง Self-Efficacy

Trait Competitiveness มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นในระดับปานกลางถึงสูง โดยเฉพาะ Self-Efficacy

ตารางที่ 3

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ตัวแปร	ตัวแปรตาม			
ตัวแปรอิสระ	MICE Competency	Service Quality Performance	MICE Competency	MICE Competency
Intrinsic Motivation to Self-Development	0.519***			
MICE Competency		0.763***		
Intrinsic Motivation to Self-Development x Self Efficacy			0.176***	
Intrinsic Motivation to Self-Development x Trait Competitiveness				0.172***
Adjusted R^2	0.366	0.527	0.502	0.489
F	117.716***	227.493***	205.427***	195.082***

***<0.001

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน สามารถอธิบายได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจภายในเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง (Intrinsic Motivation to Self-Development) ส่งผลทางบวกต่อสมรรถนะในการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Competency) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = 0.519, p = <0.001) จากผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 พบว่าแรงจูงใจภายในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองส่งผลทางบวกต่อสมรรถนะบุคคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างมีนัยสำคัญ (β = 0.519, p = <0.001)

สมมติฐานที่ 2 ความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเองเป็นตัวกระตุ้นความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองกับสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างมีนัยสำคัญ (β = 0176, p = <0.001) จากผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2a

นอกจากนี้ยังพบว่าคุณลักษณะนิสัยการแข่งขันเป็นตัวกระตุ้นความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองกับสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างมีนัยสำคัญ (β = 0172, p = <0.001) จากผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2b

สมมติฐานที่ 3 สมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Competency) ส่งผลทางบวกต่อคุณภาพการให้บริการด้านการปฏิบัติงาน (Quality of Service Performance) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = 0.763, p = <0.001) จากผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

7. อภิปรายผล

จากการศึกษาผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. แรงจูงใจภายในต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง (Intrinsic Motivation to Self-Development) ส่งผลทางบวกต่อสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Competency) กล่าวคือปัจจัยในการที่บุคลากรมีความต้องการที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองที่มาจากแรงจูงใจภายในนั้นเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานของบุคลากรนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow,1987) ที่เชื่อว่าคนมีความต้องการในการพัฒนาตนเองและใช้ประโยชน์จากศักยภาพของตนเองเต็มที่ เมื่อบุคลากรมีความต้องการจากภายในในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง จะทำให้บุคคลนั้นทุ่มเทอย่างเต็มที่เพื่อให้การเรียนรู้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. ความสามารถในการรับรู้และความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Efficacy) เป็นตัวกระตุ้นการเกิดแรงจูงใจในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง (Intrinsic Motivation to Self-Development) ซึ่งคุณลักษณะนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ คนที่มีความมั่นใจและรับรู้ความสามารถของตนเองได้ดีจะสามารถพัฒนาสมรรถนะของตนเองได้สูงสุด เนื่องจากรู้จุดแข็งจุดอ่อนของตนเอง รู้ว่าตนเองควรจะต้องพัฒนาในด้านใด ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการพัฒนา สอดคล้องกับทฤษฎี Self-Efficacy ของแบนดูรา (Bandura,1997) ที่เชื่อว่า Self-Efficacy จะมีผลต่อความพยายาม การตัดสินใจและผลลัพธ์ของพฤติกรรมของบุคคล คนที่มี Self-Efficacy สูงมักมีแนวโน้มที่จะมีสมรรถนะและความสำเร็จสูงขึ้นในงานที่ท้าทายและยอมรับความท้าทายโดยไม่กลัวล้มเหลว

3. ลักษณะนิสัยการแข่งขัน (Trait Competitiveness) ส่งผลกระตุ้นแรงจูงใจภายในต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง (Intrinsic Motivation to Self-Development) ซึ่งตรงกับการศึกษาของซาคารีและคณะ (Zachary et al., 2022) ที่เสนอแนวคิดเรื่อง Trait Competitiveness ที่อาจพบว่ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการเลือกตัวเลือกของบุคคล เช่น บุคคลที่มีความสมบูรณ์ในสิ่งที่ต้องการทำ สามารถเก็บรวมประสบการณ์และความรู้ใหม่ๆ

และมีการเรียนรู้ที่ดีจากประสบการณ์การแข่งขันอื่นๆ บุคคลดังกล่าวมักมีแนวโน้มที่จะมีแรงจูงใจและความพยายามที่มากขึ้นในการแข่งขัน โดยเฉพาะในสิ่งที่พวกเขาสนใจและมีความสนใจ ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีแนวโน้มที่ดีในความต้องการของตนเองเพื่อให้ประสบผลสำเร็จเมื่อต้องแข่งขัน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบันที่การแข่งขันเพื่อแย่งชิงบุคลากรคุณภาพสูงเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีสมรรถนะสูงรับตำแหน่งสำคัญ ดังนั้นบุคลากรที่มีลักษณะนิสัยการแข่งขันจึงมีแนวโน้มสูงในความพยายามที่จะพัฒนาตนเองเพื่อให้เป็นผู้ถูกเลือกให้ปฏิบัติงานในตำแหน่งสำคัญ

4. สมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Competency) ส่งผลทางบวกต่อคุณภาพการให้บริการด้านการปฏิบัติงาน (Service Quality Performance) ซึ่งตรงกับผลการวิจัยและสอดคล้องกับทฤษฎีของริชาร์ด โบยาตซิส (Boyatzis, 1982) ที่ให้นิยามคำว่า Competencies ว่าเป็นความสามารถในงานหรือเป็นคุณลักษณะที่อยู่ภายในบุคคลที่นำไปสู่การปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งจากสถานการณ์ปัจจุบันบุคลากรที่มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานสูงมีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างสูง เนื่องจากบุคลากรเหล่านั้นจะช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ในตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ที่ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการ ดังนั้นการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเพื่อให้เกิดคุณภาพในการปฏิบัติงานด้านบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างธุรกิจให้กับองค์กรเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง

8. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. องค์กรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแนวทางการพัฒนาบุคลากร
2. การพัฒนาแนวทางในการสัมภาษณ์บุคลากรเพื่อเข้าทำงาน
3. เสนอแนวทางในการสร้างให้บุคลากรเกิด Self-Efficacy
4. เสนอแนวทางในการสร้างให้บุคลากรเกิด Trait-Competitiveness

9. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. จากการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจภายในต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง (Intrinsic Motivation to Self-Development) ส่งผลทางบวกต่อสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Competency) พบว่าองค์กรสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจต่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองของบุคลากร ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสมรรถนะในการทำงานของบุคลากรต่อไป

2. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเท่านั้น เพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์และน่าเชื่อถือมากขึ้น ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วยโดยการสัมภาษณ์ การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบกลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม สมบูรณ์และครบถ้วนยิ่งขึ้น

10. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่อนุเคราะห์ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม

รายการอ้างอิง

ธนพล รุ่งเรือง. (2558). *สมรรถนะบุคคลในอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมความภักดีต่อตราสินค้าแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ธนสรณ์ ลำจวน. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท กลอบอลซีล จำกัด* [การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ผู้จัดการออนไลน์. (2566). *กรมพัฒน์ฯ เผยธุรกิจ MICE มีแนวโน้มเติบโตแรง หลังต่างชาตินิยมใช้ไทยจัดงาน*. https://mgronline.com/business/detail/9660000068774

พัชร์สิตา อภิศาสวัตวงศ์, เฉลิมขวัญ สิงห์วี, และธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน. (2565). การรับรู้ความสามารถของตนเอง แรงจูงใจ และภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของวิศวกรในบริษัทผลิตเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารการวัดผลการศึกษา, 39*(105), 1-15.

ยุวดี ศิริยทรัพย์, และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2565). อิทธิพลของการทำงานที่ชาญฉลาดและความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ของเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย โดยมีการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นตัวแปรคั่นกลาง. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 39*(1), 1-16.

สุวรรณา ศรีรักษา, จิดาภา ถิรศิริกุล, และชาญชัย จิตรเหล่าอาพร. (2565). ปรัชญาทางสังคมศาสตร์และการวิเคราะห์ทฤษฎีสองปัจจัยของเฟรดเดอริค เฮอร์ซเบอร์ก. *วารสารวิชาการไทยวิจัยและการจัดการ, 3*(3), 45-60.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman/Times Books/Henry Holt & Co.

Bönte, W., Lombardo, S., & Urbig, D. (2017). *Economics meets psychology: Experimental and self-reported measures of individual competitiveness*. *Personality and Individual Differences, 116*, 179-185.

Boyatzis, R. E. (1982). *The competent manager: A model for effective performance*. Case Western Reserve University.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Plenum Press.

Fletcher, T. D., & Nusbaum, D. N. (2008). Trait competitiveness as a composite variable: Linkages with facets of the Big-Five. *Personality and Individual Differences, 45*(4), 312-317

Haywood, H. C., & Switzky, H. N. (1986). The malleability of intelligence: Cognitive processes as a function of polygenic-experiential interaction. *School Psychology Review, 15*(2), 245-255.

Izard, C. E. (1977). *Human emotions*. Plenum Press.

Kendra, C. (2024). *Maslow's hierarchy of needs: Maslow believed that physiological and psychological needs motivate our actions*. Verywell Mind. https://www.verywellmind.com/maslows-hierarchy-of-needs-4136760

Maslow, A. H. (1987). *Motivation and personality* (3rd ed., revised by R. Frager, J. Fadiman, C. McReynolds, & R. Cox). Harper & Row.

Mikulic', J. (2007). The Kano model-a review of its application in marketing research from 1984 to 2006. In *Proceedings of the 1st international conference marketing theory challenges in transitional societies* (pp. 87-96). Inštitut za Marketing & Ekonomsko-Poslovna Fakulteta.

Parry, S. B. (1997). *Evaluating the impact of training*. American Society for Training and Development.

Robbins, S. P. (1996). *Organizational behavior: Concepts, controversies, applications*. Prentice Hall.

Thornton, B., Ryckman, R. M., & Gold, J. A. (2011). Competitive orientations and the Type A behavior pattern. *Psychology, 2*(5), 312-317.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper & Row.

Zachary, A. R., Garcia, S. M., & Edelstein, R. S. (2022). More than a game: Trait competitiveness predicts motivation in minimally competitive contexts. *Personality and Individual Differences, 185*, 111262. https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111262

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

Received: 3 July 2025
Revised: 21 September 2025
Accepted: 12 December 2025

คุณภาพชีวิตการทำงานของกลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศ ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG เขตกรุงเทพมหานคร

อิงควัชร์ เลิศภัทร์ชัยเมธ*
นรินทร์ เกศเกื้อวิริยะนนท์**
มนัสสินี บุญมีศรีสง่า***
ระชานนท์ ทวีผล****
ธีระวัฒน์ จันทึก*****

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศ 2) ศึกษาข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ InterContinental Hotels Group งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กรณีศึกษาพนักงานต้อนรับส่วนหน้ากลุ่ม LGBTQ+ และผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ที่ตั้งอยู่ภายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 22 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ประกอบด้วย 8 มิติ ตามแนวคิดของวอลตัน (Walton, 1975) ได้แก่ 1.1) ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ 1.2) สภาพแวดล้อมในการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ 1.3) โอกาสในการพัฒนาสมรรถภาพของบุคคล 1.4) ความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน 1.5) การบูรณาการ

บทความวิจัย
บทคัดย่อ
คำสำคัญ

พนักงานต้อนรับส่วนหน้า;
ความหลากหลายทางเพศ;
ธุรกิจโรงแรม
เครือข่ายนานาชาติ

* นักศึกษาระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ติดต่อได้ที่: lertphatchaimet_i@silpakorn.edu

** นักศึกษาระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ติดต่อได้ที่: keskauwiriyanoo_n@silpakorn.edu

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ติดต่อได้ที่: manassinee@ms.su.ac.th

**** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ติดต่อได้ที่: taweephol_r@su.ac.th

***** รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ติดต่อได้ที่: thirawat@ms.su.ac.th

ทางสังคมและการทำงานร่วมกัน 1.6) ประชาธิปไตยในการทำงาน 1.7) ความสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัว และ 1.8) ความเกี่ยวข้องและประโยชน์ต่อสังคม และ 2) ข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 2.1) อคติและการเลือกปฏิบัติ 2.2) ปัญหาด้านการสื่อสารเชิงนโยบายในระดับองค์กรอย่างเป็นระบบ และ 2.3) การออกแบบและจัดหาสวัสดิการที่ครอบคลุม

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

The Quality of Work Life of Front-Office Employees with Sexual Diversity in the IHG International Hotel Chain, Bangkok

Received: 3 July 2025
Revised: 21 September 2025
Accepted: 12 December 2025

Ingkawat Lertphatchaimeth*
Narin Keskauwiriyanool**
Manassinee Boonmeesrisa-nga***
Rachanon Taweephol****
Thirawat Chantuk*****

Research Article

Abstract

This research aims to: 1) examine the dimensions of quality of work life (QWL) among LGBTQ+ front-office employees, and 2) identify constraints hindering the improvement of their QWL. This qualitative study adopts a case study methodology, incorporating in-depth interviews with 22 participants, including LGBTQ+ front-office employees and human resource managers from IHG hotels in Bangkok. The findings reveal that: 1) The QWL model for LGBTQ+ front-office employees in IHG comprises eight key dimensions, as conceptualized by Walton (1975): 1.1) Adequate and fair compensation, 1.2) Safe and healthy working conditions, 1.3) Opportunities for competency development, 1.4) Career growth and job security, 1.5) Social integration and collaboration, 1.6) Workplace democracy, 1.7) Work-life balance, and 1.8) Social relevance and contribution; 2) Barriers to enhancing QWL are categorized into three main themes: 2.1) Unconscious bias and discrimination, 2.2) Gaps in organizational policy communication systems, and 2.3) Insufficiently comprehensive welfare design and provision.

Keywords

front-office employees;
sexual diversity;
international hotel chain

* Master's student, Tourism, Hotel and Event Management Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University, e-mail: lertphatchaimet_i@silpakorn.edu

** Master's student, Tourism, Hotel and Event Management Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University, e-mail: keskauwiriyanoo_n@silpakorn.edu

*** Assistant Professor, Tourism, Hotel and Event Management Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University, e-mail: manassinee@ms.su.ac.th

**** Assistant Professor, Tourism, Hotel and Event Management Program, Faculty of Management Science Silpakorn University, e-mail: taweephol_r@su.ac.th

***** Associate Professor, Tourism, Hotel and Event Management Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University, e-mail: thirawat@ms.su.ac.th

1. บทนำ

จากแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) กล่าวถึงแรงงานในอุตสาหกรรมบริการเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความประทับใจและความคุ้มค่าให้กับนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงงานในธุรกิจโรงแรม เช่น การนำเอาวัฒนธรรม ภาพลักษณ์ ตลอดจนอัตลักษณ์ของความเป็นไทยมาผนวกเข้ากับการบริการที่มีความอ่อนน้อม มีรอยยิ้มและให้บริการด้วยหัวใจ โรงแรมเป็นธุรกิจลำดับแรกที่ได้รับอานิสงส์โดยตรงจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันธุรกิจโรงแรมยังนับว่าเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ส่งผลเชิงบวกต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างงานให้กับคนในพื้นที่และกระจายรายได้ไปยังธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง (ธนา ตุลยกิจวัตร, 2567) ศูนย์วิจัยกรุงไทย คอมพาส (2567) ประเมินว่ารายได้ของธุรกิจโรงแรมใน พ.ศ. 2567-2568 อาจมีมูลค่าราว 9.0 และ 9.6 แสนล้านบาท คิดเป็นการฟื้นตัวประมาณร้อยละ 102 และร้อยละ 108 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2562 เป็นไปในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะเติบโตขึ้น 28.2 ล้านคน ใน พ.ศ. 2566 มาอยู่ที่ 36.5 และ 40.0 ล้านคน ใน พ.ศ. 2567-2568 ตามลำดับ

กรุงเทพมหานครมีธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติจำนวนมากที่ให้บริการที่พักและบริการอื่นๆ แก่นักท่องเที่ยวและนักธุรกิจจากทั่วโลก โดยหนึ่งในเครือข่ายโรงแรมระดับนานาชาติที่โดดเด่นและมีบทบาทสำคัญในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คือ โรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG Hotels & Resorts (InterContinental Hotels Group) หรือที่เรียกว่ากลุ่ม IHG เป็นหนึ่งในกลุ่มโรงแรมระดับโลกที่มีเครือข่ายมากกว่า 100 ประเทศ และมีแบรนด์โรงแรมที่หลากหลายในเขตกรุงเทพมหานคร IHG มีโรงแรมหลายแห่งที่ตั้งอยู่ในทำเลสำคัญ ทั้งในย่านธุรกิจและย่านท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (InterContinental Hotels Group, 2025) ทั้งนี้ IHG ให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เท่าเทียมและเป็นธรรมสำหรับพนักงานทุกคน มีนโยบายส่งเสริมความหลากหลายทางเพศและความเท่าเทียมทางเพศ เช่น นโยบายต่อต้านการเลือกปฏิบัติและการลางานสำหรับคู่รักเพศเดียวกัน (InterContinental Hotels Group, 2024) จากรายงานของ IHG ใน พ.ศ. 2564 พบว่าโรงแรมในเครือข่าย IHG มีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมความหลากหลายทางเพศ มุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างและยอมรับความแตกต่าง IHG เชื่อว่าความหลากหลายทางเพศไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อพนักงาน แต่ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรและความสำเร็จทางธุรกิจ การศึกษานโยบายและแนวปฏิบัติของ IHG ในบริบทของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยจึงเป็นโอกาสสำคัญในการทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ (InterContinental Hotels Group, 2021)

ในบริบทของคุณภาพชีวิตการทำงานเป็นประเด็นสำคัญในองค์กรยุคใหม่ ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน รวมถึงความสำเร็จขององค์กร คุณภาพชีวิตการทำงานไม่ได้หมายถึงสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีเท่านั้น แต่รวมถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนจากองค์กรและความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว พนักงานต้อนรับส่วนหน้าเป็นกลุ่มที่ต้องเผชิญกับความเครียดสูงจากการทำงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างใกล้ชิดและต้องแสดงอารมณ์เชิงบวกแม้ในสถานการณ์ที่ตึงเครียด (Grandey et al., 2015) ความหลากหลายทางเพศ (Sexual Diversity) เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นในองค์กรทั่วโลก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบริการที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าจากหลากหลายวัฒนธรรมและภูมิหลัง ความหลากหลายทางเพศไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับเพศสภาพ (Gender

Identity) และรสนิยมทางเพศ (Sexual Orientation) แต่ยังครอบคลุมถึงการยอมรับและให้คุณค่ากับความแตกต่างทางเพศในทุกมิติ (Ozeren, 2014) วัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างและยอมรับความแตกต่างทางเพศยังช่วยเพิ่มความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ (Jones et al., 2017) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของแบดเจทท์และคณะ (Badgett et al., 2019) ที่พบว่าองค์กรที่ส่งเสริมความหลากหลายทางเพศมีประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้นและมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของลูกค้าและสังคม คุณภาพชีวิตการทำงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่ต้องเผชิญกับความคาดหวังสูงจากลูกค้าและความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงาน (Karatepe & Olugbade, 2016) ดังนั้นการศึกษาความหลากหลายทางเพศในบริบทนี้จึงไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้ทางวิชาการ แต่ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนานโยบายและการจัดการทรัพยากรบุคคลที่ส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศในองค์กรอื่นๆ ด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น การมุ่งทำความเข้าใจคุณภาพชีวิตการทำงานของกลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสำรวจข้อจำกัดและอุปสรรคที่อาจส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศในบริบทของอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใกล้ชิดกับลูกค้าและความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงานโดยตระหนักถึงความท้าทายสำคัญในอนาคต โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของวอลตัน (Walton, 1975) ครอบคลุม 8 มิติหลัก ได้แก่ ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย โอกาสในการพัฒนาศักยภาพ โอกาสในการเติบโตในอาชีพ การบูรณาการทางสังคม ประชาธิปไตยในการทำงาน ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิต และคุณค่าของงานต่อสังคม เพื่อวิเคราะห์นโยบายและแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานกลุ่มนี้ นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังมุ่งสำรวจบทบาทของนโยบายองค์กรในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเป็นธรรมสำหรับพนักงาน LGBTQ+ สอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากลที่ส่งเสริมความหลากหลายทางเพศ ดังนั้นผู้วิจัยคาดว่าผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจโรงแรมในการออกแบบสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการทำงานของพนักงานทุกคนอย่างเสมอภาคและสนับสนุนการยอมรับความหลากหลายทางเพศในสังคมไทยให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น การศึกษานี้จึงไม่เพียงแต่มีส่วนช่วยในการพัฒนานโยบายองค์กรเท่านั้น แต่ยังเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนสังคมไทยไปสู่การยอมรับความหลากหลายทางเพศอย่างแท้จริง

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG

2.2 เพื่อศึกษาข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG

3. ประโยชน์ที่จะได้รับ

3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรอื่นๆ ในอุตสาหกรรมการบริการและธุรกิจโรงแรมเพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศ วัฒนธรรมองค์กรและการรับรู้ของพนักงานทุกภาคส่วนอย่างเป็นเอกภาพ

3.2 การสกัดประเด็นข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมหรือกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะความรู้แก่กลุ่มพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศในที่ทำงาน รวมทั้งสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมืออาชีพและนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมโรงแรม

4. ทบทวนวรรณกรรม

4.1 คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Work Life: QWL)

คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Work Life: QWL) เป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในแวดวงวิชาการ ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน รวมถึงความสำเร็จขององค์กรโดยรวม วอลตัน (Walton, 1975) ได้เสนอกรอบแนวคิดเกี่ยวกับ QWL โดยเน้นปัจจัยสำคัญ 8 ประการ ได้แก่ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเหมาะสม โอกาสในการพัฒนาตนเอง ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ความมั่นคงในงาน การได้รับค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและการยอมรับและความยุติธรรมในองค์กร นอกจากนี้ แฮ็คแมนและโอลด์แฮม (Hackman & Oldham, 1976) ยังได้เสนอทฤษฎีการออกแบบงาน (Job Design Theory) ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างงานที่มีทักษะหลากหลาย ความเป็นอิสระในการทำงานและการได้รับผลตอบรับ มีส่วนช่วยเพิ่มแรงจูงใจและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโรงแรม ดังนั้นคุณภาพชีวิตการทำงานจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสุขและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน (Hackman & Oldham, 1976) การศึกษาของรากินส์และคณะ (Ragins et al., 2007) พบว่าพนักงานที่มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีมักมีความพึงพอใจในการทำงานสูงและมีแนวโน้มที่จะอยู่กับองค์กรนานขึ้น นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้ออำนวยยังช่วยลดความเครียดและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการที่ต้องเผชิญกับความคาดหวังสูงจากลูกค้า (Guest, 2002) อย่างไรก็ตาม พนักงาน LGBTQ+ ยังคงเผชิญกับการเลือกปฏิบัติและทัศนคติเชิงลบในที่ทำงาน ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน (Badgett et al., 2007) ดังนั้น การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เท่าเทียมและเป็นธรรมสำหรับพนักงานทุกคนจึงเป็นความท้าทายที่สำคัญ โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทยที่ยังมีทัศนคติเชิงลบและการเลือกปฏิบัติต่อกลุ่ม LGBTQ+ อยู่ (พิมลพรรณ อิศรภักดี, 2558) การประกาศใช้พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่ 24) พ.ศ. 2567 เป็นก้าวสำคัญในการรับรองสิทธิของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเป็นทางการ แต่การทำให้ความเท่าเทียมทางกฎหมายกลายเป็นความเท่าเทียมในทางปฏิบัติยังคงเป็นความท้าทายที่สำคัญ (Day & Greene, 2008)

4.2 พนักงานต้อนรับส่วนหน้า (Front Office Employees)

พนักงานต้อนรับส่วนหน้า (Front Office Employees) ในธุรกิจโรงแรมเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เนื่องจากเป็นบุคคลแรกที่ลูกค้าติดต่อเมื่อเข้าพักในโรงแรมและเป็นผู้ที่ต้องรับมือกับความต้องการและปัญหาต่างๆ ของลูกค้าอย่างใกล้ชิด ในขณะเดียวกันงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีลักษณะที่ต้องใช้ทักษะการสื่อสารสูง การจัดการความเครียดและการแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ เนื่องจากต้องปฏิบัติหน้าที่หลายอย่าง เช่น การเช็กอินและเช็กเอาท์ การตอบคำถามและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการของโรงแรม การจัดการจองห้องพักและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการเข้าพักของลูกค้า (Lashley, 2000) งานเหล่านี้ต้องใช้ทักษะทางสังคมและอารมณ์ (Emotional Labor) ในระดับสูง เนื่องจากพนักงานต้องแสดงอารมณ์เชิงบวกและให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแม้ในสถานการณ์ที่ตึงเครียด (Hochschild, 1983) สภาพแวดล้อมการทำงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ปลอดภัยและเอื้อต่อการทำงาน เช่น อุณหภูมิที่เหมาะสม แสงสว่างเพียงพอและความสะอาดของพื้นที่ทำงาน ช่วยลดความเครียดและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน (Walton, 1975) นอกจากนี้ วัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างและยอมรับความแตกต่างทางเพศยังช่วยสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเป็นธรรมสำหรับพนักงาน LGBTQ+ (Button, 2001) พนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) มักเผชิญกับความท้าทายเพิ่มเติมในการทำงาน เนื่องจากอาจต้องเผชิญกับการเลือกปฏิบัติหรือทัศนคติเชิงลบจากลูกค้าหรือเพื่อนร่วมงาน อย่างไรก็ตาม นโยบายองค์กรที่ส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศและความหลากหลายทางเพศมีบทบาทสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเป็นธรรมสำหรับพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น นโยบายต่อต้านการเลือกปฏิบัติและการลางานสำหรับคู่รักเพศเดียวกันช่วยสร้างความมั่นใจให้กับพนักงาน LGBTQ+ (Day & Greene, 2008) นอกจากนี้ การจัดอบรมและกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศยังช่วยลดการเลือกปฏิบัติและเพิ่มความเข้าใจระหว่างพนักงานในองค์กร ในบริบทของประเทศไทย การประกาศใช้พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่ 24) พ.ศ. 2567 เป็นก้าวสำคัญในการรับรองสิทธิของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเป็นทางการ

4.3 ความหลากหลายทางเพศ (Gender Diversity)

ความหลากหลายทางเพศ (Gender Diversity) เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจมากขึ้นในสังคมและองค์กรต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะในยุคที่ความเท่าเทียมทางเพศถูกยกระดับเป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ของสหประชาชาติ (United Nations, 2015) ความหลากหลายทางเพศหมายถึงการยอมรับและให้คุณค่ากับความแตกต่างทางเพศสภาพ (Gender Identity) และรสนิยมทางเพศ (Sexual Orientation) ของบุคคล รวมถึงกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) เช่น เลสเบี้ยน (Lesbian) เกย์ (Gay) ไบเซ็กชวล (Bisexual) ทรานส์เจนเดอร์ (Transgender) เควียร์ (Queer) และอื่นๆ เช่น นอนไบนารี (Non-binary) หรือบุคคลที่ไม่อยู่ในกรอบเพศชายหรือหญิง ความหลากหลายทางเพศไม่เพียงแต่เป็นเรื่องของอัตลักษณ์ส่วนตัว แต่ยังเกี่ยวข้องกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่เท่าเทียมในที่ทำงาน (Ozeren, 2014) ในบริบทของการใช้ชีวิตในที่ทำงาน ความหลากหลายทางเพศมีบทบาทสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างและเป็นมิตรต่อสมาชิกทุกคน ส่งผลต่อความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน (Pichler et al.,

2017) องค์กรที่ส่งเสริมความหลากหลายทางเพศอาจค้นพบนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น เนื่องจากพนักงานรู้สึกปลอดภัยในการแสดงออกและเสนอความคิดเห็นได้อย่างอิสระ (Manoharan & Singal, 2017) นอกจากนี้ การยอมรับความหลากหลายทางเพศยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร ทำให้องค์กรได้รับการยอมรับจากสังคมและลูกค้ามากขึ้น ย่อมส่งผลดีต่อการทำธุรกิจ (Ng & Rumens, 2017) อย่างไรก็ตาม พนักงาน LGBTQ+ ส่วนใหญ่ยังคงเผชิญกับความท้าทายในที่ทำงาน เช่น การเลือกปฏิบัติทั้งจากเพื่อนร่วมงานและผู้บริหาร (Ozeren, 2014) การขาดนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนความหลากหลายทางเพศและการขาดความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นนี้อาจนำไปสู่การกลั่นแกล้งหรือการกีดกันทางสังคมในที่ทำงาน (Pichler et al., 2017)

4.4 โรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG

โรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG (InterContinental Hotels Group) เป็นหนึ่งในกลุ่มโรงแรมระดับโลกที่มีเครือข่ายกว้างขวางกว่า 100 ประเทศ และมีโรงแรมหลายแห่งในเขตกรุงเทพมหานครที่ตั้งอยู่ในทำเลสำคัญ เช่น สยามสแควร์ สุขุมวิทและริมแม่น้ำเจ้าพระยา (InterContinental Hotels Group, 2023) IHG ก่อตั้งขึ้นใน ค.ศ. 1946 เติบโตอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นหนึ่งในผู้เล่นหลักในอุตสาหกรรมโรงแรมระดับนานาชาติ มีเป้าหมายในการให้บริการที่พักและบริการอื่นๆ ที่มีคุณภาพสูงแก่นักท่องเที่ยวและนักธุรกิจทั่วโลก โรงแรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่ให้บริการที่พักเท่านั้น แต่ยังมีบริการอื่นๆ เช่น ห้องประชุม ศูนย์ออกกำลังกายและร้านอาหารระดับหรู ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การเข้าพักที่สมบูรณ์แบบให้กับลูกค้า อีกทั้ง IHG มีนโยบายที่ส่งเสริมความหลากหลายทางเพศและความเท่าเทียมทางเพศ การประกาศใช้พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่ 24) พ.ศ. 2567 เป็นโอกาสสำคัญสำหรับ IHG ในการส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศและสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเป็นธรรมสำหรับพนักงานทุกคน โดยเฉพาะพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าและเพื่อนร่วมงานอย่างใกล้ชิด การส่งเสริมคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานกลุ่มนี้จึงเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการทำงานของพนักงานทุกคนอย่างเสมอภาคและส่งเสริมการยอมรับความหลากหลายทางเพศของสังคมไทย (InterContinental Hotels Group, 2024)

5. วิธีดำเนินการวิจัย

5.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยเทคนิคการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ที่มีหน้าที่บริหารสถานประกอบการไม่น้อยกว่า 2 แห่ง (Cluster) มีส่วนเกี่ยวกับการวางแผนและพัฒนาทุนมนุษย์ แผนกทรัพยากรมนุษย์ ธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ที่ตั้งอยู่ภายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 4 คน และกลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่เป็นกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศและมีประสบการณ์ทำงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG จำนวน 18 คน ส่งผลให้มีจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักรวมทั้งสิ้น 22 คน ผ่านเกณฑ์ของแมคมิลลาน (Macmillan) มีระดับค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ 0.48-0.46 จำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยนี้ได้รับการกำหนด

โดยอ้างอิงหลักการข้อมูลอิ่มตัว (Data Saturation) การที่เก็บข้อมูลเพิ่มเติมไม่ก่อให้เกิดสารสนเทศใหม่ หรือประเด็นใหม่ที่แตกต่างไปจากข้อมูลที่ได้มาก่อนหน้า (Guest et al, 2006) ดังนั้นจำนวนผู้ให้ข้อมูลรวม 22 คนจึงถือว่าเพียงพอต่อการวิเคราะห์เชิงลึกได้อย่างครบถ้วน ผู้วิจัยสามารถนำเสนอคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1

คุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการคัดเลือก

รหัสข้อมูล	โรงแรม	ตำแหน่ง	คุณสมบัติ
IHG01	อินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ ฮอลิเดย์อินน์ กรุงเทพฯ	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	บริหารทรัพยากรมนุษย์และวัฒนธรรมองค์กร ไม่น้อยกว่า 2 แห่ง
IHG02	คิมป์ตัน มาลัย กรุงเทพฯ วีนแยทท์ คอลเล็คชั่น สินทร มิดทาวน์	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	บริหารทรัพยากรมนุษย์และวัฒนธรรมองค์กร ไม่น้อยกว่า 2 แห่ง
IHG03	สเตย์บริดจ์ สวีท กรุงเทพฯ สุขุมวิท สเตย์บริดจ์ สวีท กรุงเทพฯ ทองหล่อ	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	บริหารทรัพยากรมนุษย์และวัฒนธรรมองค์กร ไม่น้อยกว่า 2 แห่ง
IHG04	อินดิโก้ กรุงเทพฯ พญาไท ฮอลิเดย์ อินน์ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพฯ พญาไท	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	บริหารทรัพยากรมนุษย์และวัฒนธรรมองค์กร ไม่น้อยกว่า 2 แห่ง
IHG05	คิมป์ตัน มาลัย กรุงเทพฯ	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG06	อินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG07	อินดิโก้ กรุงเทพฯ ถนนวิทยุ	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG08	อินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ สุขุมวิท	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG09	วีนแยทท์ คอลเล็คชั่น สินทร มิดทาวน์	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG10	คราวน์พลาซ่า กรุงเทพฯ ลุมพินี พาร์ค	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG11	ฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ สุขุมวิท	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG12	สเตย์บริดจ์ สวีท กรุงเทพฯ สุขุมวิท	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG13	สเตย์บริดจ์ สวีท กรุงเทพฯ ทองหล่อ	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG14	ฮอลิเดย์อินน์ กรุงเทพฯ	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG15	ฮอลิเดย์อินน์ กรุงเทพฯ สีลม	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG16	ฮอลิเดย์ อินน์ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพฯ สยาม	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG17	ฮอลิเดย์ อินน์ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพฯ สาทร	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG18	ฮอลิเดย์ อินน์ เอ็กซ์เพรส แอนด์ สวีท กรุงเทพฯ เซ็นทรัล เพียร์	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG19	อินดิโก้ กรุงเทพฯ พญาไท	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG20	ฮอลิเดย์ อินน์ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพฯ พญาไท	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG21	ฮอลิเดย์ อินน์ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพฯ ซอยศูนย์วิจัย	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี
IHG22	ฮอลิเดย์ อินน์ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพฯ สุขุมวิท 11	แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	อายุงานไม่ต่ำกว่า 1 ปี

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ตอนที่ 2 นโยบายและแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาการสัมภาษณ์อ้างอิงจากนาสตาซีและเชนซูล (Nastasi & Schensul, 2005) เสนอให้การสัมภาษณ์เชิงลึกแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 60 ถึง 90 นาที สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 22 คน ระยะเวลานี้ช่วยให้สามารถเจาะลึกหัวข้อต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ภายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และกลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าภายในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ซึ่งมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

5.4 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

5.4.1 การเตรียมข้อมูล (Data Preparation) ถอดเทปการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นข้อความตัวอักษรอย่างถูกต้องและครบถ้วนและจัดระเบียบข้อมูลโดยแยกข้อมูลตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ

5.4.2 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดเพื่อทำความเข้าใจบริบทและเนื้อหาทั้งหมด พร้อมทั้งกำหนดประเด็นหลักที่ปรากฏในข้อมูลและจัดกลุ่มข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันควบคู่กับการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

5.4.3 การตีความข้อมูล (Interpretation) โดยการเชื่อมโยงข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศและกลุ่มบุคลากรที่มีส่วนตัดสินใจเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินงานพัฒนาทุนมนุษย์ในแผนกทรัพยากรมนุษย์มาเปรียบเทียบวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์และความสอดคล้อง

5.4.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Verification) โดยใช้หลักทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อประเมินความถูกต้องของข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยจำเป็นต้องใช้มุมมองที่หลากหลายในการศึกษาวิจัยแต่ละหัวข้อ สำหรับงานวิจัยนี้จะใช้หลักทฤษฎีแบบสามเส้า 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านข้อมูลที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน (Data) เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีมุมมองที่คล้ายหรือแตกต่างกันตามประสบการณ์ โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ตำแหน่ง ประสบการณ์ทำงาน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก เวลาและสถานที่ 2) ด้านแนวคิดทฤษฎีที่แตกต่างกัน (Theory) นำผลข้อมูลจากภาคสนามมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อประเมินความคล้ายคลึงกันหรือมุมมอง

ที่แตกต่างกันจากแนวคิดทฤษฎีที่ใช้กระบวนการทบทวนวรรณกรรม 3) ด้านผู้วิจัยแต่ละคนที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน (Researcher) มีจำนวนนักวิจัยมากกว่า 1 คน เพื่อร่วมกันวิเคราะห์และยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Denzin, 2012)

6. ผลการวิจัย

จากการวิจัย พบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละบุคคลร่วมกันถ่ายทอดมุมมองผ่านเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการลงรหัสข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูลตามประเด็นข้อคำถามและวัตถุประสงค์การวิจัย มีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2
การลงรหัสและการตรวจสอบข้อมูล

คุณภาพคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศ	**ความถี่**	**กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก**
1. ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ	4	IHG01, IHG02, IHG03, IHG04
2. สภาพแวดล้อมในการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	12	IHG02, IHG03, IHG05, IHG10, IHG11, IHG12, IHG13, IHG16, IHG17, IHG18, IHG19, IHG20
3. โอกาสในการพัฒนาสมรรถภาพของบุคคล	15	IHG01, IHG02, IHG03, IHG04, IHG08, IHG09, IHG10, IHG13, IHG14, IHG15, IHG16, IHG17, IHG19, IHG21, IHG22
4. ความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน	9	IHG01, IHG02, IHG03, IHG04, IHG05, IHG08, IHG14, IHG17, IHG19
5. การบูรณาการทางสังคมและการทำงานร่วมกัน	12	IHG01, IHG04, IHG06, IHG08, IHG09, IHG12, IHG14, IHG16, IHG17, IHG18, IHG21, IHG22
6. ประชาธิปไตยในการทำงาน	16	IHG05, IHG06, IHG07, IHG08, IHG10, IHG11, IHG12, IHG13, IHG14, IHG15, IHG16, IHG18, IHG19, IHG20, IHG21, IHG22
7. ความสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัว	11	IHG03, IHG04, IHG05, IHG08, IHG10, IHG11, IHG12, IHG15, IHG17, IHG19, IHG20
8. ความเกี่ยวข้องและประโยชน์ต่อสังคม	5	IHG03, IHG04, IHG07, IHG14, IHG19
ข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศ	**ความถี่**	**กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก**
1. อคติและการเลือกปฏิบัติ	6	IHG07, IHG08, IHG11, IHG14, IHG17, IHG21
2. การสื่อสารเชิงนโยบายในระดับองค์กรอย่างเป็นระบบ	12	IHG05, IHG06, IHG07, IHG10, IHG11, IHG12, IHG13, IHG14, IHG17, IHG18, IHG21, IHG22
3. การออกแบบและจัดหาสวัสดิการที่ครอบคลุม	10	IHG05, IHG07, IHG08, IHG10, IHG13, IHG16, IHG17, IHG18, IHG20, IHG22

จากตารางที่ 2 พบว่าข้อคำถามและวัตถุประสงค์การวิจัยสามารถจำแนกรายละเอียดออกเป็นประเด็นย่อย ๆ ตามความถี่ของข้อมูลภาคสนามจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีมุมมองที่คล้ายคลึงกัน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูลและการลดทอนข้อมูลที่ไม่มีความสอดคล้องกัน สามารถรายงานผลการวิจัยตามประเด็นหลักดังนี้

6.1. คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG

6.1.1 ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ (Adequate and fair compensation) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG มีการจัดสรรค่าตอบแทนให้กับพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศที่แตกต่างกัน มีสาเหตุมาจากหลายปัจจัยตามแต่ละบุคคล ได้แก่ ระดับความรู้ความสามารถ ปริมาณงานที่ได้รับมอบหมาย ความรับผิดชอบในหน้าที่และประสบการณ์การทำงานของพนักงาน อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากค่าตอบแทนหรือค่าจ้างในรูปแบบเงินเดือนประจำ พนักงานยังได้รับค่าตอบแทนเพิ่มเติมจากค่าบริการ (Service charge) เป็นค่าธรรมเนียมที่ทางโรงแรมจัดสรรให้กับพนักงานทุกคนตามผลประกอบการในแต่ละเดือน จำนวนที่ได้รับอาจแตกต่างกันไปตามรายได้ของโรงแรมในช่วงเวลานั้น สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก “*เพราะมันแบ่งจากผลประกอบการของโรงแรม เราได้กันทุกคน ขึ้นอยู่กับว่าเดือนนั้นโรงแรมทำรายได้ได้แค่ไหน บางเดือนก็น้อย บางเดือนก็ดีหน่อย แต่โดยรวมถือว่าเป็นรายได้เสริมที่ช่วยได้เยอะครับ มันก็รู้สึกว่าเขาไม่ลืมพวกเราที่อยู่หน้างานจริง ๆ*” (IHG02) นอกจากนี้ โรงแรมในเครือ IHG บางแห่งในเขตกรุงเทพมหานครยังมีการจัดสรรค่านายหน้าให้แก่พนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่สามารถขายห้องอัพเกรด (Upgrade room) หรือขายห้องพักให้กับลูกค้าที่ไม่ได้จองล่วงหน้า (Walk-in guests) และมีค่าตอบแทนเมื่อได้รับคำชมจากลูกค้าในช่องทางต่าง ๆ อีกด้วย ทั้งนี้ การจ่ายค่าตอบแทนในโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ยังคงดำเนินการภายใต้มาตรฐานเดียวกันโดยไม่มีการแบ่งแยกหรือเลือกปฏิบัติทางเพศ สะท้อนถึงหลักการความเสมอภาคและความเป็นธรรมในการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กร สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก “*ในเรื่องเงินเดือนหรือค่าตอบแทน ทุกคนอยู่ภายใต้โครงสร้างเดียวกันหมด ไม่มีแยกว่าใครเป็นเพศอะไร จะหลากหลายแค่ไหนเขาก็ให้เกียรติในความสามารถเป็นหลัก*” (IHG03)

6.1.2 สภาพแวดล้อมในการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safe and healthy working condition) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG มีนโยบายและแนวทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเอื้อต่อสุขภาพของพนักงานทั้งในด้านกายภาพและจิตใจ ด้านสุขภาพกายทางโรงแรมจัดสวัสดิการที่ครอบคลุม เช่น การตรวจสุขภาพประจำปี การมีประกันสุขภาพที่ครอบคลุมทั้งพนักงานและครอบครัว ในด้านความปลอดภัย มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัย การจัดการสารเคมี การยกของหนักอย่างถูกวิธีและการจัดการความเสี่ยงต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เช่น ใช้ระบบสแกนบัตรประชาชนหรือพาสปอร์ตสำหรับการเช็กอิน ภัยธรรมชาติ การแพร่ระบาดของโรคติดต่อ วิกฤตสื่อจากพฤติกรรมพนักงาน ระบบ IT ล่ม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีคณะกรรมการความปลอดภัย (Safety committee) ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานในการรับฟังปัญหาของพนักงานและนำเสนอประเด็นเหล่านั้นต่อผู้บริหารระดับสูง เช่น ผู้จัดการทั่วไป เพื่อวิเคราะห์แนวทางแก้ไขอย่างเหมาะสมในด้านสุขภาพจิตตามมาตรฐาน IHG ให้ความสำคัญด้วยการจัดโปรแกรมให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยา (Employee Assistance Program - EAP) คำนึงถึงความลับสำหรับพนักงานทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงาน

ต้อนรับส่วนหน้าที่ได้รับแรงกดดันจากลูกค้า อาจทำให้เกิดความเครียดมากกว่าพนักงานในแผนกอื่น รวมถึงการจัดโปรแกรมเกี่ยวกับความเป็นอยู่ที่ดีเรียกว่า My Wellbeing มุ่งเน้นการส่งเสริมให้พนักงานดูแลสุขภาพจิตของตนเอง อาทิ การรักษาภาวะมีบุตรยากและการดูแลภาวะสับสนทางเพศ อีกทั้งโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ยังคงให้การสนับสนุนด้านอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ความมั่นคงทางการเงิน สุขภาวะจิตใจและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมระดับโลกและระดับภูมิภาค กำหนดให้มีวันสุขภาพจิตโลกและวันหมดประจำเดือนสากล สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก *"อย่างปีที่แล้วมีจัดกิจกรรมในวันสุขภาพจิตโลก แล้วก็มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวันหมดประจำเดือนสากลด้วย ถึงแม้บางเรื่องจะดูเฉพาะกลุ่ม แต่เขาก็ทำให้รู้สึกว่าองค์กรใส่ใจทุกมิติของพนักงาน ไม่ว่าพวกเราจะเป็นใครก็ตาม มันเป็นความรู้สึกว่า เราได้อยู่ในที่ที่ยอมรับเราอย่างแท้จริงค่ะ"* (IHG19)

6.1.3 โอกาสในการพัฒนาสมรรถภาพของบุคคล (Competency development) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG มีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมการพัฒนาสมรรถภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่กระบวนการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ โดยผู้จัดการฝ่ายพัฒนาบุคลากร (Learning and development manager) ผ่านโปรแกรมส่งเสริมการเรียนรู้ที่หลากหลาย หนึ่งในนั้นคือ IHG University เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของพนักงาน สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก *"อีกส่วนที่สำคัญมากคือ IHG University ซึ่งถือเป็นแพลตฟอร์มกลางของทั้งเครือข่ายที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาทักษะผ่านหลักสูตรหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นด้านบริการ ภาษา การบริหาร หรือแม้กระทั่งการพัฒนาภาวะผู้นำในอนาคต ซึ่งตอบโจทย์กลุ่มพนักงานที่อยากเติบโตในสายงานโรงแรมได้ดีมากค่ะ เราเชื่อว่าการลงทุนกับคนคือการลงทุนที่คุ้มค่าที่สุดสำหรับองค์กรในระยะยาวค่ะ"* (IHG04) ในขณะเดียวกัน IHG University ยังทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มการเรียนรู้แบบดิจิทัล (E-Learning) เปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงเนื้อหาการฝึกอบรมได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ อีกทั้งหลักสูตรต่างๆ ยังคงได้รับการออกแบบมาเพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลาย ตั้งแต่หลักสูตรพื้นฐานสำหรับพนักงานใหม่และทักษะด้านการบริการ ไปจนถึงหลักสูตรพัฒนาศักยภาพสำหรับผู้ที่เตรียมตัวเป็นหัวหน้างาน (Journey to supervisor) และหลักสูตรพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้จัดการและผู้บริหาร (Leadership competency) เพื่อเตรียมความพร้อมและสนับสนุนพนักงานที่มีศักยภาพในการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งผู้บริหาร รวมถึงการเปิดโอกาสในการเคลื่อนย้ายงานทั้งในและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมความหลากหลายและไม่แบ่งแยกเพศ ทั้งนี้ IHG ทุกแห่งทั่วโลกยังคงพัฒนาบุคลากรภายใต้นโยบายและมาตรฐานเดียวกัน เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมและไม่แบ่งแยกทางเพศ รวมทั้งยังเป็นการตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการสร้างโอกาสในการเรียนรู้และเติบโตให้แก่พนักงานทุกคนอย่างทั่วถึง

6.1.4 ความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน (Growth and security) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG มีนโยบายการสนับสนุนการพัฒนาและความก้าวหน้าของพนักงานฝ่ายกิจกรรม Room to grow เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการเติบโตทั้งในด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและด้านอาชีพของพนักงาน ครอบคลุมการฝึกอบรม การให้คำปรึกษาและการมอบโอกาสในความก้าวหน้าภายในองค์กร โรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG เป็นกลุ่มโรงแรมระดับโลกที่มีแบรนด์ที่แข็งแกร่งและมีการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่แสดงถึงความมั่นคงขององค์กรและโอกาสในการทำงานของพนักงาน การเสนอผลประโยชน์ที่หลากหลายเพื่อสนับสนุนความมั่นคงทางการเงินและสุขภาพของพนักงาน เช่น แผนบำเหน็จบำนาญ ประกันสุขภาพและทันตกรรม ประกันชีวิตและประกันภัยสำหรับครอบครัว การมอบสิทธิในการลาพักร้อนและวันหยุดที่ได้รับค่าจ้างและโปรแกรมช่วยเหลือพนักงาน สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก *"มันช่วยให้เรารู้สึกว่าชีวิตเรามีหลักประกันมากขึ้น ทางโรงแรมเองเขาก็มีระบบประกันที่ดูแลค่อนข้างดี ทั้งประกันสุขภาพหลัก ประกันชีวิต*

แล้วก็ครอบคลุมบางส่วนสำหรับครอบครัวด้วย ถึงแม้ว่าผมจะเป็นชายรักชาย แต่ก็ไม่เคยรู้สึกว่าโดนมองต่างเลยครับ" (IHG05)

