

วารสารวณะ **VACANA** **JOURNAL**



School of Liberal Arts
Mae Fah Luang University
ISSN 3088-2168 (Online)

Vol.13 No.2
July-December
2025

ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.กิงกาญจน์ เทพกาญจนา
รองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย ปราบจันดี

นักวิชาการอิสระ ด้านภาษาศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.สรบุศย์ รุ่งโรจน์สุวรรณ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปณิดา มั่นยานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพียรศิลป์ ปินชัย

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.เข็มทอง สีนวงศ์สุวรรณ
รองศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา อังคพณิชกิจ
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทยาวัฒน์ พิทยาภรณ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิดา เลิศพรกุลรัตน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร ปัญญาเมธิกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฬารมณ ก่องแก้ว
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตามใจ อริรุทธิโยธิน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นัทธชนัน นาถประทาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภิญญา ปัญญาสิทธิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต เทพประสิทธิ์
อาจารย์ ดร.วีรยา ดลสมสกุลกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยาภรณ์ เคารพไทย

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

คณะกรรมการตรวจทานภาษาต่างประเทศ

Mr. Alan Gallion

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

Assoc. Prof. Dr. Ignasi Ribó

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

คณะกรรมการตรวจรูปแบบบทความ

อาจารย์ ดร.ธีระ บุชบกแก้ว

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

อาจารย์ อัญชิตา เวชประสิทธิ์

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสันต์ สุขวิสิทธิ์
อาจารย์ชนิดา พงศ์นภารักษ์

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

เลขานุการคณะกรรมการจัดทำวารสาร

นางสาวปวีศา มะโนคำ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

สถานที่ติดต่อ

กองบรรณาธิการวารสารวจนะ สำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
เลขที่ 333 หมู่ 1 ตำบลท่าสุต อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57100
โทร. 053-916-721 โทรสาร 053-916723
อีเมล vacanajournal@gmail.com

Advisory Board

Prof. Dr. Kingkarn Thepkanjana	Independent Linguistics Researcher
Assoc. Dr. Wirote Aroonmanakul	Chulalongkorn University
Asst. Prof. Dr. Denchai Prabjandee	Burapha University

Editor-in-Chief

Assoc. Dr. Sorabud Rungrojsuwan	Mae Fah Luang University
---------------------------------	--------------------------

Editor Assistant

Asst. Prof. Panida Monyanont	Mae Fah Luang University
Asst. Prof. Piansin Pinchai	Mae Fah Luang University

Editorial Board

Assoc. Prof. Dr. Kemtong Sinwongsuwat	Prince of Songkla University
Assoc. Prof. Dr. Jantima Angkapanichkit	Thammasat University
Assoc. Prof. Dr. Pittayawat Pittayaporn	Chulalongkorn University
Assoc. Prof. Dr. Thanida Lerdpornkulrat	Srinakharinwirot University
Assoc. Prof. Dr. Siriporn Panyametheekul	Srinakharinwirot University
Asst. Prof. Dr. Chulaporn Kongkeow	Chulalongkorn University Language Institute
Asst. Prof. Dr. Tamjai Awirutthiyothin	Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Asst. Prof. Dr. Natchanan Natpratan	Kasetsart University
Asst. Prof. Dr. Peerapat Yangklang	Thammasat University
Asst. Prof. Dr. Suphinya Panyasi	Kasetsart University
Asst. Prof. Dr. Wichit Theprasit	Chiang Rai Rajabhat University
Aj. Dr. Weeraya Donsomsakulkij	Assumption University
Asst. Prof. Dr. Chayaporn Kaoropthai	Mae Fah Luang University

Language Editor

Mr. Alan Gallion	Mae Fah Luang University
Assoc. Prof. Dr. Ignasi Ribó	Mae Fah Luang University

Layout Editor

Aj. Dr. Theera Butsabokkaew	Mae Fah Luang University
Aj. Anchida Wetprasit	Mae Fah Luang University
Asst. Prof. Dr. Wison Sukwisith	Mae Fah Luang University
Aj. Chanida Phongnapharuk	Mae Fah Luang University

Secretary

Miss Pawarisa Manokham

Mae Fah Luang University

Editorial Address

School of Liberal Arts, Mae Fah Luang University

333 Moo1, Thasud, Muang Chiang Rai, Chiang Rai 57100

Tel. (66) 53-916-721 Fax. (66) 53-916-723

E-mail: vacanajournal@gmail.com

วารสารวณะเป็นวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีกำหนดเผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ (ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม) ซึ่งเป็น ความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำของประเทศไทย โดยมีสำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงเป็นผู้รับผิดชอบการเผยแพร่ ปัจจุบันวารสารวณะอยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย หรือ TCI กลุ่ม 2 (พ.ศ.2568-2572) กำลังพัฒนาไปสู่ระดับคุณภาพที่สูงขึ้น

วารสารวณะมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการด้านภาษา ภาษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ประยุกต์ วรรณคดี วรรณกรรม คติชนวิทยา การสอนภาษา เทคโนโลยีการศึกษา และประเด็นอื่นที่เกี่ยวข้องกับภาษา ของนักศึกษา คณาจารย์ และนักวิจัย ทั้งไทยและต่างประเทศไปสู่วงวิชาการอย่างกว้างขวาง โดยเปิดรับบทความทางวิชาการ บทความวิจัยเต็มรูปแบบและบทความปริทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับประเด็นข้างต้น โดยเปิดรับต้นฉบับบทความที่เขียนเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษตลอดปี ต้นฉบับบทความจะต้องไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อน และจะได้รับการประเมินคุณภาพ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน

'Vacana', a journal of language and linguistics, is a biannual e-journal (Volume 1: Jan.-Jun. and Volume 2: Jul.-Dec.) featuring high-quality academic articles. The journal is under an academic collaboration between several leading institutions in Thailand and is administered by the School of Liberal Arts, Mae Fah Luang University. It is currently registered in Thai-Journal Citation Index Centre (TCI 2: 2025-2029) and is developing to a higher-impact level.

The main objective of the journal is to showcase both Thai and foreign students', lecturers', and researchers' works on language, linguistics, apply linguistics, literature, folklore, language teaching, education technology, and disseminate such bodies of knowledge to a wider circle of society. 'Vacana' welcomes academic articles, full-length research articles, and review articles pertaining to the above mentioned topics. Article manuscripts may be submitted all-year-round and may be written in Thai or English. Manuscripts, which must be original and must never have been published, will be subject to double-blind review by 3 experts.

วารสารวจนะ ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)

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

<u>มุลบทกับมาตรฐานความงามในการรีวิวผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของไทยผ่านเว็บไซต์จ้บ้น</u> ภาวินี - หยิกยี้, ณฐศร อังศุวิริยะ	1-18
<u>ภาพแทนครอบครวัจ้บ้นในรายการวาไรตี้จ้บ้น “Amazing Dinner” (未知的餐桌)</u> ฐ้งเพชร วรพงศาฑิตยั	19-43
<u>ผลการจัดการเรียนรูั้ตามทฤษฎีการจัดการเรียนรูั้ปรับได้เพื่อส่งเสริมการกำกับตนเองของ</u> <u>นักศึกษาระดับปริญญาตรี</u> ทรงกลด จารุณนทรากุล, อุบลวรรณ ส่งเสริม	44-62
<u>ปัายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 : การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์</u> จักรัพงษ์ สายทองตั้ง, สุพรรณี วงศ์สิงห์แก้ว	63-84
<u>ผลของการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในโรงเรียนพระปริยัติธรรมโดยใช้</u> <u>การจัดการเรียนการสอนเชิงรุก (Active Learning)</u> ปริยารัตน์ ศรีชัยวงศ์, นงนุช ตั้งใจเจริญทรัพย์	85-101
<u>ย่านดั่ง อาหารเดีด : กลวิธีทางภาษาที่ใช้น้มน้าวใจ ในการรีวิวร้านอาหารย่านบรทัดทองบน</u> <u>แอปพลิเคชัน TikTok</u> นันทกานต์ พูลเกื้อ, นิรากร สุกทับ, พิษชาอร อุดมทรัพย์จรร, พรหมมินทร์ ประไพพงษ์	102-120
<u>Awareness and Perceptions of Vocabulary Learning Strategies among Educational Majors</u> <u>and Specializations</u> Tantikorn Pookerdpim, Jutamart Pookerdpim	121-143

มุลบทกับมาตรฐานความงามในการรวิวผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของไทย ผ่านเว็บไซต์จีบัน

ภาวินี หยิกยี่*

ณฐกร อังศุวิริยะ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

*Corresponding author's email: pawinee.aum.1995@gmail.com

รับบทความ 11 มีนาคม 2568; แก้ไขบทความ 11 กรกฎาคม 2568; ตอรับ 17 กรกฎาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามุลบทกับมาตรฐานความงามในการรวิวผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของไทยผ่านเว็บไซต์จีบัน (Jeban) เดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2566 และ ปี พ.ศ. 2567 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยกรเขียนรวิวเป็นระยะเวลา 2 เดือน ทั้งหมด 1,025 กระทุ และเลือกเจาะจงแบ่งออกได้ 3 ประเภท ได้แก่ เครื่องสำอางทาความสะอาด เครื่องสำอางบำรุงผิว และเครื่องสำอางสำหรับตกแต่ง ทั้งหมด 258 กระทุ โดยใช้มุลบทวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือประสพการณ์ที่มีของผู้เขียนรวิวมาเป็นแนวทางการศึกษา ผลการศึกษามุลบทกับมาตรฐานความงาม พบว่า ผู้เขียนรวิวใช้มุลบทในการสะท้อนการสร้างมาตรฐานความงามแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) มุลบทที่สะท้อนการสร้างมาตรฐานความงามผ่านร่างกาย แบ่งเป็น 2 ประเด็นย่อย ได้แก่ การสร้างมาตรฐานความงามจากปัญหาของร่างกาย และการสร้างมาตรฐานความงามของร่างกายที่ควรจะเป็น 2) มุลบทที่สะท้อนการสร้างมาตรฐานความงามผ่านผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ประเด็นย่อย ได้แก่ การสร้างมาตรฐานความงามผ่านปัญหาของผลิตภัณฑ์ และการสร้างมาตรฐานความงามผ่านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ งานวิจัยนี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาของมาตรฐานความงามในสังคมไทยที่ซ่อนอยู่กับการใช้ภาษาและการตีกรอบความงามในยุคสมัยนั้น