6.1.5 การบูรณาการทางสังคมและการทำงานร่วมกัน (Social integration) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีแก่พนักงาน ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับสมาชิกในทีม หรือความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานด้วยกัน มีเป้าหมายการสร้างสถานที่ทำงานที่พนักงานทุกคนรู้สึกว่ามีคุณค่า ได้รับความเคารพและรู้สึกถึงความปลอดภัย ซึ่งเป็นผลมาจากวัฒนธรรมแห่งการยอมรับและความเคารพของ IHG ที่มุ่งมั่นจะสร้างขึ้น นอกจากนี้ IHG ยังตระหนักดีว่าอุตสาหกรรมการบริการนั้น บทบาทหน้าที่หลากหลายจำเป็นต้องอาศัยการทำงานเป็นทีมและความร่วมมืออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อสนับสนุนความสัมพันธ์ที่ดี IHG ใช้การสื่อสารที่เปิดเผยระหว่างพนักงานกับผู้จัดการผ่านการให้ข้อเสนอแนะและการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก *"ตัวเราเองก็ย้ายมาจากอีกแบรนด์หนึ่งค่ะ มาเริ่มต้นใหม่ที่นี่ แอบกังวลเหมือนกัน เพราะต้องเจอบทบาทใหม่ๆ และทีมที่ยังไม่คุ้นเคย แต่สิ่งที่เราประทับใจคือที่นี่เขาทำงานกันเป็นทีมจริงๆ ค่ะ ไม่มีแบ่งแยกว่าใครมาจากไหน ทุกคนพร้อมช่วยเหลือ พูดคุยและให้ฟีดแบ็กกันตรงๆ แบบสร้างสรรค์ แล้วก็มีการประเมินผลงานเป็นระยะ ทำให้เรารู้ว่าเราพัฒนาไปถึงไหน ควรปรับอะไร"* (IHG16) ยิ่งไปกว่านั้น IHG ยังวางรากฐานให้ผู้นำมีบทบาทในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานเชิงบวก ร่วมกับกำหนดให้มีแนวปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานสำหรับพนักงานทุกคนโดยไม่มีการแบ่งแยกเพศ

6.1.6 ประชาธิปไตยในการทำงาน (Constitutionalism) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ดำเนินการบริหารงานโดยไม่มีการกำหนดกฎระเบียบหรือข้อบังคับที่แบ่งแยกตามเพศ พนักงานทุกคนได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันตามแนวทางที่ระบุไว้ในคู่มือพนักงานขององค์กร การที่มีพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ เพิ่มมากขึ้นในองค์กรตามยุคสมัยแต่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานและส่งผลดีต่อการดำเนินงานขององค์กร สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของ IHG ในการส่งเสริมยุทธศาสตร์ด้าน Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ใน Employee Code of Conduct ของ IHG ระบุไว้อย่างชัดเจนถึงนโยบายที่ไม่เลือกปฏิบัติและการให้ความสำคัญต่อสิทธิเสรีภาพของพนักงานทุกคน นอกจากนี้ วัฒนธรรมองค์กรของ IHG ยังส่งเสริมความเท่าเทียมผ่านการสร้างการมีส่วนร่วมและการเคารพในสิทธิของแต่ละบุคคลโดยไม่คำนึงถึงเพศสภาพ อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายทางวัฒนธรรมในแต่ละประเทศที่ IHG ดำเนินธุรกิจอาจส่งผลให้บางประเทศยังไม่สามารถนำแนวทางหรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ LGBTQ+ ไปปรับใช้ได้อย่างเต็มรูปแบบ สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก *"สิ่งที่เราชอบที่สุดของการทำงานที่ IHG คือเรื่องนโยบายไม่เลือกปฏิบัติค่ะ มันไม่ได้แค่เขียนไว้สวยๆ นะคะ แต่เขาทำให้เห็นจริงในวัฒนธรรมการทำงาน ตั้งแต่ระดับผู้บริหารลงมาถึงทีมที่เป็น LGBT มันคือพื้นที่ปลอดภัยที่เราสามารถโฟกัสกับการพัฒนาอาชีพโดยไม่ต้องกังวลเรื่องเพศสภาพ"* (IHG10)

6.1.7 ความสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัว (Total life space) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ดำเนินงานตามนโยบายที่แสดงถึงความใส่ใจ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัวของพนักงาน กำหนดชั่วโมงปฏิบัติงานจำนวน 9 ชั่วโมงต่อวันและปฏิบัติงาน 5 วันต่อสัปดาห์เท่านั้น เพื่อสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน IHG รวมทั้งการส่งเสริมให้พนักงานใช้สิทธิวันหยุดพักผ่อนประจำปีอย่างเต็มที่ด้วยการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพจิตและการสนับสนุนการใช้ชีวิตส่วนตัวนอกเวลางานด้วยการมอบสิทธิพิเศษในการเข้าพักในเครือ IHG ทั่วโลกแก่พนักงานทุกคน นอกจากนี้ IHG ยังส่งเสริมให้เกิดการสร้างกลุ่ม

เครือข่ายพนักงาน (Employee Resource Groups - ERGs) ซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับพนักงานในการพบปะ แลกเปลี่ยนประสบการณ์และให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยกลุ่มเครือข่ายเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเสนอแนะนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ต่อองค์กร สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก *"มันช่วยให้เรามีเวลาจริง ๆ กับตัวเอง กับคนที่เรารัก กับครอบครัวและมันทำให้เรารู้สึกว่าต่อให้เราจะโตขึ้นในหน้าที่งาน เราก็ไม่ต้องแลกด้วยการเสียชีวิตส่วนตัวไปทั้งหมด"* (IHG20)

6.1.8 ความเกี่ยวข้องและประโยชน์ต่อสังคม (Social relevance) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG สนับสนุนให้พนักงานมีความเป็นตัวของตัวเอง สามารถแสดงออกถึงคุณลักษณะและรสนิยมได้อย่างเต็มที่ เช่น สเตย์บริดจ์ สวีท กรุงเทพฯ สุขุมวิท และสเตย์บริดจ์ สวีท กรุงเทพฯ ทองหล่อ จัดกิจกรรมภายในโรงแรมช่วงเดือนมิถุนายน (Pride month) เพื่อเพิ่มคุณค่าพนักงานให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในโรงแรมของตนเองและทำให้ลูกค้าประทับใจ หรือการเข้าร่วมงาน Bangkok Pride Parade ใน พ.ศ. 2567 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นโรงแรมนานาชาติเครือแรกในประเทศไทยที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมนี้ สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก *"Pride month เราจัดกิจกรรมภายในโรงแรมทุกปีค่ะ ไม่ว่าจะเป็นเวิร์กชอป นิทรรศการภาพถ่าย หรือกิจกรรมเล็ก ๆ ที่ให้พนักงานได้พูดถึงตัวตนของเขา อย่างปีนี้เราจัดทั้งที่สุขุมวิทและทองหล่อ ซึ่งเสียงตอบรับจากพนักงานดีมาก"* (IHG04) นอกจากนี้ IHG ยังคงมี Out & Open ที่เป็นโครงการหรือแนวปฏิบัติที่แสดงถึงความมุ่งมั่นในการสนับสนุนความหลากหลายทางเพศสภาพ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์หนึ่งของ DE&I ที่ประกาศอย่างชัดเจนในระดับองค์กร รวมถึงทาง IHG ได้รับคะแนนสูงใน Corporate Equality Index (CEI) โดย Human Rights Campaign (HRC) มีการประเมินความเท่าเทียมในที่ทำงานสำหรับพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก

6.2. ข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG

6.2.1 อคติและการเลือกปฏิบัติ (Unconscious Bias) พบว่านโยบายที่ห้ามเลือกปฏิบัติของ IHG สวนทางกับอคติที่ฝังรากลึกในสังคมยังคงส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ โดยไม่รู้ตัว ไม่ว่าจะเป็นจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หรือแม้แต่ลูกค้าที่เข้าพัก โดยเฉพาะการทำงานเฉพาะของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่ต้องเผชิญหน้ากับลูกค้าจำนวนมากที่มีทัศนคติที่แตกต่างกันเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ พนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ต้องเผชิญกับคำพูดหรือพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมจากลูกค้า เช่น การสัมผัสตัวพนักงานโดยไม่ได้รับอนุญาต การแสดงสีหน้าหรือท่าทางที่สื่อถึงความรังเกียจหรือไม่พอใจ การใช้คำเรียกที่ไม่เคารพหรือไม่ถูกต้องตามอัตลักษณ์ทางเพศของพนักงานโดยเจตนา การแสดงท่าทีไม่ให้ความร่วมมือในการรับบริการจากพนักงานที่เป็นกลุ่ม LGBTQ+ เป็นต้น เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมและลดข้อจำกัดที่เกิดจากความลำเอียงโดยไม่ตั้งใจ สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก *"แรก ๆ พี่ดูเฟรนลี่ คนก็คิดว่าเป็น คือ มันก็อยู่ที่เขาจะมองครับ โดนแซวโดนล้อ นานจนหลัง ๆ ไม่คิดมาก พี่อยู่ในแวดวงโรงแรมนี้มานานเข้าใจว่าลูกค้ามีหลากหลาย แต่ก็อยากให้เข้าใจเหมือนกันว่าพนักงานก็คนเหมือนกัน เรามาทำงานในฐานะคนที่รักงานบริการ ไม่ได้อยากให้ใครตัดสินจาก เออที่เห็น หรือการคาดเดาอะไรที่เขาไม่รู้จักจริง ๆ ครับ"* (IHG17) ทางผู้บริหารยังคงดำเนินการตามนโยบายที่ชัดเจนและครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็นการระบุห้ามเลือกปฏิบัติโดยอิงจากรสนิยมทางเพศ อัตลักษณ์ทางเพศ การแสดงออกทางเพศและลักษณะทางเพศ (SOGIE) รวมทั้งมีการฝึกอบรมเชิงลึกแก่พนักงานและผู้บริหารในทุกระดับ เพื่อสร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับ

ความหลากหลายทางเพศ อีกทั้ง IHG ยังสามารถใช้ประโยชน์จากกลุ่มพนักงาน หรือ ERGs เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อให้คำแนะนำเชิงนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ รวมถึงจัดตั้งกลไกรับเรื่องร้องเรียนที่มีความเป็นส่วนตัว สะดวกรวดเร็วและมีความเป็นธรรม เพื่อให้พนักงานสามารถรายงานพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมหรือการล่วงละเมิดได้อย่างปลอดภัย ตลอดจนพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ได้เสนอการกำหนดตัวชี้วัด ติดตามและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถปรับปรุงนโยบายและแนวทางปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่อง

6.2.2 การสื่อสารเชิงนโยบายในระดับองค์กรอย่างเป็นระบบ (Organizational policy communication system) พบว่าพนักงานทั่วไปจำนวนมากไม่ทราบถึงนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศ การยอมรับและการไม่เลือกปฏิบัติ เนื่องจากขาดการสื่อสารนโยบายดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพนักงานทั่วไปไม่สามารถตีความและปฏิบัติตามนโยบายได้อย่างถูกต้อง ยิ่งไปกว่านั้นพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ได้เสนอให้โรงแรมมีการสื่อสารเชิงรุกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อย้ำเตือนและส่งเสริมความเข้าใจในนโยบายที่สำคัญควบคู่กับการเผยแพร่นโยบายในแต่ละช่องทาง เพื่อทำให้พนักงานมองว่านโยบายเหล่านี้เป็นเรื่องนามธรรมสากลและเรื่องทั่วไป สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก *“ค่ะ แบบนี้ก็เสนอให้ทางโรงแรมมีการสื่อสารเชิงรุกมากกว่านี้ก็ได้นะ เช่น มีบรีฟสั้นๆ ระหว่างเดือน มีสื่อ หรือรวมไว้ใน onboarding เลยก็ได้ เพราะถ้าย้ำบ่อยๆ มันจะช่วยสร้างวัฒนธรรมร่วมที่ปลอดภัยขึ้นสำหรับทุกคนนะคะ”* (IHG18)

6.2.3 การออกแบบและจัดหาสวัสดิการที่ครอบคลุม (Comprehensive benefits) พบว่าช่องว่างที่ต้องได้รับการแก้ไขเป็นอันดับแรกยังคงเกี่ยวข้องกับสวัสดิการด้านสุขภาพที่ต้องได้รับการปรับปรุง เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ นอกจากนี้ พนักงานกลุ่ม LGBTQ+ เสนอให้ทางโรงแรมควรออกแบบให้ครอบคลุมคู่ชีวิตเพศเดียวกัน คำนึงถึงสิทธิและความต้องการของทุกคนในครอบครัว สอดคล้องกับพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียมที่มีการประกาศใช้ในประเทศไทยใน พ.ศ. 2568 เป็นประเทศที่ 3 ของทวีปเอเชียและประเทศแรกของอาเซียน รวมถึงการให้สิทธิในการลาเพื่อรับเลี้ยงบุตรบุญธรรมอย่างเท่าเทียมกับพนักงานทั่วไป ยิ่งไปกว่านั้น สวัสดิการวันลาควรได้รับการปรับปรุงเพื่อให้ครอบคลุมความต้องการเฉพาะของพนักงาน LGBTQ+ เช่น การให้สิทธิในการลาเพื่อเข้ารับการผ่าตัดแปลงเพศและการให้สิทธิในการลาเพื่อแต่งงานสำหรับคู่รักเพศเดียวกัน สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก *“การผ่าตัดแปลงเพศ มันไม่ใช่แค่พักผ่อนธรรมดา แต่มันคือการดูแลตัวตนของเรา แล้วจะให้ใช้ลาพักร้อนแทน มันก็ไม่แฟร์ปะคะ หรือบางคนจะแต่งงานกับคู่ชีวิตเพศเดียวกัน ทำไมถึงยังไม่มีสิทธิลาวันแต่งงานเท่าคนอื่น”* (IHG08)

7. อภิปรายผลการวิจัย

7.1 คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ประกอบด้วย 8 มิติ ดังนี้

7.1.1 ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ (Adequate and fair compensation) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG มีระบบค่าตอบแทนที่คำนึงถึงปัจจัยด้านประสิทธิภาพการทำงานของแต่ละบุคคลโดยไม่แบ่งแยกทางเพศ เนื่องจาก IHG เป็นบริษัทข้ามชาติที่มีนโยบายบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีเครือข่ายทั่วโลก

ทั้งนี้เป็นเพราะธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ใช้หลักการ Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) ที่เป็นมาตรการใช้กับทุกสาขาทั่วโลก ระบบการเงินและค่าตอบแทนขององค์กรขนาดใหญ่มักมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และต้องเป็นไปตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด สอดคล้องกับงานวิจัยของไวด์ดิกและคณะ (Waiddijk et al., 2022) ที่พบว่าองค์กรข้ามชาติมีระบบการจัดสรรค่าตอบแทนที่เป็นธรรมมากกว่าองค์กรท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นมาตรฐานสากลขององค์กรข้ามชาติที่ผลักดันคุณภาพชีวิต ดังนั้นความหลากหลายทางเพศของพนักงานจึงไม่ส่งผลต่อค่าตอบแทนที่ไม่เป็นธรรม

7.1.2 สภาพแวดล้อมในการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safe and healthy working condition) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ให้ความสำคัญกับสุขภาพกายและจิตใจของพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ผ่านการจัดโปรแกรมให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยา (Employee Assistance Program-EAP) และ My Wellbeing ของโรงแรม อีกทั้งยังสามารถอธิบายได้ว่าการให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ใน IHG ไม่ใช่เพียงการปฏิบัติตามกฎหมายหรือสร้างภาพลักษณ์ เพราะ IHG ในฐานะองค์กรข้ามชาติตระหนักดีว่าอุตสาหกรรมบริการอย่างโรงแรมนั้น พนักงานคือทรัพย์สินที่สำคัญ และสุขภาพจิตที่ดีส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของเดย์และเชินราเด (Day & Schoenrade, 2020) ที่พบว่าการที่องค์กรให้การสนับสนุนเกี่ยวกับสุขภาพจิตเฉพาะกลุ่มมีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้กับพนักงานส่วนใหญ่ในองค์กรซึ่งได้รับการดูแลอย่างมีคุณภาพเท่าเทียมกัน มีส่วนช่วยให้บรรยากาศการทำงานมีความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องไร้ข้อกังวล

7.1.3 โอกาสในการพัฒนาสมรรถภาพของบุคคล (Competency development) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG มีนโยบายในการพัฒนาทักษะและสมรรถภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่องผ่าน IHG University เป็นการอธิบายหลักการและแนวคิดของ IHG ว่าการลงทุนในการพัฒนาพนักงานเป็นการลงทุนระยะยาวในทรัพยากรที่มีค่าที่สุดขององค์กร โดย IHG University มีส่วนช่วยส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีโอกาสพัฒนาตนเองอย่างเท่าเทียม สอดคล้องกับงานวิจัยของบราวน์และจาง (Brown & Zhang, 2020) ที่อธิบายว่าองค์กรธุรกิจใช้แพลตฟอร์มการเรียนรู้แบบดิจิทัล (E-learning) ในการสร้างความรู้ความเข้าใจและพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง จึงมีความแตกต่างจากกรณีศึกษาในเอเชียของทานากะและคณะ (Tanaka et al., 2021) ที่พบว่าพนักงานกลุ่มข้ามเพศมักจะถูกกีดกันการเข้าร่วมจากโปรแกรมพัฒนาภาวะผู้นำ ส่งผลกระทบต่อตัวพนักงานที่สูญเสียโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพ ทำให้เกิดความเครียดสะสมจากการที่ต้องปกปิดอัตลักษณ์ทางเพศเพื่อให้ได้รับการพิจารณา ทำให้ความมั่นใจในตนเองของพนักงานลดลง อีกทั้งยังส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน นอกจากนี้ องค์กรยังสูญเสียทรัพยากรบุคคลที่มีศักยภาพเนื่องจากพนักงานกลุ่มข้ามเพศมักจะลาออกจากวัฒนธรรมองค์กรที่เลือกปฏิบัติ แม้จะมีนโยบายความหลากหลายทางเพศก็ตาม อาจเป็นเพราะอคติโดยไม่รู้ตัว (Unconscious Bias) ของผู้บริหารในการคัดเลือกพนักงานเข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์กรในระดับปฏิบัติการที่ยังไม่เปิดกว้าง

7.1.4 ความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน (Growth and security) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG มีนโยบาย Room to Grow เพื่อสนับสนุนความก้าวหน้าของพนักงาน สามารถอธิบายได้ว่านโยบาย Room to Grow ของ IHG ไม่เป็นเพียงเครื่องมือพัฒนาบุคลากร แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยให้ IHG ดึงดูดและรักษา Talent ไว้ได้ในการแข่งขันระดับสูง พร้อมทั้งส่งเสริมให้องค์กรเติบโตไปพร้อมกับพนักงาน สำหรับพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ นโยบาย Room to Grow อาจมองว่าเป็นหลักประกันความเท่าเทียมที่ช่วยลดความกังวลเรื่องอคติที่อาจเกิดขึ้นในการพิจารณาเลื่อนตำแหน่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของโกลบอล ไดเวอร์ซิตี เน็ตเวิร์ก

(Global Diversity Network, 2023) ที่อธิบายว่าสวัสดิการของพนักงาน เช่น แผนบำนาญ มีส่วนช่วยเพิ่มความผูกพันกับองค์กรของพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ดังนั้นนโยบายดังกล่าวจึงทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญที่สะท้อนความมุ่งมั่นในการสร้างความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงานให้กับพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ที่อาจเผชิญอุปสรรคในความก้าวหน้าสำหรับบางองค์กรที่ยังไม่เปิดรับ

7.1.5 การบูรณาการทางสังคมและการทำงานร่วมกัน (Social Integration) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG นำเสนอวัฒนธรรมภายในองค์กรด้วยการยอมรับความหลากหลาย เนื่องจาก IHG มีแนวทางการปฏิบัติที่หลากหลาย ทั้งการส่งเสริมปฏิสัมพันธ์เชิงบวกผ่านกิจกรรมกลุ่มและโปรแกรม Team Building ที่ส่งเสริมความเข้าใจระหว่างพนักงานต่างเพศสภาพและการสร้างพื้นที่ปลอดภัยด้วยการจัดตั้ง Employee Resource Groups (ERGs) เฉพาะกลุ่ม LGBTQ+ ที่ทำหน้าที่เป็นทั้งที่ปรึกษาและตัวแทนเสนอแนะนโยบาย สอดคล้องกับงานวิจัยของจอห์นสันและคณะ (Johnson et al., 2020) ที่อธิบายว่า Employee Resource Groups (ERGs) มีส่วนสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานผ่าน 3 กลไกหลัก ได้แก่ เป็นพื้นที่ปลอดภัย ส่งเสริมความเข้าใจระหว่างบุคคลและเป็นสะพานเชื่อมระหว่างพนักงานกับผู้บริหาร สำหรับองค์กรที่มี ERGs ที่เข้มแข็ง ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานต่างกลุ่มและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ความสำเร็จของ ERGs อาจเป็นเพราะการทำหน้าที่เป็นพื้นที่ปลอดภัยและเป็นสะพานเชื่อมผู้บริหารให้ได้รับฟังเสียงของพนักงานกลุ่มนี้โดยตรง นำไปสู่การออกนโยบายที่ตอบโจทย์ความต้องการ

7.1.6 ประชาธิปไตยในการทำงาน (Constitutionalism) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ระบุถึงนโยบายการทำงานและสวัสดิการโดยไม่แบ่งแยกเพศภาวะหรืออัตลักษณ์ทางเพศ รับรองสิทธิทุกประการ ทั้งการลา การประเมินผลและโอกาสก้าวหน้า โดยไม่เลือกปฏิบัติ สามารถอธิบายได้ว่าการออกแบบคู่มือพนักงานรูปแบบนี้สอดคล้องกับมาตรฐาน Corporate Equality Index (CEI) ของ Human Rights Campaign ที่ IHG ได้คะแนนเต็มต่อเนื่องหลายปี สะท้อนความเป็นองค์กรชั้นนำด้าน Diversity & Inclusion สอดคล้องกับงานวิจัยของ Human Rights Campaign (2023) ที่ยืนยันว่าการมีนโยบายชัดเจนช่วยเพิ่มคะแนนมาตรฐาน Corporate Equality Index (CEI) ที่ให้คะแนนองค์กรที่ปราศจากการเลือกปฏิบัติ สะท้อนว่าองค์กรมีการคุ้มครองพนักงานจากอคติทางเพศ สวัสดิการครอบคลุมคู่รักเพศเดียวกันและการจัดโปรแกรมการพัฒนาความหลากหลาย ส่งผลให้องค์กรมีอัตราการรักษาพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ที่สูงขึ้น ที่เป็นเช่นนี้อาจเพราะพนักงานรู้สึกมั่นใจว่ามีกลไกปกป้องสิทธิที่ชัดเจน ช่วยลดความกังวลด้านความมั่นคงในชีวิตให้กับพนักงาน นอกจากนี้ยังเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มลูกค้า LGBTQ+ และลดความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์จากประเด็นเลือกปฏิบัติภายในองค์กร

7.1.7 ความสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัว (The Total Life Space) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG สามารถอธิบายได้ว่าการกำหนดชั่วโมงทำงาน 9 ชั่วโมง/วัน และ 5 วัน/สัปดาห์ เป็นระยะเวลาการทำงานที่มีความเหมาะสมพร้อมทั้งสนับสนุนชีวิตส่วนตัวโดยการให้สิทธิการใช้วันลาพักร้อนเต็มอัตรา มอบสิทธิพิเศษส่วนลดที่พักโรงแรมในเครือข่ายทั่วโลก ตามแนวคิด Happy Employee, Happy Guest ของ IHG ที่เชื่อว่าพนักงานที่มีความสุขย่อมส่งมอบบริการที่ดีที่สุดให้ลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ การ์เซียและคณะ (Garcia et al., 2021) ที่อธิบายว่าการออกแบบนโยบายการทำงานที่ให้ความสำคัญกับความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัวส่งผลกระทบเชิงบวกต่อสุขภาพจิตพนักงาน LGBTQ+ และยังสร้างประโยชน์แก่องค์กรโดยรวม เป็นเพราะสิทธิการลาที่ครอบคลุมทำให้พนักงานสามารถจัดการชีวิตส่วนตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากการศึกษาพบว่าองค์กรที่นำนโยบายคล้ายคลึงกันไปปฏิบัติประสบความสำเร็จในการลดอัตราการลาออก เพิ่มความผูกพันของพนักงานกับองค์กรและยกระดับประสิทธิภาพการทำงาน

7.1.8 ความเกี่ยวข้องและประโยชน์ต่อสังคม (Social relevance) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG มีการจัดกิจกรรมทางสังคม เช่น Pride Month สะท้อนให้เห็นถึงจุดยืนของ IHG สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมผ่านการจัดกิจกรรมสนับสนุนความหลากหลายทางเพศ ผ่านการมีส่วนร่วมกับชุมชนโดยร่วมเดินขบวน Bangkok Pride Parade และสนับสนุนองค์กร LGBTQ+ สร้างการเปลี่ยนแปลงในวงกว้างและส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร การแสดงจุดยืนชัดเจนช่วยดึงดูดทั้งลูกค้าและพนักงานที่ให้ความสำคัญกับประเด็นความเท่าเทียม สอดคล้องกับงานวิจัยของแอลจีบีที แคปิตอล (LGBT Capital, 2023) ที่อธิบายว่าการสนับสนุนชุมชน LGBTQ+ ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์องค์กร สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกได้หลายด้าน เช่น การสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ การเข้าถึงตลาดที่มีศักยภาพและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นต้น การที่กิจกรรมเหล่านี้ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรอาจเป็นเพราะการมีส่วนร่วมในประเด็นสังคมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม



ภาพที่ 1. คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศ ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG

7.2 ข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก

7.2.1 อคติและการเลือกปฏิบัติ (Unconscious bias) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG มีนโยบายเกี่ยวกับการห้ามเลือกปฏิบัติ แต่ยังคงพบอคติจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานและลูกค้า ส่งผลต่อพนักงานต้อนรับส่วนหน้ากลุ่ม LGBTQ+ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องเผชิญกับลูกค้าโดยตรงอาจส่งผลกระทบต่อจิตใจและการดำเนินงาน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะอคติโดยไม่รู้ตัวเป็นสิ่งที่ฝังลึกและยากที่จะเปลี่ยนแปลงได้ด้วยนโยบายเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารยังคงสามารถดำเนินการตามนโยบายที่ชัดเจนเพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมและลดอคติการลำเอียงอย่างไม่ตั้งใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของลีและปาร์ค (Lee & Park, 2019) ที่พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายเอเชียยังคงมีพฤติกรรมการเลือกปฏิบัติทางเพศสภาพและมักเกิดขึ้นอย่างแยบยลผ่านกระบวนการจัดสรรงาน พนักงานกลุ่ม LGBTQ+ มักถูกมอบหมายให้ทำงานในตำแหน่งหลังบ้านแทนการทำงานส่วนหน้า เนื่องจากกังวลว่าลูกค้าอาจรู้สึกไม่สบายใจจากการได้รับบริการ หรือการประเมินผลการทำงานของพนักงานมักใช้เกณฑ์ที่คลุมเครือ เช่น ความเหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กร เป็นการเปิดช่องให้เกิด

อคติ พนักงานกลุ่มชายรักชายในประเทศญี่ปุ่นได้รับคะแนนด้านทักษะการสื่อสารต่ำกว่าค่าเฉลี่ยร้อยละ 15 ถึงแม้จะมีผลงานเทียบเท่ากับพนักงานทั่วไปก็ตาม

7.2.2 ปัญหาด้านการสื่อสารเชิงนโยบายในระดับองค์กรอย่างเป็นระบบ (Organizational policy communication system) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ยังคงขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเป็นระบบเกี่ยวกับนโยบายความหลากหลายทางเพศอย่างชัดเจน เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่ยังไม่ทราบนโยบายในระดับองค์กร ที่เป็นเช่นนี้อาจเพราะองค์กรมุ่งเน้นการพัฒนานโยบายในระดับกลยุทธ์ แต่ขาดการพิจารณาถึงการนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับปฏิบัติการ สอดคล้องกับงานวิจัยของมาร์ติเนซ (Martinez, 2022) ที่ระบุว่าพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ในอุตสาหกรรมบริการไม่ทราบว่าองค์กรตนเองมีนโยบายสนับสนุนความหลากหลายทางเพศมาก่อน เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการส่งเสริมนโยบายความหลากหลายทางเพศภายในองค์กรยังสามารถทำได้หลากหลายช่องทาง เช่น การประชุมและเวิร์กช็อป นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนโยบาย LGBTQ+ หรือจัดอบรมเรื่องความหลากหลายทางเพศ โดยเชิญวิทยากรจากชุมชน LGBTQ+ มาร่วมแบ่งปันประสบการณ์ การสร้างอินโฟกราฟิกสรุปนโยบายแบบเข้าใจง่าย รวมถึงการประกาศในพื้นที่ส่วนรวมและช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ภายในองค์กร

7.2.3 การออกแบบและจัดหาสวัสดิการที่ครอบคลุม (Comprehensive benefits) พบว่าธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG บางส่วนยังไม่ตอบสนองความต้องการของสวัสดิการเฉพาะของพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ เช่น สิทธิในการลาเพื่อเข้ารับการผ่าตัดแปลงเพศและสิทธิในการลาเพื่อแต่งงานสำหรับคู่รักเพศเดียวกัน เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถอธิบายได้ว่าพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ มีพฤติกรรมเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างไปจากลักษณะทั่วไปของหญิงและชาย อาจเป็นเพราะระบบสวัสดิการขององค์กรถูกออกแบบมาเพื่อตอบโจทย์พนักงานกลุ่มหลัก อีกทั้งข้อจำกัดด้านระเบียบภายในองค์กรบางประการยังไม่มีการปรับตามการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคม สอดคล้องกับแนวโน้มงานวิจัยของโกลบอล ไดเวอร์ซิตี เน็ตเวิร์ก (Global Diversity Network, 2023) ที่อธิบายว่าองค์กรระดับโลกส่วนใหญ่เริ่มขยายความคุ้มครองประกันสุขภาพให้รวมการรักษาที่เกี่ยวข้องกับพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ การออกแบบสวัสดิการเฉพาะกลุ่มไม่เพียงตอบสนองความเท่าเทียม แต่ยังสร้างแนวคิด Win-Win Situation ต่อพนักงาน ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น สุขภาพกายและจิตใจดีขึ้น รู้สึกมั่นคงและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร นอกจากนี้ องค์กรยังสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและขับเคลื่อนสังคมสู่ความเท่าเทียม โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการที่พนักงานกลุ่ม LGBTQ+ มีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่าพนักงานบางส่วนในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG ยังคงมีอคติและเลือกปฏิบัติกับพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ควรจัดการฝึกอบรมเชิงลึกเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศให้กับพนักงานและผู้บริหารทุกระดับ เพื่อลดอคติและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ตลอดจนปรับปรุงการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบายความหลากหลายทางเพศให้ชัดเจนและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

2. ผลการวิจัยพบว่าสวัสดิการยังไม่ครอบคลุมสำหรับพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ควรปรับปรุงสวัสดิการให้ครอบคลุมความต้องการของพนักงานกลุ่ม LGBTQ+ เฉพาะมากขึ้น เช่น สิทธิในการลาเพื่อเข้ารับการผ่าตัดแปลงเพศและสิทธิในการลาเพื่อแต่งงานสำหรับคู่รักเพศเดียวกัน เป็นต้น รวมถึงจัดตั้งกลไกรับเรื่องร้องเรียนที่เป็นความลับและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้พนักงานสามารถรายงานปัญหาการเลือกปฏิบัติหรือการล่วงละเมิดได้อย่างปลอดภัย

8.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาคุณภาพชีวิตและข้อจำกัดของพนักงานต้อนรับส่วนหน้ากลุ่ม LGBTQ+ ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ IHG แสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานที่สามารถปรับปรุงพัฒนาได้ ผู้สนใจสามารถขยายขอบเขตการศึกษาวิจัยโดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ ระบุขอบเขตคุณภาพชีวิตการทำงานทั้ง 8 ด้านที่ค้นพบมากำหนดเป็นตัวแปรอิสระ โดยการวิเคราะห์สถิติองค์ประกอบเชิงยืนยันของแต่ละด้าน เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขนโยบายให้ชัดเจนครอบคลุมสำหรับกลุ่มพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ ส่งเสริมแนวทางการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตการทำงานในทิศทางที่ดีขึ้นและสร้างความเท่าเทียมภายในองค์กรได้อย่างยั่งยืน

2. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตและข้อจำกัดของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีความหลากหลายทางเพศ เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานต้อนรับส่วนหน้ากลุ่ม LGBTQ+ และผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นผลกระทบของนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและความผูกพันของพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ สามารถขยายขอบเขตการศึกษาด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากกลุ่มผู้บริหารโรงแรมระดับองค์กร เช่น ผู้จัดการทั่วไป หัวหน้าแผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้าและลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดของพนักงานกลุ่มดังกล่าวมากขึ้น การปรับนโยบายช่วยสร้างผลลัพธ์เป็นวงกว้าง ทั้งในมิติองค์กรเกี่ยวกับภาพลักษณ์และผลประกอบการของธุรกิจ มิติบุคคลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตพนักงานและมิติสังคมในการขับเคลื่อนความเท่าเทียมโดยเฉพาะในบริบทประเทศไทยที่ความหลากหลายทางเพศกำลังเป็นประเด็นสำคัญ องค์กรที่ปรับตัวได้รวดเร็วจะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในด้านการดึงดูดพนักงานกลุ่ม Talent และการเข้าถึงฐานกลุ่มลูกค้าใหม่

รายการอ้างอิง

ธนา ตุลยกิจวัตร. (2567). บทบาทของธุรกิจโรงแรมในการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจไทย. ใน *รายงานการวิจัยเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว*. ศูนย์วิจัยกรุงไทย คอมพาส.

พิมลพรรณ อิศรภักดี. (2558). ต่างวัยต่างทัศนะต่อความหลากหลายทางเพศในสังคมไทย. ใน *การประชุมวิชาการประชากรและสังคม ครั้งที่ 4* (น. 45-59). สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

ศูนย์วิจัยกรุงไทย คอมพาส. (2567). *รายงานการประเมินรายได้ธุรกิจโรงแรมและแนวโน้มการท่องเที่ยวปี 2567-2568.* ศูนย์วิจัยกรุงไทย คอมพาส.

Badgett, M. V. L., Lau, H., Sears, B., & Ho, D. (2007). *Bias in the workplace: Consistent evidence of sexual orientation and gender identity discrimination*. The Williams Institute.

Badgett, M. V. L., Waaldijk, K., & Rodgers, Y. van der Meulen. (2019). The relationship between LGBT inclusion and economic development: Macro-level evidence. *World Development, 120*, 1-14. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2019.03.011

Brown, L., & Zhang, W. (2020). Digital learning platforms and employee performance: Evidence from multinational corporations. *Journal of Workplace Learning*, *32*(6), 417-432.

Button, S. B. (2001). Organizational efforts to affirm sexual diversity: A cross-level examination. *Journal of Applied Psychology, 86*(1), 17-28.

Day, N. E., & Greene, P. G. (2008). A case for sexual diversity in the workplace. *Journal of Business Ethics, 82*(4), 807-822.

Day, N. E., & Schoenrade, P. (2020). The effects of LGBTQ-supportive policies on employee well-being. *Journal of Business and Psychology, 35*(3), 45-62.

Denzin, N. K. (2012). Triangulation 2.0. *Journal of Mixed Methods Research, 6*(2), 80-88. https://doi.org/10.1177/1558689812437186

Garcia, M., Thompson, R., Chen, L., Alvarez, J., & Wilson, K. (2021). Beyond rainbow logos: Measuring the impact of LGBTQ+ initiatives. *Journal of Organizational Diversity, 12*(3), 89-110.

Global Diversity Network. (2023). *Annual report on LGBTQ+ workplace benefits*. GDN Publishing.

Grandey, A. A., Diefendorff, J. M., & Rupp, D. E. (2015). *Emotional labor in the 21st century: Diverse perspectives on emotion regulation at work.* Routledge.

Guest, D. E. (2002). Perspectives on the study of work-life balance. *Social Science Information, 41*(2), 255-279.

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods, 18*(1), 59-82. https://doi.org/10.1177/1525822X05279903

Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. *Organizational Behavior and Human Performance, 16*(2), 250-279.

Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling.* University of California Press.

Human Rights Campaign. (2023). *Corporate equality index 2023*. HRC Foundation.

InterContinental Hotels Group**.** (2021). *Employee engagement statement 2021*. https://www.ihgplc.com/~/media/Files/I/Ihg-Plc/investors/corporate-governance/employee-engagement-statement-2021.pdf

InterContinental Hotels Group. (2023). *Annual report 2022*. https://www.ihgplc.com/~/media/Files/I/Ihg-Plc/investors/annual-report/annual-report-2022.pdf

InterContinental Hotels Group**.** (2024). *Global diversity and inclusion policy statement*. https://www.ihgplc.com/~/media/Files/I/Ihg-Plc/responsible-business/global-diversity-and-inclusion-policy-statement.pdf

InterContinental Hotels Group. (2025). *Find the perfect hotel in Bangkok.* https://www.ihg.com/bangkok-thailand

Johnson, R., Lee, S., & Martinez, P. (2020). Unconscious bias in hospitality: A multinational study. *International Journal of Hospitality Management*, 75-90.

Jones, K. P., Arena, D. F., Nittrouer, C. L., Alonso, N. M., & Lindsey, A. P. (2017). Subtle discrimination in the workplace: A vicious cycle. *Industrial and Organizational Psychology, 10*(1), 51-76.

Karatepe, O. M., & Olugbade, O. A. (2016). The effects of work social support and career adaptability on career satisfaction and turnover intentions. *Journal of Management & Organization, 22*(6), 762-783.

Lashley, C. (2000). *Hospitality retail management: A unit manager's guide.* Butterworth-Heinemann.

Lee, S., & Park, J. (2019). *Gender diversity in Asian hospitality sectors*. Asia Business Press.

LGBT Capital. (2023). *Global LGBT+ economic power report 2023: The economic case for diversity and inclusion.* LGBT Capital Research Group.

Manoharan, A., & Singal, M. (2017). A systematic literature review of research on diversity and diversity management in the hospitality literature. *International Journal of Hospitality Management*, *66*, 77-91.

Martinez, P. (2022). Policy awareness among LGBTQ+ employees. *Diversity and Inclusion Review*, 8(2), 65-80.

Nastasi, B. K. & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. *Journal of School Psychology*.*43*(3), 177-195.

Ng, E. S. W., & Rumens, N. (2017). Diversity and inclusion in the workplace: A review of research and perspectives. Equality, diversity and inclusion. *An International Journal*, *36*(1), 2-16.

Ozeren, E. (2014). Sexual orientation discrimination in the workplace: A systematic review of literature. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, 1203-1215.

Pichler, S., Ruggs, E. N., & Trau, R. N. C. (2017). Worker outcomes of LGBT-supportive policies: A cross-level model. *Journal of Organizational Behavior, 38*(6), 878-894.

Ragins, B. R., Singh, R., & Cornwell, J. M. (2007). Making the invisible visible: Fear and disclosure of sexual orientation at work. *Journal of Applied Psychology*, *92*(4), 1103-1118.

Tanaka, Y., Sato, H., Watanabe, T., Nakamura, K., & Kobayashi, M. (2021). Transgender healthcare benefits in Japan. *Asian Journal of Human Resources, 14*(1), 30-45.

United Nations. (2015). *Sustainable development goals*. https://www.un.org/sustainabledevelopment/

Waiddijk, K., Van der Meer, T., Johansson, A., Müller, S., & Santos, P. (2022). Global standards for LGBTQ+ compensation. *International HR Journal*, *15*(4), 45-62.

Walton, R. E. (1975). Criteria for quality of working life. In *Work in America: Report of a special task force to the Secretary of Health, Education, and Welfare* (pp. 99-104). MIT Press.

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

แนวทางการเรียบเรียงเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค, เค 525 ของโมสาร์ท กระบวนที่หนึ่ง สำหรับรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ต ดัดแปลงโดยเมลวิน เจ. วิลลิน

Received: 10 March 2025
Revised: 19 August 2025
Accepted: 27 August 2025

ธรรศ อัมโร*

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

ผลงานเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค, เค 525 ของโวล์ฟกัง อะมาดิอุส โมสาร์ทเป็นบทประพันธ์สำหรับวงสตริงเซมเบอร์ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยต่อมานักกีตาร์ชื่อว่าเมลวิน เจ. วิลลินได้นำมาเรียบเรียงให้บรรเลงด้วยวงกีตาร์ควอร์เต็ต ในบทความฉบับนี้ผู้วิจัยมุ่งวิเคราะห์แนวทางการเรียบเรียงเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคกระบวนที่หนึ่งสำหรับรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ต ดัดแปลงโดยเมลวิน เจ. วิลลินและสร้างชุดแบบฝึกหัดการฝึกซ้อมเดี่ยวและรวมวงสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ต จากการศึกษาพบว่าเมลวิน เจ. วิลลินเลือกใช้กุญแจเสียง G เมเจอร์ซึ่งเป็นกุญแจเสียงเดียวกันจากต้นฉบับ นำมาเรียบเรียงเสียงประสานสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ตให้มีความคล้ายคลึงกับโน้ตเดิมจากวงสตริงเซมเบอร์ แต่มีกลิ่นอายของเครื่องสายประเภทดีดโดยใช้การปรับโน้ตบางส่วนให้เหมาะสมกับช่วงเสียงและรูปแบบของนิ้วมือซ้ายในการบรรเลงกีตาร์

สำหรับวิธีฝึกซ้อมเดี่ยวกีตาร์แนวที่หนึ่งและแนวที่สี่ ผู้ฝึกซ้อมควรมุ่งเน้นไปที่การเล่นบันไดเสียงและพัฒนาเทคนิคการเชื่อมเสียงของทำนองและเสียงประสานในกุญแจเสียง G เมเจอร์ โดยกีตาร์แนวที่หนึ่งควรฝึกเล่นในตำแหน่งเฟร็ตที่สูงขึ้น ขณะที่กีตาร์แนวที่สี่จำเป็นต้องฝึกอ่านโน้ตและไล่โน้ตเสียงต่ำ สำหรับกีตาร์แนวที่สองและแนวที่สามพบว่ามีความท้าทายในการดีดสาย 2 สายพร้อมกันด้วยนิ้วชี้และนิ้วกลางมือขวาที่ต้องใช้เวลาและการฝึกฝนเพื่อให้เกิดความแม่นยำและความกลมกลืนของเสียงประสาน การฝึกซ้อมรวมวงในเบื้องต้นมุ่งเน้นไปที่ความเป็นหนึ่งเดียวของกีตาร์สองตัวที่ต้องเล่นโน้ตเดียวกัน โน้ตเป็นขั้นคู่เสียงหรือช่วงคู่แปด ก่อนกีตาร์ทั้งสี่แนวจะสามารถฝึกซ้อมหรือบรรเลงร่วมกัน

คำสำคัญ

โมสาร์ท;
กีตาร์ควอร์เต็ต;
การฝึกซ้อมรวมวง;
ไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค

* รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาดนตรี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ติดต่อได้ที่: tata@nu.ac.th

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

Analysing *Eine Kleine Nachtmusik,* K. 525 by Mozart First Movement for Guitar Quartet Transcribed by Melvyn J. Willin

Received: 10 March 2025
Revised: 19 August 2025
Accepted: 27 August 2025

Tat Amaro*

Research Article

Abstract

Wolfgang Amadeus Mozart's *Eine Kleine Nachtmusik*, K. 525 is a widely recognised work for string chamber, later transcribed for guitar quartet by Melvyn J. Willin. This paper analyses the guitar arrangement to explore the essential elements that serve the musical dynamics of guitar quartets. Specifically, the study develops a series of ensemble practice techniques tailored for the quartet setting. The study shows that the arranger retained the original key of G major, respelling the guitar piece in a manner that closely adhered to the original string chamber. However, some notes were adjusted to accommodate the range and the left-hand fingerings in congruence with the actuality of guitar performance.

The initial practice begins with solo exercises for the first and fourth guitars focusing on scales and the slur technique to facilitate the effective execution of melody and countermelody in the key of G. The first guitar concentrates on higher frets, while the fourth guitar engages with lower registers. The second and third guitars are tasked with playing two strings simultaneously using an alternating right-hand technique involving the index and middle fingers, which require time and practice to achieve precision. Ensemble exercises are designed to foster unity, beginning with paired guitar parts playing in unison, intervals, or octaves, before progressing to full quartet performance.