คำสำคัญ: มุลบท, มาตรฐาน, ความงาม, ไทย, เว็บไซต์จีบัน

Presupposition and Beauty Standards in Thai Cosmetic Products from Review Jeban

*Pawinee Yikyee**

Nathasorn Angsuwiriya

Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus

*Corresponding author's email: pawinee.aum.1995@gmail.com

Received 11 March 2025; Revised 11 July 2025; Accepted 17 July 2025

Abstract

This article has been written in order to study which presupposition and beauty standards in Thailand through reviewed articles on Jeban website in December, 2023 and 2024. The information includes the writing reviews which are 1,025 posts in a month, in addition, these also specify the cosmetic in different types into cleansing, skin care preparation and make up preparation which include 258 posts. These are applied from presupposition and analyzed recent cases or the reviewers' experience, these are used for the studying. The reviewers reflect the beauty standard creation as 2 main topics 1) which were standarding through the beautiful appearance. It can be divided into 2 sub issues creating beauty standards from body problems and creating the body's beauty standards that should be and 2) Standarding through the beauty products. It can be divided into 2 sub issues creating beauty standards through product problems and creating beauty standards by creating attractive products. This research can reflect the development of beauty standards in Thai society that are embedded in the use of language and the framework of beauty in that era.

Keywords: presupposition, standardization, beautiful, Thai, Jeban website

บทนำ

คำว่า สวย ที่ใช้เรียกคน สิ่งของ หรือสถานที่ แท้ที่จริงแล้วมีความหมายว่าอย่างไร ความหมายของคำว่า สวย ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายไว้ว่า “งามน่าพึงพอใจ” และมักใช้เข้าคู่กับคำว่า งาม กลายเป็นคำว่า สวยงาม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ถ้าหากตั้งคำถามว่า ความสวยที่น่าพึงพอใจเกิดจากความพึงพอใจของใคร ผู้หญิงมักจะยึดติดมาตรฐานความสวยงามตามความพึงพอใจของผู้อื่นและต้องหมั่นพัฒนาความสวยของตนอยู่เสมอ ดังนั้นผู้หญิงจึงไม่หยุดพัฒนาความสวยของตนเองด้วยการเสาะหาสิ่งที่ทำให้ตนเองสวยขึ้นและเกิดความพึงพอใจต่อตนเองและผู้อื่น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงที่ช่วยเรื่องการปรับสภาพผิวให้ดูขาว สว่าง เรียบเนียนหรือเครื่องสำอางที่ปกปิด ซ่อนเร้นและแต่งเติมสิ่งที่ไม่สวยบนใบหน้าให้สวยงามตามความพึงพอใจต่อตนเองและเป็นไปตามมาตรฐานความสวยงามตามยุคนั้น ๆ ดังนั้นมาตรฐานความสวยงามเกิดขึ้นจากคนในสังคมที่สร้างขึ้นและใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินเพศหญิงว่าสวยหรือไม่

มาตรฐานความงาม หรือ Beauty Standard คือ สิ่งที่มีอยู่ในเนื้อวัตถุ เป็นความสมบูรณ์ที่เกิดจากรูปร่าง รูปทรง สีสัมผัสที่ประสานเข้ากันอย่างกลมกลืนมีความสมดุล และความงามคือความรู้สึกเพลิดเพลินโดยจิตจะสร้างต้นแบบความงามขึ้น สิ่งใดมีลักษณะใกล้เคียงกับต้นแบบ สิ่งนั้นถือว่าเป็นความงาม (เขมจิตศรีบุญนาท, 2542 อ้างถึงใน พระบุญเลี้ยง สุขพิพัฒน์ และคณะ, 2565) มาตรฐานความงามได้เริ่มจากการสะท้อนผ่านงานประติมากรรมวินัส วิลเลนดอร์ฟ (Venus Willendorf) ค้นพบเมื่อปี ค.ศ. 1908 เป็นสัญลักษณ์แทนความงามของผู้หญิงในช่วงยุคสมัยแรกของโลก หรือ ยุคหินเก่า ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความงามของผู้หญิงในยุคนั้นว่าการมีรูปร่างอวบอ้วน หน้าอกใหญ่ สะโพกผาย สีสันร่างกายที่อุดมสมบูรณ์เหมาะกับการตั้งครรภ์ ความงามมีวิวัฒนาการขึ้นในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 1250-1300 เป็นความงามในยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการหรือยุคเรอเนซองส์ (Renaissance) ในยุคนี้ความงามของผู้หญิงถูกถ่ายทอดผ่านจิตรกรรมในลักษณะของผู้หญิงเปลือยหน้าอกและมาพร้อมกับสัญลักษณ์แรงดึงดูดทางเพศ เช่น การมีผิวที่ซีดขาว แก้มแดง หุ่นแว้าโค้งและใบหน้ากลม ในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 1558-1603 ยุคควีนอลิซาเบธ (Queen Elizabeth) เป็นยุคแรกที่ริเริ่มการแต่งหน้าหรือเรียกยุคนั้นว่า “เทรนด์ผิวขาว” ค่านิยมความงามในยุคนี้อาจเปลี่ยนไปในลักษณะที่เรียกว่า “ยิ่งแต่งยิ่งสวย” และมีความเชื่อว่าผู้หญิงที่มีผิวสีซีดขาวและทาสีลิปสติกแดงฉูดฉาดตามแบบอย่างของควีนอลิซาเบธนั้นจะเป็นผู้หญิงที่มียศสูงศักดิ์ ความงามของผู้หญิงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจนถึงในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 1837-1901 หรือยุควิกตอเรีย (Victorian) ถือว่าเป็นยุคความงามที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพและจิตใจของผู้หญิง เพราะการตัดสินความพึงพอใจของความงามในยุคนี้นั้นขึ้นอยู่กับรูปลักษณ์ภายนอกทั้งหมด ได้แก่ การใส่กระโปรงบานและใส่คอร์เซ็ท (corset) เพื่อทำให้ดูตัวเล็ก น่ารักและน่าทะนุถนอม นอกจากนี้เครื่องสำอางในยุคนี้นั้นส่วนใหญ่มีสารประกอบของตะกั่ว แอมโมเนีย พรอทและฟิซันตรายที่ส่งผลเสียต่อร่างกายในระยะยาว (ทิพากร เส้นเกษ, 2565)

ค่านิยมความงามในยุคปัจจุบันที่เป็นกระแสในปี พ.ศ. 2567 ได้แก่ การฉีดฟิลเลอร์ (filler) เพื่อรักษา ริ้วรอยร่องลึกบนใบหน้า ฟิลเลอร์จะทำให้ผิวหน้าเรียบเนียน เต่งตึง และดูอ่อนเยาว์ การเลือกใช้สกินแคร์ (skincare) หลายชนิดหลายขั้นตอนเพื่อตอบโจทย์การใช้สกินแคร์ตามปัญหาของผิวในจุด ๆ นั้นบนใบหน้า

(ภุริตา บุญล้อม, 2567) ดังนั้นมาตรฐานความงามที่ได้ถูกนิยามตามยุคปัจจุบันได้กำหนดไว้ว่า ต้องมีผิวที่ขาว กระจ่างใส รูปร่างที่เป็นกระชับ ใบหน้าที่ดูอ่อนเยาว์ และขาต้องเล็กเรียว สิ่งเหล่านี้เป็นความงามในอุดมคติ ทั้งผู้หญิงและผู้ชายที่กำหนดให้ผู้หญิงเป็นไปตามมาตรฐานความงามที่สังคมกำหนดไว้

ปัจจุบันนี้มาตรฐานความงาม (beauty standard) ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อออนไลน์ สื่อโฆษณา จนกลายเป็นมาตรฐานที่สังคมยอมรับ แม้ช่วงเวลาผ่านไปมาตรฐานของความงามก็ถูกประกอบสร้างซ้ำ ๆ ในทุกยุคสมัย กล่าวได้ว่า มาตรฐานความงามถูกกำหนดขึ้นผ่านบริบทในสังคมโดยสร้างภาพจำของค่านิยมความงามผ่านการโฆษณาที่รวมถึงสื่อออนไลน์ในช่องทางโซเชียลมีเดีย แชนแนล ชอว์แมนธา ได้กล่าวถึงมาตรฐานความงามไว้ว่า “มาตรฐานความงามนั้นอยู่สูงเกินไปเสมอ ต่อให้คุณคิดว่าคุณเอื้อมไปถึงจุดที่สังคมมองว่างามแต่วันหนึ่งมันจะเปลี่ยนไปอีก” จากบทความ แบบนั้นสวย แบบนี้หล่อ เมื่อมาตรฐานความงามของสังคมสร้างความบอบช้ำให้ผู้คน เขียนโดย วริษฐา แซ่เจีย (2563) ดังนั้นไม่ว่าการพึงพอใจในความงามของตัวเองจะมากที่สุดสำหรับตัวเองแล้ว แต่เมื่อตัวเองถูกตัดสินความงามจากคนอื่น ความงามของตัวเองนั้นอาจจะไม่ถูกต้องตามมาตรฐานของคนอื่น ส่งผลกระทบให้ต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ตนเองนั้นอยู่ในมาตรฐานความสวยอยู่เสมอ ปัจจุบันนี้สื่อโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อความเชื่อและพฤติกรรมของมนุษย์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิว เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจากการเขียนรีวิวแนะนำ หรือชี้แนะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อาจกล่าวได้ว่า การสร้างมาตรฐานความงามที่สื่อผ่านโซเชียลมีเดียมีผลกระทบต่อเจตคติและค่านิยมของคนในสังคมไทย