Keywords

Mozart;
guitar quartet;
ensemble practice;
Eine Kleine Nachtmusik

* Associate Professor, Department of Music, Faculty of Humanities, Naresuan Univerity, e-mail: tata@nu.ac.th

1. บทนำ

บทเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค, เค 525 (*Eine Kleine Nachtmusik*, K. 525) สำหรับวงสตริงเซมเบอร์ ซึ่งเป็นผลงานยอดนิยมของโวล์ฟกัง อะมาดิอุส โมสาร์ท ประพันธ์ขึ้นใน ค.ศ. 1787 โดยมีลักษณะของทำนองและเสียงประสานที่มีความสดใสอ่อนหวานและอบอวลไปด้วยกลิ่นอายของความรักเหมาะสำหรับบรรเลงในสวนดอกไม้ช่วงพลบค่ำ จากประเด็นดังกล่าวจึงทำให้บทเพลงนี้ได้สร้างชื่อเสียงและความมั่นคงทางการเงินให้กับโมสาร์ทในช่วงปลายของชีวิต บทเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคได้มีการนำไปเรียบเรียงใหม่สำหรับบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีเดี่ยวหรือวงดนตรีชนิดอื่นๆ มากมาย เช่น เดี่ยวเปียโน วงดุริยางค์เครื่องลม วงรีคอร์เดอร์ วงวูดวินควินเต็ต วงเครื่องสายสตริงควอร์เต็ต (Rutkowski, 2000, p. 25) บทความนี้จะกล่าวถึงประเด็นการเรียบเรียงบทเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์ มูซีคสำหรับวงกีตาร์ควอร์เต็ตโดยเมลวิน เจ. วิลลิน (Melvyn J. Willin) ซึ่งกล่าวได้ว่าได้รับความนิยมในรายการแสดงดนตรีและเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่นเดียวกับในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ซึ่งเป็นยุคของการฟื้นฟูเครื่องดนตรีประเภทกีตาร์ มีการค้นพบสกอร์โน้ตกีตาร์ควอร์เต็ตของฟรานซ์ ชูเบิร์ต (Franz Schubert) ซึ่งเป็นผู้ที่ชื่นชอบบทเพลงสำหรับกีตาร์และได้ประพันธ์เพลงดนตรีเชมเบอร์ไว้มากมาย โดยทั้งหมดใช้กีตาร์เป็นเครื่องดนตรีหลักในการเล่นทำนองและเสียงประสาน (Hoorickx, 1977, p. 113)

แม้ว่าส่วนใหญ่ดนตรีเชมเบอร์จะประกอบด้วยสีสันเครื่องดนตรีหลายชนิด แต่การรวมวงเชมเบอร์สำหรับเครื่องดนตรีประเภทกีตาร์สามารถแยกเป็นเอกเทศจากเครื่องดนตรีอื่นๆ เนื่องจากกีตาร์มีความสามารถในการสร้างเสียงประสานได้ด้วยตัวเอง (Barney, 2023, p. 1) จากการสำรวจพบว่าเริ่มมีการก่อตั้งวงกีตาร์ควอร์เต็ตที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วง Los Angeles Guitar Quartet, The Romeros, European Guitar Quartet, Quaternaglia Maogani, Canadian Guitar Quartet Aquarelle ในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 (Clark, 2007, p. 14) รวมทั้งได้มีการจัดการเรียนการสอนรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ตทั้งในมหาวิทยาลัยและสถาบันดนตรีมากขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียนที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครองที่ไม่ค่อยชื่นชอบเสียงแผดจ้าของเสียงเครื่องลมไม้และเครื่องทองเหลือง แต่ต้องการให้เข้ารวมวงที่มีคุณภาพเสียงเบาและสุภาพนุ่มนวล (Reichenthal, 1957, p. 38) นอกจากประเด็นดังกล่าวนักวิชาการดนตรีสมัยใหม่ เช่น เปโครารโร (Pecoraro, 2012, p. 54) แฮริสัน (Harrison, 2010, p. 50) และอูลัวจัค (Uluocak, 2012, p. 43) ต่างก็ให้ความเห็นตรงกันว่าการที่กีตาร์ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนการสอนดนตรีทั้งแบบเดี่ยวและแบบกลุ่มเนื่องจากมีราคาที่ไม่สูงมาก ทั้งยังสามารถบรรเลงได้หลากหลายรูปแบบ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ามีนักประพันธ์และนักเรียบเรียงสร้างผลงานเพลงเพื่อจัดการเรียนการสอนรวมวงกีตาร์อย่างกว้างขวาง สำหรับประเทศไทยมีผู้ที่ได้ศึกษาประเด็นนี้ ได้แก่ นัทธพงศ์ คงประพันธ์ (2565) ได้ศึกษาแนวทางการเรียบเรียงเสียงประสานบทเพลง “อารากอน” ของไอแซก อัลเบนิช สำหรับวงดุริยางค์กีตาร์โดยพงษ์พัฒน์ พงษ์ประดิษฐ์ และพบว่าผู้เรียบเรียงเลือกใช้ช่วงเสียงและกุญแจเสียงที่เหมาะสมสำหรับเครื่องดนตรีกีตาร์ ทั้งยังสอดแทรกเทคนิคการบรรเลงเพื่อเพิ่มสีสันของเสียงในท่อนต่างๆ รวมทั้งเมธี อภินันท์ธรรม (2552) ที่ได้ศึกษาและเรียบเรียงบทเพลงพระราชนิพนธ์สำหรับวงกีตาร์คลาสสิกระดับชั้นต้นและชั้นกลางเพื่อใช้สำหรับการเรียนการสอนรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ต พบว่าการใช้บทเพลงรวมวงเป็นสื่อการสอนปฏิบัติจะส่งผลให้ผู้เรียนมีพัฒนาการด้านทักษะการบรรเลงและอ่านโน้ตกีตาร์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

การรวมวงกีตาร์เพื่อพัฒนาวิชาการดนตรีต่างไปจากการเล่นตีคอร์ดและร้องเพลง เนื่องจากต้องอาศัยการอ่านโน้ตสากลที่พัฒนาไปพร้อมกับทักษะการอ่านโน้ตโดยฉับพลัน ทักษะการเล่นจากการเลียนแบบการบรรเลงจากความจำและการใช้คีตปฏิภาณ ทั้งนี้การบรรเลงรวมวงกีตาร์ยังสามารถส่งเสริมทักษะการทำงาน

ร่วมกัน รวมทั้งมุ่งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งเป็นทักษะของเยาวชนในศตวรรษที่ 21 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของริสเตสกี้ (Risteski) ที่ว่าชั้นเรียนเป็นห้องปฏิบัติการทดลองทางสังคม ผลสัมฤทธิ์ของการเรียนการสอนขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียนที่ดี (Risteski, 2008, p. 35) จึงกล่าวได้ว่าการบรรเลงรวมวงเปิดโอกาสให้ผู้เล่นพัฒนาทักษะการเข้าสังคม การควบคุมพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ต่อหน้าสาธารณะ แสดงให้ผู้เล่นได้เห็นถึงคุณค่าและการมีตัวตน รวมทั้งพัฒนาทักษะอื่นๆ เช่น ความรับผิดชอบต่อตนเอง การเคารพผู้อื่น ความเชื่อมั่นในตนเองและภาวะผู้นำ (Kramer, 2012, p. 34) เฟลด์แมนและคณะกล่าวว่า *“ดนตรีเชมเบอร์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาทักษะปฏิบัติส่วนบุคคลและการโต้ตอบระหว่างนักดนตรีในกลุ่มหรือทีมเวิร์ก”* (Feldman et al., 2011, p. 249) ซึ่งในปัจจุบันมีการหันมาสนใจการฝึกซ้อมและการแสดงรวมวงกีตาร์มากขึ้นในสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน

เมลวิน เจ. วิลลินเป็นผู้มีผลงานสร้างสรรค์บทเพลงประเภทกีตาร์มากมายที่บรรจุไว้ในอัลบั้ม Adult Guitar Ensemble, Guitar Youth Orchestra, Symphonia Of Guitars, Melvyn J. Willin ประกอบด้วย Greensleeves, Classical Gas หรือ Don't Cry For Me Argentina จากการศึกษาพบว่าเมลวิน เจ. วิลลินยังเป็นผู้แต่งหนังสือเรื่อง *Music and the Paranormal: An Encyclopedic Dictionary* จึงกล่าวได้ว่าการวิเคราะห์ผลงานเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ตจะสามารถนำไปสู่แนวคิดในการพัฒนารูปแบบการสอนและฝึกซ้อมรวมวงสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ต อย่างไรก็ตามบทความฉบับนี้นับเป็นการต่อยอดองค์ความรู้และกลวิธีรวมวงกีตาร์คลาสสิกที่อยู่ในประเภทงานเขียนทางวิชาการเท่านั้น ปัจจุบันมีผู้ควบคุมวงกีตาร์คลาสสิกจำนวนมากที่มีความเป็นเลิศด้านทักษะการสอนรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ตหรือกีตาร์กลุ่มใหญ่ กระนั้นองค์ความรู้ดังกล่าวยังถูกจำกัดอยู่ในเฉพาะช่วงการฝึกซ้อมหรือการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นระหว่างบุคคล ซึ่งประเด็นดังกล่าวอาจเปิดโอกาสให้นักวิชาการได้หยิบยกการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus group) มาเป็นแนวทางการวิจัยและนำเสนอเนื้อหาสาระเผยแพร่สู่วงวิชาการเพื่อขยายขอบเขตความรู้แก่ผู้ที่สนใจในวงกว้างต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อวิเคราะห์เทคนิคการเรียบเรียงผลงานเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค กระบวนที่หนึ่งสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ต

2.2 เพื่อนำเสนอแนวทางการซ้อมรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ตจากเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค กระบวนที่หนึ่ง

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ที่นำผลงานเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคของโวล์ฟกัง อะมาดิอุส โมสาร์ท มาเรียบเรียงสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ตมี 2 คน คือ แอนดรูว์ ฟอร์เรสท์ (Andrew Forrest) เรียบเรียงในกุญแจเสียง A เมเจอร์ และเมลวิน เจ. วิลลินที่เลือกใช้กุญแจเสียง G เมเจอร์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกผลงานเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคสำหรับวงกีตาร์ควอร์เต็ตจากการเรียบเรียงของเมลวิน เจ. วิลลินเฉพาะกระบวนที่หนึ่งมาเป็นวัตถุดิบในการศึกษาซึ่งใช้กุญแจเสียง G เมเจอร์ตามต้นฉบับ จึงทำให้มีเนื้อหาที่ไม่ยากเกินไป อีกทั้งสำนักพิมพ์ Fentone Music ซึ่งเป็นผู้จัดพิมพ์ผลงาน

ต้นฉบับก็ได้ให้ความเห็นว่าผลงานการเรียบเรียงนี้เหมาะสมสำหรับผู้เรียนกีตาร์ชั้นกลาง (Intermediate) ผู้วิจัยเริ่มศึกษาเอกสารต่างๆ เช่น หนังสือ *Instrumental Music Education*: *Teaching with the Musical and Practical in Harmony* ของเฟลด์แมนที่กล่าวถึงประโยชน์ของการพัฒนาทักษะกีตาร์ผ่านการฝึกซ้อมและบรรเลงรวมวง อีกทั้งศึกษาบทความวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น บทความ *A New Guitar Teaching Philosophy* ของริสเตสกี้ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการการฝึกซ้อมกีตาร์รวมวง ซึ่งผู้วิจัยนำเอกสารทุติยภูมิเหล่านี้มาเป็นฐานแนวคิดในการวิเคราะห์แนวทางการเรียบเรียงเพลง จากนั้นจึงสร้างแบบฝึกหัดและแนวทางการฝึกซ้อมรวมวง

ผู้วิจัยนำผลงานการเรียบเรียงกีตาร์ควอร์เต็ตจากเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคของเมลวิน เจ. วิลลิน มาออกแบบสัญลักษณ์กำกับการเล่นนิ้วมือซ้ายและมือขวา (Fingering) เพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้ควบคุมวงหรือผู้ฝึกซ้อมให้สามารถนำแนวทางดังกล่าวไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการซ้อมเดี่ยวและรวมวง อีกทั้งเพิ่มเครื่องหมายแปลงเสียงกำกับโน้ตที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของกุญแจเสียง G เมเจอร์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ฝึกซ้อมในทางปฏิบัติ ต่อมาจึงวิเคราะห์เพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคเพื่อค้นหาเทคนิคและอัตลักษณ์เฉพาะของการเรียบเรียงในแต่ละแนวทำนองหรือภาพรวมในวงกีตาร์ควอร์เต็ต จากนั้นจึงตรวจสอบองค์ประกอบต่างๆ ของบทเพลงที่ผู้วิจัยสามารถนำมาทำเป็นแบบฝึกหัดการซ้อมเดี่ยวโดยเน้นไปที่เทคนิคสำคัญๆ ที่มีแนวโน้มทำให้ผู้เล่นเกิดข้อกังวล รวมถึงข้อแนะนำที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการซ้อมและบรรเลงรวมวงที่จะทำให้กระบวนการดังกล่าวมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. ผลการวิจัย

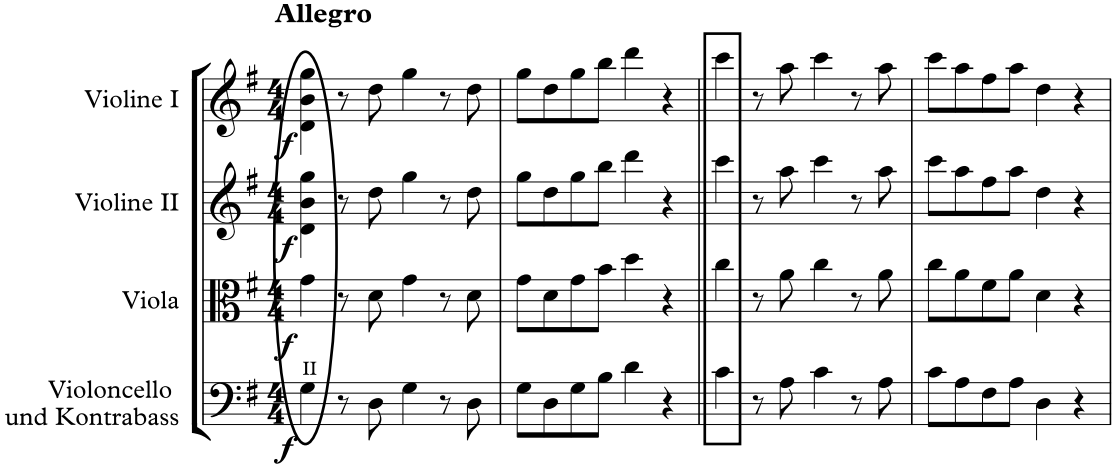
ผลงานเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคสำหรับวงสตริงเซมเบอร์ของโมสาร์ท กระบวนที่หนึ่งมีท่วงทำนองที่กระฉับกระเฉง จึงเป็นที่รู้จักของผู้คนมากมาย เมื่อได้นำมาเรียบเรียงสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ตโดยเมลวิน เจ. วิลลิน จึงทำให้ผู้ฟังได้สัมผัสและเข้าถึงผู้แสดงมากขึ้น กระนั้นบทเพลงยังคงมีสีสันและความไพเราะของต้นฉบับ ในบทความนี้ผู้วิจัยมีแนวทางนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับ คือ การวิเคราะห์ผลงานเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค กระบวนที่หนึ่งสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ตและแนวทางการฝึกซ้อมรวมวง

4.1 การวิเคราะห์ผลงานเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ต

โน้ตเพลงต้นฉบับจากวงสตริงเซมเบอร์ประกอบด้วยไวโอลินแนวที่หนึ่ง ไวโอลินแนวที่สอง วิโอล่า เชลโล่ และดับเบิ้ลเบสในกุญแจเสียง G เมเจอร์ โดยมีรูปแบบเพลงเป็นโซนาตาฟอร์มแบ่งออกเป็นท่อน Exposition ซึ่งประกอบด้วย Main theme, Bridge theme A, Bridge theme B, Secondary theme, The closing group theme จากนั้นจึงเข้าสู่ท่อน Development และ Recapitulation ก่อนจะลงจบด้วยท่อน Coda

จากการศึกษาพบว่าห้องแรกพบการบรรเลงเป็นกลุ่มพร้อมกันในคอร์ดโทนิก ต่อมาระหว่างห้อง 2-4 ไวโอลินแนวหนึ่ง ไวโอลินแนวที่สองและวิโอล่าเล่นโน้ตเดียวกัน ในขณะที่มีการประสานเสียงในช่วงคู่แปดจากเชลโล่และดับเบิ้ลเบสที่แสดงให้เห็นถึงพลังน้ำหนักของเสียงที่เปล่งออกมาพร้อมกัน

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.32 No.2 (July-December 2025)



ภาพที่ 1. โน้ตต้นฉบับเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคของโมสาร์ท

(ที่มา: https://imslp.org/wiki/Eine_kleine_Nachtmusik%2C_K.525_(Mozart%2C_Wolfgang_Amadeus))

จากภาพที่ 1 เมลวิน เจ. วิลลินเลือกใช้กุญแจเสียง G เมเจอร์ตามกุญแจเสียงต้นฉบับของโมสาร์ท ซึ่งเป็นแนวคิดการขยายแนวเสียงเบสให้กว้างขึ้นจากโน้ต E มาตรฐานเป็นโน้ต D (Lutton, 2019, p. 17) โดยใช้หลักการตั้งสายไม่ปกติ (Scordatura) กล่าวได้ว่าวิธีนี้เป็นประโยชน์ต่อการเรียบเรียงที่เลือกให้เสียงต่ำสุดของกีตาร์สายที่ 6 เป็นโน้ตโดมินันท์ของกุญแจเสียง G เมเจอร์ ทำให้ครอบคลุมช่วงเสียงที่สมบูรณ์และให้เสียงของกีตาร์ที่ทุ้มลึก จากการศึกษาพบว่าการเรียบเรียงของเมลวิน เจ. วิลลินสื่อถึงโน้ตต้นฉบับของวงสตริงเซมเบอร์อย่างตรงไปตรงมา (ดูภาพที่ 1 และภาพที่ 2)



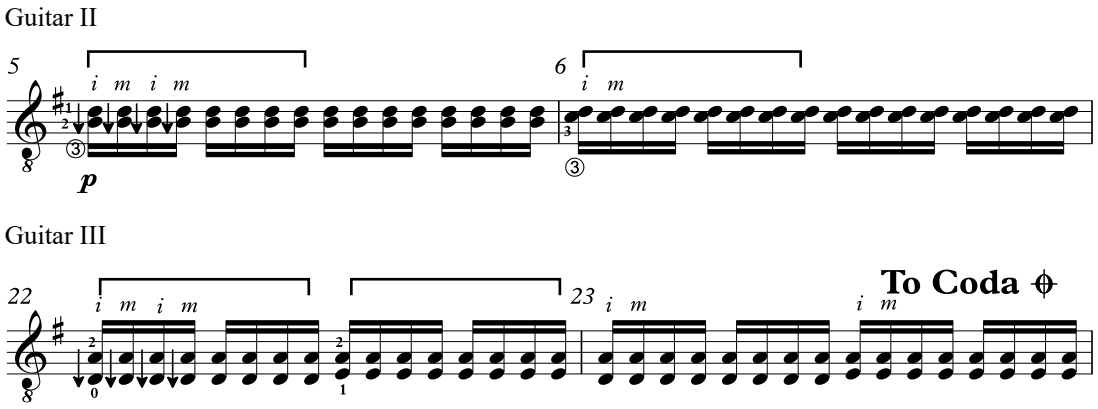
ภาพที่ 2. การเรียบเรียงจากโน้ตต้นฉบับอย่างตรงไปตรงมา

(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)

นอกจากนี้ยังพบว่ากีตาร์แนวที่สองและแนวที่สามมีการเลือกเสียงประสานจากสายกีตาร์ที่อยู่ติดกัน เพื่อเน้นย้ำการเคลื่อนที่ของเสียงประสาน เช่น ห้องที่ 5-6 ของกีตาร์แนวที่สองใช้ขั้นคู่ประสานเพื่อนำเสนอการเคลื่อนที่ของเสียงในกุญแจเสียง G เมเจอร์ด้วยการดีดสลับระหว่างโน้ตตัว B กับ C สายที่ 3 ในขณะที่

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.32 No.2 (July-December 2025)

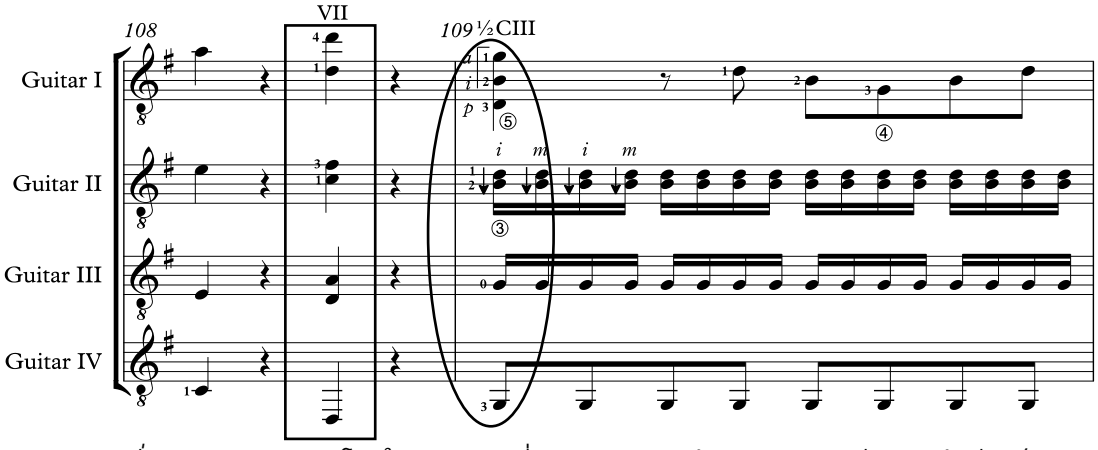
ห้องที่ 22-23 ของกีตาร์แนวที่สามพบการเคลื่อนที่ของเสียงเป็นตัวแทนของหลักการด้วยการสลับโน้ตตัว D และ E บนสายที่ 4



ภาพที่ 3. การใช้โน้ตคู่ประสานในการเคลื่อนที่ของเสียง

(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)

ห้องที่ 108-109 เป็นวิธีการปรับโน้ตต้นฉบับให้สอดคล้องกับช่วงเสียงและรูปแบบการประสานเสียงสำหรับกีตาร์ โดยจัดลำดับจากโน้ตเสียงสูงไปยังเสียงต่ำและย้ายช่วงเสียงเพื่อให้สามารถเล่นได้จริง ตามที่เรเยลท์ (Reyelt, 2022, p. 2) ได้กล่าวว่าผู้เรียบเรียงที่รู้จักโน้ตบนคอกีตาร์เป็นอย่างดีเท่านั้นจึงจะสามารถวางแนวทางในการจัดการได้อย่างเป็นรูปธรรม จากภาพที่ 4 คอร์ด D7 ห้องที่ 108 กีตาร์แนวที่หนึ่งบรรเลงเป็นคู่แปด ในขณะที่กีตาร์แนวที่สองเป็นส่วนหนึ่งของคอร์ด D7 โดยกีตาร์แนวที่สามเลือกเล่นเป็นคู่ 5 สาย 3 และ 4 และกีตาร์แนวที่สี่เป็นเสียงเบส (ดูรูปสี่เหลี่ยม) ส่วนห้องที่ 109 ผู้เรียบเรียงเลือกกระจายโน้ตในคอร์ด G ให้เกิดความสมดุลและเหมาะสมกับช่วงเสียงของกีตาร์ทุกช่วงความถี่เสียง (ดูรูปวงกลม)



ภาพที่ 4. การวางตำแหน่งโน้ตในแต่ละแนวที่เหมาะสมตามหลักการประสานเสียงสำหรับกีตาร์

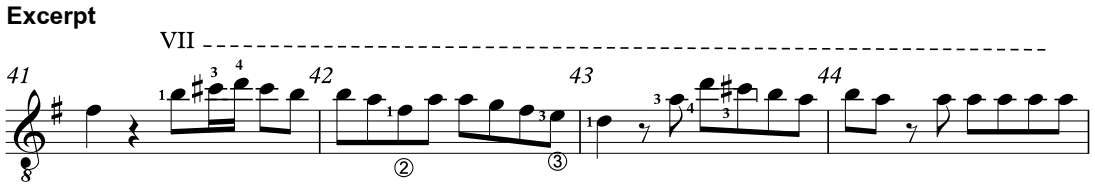
(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)

4.2 แนวทางการซ้อมรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ตจากเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค

ผู้วิจัยได้วางแนวทางการฝึกซ้อมรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ตจากเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค เริ่มจากศึกษาความเป็นไปได้และเพิ่มเติมสัญลักษณ์การเลือกใช้นิ้วมือซ้ายมือขวาและตำแหน่งการเล่นโน้ตบนคอกีตาร์ตามหลักสากล จากนั้นผู้วิจัยได้หยิบยกบางช่วงของบทเพลงเพื่อทำเป็นแบบฝึกหัดและวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการซ้อมเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ทั้งระยะเวลาการซ้อมและสมรรถนะของผู้ฝึกซ้อม

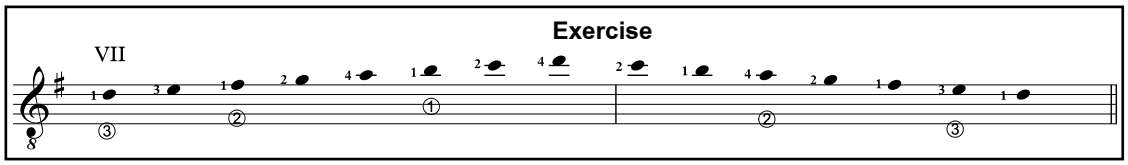
4.2.1 กลยุทธ์การฝึกซ้อมเดี่ยว

จากการศึกษาพบว่าผู้ฝึกซ้อมกีตาร์แนวที่หนึ่งจำเป็นต้องใช้ตำแหน่งเฟร็ตที่ 7 อย่างต่อเนื่อง จึงควรเรียนรู้การอ่านโน้ตและให้ความสำคัญกับการฝึกบันไดเสียง G เมเจอร์ให้มีความคล่องแคล่วในตำแหน่งดังกล่าวตามภาพที่ 6



ภาพที่ 5. ตัวอย่างโน้ตกีตาร์แนวที่หนึ่งในตำแหน่งเฟร็ตที่ 7

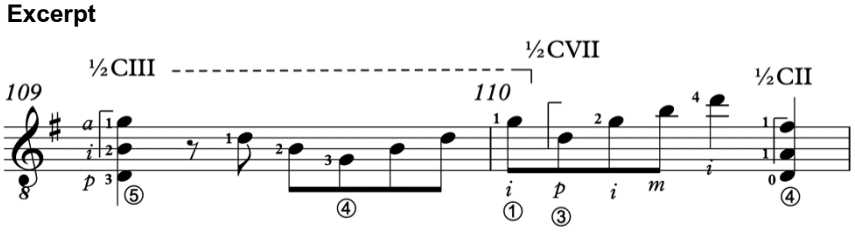
(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)



ภาพที่ 6. แนวปฏิบัติของกีตาร์แนวที่หนึ่งในการฝึกซ้อมเดี่ยวตำแหน่งเฟร็ตที่ 7

(ที่มา: ผู้วิจัย)

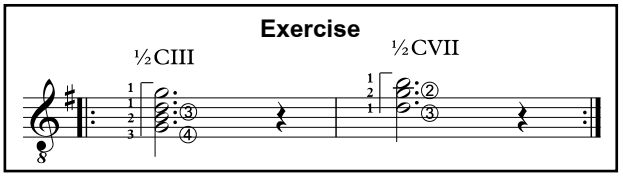
ในการฝึกซ้อมอาร์เปจโจสำหรับกีตาร์แนวที่หนึ่ง ผู้ฝึกซ้อมควรให้ความสำคัญกับการจัดกลุ่มโน้ตให้เป็นคอร์ดแนวตั้งและการฝึกเคลื่อนที่นิ้วมือซ้ายให้คล่องแคล่ว จนสามารถเคลื่อนนิ้วจากห้องที่ 109 ไปยังห้องที่ 110 ได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง



ภาพที่ 7. ตัวอย่างโน้ตกระจายคอร์ดสำหรับฝึกเคลื่อนตำแหน่งมือซ้ายด้วยบล็อกคอร์ด

(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.32 No.2 (July-December 2025)

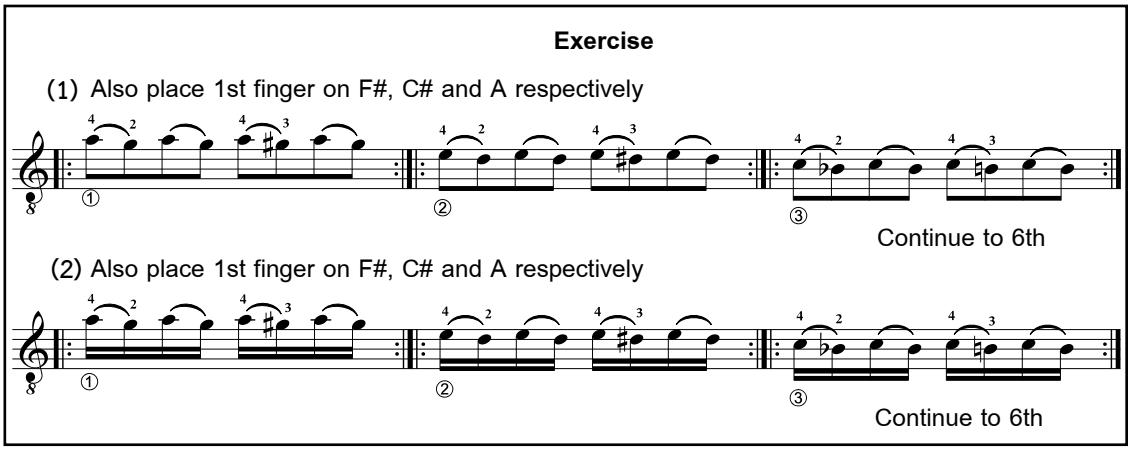


ภาพที่ 8. การฝึกปฏิบัติเคลื่อนตำแหน่งมือซ้ายด้วยบล็อกคอร์ด
(ที่มา: ผู้วิจัย)

จากภาพที่ 9 ห้องที่ 78-81 แสดงให้เห็นว่ามีการใช้เทคนิคการเชื่อมเสียงโน้ต 3 ตัว (Slur) ในกีตาร์แนวที่หนึ่งและสองอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นสิ่งที่ผู้ฝึกควรตระหนักจึงเป็นการทำให้กล้ามเนื้อนิ้วมือซ้ายแข็งแรงและเป็นอิสระต่อกัน (Shearer, 1964) สำหรับแนวทางการฝึกซ้อม ให้เริ่มฝึกจากการกดสายด้วยนิ้วชี้ นิ้วกลางและนิ้วก้อยค้างไว้แล้วจึงเล่นเทคนิคเชื่อมเสียงเฉพาะจากโน้ต A ไปยังโน้ต G จากนั้นจึงเปลี่ยนเป็นนิ้วนางที่โน้ต G# โดยให้กดนิ้วชี้ค้างไว้ตลอดเวลาตามแบบฝึกหัดหมายเลข (1) (ดูภาพที่ 10) ทั้งนี้ผู้ฝึกสามารถซ้อมเทคนิคสเลอ 2 เสียงด้วยนิ้วกลาง นิ้วนางและนิ้วก้อยแทน การฝึกสเลอ 3 เสียง ทั้งนี้เพื่อประหยัดเวลาในการซ้อมโดยให้ผู้ฝึกเริ่มเล่นโน้ตตัวเขบ็ตหนึ่งชั้นจนได้ความเร็วที่เหมาะสม แล้วจึงฝึกที่ความเร็วโน้ตเขบ็ตสองชั้น ดังแบบฝึกหัดหมายเลข (2)



ภาพที่ 9. ตัวอย่างโน้ตสำหรับฝึกเทคนิคเชื่อมเสียง
(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)

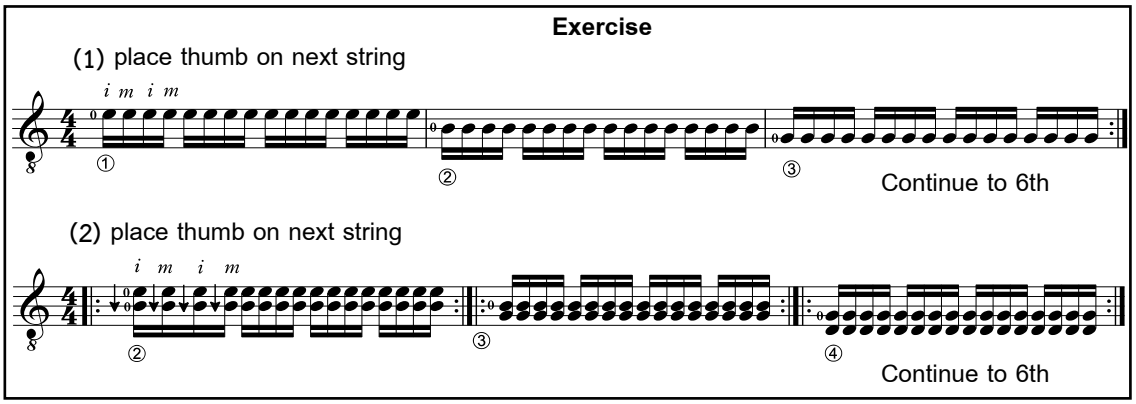


ภาพที่ 10. วิธีฝึกเทคนิคเชื่อมเสียงและการนำไปใช้
(ที่มา: ผู้วิจัย)

กีตาร์แนวที่สองและแนวที่สามมีการเล่นเทคนิคดีดสายพร้อมกันเป็นคู่เสียง (Double stop) จากแบบฝึกหัดหมายเลข (1) (ดูภาพที่ 12) ผู้วิจัยแนะนำให้เริ่มฝึกจากการดีดสายเดียวแบบผ่านสาย (Free stroke) ตั้งแต่สายที่ 1 ถึง 6 จนคล่อง จากนั้นจึงดีดสลับนิ้วชี้นิ้วกลางเป็นคู่สายจนถึงคู่ของสายที่ 5 กับสายที่ 6 ดังปรากฏในแบบฝึกหัดหมายเลข (2) ในขณะที่ใช้นิ้วโป้งมือขวาแตะลงที่สายถัดไปเพื่อช่วยคำนวณระยะของการเหวี่ยงนิ้ว อีกทั้งช่วยไม่ให้นิ้วที่เล่นปัดขึ้นไปโดนสายอื่นๆ โดยไม่ตั้งใจ

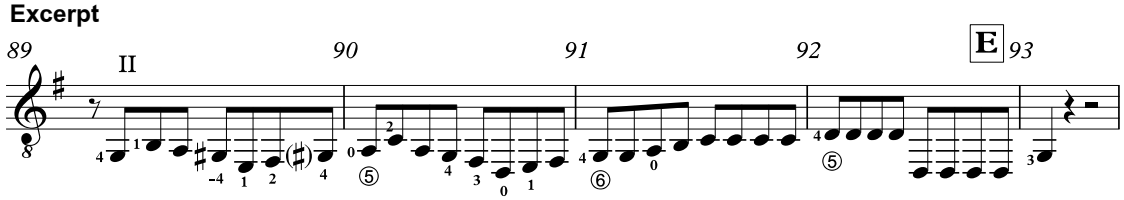


ภาพที่ 11. ตัวอย่างโน้ตดีดประสานเสียงสายคู่
(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)



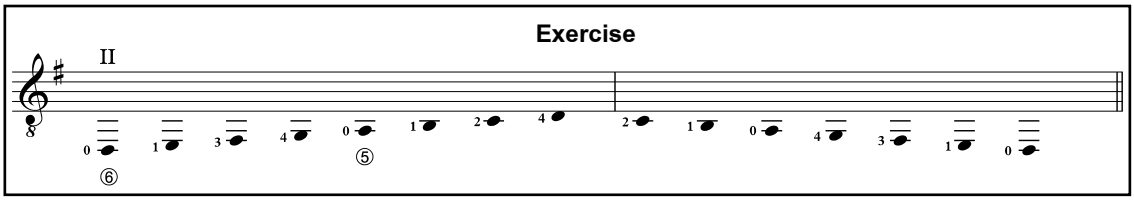
ภาพที่ 12. วิธีฝึกดีดประสานสายคู่และการนำไปใช้
(ที่มา: ผู้วิจัย)

สำหรับกีตาร์แนวที่สี่อาจถูกมองว่าไม่มีเทคนิคการบรรเลงที่ท้าทาย แต่ในความเป็นจริงการปรับสายจากมาตรฐานทำให้ผู้ฝึกซ้อมกีตาร์แนวที่สี่จำเป็นต้องพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตและฝึกไล่บันไดเสียงที่ต่างไปจากการซ้อมแบบเดิม กล่าวคือการลดเสียงสาย 6 โน้ต E ให้ต่ำลงเป็นโน้ต D ทำให้ผู้ฝึกซ้อมจำเป็นต้องเลือกใช้นิ้วชี้วาง ณ ตำแหน่งช่องที่ 2 และใช้นิ้วกลางกดสายที่ 6 แบบเดียวกับสายที่ 4 ที่เป็นโน้ตต่ำลงหนึ่งช่วงคู่แปด ผู้วิจัยแนะนำให้ฝึกไล่เสียงเฉพาะสายที่ 6 และสายที่ 5 จนคล่องและสามารถเชื่อมโยงตัวโน้ตกับตำแหน่งการกดสายแบบใหม่อย่างเป็นธรรมชาติ ตามภาพที่ 14



ภาพที่ 13. ตัวอย่างโน้ตสายเปล่าสายที่ 6 ที่ปรับลงเป็นโน้ต D
(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.32 No.2 (July-December 2025)

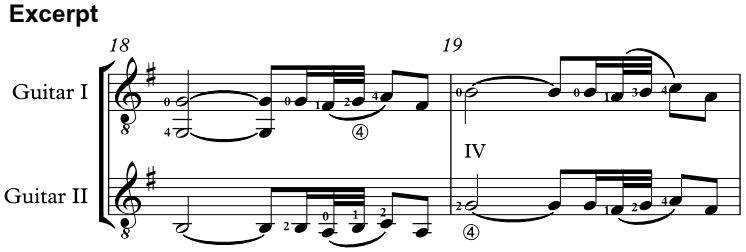


ภาพที่ 14. การฝึกไล่เสียงสายเปล่าสายที่ 6 ที่ปรับลงเป็นโน้ต D
(ที่มา: ผู้วิจัย)

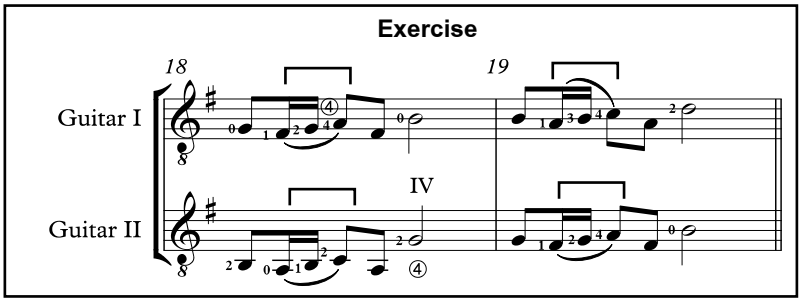
4.2.2 กลยุทธ์การฝึกซ้อมรวมวง

ผู้ควบคุมการซ้อมรวมวงควอร์เต็ตมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความเป็นเอกภาพของผู้ฝึกซ้อม รวมทั้งต้องสามารถคิดวิเคราะห์แนวทางการซ้อม ข้อผิดพลาดและหาวิธีแก้ปัญหาได้ทันท่วงที ในบทความนี้ผู้วิจัยมุ่งนำเสนอวิธีปฏิบัติในการซ้อมรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ตจากเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีค

จากภาพที่ 15 ห้องที่ 18-19 ปรากฏโน้ตเขบ็ตสามชั้นซึ่งมีสัดส่วนจังหวะที่สั้น การเล่นโน้ตสะบัด (Grace note) ของแต่ละคนอาจไม่เท่ากัน จึงแนะนำฝึกซ้อมร่วมกันโดยให้ขยายสัดส่วน (Augmenation) ของโน้ตเขบ็ตสามชั้นเป็นเขบ็ตสองชั้น (ดูเครื่องหมายปีกกาในภาพที่ 16) และให้ปฏิบัติอย่างช้าๆ พร้อมกัน จากนั้นจึงเพิ่มความเร็วขึ้นและสังเกตระยะของโน้ตสะบัดทั้งสามตัว



ภาพที่ 15. ตัวอย่างโน้ตสำหรับฝึกความพร้อมเพรียงของการเล่นโน้ตสะบัด 3 เสียง
(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)

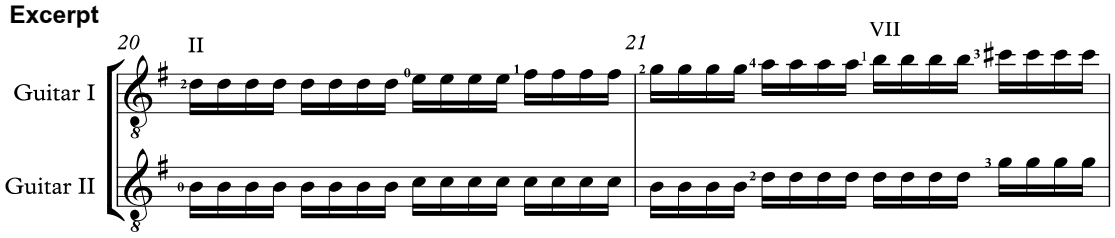


ภาพที่ 16. วิธีแยกซ้อมเพื่อฝึกความพร้อมเพรียงของการเล่นโน้ตสะบัด 3 เสียง
(ที่มา: ผู้วิจัย)

ห้องที่ 20-21 มีจำนวนโน้ตมากจนบางครั้งอาจทำให้ผู้ฝึกซ้อมสับสนกับการนับจังหวะที่ต่อเนื่องกันหลายห้อง จึงแนะนำให้ฝึกซ้อมตามแบบฝึกหัดที่ปรับให้กีตาร์แนวที่หนึ่งเล่นเป็นโน้ตตัวดำในจังหวะที่ 2 กับ 4

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.32 No.2 (July-December 2025)

ในขณะที่กีตาร์แนวสองเล่นจังหวะที่ 1 กับ 3 ในที่นี้ทั้งสองแนวจะสลับกันเล่นโน้ตเขบ็ตสองชั้น จากนั้นสลับกัน โดยให้กีตาร์แนวที่หนึ่งเล่นโน้ตตัวดำก่อน เมื่อซ้อมแบบฝึกทั้งสองแบบจนคล่อง จึงทดลองซ้อมกับเมโทรนอม โดยเล่นโน้ตต้นฉบับพร้อมกันและควรเริ่มฝึกซ้อมจากจังหวะช้าไปหาเร็ว



ภาพที่ 17. ตัวอย่างโน้ตเขบ็ตสองชั้นต่อเนื่อง

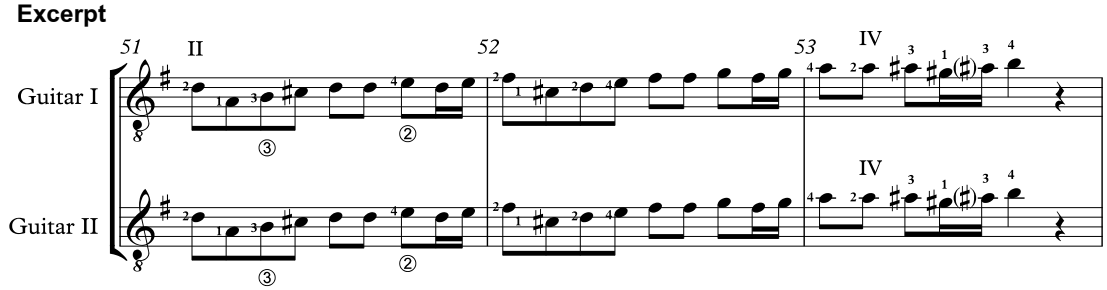
(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)



ภาพที่ 18. แบบฝึกหัดสลับโน้ตเล่นตัวดำเพื่อสร้างความแม่นยำ

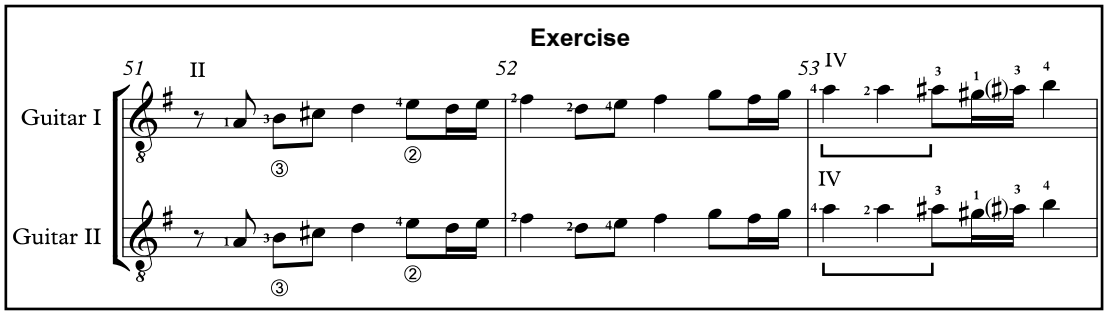
(ที่มา: ผู้วิจัย)

การฝึกซ้อมห้องที่ 51-53 แนะนำให้กีตาร์แนวที่หนึ่งและกีตาร์แนวที่สองเล่นพร้อมกันโดยตัดโน้ตที่ไม่สำคัญบางส่วนออก เพื่อให้ผู้เล่นมุ่งเป้าไปที่การควบคุมจังหวะ โดยเฉพาะในห้องที่ 53 นั้น ผู้วิจัยเสนอให้ขยายสัดส่วนจังหวะในช่วงที่เปลี่ยนจากตำแหน่งช่องที่ 2 ไปยังช่องที่ 4 ด้วยนิ้วกลาง จากนั้นจึงให้ผู้เล่นทดลองเล่นโน้ตตามจริงทีละห้อง



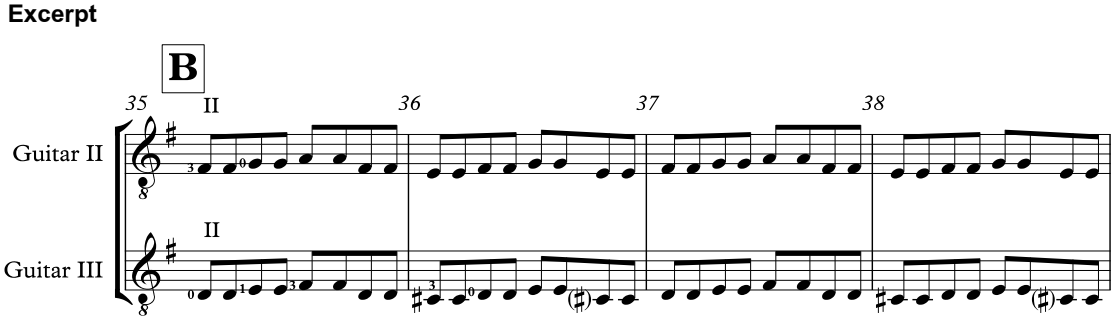
ภาพที่ 19. ตัวอย่างโน้ตต่อเนื่องและการเปลี่ยนตำแหน่งเฟร็ต

(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)

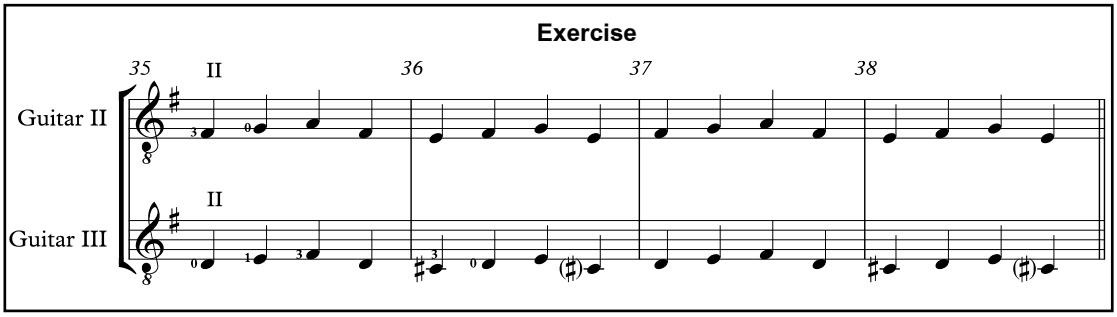


ภาพที่ 20. แบบฝึกหัดฝึกการเล่นโน้ตต่อเนื่องและเปลี่ยนตำแหน่งเฟร็ต
(ที่มา: ผู้วิจัย)

ภาพที่ 21 ให้ผู้ฝึกซ้อมเล่นห้องที่ 35-38 พร้อมกันเป็นตัวดำ เมื่อประสานกันอย่างกลมกลืนแล้วจึงซ้อมแบบแยกโน้ตเป็นเขบ็ตหนึ่งชั้นและใช้นิ้วชี้ (i) และนิ้วกลาง (m) ดีดสลับตามโน้ตจริง



ภาพที่ 21. ตัวอย่างโน้ตเขบ็ตหนึ่งชั้นต่อเนื่อง
(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)



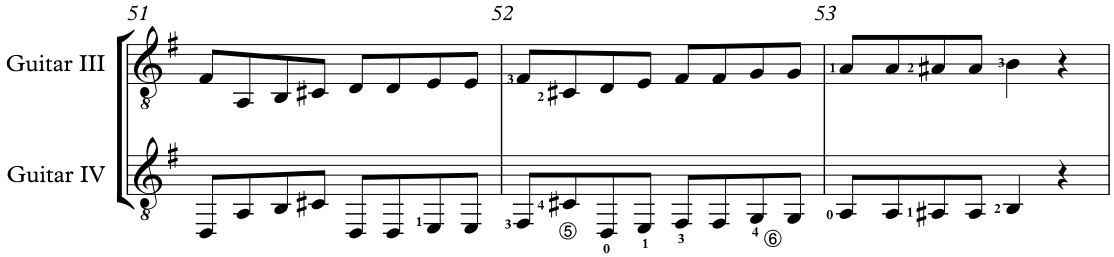
ภาพที่ 22. แบบฝึกหัดปรับโน้ตเขบ็ตหนึ่งชั้นเป็นตัวดำเพื่อฝึกความเที่ยงตรงของจังหวะ
(ที่มา: ผู้วิจัย)

กำหนดให้กีตาร์แนวที่สามและกีตาร์แนวที่สี่ฝึกเล่นห้องที่ 39-40 (และห้องที่ 89-90) พร้อมกัน โดยแยกซ้อมทีละห้อง จากนั้นจึงรวมกันเป็นประโยคเดียว



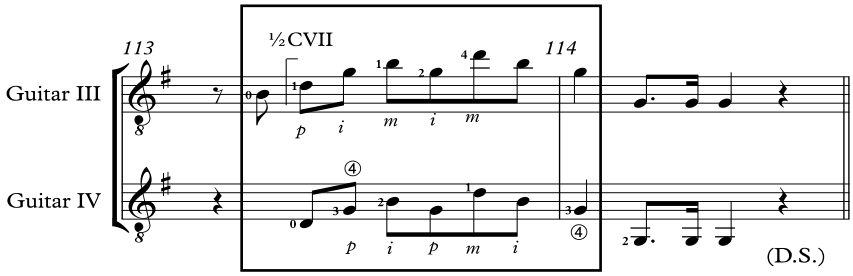
ภาพที่ 23. ฝึกซ้อมกีตาร์แนวที่สามและกีตาร์แนวที่สี่พร้อมกันในห้องที่ 39-40
(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)

กำหนดให้กีตาร์แนวที่สามและกีตาร์แนวที่สี่ฝึกเล่นห้องที่ 51-53 พร้อมกัน โดยแยกซ้อมทีละห้อง จากนั้นจึงรวมกันเป็นประโยคเดียว



ภาพที่ 24. ฝึกซ้อมกีตาร์แนวที่สามและกีตาร์แนวที่สี่พร้อมกันในห้องที่ 51-53
(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)

ห้องที่ 113-114 กีตาร์แนวที่สามและแนวที่สี่ควรเล่นโน้ตในกรอบสี่เหลี่ยมพร้อมกันอย่างช้าๆ และเพิ่มความเร็วขึ้นในภายหลัง



ภาพที่ 25. แบบฝึกหัดฝึกซ้อมเน้นความพร้อมเพรียงก่อนจบท่อนเพลง
(ที่มา: https://www.sheetmusicplus.com/en/product/allegro-from-eine-kleine-nachtmusik-k525-20205031.html?utm)

เมื่อตรวจสอบรายละเอียดในบทเพลงทุกท่อนแล้ว ผู้ฝึกซ้อมรวมวงควอร์เต็ตจึงสามารถนัดหมายสมาชิกเพื่อรวมกลุ่มฝึกซ้อมรวมวง 4 ชิ้น โดยอาจมุ่งไปยังห้องเพลงหรือประโยคเพลงที่มีความซับซ้อนและควรใช้เมโทรนอมควบคู่ไปกับการฝึกซ้อมทุกขั้นตอน จากนั้นจึงพัฒนาการฝึกซ้อมในแต่ละท่อนเพลงหรือทดลองใช้ความเร็วที่มากขึ้น เพื่อทำให้ผู้ฝึกซ้อมเกิดทักษะการบรรเลงเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ตมากขึ้นตามลำดับ



ภาพที่ 26. คิวอาร์โค้ดโน้ตสกอร์เพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ต
(ที่มา: ผู้วิจัย)

5. สรุปผล

จากการศึกษาพบว่าผู้เรียบเรียงเลือกใช้กุญแจเสียง G เมเจอร์ตามโน้ตต้นฉบับของโมสาร์ท อีกทั้งการเลือกใช้กุญแจเสียง G เมเจอร์ซึ่งเป็นเครื่องหมายประจำกุญแจเสียงทางชาร์ปเหมาะสมกับลักษณะการบรรเลงของเครื่องดนตรีประเภทกีตาร์ อีกทั้งยังใช้เทคนิคการปรับลดเสียงสายที่ 6 ลงขั้นคู่ 2 เมเจอร์ที่สามารถขยายช่วงเสียงเบสให้มีเสียงทุ้มลึกยิ่งขึ้น วิธีการเรียบเรียงสื่อให้เห็นถึงความเหมาะสมของกระบวนการปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ของเครื่องดนตรีจากวงสตริงเซมเบอร์เป็นกีตาร์สี่ตัว เช่น กำหนดให้กีตาร์สองตัวบรรเลงพร้อมกันเป็นขั้นคู่ยูนิซันหรือหนึ่งช่วงคู่แปด การใช้เทคนิคดีดสายพร้อมกันเป็นคู่เสียง ดีดสายกีตาร์พร้อมกันสองสายเช่นเดียวกับที่ปรากฏในโน้ตต้นฉบับวงสตริงเซมเบอร์ ต่อมาพบว่าผู้เรียบเรียงมีแนวทางการเรียบเรียงโดยให้ความสำคัญกับการบรรเลงเป็นขั้นคู่เสียงซึ่งอ้างอิงมาจากโน้ตต้นฉบับ ส่งผลให้การเคลื่อนที่ของคอร์ดมีความน่าสนใจ ประเด็นสำคัญที่พบคือมีกลวิธีการแจกแจงโน้ตในคอร์ดโดยเฉพาะจุดเคเดนซ์คอร์ด D7 และ G (V-I) ที่เรียบเรียงให้กับกีตาร์ทั้งสี่แนวได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้เสียงประสานไพเราะและเหมาะกับการใช้งานในทางปฏิบัติ อาจกล่าวได้ว่าผู้เรียบเรียงให้ความสำคัญกับการยึดแนวปฏิบัติตามวิถีของโน้ตเพลงต้นฉบับและนำมาปรับใช้กับการบรรเลงด้วยกีตาร์ได้อย่างลงตัว

แนวทางการฝึกซ้อมเดี่ยวของกีตาร์แนวที่หนึ่งซึ่งบรรเลงแนวทำนองหลักควรมุ่งไปที่การฝึกซ้อมบันไดเสียง G เมเจอร์ในตำแหน่งเฟร็ตที่ 7 ของกีตาร์ รวมทั้งให้ความสำคัญกับเทคนิคเชื่อมเสียงกีตาร์แนวที่หนึ่งและแนวที่สอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรฝึกซ้อมการเชื่อมเสียงขาลง (Pull off) ให้เกิดเสียงชัดเจนทั้งนิ้วกลางและนิ้วนางมือซ้าย จากนั้นจึงตรวจสอบความสม่ำเสมอของจังหวะโน้ต ประเด็นต่อมากีตาร์แนวที่สองและแนวที่สามควรฝึกซ้อมเทคนิคการดีดสายพร้อมกันเป็นคู่เสียงด้วยนิ้วชี้และนิ้วกลางมือขวาโดยเริ่มฝึกจากสายเปล่า 1 และ 2 จากนั้นขยับเป็นสายที่สูงขึ้นเพื่อช่วยให้เกิดความคล่องตัวและแม่นยำ สำหรับกีตาร์แนวที่สี่นั้นส่วนใหญ่เป็นการเล่นทำนองในแนวเบสและไม่ปรากฏเทคนิคสำคัญใดๆ แต่มีความท้าทายในการอ่านโน้ตสาย 6 ที่มีสายเปล่าเป็นโน้ต D ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจโน้ตและการใช้ตำแหน่งนิ้วมือซ้ายด้วยความระมัดระวัง

6. อภิปรายผล

การฝึกซ้อมและแสดงรวมวงกีตาร์ควอร์เต็ตในประเทศไทยมีพัฒนาการและได้รับความนิยมเช่นเดียวกับการแสดงเดี่ยวกีตาร์คลาสสิกที่ทำให้เกิดแรงขับเคลื่อนทางสังคมในวงกว้าง ปัจจุบันปรากฏกลุ่มนักกีตาร์ เช่น Bangkok Guitar Society ที่จัดกิจกรรมการแสดงดนตรีอย่างต่อเนื่องหรือในสถาบันอุดมศึกษา เช่น โครงการแข่งขันวงดนตรีกีตาร์คลาสสิกนานาชาติของสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา หรือแม้กระทั่งสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนสนใจจัดกิจกรรมการแสดงรวมวงกีตาร์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของแรงกระตุ้นทางดนตรีและพัฒนาทักษะปฏิบัติกีตาร์ของผู้เรียน กระแสนิยมดังกล่าวจึงเป็นที่มาของการผลิตนักกีตาร์ ครูผู้สอน นักการศึกษา รวมถึงนักแต่งเพลงสำหรับกีตาร์ซึ่งส่งผลให้เกิดบทประพันธ์หรือบทเพลงที่เรียบเรียงขึ้นสำหรับรวมวงกีตาร์อย่างแพร่หลาย

ผลงานเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ตของเมลวิน เจ. วิลลินเป็นผลงานการเรียบเรียงสำหรับรวมวงกีตาร์ซึ่งเป็นที่ยอมรับและได้ถูกนำไปเผยแพร่โดยสำนักพิมพ์เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจนำไปเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงดนตรี เป็นที่มาของบทความฉบับนี้ที่มุ่งวิเคราะห์เทคนิคการเรียบเรียงผลงานเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ตเพื่อนำเสนอแนวทางการฝึกซ้อมรวมวง ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการที่เมลวิน เจ. วิลลินเลือกใช้กุญแจเสียง G เมเจอร์ตามต้นฉบับของโมสาร์ท มีเหตุผล 2 ประการคือ สามารถย้ายโน้ตต้นฉบับจากวงสตริงเชมเบอร์มาเป็นกีตาร์ควอร์เต็ตได้ง่าย เช่น เปลี่ยนกุญแจโดและกุญแจฟามาเป็นกุญแจโซในช่วงเสียงต่ำและเป็นการตั้งใจยึดแนวเสียงประสานตามแบบแผนเพื่อให้ผู้ฟังรับอรรถรสบทประพันธ์ต้นฉบับของโมสาร์ทเช่นเดิม แต่นำเสนอด้วยสีสันของเครื่องดีด ทั้งนี้ทำให้บทเพลงได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มผู้เล่นกีตาร์ ประการต่อมาคือ เมลวิน เจ. วิลลินให้ความสำคัญกับการนำเสนอเทคนิคพื้นฐานที่เรียบง่ายทำให้ผลงานเพลงไอเนอไคลเนอนัคท์มูซีคสำหรับกีตาร์ควอร์เต็ตเป็นที่นิยมและถูกคัดเลือกสำหรับบรรเลงรวมวงกีตาร์ในกลุ่มผู้เรียนชั้นต้นถึงชั้นกลางซึ่งเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของผู้เรียนกีตาร์ (Kramer, 2012, p. 33)

7. กิตติกรรมประกาศ

บทความฉบับนี้ได้รับทุนอุดหนุนวิจัยจากงบประมาณรายได้คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ. 2568

รายการอ้างอิง

นัทธพงศ์ คงประพันธ์. (2565). การเรียบเรียงเสียงประสานสำหรับวงดุริยางค์กีตาร์ของอาจารย์พงษ์พัฒน์ พงษ์ประดิษฐ์ กรณีศึกษาเพลง “อารากอน” ของไอแซก อัลเบนิซ. *วารสารดนตรีบ้านสมเด็จฯ, 4*(1), 29-42. https://so13.tcithaijo.org/index.php/MusBSRU/article/view/379

เมธี อภินันท์ธรรม. (2552). *การเรียบเรียงบทเพลงพระราชนิพนธ์สำหรับวงกีตาร์คลาสสิกระดับชั้นต้นและชั้นกลาง.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล. https://repository.li.mahidol.ac.th/handle/20.500.14594/94307

Barney, C. M. (2023). *E Pluribus Unum: A comprehensive ensemble-based guitar method.* [Unpublished doctoral dissertation]. Indiana University.