เว็บไซต์จีบัน (Jeban) หรือ Jeban.com เป็นสังคมออนไลน์ชนิดหนึ่งในไทยที่เป็นคอมมูนิตี้ผู้หญิงอันดับหนึ่งในปี พ.ศ. 2558 โดยมีผู้เข้าชมสูงถึง 4 ล้านคนต่อเดือน (กรุงเทพธุรกิจ, 2558) เว็บไซต์จีบัน ก่อตั้งโดย จิราภัสร์ อริยบุรุษ เป็นสังคมของคนที่รักการดูแลตัวเองและชอบแบ่งปันความสวยงามให้คนอื่น ทั้งเรื่องเครื่องสำอางและสกินแคร์ (skincare) ไม่ว่าผลิตภัณฑ์ตัวไหนที่เด่น ตัวไหนที่น่าลองสามารถอ่านรีวิวได้ในสังคมออนไลน์จีบัน (Jeban, 2558) ผู้วิจัยสนใจเว็บไซต์จีบันที่เป็นแหล่งโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามและการดูแลตนเอง ในเว็บไซต์ให้ผู้ใช้งานจริงมาเขียนกระทู้หรือเขียนรีวิวบอกเล่าประสบการณ์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ถึงความรู้สึกที่ได้ลองใช้ให้ผู้อื่นได้เข้ามาเลือกอ่านและพิจารณาต่อการซื้อผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาตัวอย่างกระทู้รีวิวผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามในเว็บไซต์จีบัน (Jeban) พบว่าเป็นการใช้ภาษากับชุดความคิดที่มีต่อมาตรฐานความงามของผู้หญิงในสังคมไทย หรือ Beauty Standard ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้จากการใช้แนวคิดมูลบท (presupposition) ตามกรอบการวิเคราะห์ของ จันทิมา อังคพณิชกิจ (2562) ผ่านการเขียนกระทู้รีวิวผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงเหตุการณ์ก่อนหน้าเกี่ยวกับการสร้างมาตรฐานความงามดังตัวอย่างการเขียนกระทู้รีวิว เช่น หัวข้อกระทู้รีวิว “ลองของใหม่ เซรั่มลดรอยดำ เซรั่มซุเปอร์ไวท์ ของดิอินกรีเดียนส์” ผู้เขียนกระทู้ได้รีวิวไว้ว่า เป็นผลิตภัณฑ์ช่วยลดเลือนรอยดำที่ฝังลึกจากสิวและหัวข้อกระทู้รีวิว “บัลซมเนื้อบาล์มสีชด ดัดทนต์ตลอดวัน” ผู้เขียนกระทู้ได้รีวิวไว้ว่า เมื่อลองใช้แล้วติดใจจนอยากมาป้ายยา สิบลัชคือธรรมชาติมากใช้ได้ทุกวัน แบบทาแล้วแก้มจะดูเรื่อ สดใส ดูธรรมชาติ กลืนไปกับผิวแบบผิวดี เหมือนกินมะเขือเทศมาและราคาสามารถจับต้องได้ เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดทฤษฎีดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์มูลบท (presupposition) ในการเขียนกระทู้วิวผลิถัณท์ในเว็บไซด์จีบัน (Jeban) ที่สะท้อนเหตุการณ์การเกิดมาตรฐานความงามในสังคมไทย หรือ Beauty Standard โดยวิเคราะห์ภาษาที่สะท้อนให้เห็นถึงชุดความคิดของการสร้างมาตรฐานความงามที่เป็นที่ยอมรับของคนในสังคมประกอบกับบริบทในสังคมไทย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษากลวิธีการใช้มูลบทกับมาตรฐานความงามในการวิวผลิถัณท์เครื่องสำอางของไทยผ่านเว็บไซด์จีบันของเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2566 และ ปี พ.ศ. 2567

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

ในบทความนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีมูลบท (presupposition) เป็นหลักในการวิเคราะห์ตามแนวคิดการวิเคราะห์การใช้ภาษาของมนุษย์ ซึ่งการใช้ภาษานั้นย่อมมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่แตกต่างกัน ปัจจัยที่มีผลทำให้การสื่อสารมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเจตนา ความตั้งใจและสภาพแวดล้อมของผู้ส่งสาร การใช้แนวคิดทฤษฎีมูลบทในวัจนปฏิบัติศาสตร์สามารถช่วยให้วิเคราะห์การสื่อสารรูปแบบภาษาที่ปรากฏสามารถเข้าใจใจความหลักของผู้ส่งสารได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