Clark, A. (2007). *A two-year classical guitar ensemble for pre-college educational settings.* [Unpublished doctoral dissertation]. Columbus State University.

Feldman, E., Contzius, A., & Lutch, M. (2011). *Instrumental music education: Teaching with the musical and practical in harmony*. Routledge.

Harrison, E. (2010). Challenges facing guitar education. *Music Educators Journal, 97*(1), 50-55. https://doi.org/10.1177/0027432109334421

Hoorickx, R. V. (1977). Schubert's guitar quartet. *Revue Belge de Musicologie / Belgisch Tijdschrift voor Muziekwetenschap, 31*, 111-135. https://doi:10.2307/3686191

Kramer, J. R. (2012). *The effects of classical guitar ensembles on student self-perceptions and acquisition of music skills.* Paper presented at the the Annual Meeting of the Texas Music Educators Association, San Antonio, Texas.

Lutton, G. (2019). *Contemporary steel-string fingerstyle guitar: Developing new vocabulary and improvisational approaches.* [Unpublished doctoral dissertation]. Ulster University.

Pecoraro, J. (2012). Guitar forum: Starting a class guitar program. *American String Teacher, 62*(3), 54-57. https://doi.org/10.1177/000313131206200308

Reichenthal, E. (1957). Recorders for school use. *Music Educators Journal, 43*(6), 36-39. https://doi:10.2307/3388226

Reyelt, J. (2022). *Effective arranging practices for solo classical guitar.* [Unpublished doctoral dissertation]. The University of Southern Mississippi.

Risteski, I. B. (2008). A new guitar teaching philosophy. *Acta Universitaria*, *18*(1), 33-49. https://doi.org/10.15174/au.2008.155

Rutkowski, J. (2000). Starting a high school chamber music group. *Music Educators Journal, 86*(6), 23-27. https://doi.org/10.2307/3399616

Shearer, A. (1964). *Slur, ornament, and reach development exercises for guitar*. Franco Colombo Publications.

Uluocak, S. (2012). A comparison of selected classical guitar teaching methods and a review of their implications for guitar education. *Çukurova University. Faculty of Education Journal, 41*(2), 43-53.

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

Received: 25 November 2024
Revised: 3 April 2025
Accepted: 26 November 2025

แนวทางการบรรเลงบทประพันธ์เพลงสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมโดยคีตกวีชาวไทย: บทเพลง *Full Phase of the Moon* ประพันธ์โดยจิณณวัตร มั่นทรัพย์*

นิพัต กาญจนหุต**
วรพล รัตนอำพล***

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

บทบาทสำคัญอันดับแรกของวาทยกรคือการตีความและถ่ายทอดสัญลักษณ์ทางดนตรีที่ผู้ประพันธ์ได้กำหนดไว้ในบทเพลงเพื่อนำเสนอความหมายที่ผู้ประพันธ์ต้องการสื่อสารผ่านโน้ตเพลง กระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับการแปลความตั้งใจของผู้ประพันธ์ให้กลายเป็นเสียงดนตรีในระหว่างการซ้อมเพื่อให้นักดนตรีสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่สอดคล้องกับเจตนาของผู้ประพันธ์ บทเพลง *Full Phase of the Moon* ประพันธ์โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์จิณณวัตร มั่นทรัพย์ เป็นบทเพลงประเภทดนตรีพรรณนา (Program Music) สำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวันลอยกระทง โดยนำทำนองจากเพลง “ลอยกระทง” มาเป็นองค์ประกอบหลักของบทเพลง ผลงานนี้สะท้อนถึงความเชี่ยวชาญของผู้ประพันธ์ในการเรียบเรียงเสียงประสาน การเรียบเรียงเสียงวงดนตรีและการประพันธ์เพลงที่เหมาะสมกับวงดุริยางค์เครื่องลม บทความนี้เป็นแนวทางสำหรับวาทยกรในการแสดงบทเพลง โดยอ้างอิงจากประสบการณ์การเตรียมงานแสดงรอบปฐมทัศน์และการบันทึกเสียง ซึ่งได้รับคำแนะนำโดยตรงจากผู้ประพันธ์ บทวิเคราะห์นี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเชื่อมโยงความตั้งใจของผู้ประพันธ์เข้ากับบทบาทการตีความของวาทยกร เพื่อให้สามารถถ่ายทอดผลงานได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ

แนวทางการบรรเลงบทเพลง; บทประพันธ์สำหรับวงดุริยางค์เครื่องลม; วงดุริยางค์เครื่องลม; วาทยกร; บทเพลงพรรณนา

* บทความนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2565

** อาจารย์ประจำภาควิชาดนตรี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: nipatdh.k@ku.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

*** นักวิจัย ภาควิชาดนตรี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: wrattanaumpol@gmail.com

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

Conducting Guide for the Wind Band Repertoire Composed by Thai Composers: *Full Phase of the Moon* by Jinnawat Mansap*

Received: 25 November 2024
Revised: 3 April 2025
Accepted: 26 November 2025

Nipat Kanchanahud**
Worapol Rattanaumpol***

Research Article

Abstract

The conductor's primary role is to interpret and transform the composer's written score, decoding its musical symbols and conveying its intended message through sound. This process involves translating the composer's vision into auditory reality during rehearsals, enabling musicians to produce music aligned with the composer's intent. *Full Phase of the Moon* by Assisitant Professor Jinnawat Mansap is a programmatic wind composition inspired by Loy Krathong Day, incorporating the traditional melody of the "Loy Krathong" song. The piece exemplifies the composer's mastery of music composition, instrumentation, and harmonization tailored to a wind band setting. This study provides performance guidance for conductors, derived from the preparation of the piece's world premiere and recording sessions, with direct input from the composer. This analysis aims to bridge the composer's vision and the conductor's interpretive responsibilities, ensuring an authentic and effective realization of the work.

Keywords

conducting guide;
wind band repertoire;
wind band;
conductor;
program music

* This research article was financially supported by the Faculty of Humanities, Kasetsart University, under the fiscal year 2022 budget allocation

** Lecturer, Department of Music, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e- mail: nipatdh. k@ku. th (corresponding author)

*** Researcher, Department of Music, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: wrattanaumpol@gmail.com

1. บทนำ

ปัจจุบันวงดุริยางค์เครื่องลมได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น ข้อมูลจากกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2563 รายงานว่าประเทศไทยมีสถานศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาล ประถมศึกษา มัธยมศึกษา จนถึงระดับอุดมศึกษาที่มีการจัดการแสดงดนตรีและแข่งขันวงโยธวาทิตอย่างต่อเนื่องประมาณ 14,932 แห่ง จากทั้งหมด 37,331 แห่ง (กรมพลศึกษา, 2563) จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น พบว่าประเทศไทยมีวงดุริยางค์เครื่องลมทั้งระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาและอุดมศึกษามากกว่า 4,500 วงทั่วประเทศ โดยวงดุริยางค์เครื่องลม 1 วง ประกอบด้วยนักดนตรีจำนวนประมาณ 30-100 คน ดังนั้นจึงสามารถคาดคะเนได้ว่าประเทศไทยมีนักดนตรีวงดุริยางค์เครื่องลมมากกว่า 150,000 คน แต่ปัญหาที่พบคือการเรียนการสอนวงดุริยางค์เครื่องลมมักไม่ได้มาตรฐานสากลอันเนื่องมาจากไม่มีแบบอย่างแนวทางที่ได้มาตรฐานสากลให้ยึดเป็นแนวทางปฏิบัติ

ครูผู้สอนวงดุริยางค์เครื่องลมมักจะวิเคราะห์และตีความบทเพลงโดยปราศจากการชี้แนะแนวทางที่ถูกต้อง ส่งผลให้การพัฒนาวงดุริยางค์เครื่องลมเป็นไปได้ช้ากว่าที่ควรจะเป็น ผู้วิจัยมีโอกาสได้เป็นกรรมการตัดสินการแข่งขันวงดุริยางค์เครื่องลมทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ จึงเห็นข้อบกพร่องของวงดุริยางค์เครื่องลมในประเทศไทยซึ่งผู้วิจัยเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าหากมีแนวทางที่ถูกต้องให้ปฏิบัติจะช่วยให้วงดุริยางค์เครื่องลมของประเทศไทยสามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาบทเพลงซึ่งประพันธ์ขึ้นสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมที่ได้มาตรฐานสากล โดยเป็นบทเพลงที่ใช้ในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประพันธ์โดยนักประพันธ์เพลงชาวไทย ได้แก่ บทเพลง *Full Phase of the Moon* ประพันธ์โดยจิณณวัตร มั่นทรัพย์ นำมาศึกษาและวิเคราะห์เพื่อเป็นต้นแบบแนวทางการอำนวยเพลงและการบรรเลงให้กับวงดุริยางค์เครื่องลมทั่วประเทศ ใช้ในการอ้างอิงตามหลักวิชาการอำนวยเพลงชั้นสูงและการตีความบทประพันธ์เพลงสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์และตีความบทเพลง *Full Phase of the Moon* ประพันธ์โดยจิณณวัตร มั่นทรัพย์
2. เพื่อเป็นแนวทางการอำนวยเพลงสำหรับวาทยกรที่ต้องการศึกษา ฝึกซ้อมหรือแสดงบทเพลง *Full Phase of the Moon*
3. เพื่อเชื่อมโยงความตั้งใจของผู้ประพันธ์กับบทบาทการตีความของวาทยกรเพื่อให้สามารถถ่ายทอดผลงานได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

3. ประวัติผู้ประพันธ์เพลง

จิณณวัตร มั่นทรัพย์ เริ่มศึกษาดนตรีโดยเข้าเป็นสมาชิกวงดุริยางค์โรงเรียนหอวังในตำแหน่งนักเล่นยูโฟเนียมและทูบา โดยมีอาจารย์ประยุทธ ชาญอักษร เป็นผู้สอน ต่อมาสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากสาขาวิชาดนตรีศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เครื่องมือเอกทูบา โดยศึกษากับอาจารย์สุรพล ธัญญวิบูลย์ และอาจารย์มานิตย์ บูชาชนก ตามลำดับ และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการประพันธ์เพลง ภาควิชาดุริยางคศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จิณณวัตร มั่นทรัพย์ มีประสบการณ์การบรรเลงในวงดนตรีต่างๆ ได้แก่ เป็นสมาชิกวงดุริยางค์เยาวชนไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2540 ถึง พ.ศ. 2545 เป็นสมาชิกวงครุศาสตร์ซิมโฟนีออร์เคสตราและวงซิมโฟนีออร์เคสตรา แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตั้งแต่ พ.ศ. 2541 ถึง พ.ศ. 2545 และเป็นสมาชิกวงเทนริเคียว ไอมาชิ (Tenrikyo Aimachi Marching Band) เมืองนาโกยา ประเทศญี่ปุ่น และเข้าร่วมการประกวดที่ญี่ปุ่น (All Japan Marching Band Competition) เมื่อ พ.ศ. 2546 ถึง พ.ศ. 2550

ปัจจุบัน จิณณวัตร มั่นทรัพย์ เป็นอาจารย์ประจำภาควิชาดนตรี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และดำรงตำแหน่งหัวหน้าสาขาวิชาดนตรีตะวันตก ตั้งแต่ พ.ศ. 2558 ถึงปัจจุบัน รวมถึงเป็นผู้ประพันธ์เพลงและเรียบเรียงเสียงประสานประจำวง KU Wind Symphony เป็นอดีตผู้ฝึกสอนเครื่องเป่าวงดนตรีเยาวชนสยามมิตร (Siamyth Drum and Bugle Corp) พ.ศ. 2547-2559 และเป็นผู้เรียบเรียบเสียงประสานเพลงสำหรับวงออร์เคสตราและวงดุริยางค์ให้กับโรงเรียนมัธยมหลายแห่งทั้งในประเทศไทย มาเลเซีย จีน ไต้หวัน สิงคโปร์ ฮ่องกงและญี่ปุ่น

4. เกี่ยวกับบทประพันธ์เพลง

ลอยกระทงเป็นประเพณีเก่าแก่ที่สำคัญของประเทศไทย มีที่มาแต่ยุคดึกดำบรรพ์ในดินแดนสุวรรณภูมิ ไม่น้อยกว่า 3,000 ปีมาแล้ว เป็นพิธีกรรมเกี่ยวกับ “ผี” หรือผู้มีอำนาจเหนือธรรมชาติ เพื่อขอขมาต่อธรรมชาติ ซึ่งผู้คนในสุวรรณภูมิให้ความสำคัญกับน้ำและดินในฐานะสิ่งที่ให้ชีวิตและน้ำถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ดังนั้น เมื่อผู้คนใช้ชีวิตอยู่รอดปลอดภัยมาได้ครบปี จึงมีพิธีขอขมาที่ได้ล่วงเกินสิ่งใดโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ เช่น การเหยียบย่ำหรือถ่ายของเสียลงแม่น้ำ หรือทำสิ่งใดที่ไม่เหมาะสม เป็นต้น วันลอยกระทงตรงกับวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 ซึ่งถือเป็นวันสิ้นปีนักษัตรเก่า ตามปฏิทินจันทรคติที่มีดวงจันทร์เป็นศูนย์กลาง เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีอำนาจต่อการเกิดน้ำขึ้น น้ำลง ประเพณีลอยกระทงได้มีการสืบทอดต่อเนื่องมาในสังคมไทย โดยมีสาระสำคัญคือความกตัญญู ทั้งเป็นการขอขมาต่อแม่คงคาด้วยสำนึกในบุญคุณของน้ำ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2557)

ปัจจุบันวันลอยกระทงเป็นเทศกาลรื่นเริงที่จัดขึ้นในสถานที่ต่างๆ โดยมีกิจกรรมหลากหลาย เช่น การประดิษฐ์กระทง การประกวดนางนพมาศ การจัดขบวนแห่ การปล่อยโคมลอย การจุดดอกไม้ไฟและการละเล่นรื่นเริงตามสถานที่ต่างๆ ลอยกระทงเป็นประเพณีรื่นเริงตามท้องถิ่น ตลอดจนมีบทเพลงประจำเทศกาล เช่น “เพลงลอยกระทง” โดยวงสุนทราภรณ์ที่เผยแพร่ผ่านวิทยุกระจายเสียงในช่วงเวลาหนึ่ง สื่อถึงประเพณีที่รื่นเริงสวยงามของคนไทยและยังคงอยู่ในปัจจุบัน

บทเพลง *Full Phase of the Moon* เป็นบทเพลงพรรณนา (Program Music) เล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นในคืนวันลอยกระทง ซึ่งเป็นคืนที่พระจันทร์ปรากฏสุกสว่างเต็มดวง บอกเล่าเรื่องราวของชายหนุ่มคนหนึ่งที่ต้องสูญเสียหญิงผู้เป็นที่รักไปในคืนวันลอยกระทง ทำให้เขาต้องจมอยู่กับความโศกเศร้าเมื่อคืนวันลอยกระทงหวนกลับมาอีกครั้ง โดยผู้ประพันธ์ได้อธิบายแนวคิดของบทเพลงนี้ว่า

> ไอเดียหลักของบทเพลงนี้ไม่ใช่บทเพลงบรรยายเรื่องราวที่เล่าเรื่องราวเป็นฉากเป็นตอน แต่เล่าถึงบรรยากาศและอารมณ์ความรู้สึกของชายคนหนึ่งที่สูญเสียคนรักไปในวันลอยกระทง ผู้ที่ต้องจมอยู่กับความโศกเศร้าในทุกคืนวันลอยกระทงที่เวียนมาถึงในแต่ละปี แต่เมื่อเวลาล่วงเลยไป เขาได้พบเจอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เข้ามาบำบัดฟื้นฟูจิตใจจนเขาสามารถเอาชนะจิตใจของตนเองจากอาการซึมเศร้าที่เฝ้าคิดถึงภรรยาของตนเองมานาน ทำให้เขากล้าที่จะกลับมาลอยกระทงอีกครั้ง ได้เห็นคืนวันลอยกระทงที่สวยงาม มีบรรยากาศของพลุเฉลิมฉลองที่สว่างไสว เขาได้ค้นพบสัจธรรมของการเกิด แก่ เจ็บ ตาย จึงได้หลุดพ้นจากความโศกเศร้า

5. ประวัติบทประพันธ์เพลง

บทเพลง *Full Phase of the Moon* เป็นบทเพลงที่ผู้ประพันธ์เพลงได้รับการว่าจ้างจากกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้ประพันธ์บทเพลงสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมเพื่อใช้เป็นเพลงบังคับสำหรับการแข่งขันวงโยธวาทิตชิงถ้วยพระราชทาน ประเภทนั่งบรรเลง รุ่นอายุไม่เกิน 18 ปี ประจำ พ.ศ. 2558

ผู้ประพันธ์ได้รับแรงบันดาลใจในการประพันธ์เพลงมาจากประเพณีวันลอยกระทง เป็นบทเพลงบรรยายเรื่องราวที่เกิดขึ้นในคืนวันลอยกระทงซึ่งเป็นคืนที่พระจันทร์ปรากฏสุกสว่างเต็มดวง บอกเล่าเรื่องราวของชายหนุ่มคนหนึ่งที่ต้องสูญเสียหญิงผู้เป็นที่รักไปในคืนวันลอยกระทง ทำให้เขาต้องจมอยู่กับความโศกเศร้าเมื่อคืนวันลอยกระทงหวนกลับมาในแต่ละปี

6. การเรียบเรียงเครื่องดนตรี (Instrumentation)

- Piccolo
- Flute 1
- Flute 2
- Oboe
- Bassoon
- Clarinet 1 (Division 1 & 2)
- Clarinet 2
- Clarinet 3 (Division 1 & 2)
- Bass Clarinet
- Alto Saxophone 1
- Alto Saxophone 2

- Tenor Saxophone (Division 1 & 2)
- Baritone Saxophone
- Trumpet 1 (Division 1 & 2)
- Trumpet 2
- Trumpet 3 (Division 1 & 2)
- Horn in F 1 & 2
- Horn in F 3 & 4
- Trombone 1 (Division 1 & 2)
- Trombone 2 (Division 1 & 2)
- Trombone 3
- Euphonium (Division 1 & 2)
- Tuba (Division 1 & 2)
- Timpani
- Percussion 1
- Percussion 2
- Percussion 3
- Chimes
- Glockenspiel
- Vibraphone

7. รูปแบบของบทประพันธ์เพลง

บทเพลงนี้ประพันธ์ขึ้นในรูปแบบดนตรีพรรณนา (Program Music) บรรยายถึงเรื่องราวความรู้สึกของชายผู้สูญเสียคนรักไปในคืนวันลอยกระทง นำเสนอทำนองหลักของบทเพลงในลักษณะคอราล (Choral) 4 แนวเสียงผสมกับการประพันธ์ดนตรีแบบซิมโฟนิก (Symphonic Style) รวมถึงนำเสนอแนวทำนองในลีลาสอดประสานแนวทำนอง (Contrapuntal Style) ในลักษณะเดียวกับบทเพลง *Firebird* ประพันธ์โดยอีกอร์ สตราวินสกี (Igor Stravinsky) ซึ่งปรากฏในช่วงกลางเพลง เพื่อสร้างความรู้สึกที่แตกต่างในระหว่างบทเพลง

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.32 No.2 (July-December 2025)

8. องค์ประกอบทางดนตรี

8.1 แนวทำนอง (Melody)

บทเพลงนี้มีแนวทำนองที่เรียบง่าย มีประโยคที่ชัดเจน ความยาว 8 ห้องเพลง (4+4 ห้องเพลง) มีการพัฒนาแนวทำนองโดยการนำเสนอซ้ำประโยคเพลงในช่วงเสียงเครื่องดนตรีที่แตกต่างกันและเพิ่มแนวทำนองสอดประสาน (Countermelody) ที่น่าสนใจทั้งในลักษณะคอราล 4 แนวเสียง (4-parts Chorale) และการสอดประสานแนวทำนอง (Contrapuntal Style) เป็นต้น บทเพลงนี้ประกอบด้วย 3 ทำนองหลัก ได้แก่

ทำนองหลักที่ 1 (Theme A) ทำนองที่สื่อถึงความคิดถึงและการโหยหาคนรักที่จากไป โดยนำเสนอในลักษณะคอราล 4 แนวเสียง (4-parts chorale) แสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1. แนวทำนองหลักที่ 1 (Theme A) (จากบทเพลง *Full Phase of the Moon* ห้องที่ 1-9)

ทำนองหลักที่ 2 (Theme B) ทำนองเพลงไทยบนบันไดเสียงเพนตาโทนิก (Thai Pentatonic Scale) ที่อิงสำเนียงมาจากบทเพลงลอยกระทง นำเสนอรูปแบบสเตร็ตโต (Stretto)[1] ระหว่างแนวฟลูตกับแนวคลาริเน็ต 1 และอัลโตแซ็กโซโฟน 1 เพื่อให้เกิดการสอดประสานแนวทำนองและมีแนวเบสต่อเนื่อง (Ground Bass) ด้วยลีลาสอดประสานแนวทำนอง (Contrapuntal Style) ในกลุ่มเครื่องลมไม้เสียงต่ำ (Low Woodwind) และกลุ่มเครื่องลมทองเหลืองเสียงต่ำ (Low Brass) เป็นทำนองที่สื่อถึงความขัดแย้งในจิตใจ ด้วยท่วงทำนองเพลงไทยที่ไพเราะสวยงาม ชวนให้คิดถึงคนรักในบรรยากาศที่สวยงามของคืนวันลอยกระทง และแนวเบสสื่อถึงความโศกเศร้าของการเสียคนรักไปซึ่งยังคงขุ่นมัวอยู่ในจิตใจ ดังแสดงในภาพที่ 2

[1] สเตร็ตโต (Stretto) หรือช่วงทำนองเอกซ้อน คือช่วงที่มีการเสนอแนวทำนองหลักซ้อนกันตั้งแต่ 2 แนวขึ้นไปในบทเพลงประเภทฟิวก์ (Fugue) (ณัชชา พันธุ์เจริญ, 2554)



ภาพที่ 2. แนวทำนองหลักที่ 2 (Theme B) (จากบทเพลง *Full Phase of the Moon* ห้องที่ 51-58)

ทำนองหลักที่ 3 (Theme C) ทำนองที่สื่อถึงห้วงความคิดหนึ่งของชายผู้สูญเสียคนรักไปซึ่งเขากำลังพยายามหลุดพ้นออกจากความขุ่นมัวในจิตใจ นำเสนอแนวดนตรีในลักษณะคอราล โดยมีแนวทำนองเพลงไทยดำเนินสอดประสานให้แนวทำนองมีทิศทางเคลื่อนที่ไปข้างหน้าอยู่ตลอดเวลาด้วยลักษณะโน้ตเขบ็ตสองชั้น ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3. แนวทำนองหลักที่ 3 (Theme C) (จากบทเพลง *Full Phase of the Moon* ห้องที่ 71-78)

นอกจากนี้ ผู้ประพันธ์เพลงยังได้นำทำนองจากบทเพลงลอยกระทง ประพันธ์โดยครูเอื้อ สุนทรสนาน และครูแก้ว อัจฉริยะกุล ซึ่งถูกนำมาใช้ด้วยเทคนิคการประพันธ์ที่หลากหลาย เช่น การย่อยทำนอง (Fragmentation) การยืดขยายทำนอง (Extension and Expansion) การประดับโน้ต (Ornamentation) และการลดทอนทำนอง (Thinning) เป็นต้น ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4. ทำนองเพลงลอยกระทง ประพันธ์โดยครูเอื้อ สุนทรสนาน และครูแก้ว อัจฉริยะกุล

8.2 การประสานเสียง (Harmony)

บทเพลงนี้อยู่ในบันไดเสียงหลัก B-flat Major จากนั้นเปลี่ยนเป็นบันไดเสียงที่มีความสัมพันธ์ซับมีเดียน (Sub-mediant) ในบันไดเสียง E-flat Major ตั้งแต่ห้องเพลงที่ 28 และเปลี่ยนกลับมาอยู่ในบันไดเสียงหลัก (B-flat Major) อีกครั้งในห้องเพลงที่ 71 บทเพลงนี้เรียบเรียงเครื่องดนตรีในรูปแบบวงดุริยางค์เครื่องลมขนาดใหญ่ โดยเรียบเรียงการใช้เครื่องดนตรีในรูปแบบคอราล (Chorale) ที่ประกอบไปด้วยแนวเสียง 4 แนว รวมถึงการเรียบเรียงลักษณะแนวดนตรีในรูปแบบลีลาสอดประสานแนวทำนอง (Contrapuntal Style) และการดำเนินเสียงประสานความสัมพันธ์คู่สามแบบโครมาติก (Chromatic Mediant)

8.3 การใช้เครื่องดนตรี (Timbre)

ในบทประพันธ์นี้ จิณณวัตร มั่นทรัพย์ ได้ใช้เครื่องดนตรีในแต่ละกลุ่มเสียง Soprano, Alto, Tenor และ Bass มาผสมในกลุ่มเดียวกัน ให้บรรเลงในแนวดนตรีเดียวกันเพื่อให้เกิดสีสันเสียงของเครื่องดนตรี (Timbre) แบบใหม่ เช่น ในตอนเริ่มต้นเพลงมีการผสมสีสันเสียงของเครื่องดนตรีที่อยู่ในกลุ่มเสียง Alto เพื่อสร้างอารมณ์ของความละมุนหวาน โดยใช้เครื่องดนตรีที่อยู่ในกลุ่มเสียง Tenor เป็นแนวเสียงที่เชื่อมระหว่างแนว Alto และเครื่องดนตรีที่เป็นแนว Bass ได้อย่างลงตัว นอกจากนั้น จิณณวัตร มั่นทรัพย์ ยังใช้เครื่องกระทบที่มีระดับเสียงต่างๆ ทั้งSoprano, Alto, Tenor และ Bass มาเสริมสีสันเสียง (Tone Color) ของเครื่องลม ซึ่งการผสมสีสันเสียงของเครื่องกระทบและเครื่องลมนั้นเป็นผลให้เกิดสีสันเสียงใหม่ๆ ทำให้เสียงของวงดุริยางค์เครื่องลมมีความสดใสและแตกต่างจากการผสมสีสันเสียงของเครื่องลมเพียงอย่างเดียว

8.4 คีตลักษณ์และโครงสร้างของบทประพันธ์เพลง

บทเพลงนี้อยู่ในสังคีตลักษณ์แบบแยกตอน (Part Form) ประกอบด้วย 4 ตอนหลัก ได้แก่ ตอนที่ 1 นำเสนอทำนองหลักที่ 1 (Theme A) ตอนที่ 2 นำเสนอทำนองหลักที่ 2 (Theme B) ตอนที่ 3 นำเสนอทำนองหลักที่ 3 (Theme C) และตอนที่ 4 ตอนย้อนความ (Recapitulation) นำทำนองหลักที่ 1 (Theme A) กลับมาอีกครั้งหนึ่ง และจบด้วยตอนโคดา (Coda) ดังแสดงรายละเอียดคีตลักษณ์และโครงสร้างของบทประพันธ์เพลงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1
คีตลักษณ์และโครงสร้างของบทประพันธ์เพลง Full Phase of the Moon

ตอนหลัก (Section)	ทำนองหลัก (Theme)	ห้องเพลง (Measure)	รายละเอียด (Event and Scoring)
I	A	1-9	กำหนดอัตราความเร็วปานกลาง (Moderato Sostenuto) ในอัตราจังหวะ 4/4 ทำนองหลักที่ 1 มีลักษณะแบบคอราล 4 แนวเสียง โดยประโยคแรก แนวทำนองอยู่ในช่วงเสียงอัลโต ได้แก่ แนวคลาริเน็ต อัลโตแซ็กโซโฟน และฮอร์น 1 กับ 2 และมีแนวทำนองรองอยู่ในช่วงเสียงเทเนอร์ แนวยูโฟเนียม

ตอนหลัก (Section)	ทำนองหลัก (Theme)	ห้องเพลง (Measure)	รายละเอียด (Event and Scoring)
			โดยมีฮอร์นเป็นเนื้อเสียง คลาริเน็ตเป็นขอบเสียง ให้เสียงของอัลโตแซกโซโฟนเป็นรังสีของเสียง
		10-17	ประโยคที่สอง เปลี่ยนสีสันเสียงเป็นกลุ่มเครื่องลมไม้กับทรัมเป็ต โดยแนวทำนองอยู่ในช่วงเสียงโซปราโน ได้แก่ แนวฟลูต โอโบ คลาริเน็ต 1 และทรัมเป็ต 1 ในขณะที่แนวทำนองรองและแนวบรรเลงสอดประสานอยู่ในแนวอัลโตและแนวเทเนอร์ ประกอบกับแนวทำนองรองที่มาเสริมลำดับอนุกรมเสียง (Harmonic Series) ของแนวทำนองหลัก เสียงของแนวทำนองหลักจะค่อยๆ สว่างขึ้นจากการผสมสีของเครื่องดนตรีกลุ่มโซปราโนโดยมีคลาริเน็ต 1 เป็นเสียงเนื้อเสียงนำ ตามด้วยฟลูตและทรัมเป็ต 1 ช่วยเสริมให้มีเนื้อเสียงมากขึ้น โดยมีโอโบเป็นขอบเสียง
	Transition	18-23	นำเสนอแนวทำนองหลักของช่วงเชื่อม (Transition) ในช่วงเสียงเทเนอร์กับช่วงเสียงโซปราโน ในแนวเสียงปิคโคโล ฟลูตและโอโบสอดแทรกเข้ามาตั้งแต่ช่วงท้ายทำนองหลักที่ 1 ก่อนหน้า
		24-27	นำชุดโน้ตจากบทเพลง “ลอยกระทง” มาดัดแปลงเป็นส่วนทำนองในลักษณะโน้ตสามพยางค์ (Triplet) นำเสนอในแนวทรัมเป็ต ฮอร์น ทรอมโบน แซ็กโซโฟนและบาสซูน เสริมด้วยเสียงประสานในแนวเครื่องลมไม้เสียงสูง กล็อกเคนชปีลและไวบราโฟนที่สร้างการเคลื่อนที่เร่งเร้าจากโน้ตสามพยางค์และเขบ็ตสองชั้น ค่อยๆ สร้างความตึงเครียด หรือเทนชัน (Tension) เคลื่อนที่ไปหาเทนชันคอร์ด (Tension Chord) ในห้องที่ 27
	A’	28-30	เปลี่ยนกุญแจเสียงเป็น E-flat Major นำเสนอส่วนทำนองใหม่บรรเลงโดยกลุ่มเครื่องลมไม้ในช่วงเสียงโซปราโน โดยมีแนวเสียงคลาริเน็ต 1 เป็นเสียงนำ ผ่อนเสียงประสาน (Release) จากเทนชันก่อนหน้า เพื่อเชื่อมกลับเข้าสู่ทำนองหลักที่ 1 อีกครั้ง
		31-38	นำเสนอแนวทำนองหลักที่ 1 อีกครั้ง ในลักษณะพื้นผิวทางดนตรี (Texture) ที่เบาบางลง ในแนวเดี่ยวฮอร์นและทรัมเป็ต โดยให้ฮอร์นเป็นเสียงนำ
	Transition	39-42	ทำนองหลักช่วงเชื่อมอยู่ในแนวเสียงบาสซูน เทเนอร์แซ็กโซโฟนและยูโฟเนียม เชื่อมเข้ามาตั้งแต่ห้องที่ 37 จากนั้นกลุ่มเครื่องลมไม้เสียงสูง (High Woodwind) รับแนวทำนองต่อในห้องที่ 41
		43-50	นำส่วนทำนองจากบทเพลง “ลอยกระทง” มาดัดแปลงเป็นส่วนทำนองบรรเลงล้อกันระหว่างกลุ่มเครื่องฟลูต คลาริเน็ต ทรัมเป็ต ฮอร์นและทรอมโบน สร้างเทนชันเพื่อเตรียมเปลี่ยนอารมณ์เข้าสู่ตอนต่อไป
II	B	51-58	แนวทำนองเพลงไทยสื่อถึงบรรยากาศความสวยงามของคืนวันลอยกระทง นำเสนอด้วยเทคนิคการประพันธ์เพลงแบบสเตร็ตโต (Stretto) เกิดการสอดประสานแนวทำนองระหว่างแนวฟลูตกับแนวคลาริเน็ต 1 และแนวอัลโตแซ็กโซโฟน 1 โดยมีแนวเบสต่อเนื่อง (Ground Bass) ด้วยลีลาสอดประสานแนวทำนอง (Contrapuntal Style) บนบันไดเสียงไมเนอร์ (Minor Mode)

ตอนหลัก (Section)	ทำนองหลัก (Theme)	ห้องเพลง (Measure)	รายละเอียด (Event and Scoring)
			ในกลุ่มเครื่องเสียงต่ำ (Bass) และกลุ่มเครื่องกระทบ (ระฆังราว กล็อคเกลชปีล และไวบราโฟน) บรรเลงคู่เสียงกระด้างในลักษณะจังหวะขัด ลักษณะดนตรีในช่วงนี้สื่อถึงความขัดแย้งในจิตใจ ด้วยท่วงทำนองเพลงไทยที่ไพเราะ ชวนให้คิดถึงคนรักในบรรยากาศที่สวยงามของคืนวันลอยกระทง และแนวเบสสื่อถึงความโศกเศร้าของการเสียคนรักไปซึ่งยังคงขุ่นมัวอยู่ในจิตใจ
		59-63	สร้างเทนชันด้วยคอร์ดดิมินิชท์ (Diminished Chord) ในลักษณะเสียงระฆัง (Bell Tone) จากเครื่องเสียงต่ำ กลุ่มเครื่องลมไม้เสียงต่ำ เบสทรอมโบน ยูโฟเนียมและทูบา ตามด้วยกลุ่มทรอมโบน แซ็กโซโฟนและฮอร์น เพื่อสร้างเทนชันก่อนเข้าสู่จุดขัดแย้ง (Conflict) ในช่วงต่อไป
	Conflict	64-70	สับเปลี่ยนอัตราจังหวะระหว่าง 3/4 กับ 4/4 แนวทำนองสุกสว่าง สื่อถึงการเฉลิมฉลองในงานวันลอยกระทง ขัดแย้งกับแนวเสียงประสานที่เลือกใช้คอร์ดและแนวเบสเสียงขัดกับแนวทำนอง สื่อถึงความโศกเศร้าที่ขุ่นมัวอยู่ในจิตใจและยังคงปรากฏส่วนทำนองจากโน้ตเพลงลอยกระทง ในห้องที่ 68-69
III	C	71-78	เปลี่ยนกุญแจเสียงกลับมาเป็น B-flat Major อีกครั้งและปรับอัตราความเร็วเพิ่มขึ้นเล็กน้อย (A bit faster) นำเสนอแนวทำนอง C โดยการประสานเสียงของกลุ่มเครื่องลมไม้ (Woodwind Choir) โดยมีแนวเดี่ยวยูโฟเนียมและไวบราโฟน ต่อด้วยทรัมเป็ตและแนวกล็อคเคนชปีล สอดประสานแนวทำนองในลักษณะของการประสานเสียงแบบดนตรีไทย (Polyphonic Stratification)
		79-82	แนวทำนองอยู่ในกลุ่มเครื่องลมทองเหลืองโดยมีทรัมเป็ตเป็นเครื่องหลักทำหน้าที่พัฒนาแนวทำนองที่เสนอใหม่เป็นทำนอง C ในประโยคก่อนหน้านี้ มีฟลูท ปิคโคโลและแนวกล็อคเคนชปีลบรรเลงแนวสอดประสาน
		83-87	เปลี่ยนศูนย์กลางเสียง (Tone Center Modulation) โดยใช้การดำเนินเสียงประสานความสัมพันธ์คู่สามแบบโครมาติก (Chromatic Median) จากคีย์เสียงหลัก B-flat Major ไปหาคอร์ดเป้าหมาย D Major (Chromatic Mediant Chord) ในห้องที่ 88 โดยใช้การดำเนินคอร์ด A Major และ F Major ซึ่งเป็นคอร์ดที่มีความสัมพันธ์คู่สามกับ D Major
		88-91	แนวทำนองหลักที่ 3 กลับมาอีกครั้งในกลุ่มเครื่องลมไม้เสียงสูง โดยเปลี่ยนศูนย์กลางเสียงจาก B-flat Major เป็น D Major
		92-102	นำเสนอแนวทำนองใหม่ โดยการปรับแนวทำนอง (Thematic Transformation) จากทำนองหลักที่ 1 และส่วนทำนองจากเพลงลอยกระทงนำเสนอในกลุ่มฮอร์นและทรัมเป็ต
IV	A	103-107	ตอนย้อนความ (Recapitulation) เปลี่ยนอัตราความเร็วกลับมาเป็น Moderato Sostenuto และนำทำนองหลักที่ 1 จากช่วงต้นเพลงกลับมา

ตอนหลัก (Section)	ทำนองหลัก (Theme)	ห้องเพลง (Measure)	รายละเอียด (Event and Scoring)
			อีกครั้ง โดยเริ่มด้วยแนวกล็อกเคนชปีลและไวบลาโฟน นำเสนอรูปแบบเสียงคล้าย Music Box
		108-116	นำเสนอทำนองหลักที่ 1 (Theme A) ในลักษณะคอราล 4 แนวเสียงอีกครั้ง เริ่มด้วยแนวทำนองในช่วงเสียงอัลโต 4 ห้องเพลง ตามด้วยแนวเสียงโซปราโนรับบรรเลงแนวทำนองต่อ
		117-119	แนวการประโคมแตร (Fanfare) ในกลุ่มเครื่องลมทองเหลืองและแซ็กโซโฟน โดยนำส่วนทำนองที่ปรากฏในช่วงเชื่อม (ห้องที่ 43) มาใช้อีกครั้ง
Coda		120-129	นำทำนองจากช่วงจุดขัดแย้ง (Conflict) (ห้องที่ 64-70) กลับมานำเสนอในกลุ่มเครื่องลมทองเหลือง โดยปรับแนวเสียงประสานให้กลับมาอยู่ที่คีย์เสียงหลักของบทเพลง (B-flat Major) สื่อถึงอารมณ์การเฉลิมฉลองที่ปราศจากความขัดแย้งขุ่นมัวในจิตใจ ก่อนจบด้วยส่วนทำนองจากบทเพลงลอยกระทงที่ประโคมด้วยแนวเสียงทรัมเป็ต ฮอร์นและยูโฟเนียม

9. บทประพันธ์เพลงที่เกี่ยวข้อง

1. บทประพันธ์เพลงที่เกี่ยวข้องที่ใช้อ้างอิงในการประพันธ์
    1. The Firebird ประพันธ์โดย Igor Stravinsky (Contrapuntal Style)
    2. Symphony No. 10 ท่อนที่ 1 ประพันธ์โดย Dmitri Shostakovich (Contrapuntal Style)
2. บทประพันธ์เพลงที่เกี่ยวข้องที่ใช้อ้างอิงในการฟัง
    1. บทเพลงลอยกระทง
    2. บทเพลง Romanesque โดย James Swearingen
    3. “Horkstow Grange” จาก Lincolnshire Posy โดย Percy Grainger

10. จุดผิดพลาดในการตีพิมพ์โน้ตเพลง (Errata)

1. ห้องที่ 13 แนวโอโบ เพิ่มโน้ตตัวขาวปะจุด เสียง C ในจังหวะที่ 1

2. ห้องที่ 16-18 แนวทรัมเป็ต ทรอมโบน 1 และเบสทรอมโบน เปลี่ยน Articulation ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวฮอร์น โดยใส่ Slur ตั้งแต่จังหวะที่ 4 ของห้องที่ 15 ถึงจังหวะที่ 2 ของห้องที่ 17 และใส่ตั้งแต่จังหวะที่ 2 ของห้องที่ 17 ถึงจังหวะที่ 1 ของห้องที่ 18

3. ห้องที่ 29 แนวอัลโตแซกโซโฟน 2 ปรับเสียงขึ้นคู่ 2 ไมเนอร์ จากโน้ต B เป็นโน้ต C

4. ห้องที่ 39 แนวกล็อคเคนชปีล ปรับเสียงลงคู่ 2 เมเจอร์ จากโน้ต F เป็นโน้ต E-flat

11. สรุป

บทเพลงนี้ประพันธ์ขึ้นในรูปแบบดนตรีพรรณนา (Program Music) วาทยกรต้องทำความเข้าใจหลักการผสมเครื่องดนตรีในกลุ่มเสียงเดียวกัน (โซปราโน อัลโต เทนเนอร์ เบส) และระหว่างกลุ่มเสียงต่างๆ เพื่อให้เกิดมิติในการบรรเลงได้ตามเจตนารมณ์ของผู้ประพันธ์ บทเพลงนี้ประกอบด้วย 3 ทำนองหลัก ประกอบด้วยห้าท่อนใหญ่ๆ ท่อนที่หนึ่งนำเสนอทำนอง A ท่อนที่สองนำเสนอทำนอง B ท่อนที่สามนำเสนอทำนอง C ท่อนที่สี่นำทำนอง A กลับมาอีกครั้ง และท่อนที่ห้าเป็นท่อนจบ Coda ตลอดเพลงตั้งแต่เริ่มต้นเสนอแนวทำนองหลักโดยใช้ทำนองของบทเพลงลอยกระทงเป็นวัตถุดิบ

ในการประพันธ์มีการพัฒนาแนวทำนองโดยการนำเสนอซ้ำประโยคเพลงในช่วงเสียงเครื่องดนตรีที่แตกต่างกันและเพิ่มแนวทำนองสอดประสาน (Countermelody) ที่น่าสนใจทั้งในลักษณะคอราล 4 แนวเสียง (4-Parts Chorale) และการสอดประสานแนวทำนอง (Contrapuntal Style) ซึ่งวาทยกรต้องปรับความสมดุลของการผสมเสียงให้เหมาะสมตามพัฒนาการของเพลงในแต่ละท่อนเพลงตั้งแต่ต้นจนจบ

รายการอ้างอิง

กรมพลศึกษา. (2563). *รายงานการจัดการแข่งขันหรือกิจกรรมวงโยธวาทิตแห่งประเทศไทย*. กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2557). *ลอยกระทง*. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. http://book.culture.go.th/newbook/day/loy.pdf

ณัชชา พันธุ์เจริญ. (2554). *พจนานุกรมศัพท์ดุริยางค์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). เกศกะรัต.

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์

การออกแบบอุปกรณ์สร้างสรรค์ลวดลายบนสิ่งทอจากอัตลักษณ์เมืองสกลนครเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์และนักออกแบบท้องถิ่น*

Received: 29 July 2025
Revised: 18 October 2025
Accepted: 3 November 2025

นันทิยา ณ หนองคาย**
นภาดา ยุกติรัตน์***
กัลยกร จันทรสาขา****
ชิดชนก สุขสมบูรณ์*****

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องการสร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมนักออกแบบท้องถิ่นมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อออกแบบและพัฒนาชุดลวดลายจากอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดสกลนคร 2) เพื่อพัฒนาอุปกรณ์สร้างสรรค์ลวดลายบนสิ่งทอเพื่อใช้ในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและส่งเสริมนักออกแบบท้องถิ่น และ 3) เพื่อจัดอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้การมีส่วนร่วมของชุมชนและประเมินผลความเข้าใจและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณะ

ผลการวิจัยพบว่าสามารถจัดกลุ่มลวดลายใหม่ตามยุคสมัยของพื้นที่แอ่งสกลนครเป็น 3 ชุดลวดลายคือ สิ่งมีชีวิตยุคดึกดำบรรพ์ (Sakonnakhonensis) ความลับแห่งศิลปะถ้ำ (The Mystery of Sakon Nakhon) และหลงเสน่ห์เมืองสกล (Enchanted Sakon) สู่อุปกรณ์สร้างสรรค์ลวดลายบนสิ่งทอในรูปแบบของเทมเพลทด้วยการฉลุแผ่นอะคริลิกตามลวดลายที่ออกแบบขึ้น จากนั้นได้มีการจัดโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยี มีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 50 คน มีการประเมินตนเองก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการ ได้ผลดังนี้ ความเข้าใจของผู้เข้าร่วมโครงการ *ก่อน* การฝึกอบรม ค่าเฉลี่ยคือ 2.93 มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง ความเข้าใจของผู้เข้าร่วมโครงการ *หลัง* การฝึกอบรม

คำสำคัญ

การสร้างสรรค์ลวดลาย; อัตลักษณ์เมืองสกลนคร; การส่งเสริมนักออกแบบท้องถิ่น

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การออกแบบสิ่งทอในแนวทางหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมนักออกแบบท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของชุมชน” ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

** อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบสร้างสรรค์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ติดต่อได้ที่: nantiya.nanongkai@gmail.com (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

*** บรรณาธิการสำนักพิมพ์เอบีตรีมุขคลับ (AB Trimook Club) ติดต่อได้ที่: edubooksogood@gmail.com

**** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบสร้างสรรค์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ติดต่อได้ที่: k_yakorn@hotmail.com

***** อาจารย์ประจำสาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ติดต่อได้ที่: chidchanok_su@rmuti.ac.th

ค่าเฉลี่ยคือ 4.04 มีความเหมาะสมในระดับมาก ผลรวมของความพึงพอใจต่อโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน ค่าเฉลี่ยคือ 4.50 มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด หลังจากการเข้าร่วมโครงการ ผู้เข้าร่วมโครงการมีความมั่นใจในความรู้ความสามารถและมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองมากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแนวทางการจัดโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีในรูปแบบนี้มีความเหมาะสมและได้ผลดี

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

The Design of Creative Pattern-Making Tools for Textiles from Sakon Nakhon's identity to Promote Local Identity and Designers*

Received: 29 July 2025
Revised: 18 October 2025
Accepted: 3 November 2025

Nantiya Na Nongkai**
Naphada Yuktirat***
Kanyakorn Chantarasakha****
Chidchanok Suksomboon*****

Research Article

Abstract

Research article on pattern creation from local identity to promote local designers aimed to 1) To design patterns derived from local identity within the community; 2) To develop tools for creating textile patterns for use in technology transfer and to promote local designers and encourage community; 3) To organize a workshop on knowledge transfer, community participation and evaluation of the understanding and satisfaction of the target group, and organize exhibitions to showcase the work of training participants.

The research found that new pattern sets could be categorized according to the historical periods of the Sakon Nakhon Basin into three collections: Sakonnakhonensis, The Mystery of Sakon Nakhon and Enchanted Sakon. These were used as templates for textile pattern-creation tools, developed in the form of laser-cut acrylic stencil sheets based on the designed patterns. A technology transfer program was then conducted with 50 participants. Self-assessment evaluations before and after the training revealed the following results: Before the training,

Keywords

pattern creation;
Sakon Nakhon identity;
promotion of local designers

* This article is part of the research project "Textiles Design in Crafts-based approaches to Enhance Local Designer and Community Participation", supported by the National Research Council of Thailand.

** Lecturer, Creative Design Program, Faculty of Architecture and Creative Arts, Rajamangala University of Technology Isan, e-mail: nantiya.nanongkai@gmail.com (corresponding author)

*** Editor, AB Trimook Club Publishing, e-mail: edubooksogood@gmail.com

**** Assisant Professor, Creative Design Program, Faculty of Architecture and Creative Arts, Rajamangala University of Technology Isan, e-mail: k_yakorn@hotmail.com

***** Lecturer, Interior Architecture Program, Faculty of Architecture and Creative Arts, Rajamangala University of Technology Isan, e-mail: chidchanok_su@rmuti.ac.th

the average understanding score was 2.93, rated as moderate. After the training, the average understanding score rose to 4.04, rated as high. The overall satisfaction with the community technology transfer project was rated at an average of 4.50, considered very high. Following participation in the project, participants reported increased confidence, knowledge, skills, and a more positive self-image. These outcomes demonstrate that the technology transfer approach used in this project was appropriate and effective.

1. บทนำ

ภูมิปัญญาการผลิตสิ่งทอในประเทศไทยมีมาอย่างยาวนานและเป็นอาชีพที่สำคัญของทุกภาค สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น มีเอกลักษณ์ มีวัสดุ มีเรื่องราวการนำเสนอที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่นและยังเป็นสินค้าที่สำคัญที่ช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ผ้าทอพื้นบ้านโดยทั่วไปมีอยู่สองลักษณะคือ ผ้าพื้นและผ้าลาย ผ้าพื้น ได้แก่ ผ้าที่ทอเป็นสีพื้นธรรมดา ไม่มีลวดลาย ใช้สีตามความนิยม ส่วนผ้าลายนั้นเป็นผ้าที่มีการประดิษฐ์ลวดลายเพิ่มเติมเพื่อความสวยงาม มีชื่อเรียกเฉพาะตามวิธี เช่น ถ้าใช้ทอ (เป็นลายหรือดอก) เรียกว่า “ผ้ายก” การทอผ้าของคนไทยหลายท้องถิ่นยังคงรักษารูปแบบอันเป็นเอกลักษณ์ไว้อย่างเหนียวแน่น การทอผ้านอกจากเป็นศาสตร์และศิลป์แล้วยังหมายความถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมและพิธีกรรมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต หากแต่มีการพัฒนาสิ่งต่างๆ ไปตามยุคสมัย ทั้งรูปแบบ การย้อมสีและลวดลาย นอกจากนี้ยังบ่งบอกถึงฐานะทางสังคม ชาติพันธุ์ วัฒนธรรมประเพณีในสมัยนั้นๆ ได้ด้วย (ดนัย ชาทิพฮด, 2558)

สินค้าไลฟ์สไตล์มีความสำคัญอย่างมากเนื่องจากเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นตัวตน และรสนิยมของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ทำให้สินค้าไลฟ์สไตล์มีบทบาทสำคัญในการสร้างความแตกต่างในตลาด สินค้าไลฟ์สไตล์ในที่นี้หมายรวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่ออกแบบเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและสะท้อนตัวตนของผู้บริโภค ครอบคลุมผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท เช่น สินค้าแฟชั่น การตกแต่งภายใน ของใช้ส่วนตัว สินค้าหัตถกรรม รวมถึงการออกแบบทางอุตสาหกรรม (Industrial Design) และสถาปัตยกรรมด้านสังคม ความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ ดีไซน์มีความเฉพาะตัวและสามารถบ่งบอกถึงตัวตนของตนเองได้ รวมถึงเรื่องของประสบการณ์และคุณค่าที่สินค้านำเสนอมากกว่าการมองหาสินค้าที่มีราคาถูกเพียงอย่างเดียว ทำให้ตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์กลายเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2567) การที่ไทยจะสามารถแข่งขันได้จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาผู้ผลิตในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในการออกแบบและพัฒนาสินค้าที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ของชุมชน ดังเช่นผลงานที่เป็นการสร้างสรรค์สิ่งทอโดยได้แรงบันดาลใจมาจากสิ่งรอบตัว

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการออกแบบสินค้าไลฟ์สไตล์ด้วยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การสนับสนุนและส่งเสริมนักออกแบบรุ่นใหม่ด้วยการนำอัตลักษณ์ในท้องถิ่นมาสร้างสรรค์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าชุมชนได้นั้นเป็นสิ่งที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและทำให้เกิดความหลากหลายโดยคนในชุมชนเอง ซึ่งสมาชิกในชุมชนหรือกลุ่มผู้ผลิตที่ต้องการสานต่อและมีส่วนร่วมนั้นหากไม่ได้มีพื้นฐานทางศิลปะ หรือการออกแบบจะทำให้เกิดความกังวลใจ ไม่มั่นใจ ไม่กล้าลงมือทำ ซึ่งเป็นกำแพงใหญ่ในการทำให้คนในชุมชนไม่สามารถสร้างสรรค์งานได้ตามต้องการ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ หรือนักศึกษา สมาชิกที่ไม่มีประสบการณ์ในการผลิตสิ่งทอมาก่อน ทำให้ผู้วิจัยได้ประเด็นในการพัฒนาอุปกรณ์เครื่องมือที่จะช่วยส่งเสริมและสร้างนักออกแบบท้องถิ่นร่วมกับการถอดอัตลักษณ์ในท้องถิ่นเป็นลวดลาย รวมไปถึงขั้นตอนการผลิตและการเตรียมการนำเสนอต่อสาธารณะ เพื่อให้งานที่มีคุณค่านี้เกิดจากฝีมือของคนในชุมชน ได้ถูกนำไปใช้ บอกต่อและต่อยอดพัฒนาในระบบอุตสาหกรรมหรือเชิงพาณิชย์ได้

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาชุดลวดลายจากอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดสกลนคร

2. เพื่อพัฒนาอุปกรณ์สร้างสรรค์ลวดลายบนสิ่งทอเพื่อใช้ในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและส่งเสริมนักออกแบบท้องถิ่น

3. เพื่อจัดอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้ การมีส่วนร่วมของชุมชนและประเมินผลความเข้าใจและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณะ

3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตของสถานที่ทำการวิจัย (Place)

ศึกษาลวดลายและคลี่คลายลวดลายที่มาจากอัตลักษณ์ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร

3.2 ขอบเขตของประชากรที่ศึกษา (People)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้ผลิตสินค้าในชุมชนและประชาชนทั่วไปที่สนใจพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์จากการพัฒนาลวดลายบนสิ่งทอ

โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกเข้าเป็นกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. เป็นผู้ผลิตสินค้าสิ่งทอในชุมชน หรือผู้ที่สนใจผลิตสินค้าไลฟ์สไตล์จากการพัฒนาลวดลายบนสิ่งทอ อายุ 18 ปีขึ้นไป มีสุขภาพร่างกายสมบูรณ์ สามารถร่วมกิจกรรม

2. เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร

3. เป็นผู้ยินดีและเต็มใจให้ข้อมูลและเข้าร่วมกิจกรรมตลอดโครงการ

การวิจัยนี้มุ่งเน้นส่งเสริมนักออกแบบท้องถิ่นด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการนำอุปกรณ์และลวดลายที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่มีอยู่เดิม หรือผู้ที่สนใจสร้างอาชีพด้วยการเป็นนักออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสิ่งทอ

3.3 ขอบเขตของเนื้อหาสาระที่ศึกษา (Variable)

1. ศึกษาประวัติข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสกลนครตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เรื่องราวความเป็นมาของพื้นที่เพื่อให้ทราบเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะในจังหวัดสกลนคร สามารถนำมาถ่ายทอดโดยผ่านการคลี่คลายลวดลายในรูปทรงอย่างเรียบง่าย ลดทอนรายละเอียด แต่ยังคงไว้ซึ่งจุดเด่นเรื่องราวเฉพาะถิ่น

2. ศึกษาสิ่งทอพื้นถิ่นจังหวัดสกลนครและการออกแบบสิ่งทอที่ปรากฏในปัจจุบัน กรรมวิธีการผลิตวัตถุดิบในชุมชน ความสามารถในการผลิตด้วยเทคนิคต่างๆ สินค้าและกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าสิ่งทอในจังหวัดสกลนคร รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน

3. พัฒนาอุปกรณ์สร้างสรรค์ลวดลายบนสิ่งทอ รูปแบบของชุดอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการนำไปประยุกต์ใช้กับเทคนิคต่างๆ ที่ผู้ผลิตสินค้าชุมชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

4. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ การเรียนรู้ของแต่ละช่วงวัยเพื่อให้ได้แนวทางการเรียนรู้สำหรับการจัดกิจกรรมฝึกอบรม การพัฒนาทักษะ 5I ได้แก่ แรงบันดาลใจ (Inspiration) จินตนาการ (Imagination) ความคิดสร้างสรรค์ (Ideation) การบูรณาการ (Integration) การลงมือทำจริง (Implementation) และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

5. จัดนิทรรศการเผยแพร่ผลงาน แนวทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1 อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity)

4.1.1 ประวัติจังหวัดสกลนคร

สกลนครเดิมชื่อเมืองหนองหารหลวงแห่งอาณาจักรขอมโบราณ โดยขุนขอมราชบุตร เจ้าเมืองอินทปัฐนคร ซึ่งได้อพยพครอบครัวและบ่าวไพร่จากเมืองเขมรมาสร้างเมืองใหม่ที่ริมหนองสี่หารหลวง บริเวณท่านางอาบปัจจุบันเรียกว่าท่าศาลา อำเภอโคกศรีสุพรรณ มีเจ้าปกครองเรื่อยมาจนสิ้นสมัยพระเจ้าสุวรรณภิงคาระ เมื่อเกิดฝนแล้งทำให้ราษฎรอพยพไปเมืองเขมร ครั้นถึงพุทธศตวรรษที่ 19 เมื่อสกลนครอยู่ภายใต้อิทธิพลของอาณาจักรล้านช้าง จึงได้เปลี่ยนชื่อเมืองเป็นเชียงใหม่หนองหาร หรือเมืองสระหลวง หลังจากนั้นเมืองสกลนครคงอยู่ใต้การปกครองกันไปมาระหว่างอาณาจักรล้านช้างกับอาณาจักรสุโขทัยและไม่ค่อยมีบทบาททางประวัติศาสตร์ที่โดดเด่นนัก จนมาถึงสมัยกรุงศรีอยุธยา ผู้คนกระจัดกระจายเป็นชุมชนเล็กๆ ทำมาหากินตามริมหนองหาร

แอ่งสกลนครเป็นชื่อวิชาการทางธรณีวิทยา หมายถึงแผ่นดินที่อยู่ระหว่างแม่น้ำโขงกับเทือกเขาภูพาน ประกอบด้วยจังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร อุดรธานีและหนองคาย เรียกพื้นที่นี้ว่า “ที่ราบสูงโคราช” ประกอบด้วยแอ่งสกลนครและแอ่งโคราช แผ่นดินทั้งหมดนี้เคยเป็นทะเลมาก่อนในมหายุคพาเลโอโซอิก ราว 300 ล้านปี และถูกดันขึ้นมาเป็นแผ่นดินในมหายุคมีโซโซอิก ราว 245-65 ล้านปี ไดโนเสาร์ชนิดต่างๆ ล้วนเกิดขึ้นในมหายุคนี้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ยุคไทรแอสซิก ยุคจูแรสซิกและยุคครีเทเซียส จากการศึกษาทางธรณีวิทยาพบว่าพื้นที่แอ่งสกลนครน่าจะเกิดขึ้นในยุคครีเทเซียส ราว 120 ล้านปีที่แล้ว (สรรค์สนธิ บุณโยทยาน, ม.ป.ป.)

ศิลปะถ้ำในกลุ่มภูพานสกลนครพบอยู่ในเขตของ 2 จังหวัด คือ สกลนคร 4 แหล่ง และกาฬสินธุ์ 2 แหล่ง ตามแนวของเทือกเขาภูพาน ซึ่งเป็นแกนตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันตกเฉียงเหนือ แหล่งที่พบในจังหวัดสกลนครทั้ง 4 แหล่ง มีถ้ำผาลายภูผายนต์ อำเภอเมืองสกลนคร ถ้ำม่วงภูก่อและถ้ำพระด่านแร้ง อำเภอเต่างอย และผาผักหวาน อำเภอส่องดาว ส่วนที่พบในจังหวัดกาฬสินธุ์ 2 แหล่ง คือที่ถ้ำลายมือ ภูผาผึ้ง บ้านหนองห้างและถ้ำเซ่งเม่ง ภูหัวนา บ้านห้วยม่วง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ แบบศิลปกรรมที่พบทั้ง 5 แหล่งนี้มี 2 ประเภท คือ ที่ทำจาก

เทคนิคการลงสี (pictograph) และเทคนิคการทำรูปรอยลงในหิน (petroglyph) (โครงการโบราณคดีประเทศไทย, 2532)

พื้นที่ย่านเมืองเก่าสกลนครได้รับเลือกเป็นย่านต้นแบบ ลักษณะพื้นที่เชิงภูมิศาสตร์เป็นแอ่ง มี “หนองหาร” เป็นพื้นที่เมืองเก่าติดหนองน้ำและเป็นแหล่งน้ำธรรมชาติที่ใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการสร้างเมืองในรูปแบบคูเมืองและกำแพงเมืองล้อมรอบย่านพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัย มีลักษณะกายภาพของอาคารที่สร้างตามหลัก “คุ้มบ้าน คุ้มวัด” ซึ่งหมายถึงการตั้งถิ่นฐานของบ้านเรือนรอบวัด ภายในพื้นที่ย่านมีโครงสร้างพื้นฐานและถนนรองรับในลักษณะรูปแบบตาราง ขยายการตั้งถิ่นฐานจากเมืองฝั่งตะวันออกใกล้พระธาตุเชิงชุมไปจนถึงฝั่งตะวันตก (กมลกานต์ โกศลกาญจน์, 2567)

4.1.2 สิ่งทอพื้นถิ่นในจังหวัดสกลนคร

เนื่องจากจังหวัดสกลนครมีครามเป็นสินทรัพย์ที่โดดเด่น ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ภายในบริเวณพื้นที่เมืองเก่ายังมีแหล่งจำหน่ายผ้าครามที่สำคัญ เช่น ถนนผ้าคราม ร้านค้าปลีกรายย่อย และร้าน Mann Craft นอกจากนี้ยังมีโอกาสส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเภทงานหัตถกรรมและแฟชั่น เพื่อผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่และพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมให้มีเอกลักษณ์ตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานในปัจจุบัน

งานหัตถศิลป์ตามวิถีชีวิตอีสาน ภาคอีสานตอนบนหรือกลุ่มวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ได้แก่ บริเวณพื้นที่เทือกเขาภูพานตอนบนไปจรดริมฝั่งแม่น้ำโขงหรือบริเวณแอ่งสกลนครมีเทือกเขาใหญ่น้อย รวมทั้งแอ่งต่างๆ มากมายตามเส้นทางแม่น้ำโขง เครื่องแต่งกายพื้นบ้านของภาคอีสานเป็นผ้าทอมือทั้งจากฝ้ายและไหม สตรีไทยอีสานจะนุ่งผ้าซิ่นสั้นแค่เข่า สวมเสื้อแขนกระบอก ห่มสไบ เกล้ามวยและทัดดอกไม้ ส่วนชายนุ่งกางเกงหรือโสร่ง สวมเสื้อคาดผ้าขาวม้า เครื่องประดับส่วนใหญ่ทำด้วยเงินและทอง สมัยโบราณงานทอผ้าถือเป็นกิจกรรมยามว่างจากงานประจำอื่นๆ นอกจากจะใช้ผ้าทอเป็นเครื่องนุ่งห่มแล้วยังใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น หมอน ผ้าห่ม ผ้าขาวม้า ทอเป็นเครื่องถวายพระ ผ้าห่อคัมภีร์และผ้ากราบ ผ้าที่มีลวดลายประณีตงดงามขึ้นชื่อของภาคอีสาน คือ ผ้าลายขิด ผ้ามัดหมี่และผ้าแพรวา (ศักดิ์ชาย สิกขา, 2559) และยังมีกลุ่มชนเผ่าต่างๆ เช่น ข่า ผู้ไท โส้ แสก กระเลิง ย้อ ซึ่งกลุ่มไทยลาวนี้มีความสำคัญยิ่งในการผลิตผ้าพื้นเมืองของอีสาน ส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากฝ้ายและไหม แม้ว่าในปัจจุบันจะมีการนำเอาเส้นใยสังเคราะห์มาทอร่วมด้วย ผ้าที่นิยมทอกันในแถบอีสานเหนือคือผ้ามัดหมี่ ผ้าขิด และผ้าแพรวา ผ้ามัดหมี่เป็นศิลปะการทอผ้าพื้นเมืองที่ใช้กรรมวิธีในการย้อมสีที่เรียกว่าการมัดย้อม (tie dye) เพื่อทำให้ผ้าที่ทอเกิดเป็นลวดลายสีสันต่างๆ เอกลักษณ์อันโดดเด่นอยู่ตรงที่รอยซึมของสีที่วิ่งไปตามบริเวณของลวดลายที่ผูกมัดและการเหลื่อมล้ำในตำแหน่งต่างๆ ของเส้นด้ายเมื่อถูกนำขึ้นกี่ ขณะที่การทอลวดลายสีสันอันวิจิตรจะได้มาจากความชำนาญของการผูกมัดและย้อมหลายครั้งให้เกิดสีที่แตกต่างซึ่งสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ

4.1.3 อัตลักษณ์ลวดลาย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านการถอดรหัสเมืองสกลนครสู่การคลี่คลายลวดลายจากการลงพื้นที่และสัมภาษณ์ผู้ผลิตสินค้าผ้าย้อมคราม โดยคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจเส้นทางดังนี้คือ

1. เส้นทางพุทธศาสนา ได้แก่ วัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร วันถ้ำผาแด่น วัดป่าสุทธาวาส วัดถ้ำขาม วัดป่าอุดมสมพร วัดพระพุทธบาทน้ำทิพย์ วัดป่าที่เป็นที่พำนักของพระเกจิอาจารย์ที่เป็นที่เคารพเลื่อมใส

ของประชาชน และเส้นทางที่ประชาชนนิยมในการทำกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดเพื่อความเป็นสิริมงคลตามความเชื่อและร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวตามรอยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงพญาเต่างอยซึ่งเป็นสถานที่ที่สร้างขึ้นมาในยุคหลังตามความเชื่อของชาวบ้านละแวกนั้น ประกอบกับได้รับความนิยมจากบทเพลงเต่างอย จึงทำให้สถานที่อำเภอเต่างอยมีการท่องเที่ยวและเป็นที่รู้จักมากขึ้น

2. เส้นทางธรรมชาติ ได้แก่ แก่งกะลังกะลาดในอำเภอกุดบาด ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญทางธรรมชาติของจังหวัดที่มีการค้นพบรอยเท้าไดโนเสาร์

3. เส้นทางวัฒนธรรม ได้แก่ ถนนผ้าย้อมคราม หมู่บ้านท่าแร่ และบ้านคำข่าที่มีกลุ่มของครูหัตถศิลป์ พิระ ประเสริฐก้านตง ครูช่างศิลปหัตถกรรม พ.ศ. 2557 งานผ้าย้อมคราม จังหวัดสกลนคร หนึ่งในผู้เข้าร่วมโครงการที่ร่วมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบและตัดเย็บที่ได้รับการอบรมเพิ่มพูนทักษะจากศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) (SACICT) อย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านเทคนิคการย้อมวัตถุดิบและการสร้างเอกลักษณ์ ทำให้สามารถยกระดับคุณค่าผ้าย้อมครามได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 1. แบบร่างทางความคิดเบื้องต้นในการถอดรหัสเมืองสกลนคร

จากภาพที่ 1 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลคือหมวดหมู่ของลวดลายที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม ได้แก่ 1) ลวดลายจากยุคก่อนประวัติศาสตร์ (ไดโนเสาร์ ภาพผนังถ้ำ ลายขดเชือกบนเครื่องปั้นดินเผา) 2) ลวดลายจากวัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณี (มวยสกล พญานาค ปราสาทผึ้ง ความเคารพศรัทธา) และ 3) ลวดลายจากอัตลักษณ์ประจำจังหวัด (ดอกอินทนิล ปลาก่ำ อาหาร สาวภูไท) เป็นต้น

ผู้วิจัยได้นำเอกลักษณ์ทั้งหมดที่พบในสกลนครและเป็นที่รู้จักในปัจจุบันมาสร้างเป็นลวดลาย ลดทอนลายเส้นอย่างง่ายเพื่อให้สามารถรับรู้และเข้าใจความหมายได้ทันทีเมื่อพบเห็น ซึ่งในเขตพื้นที่แอ่งสกลนครมีเรื่องราวและข้อมูลที่น่าสนใจอยู่มาก สะสมมาอย่างยาวนานจนเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของจังหวัดสกลนครและเนื่องด้วยความหมายของแต่ละลวดลายมีที่มาแตกต่างกันมาก เช่น ลายสัตว์ หรือลวดลายจากความเชื่อและวัฒนธรรมต่างๆ



ภาพที่ 2. การแบ่งกลุ่มลวดลายเมืองสกลนคร

จากภาพที่ 2 คือผลจากการรวบรวมข้อมูลในพื้นที่จังหวัดสกลนครหรือแอ่งสกลนครที่มีเรื่องราวมาอย่างยาวนานตั้งแต่สมัยยุคดึกดำบรรพ์จนถึงยุคก่อนประวัติศาสตร์ที่มนุษย์ยังอยู่ในถ้ำ ได้รวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์ของจังหวัดสกลนคร รวมถึงแอ่งสกลนคร แบ่งกลุ่มลวดลายออกเป็น 3 ชุด ดังต่อไปนี้ 1) ชุดสิ่งมีชีวิตและร่องรอยจากสมัยดึกดำบรรพ์ 2) ชุดลวดลายในผนังถ้ำสมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์ และ 3) ชุดลวดลายสมัยประวัติศาสตร์จนถึงปัจจุบัน โดยตั้งชื่อชุดลวดลายให้น่าสนใจตามเรื่องราวคือ 1) สิ่งมีชีวิตยุคดึกดำบรรพ์ (Sakonnakhonensis) 2) ความลึกลับแห่งศิลปะถ้ำ (The Mystery of Sakon Nakhon) และ 3) หลงเสน่ห์เมืองสกล (Enchanted Sakon) เพื่อให้สามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาเป็นสินค้า เข้าถึงและจดจำได้ง่ายขึ้น ด้วยการใช้คำที่กระชับและสื่อถึงเรื่องราวในแต่ละชุดลวดลาย มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถรับรู้และเข้าใจเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอในลวดลายนั้นๆ

4.2 ทฤษฎีองค์ประกอบศิลปะ

4.2.1 การคลี่คลายลวดลาย

ก่อนออกแบบลวดลายนั้นจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องการใช้รูปภาพ สัญลักษณ์ต่างๆ ในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการนำภาพหรือองค์ประกอบ สิ่งของในพื้นที่ชุมชนนั้นมาใช้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจถึงความหมายที่มา ความถูกต้องเหมาะสมในการใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งที่มีผลกระทบต่อความเชื่อ ค่านิยม หรือความศรัทธาของคนในชุมชนและการนำลวดลายนั้นไปใช้ขยายผลต่อ ไม่ใช่แค่ความสวยงามเพียงอย่างเดียว

ชลูด นิ่มเสมอ (2544, น. 18-23) ได้กล่าวว่าศิลปะนั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ โครงสร้างทางวัตถุที่มองเห็นได้ซึ่งเราเรียกว่า รูปทรง (form) กับอีกส่วนหนึ่งที่เป็นการแสดงออกอันเป็นผลที่เกิดจากโครงสร้างทางวัตถุนั้นซึ่งเราเรียกส่วนหลังนี้ว่า เนื้อหา (content) ซึ่งจะกล่าวถึงในรายละเอียดดังนี้

รูปทรง สิ่งที่มองเห็นได้ในทัศนศิลป์ เป็นส่วนที่ศิลปินสร้างขึ้นด้วยการประสานกันอย่างมีเอกภาพของทัศนธาตุ (visual elements) ได้แก่ เส้น น้ำหนักอ่อนแก่ ที่ว่าง สีและลักษณะพื้นผิว รูปทรงมีองค์ประกอบสำคัญ 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นโครงสร้างทางรูป ได้แก่ ทัศนธาตุที่รวมตัวกันอย่างมีเอกภาพกับส่วนที่เป็นโครงสร้างทางวัตถุ ได้แก่ วัสดุที่ใช้ในการสร้างรูป เช่น สี ดินเหนียว ไม้ กระดาษ ผ้า โลหะ ฯลฯ และเทคนิคที่ใช้กับวัสดุเหล่านั้น เช่น การระบาย การปั้น การแกะสลัก การปะ การทอ การเชื่อมต่อ ฯลฯ

เนื้อหา ความหมายของงานศิลปะที่แสดงออกผ่านรูปทรงทางศิลปะ (artistic form) เนื้อหาประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

- เรื่อง (subject) หมายถึงจุดเริ่มต้นของการสร้างงานศิลปะแบบรูปธรรม เช่น คน พืช สัตว์ สิ่งของ ทิวทัศน์ ศาสนา สงคราม ฯลฯ หรือหมายถึง “ภาพนี้เกี่ยวกับอะไร” หรือต้องการสื่อถึงอะไร เป็นต้น ส่วนงานศิลปะแบบนามธรรมนั้นจะไม่มีเรื่อง เพราะศิลปินต้องการแสดงออกโดยใช้การประสานกันของรูปทรงเป็นสาระสำคัญที่ไม่ต้องอ้างอิงความจริงเนื้อหาผ่านเรื่องราวใดๆ

- แนวเรื่อง (theme) หมายถึงส่วนหนึ่งในองค์ประกอบของเนื้อหาที่เน้นแนวความคิด (concept) ของศิลปินที่มีต่อเรื่องหรือรูปทรงที่เป็นสาระหรือแนวทางการสร้างสรรค์มากกว่าเรื่องซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของงานศิลปะเมื่อมองจากด้านการสร้างสรรค์หรือผู้ที่สร้างสรรค์ เพราะเป็นแนวคิดที่เป็นโครงสร้างเบื้องต้นของการสร้างงาน

เนื้อหาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ เนื้อหาภายในหรือเนื้อหาทางรูปทรงกับเนื้อหาภายนอกหรือเนื้อหาทางเรื่องราวหรือทางสัญลักษณ์

เมื่อทราบถึงที่มาความสำคัญของลวดลายต่างๆ แล้วนั้น จึงได้นำมาจัดหมวดหมู่แล้วคลี่คลายลายเส้นจัดองค์ประกอบตามหลักการออกแบบ เพื่อให้ได้ลวดลายที่เหมาะสมกับจุดประสงค์ที่ต้องการใช้งานและยังคงไว้ซึ่งเนื้อหาที่ถูกต้องเหมาะสมเป็นสำคัญ

4.2.2 หลักการออกแบบลวดลาย

หลักการออกแบบลวดลายประดับเป็นแนวปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนกำหนดรูปแบบของทัศนธาตุ เช่น จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง สี ฯลฯ ให้เกิดความแปลกใหม่ เหมาะสมกับการนำไปใช้งานกับผลงานศิลปกรรมหรือผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ (พีนาลิน สาริยา, 2549, น. 4) โดยอธิบายหลักการออกแบบลวดลายประดับในรูปแบบไทยเป็นประเด็นย่อยๆ เป็นแนวปฏิบัติในการออกแบบลวดลายไทยสำหรับการประดับตกแต่งผลงานศิลปกรรมไทยตามแต่จุดประสงค์ของผู้สร้างสรรค์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ คือ พื้นที่ การซ้ำ สัดส่วน ความสมดุล ช่องไฟ

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ทราบว่าการออกแบบลวดลายประดับแบบไทย นอกจากการฝึกหัดการเขียนตัวลายในแต่ละลักษณะให้มีสัดส่วน ขนาด มีความสมดุลที่ดีแล้ว ระหว่างลวดลายแต่ละตัวกับพื้นหลังมีความสำคัญช่วยส่งเสริมให้ผลงานศิลปกรรมไทยที่มีการประดับลวดลายมีคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับผลงานศิลปกรรมมากขึ้นด้วย

4.2.3 เทคนิคการวางและการสร้างสรรค์ลาย

4.2.3.1 การกำหนดพื้นที่

การกำหนดพื้นที่เป็นการวางแผนสำหรับการออกแบบลวดลายประดับเพื่อบรรจุลงในพื้นที่ตามที่กำหนดไว้ ในการกำหนดพื้นที่ควรพิจารณา 2 ลักษณะ คือ พื้นที่ที่มีขอบเขตไม่แน่ชัดหรือมีความอิสระของพื้นที่และพื้นที่ที่มีขอบเขตตายตัวและชัดเจน ซึ่งทั้งสองลักษณะมีรายละเอียดที่ควรพิจารณา กล่าวคือพื้นที่ที่ไม่มีขอบเขตแน่ชัดหรืออิสระ

4.2.3.2 การกำหนดโครงสร้างของลวดลาย

การกำหนดโครงสร้างของลวดลายก่อนที่จะบรรจุลวดลายแต่ละตัวลงบนพื้นที่ เนื่องจากลวดลายประดับมีอยู่หลายลักษณะ แต่ละลักษณะมีโครงสร้างลวดลายแตกต่างกัน เช่น ลายเดี่ยว เป็นลวดลายที่เป็นลายเฉพาะหรืออาจเรียกว่า แม่ลาย สามารถใช้งานแบบเดี่ยวๆ หรือนำไปประกอบผสานเข้ากับลายอื่นจนเกิดเป็นลวดลายใหม่

4.2.3.3 การจัดวางลวดลาย

การจัดวางลวดลายแต่ละตัวกระทำหลังจากพิจารณาแล้วว่าโครงสร้างของลวดลายโดยรวมมีความเหมาะสมและลงตัวดีแล้วตามลักษณะที่กำหนด เช่น การจัดวางลายเดี่ยวให้เรียงกันอย่างต่อเนื่องตามพื้นที่โดยพิจารณาเกี่ยวกับช่องไฟระหว่างลายแต่ละตัว

4.2.3.4 การใส่รายละเอียด

เมื่อจัดวางลวดลายแต่ละตัวลงในตำแหน่งต่างๆ แล้วจะใส่รายละเอียดเพื่อให้ลวดลายมีความซับซ้อนประณีตและเป็นลวดลายประดับแบบไทยที่สมบูรณ์ สำหรับรายละเอียดที่กล่าวถึงนี้เป็นการกำหนดทัศนธาตุบางอย่าง เช่น จุด เส้นลักษณะต่างๆ ภายในลวดลาย เพื่อให้พื้นที่ว่างภายในลวดลายลดน้อยลงและส่งเสริมให้ลวดลายมีความสลับซับซ้อน รวมทั้งเกิดมิติความตื้นลึกมากขึ้นด้วย ในงานวิจัยนี้ผู้ใช้งานสามารถแต่งเติมจินตนาการเพิ่มรายละเอียดลวดลายต่อยอดจากลายพื้นฐานที่ทางผู้วิจัยได้สร้างไว้ให้เป็นเอกลักษณ์หรือตามจินตนาการของตนได้

4.2.3.5 การกลับด้านลวดลาย

การกลับด้านลวดลายเป็นเทคนิควิธีการหนึ่งที่นิยมใช้กันมากสำหรับการออกแบบลวดลายประดับแบบไทย แต่มีข้อสังเกตสำหรับการใช้เทคนิคนี้คือ พื้นที่สำหรับการจัดวางลวดลายควรมีแกนกลางที่สมมาตรและเท่ากันทั้งสองข้างซ้ายขวา กล่าวคือเมื่อลากเส้นแบ่งครึ่งพื้นที่จะเกิดพื้นที่ขึ้นสองข้าง ได้แก่ พื้นที่ข้างซ้ายและข้างขวาของเส้นแบ่ง ลักษณะลวดลายจะเริ่มต้นหรือออกลายจากแกนกลางแล้วแผ่ขยายออกไปข้างใดข้างหนึ่งจนสุดขอบเขตพื้นที่ของข้างนั้น เมื่อบรรจุลวดลายจนเต็มแล้ว

4.3 การศึกษาเชิงหรรษา (Edutainment)

แนวคิดที่นำมาใช้ในการพัฒนาอุปกรณ์สร้างสรรค์ลวดลายนั้น ผู้วิจัยต้องการให้ผู้ใช้งานรู้สึกสนุกสนานและเรียนรู้ด้วยความเพลิดเพลิน เพื่อที่จะได้ผ่อนคลายและมีจินตนาการในการสร้างสรรค์ผลงานได้ ดังนั้นแนวคิดที่เกี่ยวข้องและเหมาะสมต่อการนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ การเรียนรู้จะเป็นไปในลักษณะการศึกษา

เชิงหรรษา (edutainment) คือ การเรียนรู้ที่เน้นความบันเทิงและความสนุกสนาน ครูสามารถจัดการเรียนการสอนหรือออกแบบสื่อนวัตกรรมแนวใหม่ที่แตกต่างจากการเรียนรู้ในตำราอย่างเดียว แต่จะเน้นการเปิดประสบการณ์เรียนรู้ด้วยความสนุกสนานเพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการเรียนรู้ (ธีรารัตน์ รัตนวิสุทธิ์อมร, 2553) โดยจัดกิจกรรมผ่านการเรียนรู้ด้วยการเล่นเกมที่สามารถบูรณาการบทเรียนข้ามสาระวิชาและเติมทักษะที่จำเป็นให้กับผู้เรียนได้มากกว่าการ “ให้ความรู้” เพียงอย่างเดียว โดยช่วยสร้างการเรียนรู้ผ่าน “การลงมือทำ” และเปลี่ยนแปลงทักษะวิธีคิดผู้เรียนได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งยังแฝงด้วยบรรยากาศการเรียนที่มีความสุข สนุกสนาน อันเป็นการ “กระตุ้นเร้า” ผู้เรียนให้ค่อยๆ พัฒนาตนเองเป็น “นักเรียนรู้” ที่ไม่หยุดนิ่งต่อการค้นคว้าหาความรู้ในระดับที่สูงขึ้นต่อไป รูปแบบบอร์ดเกมหรือเกมกระดานเป็นเกมอีกรูปแบบหนึ่งที่เล่นผ่านแผ่นการ์ดทำให้ผู้เล่นต้องเผชิญหน้ากันขณะเล่น ผู้เล่นเกมต้องมีการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะของตนเองเพื่อให้สามารถเล่นเกมนั้นๆ ร่วมกับผู้อื่นได้ รวมทั้งพัฒนาการเรียนรู้ทั้งด้านอารมณ์และสังคมเพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ การนำสื่อบอร์ดเกมเข้ามาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนเป็นเรื่องที่กำลังได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง งานวิจัยหลายงานสนับสนุนว่าการใช้สื่อบอร์ดเกมกับการเรียนการสอนจะสามารถช่วยให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจและส่งผลต่อการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นทั้งในด้านผลการเรียนรู้ เจตคติ รวมทั้งพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนอีกด้วย (ถนอมพร เลาหจรัสแสง และอุไรวรรณ หาญวงค์, 2550)



ภาพที่ 3. ชุดอุปกรณ์และบรรจุภัณฑ์ตามกลุ่มลวดลายและเทคนิคการนำไปสร้างลวดลายบนสิ่งทอ

จากภาพที่ 3 แสดงถึงชุดอุปกรณ์สร้างสรรค์ลวดลายจากแนวทางการเรียนรู้เชิงหรรษาดังกล่าว จึงเหมาะสมอย่างยิ่งในการใช้เป็นแนวทางที่ผู้วิจัยนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์และสีสัน รวมถึงวิธีการใช้งาน มีชุดลวดลายที่นำแผ่นอะคริลิกสีดำทึบฉลุเป็นลายต่างๆ โดยเครื่องตัดเลเซอร์ สำหรับทำเป็นเทมเพลทวาดภาพให้ผู้ใช้งานวาดตามและประยุกต์ใช้ด้วยวิธีการต่างๆ โดยมีการทำคลิปวิดีโอสื่อการสอน เน้นวิธีการเรียนรู้ผ่านการเล่นเกมในรูปแบบบอร์ดเกม เพื่อให้ผู้ใช้งานหรือผู้ที่เข้ารับการอบรมในโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีสามารถเรียนรู้ได้ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ เพราะผู้ที่เข้าอบรมจะมีช่วงวัยที่หลากหลายเปรียบเสมือนการได้กลับมาเรียนอีกครั้ง มีความสนุกสนานขณะใช้งานอุปกรณ์ แนวคิดทางด้านการศึกษาสมัยใหม่จึงมีประโยชน์มากในการนำมา

ประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน การถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน รวมถึงการจัดการบรรจุภัณฑ์ต่างๆ วิธีการและสื่อการสอน การเรียนรู้จะเป็นไปในลักษณะการศึกษาเชิงหรรษา (edutainment) เพื่อให้ผู้ใช้งานโดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่ไม่มีพื้นฐานทางด้านศิลปะมีความมั่นใจและเรียนรู้ในการวาดภาพจากการใช้ชุดอุปกรณ์นี้ได้

4.4 ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม (Social Learning Theory)

การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่มีการเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและเป็นการเรียนรู้ที่มีความเชื่อว่าเป็นการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนาในด้านความรู้ ทัศนคติ ทักษะและพฤติกรรมของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการเรียนรู้แบบนี้เป็นการดึงประสบการณ์ ศักยภาพของผู้เรียนออกมาใช้ได้อย่างเต็มที่ โดยหลักการสำคัญของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมคือ กิจกรรมการเรียนการสอนเป็นการเรียนรู้ที่อาศัยประสบการณ์เดิมของผู้เรียน การเรียนคือกิจกรรมที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ๆ ที่ท้าทายอย่างต่อเนื่อง เป็นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงของผู้เรียน (Active Learning) และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยกันเองและระหว่างผู้เรียนกับครู (นฤมล จันทรเจิด, 2563)

รูปแบบของการจัดกิจกรรมฝึกอบรมโดยมีส่วนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในชุมชนด้วยการนำบอร์ดเกมมาเป็นสื่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะ 5I ได้แก่ แรงบันดาลใจ (Inspiration) จินตนาการ (Imagination) ความคิดสร้างสรรค์ (Ideation) การบูรณาการ (Integration) การลงมือทำจริง (Implementation) ซึ่งเป็นทักษะที่นวัตกรนักออกแบบคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้

4.4.1 การเรียนรู้ร่วมกันของแต่ละช่วงวัย

เมื่อนำองค์ความรู้มาวิเคราะห์ร่วมกับสถานการณ์ในปัจจุบันของหลักสูตรการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้สูงอายุกับเด็กหรือเยาวชน โดยเฉพาะในประเทศที่เป็นสังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และอีกหลายประเทศในทวีปยุโรป พบว่าหลักสูตรมีแนวโน้มได้รับความนิยมนำไปปฏิบัติใช้ในชุมชนเพิ่มขึ้น ในฐานะที่เป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิตในระบบรูปแบบหนึ่ง โดยการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นตั้งแต่บุคคลเกิดจนถึงช่วงท้ายของชีวิตและไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่เฉพาะการศึกษาผู้ใหญ่เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมการเรียนรู้ทุกรูปแบบตลอดช่วงชีวิต

ผลลัพธ์ของหลักสูตรตามกลุ่มที่ได้รับผลกระทบและประโยชน์จากการเข้าร่วมหลักสูตรแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เด็กหรือเยาวชน 2) ผู้สูงอายุ และ 3) ชุมชนและสังคม ดังนี้

1. เด็กหรือเยาวชน หลักสูตรการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้สูงอายุกับเด็กหรือเยาวชนมีประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมกลุ่มเด็กหรือเยาวชนหลากหลายด้าน จากผลการศึกษาสามารถจำแนกได้ 3 ด้าน คือ ทัศนคติ สุขภาพกายและสุขภาพจิตและทักษะและความรู้ ดังนี้

1.1 ด้านทัศนคติ เด็กและเยาวชนที่เข้าร่วมหลักสูตรมีทัศนคติเปลี่ยนไปภายหลังการเข้าร่วมหลักสูตร เข้าใจ เคารพและเอาใจใส่คนที่อยู่ในวัยสูงอายุมากขึ้น หลักสูตรช่วยลดอคติ (ageism) หรือทัศนคติเชิงลบและอคติที่มีต่อผู้สูงอายุ เยาวชนที่เข้าร่วมทำกิจกรรมกับผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดด้านสุขภาพ เช่น ภาวะสมองเสื่อม มีมุมมองต่อผู้สูงอายุดีขึ้นแม้จะต้องช่วยเหลือผู้สูงอายุ เช่น ต้องใช้เครื่องช่วยเดินหรือรถเข็น แต่จะพยายามมองหาวิธีการที่จะช่วยผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดด้านสุขภาพให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (Galbraith et al., 2015) นอกจากนี้

เด็กและเยาวชนยังชื่นชมผู้สูงอายุมากขึ้นและตระหนักเรื่องการเหยียดอายุมากขึ้น เมื่อเด็กมีมุมมองที่ดีต่อการสูงวัยว่าเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งในช่วงชีวิต พวกเขาจะไม่รู้สึกกลัวที่จะแก่หรือเป็น ผู้สูงอายุ แต่จะตระหนักถึงความสำคัญที่ต้องทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องจนถึงวัยสูงอายุ แต่ชนิดของกิจกรรมจะเปลี่ยนไป (Heo et al., 2014)

1.2 ด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิต กลุ่มเยาวชนในระดับมหาวิทยาลัยซึ่งมักร่วมกิจกรรมในรูปแบบที่เป็นฝ่ายให้บริการผู้สูงอายุรู้สึกพึงพอใจที่ตนเองได้ทำหน้าที่เป็นผู้ให้ ได้ช่วยเหลือและส่งเสริมผู้อื่น สร้างความสุขให้แก่ผู้อื่น ซึ่งเพิ่มระดับความมั่นใจในตนเองและเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) มากขึ้น อีกทั้งยังรู้สึกว่าชีวิตตนเองมีความหมายมากขึ้น (meaning in life) (Au et al., 2015; Galbraith et al., 2015; Heo et al., 2014)

1.3 ด้านทักษะและความรู้ ประโยชน์ด้านทักษะและความรู้ที่เด็กได้รับเกี่ยวข้องกับวิชาการ เช่น การอ่าน การเขียน การใช้ภาษาและการสื่อสารที่ผู้สูงอายุเล่าเรื่องผ่านภาพและให้เด็กมีส่วนร่วมในการถามตอบช่วยพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาของเด็กในหลายกิจกรรม เด็กมีโอกาสพัฒนาทักษะด้านการแก้ปัญหาผ่านการเล่นเกมร่วมกับผู้สูงอายุ (Galbraith et al., 2015)

2. ผู้สูงอายุ หลักสูตรการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้สูงอายุกับเด็กหรือเยาวชนมีประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมกลุ่มผู้สูงอายุหลากหลายด้าน จากผลการศึกษาสามารถจำแนกได้ 3 ด้าน คือ ทัศนคติ สุขภาพกายและสุขภาพจิตและทักษะและความรู้ ดังนี้

2.1 ด้านทัศนคติ ภายหลังการเข้าร่วมหลักสูตร ผู้สูงอายุมีทัศนคติต่อเด็กรุ่นใหม่ดีขึ้น เข้าใจและชื่นชมเด็กมากขึ้นโดยไม่ได้มองว่าเด็กรุ่นใหม่ไม่ดี แต่มองว่าพวกเขาเป็นไปตามวัยและสังคมที่เปลี่ยนไป (Tham & Pussayapibul, 2012) นอกจากนี้ยังมีมุมมองต่อตนเองดีขึ้นด้วยและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน (Young & Janke, 2013) มีแรงบันดาลใจและแรงจูงใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มขึ้น สำหรับหลักสูตรที่นำประเด็นทางด้านวิทยาศาสตร์มาใช้ช่วยให้ผู้สูงอายุเปลี่ยนมุมมองที่มีต่อวิทยาศาสตร์และสามารถนำมาเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวันได้มากขึ้น (Morgan Jr. et al., 2007)

2.2 ด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิต การเป็นผู้สูงอายุอย่างมีพฤฒพลังนับเป็นเป้าหมายหลักของหลักสูตรการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างวัย ซึ่งต้องมีองค์ประกอบคือ การมีส่วนร่วม การมีสุขภาพดีและการอยู่ดีมีสุข จากผลการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุที่เข้าร่วมหลักสูตรมีความสุขที่ได้เรียนรู้ร่วมกับเด็กๆ และเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้มีปฏิสัมพันธ์พูดคุยสื่อสารกับผู้อื่น (ประเด็นนี้มีความสำคัญมากในผู้สูงอายุที่ไม่ค่อยมีโอกาสได้พบปะผู้คน) และลดความรู้สึกอ้างว้างโดดเดี่ยวจากการที่วัยรุ่นมาช่วยสอนด้านเทคโนโลยีในบางหลักสูตร (Tham & Pussayapibul, 2012)

2.3 ด้านทักษะและความรู้ การเข้าร่วมหลักสูตรการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างวัยทำให้ผู้สูงอายุมีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทักษะและความรู้ใหม่ๆ ผ่านการปฏิบัติจริงในกิจกรรมเด็กหรือเยาวชน ผู้สูงอายุติดตามข้อมูลในปัจจุบันของสังคม นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ พบว่าการที่ผู้สูงอายุต้องพึ่งพาผู้อื่นส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจากข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ดังนั้นหลักสูตรการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างวัยที่สอนทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตจะช่วยลดปัญหาเหล่านี้ได้

จากข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมโดยให้มีการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้สูงอายุกับเยาวชนจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อทั้งสองฝ่ายในการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ดังนั้นเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่มุ่งเน้นพัฒนาส่งเสริมนักออกแบบท้องถิ่น ผู้วิจัยจึงจัดโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีโดยมีการคละกันของสมาชิกหลากหลายช่วงวัย