จันทิมา อังคพณชิกิจ (2562, น. 199) กล่าวถึงมูลบทไว้ว่า เป็นการใช้ภาษาเพื่อสื่อข้อความที่ทำให้เข้าใจได้โดยนัยว่ามีข้อความอื่น ๆ หรือมีเหตุการณ์บางอย่างปรากฏหรือเกิดขึ้นมาก่อนหน้าแล้ว หรือมีความคิดและเจตนาบางอย่างที่แฝงอยู่ในข้อความในตัวบท แฟร์เคลาฟ (Fairclough, 2003 อ้างถึงใน จันทิมา อังคพณชิกิจ, 2562) มองว่ามูลบทเกี่ยวข้องกับวาทกรรมในแง่ที่โยงไปกับความรู้ทางสังคมวัฒนธรรมที่ผู้พูดและผู้ฟังมีร่วมกันและยังเกี่ยวข้องไปถึงเรื่องของอำนาจและอุดมการณ์ด้วย แฟร์เคลาฟได้แบ่งมูลบทออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) มูลบทที่บอกถึงสิ่งที่มีอยู่ 2) มูลบทที่บอกอดีต ปัจจุบันและอนาคต และ 3) มูลบทที่บอกการตีค่าในสิ่งที่ดีที่พึงปรารถนา มูลบททั้ง 3 ประเภทอาจมีรูปภาพที่สื่อให้เกิดการตีความได้ชัดเจน หรือเรียกว่าตัวบ่งชี้มูลบท (presupposition triggers) ตัวอย่างเช่น “ผลิถัณท์นี้ทำให้หน้าขาวขึ้น ความหมองคล้ำเหี่ยวย่นจะไม่กลับมาอีก” ตัวอย่างข้างต้นใช้คำว่า ขึ้น ขยาย หน้าขาว สื่อโดยนัยให้เข้าใจถึงสภาพของผิวหน้าก่อนหน้านั้นในลักษณะที่ว่า หน้าไม่ขาว หรือ หน้าไม่ขาวมากนัก ส่วนคำว่า อีก แสดงนัยว่าเหตุการณ์นี้จะไม่เกิดขึ้นซ้ำ นั่นก็คือ ความหมองคล้ำและเหี่ยวย่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาของผู้หญิงในมุมมองเกี่ยวกับความงามทั้งคำว่า ขึ้น และ อีก ในข้อความข้างต้นเป็นตัวบ่งชี้มูลบท ที่ทำให้เข้าใจว่ามีนัยความหมายหรือความคิดที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้านั้นเป็นอย่างไร

Stalnaker ได้ให้ความหมายมูลบททางวัจนปฏิบัติศาสตร์ คือ การใช้ความจริงของเนื้อความที่มีอีกเนื้อความมาเกี่ยวข้องในบริบทเดียวกัน มูลบทสามารถแสดงให้เห็นความซับซ้อนทางความคิดโดยสังเกตได้จากการใช้ภาษา ซึ่งเนื้อความจะบอกนัยบางอย่างที่มีมาก่อนที่จะนำถ้อยคำภาษาให้มาสัมพันธ์กับเนื้อความที่ปรากฏ (ชนกพร อังศุวิริยะ, 2551, น. 204) เช่น หากกล่าวว่า “ผู้หญิงเคยมีหน้าที่รับใช้ผู้ชาย” จากเนื้อความ

ทำให้เห็นความจริงในการทำหน้าที่ของผู้หญิง ขณะที่รูปภาษาได้บ่งบอกนัยสำคัญบางอย่างในที่นี่ ได้แก่ คำว่า “เคย” ซึ่งทำให้เห็นความจริงที่สัมพันธ์กับเนื้อความก่อนนี้ คือ ปัจจุบันผู้หญิงไม่ได้รับใช้ผู้ชายอีกแล้วหรือ ปัจจุบันผู้หญิงมีหน้าที่อื่น ๆ ที่ต้องทำมากกว่าการรับใช้ผู้ชาย ซึ่งยังทำให้เห็นภาพของการกดขี่หรือความไม่เท่าเทียมทางเพศที่เกิดขึ้นด้วยสภาวะเกิดก่อนว่าคืออะไร

สมบุรณ์ พจน์ประสาธ (2564) ได้ให้ความหมายมูลบทไว้ว่า เป็นความเชื่อที่มีอยู่ก่อนที่ผู้ฟังสามารถอนุมานความคิดหรือความเชื่อบางประการของผู้พูดได้จากถ้อยคำที่ผู้พูดใช้ โดยผู้ฟังสามารถเชื่อมโยงความหมายกับบริบทต่าง ๆ ได้ ดังนี้

ตัวอย่างที่ 1 ไปบ้านแฟนอีกแล้วหรือ

จากถ้อยคำข้างต้นสามารถบ่งบอกว่าผู้พูดคิดว่าผู้ฟังเคยไปบ้านแฟนมาแล้ว เพราะคำว่า “อีก” เป็นการบ่งบอกถึงการกระทำที่เกิดขึ้นซ้ำอีกครั้ง