3. ชุมชนและสังคม ในการจัดกิจกรรมสำหรับชุมชนในบางครั้งจะมีความหลากหลายของช่วยวัย ไม่ใช่แค่เพียงเด็กหรือผู้สูงอายุ ดังนั้นการจัดโครงการที่มุ่งเน้นไปที่ภาพรวม เมื่อเราต้องการองค์รวมในระดับใดก็จำเป็นที่จะต้องสำรวจความต้องการของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมให้มากที่สุด เพื่อสร้างความร่วมมือในการระดมความคิด ความต้องการ ช่วยกันประติดประต่อภาพรวมของผลลัพธ์ให้ออกมาชัดเจนและครบถ้วน จากนั้นจึงช่วยกันวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในทุกทาง แล้วเลือกทางที่คุ้มค่าที่สุด ณ เวลานั้นเพื่อกำหนดแผนงานและหลักปฏิบัติร่วมกัน ตลอดจนประเมินติดตามและรับผิดชอบร่วมกันเพื่อประโยชน์สุขของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมทุกคน การมององค์รวมเป็นความตระหนักรู้ถึงองค์ประกอบย่อยที่มีความสัมพันธ์ต่อกันทั้งในแง่องค์ประกอบที่ทำให้เป้าหมายสำเร็จหรือในแง่สาเหตุต่างๆ ที่ทำให้เกิดปัญหา ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจอะไรบางอย่าง เป็นการมองรอบด้านให้ครอบคลุมประเด็นต่างๆ ให้มากที่สุดเพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาหรือทำให้เป้าหมายสำเร็จ เช่น สมาชิกในชุมชนมองภาพรวมของชิ้นงานแล้วร่วมกันสร้างเรื่องราว จัดวางองค์ประกอบของลวดลายให้ไปในทิศทางเดียวกัน เป็นต้น

4.4.2 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

การดำเนินงานพัฒนาชุมชนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายจะต้องเกิดจากการรวมพลังของประชาชนในชุมชน ซึ่งประชาชนในทุกระดับสามารถรวมพลังและปรารถนาให้ชุมชนของตนได้รับการปรับปรุงเพื่อให้การดำรงชีวิตของประชาชนในชุมชนมีมาตรฐานสูงขึ้น ดังนั้น การกระตุ้นเตือนให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนเป็นการทำให้ชุมชนได้รับการพัฒนาในทุกๆ ด้าน ซึ่งปรัชญาของการพัฒนาชุมชนจะยึดถือความต้องการของประชาชนในชุมชนเป็นหลัก จึงเป็นหน้าที่ของประชาชนทุกคนที่จะต้องช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาชุมชนมีหลักการโดยการยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาซึ่งทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาชุมชนคือคน เพราะมีความเชื่อว่ามนุษย์สามารถพัฒนาตนเองได้เมื่อมีโอกาสซึ่งจะนำมาสู่ความสำเร็จของกิจกรรม จึงจำเป็นต้องพัฒนาให้คนมีความคิดริเริ่ม ให้บุคคลได้รับความยุติธรรม ความมีอิสรภาพ เสรีภาพและความเสมอภาคในการดำรงชีวิต ด้วยวิธีการให้การศึกษาและการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม (จินตนา สุจจานันท์, 2554, น. 118)

5. วิธีวิจัย

แผนการดำเนินงานโครงการวิจัยแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ขั้นตอน Research 1 คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ทุติยภูมิ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบลวดลายจากอัตลักษณ์ในชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการจัดระบบข้อมูล เรียงลำดับและสังเคราะห์ข้อมูลรูปแบบของเรื่องราว ลวดลายและแนวทางการผลิตอุปกรณ์ที่เหมาะสมในการดำเนินงานในระยะถัดไป

ระยะที่ 2 ขั้นตอนการ Development 1 คือ นำผลการการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่วาดแบบร่างของลวดลาย จัดหมวดหมู่ตามเรื่องราว ความสำคัญที่เป็นตัวแทนของจังหวัดและสร้างแนวทางการพัฒนานักออกแบบในท้องถิ่น หารูปแบบของการจัดกิจกรรมฝึกอบรม การพัฒนาทักษะ

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการจัดระบบข้อมูล เรียงลำดับและสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้รูปแบบของกิจกรรมและเครื่องมือที่เหมาะสมในการดำเนินงานในระยะถัดไป

ระยะที่ 3 ขั้นตอน Research 2 คือ นำผลจากการทบทวนรูปแบบทางความคิดโดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและการออกแบบมาสรุปเป็นรูปแบบที่สามารถใช้งานได้และดำเนินการทดสอบรูปแบบทางความคิดผ่านกิจกรรมโครงการฝึกอบรมการสร้างแนวทางการพัฒนานักออกแบบในท้องถิ่น

กิจกรรมคือการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชน เป็นการพัฒนานักออกแบบในท้องถิ่นในรูปแบบที่มีส่วนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าผ้าครามแบบเจาะจง เลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีศักยภาพ มีทักษะในการผลิตสินค้าสอดคล้องกับรูปแบบของแนวทางการพัฒนาและประชาชนทั่วไปที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 50 คน เพื่อเข้าสู่การพัฒนาเป็นนักออกแบบในท้องถิ่นและร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้ากับผู้เชี่ยวชาญ การวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้เหตุผลในการเลือกเจาะจงกับกลุ่มผ่านการตรวจสอบข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นว่าเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการทำวิจัย มีความเหมาะสมในการวิจัย

เครื่องมือ ได้แก่ 1) แบบประเมินตนเองก่อนและหลังการฝึกอบรม และ 2) แบบประเมินความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยี

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการจัดระบบข้อมูล เรียงลำดับและวิเคราะห์ผลประเมินความพึงพอใจด้วยสถิติเชิงพรรณา ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ระยะที่ 4 ขั้นตอน Development 2 ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลและผลจากการดำเนินกิจกรรมทุกขั้นตอน พร้อมทั้งผลิตภัณฑ์และสินค้าจากผู้เข้าร่วมอบรม ถ่ายทอดองค์ความรู้ในรูปแบบของเล่มรายงานวิจัยและจัดนิทรรศการเผยแพร่ข้อมูลและความสำคัญของโครงการ จัดแสดงนิทรรศการเผยแพร่ผลงานของผู้เข้าร่วมอบรมในโครงการในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล จัดระบบข้อมูล เรียบเรียงลำดับและวิเคราะห์ผลประเมินความพึงพอใจด้วย สถิติเชิงพรรณา ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลในกิจกรรมโครงการวิจัยนี้ ได้แก่

1. แบบประเมินตนเองก่อนและหลังการอบรมด้านการออกแบบ ตามหลักแนวความคิดในการเริ่มต้นธุรกิจนวัตกรรม โดยผู้เข้าร่วมอบรม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความรู้ด้านการออกแบบและสร้างนักออกแบบท้องถิ่นในชุมชน ตามหลักแนวความคิดในการเริ่มต้นธุรกิจนวัตกรรม 5 WAYS TO STAY INNOVATIVE (5I) โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2560)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

2. แบบประเมินความพึงพอใจต่อโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยผู้เข้าร่วมอบรม
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อโครงการ
ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

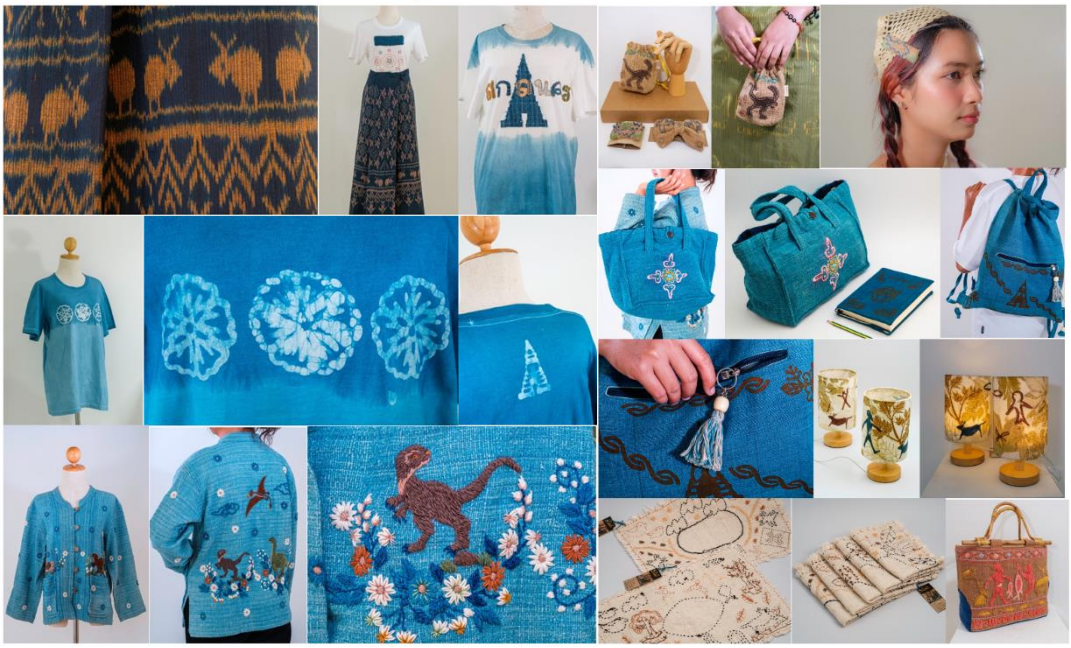
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและประเมินผลในโครงการวิจัยนี้มีการตรวจความแม่นยำของเครื่องมือ (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน พิจารณาว่าเครื่องมือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ ทำการปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิและผ่านการรับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ ก่อนนำเครื่องมือไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

7. ผลการวิจัย

ค่าคะแนนในการประเมินตนเองของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญคือ หลังจากเข้าร่วมโครงการแล้ว ผู้เข้าร่วมโครงการมีความมั่นใจในความรู้ความสามารถและมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองมากขึ้น จากคะแนนรวม 2.76 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง เป็น 4.04 อยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแนวทางการจัดโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีในรูปแบบนี้มีความเหมาะสม

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมในโครงการ WE CAN BE DESIGNER ค่าเฉลี่ยคือ 4.50 มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าแนวทางการจัดกิจกรรมในรูปแบบการเล่นเกมโดยมีการนำสันทนาการเข้ามาร่วมด้วยจะช่วยสร้างความผ่อนคลายให้ผู้เข้าอบรมรู้สึกสนุกสนานและอยากเข้าร่วมกิจกรรมตลอดโครงการ ทำให้ผลการเรียนรู้โดยเฉพาะทางด้านศิลปะได้ผลดีในการจัดกิจกรรมรูปแบบนี้ โดยทำให้ผู้เข้าร่วมอบรมรู้สึกผ่อนคลาย สามารถเรียนรู้และกล้าลงมือทำได้อย่างเต็มที่ ลดกำแพงของความกลัวและความประหม่าในการสร้างสรรค์งานได้เป็นอย่างดี การคละกันของแต่ละช่วงอายุในสมาชิกแต่ละกลุ่มทำให้ลดช่องว่างระหว่างวัย สร้างความมั่นใจให้กับผู้สูงอายุในการทำกิจกรรมร่วมกับนักศึกษาหรือคนที่มีอายุน้อยกว่า ในขณะเดียวกันนักศึกษาและผู้ที่มีอายุน้อยกว่าก็ได้รับความมั่นใจจากผู้สูงอายุในการยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกันและแบ่งปันประสบการณ์ของแต่ละช่วงวัย ผลจากการจัดนิทรรศการและการร่วมเผยแพร่ผลงานนั้นได้มีการทดสอบตลาดถึงความนิยมของผู้บริโภค โดยสามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มลวดลายสิ่งมีชีวิตยุคดึกดำบรรพ์นั้น ผู้สนใจส่วนมากคือเด็กที่ชื่นชอบไดโนเสาร์และผู้สนใจเฉพาะทาง เช่น อาจารย์ผู้สอนในสาขาสัตวศาสตร์และผู้ที่อยู่ในสายงานบรรพชีวินวิทยา กลุ่มลวดลายความลับแห่งศิลปะถ้ำ ผู้สนใจส่วนมากคือกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและคนวัยทำงานช่วงอายุ 30-50 ปี และกลุ่มลวดลายหลงเสน่ห์เมืองสกล ผู้สนใจส่วนมากคือผู้สูงอายุ คนในท้องถิ่นจังหวัดสกลนครและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นต้น

เมื่อผู้เข้าร่วมอบรมเข้าใจแนวทางการออกแบบลวดลายผ้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปจนถึงสามารถใช้อุปกรณ์สร้างสรรค์ลวดลายได้อย่างชำนาญแล้ว แต่ละกลุ่มจะมีเวลาในการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาจัดแสดงนิทรรศการ ซึ่งได้ผลงานดังต่อไปนี้ สินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 4 กลุ่ม และสินค้าประเภทของใช้/ ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก จำนวน 6 กลุ่ม การแบ่งกลุ่มสินค้าทั้งสองประเภทนี้อ้างอิงมาจากการแบ่งกลุ่มสินค้า OTOP (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2562) ที่มีการแบ่งกลุ่มสินค้าเพื่อเข้าสู่กระบวนการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หลังจากการจัดแสดงนิทรรศการเสร็จสิ้น ผู้เข้าร่วมอบรมที่มาจากกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์โดยการส่งต้นแบบผลิตภัณฑ์นี้เข้าสู่กระบวนการคัดสรรผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนได้



ภาพที่ 4. ผลงานบางส่วนของผู้เข้าอบรมในโครงการที่ถ่ายทำลงในสูจิบัตร

8. สรุป

กลุ่มลวดลายใหม่ตามยุคสมัยของพื้นที่แอ่งสกลนครทำให้ได้ลวดลายที่ชัดเจนมากขึ้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในท้องถิ่นได้ดียิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มลวดลายที่เป็นสิ่งมีชีวิตในสมัยดึกดำบรรพ์ได้แก่ ไดโนเสาร์สายพันธุ์ต่างๆ จระเข้ เต่าและปลากระดูกแข็ง เป็นต้น ชื่อชุดว่า “สิ่งมีชีวิตยุคดึกดำบรรพ์ (Sakonnakhonensis)”

2. กลุ่มลวดลายในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ ได้แก่ ลวดลายศิลปะในผนังถ้ำ ได้แก่ ถ้ำภูผาขามและถ้ำภูผายล ชื่อชุดว่า “ความลับแห่งศิลปะถ้ำ (The Mystery of Sakon Nakhon)”

3. สมัยประวัติศาสตร์ กลุ่มลวดลายที่เป็นที่รู้จักกันดีในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวทางวัฒนธรรม ศิลปะ ศาสนา สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่เราสามารถพบได้ทั่วไปในจังหวัดสกลนคร โดยเฉพาะเอกลักษณ์และวัฒนธรรมตามคำขวัญประจำจังหวัดสกลนครที่มีเรื่องราวยาวนานมาตั้งแต่สมัยทวารวดีเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ชื่อชุดว่า “หลงเสน่ห์เมืองสกล (Enchanted Sakon)”

การพัฒนาอุปกรณ์รวมถึงวิธีการใช้งานรูปแบบหลัก คู่มือที่นำเสนอเป็นชุดการเล่นบอร์ดเกมคือการเรียนรู้ที่เน้นความบันเทิงและความสนุกสนาน คู่มือการใช้งานด้วยวิธีการพื้นฐานซึ่งประกอบด้วยลวดลาย 20 ลายต่อชุดเรื่องราว วัสดุที่เลือกใช้ในการผลิตเทมเพลทในครั้งนี้คืออะคริลิกทึบสีดำ ความหนาขนาด 3 มิลลิเมตร มีรายละเอียดแสดงให้เห็นถึงที่มาของลวดลายและกลุ่มของลวดลายต่างๆ ให้ผู้ใช้งานสามารถนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมและถูกต้อง ทำให้ผู้ใช้งานเข้าใจและทดลองเรียนรู้จากการลองใช้อุปกรณ์ตามวิธีการที่ได้แนะนำไว้

การจัดการถ่ายทอดเทคโนโลยีภายใต้หัวข้อชื่อโครงการฝึกอบรมออกแบบลวดลายผ้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ WE CAN BE DESIGNER การให้ความรู้เรื่องความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบและการสร้างนักออกแบบท้องถิ่นในชุมชนตามหลักแนวความคิดในการเริ่มต้นธุรกิจนวัตกรรม 5 WAYS TO STAY

INNOVATIVE (5I) ในรูปแบบของการทำกิจกรรมร่วมกัน ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โดย ประสานงานผ่านพัฒนาชุมชนและกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2) กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ประสานงานผ่านทางเจ้าหน้าที่และอาจารย์ในมหาวิทยาลัย และ 3) กลุ่มประชาชนทั่วไป ได้เผยแพร่โครงการผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย รวมทั้งสิ้น 50 คน สถานที่คือมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร สามารถสรุปได้ดังนี้

1. จัดโครงการในรูปแบบของกิจกรรมการเรียนรู้เป็นไปในลักษณะการศึกษาเชิงหรรษา (edutainment) คือ นอกจากการออกแบบชุดอุปกรณ์ให้ดูน่าสนใจแล้ว การนำกิจกรรมสันทนาการมาร่วมด้วยในการฝึกอบรมทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการสนุกสนาน ผ่อนคลาย อยากเรียนรู้และตื่นตัวพร้อมรับบทเรียน

2. การจัดกลุ่มผู้เข้าร่วมอบรม โดยมีการคละกันของช่วงอายุ ทำให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้แลกเปลี่ยนทัศนคติ ประสบการณ์ การเรียนรู้ระหว่างช่วงวัย ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง

3. ควรมีวิทยากรประจำกลุ่มเพื่อให้สามารถช่วยเหลือดูแลแนะนำผู้เข้าร่วมอบรมได้อย่างใกล้ชิด ทำให้ผู้เข้าร่วมอบรมมั่นใจ สามารถสอบถามได้ตลอดเวลาที่ต้องการหรือตามไม่ทันวิทยากรบนเวที ซึ่งหากเป็นวิทยากรที่คุ้นเคยกับผู้อบรมในชุมชนจะทำให้ความสัมพันธ์และความสนิทสนมในกลุ่มพัฒนาได้ไวและเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันและสื่อสารได้ตรงประเด็นมากขึ้น

ส่วนสุดท้ายคือขั้นตอนการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานของผู้เข้าร่วมอบรม สามารถออกแบบและผลิตสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนดและมีการจัดแสดงนิทรรศการ SAKON NAKHON SHOWCASE ณ หอศิลป์ตะโกราย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ระหว่างวันที่ 27-31 มกราคม พ.ศ. 2568 รวมถึงมีการถ่ายทำสูจิบัตรออนไลน์เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำไปใช้ต่อยอดในเชิงพาณิชย์และเผยแพร่ผลงานของตนเองได้

รายการอ้างอิง

กมลกานต์ โกศลกาญจน์. (2567). *บทสรุปย่านต้นแบบจากโครงการเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย*. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน).

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2567). *จากอิตาลีสู่ไทย การสร้างสรรค์สินค้าไลฟ์สไตล์ไทยด้วยแนวคิดอิตาลี*. http:// www.ditp.go.th/de/post/181833

โครงการโบราณคดีประเทศไทย. (2532). *ศิลปะถ้ำสกลนคร.* โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

จินตนา สุจจานันท์. (2554). *การศึกษาตลอดชีวิตและการพัฒนาชุมชน.* โอเดียนสโตร์.

ชลูด นิ่มเสมอ. (2544). *องค์ประกอบของศิลปะ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). ไทยวัฒนาพานิช.

ดนัย ชาทิพฮด. (2558). ผ้าย้อมคราม: การทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าในกระแสโลกาภิวัตน์. *วารสารไทยศึกษา*, *10*(2), 87-116.

ถนอมพร เลาหจรัสแสง, และอุไรวรรณ หาญวงค์. (2550). การบูรณาการเทคโนโลยี e-Learning ประเภทเกมในชั้นเรียน. ใน *เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 45: สาขาศึกษาศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* (น. 251-258). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธีรารัตน์ รัตนวิสุทธิ์อมร. (2553). Edutainment มิติใหม่แห่งการศึกษา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, *4*(2), 44-50.

นฤมล จันทรเจิด. (2563). *การพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมโดยใช้แนวคิดการเรียนรู้แบบพหุวัยด้วยกระบวนการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมในการส่งเสริมทักษะสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พีนาลิน สาริยา. (2549). *การออกแบบลวดลาย*. โอเดียนสโตร์.

ศักดิ์ชาย สิกขา. (2559). *องค์ความรู้จากงานทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม.* https://www.esanpedia.oar.ubu.ac.th/ubu-art-culture/?p=122

สรรค์สนธิ บุณโยทยาน. (ม.ป.ป.). *โลกล้านปีที่แอ่งสกลนคร.* http://www.yclsakhon.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=539364541

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2560). *5 WAYS TO STAY INNOVATIVE แนวความคิดในการเริ่มต้นธุรกิจนวัตกรรม*. https://www.nia.or.th/5-ways-to-stay-innovative-แนวความคิด-การเริ่มต้นธุรกิจนวัตกรรม.html

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2562). *คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2562. https://cepoldcdd.emskynet.com/otop-data/ผลิตภัณฑ์-otop*

Au, A., Ng, E., Garner, B., Lai, S., & Chan, K. (2015). Proactive aging and intergenerational mentoring program to promote the well-being of older adults: Pilot studies. *Clinical Gerontologist*, *38*(3), 203-210.

Galbraith, B., Larkin, H., Moorhouse, A., & Oomen, T. (2015). Intergenerational programs for persons with dementia: A scoping review. *Journal of Gerontological Social Work*, *58*(4), 357-378.

Heo, J., King, C., Lee, J. W., Kim, H. M., & Ni, C. (2014). Learning from healthy older adults: An analysis of undergraduate students' reflective essays. *The Asia-Pacific Education Researcher*, *23*(3), 537-545.

Morgan Jr., R. E., Bertera, R. L., & Reid, L. A. (2007). An intergenerational approach to informal science learning and relationship building among older adults and youth. *Journal of Intergenerational Relationships*, *5*(3), 27-43.

Tham, L., & Pussayapibul, N. (2012). An intergenerational learning program in Singapore. *Journal of Intergenerational Relationships*, *10*(1), 86-92.

Young, T. L., & Janke, M. C. (2013). Perceived benefits and concerns of older adults in a community intergenerational program: Does race matter?, *Activities, Adaptation & Aging*, *37*(2), 121-140.

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ
ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
ISSN 2985-0568 (ออนไลน์)

สมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตร: การศึกษาที่มาและเขตขัณฑสีมาสยามสมัยรัชกาลที่ 4

Received: 2 October 2025
Revised: 14 November 2025
Accepted: 26 November 2025

ปรีดี พิศภูมิวิถี*

บทความวิชาการ

บทคัดย่อ

สมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตรเป็นวรรณคดีไทยที่มีต้นฉบับจัดเก็บไว้ ณ หอสมุดแห่งชาติ กรุงปารีส ลักษณะเอกสารเป็นสมุดไทยขาว อักษรไทย สมัยรัตนโกสินทร์ เนื้อหากล่าวถึงการบวงสรวงสังเวยพระมหาเศวตฉัตรประจำพระที่นั่งไพศาลทักษิณฯ ในพระบรมมหาราชวัง จากการปริวรรตและศึกษาพบว่ามีเนื้อความคล้ายกับงานพระนิพนธ์ของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาเดชาดิศร ซึ่งได้ทรงนิพนธ์คำฉันท์กล่อมพระมหาเศวตฉัตรในพระที่นั่งต่างๆ หลายองค์ในคราวฉลองและสังเวยพระมหาเศวตฉัตรในรัชกาลที่ 4 จึงนับได้ว่าวรรณคดีเล่มนี้เป็นงานพระนิพนธ์อีกชิ้นหนึ่งที่สำคัญ นอกจากนี้ยังพบว่าในการสังเวยเทวดารักษาเศวตฉัตรนั้น ได้เอ่ยอ้างถึงเมืองต่างๆ ในขอบขัณฑสีมาอาณาจักรให้มาร่วมแสดงความจงรักภักดี รายชื่อเมืองต่างๆ ที่ปรากฏในสมุดคำฉันท์เป็นพระราชอาณาเขตของสยามในสมัยรัชกาลที่ 4 ซึ่งชื่อของบางเมืองยังคงปรากฏอยู่ เช่น เมืองบางขลัง เป็นต้น

คำสำคัญ

คำฉันท์;
สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาเดชาดิศร;
พระมหาเศวตฉัตร

* รองศาสตราจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ติดต่อได้ที่: predee.phi@mahidol.ac.th

KASETSART UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Journal of Studies in the Field of Humanities
Vol. 32 No. 2 (July-December 2025)
ISSN 2985-0568 (Online)

Poem of Worshiping and Giving an Offering Ritual to the White Nine-Tiered Umbrella: Its Background and the Boundary of Siam in the Reign of King Rama IV

Received: 2 October 2025
Revised: 14 November 2025
Accepted: 26 November 2025

Predee Phisphumvidhi*

Academic Article

Abstract

Poem of the worshiping and giving an offering ritual to the white nine-tiered umbrella is Thai literature whose manuscript is collected at the National Library of France. It is a white book featured with Thai alphabets in Rattanakosin Period. The book is inscribed with the worshiping and giving an offering ritual to the white nine-tiered umbrella inside Phaisan Taksin Throne Hall (Phra Thinang Phaisan Taksin) at the Grand Palace. From transliteration and study, it is found that the literary text resembles the royal composition by Prince Dechadisorn, who wrote poems to give blessings to the white nine-tiered umbrella in different throne halls on the occasion of celebrating and giving an offering to the white nine-tiered umbrella in the reign of King Rama IV. Accordingly, this literary book can be regarded as a significant royal composition. Furthermore, the study also shows that during worshiping and giving an offering ritual to the deities protecting the royal umbrellas, various cities on the boundary of the kingdom are mentioned to join and swear allegiance to the king. The names of the cities listed in the poetry book demonstrate the Kingdom of Siam in the reign of King Rama IV, and some cities still exist such as Muang Bang Khlang.

Keywords

Kham Chan;
Prince Dechadisorn;
the white nine-tiered umbrella

* Associate Professor, Faculty of Liberal Arts, Mahidol University, e-mail: predee.phi@mahidol.ac.th

1. บทนำ

วรรณคดีไทยเรื่อง “*สมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตร*” เป็นวรรณคดีไทยที่จัดเก็บต้นฉบับไว้ที่หอสมุดแห่งชาติ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ผู้เขียนได้เคยขอคัดสำเนามาเมื่อครั้งเดินทางไปเก็บข้อมูลประกอบการศึกษาหลายปีแล้ว เพราะได้ตรวจสอบดูจากบรรณานุกรมเอกสารสยามและบรรณนิทัศน์ฯ ที่หอสมุดแห่งชาติ กรุงปารีส ได้จัดทำขึ้นก่อนนั้น พบว่ามีวรรณคดีไทยหลายเล่มที่มีชื่อแปลก ไม่คุ้นหู หลายเล่มเป็นการถ่ายเสียงจากภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาไทย ทำให้ชื่อวรรณคดีบางเล่มเปลี่ยนไปจากที่รู้จักกัน สำหรับเรื่องนี้พบชื่อในบรรณานุกรมเอกสารว่า “เสวตรฉัตร” และมีคำแปลประกอบว่า “พระกลดของพระมหากษัตริย์” ผู้เขียนสงสัยเอกสารเพราะในบรรณานุกรมระบุความไว้สั้นมาก แทบไม่มีรายละเอียดของเนื้อหาว่ากล่าวถึงอะไร เมื่อขอดูเอกสารพบว่าเป็นวรรณคดีไทยเล่มหนึ่งที่มีเนื้อหาไม่ยาวนัก แต่ในครั้งนั้นผู้เขียนยังไม่ได้ศึกษาในรายละเอียดมากนัก พิจารณาในเบื้องต้นพบว่าเป็นอักษรสมัยรัตนโกสินทร์ ดังนั้นวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้คือเพื่อศึกษาที่มาของเอกสารและสันนิษฐานว่าเป็นผลงานพระนิพนธ์ของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาเดชาดิศร ผู้ทรงพระนิพนธ์คำฉันท์กล่อมเศวตฉัตรเล่มอื่นๆ และเนื้อหาของเอกสารมีความเชื่อมโยงถึงเมืองต่างๆ ในอาณาจักรสยามที่ต้องแสดงความจงรักภักดีต่อราชสำนักด้วย นอกจากนี้ วัตถุประสงค์อื่นคือการนำเสนอเอกสารภาษาไทยที่จัดเก็บยังหอสมุดต่างประเทศและคุณค่าของเอกสารนั้น



ภาพที่ 1. สมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตร

2. ที่มาของเอกสาร

บรรณานุกรมเอกสารสยามที่เก็บ ณ หอสมุดแห่งชาติ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส (Bibliothèque Nationale de Paris) มี 2 ฉบับสำคัญ คือ Notice des manuscrits siamois de la Bibliothèque Nationale (Croizier, 1887, pp. 213-269) และอีกเล่มหนึ่งที่หอสมุดแห่งชาติ กรุงปารีสจัดทำขึ้น ชื่อ Catalogue sommaire des manuscrits indiens, indochinois, mlayo-polynésiens (Cabaton, 1912, pp. 196-212) ซึ่งแบ่งเอกสารเป็นกลุ่มต่างๆ เฉพาะเอกสารวรรณคดี จัดหมวดหมู่ในกลุ่มอักษรศาสตร์ ผู้เขียนได้สำรวจและสรุปไว้ในตารางดังนี้

เอกสารอักษรศาสตร์

ตารางที่ 1

รายชื่อเอกสารภาษาสยามที่จัดเก็บ ณ หอสมุดแห่งชาติ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส

ลำดับที่	ชื่อเอกสาร	ลักษณะเอกสาร	เนื้อความย่อ/ ที่มา	รหัส Notice	รหัส Catalogue
1	จินดามณี	สมุดฝรั่ง 7 แผ่น และ 3 แผ่น อักษรไทย ภาษาละติน	ไวยากรณ์สยามโบราณ เรียบเรียงโดยมิชชันนารีฝรั่งเศส ในสยามราวปลายอยุธยา	43/ 44	279/ 280
2	ประถม ก กา	สมุดไทยขาว 29 พับ อักษรไทย เส้นหมึก	หนังสือไวยากรณ์สยาม	47	281
3	พระอนิรุทธ	สมุดไทยดำ 2 เล่ม เล่มละ 54 พับ อักษรไทย เส้นรง	การเดินทางของพระอนิรุทธ และการต่อสู้	49	284/ 285
4	พระอภัยมณี	สมุดไทยดำ 7 เล่ม เล่มละ 56 พับ อักษรไทย เส้นดินสอ	การเดินทางของพระอภัยมณี กับศรีสุวรรณ	50	286/ 291
5	พระลักษณวงศ์	สมุดไทยดำ 2 เล่ม 54 พับ และ 31 พับ อักษรไทย เส้นรง	การเดินทางและการพลัดพราก ของพระลักษณวงศ์กับนางทิพเกสร	54	292/ 318
6	สุริยะ	สมุดไทยขาว 2 เล่ม เล่มละ 74 พับ อักษรไทย เส้นหมึก	การกำเนิดดาวนพเคราะห์ จักรราศีและราหู	40	295/ 296
7	เศวตฉัตร	สมุดไทยดำ 9 พับ อักษรไทย และขอม เส้นรง	คำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตร	53	307
8	สวัสดิรักษา	สมุดไทยดำ 76 พับ อักษรไทย เส้นรง	คำสอนชายไทย บทประพันธ์ของสุนทรภู่	39	312
9	พระมาลัย	สมุดไทยขาว 42 พับ อักษรไทย เส้นหมึก	เรื่องพระมาลัยไตรภูมิ โลกสัณฐานและพระอดีตพุทธเจ้า	-	316
10	ต้นทางฝรั่งเศส	สมุดไทยดำ 38 พับ อักษรไทย เส้นดินสอ	การเดินทางจากกรุงศรีอยุธยา ไปยังราชสำนักฝรั่งเศส ใน พ.ศ. 2229	-	317
11	ขุนช้างขุนแผน	สมุดไทย 5 เล่ม เล่มละ 28 พับ	เสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน	-	330-334

ทั้งนี้ เอกสารหมายเลข 6 (สุริยะ) หมายเลข 9 (พระมาลัยไตรภูมิ) และหมายเลข 10 (ต้นทางฝรั่งเศส) ผู้เขียนได้นำกลับมาปริวรรต โดยได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์บุญเตือน ศรีวรพจน์ อดีตผู้อำนวยการสำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร ช่วยปริวรรตตรวจสอบและพิมพ์เผยแพร่ในวงกว้างมาแล้ว

เอกสารหมายเลข 7 (เสวตรฉัตร) มีข้อมูลเพิ่มเติมจากบรรณานุกรมฯ ทั้ง 2 เล่มเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ดังนี้

Catalogue sommaire des manuscrits indiens, indochinois, malayo-polynésiens (Cabaton, 1912, p. 207) กำหนดรหัสเอกสาร 307 ชื่อว่า “Savetra: xat-: Le Parasol blanc du roi–poème” หมายความว่า “ร่มสีขาวของพระมหากษัตริย์-กวีนิพนธ์” และมีรายละเอียดลักษณะของเอกสารต่อไปว่า “เป็นวรรณคดีในคริสต์ศตวรรษที่ 19 เขียนด้วยอักษรสยามบรรจง จำนวน 9 พับ ขนาด 34 x 11 เซนติเมตร”

ส่วนใน Notice des Manuscrits Siamois de la Bibliothèque Nationale (Croizier, 1887, p. 258) กำหนดรหัส 53 เขียนว่า “สาเวตรี Savatraxatr, พระกลด (le parasol royal) กวีนิพนธ์ จำนวน 1 เล่มสมุดไทยดำ 9 พับ เขียนด้วยอักษรสยาม มีรอยลบ อักษรขอม เป็นกวีนิพนธ์”

โดยปกติแล้วหอสมุดแห่งชาติกรุงปารีสจะระบุที่มาของเอกสารว่าผู้ใดมอบให้และมอบให้ในปีใด แต่สำหรับสมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตรนี้ไม่ได้ระบุที่มาของเอกสารหรือนามของผู้มอบให้หอสมุดแห่งชาติ อย่างไรก็ดี เอกสารโบราณหลายฉบับ เช่น พงศาวดารเหนือฯ ระบุชื่อบาทหลวงปัลเลอกัวซ์ (Pallegoix) ว่าเป็นผู้มอบให้ ดังนั้น ผู้เขียนจึงสันนิษฐานไว้ในเบื้องต้นว่าอาจเป็นบาทหลวงปัลเลอกัวซ์ พระสหายในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นผู้นำไปจากสยามและมอบให้กับหอสมุดแห่งชาติ กรุงปารีสไว้ เพราะเอกสารฉบับดังกล่าวมีอายุได้ราวรัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์

3. ลักษณะเอกสาร

วรรณคดีเรื่องคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตรเขียนลงสมุดไทยดำ ด้วยเส้นรง จำนวน 9 พับ อักษรไทย ที่ปกหน้าเป็นอักษรแบบไทยย่อ เขียนว่า “สมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตร ในนี้” แต่ละหน้าสมุดไทยเขียน 4 บรรทัด เมื่อหมดหน้าต้น มีคำว่า “กลับ” เพื่อให้พลิกสมุดไปที่หน้าปลายต่อไป

อนึ่งอักษรไทยย่อนี้เป็นที่นิยมมากตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนกลางเป็นต้นมาและได้รับความนิยมอีกครั้งในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เช่น นามพระทวารทางเข้าพระที่นั่งองค์ต่างๆ จารึกด้วยอักษรไทยย่อลงบนแผ่นศิลา อาทิ พระทวารเทเวศร์รักษา

วรรณคดีเรื่องนี้แต่งด้วยคำประพันธ์ประเภทฉันท์และกาพย์ รวม 3 ประเภท แต่ระบุด้วยเลขแทนจำนวนพยางค์ในฉันท์ประเภทต่างๆ ได้แก่

เลข 11 หมายถึง อินทรวิเชียรฉันท์ 11 เช่น

หนึ่งโสตสุระเท	พผู้เตชะฉะสวรรค
โศพัศไกวัลย์	ภูมิเทพอเนกา
ปวงเทพอันสถิตย์	ในดุสิตะมหา
ปราสาทกุฎาคา	รยศทั่วทั้งธาษตรี

เลข 14 หมายถึง วสันตดิลกฉันท์ 14 เช่น

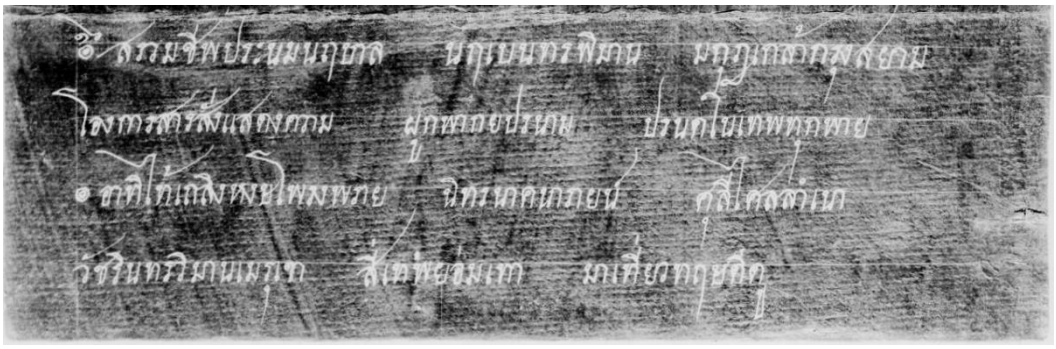
หนึ่งในพระมณฑิรสถาน	ที่พิศาลทักษิณนาม
เนืองนองคณานิกรทราม	ศุภลักษณ์ลาวรรณ

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.32 No.2 (July-December 2025)

นางท้าวทั้งสี่ธุระสนอง พระโอฐคอยบังคมคัล
พรั่งพร้อมบงงอรอัคกำนัล ประณตน้อมจำนงใน

เลข 16 หมายถึง กาพย์ฉบัง 16 เช่น

สรวมชีพประนมนฤบาล นฤเบนทรพิมาน มกุฎเกล้ากรุงสยาม
โองการสารสั่งแสดงความ ผูกพากยปรนาม ปรนดในเทพทุกพาย
อาทิไท้เถลิงหงษโพรงพราย นิทรนาคนารายน์ ศุลีไศลลำเนา
วัชรินทร์วิมานเมรุเขา สี่เทพย่อมเทา มาเที่ยวทฤษดีดู



ภาพที่ 2. ตัวอย่างหน้าสมุดไทย

4. การกำหนดอายุเอกสาร

การกำหนดว่าคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตรเป็นวรรณคดีพิธีกรรมที่เขียนขึ้นในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระสยามเทวมหามกุฎวิทยมหาราชนั้นมีหลักฐานดังนี้

1. ในเนื้อความตอนต้นระบุพระนามที่ผู้ประพันธ์ได้ยอพระเกียรติพระมหากษัตริย์พระองค์หนึ่งคือพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวหรือเจ้าฟ้ามงกุฎ ดังปรากฏความว่า “สรวมชีพประนมนฤบาล นฤเบนทรพิมาน มกุฎเกล้ากรุงสยาม” หมายความว่าเป็นเอกสารในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหามกุฎ พระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และยังบอกต่อไปว่าเป็นพระบรมราชโองการให้แต่งคำฉันท์เรื่องนี้ขึ้น

2. สร้อยนามกรุงเทพมหานครยังปรากฏว่า “**กรุงเทพมหา นคเรศราชินทร์ บวรรัตนโกสิน มหินทอโยทธยา**” ซึ่งสร้อยนามของเมืองหลวงนี้จะเปลี่ยนแปลงในรัชกาลที่ 4 คือเปลี่ยนจากคำว่า “**บวรรัตนโกสินทร์**” เป็น “**อมรรัตนโกสินทร์**”

3. เนื้อหาของวรรณคดีมีส่วนที่สำคัญคือการเอ่ยอ้างนามช้างเผือกในรัชกาลของสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว 2 ช้าง คือ ตอนหนึ่งว่า

“หนึ่งแก้วกิริณีอาภา พิสุทธสมญา แลพระวิมลกิริณี
เชิญช่วยบำรุงรักษ์ศรี บำราษราคี และแลพิไลยลำยอง”

ในพระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 4 ของเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (ขำ บุนนาค) (ทิพากรวงศ์, 2547, น. 78) มีความแสดงถึงช่วงเวลาของการคล้องช้างเผือกซึ่งต่อมาขึ้นระวางเป็นพระวิมลรัตนกิริณีฯ ว่า

> ในเดือน 8 นั้นพระสุนทรราชวงศาเจ้าเมืองยโสธรบอกมา ว่าคล้องได้ช้างพังเผือกตรี ที่ป่าฉมาดฉบา แขวงท่าลัด แต่ฟากน้ำโขงช้างหนึ่ง สูง 4 ศอก 2 นิ้ว เดินทางช้างลงมาทางกรุงเก่า แล้วล่องแพลงมาถึงกรุงเทพมหานคร ณ วันพฤหัสบดี เดือน 8 แรม 3 ค่ำ พระสุนทรราชวงศา กราบทูลว่า คล้องได้ เมื่อ ณ วันอังคาร เดือน 7 แรม 6 ค่ำ ปีชวด จัตวาศก จึงโปรดฯ ให้มีการสมโภช ในพระบรมมหาราชวัง ที่ชาลาหน้าโรงช้าง ช้างนั้นถ้าจะประสมสีๆ แดงเป็นพื้นเจือเหลือง เจือเขม่า ขึ้นระวางเป็น**พระวิมลรัตนกิริณี สุทธศรีสรรพางคพิเศษ ทุติยเศวตวรรโณภาส พงศกมลาสนรังสฤษดิ์ ราชบุญฤทธิสมาหาร โสภาจารจุฬาหล้า มหาอุดมมงคล พรรษผล พิบุลยประสิทธิ์ ศุภสนิทพาหนนาถ ลักษณวิลาศเลิศฟ้า** แล้วพระราชทานเสื้อผ้าเงินตรา พระสุนทรราชวงศา 3 ชั่ง พระราชทานหมอควาญคนเลี้ยง 4 ชั่ง รวม 7 ชั่ง ผูกโรงไว้ที่โรงยอด หน้าพระคลังมหาสมบัติ

วันที่คล้องช้างได้ในพระราชพงศาวดารตรงกับวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2396 เป็นปีที่ 3 ในรัชกาลของพระองค์

ในปีรุ่งขึ้น พุทธศักราช 2397 เจ้าเมืองยโสธรกราบบังคมทูลว่าคล้องช้างพังเผือกได้อีก 1 ช้าง ตามที่ปรากฏในพระราชพงศาวดารว่า (ทิพากรวงศ์, 2547, น. 95)

> ในเดือน 4 ปีขาลนั้น พระสุนทรราชวงศาเจ้าเมืองยโสธรคล้องได้ช้างพังเผือกโท ที่ป่าฉมาตฉะบาอีกช้าง 1 สูง 4 ศอก 11 นิ้ว ฝึกหัดเชื่องราบแล้ว เดินช้างมาถึงป้อมเพ็ชรกรุงเก่า ณ วันศุกร เดือน 4 ขึ้น 1 ค่ำ เสด็จพระราชดำเนินขึ้นไปรับ ตั้งโรงสมโภชที่ป้อมเพ็ชร์ 3 วัน แล้วล่องแพลงมาถึงกรุงเทพมหานคร วันพุธ เดือน 4 แรม 5 ค่ำ มีการสมโภชที่ท้องสนามไชย หน้าพระที่นั่งสุทไธศวรรย์ มีการมโหรสพ 3 วัน 3 คืน ถ้าประสมสีแดงเป็นพื้นเจือเหลือง ขนานนาม **พระวิสุทธรัตนกิริณี โบกษรหัสดีตระกูล สกลบริบูรณ์บริสุทธิเศวต คชพิเศษวรลักษณ เฉลิมราชศักดิ์สยามโลกยาธิเบนทร์ ปรเมนทรมหาราชาธิราช บุญวราดุลยฤทธิสมาหาร สรรพาการศุภโสภณ มงคลคุณประเสริฐเลิศฟ้า** แล้วพระราชทานเสื้อผ้าเงินตรา พระสุนทรราชวงศา หมอควาญได้ 5 ชั่ง ผูกไว้ที่โรงพระเทพกุญชร

น่าสังเกตว่าช้างเผือกทั้ง 2 ช้างนี้เป็นช้างพังที่คล้องได้จากเมืองยโสธรด้วยกันทั้งสิ้น อนึ่ง นามช้างแก้ว กิริณีอาภามีความหมายเดียวกับคำว่ารัตนกิริณีและการเอ่ยนามช้างเผือกที่ขึ้นระวางทั้ง 2 ช้างนี้ทำให้สามารถกำหนดอายุเอกสารได้ว่าต้องเขียนขึ้นหลังพุทธศักราช 2396-2397 แล้ว

5. เนื้อหาของเอกสาร

วรรณคดีเรื่องคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตรเป็นวรรณคดีพิธีกรรม คือใช้ในการบวงสรวงพระนพปฎลมหาเศวตฉัตรที่กางกั้นเหนือพระที่นั่งหรือพระแท่นองค์สำคัญในพระบรมมหาราชวัง การบวงสรวงพระมหาเศตวฉัตรเป็นพิธีกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่ง เพราะเชื่อว่ามีเทวดาที่รักษาพระมหาเศวตฉัตรและพระมหาเศวตฉัตรก็เป็นพระบรมราชสัญลักษณ์แทนองค์พระเจ้าแผ่นดินด้วย การบวงสรวงบูชาจึงเป็นการแสดงความเคารพและความจงรักภักดี เนื้อหาของวรรณคดีเล่มนี้อาจแบ่งได้ 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เริ่มด้วยการเชิญเทวดาองค์ต่างๆ เข้ามาสถิตในพระบรมมหาราชวัง เทพเทวดาที่อัญเชิญมาได้แก่ พระพรหม พระนารายณ์ พระอิศวร พระอินทร์และเทพองค์อื่นๆ ในจักรวาลและขอพรเทวดาให้ปกปักอารักขาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว หมู่เสนามาตย์

ตอนที่ 2 กล่าวถึงพระที่นั่งพิศาลทักษิณ หรือพระที่นั่งไพศาลทักษิณและหมู่คณานิกรท้าวนางต่างๆ ที่เฝ้าทูลละอองธุลีพระบาทและขออำนาจแห่งเทพทั้ง 3 ปกปักรักษาทุกพระองค์ให้ทรงพระเกษมสำราญ

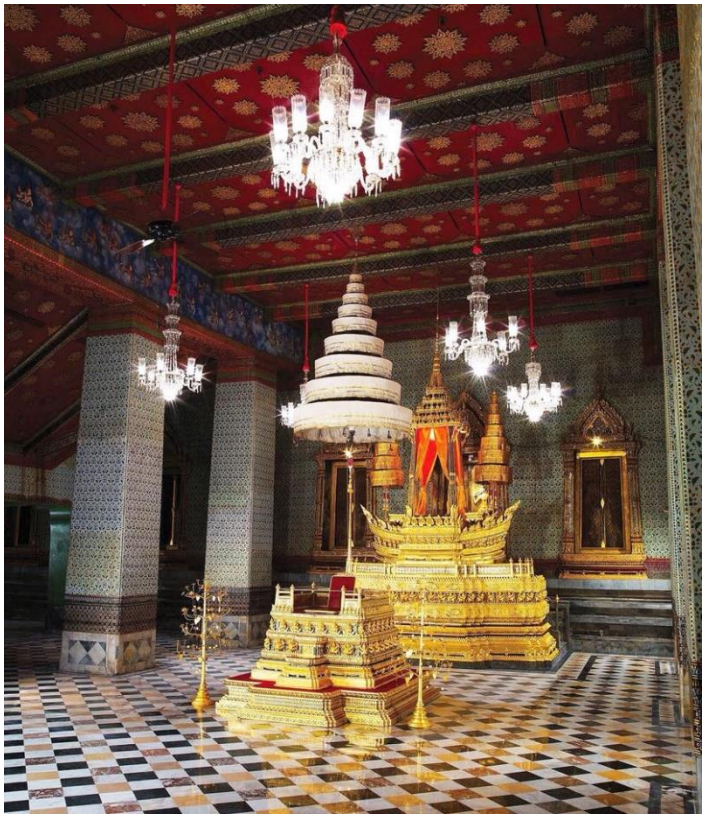
ตอนที่ 3 เป็นการเอ่ยอ้างชื่อเมืองในเขตขัณฑสีมามณฑลสยาม ให้ประชาชนในเมืองต่างๆ มีสุข บ้านเมืองมีความอุดมสมบูรณ์ ฝนฟ้าตกต้องตามฤดูกาล ดังเช่นกล่าวว่า

“ไพร่เมืองมลายทุกข์	เขษมศุขะสูรยไถง
บำบัดอุบัติไภย	อย่าพาธต้องประชาชน
ยังเผดียงพลาหก	ให้ต้องตกฤดูดล
ธัญาผลาผล	จงเพียบเพ็ญอย่าพึงวาย”

ในตอนที่ 3 นี้ยังแสดงพระราชอาณาเขตในขอบขัณฑสีมาสยามของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวอีกด้วย

การสังเวยพระมหาเศวตฉัตรในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวนี้ปรากฏเป็นพระราชพิธีเปลี่ยนพระมหาเศวตฉัตรในพระที่นั่งองค์ต่างๆ ในพระบรมมหาราชวัง สันนิษฐานว่าอาจเป็นในพุทธศักราช 2396 ซึ่งในครั้งนั้นพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ เชิญเทวดาประจำกำพูฉัตรขึ้นประดิษฐานใหม่ ตามประกาศเทวดาฯ ในรัชกาลของพระองค์และโปรดให้เปลี่ยนพระมหาเศวตฉัตรที่กางกั้น ณ พระที่นั่งต่างๆ รวม 4 องค์ คือ พระนพปฎลมหาเศวตฉัตรในพระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท พระนพปฎลมหาเศวตฉัตรในพระที่นั่งไพศาลทักษิณฯ พระนพปฎลมหาเศวตฉัตรในพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัยฯ และพระนพปฎลมหาเศวตฉัตรในพระที่นั่งอนันตสมาคม (ประกาศการพระราชพิธี เล่ม 2 สำหรับพระราชพิธีการจร, 2457, น. 148) ทั้งนี้ในการสังเวยพระมหาเศวตฉัตรแต่ละองค์นั้น ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พระเจ้าน้องยาเธอ กรมพระยาเดชาดิศร ทรงแต่งคำฉันท์สังเวยดังที่มีการรวมพิมพ์คำฉันท์สังเวยพระมหาเศวตฉัตรไว้ (ชุมนุมฉันท์ดุษฎีสังเวย, 2457) ดังนี้

1. ฉันท์สังเวยพระมหาเศวตฉัตร พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท ครั้งรัชกาลที่ 4
   พระนิพนธ์สมเด็จกรมพระยาเดชาดิศร
2. ฉันท์สังเวยพระมหาเศวตฉัตร พระที่นั่งไพศาลทักษิณฯ ครั้งรัชกาลที่ 4
   พระนิพนธ์สมเด็จกรมพระยาเดชาดิศร
3. ฉันท์สังเวยพระมหาเศวตฉัตร พระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัยฯ และพระที่นั่งอนันตสมาคม ครั้งรัชกาลที่ 4
   พระนิพนธ์สมเด็จกรมพระยาเดชาดิศร



ภาพที่ 3. พระที่นั่งพุดตานกาญจนสิงหาสน์ภายใต้นพปฎลมหาเศวตฉัตร (องค์หน้า)
และพระที่นั่งบุษบกมาลามหาจักรพรรดิพิมาน (องค์หลัง) ในพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัยมไหยสูรยพิมาน
(สำนักพระราชวัง, 2555 น. 108)

ข้อสังเกตที่น่าสนใจคือความบางตอนในวรรณคดีเรื่องสมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตรนี้คล้ายกันกับบางบทในฉันท์ทั้ง 3 เรื่องที่สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาเดชาดิศรทรงนิพนธ์ขึ้น สันนิษฐานว่าสมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตรที่ต้นฉบับเก็บอยู่ที่กรุงปารีสนี้อาจเป็นพระนิพนธ์อีกเล่มหนึ่งของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาเดชาดิศร หากพิจารณาเฉพาะลงไปว่าเป็นการสังเวยพระมหาเศวตฉัตรของพระที่นั่งองค์ใดนั้น สันนิษฐานได้ว่าเป็นพระที่นั่งไพศาลทักษิณฯ เพราะในส่วนที่ 2 ปรากฏการพรรณนาความชมพระที่นั่งไพศาลทักษิณฯ ว่า *“หนึ่งในพระมณฑิรสถาน ที่พิศาลทักษิณนาม เนืองนองคณานิกรทราม ศุภลักษณ์ลาวรรณ”* อนึ่งในหนังสือชุมนุมฉันท์ดุษฎีสังเวย ตอนสังเวยพระมหาเศวตฉัตรพระที่นั่งไพศาลทักษิณฯ (ชุมนุมฉันท์ดุษฎีสังเวย, 2457, น. 50) สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาเดชาดิศร ทรงนิพนธ์ไว้ว่า *“เบื้องบนพระมณฑิรสถานที่พิศาลทักษิณนาม เนืองนองคณานิกรทราม ประเสริฐลักษณลาวรรณ”* ดังนั้นจะเห็นได้ว่าคำประพันธ์บางบาทเหมือนกัน จึงสันนิษฐานว่าคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตรนี้เป็นพระนิพนธ์หรืออาจเป็นร่างพระนิพนธ์สำหรับการสังเวยพระมหาเศวตฉัตร ณ พระที่นั่งไพศาลทักษิณฯ อีกฉบับหนึ่ง

พระประวัติสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาเดชาดิศร ในหนังสือราชสกุลวงศ์ (กรมศิลปากร, 2554[Ma1][L2][L3], น. 23) พระนามเดิมคือหม่อมเจ้ามั่ง พระราชโอรสในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ขณะดำรงพระอิสริยยศเป็นสมเด็จเจ้าฟ้า กรมหลวงอิศรสุนทร กับเจ้าจอมมารดานิ่ม ประสูติเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2336 เวลา 5 ทุ่มเศษ ใน พ.ศ. 2356 ทรงได้รับสถาปนาเป็นพระเจ้าลูกยาเธอ กรมหมื่นเดชอดิศร เลื่อนเป็นกรมขุนเดชอดิศร

ในรัชกาลที่ 3 เมื่อวันศุกร์ที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2375 ในรัชกาลที่ 4 ทรงเลื่อนกรมเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม พ.ศ. 2394 เป็นกรมสมเด็จพระเดชาดิศร เทพยนิกรปิยานุรักษ์ บวรศักดิพิเศษ บรมเชษฐวราธิวงศ พงศานุพงศประดิษฐา สุนทรปรีชานุภาพ ศุภกาพยปฏิภาณ สุตไพศาลอรรถธรรมศาสตร ธรรมิกนารถบพิตร เจ้ากรมเป็นพระยา

อนึ่งควรสังเกตได้ว่าสร้อยพระนามกรมวรรคหนึ่งคือ “ศุภกาพยปฏิภาณ” แปลว่าต้องทรงเป็นกวี พระองค์สำคัญพระองค์หนึ่งในรัชสมัยด้วย ทรงกำกับกรมพระอาลักษณ์ตั้งแต่ในรัชกาลที่ 2 เรื่อยมาจนตลอดพระชนมายุ ต่อมาสมัยรัชกาลที่ 3 โปรดเกล้าฯ ให้พระเจ้าน้องยาเธอ กรมขุนเดชอดิศรรวบรวมโคลงโลกนิติมาชำระแก้ไขใหม่ นอกจากนี้ยังทรงนิพนธ์โคลงนิราศเสด็จไปทัพเมืองเวียงจันทน์และคำฉันท์หลายเรื่อง

ก่อนที่พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 จะเสด็จสวรรคต ทรงพระราชปรารภเรื่องพระสงฆ์ในสยามจะห่มแหวกเป็นพระสงฆ์แบบรามัญไปตามที่พระวชิรญาณภิกขุทรงเริ่มต้นไว้ที่ธรรมยุติกนิกาย (ราชบัณฑิตยสภา, 2472, น. 8) จึงพระราชทานพระราชดำรัสให้กรมขุนเดชอดิศร หรือที่ทรงเรียกว่า “พ่อมั่ง” เชิญพระราชกระแสไปถวายกรมหมื่นนุชิตชิโนรส ดังนี้

> พ่อมั่งขา พ่อจงเป็นเชฐมัตตัญญู พ่อจงรู้วารน้ำจิตต์และอธิบายของข้าผู้พี่ อันขันธะทุพลภาพมากอยู่แล้ว ด้วยแผ่นดินศรีอยุธยาทรงพระเจ้าแผ่นดินมา 2 พระองค์แล้ว กับพี่ด้วยอีกคนหนึ่งเป็น 3 ตั้งแต่แผ่นดินลันเกล้าล้นกระหม่อมสมเด็จพระพุทธยอดฟ้า ท่านได้ปราบดาภิเษกปีขาลนั้นมาได้ 5 ปี ถึงปีมะแม พี่จึงเกิด ตั้งแต่จำความได้มาจนอายุได้ 22 ปี ได้บวชในแผ่นดินนั้น ต่ออายุได้ 23 จึงสิ้นแผ่นดินไป มาเป็นแผ่นดินของลันเกล้าล้นกระหม่อมอีก 16 ปี จึงมาเป็นแผ่นดินของพี่ พระภิกษุผู้เป็นสงฆรัตนในกรุงศรีอยุธยาก็เห็นนุ่งสะบงทรงจีวรเป็นลูกบวบทั้งสิ้นด้วยกัน แต่พะม่ารามัญที่เข้ามาพึ่งพระบรมโสมภารอยู่นั้นและ เห็นครองผ้าผิดกับพระภิกษุของเรา จึงเรียกกันว่าพระมอญ เดี๋ยวนี้ พระไทยก็ห่มผ้าเป็นมอญ โดยอัตตโนมัติปัญญาของพี่ เห็นว่าถ้าลันเกล้าล้นกระหม่อมยังเสด็จอยู่ ก็เห็นจะให้ประชุมพระราชาคณะได้ว่ากล่าวกันให้เห็นว่าควรไม่ควรนานอยู่แล้ว นี่พี่กลัวจะเป็นบาปเป็นบุญเป็นคุณเป็นโทษ พระสงฆ์จะแตกร้าวกันไป จึงมิได้ว่ากล่าว แต่ใจนั้นรักแต่อย่างบุราณอย่างเดียวนั้นและสืบไปเบื้องหน้า พระภิกษุไทยซึ่งห่มผ้าเป็นมอญนั้นศูนย์ไป พี่เห็นว่าจะควรกับศรีอยุธยา ก็ถ้าแม้นกลับมากขึ้นอีกด้วยเหตุอันใดอันหนึ่ง ชื่อของพี่ผู้ได้เป็นเจ้าแผ่นดินก็มีแต่จะเสียไป เขาจะว่าเป็นเมืองมอญเมืองพะม่าไปเสียมาแต่ครั้งแผ่นดินนั้น นี่แลเป็นความวิตกของพี่มากนักหนา ให้พ่อเห็นแก่พี่ ช่วยเอาขึ้นแจ้งกับกรมหมื่นนุชิตชิโนรส เธอเป็นบรมญาติอันใหญ่ ทรงไว้ซึ่งผ้ากาสาวพัสตร์ ทั้งรู้พระสัทธรรมของพระเจ้าเป็นอันมาก แล้วก็เป็นพระภิกษุศรีอยุธยา พี่มีจีวรอยู่ผืนหนึ่ง ให้พ่อช่วยถวายกรมหมื่นนุชิต ถ้าเธอจะรับเอาไว้ครองได้ ก็ให้ถวายเธอเถิด ถ้าเธอจะมิรับไว้ครองแล้ว ก็ให้เอาคืนมาเสีย
>
> จดหมายกระแสพระราชโองการฉะบับนี้ ทรงพระกรุณาโปรดให้พระเจ้าลูกเธอ พระองค์เจ้าอรณพ เขียนออกมา ณ วันอังคาร เดือน 3 แรม 2 ค่ำ ปีจอ โทศก เพลาตี 2 ทุ่มเศษ

ครั้นถึงสมัยรัชกาลที่ 6 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนคำนำพระนามเดิมจากกรมสมเด็จพระเป็นสมเด็จกรมพระยา

สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาเดชาดิศร สิ้นพระชนม์ในสมัยรัชกาลที่ 4 เมื่อวันจันทร์ ขึ้น 8 ค่ำ เดือน 10 ปีมะแม ตรงกับวันที่ 4 กันยายน พ.ศ. 2402 พระชันษา 67 ปี พระราชทานเพลิง ณ พระเมรุ ท้องสนามหลวง วันที่ 9 เมษายน พ.ศ. 2403 ทรงเป็นต้นราชสกุล เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา

6. ขอบขัณฑสีมาพระราชอาณาจักรสยามในรัชกาลที่ 4

ขอบขัณฑสีมา หรือขอบขัณฑเสมา หมายถึงพื้นที่ที่กำหนดขอบเขตเป็นมณฑลของอำนาจศูนย์กลาง ในความคิดแบบตะวันตกเรื่องเส้นกั้นเขตแดนที่เข้ามาในสยามช่วงรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว คือเส้นสมมตที่กำหนดขึ้นเป็นพรมแดนของอาณาจักรและมีหน้าที่แบ่งพื้นที่ของเมืองหรือประเทศที่ชัดเจนขึ้น มีระบบการปกครอง กฎหมายอยู่ภายในพื้นที่ แต่ในความคิดของสยามในช่วงเวลาดังกล่าว การกำหนดพื้นที่และอำนาจการครอบครองนั้นไม่ได้อยู่ที่เส้นสมมตที่กำหนดขึ้น แต่เป็นทั้งเรื่องความจงรักภักดี การถวายดอกไม้เงินดอกไม้ทอง หรือความสัมพันธ์ในเชิงเศรษฐกิจและการแต่งงาน เมืองต่างๆ ในพระราชอาณาเขตสยามนั้นจึงต้องได้รับการเอ่ยถึงในหลายวาระ เพราะต้องอ้างถึงพื้นที่อันสัมพันธ์กันมาแต่เก่าก่อน เพื่อแสดงว่าพื้นที่ปริมณฑลโดยรอบนั้นยอมรับอำนาจของศูนย์กลางคือกรุงเทพมหานคร

เมื่อตั้งการพระราชพิธีบรมราชาภิเษกที่ต้องมีการประกาศเทวดาอันเป็นการเริ่มต้นพิธี (ประกาศการพระราชพิธี เล่ม 2 สำหรับพระราชพิธีการจร, 2457, น. 30) ในประกาศเทวดานี้จะเอ่ยชื่อเมืองในพระราชอาณาเขตให้รับรู้เหตุการณ์การพระราชพิธีบรมราชาภิเษกของพระมหากษัตริย์พระองค์ใหม่และให้เทวดาช่วยปกปักรักษาไพร่ฟ้าประชาชนตามเมืองต่างๆ ให้มีความสุขสมบูรณ์ ฝนฟ้าตกต้องตามฤดูกาล ไม่มีข้าศึกศัตรูเข้ามาบีฑา

นอกจากการพระราชพิธีบรมราชาภิเษกแล้ว การพระราชพิธีสมโภชบางพิธีก็มีการเอ่ยประกาศเทวดาด้วย เช่น การสมโภชพระราชลัญจกร การสมโภชพระมหาเศวตฉัตร เป็นต้น ในประกาศเทวดาการพระราชพิธีบรมราชาภิเษก (ประกาศการพระราชพิธี เล่ม 2 สำหรับพระราชพิธีการจร, 2457, น. 34) ในรัชกาลที่ 4 ที่ระบุนามเมืองในพระราชอาณาเขตสยามในบริเวณภาคกลางและภาคเหนือตอนล่างเป็นตัวอย่าง ดังนี้

> ในกรุงเทพมหานคร อมรรัตนโกสินทร์ มหินทรายุทธยา ทั่วทุกคามนิคมชนบทสีมาประเทศราชธานี บุรีรอบขอบขันธ์ปัจจันตนคราบันดาเปนเมืองขึ้นเมืองออกแก่พระมหานครนี้ คือ เมืองศรีอยุทธยามหานครบุราณ วิเสศไชยชาญไชยนาทนครสวรรค์สุพรรณบุรี นครไชยศรีสิงห์สรรค์อินทร์พรหม มโนรมลพบุรี อุไทยธานีพิจิตรพิศณุโลก โอฆบุรีศรี ภิรมพรหมภิราม ชุมสรสำแดงชุมแสงสงคราม ไชยนามนครชุมภูมคำ นครผ่าหมากนครนายก นครไทยไทยบุรี ศรีพนมมาศชาตรการด่านซ้ายเทพบุรี

นอกจากในประกาศพระราชพิธีบรมราชาภิเษกแล้ว อาจพบรายชื่อเมืองต่างๆ ในประกาศพระราชพิธีต่างๆ ที่ยังต้องอ้างถึงเมืองในพระราชอาณาเขตให้แสดงความจงรักภักดีและเป็นการประกาศว่าเมืองต่างๆ ที่เอ่ยนามนั้นเป็นเมืองที่อยู่ภายใต้อำนาจของกรุงเทพมหานคร เช่น ประกาศพระราชพิธีตรุษสงกรานต์

ที่จริงแล้วรายชื่อเมืองในพระราชอาณาเขตสยามในอดีตนั้นเคยปรากฏมาแล้วในจารึกวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามที่จารึกในสมัยรัชกาลที่ 3 ศานติ ภักดีคำ (2562, น. 16-20) ได้จำแนกและอธิบายที่มาของเมืองต่างๆ ไว้อย่างละเอียด ทำให้เห็นว่าความรู้เรื่องการแบ่งส่วนการปกครองหัวเมืองสมัยรัชกาลที่ 3 ว่าการแบ่งเมืองนั้นจะกำหนดผู้ดูแลรับผิดชอบ ซึ่งโดยหลักการแล้วเป็นหน้าที่ของสมุหกลาโหม สมุหนายกและกรมท่าหรือโกษาธิบดี ดังนี้

หัวเมืองฝ่ายเหนือ ขึ้นกับกรมมหาดไทยซึ่งสมุหนายกรับผิดชอบ ในหัวเมืองเหนือจะประกอบด้วยเมืองในภาคกลาง เมืองในล้านนา เมืองในอีสานและเมืองในภาคตะวันออก

หัวเมืองฝ่ายใต้ ขึ้นตรงต่อกรมพระกลาโหม มีสมุหกลาโหมรับผิดชอบ ประกอบด้วยเมืองทางตะวันตกและเมืองทางใต้

หัวเมืองท่า ขึ้นต่อโกษาธิบดี ในสมัยรัชกาลที่ 3 คือเมืองนนทบุรีและเมืองพนัสนิคม

เมืองต่างๆ นั้นจะจำแนกย่อยลงไปเป็นหัวเมืองเอก โท ตรีและมีเมืองขึ้นต่อเมืองนั้นๆ เป็นลำดับไปด้วย เช่น เมืองกรุงเก่ามีเมืองขึ้นคือเมืองปรันตประเทศ เมืองลพบุรี เมืองสระบุรี หรือเมืองพิษณุโลกเป็นเมืองเอก มีเมืองขึ้นคือเมืองศรีภิรม เมืองพรหมพิราม เมืองเทพบุรี เมืองชาตการ เมืองนครไทย เมืองด่านซ้าย เมืองชุบศร สำแดง เมืองชุบแสงสงคราม เมืองศรีพนมมาศ เมืองนครนาดง เป็นต้น

ในคำฉันท์กล่อมพระเสวตรฉัตรมีชื่อเมืองในพระราชอาณาเขตที่จัดแบ่งตามลำดับการปกครองเป็นเมืองเอก โท ตรี จัตวา โดยมีกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลาง แต่รายชื่อเมืองมีการปรับเปลี่ยนจากในสมัยรัชกาลที่ 3 เพิ่มขึ้น เช่น หัวเมืองท่า พบชื่อเมืองในฝั่งตะวันออกริมทะเลเพิ่ม ในบทความนี้ได้จัดรายชื่อเมืองลงตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 2
จำแนกรายชื่อเมืองจากคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตร

หัวเมืองฝ่ายเหนือ	หัวเมืองฝ่ายใต้	หัวเมืองท่า
วิเศษไชยชาญ สุโขไท นครสวรรค์ ชัยนาท มโนรม อินทร์บุรี พรหมบุรี เมืองสิงห์บุรี สรรค์บุรี กำแพงเพชร สุพรรณบุรี เพชรบูรณ์ พิจิตร พิษณุโลก โอฆะบุรี สวรรคโลก พนมมาศ ไชยนาม บางขัง บางยม ศรีภิรมย์ พรหมพิราม ปราจีนบุรี ปะจันตะคาม นครราชสีมา วิเชียรบุรี อยุธยา อรัญประเทศ เลย หล่มสัก ปักธงไชย กำพงโสม ศรีสระเกษ อุดมเดช มโนไพร ภูมคำ นครไท นครชุม ชัยบาดาล ประทุม สมุหะ ปรันตะปะ กำพราน นามหุง หนองหาน ภิรามรัง สำโรงทอง กำพงโสม โพธิสัตว์ จัตุรัส พระตะบอง คูเวียง เชียงของและเขตเมืองลาว	กุยบุรี ปราณบุรี กาญจนบุรี ชุมพร นครศรีธรรมราช ไชยา กลันตัน กระแดะ ปะเหรียน ระแงะ พังงา ไทรบุรี ตรัง สงขลา หลังสวน ถลาง พัทลุง	ตราด นนทบุรี ชลบุรี แกลง ขลุง จันทรบุรี บางละมุง สมุทปราการ

อนึ่ง อาจสังเกตได้ว่าเมืองบางเมืองที่อาจดูเหมือนสาบสูญไปจากประวัติศาสตร์ไทย หรือเป็นประเด็นในการถกเถียงทางประวัติศาสตร์ เช่นเมืองโอฆบุรี อาจหมายถึงเมืองพิจิตรเก่า สอดคล้องกับที่ในสมุดคำฉันท์นี้ยังแยกเป็น 2 เมืองชัดเจนคือเมืองพิจิตรและเมืองโอฆบุรี หรือเมืองบางขังหรือเมืองบางขลังคือเมืองที่ตั้งอยู่ระหว่างเมืองสุโขทัยกับเมืองศรีสัชนาลัย ดังปรากฏในจารึกหลักที่ 2 วัดศรีชุม (กรมศิลปากร, 2535, น. 58-59) ว่า *"...พลพ่อขุนผาเมืองเจ้าเมืองราด พาพ่อขุนผาเมืองผดาจกันและกัน พ่อขุนบางกลางหาวได้เมืองศรีสัชนาลัย พ่อขุนผาเมืองเจ้าเมืองราด เอาพลมา... บางขลังเวนบางขลังแก่พ่อขุนผาเมือง แล้วพ่อขุนผาเมืองเอาม้อเมืองราด เมืองสากอได..."* ยังคงมีความสำคัญอยู่จนถึงสมัยรัชกาลที่ 4

อันที่จริงแล้ว พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเห็นความสำคัญของความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมาแล้ว ทรงคำนึงเรื่องสำนึกของความเป็นชาติที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ทรงเล็งเห็นว่าอำนาจของ

ชาติตะวันตกอาจมีผลกระทบต่อพื้นที่และเอกราชของสยาม ดังที่ปรากฏในประกาศเทวดา (ประกาศการพระราชพิธีเล่ม 2 สำหรับพระราชพิธีจร, 2457, น. 60) ความตอนหนึ่งว่า

> ชาติใดน้ำใจพาลคิดการหาเหตุจะกระทำย่ำยีบ้านเมืองเขตแดนสยามประเทศนี้ ขอพระบารมีพระเจ้าแผ่นดินทั้งปวงช่วยปกครองป้องกันซึ่งอันตราย ทั้งทวยเทพเจ้าทั้งหลายซึ่งเคยบริรักษ์พระมหานคร จงช่วยกำจัดหมู่ดัสกรให้อันตรธาน ถ้าคนนอกประเทศที่ทำปากหวาน แต่ใจคิดการจะเหยียบย่ำข่มขี่พาโลโสคลุมคุมโทษ ทำให้ร่อยหรอประการใดๆ ก็ดี ขอให้ความประสงค์ของพวกคนที่เป็นศัตรูในใจที่นั้น กลับไปเป็นโทษแก่พวกนั้นเองอย่าให้สมประสงค์

ในประกาศฉบับอื่นๆ ในการพระราชพิธีก็ทรงระบุชื่อเมืองในพระราชอาณาเขตไว้ซึ่งครอบคลุมหัวเมืองเหนือ (เว้นเชียงใหม่ล้านนา) หัวเมืองลาว (คืออีสานและฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขง) หัวเมืองเขมร หัวเมืองตะวันตก และหัวเมืองใต้ ทั้งที่เป็นหัวเมืองเอก โท ตรีและหัวเมืองประเทศราชซึ่งต่างก็มีความสัมพันธ์ในเชิงโครงสร้างการปกครองและเชิงอุปถัมภ์

7. สรุป

เอกสารทั้งวรรณคดีและประวัติศาสตร์เป็นบันทึกของมนุษยชาติ การบันทึกที่เกิดขึ้นนี้สะท้อนความคิดเบื้องหลังในความตั้งใจที่จะบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์อันมีประโยชน์ของตนในช่วงเวลานั้นๆ ให้กับผู้อื่นได้รับรู้ แม้สารที่แฝงอยู่ในเอกสารอาจต้องสังเคราะห์ออกมาก็ตาม วรรณคดีเชิงพิธีกรรมมิได้เป็นเพียงบทนิพนธ์ที่แต่งขึ้นเพื่อความบันเทิงหรือขับลำนำตลอดงานเพื่อสุนทรียะเท่านั้น แต่ยังแฝงรายละเอียดต่างๆ ที่มีคุณค่าไว้อีกมาก

สิ่งสำคัญคือวรรณคดีเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญที่บันทึกเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ ทั้งนี้วรรณคดีเล่มนี้มีคุณค่าดังต่อไปนี้

ประการแรก สมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตรเป็นวรรณคดีสมัยรัชกาลที่ 4 เป็นพระนิพนธ์ของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาเดชาดิศร ผู้ทรงเป็นกวีพระองค์สำคัญที่นอกเหนือไปจากโคลงโลกนิติที่คุ้นเคยแล้ว ยังมีงานพระนิพนธ์อีกหลายเรื่อง

ประการที่สอง เนื้อหาของสมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตรแสดงถึงความตั้งพระราชหฤทัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวในการประกาศให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนทั่วไปเคารพนับถือได้มาเป็นสักขีพยานในการประกอบพระราชพิธีสำคัญของอาณาจักร คือการบูชาเทวดารักษากำพูฉัตรและการเปลี่ยนพระมหาเศวตฉัตรในพระที่นั่งองค์ต่างๆ ทรงแสดงให้เห็นว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองฟ้าอมร มีแต่สิ่งของที่สวยงาม น่าอยู่อาศัย ทั่วทั้งพระราชอาณาเขตมีความอุดมสมบูรณ์ ฝนฟ้าตกต้องตามฤดูกาล ไพร่ฟ้าหน้าใส ดังนั้นผู้อ่านจะเห็นสัญญะที่แฝงอยู่ถึงการแสดงความกตัญญูกตเวทีและความตั้งพระราชหฤทัยให้ไพร่ฟ้าข้าแผ่นดินนั้นมีความสุขความเจริญ

ส่วนวรรณศิลป์ที่พบในวรรณคดีนั้นมีการเลือกใช้ถ้อยคำที่งดงามและโวหารต่างๆ เช่นเมื่อเอ่ยถึงเทวดาที่อัญเชิญลงมานั้นจะใช้คำไวพจน์ เช่น *“อาทิไท้เถลิงหงษโพรงพราย นิทรนาคนารายน์ ศุลีไศลลำเนาวัชรินทร์วิมานเมรุเขา สี่เทพย่อมเทา มาเที่ยวทฤษดีดู”* ในที่นี้ “ไท้เถลิงหงษ์” หมายถึงพระพรหม ผู้ทรงหงส์เป็นเทพพาหนะ“นิทรนาคนารายณ์” หมายถึงพระนารายณ์ที่บรรทมบนหลังอนันตนาคราชที่เกษียรสมุทร “ศุลีไศลลำเนา”

หมายถึงพระอิศวรหรือพระศุลีผู้เป็นใหญ่ในเขาไกรลาส และ “วัชรินทร์วิมานเมรุเขา” หมายถึงพระอินทร์ที่สถิต ณ ยอดเขาพระสุเมรุ นอกจากนี้ผู้อ่านจะได้เห็นการใช้คำศัพท์ต่าง ๆ ร่วมสมัยอีกมาก

ประการสุดท้าย การที่ต้นฉบับของวรรณคดีนี้ยังเก็บรักษาอยู่ที่ประเทศฝรั่งเศส ย่อมอธิบายได้หลายประเด็นคือเอกสารโบราณในสมัยก่อนนั้นเป็นเสมือนของขวัญอย่างหนึ่งที่จะพระราชทานให้เป็นเครื่องแสดงน้ำใจต่อสหาย จึงเป็นสมบัติที่คู่ควรในการเก็บรักษา นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่ายังมีโอกาสที่จะพบเอกสารต่าง ๆ ในหอสมุดต่างประเทศอีกมาก เพราะยังมีการจัดเก็บในสภาพดีและส่งเสริมให้มีการค้นคว้าทางวิชาการอยู่เสมอ

8. ภาคผนวกบทปริวรรต

การปริวรรตสมุดไทยเรื่องสมุดคำฉันท์กล่อมเสวตรฉัตรนี้ได้ปริวรรตตัวสะกดการันต์ตามต้นฉบับ [16]

๏ สรวมชีพประนมนฤบาล นฤเบนทรพิมาน มกุฎเกล้ากรุงสยาม
โองการสารสั่งแสดงความ ผูกพากยปรนาม ปรนดในเทพทุกพาย
อาทิไท้เถลิงหงษโพรงพราย นิทรนาคนารายน์ ศุลีไศลลำเนา
วัชรินทร์วิมานเมรุเขา สี่เทพย่อมเทา มาเที่ยวทฤษดีดู
อีกเทพบริรักษกำภู ฉัตรอำไพรู อันกั้งอเคื้อควนสถาน
ทั้งไท้เทพทั่วจักรพาฬ คาบนี้ควรมาน นมัศร้อนเร็วมา
รับเครื่องสักการะมหา แห่งราชราชา ธิเบศพิษภูธร
เทียนทำบัญจงศ์จามิกร โกสุมพ์เกษร ยะยงกระยาบายศรี
เชอญเทพประชุมด้วยดี บริโภคพลี แลสิ่งบำบวงแหล่หลาย
จงชมระย้าแก้วแพรวพราย นานามะณีฉาย ในอำมรินทวินิจไฉย
จงชื่นชมโภคโภไคย ศุรยมากมีใน นิเวศพระราชฤาดี
เสรจสรวมศุภพรพิธี เชอญช่วยอวยศรี สวัสดิสบสิ่งถวาย
แล้วจักกั้งกรรอันตราย พิบัติจำงาย เกษมสมบัติบุญบาน
นฤทุกขาดูรบันดาน พระโรคบพาน บพาธในองศ์พงษพันธุ
เสนานายกพลขันท์ หมู่มาตยอนันต์ นิกรแสนศุขา
หนึ่งแก้วกิริณีอาภา พิสุทธสมญา แลพระวิมลกิริณี
เชิญช่วยบำรุงรักษ์ศรี บำราษราคี และแลพิไลยลำยอง
ควนค่าคู่เมืองเรืองรอง ชนยืนอยู่ครอง พระยศร้อยปีหลาย
หนึ่งเชอญช่วยดูหมู่หมาย หมื่นขุนมูลนาย แลพงษพระญาติยาไทย
ใครแพ่งภักดีฉันใด เชิญเทพระไว รวังพิทักษรักษา
ดลพระหฤไทยราชา เพ่อมพูนยศถา นุศักดิ์แสนศฤงฆาร
ใครสัจซื่อต่อนฤบาล ดลไท้ให้มาน มโนศบำเนจนงยง
ใครเกียจกลพิรุทธจำนง เลี่ยงลี้บ่มิตรง ประทุษโทษทรชน
ทุกทวยเทพแจ้งใจยล เหตุแห่งวิกล จงแกล้งให้กลับเป็นดี
สนองบาททาษไท้ธิบดี โดยกัตเวที ธรรมเนียมในแผ่นดินสยาม

14

๏ หนึ่งในพระมณฑิรสถาน ที่พิศาลทักษิณนาม
เนืองนองคณานิกรทราม ศุภลักษณ์ลาวรรณ
นางท้าวทั้งสี่ธุระสนอง พระโอฐูคอยบังคมคัล
พรั่งพร้อมบงงอรอัคกำนัล ประณตน้อมจำนงใน
งานสรงพระภูษิตประจำ บันจงจีบกุญแจไข
งานเครื่องสุคนธรศไกร แลงานแต่งพระศรีสลา
โดยหมู่มาเฝ้ายุคลบาท บำเรอราชภิรมยา
นางฟ้อนจำเรียงดรุณพา ลก็หัดประเหล่จริง
เทพีพระวงษทูลท้าว ธพี่นางแลน้องหญิง
ศุขเสมอแลมานกมลอิง ฆกฤษดกิจการ
วรวงษแลราชวรบุตร ประอรอุตมเปรียบปราณ
เปนที่จำนงศุขสำราญ ฤทัยชื่นทุกคืนวัน
เชอญเทพทั้งสี่เสดจมา บริรักษบำรุงกรร
สิ่งโศรกแลสิ่งอุปทวัน ตรายโรคจันไรไกล
อ้าองค์อุมาอมรทิพ ยภิริยจอมไตร
จงมาถนอมพนิตไทย ธิเบศทั่วทั้งวงวัง
อ้าองค์วิไลยลักษณโฉม ทุติเยศธททรงสังข
สบไสมยเสมอแลก็มายัง สำนักนิ์นารถอำนวยพร
อ้าองค์ธิดาอสุรภพ ภิริยอินทรบังอร
เรวเร่งบรรเหินคคุณจร จงมารักษรักษา
ขอพรพรุณศนิแลลม สุริยจันทรดารา
ให้องค์พระภูธรจุฑา ธ เลี้ยงโลกย์อยู่โกฏกัลป์

11

๏ หนึ่งโสตสุระเท พผู้เตชะฉะสวรรค
โศพัศไกวัลย์ ภูมิเทพอเนกา
ปวงเทพอันสถิตย์ ในดุสิตะมหา
ปราสาทกุฎาคา รยศทั่วทั้งธาษตรี
สรวมเทพผู้พำนักนิ์ สุรารักษอารีย์
อาราทธนมี มนัศทำนุกผดุงดิน
กรุงเทพมหา นคเรศราชินทร์
บวรรัตนโกสิน มหินทอโยทธยา
จุงอวยศิริสวัสดิ์ สมบัติสมบูรณปรา
กฎก้องทั้งโลกา เกียรติ์ทั่วทิศาสานต์
เมืองออกเอกโทตรี จัตวามีเปนบริพาร
วิเศศไชยชาญ ศุโขไทนครสวรรค์
ไชนาทมะโนรม อีกอินทร์พรหมเมืองสิงห์สรรค์

กำแพงเพ็ชรสุพรรณ เพชรบูร์ธานี
พิจิตรพิศณุโลกย อีกโอฆะบุรี
สวรรคโลกยสว่างศรี พนมมาศไชยนาม
บางขังแลบางยม ศรีภิรมย์พรหมพิราม
ปราจินปะจันตะคาม นครราฐสีมา
วิเชียรธานี เบาราณศรีอโยทธยา
อรัญเวศวรวฒนา เลยหล่มสักปักธงไชย
กำพงโสมศรีสระเกษ อุดมเดชมโนไพร
ภูมคำนครไท นครชุมไชยบาดาน
ประทุมสมุหะ ปรันตะปะแลกำพราน
นามหุงอีกหนองหาน ภิรามรังสำโรงทอง
กำพงโสมโพธิสัต จะตุรัสปะตะบอง
คูเวียงแลเชียงของ เขตรมลาวธานี
ปักทักษิณสถาน กุยปราณกาญจนบุรีย์
ชุมพรนครศรี ธรรมราชะไชยา
กระลันตันแลกระแดะ ปะเหรียนระแงะพงันพงา
ไทรตรังแลสังขลา ลังสวนถลางพัทลุง
เบื้องบูรพตำบล ตราษนนท์ชลแกลงขลุง
จันทรบูรบางลมุง เมืองสมุทปราการ
ศรีรวมบุรีรอบ ขันธขอบกรุงเทพสถาน
เทวะเดชธบันดาล ผดุงผลเผดจ์ไภย
ไพร่เมืองมลายทุกข์ เขษมศุขะสูรยไถง
บำบัดอุบัติไภย อย่าพาธต้องประชาชน

กลับ
ยังเผดียงพลาหก ให้ต้องตกฤดูดล
ธัญาผลาผล จงเพียบเพ็ญอย่าพึงวาย
ขอพรพระพิฆเนศวร นำสารเสวตรพงงพลาย
มาสู่สมภารพาย ในกรุงเทพบุรีรมย์
ศรีสิทธิชเยศ วรเดชวะโรดม
สฤษดิเดชบรม มนารถเจ้าจอมสกล
ชยเกียรติผริต ชยสิทธิศุภผล
ทฤฆายุศม์มงคล สหสพรรษสถาพรฯ

รายการอ้างอิง

กรมศิลปากร. (2535). *ประชุมจารึกภาคที่ 1 จารึกสุโขทัย*. อมรินทร์พริ้นติ้ง.

กรมศิลปากร. (2554). *ราชสกุลวงศ์*. อมรินทร์พริ้นติ้ง.

ชุมนุมฉันท์ดุษฎีสังเวย. (2457). พิมพ์ไทย สะพานยศเส. (พิมพ์แจกในงานศพพระยาศรีธรรมาศุกราช (เจริญ จารุจินดา)).

ทิพากรวงศ์, เจ้าพระยา. (2547). *พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 4*. กรมศิลปากร.

ประกาศการพระราชพิธี เล่ม 2 สำหรับพระราชพิธีการจร. (2457). พิมพ์ไทย สะพานยศเส.

ราชบัณฑิตยสภา. (2472). *ประชุมพงศาวดาร ภาคที่ 51 จดหมายเหตุเมื่อพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวสวรรคต*. โสภณพิพรรฒธนากร. (พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พิมพ์พระราชทานในงานพระศพพระวิมาดาเธอ กรมพระสุทธาสินีนาฏ ปิยมหาราชปดิวรัดา ครบสัปตมวาร ณ วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2472).

ศานติ ภักดีคำ. (2562). *พระมหาเจษฎาราชอาณาจักรในจารึกทำเนียบหัวเมืองและผู้ครองเมือง วัดพระเชตุพน*. สหธรรมิก.

สำนักพระราชวัง. (2555). *หมู่พระมหามณเฑียร*. พงษ์วริน การพิมพ์.

Cabaton, A. (1912). *Catalogue sommaire des manuscrits indiens, indochinois, malayo-polynésiens*. Ernest Leroux.

Croizier, Le M^{is} de. (1887). *Notice des manuscrits siamois de la Bibliothèque Nationale*. Ernest Leroux.

จริยธรรมการตีพิมพ์ผลงานในวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ

1. บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน

1. ผู้เขียนต้องรับรองว่าผลงานที่ส่งมาเพื่อเสนอพิจารณาตีพิมพ์เป็นผลงานใหม่ ไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อนและไม่อยู่ระหว่างส่งให้วารสารอื่นพิจารณาในเวลาเดียวกัน

2. ผู้เขียนต้องรายงานข้อมูลตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจริง ไม่บิดเบือนข้อมูล หรือให้ข้อมูลเท็จ

3. ผู้เขียนต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่นและผลงานของตนเอง หากมีการนำผลงานเหล่านั้นมาใช้ในผลงานของตน รวมทั้งระบุในรายการอ้างอิงท้ายบทความ

4. ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดไว้ใน “ข้อแนะนำในการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ”

5. ผู้เขียนที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคนต้องเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการจริง

6. ผู้เขียนต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการวิจัย (หากมี) โดยระบุมาพร้อมกับบทความที่เสนอพิจารณาตีพิมพ์

7. ผู้เขียนต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (หากมี) โดยระบุมาพร้อมกับบทความที่เสนอพิจารณาตีพิมพ์

2. บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความต้องรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาเพื่อเสนอพิจารณาตีพิมพ์แก่บุคคลอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ

2. หลังจากได้รับบทความจากกองบรรณาธิการวารสาร หากผู้ประเมินบทความตระหนักว่าอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน เช่น เป็นผู้ร่วมโครงการ รู้จักผู้เขียนเป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่นๆ ที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างเป็นอิสระได้ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบและปฏิเสธการประเมินบทความนั้นๆ

3. ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาความสำคัญของเนื้อหาในบทความที่จะมีต่อสาขาวิชานั้นๆ องค์ความรู้ใหม่ คุณภาพของการวิเคราะห์และความเข้มข้นของผลงาน ไม่ควรใช้ความคิดเห็นส่วนตัวมาเป็นเกณฑ์ในการประเมินบทความ

4. ผู้ประเมินบทความควรระบุผลงานที่สอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมิน แต่ผู้เขียนไม่ได้อ้างถึงเข้าไปในการประเมินบทความด้วย นอกจากนี้หากมีส่วนใดของบทความที่มีความซ้ำซ้อนกับผลงานอื่นๆ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบด้วย

3. บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการวารสาร

1. บรรณาธิการวารสารมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพของบทความเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่ตนรับผิดชอบ

2. บรรณาธิการวารสารต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ

3. บรรณาธิการวารสารต้องตัดสินใจคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความสำคัญ ความใหม่ ความชัดเจนและความสอดคล้องกับเนื้อหาและนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ

4. บรรณาธิการวารสารต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์ในวารสารอื่นมาแล้ว

5. บรรณาธิการวารสารต้องไม่ปฏิเสธการตีพิมพ์บทความ เพราะความสงสัยหรือไม่แน่ใจ โดยให้ผู้เขียนหาหลักฐานมาพิสูจน์ข้อสงสัยนั้นๆ ก่อน

6. บรรณาธิการต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน ผู้ประเมินบทความและผู้บริหาร

7. บรรณาธิการต้องตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (plagiarism) อย่างจริงจัง เพื่อให้แน่ใจว่าบทความที่ลงตีพิมพ์ในวารสารไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่น บรรณาธิการวารสารต้องหยุดกระบวนการประเมินและติดต่อผู้เขียนเพื่อขอคำชี้แจง เพื่อประกอบการพิจารณา “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้นๆ

Publication Ethics

1. An author's roles and responsibilities

1. An author must guarantee that the submitted work is original and has never been published or submitted to other journals while being submitted to our journal.

2. An author must report information faithfully without disinforming or misinforming.

3. An author must provide correct in-text citation and reference citation, including self-citation where applicable.

4. An author must strictly follow the format of our journal (as detailed under Submission Guide).

5. Every author listed in an article must be involved in the writing process of the article.

6. In case that a submitted article is funded, an author must inform our journal of any sources of funding for that article.

7. An author must identify conflicts of interest (if any) when submitting their article to our journal.

2. A reviewer's roles and responsibilities

1. A reviewer must keep the information about the reviewed article confidential and must not reveal this information to others during the reviewing process.

2. After receiving an article from our editorial board, if a reviewer notices any conflicts of interest, such as the reviewer being part of the same research project, or any other reasons that might prevent the reviewer from providing comments honestly and impartially, the reviewer should inform our editorial board and abstain from reviewing the article.

3. A reviewer should accept to review an article within their areas of expertise. When reviewing, they should consider the academic merits of the article: for example, the substantiality of the article; the quality of the data analysis; its contributions to new knowledge; or the impact on its own field. A reviewer must not let their opinions on personal matters affect the review of the article.

4. A reviewer should make suggestions for inclusion of any related studies which are not included in the reviewed article. In addition, if the reviewer notices any plagiarism in the reviewed article, a reviewer should inform the editor.

3. The editor's roles and responsibilities

1. The editor is in charge of controlling the quality of the articles published in the journal.

2. The editor must not reveal the information about the authors and the reviewers to anyone who is not involved in the review during the entire process.

3. The editor needs to make publication decisions based on the reviewed articles' academic novelty, merits and contributions, as well as their suitability for the journal content and their compliance with the journal policies.

4. The editor must not publish an article which has already been published in other journals.

5. The editor must not reject an article without first consulting its author regarding the questions that may have arisen, or without giving the author an opportunity to clarify or provide further supporting evidence.

6. The editor must not have conflicts of interest with an author, a reviewer, or the board of committee.

7. The editor must check for plagiarism carefully. If any plagiarism is found, the editor must stop the process of article review and contact the author of that article for their clarification immediately as part of the decision whether to "accept" or "reject" the article.

ข้อแนะนำในการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ

1. การจัดเตรียมต้นฉบับ

บทความที่จะเสนอตีพิมพ์ในวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการต้องเป็นบทความวิจัย (research article) บทความวิชาการ (academic article) บทความปริทรรศน์ (review article) หรือบทวิจารณ์หนังสือ (book review) เนื้อหาของบทความต้องเกี่ยวกับสาขาวิชามนุษยศาสตร์หรือสาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ภาษา ภาษาศาสตร์ การเรียนการสอนภาษา การแปล วรรณคดี คติชนวิทยา ประวัติศาสตร์ ปรัชญาและศาสนา นิเทศศาสตร์ สารสนเทศศาสตร์ ดนตรี ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์และการท่องเที่ยว

บทความต้องเขียนเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ หากผู้เขียนบทความไม่ใช่เจ้าของภาษา บทความต้องได้รับการตรวจทานและแก้ไขภาษาจากผู้อ่านที่เป็นเจ้าของภาษาก่อนส่งมายังกองบรรณาธิการ ความยาวของต้นฉบับไม่ควรเกิน 20 หน้ากระดาษ A4

บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ต้องระบุข้อมูล ชื่อบทความ บทคัดย่อ คำสำคัญอย่างน้อย 3 คำ ชื่อผู้เขียนและหน่วยงานต้นสังกัด ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การอ้างอิงในบทความต้องทำตามระบบ APA อย่างเคร่งครัด (สามารถดูรายละเอียดได้ที่ American Psychological Association. (2020). *Publication Manual of the American Psychological Association (7th ed.)* หรือดูรายละเอียดได้ที่การอ้างอิงสารสนเทศตาม *“Publication Manual of the American Psychological Association” (7th Edition)* จัดทำโดยศูนย์นวัตกรรมทางการศึกษา สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2563)

2. การอ้างอิงและการเขียนเอกสารอ้างอิง

กรณีที่ผู้เขียนต้องระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเนื้อเรื่อง ให้ใช้วิธีการอ้างอิงในส่วนเนื้อเรื่องแบบนาม-ปี (author-date in-text citation) โดยระบุชื่อผู้แต่ง ปีพิมพ์ของเอกสารและเลขหน้าของเอกสารที่อ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น หากผู้เขียนผลงานที่อ้างอิงเป็นชาวไทย ให้ระบุชื่อและนามสกุล ส่วนผู้เขียนผลงานที่อ้างอิงเป็นชาวต่างประเทศ ให้ระบุเฉพาะนามสกุล เช่น

วิทยา ศักยาภินันท์ (2548, น. 34) กล่าวไว้ว่า... หรือ

ลักษณะดังกล่าวพบได้ในการอนุมานแบบนิรนัย (วิทยา ศักยาภินันท์, 2548, น. 34)

ซาอิด (Said, 1978, p. 15) มีข้อเสนอทางวิชาการในประเด็นนี้ว่า...

ทั้งนี้ให้มีการอ้างอิงส่วนท้ายเล่ม (reference citation) ในรูปแบบของเอกสารอ้างอิง (References) โดยจัดเรียงรายการเอกสารตามลำดับอักษรและแสดงรายการอ้างอิงภาษาไทยก่อนรายการอ้างอิงภาษาอังกฤษ โดยมีตัวอย่างการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง ดังนี้

2.1 หนังสือ

2.1.1 หนังสือแบบรูปเล่ม

กฤษดาวรรณ หงศ์ลดารมภ์, และจันทิมา เอียมานนท์ (บ.ก.). (2549). *มองสังคมผ่านวาทกรรม*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นันทพร ธนะกูลบริภัณฑ์. (2558). *การอ้างอิงและการเขียนรายการเอกสารอ้างอิงตามแบบ APA* (พิมพ์ครั้งที่ 6). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2550). *หลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาจีนและภาษาฮินดี*. ราชบัณฑิตยสถาน.

American Psychological Association. (2010). *Publication manual of the American Psychological Association* (6th ed.). Author.

Bressler, C. E. (2011). *Literary criticism: An introduction to theory and practice* (5th ed.). Pearson Education.

Comrie, B. (Ed.). (1990). *The major languages of East and South-East Asia*. Routledge.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. The University of Chicago Press.

2.1.2 หนังสือแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ไม่มีเลข DOI)

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2568). *มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมประจำปีพุทธศักราช 2567*. http://book.culture.go.th/ich67/#p=1

Somerville, C. (2011). *Understanding your dreams (Kindle Edition).* https://read.amazon.com/?_encoding=UTF8&asin=B005OKJRTYG&consumptionLimitReached=false&deviceAccountIds=A09998371WTP3RUEFJV1B&hasMultimedia=false&requiredCapabilities=EBOK_PURCHASE_ALLOWED&ref=yb_qv_ov_kndl_rn_rw&yourBooksUrl=https%3A%2F%2Fwww.amazon.com%2Fyour-

2.2 หนังสือแปล

ฮอว์คิง, เอส. (2552). *The illustrated: A brief history of time* [ประวัติย่อของกาลเวลาฉบับภาพประกอบ] (พิมพ์ครั้งที่ 17). มติชน.

Laplace, P. S. (1951). *Essai philosophique sur les probabilités* [A philosophical essay on probabilities]. Dover.

2.3 บทหรือบทความในหนังสือ

จันทิมา เอียมานนท์. (2549). ปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาษา วาทกรรม และอัตลักษณ์ของผู้ติดเชื้อ/ผู้ป่วยเอดส์: การศึกษาเชิงปฏิพันธ์วิเคราะห์. ใน กฤษดาวรรณ หงศ์ลดารมภ์ และจันทิมา เอียมานนท์ (บ.ก.), *มองสังคมผ่านวาทกรรม* (น. 49-76). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Fairclough, N. (1997). Technologisation of discourse. In C. R. Caldas-Coulthard & M. Coulthard (Eds.), *Texts and practices: Readings in critical discourse analysis* (pp. 71-83). Routledge.

2.4 บทความในวารสาร

2.4.1 บทความในวารสารแบบรูปเล่ม/ อิเล็กทรอนิกส์ (ไม่มีเลข DOI)

ภคภต เทียมทัน. (2565). คำซ้อนในภาษาไทใหญ่: กรณีศึกษาพื้นเมืองแสนหวี ฉบับหอคำเมืองไหญ. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, *29*(1), 167-188.