ตัวอย่างที่ 2 ผมเสียใจที่ไม่ได้ไปหาคุณที่งานเลี้ยง

จากถ้อยคำข้างต้นบ่งบอกว่าผู้พูดคิดว่าผู้ฟังได้ไป งานเลี้ยงมาแล้ว เพราะคำว่า “เสียใจ” ระบุถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว

นักวิจัยภาษาศาสตร์เรียกความคิดหรือความเชื่อของผู้พูดในลักษณะตามที่ปรากฏในตัวอย่างข้างต้นว่า ความเชื่อที่มีอยู่ก่อน (presupposition) ความเชื่อนี้สะท้อนทั้งความคิดและการใช้ภาษาของผู้พูดและกรอบแนวคิดของผู้ฟัง

ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดทฤษฎีมูลบท (presupposition) ของ จันทิมา อังคพณชกิจ (2562) มาปรับใช้วิเคราะห์แหล่งข้อมูลการรื้อฟื้นที่สะท้อนมาตรฐานความงามในสังคมในเว็บไซต์จีบัน โดยใช้การให้คำอธิบายของ จันทิมา อังคพณชกิจ ที่สามารถสะท้อนเหตุการณ์จากการใช้มูลบทเป็นการใช้ภาษาเพื่อสื่อข้อความที่ทำให้เข้าใจได้โดยนัยว่ามีข้อความอื่น ๆ หรือมีเหตุการณ์บางอย่างปรากฏหรือเกิดขึ้นมาก่อนหน้าหรือไม่

วิธีการศึกษา

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีมูลบท (presupposition) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทฤษฎีมูลบท และแนวคิดการสร้างมาตรฐานความงามในสังคมไทย

2. คัดเลือกหัวเรื่องการเขียนรื้อฟื้นในเว็บไซต์จีบันด้วยวิธีการ ดังนี้

2.1 ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกข้อมูลแบบเจาะจง โดยเลือกหัวเรื่องที่เขียนรื้อฟื้นเกี่ยวกับความงามเป็นหัวข้อที่แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้เครื่องสำอาง สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) เครื่องสำอางเพื่อความสะอาด 2) เครื่องสำอางบำรุงผิว และ 3) เครื่องสำอางสำหรับตกแต่ง อีกทั้งยังสามารถแบ่งย่อยออกมาเป็น 9 ประเภทของเครื่องสำอางที่มีวางขายอยู่ทั่วไปได้ โดยจะจำแนกจากการใช้งานและคุณสมบัติของเครื่องสำอาง (Cosmenet, 2565) ได้แก่ 1) เครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า 2) เครื่องสำอางสำหรับผมและขนทั้งการทำความสะอาด 3) เครื่องสำอางสำหรับแต่งตาและคิ้ว 4) เครื่องสำอางสำหรับแต่งใบหน้า

5) เครื่องสำอางสำหรับแต่งแก้ม 6) เครื่องสำอางสำหรับแต่งปาก 7) เครื่องสำอางสำหรับทำความสะอาดผิวปาก 8) เครื่องสำอางสำหรับเล็บ และ 9) ผลิตภัณฑ์น้ำหอม ในเดือนธันวาคม ของปี พ.ศ. 2566 และ พ.ศ. 2567

2.2 เลือกกลุ่มข้อมูลศึกษาเฉพาะเดือนธันวาคมเนื่องจากเป็นเดือนสุดท้ายของปีและการเขียนรีวิวจะเป็นการเขียนรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่ใช้ดีหรือผลิตภัณฑ์ที่ควรซื้อต่อประจำปี พ.ศ. 2566 และ พ.ศ. 2567 มีจำนวนทั้งหมด 1,025 กระทั่ง และคัดเลือกกระทู้รีวิวที่มีมูลบทพบจำนวน 258 กระทู้รีวิว

3. วิเคราะห์ข้อความเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์ในการเขียนรีวิวของเดือนธันวาคมในเว็บไซต์จีบัน โดยใช้กรอบการวิเคราะห์ทฤษฎีมูลบท (presupposition) ของ จันทิมา อังคพนิชกิจ (2562, น. 199)

4. เรียบเรียงและนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ประกอบการเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์ในเว็บไซต์จีบันตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ

สรุปผลการศึกษา

ผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ทฤษฎีมูลบท (presupposition) เป็นหลักในการวิเคราะห์ โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาสื่อมูลบทในการเขียนรีวิวในเว็บไซต์จีบัน โดยใช้กลวิธีทางภาษานำมาวิเคราะห์ข้อความเพื่อแสดงให้เห็นถึงนัยของภาษาที่สะท้อนชุดความคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมาตรฐานความงามในสังคมไทย ผลการวิจัยพบว่ามีรูปภาพที่สะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาของมาตรฐานความงามในสังคมไทยที่ซ่อนอยู่กับการใช้ภาษาและตีกรอบความงามในยุคสมัยนั้นซ่อนเร้นอยู่ในการโฆษณาชวนเชื่อในผลิตภัณฑ์นั้น โดยปรากฏกลวิธีการใช้ภาษาที่สื่อมูลบทผ่านการสร้างมาตรฐานความงามที่แบ่งได้เป็น 2 ประเด็น ได้แก่ 1) มูลบทที่สะท้อนการสร้างมาตรฐานความงามผ่านร่างกาย และ 2) มูลบทที่สะท้อนการสร้างมาตรฐานความงามผ่านผลิตภัณฑ์ เดือนธันวาคมของปี พ.ศ. 2566 และ ปี พ.ศ. 2567 ในเว็บไซต์จีบัน ดังนี้