Quiroz, M. F., Gutiérrez, R., Rocha, F., Valenzuela, M. P., & Vilches, C. (2021). Improving English vocabulary learning through Kahoot!: A quasi-experimental high school experience. *Teaching English with Technology*, *21*(2), 3-13.

Robertson, S. (2005). What law got to do with it?. *Journal of the History of Sexuality*, *14*(1), 161-185.

2.4.2 บทความในวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (มีเลข DOI)

Prensky, M. (2003). Digital game-based learning. *ACM Computers in Entertainment*, *1*(1), 1-4. https://doi.org/10.1145/950566.950596

2.5 บทความในหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์

โสภิณ ทองปาน. (2544, 15 มกราคม). การพัฒนาชนบทในอดีต. *มติชน*, 6.

Brody, J. E. (2007, December 11). Mental reserves keep brain agile. *The New York Times*. http://www.nytimes.com

Schwartz, J. (1993, September 30). Obesity affects economic, social status. *The Washington Post*, A1.

2.6 วิทยานิพนธ์

จารุวรรณ พุ่มพฤกษ์. (2536). *การวิเคราะห์กลอนกลบทไทยด้วยระเบียบวิธีทางภาษาศาสตร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รณชัย ศิลากร. (2547). *ผลของโครงการปฏิบัติสมาธิเบื้องต้นต่อสัจจการแห่งตนตามทฤษฎีของมาสโลว์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Nelsol, M. A. (2000). *A corpus-based study of the lexis of business English and business English materials* [Unpublished doctoral dissertation]. University of Manchester.

2.7 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

สถาบันไทใหญ่ศึกษา. (2559, 21 ธันวาคม). *ประวัติความเป็นมาของชนชาติไตโดยสังเขป*. ศูนย์ไทใหญ่ศึกษา วิทยาลัยชุมชนแม่ฮ่องสอน. http://www.taiyai.org/2011/index.php?page=4c2378500328311c7354592d47cc700d&r=3&id=284

Livingstone, S. (2004). *What is media literacy?*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/30521219_What_is_media_literacy

2.8 รายงานการประชุมเชิงวิชาการ

พัชราภา ตันติชูเวช. (2553). การศึกษาทั่วไปกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ศึกษาโดยเปรียบเทียบกับประเทศไทย. ใน ศิริชัย กาญจนวาสี (บ.ก.), *การขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาไทย: การประชุมวิชาการและเผยแพร่ผลงานวิจัยระดับชาติ* (น. 97-102). คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Katz, I., Gabayan, K., & Aghajan, H. (2007). A multi-touch surface using multiple cameras. In J. Blanc-Talon, W. Philips, D. Popescu, & P. Scheunders (Eds.), *Lecture notes in computer science: Vol. 4678. Advanced concepts for intelligent vision systems* (pp. 97-108). Springer-Verlag. https//doi.org/10.1007/978-3-540-74607-2_9

2.9 ราชกิจจานุเบกษา

พระราชพิธีพืชมงคลแลจรดพระนังคัล. (2429, 21 มิถุนายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 3 ตอนที่ 9. น. 65-66.

2.10 บทสัมภาษณ์

แดง จันทร์สีบ. (2560, 7 มีนาคม). แม่เพลงบ้านวัดบางน้อย ตำบลเจ๊ะเห อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส. [บทสัมภาษณ์].

Ross, R. (1980, 5 May). Associate Director, Cornell University Libraries. [Interview].

3. ตัวอักษรและรูปแบบการพิมพ์

3.1 ระยะขอบ

การตั้งระยะขอบกระดาษ ให้ตั้งดังนี้

ด้านบน	1	นิ้ว	ด้านล่าง	1	นิ้ว
ด้านซ้าย	1.5	นิ้ว	ด้านขวา	1	นิ้ว

3.2 รูปแบบและขนาดตัวอักษร

ส่วนของบทความ	การจัดชิดขอบ	ลักษณะตัวอักษร	แบบอักษร	ขนาดอักษร (พอยต์)
ชื่อบทความ	กลางหน้ากระดาษ	**ตัวหนา**	Browallia New	18
หัวข้อ	ชิดซ้าย	**ตัวหนา**	Browallia New	17
เนื้อความ	จัดพอดีหน้า	ปกติ	Browallia New	15
การเน้นความ	-	*ตัวเอียง*	Browallia New	15

3.3 การนำเสนอข้อมูลด้วยตาราง (table)

ข้อความในตารางใช้รูปแบบอักษร Browallia New ขนาด 14 พอยต์ หรือสามารถปรับขนาดตัวอักษรให้เหมาะสมกับข้อมูล ใส่เลขลำดับตารางและชื่อตารางไว้ด้านบนตารางและจัดระยะชิดซ้าย โดยจัดรูปแบบอักษรดังนี้ เลขลำดับตารางใช้อักษรตัวปกติและชื่อตารางใช้อักษรตัวเอียง (italic) เช่น

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.32 No.2 (July-December 2025)

ตารางที่ 1
ตัวอย่างคำศัพท์ที่เป็นคำยืมจากภาษาต่างประเทศในทศชาดก

คำศัพท์	ตัวอย่างคำศัพท์
คำศัพท์บาลี	อุสภา อัสดร โปดก เสฏฐี วินิจฉัย ภิญโญ สุคันธ์ ภาวนา อัสดร อัคคี อนันต์ พิฆาต ไสยาต กาพ ฯลฯ
คำศัพท์สันสกฤต	กัลยา กูณฑ์ ศิรา นฤพาน ไอสวรรย์ ไพฑูรย์ ปราชญ์ ศาสดา รัศมี ปักษี ราษฎร ศีรษะ ฤทธิ์ ฯลฯ
คำศัพท์เขมร	บำเพ็ง จำเริญ เพลิง จำเรียง คำนัล เสด็จ จำนง สรวล บรรทม อำนวย กำเนิด ถนอม ขำนาญ ฯลฯ

3.4 การนำเสนอข้อมูลด้วยรูปภาพ (figure) ได้แก่ กราฟ (graph) แผนผัง/ ผังภูมิ (chart) แผนที่ (map) ภาพวาด (drawing) ภาพถ่าย/ รูปภาพ (photograph/ picture)

ระบุหมายเลขรูปภาพและชื่อรูปภาพไว้ใต้รูปภาพ โดยใช้รูปแบบอักษร Browallia New ขนาด 14 และจัดระยะแบบกลางหน้ารูปภาพหรือกลางรูปภาพ โดยจัดรูปแบบอักษรดังนี้ เลขลำดับภาพใช้อักษรตัวเอียง (italic) และชื่อภาพใช้อักษรตัวปกติ เช่น



ภาพที่ 1. การรัวกรับให้สัญญาณในการเสด็จพระราชดำเนินเลียบพระนครโดยขบวนพยุหยาตราทางสถลมารค ในพระราชพิธีบรมราชาภิเษก 5 พฤษภาคม พุทธศักราช 2562
(ที่มา: สถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย, 2562)

4. การแบ่งหัวข้อในบทความ

ต้นฉบับบทความควรจะแบ่งหัวข้อหลักเป็นสัดส่วนและกำกับหัวข้อหลักและหัวข้อย่อยด้วยระบบตัวเลข โดยจัดรูปแบบให้เป็นไปตามรูปแบบดังนี้

1. หัวข้อลำดับที่ 1

หัวข้อลำดับที่ 1 พิมพ์ด้วยอักษรตัวหนา (bold) ขนาด 17 พอยต์ จัดชิดซ้าย เว้นบรรทัดด้านบนสองบรรทัดและเว้นบรรทัดด้านล่างหนึ่งบรรทัด

1.1 หัวข้อลำดับที่ 1.1

หัวข้อลำดับที่ 1.1 พิมพ์ด้วยอักษรตัวหนา (bold) ขนาด 16 พอยต์ จัดชิดซ้าย เว้นบรรทัดด้านบนหนึ่งบรรทัดและเว้นบรรทัดด้านล่างหนึ่งบรรทัด

1.1.1 หัวข้อลำดับที่ 1.1.1
หัวข้อลำดับที่ 1.1.1 พิมพ์ด้วยอักษรตัวปกติ ขนาด 15 พอยต์ จัดชิดซ้าย เว้นบรรทัดด้านบนหนึ่งบรรทัดและบรรทัดด้านล่างตามด้วยเนื้อความทันที

5. การส่งต้นฉบับ

ผู้สนใจสามารถส่งบทความออนไลน์ผ่านระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (Thai Journals Online) ได้ที่ https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc

บทความวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับการผลิตเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่น: กรณีศึกษาผู้เรียนชาวไทยที่มีประสบการณ์เรียนรู้และฝึกฝนเสียงสูงต่ำ” ของยุพกา ฟูกุชิม่า

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 31 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2567)

เฉพาะหน้าที่มีการแก้ไข

ได้แก่ หน้า 144, 145, 150, 151, 152, 153, 156, 157 และ 161

มีปัญหาการรับรู้เสียงสูงต่ำในภาษาญี่ปุ่นอย่างไร การสอนเกี่ยวกับเสียงสูงต่ำช่วยพัฒนาทักษะการรับรู้เสียงสูงต่ำหรือไม่ ทักษะการรับรู้เสียงสูงต่ำดีขึ้นหรือไม่เมื่อเวลาผ่านไป

งานวิจัยที่มีชาวไทยเป็นกลุ่มเป้าหมายร่วมในการศึกษา ได้แก่ 鮎澤他 (1995) ซึ่งได้สำรวจการรับรู้เสียงสูงต่ำภาษาโตเกียวของผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นชาวต่างชาติเปรียบเทียบกับชาวญี่ปุ่น พบว่าผู้เรียนชาวไทยสามารถฟังเสียงสูงต่ำแบบราบได้ดีที่สุด แต่รูปแบบเสียงสูงต่ำที่รับรู้ได้ยาก คือ คำ 5 พยางค์ที่มีตำแหน่งเสียงสูงต่ำอยู่พยางค์ที่ 4 หรือเรียกว่า “แบบลบสอง[2]” ในเวลาต่อมา 鮎澤・小高 (1998) ดำเนินการสำรวจในลักษณะเดียวกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวไทยรับรู้รูปแบบเสียงสูงต่ำได้ถูกต้องเฉลี่ยร้อยละ 61 เมื่อจำแนกตามรูปแบบเสียงสูงต่ำ พบว่าโดยรวมกลุ่มตัวอย่างรับรู้เสียงสูงต่ำแบบราบและแบบสูงที่พยางค์ต้นได้ดีกว่าแบบสูงที่พยางค์กลาง อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบระหว่างแบบสูงที่พยางค์ต้นกับแบบราบในกลุ่มผู้เรียนที่มีคะแนนสูงพบว่า สำหรับคำ 3 พยางค์ แบบสูงที่พยางค์ต้นมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกับแบบราบ แต่ในคำ 4-5 พยางค์ แบบสูงที่พยางค์ต้นมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าแบบราบ โดยได้ให้ข้อสังเกตเพิ่มเติมว่าไม่น่าจะมีเสียงสูงต่ำรูปแบบใดที่ยากสำหรับผู้เรียนชาวไทย เนื่องจากอัตราการตอบผิดถูกระหว่างกลุ่มที่มีคะแนนสูงกับกลุ่มที่มีคะแนนต่ำไม่ค่อยแตกต่างกัน

เพื่อให้ปัญหาการรับรู้เสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนชาวไทยมีความชัดเจนขึ้น ยุพกา ฟุกุชิม่า และ ทัศนีย์ เมธาพิสิฐ (2560) จึงได้ศึกษาทักษะการฟังและแยกแยะเสียงสูงต่ำในคำภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนชาวไทย พบว่า (1) ผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นชาวไทยมีแนวโน้มที่จะรับรู้เสียงสูงต่ำของคำศัพท์ที่จบด้วยทำนองเสียงบอกเล่าได้ดีกว่าคำศัพท์ที่จบด้วยทำนองเสียงคำถาม โดยสามารถฟังและแยกแยะเสียงสูงต่ำแบบราบและแบบสูงที่พยางค์ต้นได้ดีกว่าแบบสูงที่พยางค์กลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ シリカネラット・菅谷 (2015) ซึ่งทดสอบการรับรู้ความแตกต่างของรูปแบบเสียงสูงต่ำโดยวิธี oddity tasks[3] (2) อัตราความถูกต้องของการรับรู้รูปแบบเสียงสูงต่ำมีแนวโน้มลดลงผกผันกับจำนวนพยางค์ที่เพิ่มขึ้น (3) รูปแบบเสียงสูงต่ำที่มีอัตราความถูกต้องของการรับรู้ต่ำที่สุด คือ แบบลบสอง ในคำ 4-5 พยางค์ โดยเฉพาะในกรณีที่จบด้วยทำนองเสียงคำถาม และ (4) ความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์การฝึกฝนเสียงสูงต่ำช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทักษะการฟังและสามารถแยกแยะเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่นได้ถูกต้องมากขึ้น โดยเฉพาะเสียงสูงต่ำแบบราบ แบบสูงที่พยางค์ต้น และแบบสูงที่พยางค์กลาง (ยกเว้นแบบลบสอง) ของคำศัพท์ที่จบด้วยทำนองเสียงบอกเล่า โดยมีอัตราความถูกต้องเฉลี่ยสูงกว่าร้อยละ 80

2.2 งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการผลิตเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่น[4]

การศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่นที่ผลิตโดยผู้เรียนชาวไทยเริ่มขึ้นตั้งแต่ช่วงปี 1970 โดย 大西 (1976; 1977) ได้ทดลองให้ผู้เรียนชาวไทยออกเสียงประโยคภาษาญี่ปุ่น แล้ววิเคราะห์ข้อผิดพลาดด้านการออกเสียง ซึ่งพบว่าผู้เรียนชาวไทยมีลักษณะการผลิตเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่นหลักๆ ดังนี้

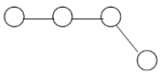
---

[2] คำที่มีตำแหน่งเสียงสูงต่ำอยู่พยางค์ที่สองนับจากท้ายคำ

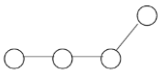
[3] เป็นแบบทดสอบที่ให้ประเมินว่าเสียงใดเป็นเสียงที่แตกต่างจาก 3 เสียงที่ได้ยิน

[4] เครื่องหมายแสดงเสียงสูงต่ำที่แตกต่างกันในหัวข้อ 2.2 ยึดตามรูปแบบที่ปรากฏในงานวิจัยนั้นๆ

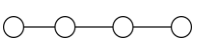
วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 31 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2567)
Journal of Studies in the Field of Humanities Vol.31 No.2 (July-December 2024)

1. “แบบพื้นฐาน” (基本アクセント) หรือ “แบบพยางค์ท้ายต่ำ” 

พบประมาณร้อยละ 50-60 เช่นเดียวกับการออกเสียงคำว่า “ทาโกยากิ” “วาซาบิ” เป็นต้น

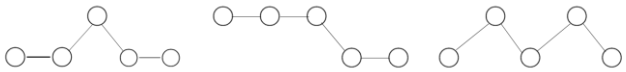
2. “แบบพยางค์ท้ายสูง” (末高アクセント) 

พบบ้างเพียงเล็กน้อย เช่นเดียวกับการออกเสียงคำว่า “ฮาตาริ” “โชยุ” เป็นต้น

3. “แบบเสียงสามัญ” (平式アクセント) 

มีมากกว่า “แบบพยางค์ท้ายสูง” พอสมควร แต่ก็ยังน้อยกว่า “แบบพื้นฐาน” เช่นเดียวกับการออกเสียงคำว่า “ราเม็ง” “นินจา” เป็นต้น

นอกจาก 3 รูปแบบข้างต้นที่ไม่ถูกต้องตามรูปแบบเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่น ยังมีบางครั้งที่ผู้เรียนผลิตเสียงสูงต่ำ “แบบสูงที่พยางค์ต้น” หรือ “แบบสูงที่พยางค์กลาง” แต่ไม่ตรงกับรูปแบบเสียงสูงต่ำที่ถูกต้องของคำศัพท์นั้นๆ และรูปแบบอื่นซึ่งคาดว่าเกิดจากการออกเสียงตามโครงสร้างพยางค์และวรรณยุกต์ในภาษาไทย เช่น



タティヤチョークサクン (1997) ได้สำรวจรูปแบบเสียงสูงต่ำที่ผู้เรียนชาวไทยออกเสียงคำทดสอบได้แก่ คำนาม 3 พยางค์ซึ่งเป็นชื่อคน หรือชื่อสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยเรียน เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของพยัญชนะต้นและโครงสร้างพยางค์ ผลการวิเคราะห์พบว่า “แบบพื้นฐาน” ●●○ มีปรากฏมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ 大西 (1977) ถัดมา คือ “แบบพยางค์ท้ายสูง” ○○● และ “แบบสูงที่พยางค์ต้น” ●○○ ตามลำดับ ทั้งนี้ タティヤチョークサクン (1997) ตั้งข้อสังเกตว่า “แบบพยางค์ท้ายสูง” (○○●) มักปรากฏในคำที่พยางค์สุดท้ายเป็นพยัญชนะก้องกังวาน (sonarant) หรือมีเสียงสระสูง /i, u/ “แบบสูงที่พยางค์ต้น” ●○○ มักปรากฏในคำที่พยางค์แรกมีเสียงสระสูง /i, u/ และ “แบบผสม” ●○● มักปรากฏในคำที่พยางค์แรกมีเสียงสระสูง /i, u/ และพยางค์สุดท้ายเป็นพยัญชนะก้องกังวาน

後藤 (2020) ได้สำรวจการผลิตเสียงสูงต่ำของผู้เรียนชาวไทยที่มีประสบการณ์เรียนรู้เกี่ยวกับเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่นจำนวน 15 คน โดยให้พูดสุนทรพจน์ในหัวข้อที่กำหนดเป็นเวลาประมาณ 10 นาที เมื่อวิเคราะห์รูปแบบเสียงสูงต่ำของคำศัพท์จำนวน 943 คำ พบว่าคำ 2 พยางค์มีค่าเฉลี่ยความถูกต้องร้อยละ 42.4 ถัดไปคือคำ 4 พยางค์ และ 3 พยางค์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 31.2 และ 29 ตามลำดับ และหากจำแนกตามรูปแบบเสียงสูงต่ำ พบว่าแบบสูงที่พยางค์กลางพยางค์ที่ 2[5] (○○¬○ หรือ ○○¬○○) และแบบราบมีค่าเฉลี่ยความถูกต้องใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 36.6 และ 35.5 ตามลำดับ ถัดไป คือ แบบสูงที่พยางค์ต้น ร้อยละ 32.3 แบบลบสอง[6] (○○○¬○) และแบบสูงถึงพยางค์ท้ายมีค่าเฉลี่ยความถูกต้องต่ำที่สุด คือ ร้อยละ 19.4 และ 18.3 ตามลำดับ

[5] ตรงกับแบบ 中高 1 ในงานของ 後藤 (2020)

[6] ตรงกับแบบ 中高 2 ในงานของ 後藤 (2020)

5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการรับรู้กับการผลิตเสียงสูงต่ำ โดยทำการทดสอบสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 95 คน แบ่งเป็นเพศหญิง 69 คน (ร้อยละ 73) และเพศชาย 26 คน (ร้อยละ 27) ผู้ที่มีประสบการณ์อาศัยอยู่ในประเทศญี่ปุ่นเป็นเวลา 1 ปีขึ้นไปมีเพียง 4 คน นอกนั้นเคยไปญี่ปุ่นเพียงระยะสั้น หรือไม่เคยไป ด้านระดับความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นแบ่งตาม JLPT ผู้ที่สอบผ่าน N5 และ N4 มีจำนวน 27 คน (ร้อยละ 28.4) เท่ากัน ผู้ที่สอบผ่าน N3 มีจำนวน 7 คน (ร้อยละ 7.4) ผู้ที่สอบผ่าน N2 มีจำนวน 1 คน (ร้อยละ 1.1) กลุ่มตัวอย่างที่เหลือจำนวน 33 คน (ร้อยละ 34.7) เป็นผู้ที่ยังไม่มีผลสอบวัดระดับภาษาญี่ปุ่น

5.2 ผลการวิเคราะห์การรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่น

ในตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้รูปแบบเสียงสูงต่ำได้ถูกต้องเฉลี่ยร้อยละ 71.2 ซึ่งต่ำกว่าผู้เรียน กลุ่ม KU1 ในงานวิจัยของยุพกา ฟูกุชิม่า และทัศนีย์ เมธาพิสิฐ (2560) ราว 10% ทั้งนี้ คาดว่าเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีทั้งผู้ที่เรียนภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอกและผู้ที่ไม่ได้เรียนเป็นวิชาเอกหรือเรียนรู้ด้วยตัวเองในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย กล่าวคือ พื้นความรู้ภาษาญี่ปุ่นก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อทักษะการรับรู้เสียงสูงต่ำ

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า คำทดสอบที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ได้ถูกต้องต่ำกว่าครึ่งเป็นคำ 5 พยางค์ทั้งหมด ได้แก่ いわしぐ┐も, うわきもの, ウエ┐スタン และ パ┐ラグアイ ซึ่งมีอัตราความถูกต้องร้อยละ 33.7, 35.8, 44.2 และ 47.4 ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากรูปแบบเสียงสูงต่ำมีได้เท่ากับจำนวนพยางค์บวก 1 รูปแบบเสียงสูงต่ำของคำ 5 พยางค์โดยหลักการจึงมีได้ถึง 6 รูปแบบ การทดสอบในงานวิจัยนี้ นอกจากต้องฟังให้ได้ว่าคำคำนั้นมีตำแหน่งเสียงสูงต่ำหรือไม่ ยังต้องพยายามแยกแยะให้ได้ว่าตำแหน่งเสียงสูงต่ำอยู่ที่พยางค์ใด ตั้งแต่พยางค์ที่ 1, 2, 3 หรือ 4 ดังนั้นการรับรู้เสียงสูงต่ำของคำศัพท์ย่อมยากขึ้นตามจำนวนพยางค์ที่เพิ่มขึ้น

เมื่อหาค่าเฉลี่ยของคำศัพท์ที่มีจำนวนพยางค์เท่ากันและมีเสียงสูงต่ำรูปแบบเดียวกันพบว่า คำ 5 พยางค์ที่มีเสียงสูงต่ำแบบลบสองมีแนวโน้มรับรู้ได้ยากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยความถูกต้องของ いわしぐ┐も, さいたか┐ね คือ ร้อยละ 43.2 จึงเป็นการยืนยันข้อสรุปที่พบในงานวิจัยของ 鮎澤 (1995)

ตารางที่ 2

ผลวิเคราะห์การรับรู้เสียงสูงต่ำจำแนกตามรายการคำศัพท์ จำนวน 28 คำ

รายการคำทดสอบ	คนที่รับรู้ถูกต้อง	%	คนที่รับรู้ไม่ถูกต้อง	%
1.つつ	85	*(89.5)*	10	*(10.5)*
2. どぶ	89	*(93.7)*	6	*(6.3)*
3. う゛ず	78	*(82.1)*	17	*(17.9)*
4. ご゛さ	89	*(93.7)*	6	*(6.3)*
5. たなだ	79	*(83.2)*	16	*(16.8)*
6. むかで	79	*(83.2)*	16	*(16.8)*
7. い゛くた	77	*(81.1)*	18	*(18.9)*
8. ど゛ぼく	79	*(83.2)*	16	*(16.8)*
9. はま゛や	70	*(73.7)*	25	*(26.3)*
10. ほご゛し	78	*(82.1)*	17	*(17.9)*
11. いきさつ	54	*(56.8)*	41	*(43.2)*
12. おもむき	67	*(70.5)*	28	*(29.5)*
13. あ゛クセル	87	*(91.6)*	8	*(8.4)*
14. じ゛たばた	71	*(74.7)*	24	*(25.3)*
15. きど゛ぐち	79	*(83.2)*	16	*(16.8)*
16. たち゛うお	78	*(82.1)*	17	*(17.9)*
17. こころ゛え	67	*(70.5)*	28	*(29.5)*
18. よふか゛し	78	*(82.1)*	17	*(17.9)*
19. うわきもの	34	*(35.8)*	61	*(64.2)*
20. そこぢから	67	*(70.5)*	28	*(29.5)*
21. か゛みほとけ	62	*(65.3)*	33	*(34.7)*
22. パ゛ラグアイ	45	*(47.4)*	50	*(52.6)*
23. ウエ゛スタン	42	*(44.2)*	53	*(55.8)*
24. エキ゛ストラ	62	*(65.3)*	33	*(34.7)*
25. うでだ゛めし	63	*(66.3)*	32	*(33.7)*
26. わたり゛どり	53	*(55.8)*	42	*(44.2)*
27. いわしぐ゛も	32	*(33.7)*	63	*(66.3)*
28. さいたか゛ね	50	*(52.6)*	45	*(47.4)*
ค่าเฉลี่ย	**67.6**	***(71.2)***	**27.4**	***(28.8)***

ด้านการผลิตเสียงสูงต่ำ (ตารางที่ 3) พบว่ากลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยร้อยละ 79.1 ออกเสียงได้ถูกต้องสูงกว่าความถูกต้องของการฟังที่มีค่าเฉลี่ย 71.2 ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ 王･磯村 (2017) ที่ได้สำรวจผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นชาวจีนจำนวน 52 คน โดยพบว่าความถูกต้องของการรับรู้เสียงสูงต่ำมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 71.3 สูงกว่าความถูกต้องของการผลิตเสียงสูงต่ำซึ่งมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 67 จึงเป็นไปได้ว่าภาษาแม่ที่แตกต่างกันของผู้เรียนอาจส่งผลต่อความถนัดด้านการรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่นที่แตกต่างกัน

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ไม่มีคำทดสอบใดที่กลุ่มตัวอย่างผลิตได้ถูกต้องต่ำกว่าครึ่ง คำที่มีอัตราความถูกต้องต่ำสุดไม่ถึงร้อยละ 60 คือ パ゛ラグアイ และ うでだ゛めし ซึ่งมีอัตราการผลิตถูกต้องร้อยละ 50.5 และ 53.2 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม เมื่อหาค่าเฉลี่ยของคำศัพท์ที่มีจำนวนพยางค์เท่ากันและมีเสียงสูงต่ำรูปแบบเดียวกัน พบว่าคำ 5 พยางค์ที่มีเสียงสูงต่ำแบบสูงที่พยางค์ต้นมีแนวโน้มออกเสียงได้ยากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยความถูกต้องของ か゛みほとけ, パ゛ラグアイ คือ ร้อยละ 57.9

ตารางที่ 3

ผลวิเคราะห์การผลิตเสียงสูงต่ำจำแนกตามรายการคำศัพท์ จำนวน 28 คำ

รายการคำทดสอบ	คนที่ผลิตถูกต้อง	%	คนที่ผลิตไม่ถูกต้อง	%	รายการคำทดสอบ	คนที่ผลิตถูกต้อง	%	คนที่ผลิตไม่ถูกต้อง	%
1. つつ	80	*(84.2)*	15	*(15.8)*	16. たち┐うお	81	*(85.3)*	14	*(14.7)*
2. どぶ	72	*(75.8)*	23	*(24.2)*	17. こころ┐え	75	*(78.9)*	20	*(21.1)*
3. う┐ず	92	*(96.8)*	3	*(3.2)*	18. よふか┐し	84	*(88.4)*	11	*(11.6)*
4. ご┐さ	89	*(93.7)*	6	*(6.3)*	19. うわきもの	77	*(81.9)*	18	*(18.9)*
5. たなだ	82	*(86.3)*	13	*(13.7)*	20. そこぢから	57	*(60.0)*	38	*(40.0)*
6. むかで	85	*(89.5)*	10	*(10.5)*	21. か┐みほとけ	62	*(65.3)*	33	*(34.7)*
7. い┐くた	83	*(87.4)*	12	*(12.6)*	22. パ┐ラグアイ	48	*(50.5)*	47	*(49.5)*
8. ど┐ぼく	77	*(81.1)*	18	*(18.9)*	23. ウエ┐スタン	93	*(97.9)*	2	*(2.1)*
9. はま┐や	77	*(81.1)*	18	*(18.9)*	24. エキ┐ストラ	76	*(80.0)*	19	*(20.0)*
10. ほご┐し	84	*(88.4)*	11	*(11.6)*	25. うでだ┐めし	50	*(53.2)*	45	*(47.4)*
11. いきさつ	75	*(78.9)*	20	*(21.1)*	26. わたり┐どり	76	*(80.0)*	19	*(20.0)*
12. おもむき	68	*(71.6)*	27	*(28.4)*	27. いわしぐ┐も	66	*(69.5)*	29	*(30.5)*
13. ア┐クセル	79	*(83.2)*	16	*(16.8)*	28. さいたか┐ね	58	*(61.1)*	37	*(38.9)*
14. じ┐たばた	69	*(72.6)*	26	*(27.4)*	ค่าเฉลี่ย	75.1	***(79.1)***	19.9	***(20.9)***
15. きど┐ぐち	88	*(92.6)*	7	*(7.4)*					

เมื่อเปรียบเทียบความถูกต้องของการรับรู้และผลิตเสียงสูงต่ำจำแนกตามจำนวนพยางค์ (ตารางที่ 4) พบว่าอัตราความถูกต้องลดลงผกผันกับจำนวนพยางค์ที่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4

ค่าเฉลี่ยความถูกต้องของการรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำจำแนกตามจำนวนพยางค์

จำนวนพยางค์	**คำทดสอบ**	**ด้านการรับรู้**	**ด้านการผลิต**
2 พยางค์	つつ, どぶ, う┐ず, ご┐さ (4 คำ)	89.7%	87.6%
3 พยางค์	たなだ, むかで, い┐くた, ど┐ぼく, はま┐や, ほご┐し (6 คำ)	81.1%	85.6%
4 พยางค์	いきさつ, おもむき, ア┐クセル, じ┐たばた, きど┐ぐち, たち┐うお, こころ┐え, よふか┐し (8 คำ)	76.4%	81.4%
5 พยางค์	うわきもの, そこぢから, か┐みほとけ, パ┐ラグアイ, ウエ┐スタン, エキ┐ストラ, うでだ┐めし, わたり┐どり, いわしぐ┐も, さいたか┐ね (10 คำ)	53.7%	69.9%

ด้านการรับรู้เสียงสูงต่ำพบว่าคำ 2 พยางค์มีค่าเฉลี่ยความถูกต้องสูงที่สุด คือ ร้อยละ 89.7 ถัดไปคือ คำ 3 พยางค์ 4 พยางค์ และ 5 พยางค์ซึ่งมีอัตราความถูกต้องร้อยละ 81.1, 76.4 และ 53.7 ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยของยุพกา ฟูกุชิม่า และทัศนีย์ เมธาพิสิฐ (2560)

ด้านการผลิตเสียงสูงต่ำก็เช่นกัน พบว่าคำ 2 พยางค์มีค่าเฉลี่ยความถูกต้องสูงที่สุด คือ ร้อยละ 87.6 ถัดไปคือ คำ 3 พยางค์ 4 พยางค์ และ 5 พยางค์ มีอัตราความถูกต้องร้อยละ 85.6, 81.4 และ 69.9 ตามลำดับ ซึ่งเป็นแนวโน้มที่คล้ายคลึงกับผลสำรวจของ 後藤 (2020) ทั้งนี้ มีเพียงคำ 2 พยางค์เท่านั้นที่การผลิตเสียงสูงต่ำมีค่าเฉลี่ยความถูกต้องต่ำกว่าการรับรู้เล็กน้อย

เมื่อเปรียบเทียบความถูกต้องของการรับรู้และผลิตเสียงสูงต่ำจำแนกตามรูปแบบเสียงสูงต่ำ (ตารางที่ 5) พบว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้เสียงสูงต่ำแบบสูงที่พยางค์ต้นได้ดีที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยความถูกต้องร้อยละ 77.4 ถัดไปคือ แบบราบ ร้อยละ 72.9 แบบสูงที่พยางค์กลางพยางค์ที่ 2 และ 3[11] ร้อยละ 69.1 และแบบลบสอง ร้อยละ 59.7 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ 鮎澤・小高 (1998) ซึ่งพบว่าผู้เรียนชาวไทยมีแนวโน้มรับรู้เสียงสูงต่ำแบบสูงที่พยางค์ต้นและแบบราบได้ดีกว่าแบบสูงที่พยางค์กลาง

ด้านการผลิตเสียงสูงต่ำ กลุ่มตัวอย่างสามารถออกเสียงแบบสูงที่พยางค์กลางพยางค์ที่ 2 และ 3 ได้ดีที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความถูกต้องร้อยละ 82.3 ถัดไปคือแบบสูงที่พยางค์ต้นและแบบราบซึ่งมีค่าเฉลี่ยความถูกต้องใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 78.8 และ 78.5 ตามลำดับ ลำดับสุดท้าย คือ แบบลบสอง มีค่าเฉลี่ยความถูกต้องร้อยละ 74.5

กล่าวคือ ผู้เรียนชาวไทยมีแนวโน้มที่จะรับรู้เสียงสูงต่ำแบบราบและแบบสูงที่พยางค์ต้นได้ง่ายกว่าแบบสูงที่พยางค์กลาง สอดคล้องกับพัฒนาการการรับรู้เสียงสูงต่ำ กล่าวคือ ก่อนอื่นผู้เรียนจะสามารถแยกแยะได้ว่าคำศัพท์นั้นมีหรือไม่มีตำแหน่งเสียงสูงต่ำ (0 型 ใช่หรือไม่) และหากมี จะรับรู้เสียงสูงต่ำที่อยู่พยางค์แรกของคำ (1 型) ได้เป็นลำดับแรก จากนั้นจึงจะระบุเสียงสูงต่ำแบบสูงที่พยางค์กลางพยางค์ที่ 2 (2 型) ได้เป็นลำดับถัดไป (中川, 2002) อย่างไรก็ตาม ด้านการผลิตเสียงสูงต่ำแบบสูงที่พยางค์กลางไม่ใช่รูปแบบที่ออกเสียงยากสำหรับผู้เรียนชาวไทย แม้กระทั่งแบบลบสองซึ่งเป็นรูปแบบที่รับรู้ได้ยากที่สุด แต่ผู้เรียนออกเสียงได้ค่อนข้างดี ต่างจากผลการศึกษาของ 後藤 (2020) ที่พบว่าแบบลบสองมีค่าเฉลี่ยความถูกต้องของการออกเสียงต่ำมากเพียงร้อยละ 19.4 ซึ่งคาดว่าเป็นเพราะในการสำรวจของ 後藤 (2020) กลุ่มตัวอย่างออกเสียงคำศัพท์ตามความเคยชินหรือตามที่ตนเองจดจำ ไม่ได้ออกเสียงคำศัพท์ตามเครื่องหมายเสียงสูงต่ำที่กำกับ

ตารางที่ 5

ค่าเฉลี่ยความถูกต้องของการรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำจำแนกตามรูปแบบเสียงสูงต่ำ

รูปแบบเสียงสูงต่ำ	คำทดสอบ	ด้านการรับรู้	ด้านการผลิต
แบบราบ	つつ, どぶ, たなだ, むかで, いきさつ, おもむき, うわきもの, そこぢから (8 คำ)	72.9%	78.5%
แบบสูงที่พยางค์ต้น	う┐ず, ご┐さ, い┐くた, ど┐ぼく, ア┐クセル, じ┐たばた, か┐みほとけ, パ┐ラグアイ (8 คำ)	77.4%	78.8%
แบบสูงที่พยางค์กลางพยางค์ที่ 2 และ 3	はま┐や, ほご┐し, きど┐ぐち, たち┐うお, ウエ┐スタン, エキ┐ストラ, うでだ┐めし, わたり┐どり (8 คำ)	69.1%	82.3%
แบบลบสอง	こころ┐え, よふか┐し, いわしぐ┐も, さいたか┐ね (4 คำ)	59.7%	74.5%

[11] หมายถึง แบบสูงที่พยางค์กลางที่ตำแหน่งเสียงสูงต่ำอยู่พยางค์ที่ 2 และแบบสูงที่พยางค์กลางที่ตำแหน่งเสียงสูงต่ำอยู่พยางค์ที่ 3 ของคำศัพท์ตามลำดับ

แต่ในทางกลับกันจะเห็นว่ายังมีกลุ่มตัวอย่างบางคนที่รับรู้หรือผลิตเสียงสูงต่ำผิดเป็นส่วนใหญ่ โดยผู้ที่ทำแบบทดสอบการฟังเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่นได้ไม่ถึงครึ่งมีจำนวน 11 คน ได้แก่ No. 33, 38, 42, 61, 64, 68, 69, 74, 76, 81, 95 คิดเป็นร้อยละ 11.6 ส่วนผู้ที่ออกเสียงคำศัพท์ได้ไม่ถูกต้องตามรูปแบบเสียงสูงต่ำที่กำหนดเป็นส่วนใหญ่มีจำนวน 5 คน ได้แก่ No. 33, 34, 42, 53, 93 คิดเป็นร้อยละ 5.3 แม้จะเป็นจำนวนที่น้อย แต่ก็สื่อนัยว่ามีผู้เรียนชาวไทยบางคนที่ไม่ถนัดในการแยกแยะระดับเสียงสูงและต่ำ โดยอาจจะไม่ถนัดด้านใดด้านหนึ่งระหว่างการรับรู้กับการผลิต หรือไม่ถนัดทั้งสองด้าน

ตารางที่ 7

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับการผลิตเสียงสูงต่ำในมิติของผู้เรียน

ความสัมพันธ์	r	P-value	ระดับความสัมพันธ์
การรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำในมิติของผู้เรียน	.642**	.000	สูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับการผลิตเสียงสูงต่ำของกลุ่มตัวอย่าง 95 คน โดยการทดสอบสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (ตารางที่ 7) พบว่าทั้งสองตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง[12] (r=.642) ที่ระดับนัยทางสถิติ 0.01 กล่าวคือ *ผู้เรียนที่รับรู้รูปแบบเสียงสูงต่ำได้ถูกต้องก็มีแนวโน้มที่จะผลิตเสียงสูงต่ำได้ถูกต้องเช่นเดียวกัน*

เมื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องของการรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำจำแนกตามรายการคำศัพท์ (ตารางที่ 8) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยร้อยละ 59.1 สามารถรับรู้และผลิตเสียงสูงต่ำของคำทดสอบ (28 คำ) ได้ถูกต้องตรงกัน ร้อยละ 20 รับรู้เสียงสูงต่ำของคำทดสอบไม่ถูกต้องแต่ผลิตได้ถูกต้องร้อยละ 12.1 รับรู้เสียงสูงต่ำของคำทดสอบได้ถูกต้องแต่ผลิตไม่ถูกต้อง และร้อยละ 8.8 รับรู้และผลิตเสียงสูงต่ำของคำทดสอบได้ไม่ถูกต้อง

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า คำศัพท์ที่กลุ่มตัวอย่างยังรับรู้และ/หรือผลิตเสียงสูงต่ำได้ไม่ถูกต้องส่วนใหญ่เป็นคำ 5 พยางค์ โดยเฉพาะ うわきもの、ウエ┐スタン、いわしぐ┐も กลุ่มตัวอย่างราวครึ่งหนึ่งยังรับรู้รูปแบบเสียงสูงต่ำได้ไม่ถูกต้องแม้จะผลิตเสียงสูงต่ำได้ถูกต้องก็ตาม นอกจากนั้น คำอื่นๆ ได้แก่ そこぢから、パ┐ラグアイ、か┐みほとけ、エキ┐ストラ、わたり┐どり、うでだ┐めし、さいたか┐ね แม้อัตราส่วนของผู้ที่รับรู้และผลิตเสียงสูงต่ำได้ถูกต้องตรงกันจะมีมากที่สุด (ยกเว้นคำว่า パ┐ラグアイ) แต่ผู้ที่รับรู้และ/หรือผลิตเสียงสูงต่ำได้ไม่ถูกต้องมีอัตราส่วนตั้งแต่ประมาณร้อยละ 10 ถึงร้อยละ 30 สะท้อนให้เห็นว่าคำ 5 พยางค์ขึ้นไปเรียนรู้เสียงสูงต่ำได้ยากที่สุดสำหรับผู้เรียนชาวไทย โดยเฉพาะในด้านการรับรู้

[12] ผู้วิจัยแปลผลระดับความสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์ของบาร์ทซ์ตามการแนะนำของสมถวิล วิจิตรวรรณา (2565) ดังนี้

0.81 - 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับ “สูงมาก”

0.61 - 0.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับ “สูง”

0.41 - 0.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับ “ปานกลาง”

0.21 - 0.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับ “ต่ำ”

0.00 - 0.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับ “ต่ำมาก”

สรุปได้ว่า ในภาพรวมทักษะการรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำมีความสัมพันธ์กัน โดยคำศัพท์ที่ผู้เรียนรับรู้ได้ถูกต้องก็มักจะผลิตได้ถูกต้องเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม ปัญหาการรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำที่ไม่สอดคล้องกัน หรือไม่ถูกต้องทั้งด้านการรับรู้และการผลิตมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเมื่อคำศัพท์มีจำนวนพยางค์ยาวขึ้น โดยเฉพาะคำ 5 พยางค์

ตารางที่ 8

ความสอดคล้องของการรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำจำแนกตามคำศัพท์

No.	คำศัพท์	รับรู้✓	ผลิต✓	รับรู้✓	ผลิต✗	รับรู้✗	ผลิต✓	รับรู้✗	ผลิต✗
1.	どぶ	70	*(73.7%)*	19	*(20%)*	2	*(2.1%)*	4	*(4.2%)*
2.	つつ	72	*(75.8%)*	13	*(13.7%)*	8	*(8.4%)*	2	*(2.1%)*
3.	う┐ず	77	*(81.1%)*	1	*(1.1%)*	15	*(15.8%)*	2	*(2.1%)*
4.	ご┐さ	83	*(87.4%)*	6	*(6.3%)*	6	*(6.3%)*	0	*(0%)*
5.	たなだ	70	*(73.7%)*	9	*(9.5%)*	12	*(12.6%)*	4	*(4.2%)*
6.	むかで	72	*(75.8%)*	7	*(7.4%)*	13	*(13.7%)*	3	*(3.2%)*
7.	い┐くた	68	*(71.6%)*	9	*(9.5%)*	15	*(15.8%)*	3	*(3.2%)*
8.	ど┐ぼく	65	*(68.4%)*	14	*(14.7%)*	12	*(12.6%)*	4	*(4.2%)*
9.	ほご┐し	70	*(73.7%)*	8	*(8.4%)*	14	*(14.7%)*	3	*(3.2%)*
10.	はま┐や	59	*(62.1%)*	11	*(11.6%)*	18	*(18.9%)*	7	*(7.4%)*
11.	いきさつ	48	*(50.5%)*	6	*(6.3%)*	28	*(29.5%)*	13	*(13.7%)*
12.	おもむき	45	*(47.4%)*	22	*(23.2%)*	23	*(24.2%)*	5	*(5.3%)*
13.	じ┐たばた	53	*(55.8%)*	18	*(18.9%)*	16	*(16.8%)*	8	*(8.4%)*
14.	ア┐クセル	73	*(76.8%)*	14	*(14.7%)*	6	*(6.3%)*	2	*(2.1%)*
15.	たち┐うお	69	*(72.6%)*	9	*(9.5%)*	12	*(12.6%)*	5	*(5.3%)*
16.	きど┐ぐち	75	*(78.9%)*	4	*(4.2%)*	13	*(13.7%)*	3	*(3.2%)*
17.	こころ┐え	55	*(57.9%)*	12	*(12.6%)*	20	*(21.1%)*	8	*(8.4%)*
18.	よふか┐し	69	*(72.6%)*	9	*(9.5%)*	15	*(15.8%)*	2	*(2.1%)*
19.	そこぢから	45	*(47.4%)*	22	*(23.2%)*	12	*(12.6%)*	16	*(16.8%)*
20.	うわきもの	31	*(32.6%)*	3	*(3.2%)*	46	*(48.4%)*	15	*(15.8%)*
21.	パ┐ラグアイ	27	*(28.4%)*	18	*(18.9%)*	21	*(22.1%)*	29	*(30.5%)*
22.	か┐みほとけ	45	*(47.4%)*	17	*(17.9%)*	17	*(17.9%)*	16	*(16.8%)*
23.	ウエ┐スタン	40	*(42.1%)*	2	*(2.1%)*	53	*(55.8%)*	0	*(0%)*
24.	エキ┐ストラ	50	*(52.6%)*	12	*(12.6%)*	26	*(27.4%)*	7	*(7.4%)*
25.	わたり┐どり	44	*(46.3%)*	9	*(9.5%)*	32	*(33.7%)*	10	*(10.5%)*
26.	うでだ┐めし	36	*(37.9%)*	27	*(28.4%)*	14	*(14.7%)*	18	*(18.9%)*
27.	さいたか┐ね	38	*(40%)*	12	*(12.6%)*	20	*(21.1%)*	25	*(26.3%)*
28.	いわしぐ┐も	24	*(25.3%)*	8	*(8.4%)*	42	*(44.2%)*	21	*(22.1%)*
ความถี่รวม (ค่าเฉลี่ย)		1573	***(59.1%)***	321	***(12.1%)***	531	***(20.0%)***	235	***(8.8%)***

นอกจากนี้ ผู้สอนอาจออกเสียงคำศัพท์เทียบเคียงกับคำที่ไม่มีความหมายอย่าง マママ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนเปรียบเทียบระดับเสียงได้ง่ายขึ้น เช่น あぶら゛え (อะบุ๊ละเอะ) ตรงกับ ママ゛マ (หมะมะมะหมะ)

งานวิจัยนี้ศึกษาทักษะการรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนชาวไทยที่มีประสบการณ์เรียนรู้และฝึกฝนเสียงสูงต่ำอย่างเข้มข้น แม้จะพบว่าผู้เรียนกลุ่มดังกล่าวมีทักษะทั้งสองด้านในระดับสูง แต่การเรียนรู้เสียงสูงต่ำจำเป็นต้องค่อยๆ จดจำรูปแบบเสียงสูงต่ำที่ถูกต้องของคำศัพท์แต่ละคำ ดังนั้นอาจารย์ผู้สอนภาษาญี่ปุ่นควรให้ข้อมูลเสียงสูงต่ำของคำศัพท์แก่ผู้เรียน แนะแนวให้ผู้เรียนรู้จักสืบค้นเสียงสูงต่ำที่ถูกต้องจากพจนานุกรมเสียงสูงต่ำ พยายามสังเกตจนคุ้นเคย ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนค่อยๆ ซึมซับและจดจำเสียงสูงต่ำที่ถูกต้องได้ นอกจากนั้น การให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหรือหลักการของเสียงสูงต่ำก็จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้เพื่อเรียนรู้เสียงสูงต่ำได้เป็นอย่างดีเช่นกัน

บทความวิจัยนี้มุ่งนำเสนออัตราความถูกต้องของการรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำ รวมถึงความสัมพันธ์ของทั้งสองด้าน แต่ยังไม่ได้กล่าวถึงรายละเอียดของความผิดพลาดทั้งด้านการรับรู้และการผลิตเสียงสูงต่ำ เนื่องด้วยข้อจำกัดของพื้นที่หน้ากระดาษซึ่งผู้วิจัยจะขอรายงานผลการวิเคราะห์ในโอกาสถัดไป

รายการอ้างอิง

ยุพกา ฟูกุชิม่า. (2555). ความเชื่อและกลยุทธ์การเรียนรู้การออกเสียงของนิสิตเอกภาษาญี่ปุ่นชาวไทย. ใน ปราณี จงสุจริตธรรม, สุณีย์รัตน์ เนียรเจริญสุข, และกัลยาณี สีตสุวรรณ (บ.ก.), *เอกสารหลังการประชุมระดับชาติเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษาในประเทศไทยครั้งที่* 5 (น. 83-100). กรุงเทพฯ: โครงการเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษาในประเทศไทย.

ยุพกา ฟูกุชิม่า, และทัศนีย์ เมธาพิสิฐ. (2560). ทักษะการฟังและแยกแยะเสียงสูงต่ำในคำภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนชาวไทย: เปรียบเทียบระหว่างผู้ที่มีประสบการณ์เรียนรู้และฝึกฝนเสียงสูงต่ำกับผู้ที่ไม่มี. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา*, *34*(2), 55-74.

ยุพกา ฟูกุชิม่า, และทัศนีย์ เมธาพิสิฐ. (2561). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับทักษะการฟังเสียงสูงต่ำภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนชาวไทย. *วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษา*, *8*(1), 37-58.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2537). *พจนานุกรมศัพท์สัทศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. กรุงเทพฯ: เพื่อนพิมพ์.

สมถวิล วิจิตรวรรณา. (2565). สถิติความสัมพันธ์: เลือกใช้อย่างไร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, *8*(2), 1-15.

Siriphonphaiboon, Y., 磯村一弘, & Skulkru, P. (2008).「タイ人教師による日本語音声教育の現状調査」タマサート大学主催日本語教育国際シンポジウム『東南アジアにおける日本語教育の展望』発表予稿集, 146-150.

鮎澤孝子・西沼行博・李明姫・荒井雅子・小高京子・法貴則子. (1995).「東京語アクセント聴取実験結果の分析—10言語グループの結果—」『国際社会における日本語についての総合的研究 第2回研究報告会予稿集』, 25-32.

鮎澤孝子・小高京子. (1998).「東京語アクセントの聞き取りテスト 21言語グループの母語別・成績群別正答率」『文部省科学基礎研究費（創成的基礎研究費）新プロ「日本語」総括班「国際社会における日本語についての総合的研究研究論集1」』, 57-71.

磯村一弘. (1996).「アクセント型の知識と聞き取り—北京語を母語とする日本語教師における東京語アクセントの場合—」『平成8年度日本音声学会全国大会予稿集』, 59-67.


KU
KASETSART
UNIVERSITY