1. มูลบทที่สะท้อนการสร้างมาตรฐานความงามผ่านร่างกาย

มูลบท (presupposition) เป็นกลวิธีหนึ่งที่ใช้ศึกษาวิธีการใช้ภาษาในการเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนการสร้างมาตรฐานความสวยงามผ่านร่างกาย พบการใช้มูลบทที่สะท้อนการสร้างมาตรฐานความสวยงามผ่านร่างกายที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ 1) การสร้างมาตรฐานความงามจากปัญหาของร่างกาย และ 2) การสร้างมาตรฐานความงามของร่างกายที่ควรจะเป็น

1.1 การสร้างมาตรฐานความงามจากปัญหาของร่างกาย

ผู้วิจัยวิเคราะห์การเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์ในเว็บไซต์จีบันพบตัวบทที่แสดงให้เห็นถึงกลวิธีการสร้างมาตรฐานความงามที่มาจากการเจอปัญหาหรือข้อบกพร่องของร่างกายที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ สามารถอธิบายได้ดังนี้

ตัวอย่างที่ 1 ประเภทผลิตภัณฑ์จัดสีผิวให้เรียบเนียนและกำจัดฝ้า

หัวข้อรีวิ คือ ปัญหาฝ้า กระ และจุดด่างดำจัดการได้ด้วยไวท์แอมพูลจากเมลามี่ (Melamii)

“หลังลองใช้ก็ค่อนข้างพอใจในผลลัพธ์ที่ได้อยู่นะคะ แต่พอมีภาวะเครียดสะสมบวกกับเป็นวันนั้นของเดือนทำให้สิ่วบและทิ้งรอยไว้ ประจวบเหมาะกับได้ลองไวท์แอมพูลของเมลามี่พอดี ก็เลยทำให้เห็นว่ารอยดำจากสิ่วบมัน**จางลง**จริง ๆ ทาแล้วค่อนข้างซึมไว บางเบาสบายผิว ไม่เหนียวเหนอะหนะ อีกทั้งยังคงความชุ่มชื้นให้กับผิว ทำให้ผิวไม่แห้งตึงแบบก่อนหน้านี้ด้วย ผิวกระจ่างใสขึ้น ที่สำคัญตัวนี้เขาทำมาแบบอ่อนโยนมาก ไม่กัดผิวด้วย ทำให้ไม่แสบที่ผิวเลยคะ”

(เว็บไซต์จีบัน, 6 ธันวาคม 2566)

ตัวอย่างที่ 1 ปรากฏคำว่า จางลง คำว่า จาง หมายถึง น้อยไป ลงไป ไม่เข้ม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) และคำว่า ลง เป็นการบอกทิศทางที่ต่ำลง ซึ่งแสดงมิติที่บอกถึงอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของสภาพผิว โดยผู้เขียนรีวิมีประสบการณ์ก่อนหน้านี้ที่เกิดจากปัญหาของร่างกาย ได้แก่ ปัญหาของสภาวะเครียดสะสมและปัญหาของฮอร์โมนเพศหญิงจากการมีประจำเดือนที่ส่งผลให้เกิดสิ่วและรอยสิ่วขึ้น ดังนั้นคำว่า จางลง สื่อนัยได้ว่ามีสภาวะก่อนหน้าของปัญหาผิวหน้าที่มีรอยดำและเข้มบนใบหน้า และสื่อถึงมาตรฐานความงามเกี่ยวกับใบหน้าของผู้หญิงต้องมีใบหน้าที่ขาวและปราศจากรอยดำ

ตัวอย่างที่ 2 ประเภทผลิตภัณฑ์รองพื้นแต่งหน้า

หัวข้อรีวิ คือ IT Cosmetics Your Skin But Better CC + Nude Glow With Brightening Serum SPF40 UCA PA+++

“ให้ผิวเป็นผิวได้จริงแบบที่ให้**ผิวโกลว์** กระจ่างใส เรียบเนียน สุขภาพดี เพราะมีส่วนผสมของสกินแคร์บำรุงผิวถึง 90% มีในอาซิโนไมด์ 2% กรดไฮยาลูโรนิกและสารสกัดจากชาเขียว แถมยังช่วยปกป้องผิวจากแสงแดดด้วย”

(เว็บไซต์จีบัน, 5 ธันวาคม 2566)

ตัวอย่างที่ 2 ผู้เขียนรีวิผลิตภัณฑ์ใช้คำแสดงถึงมูลบทคำว่า ผิวโกลว์ หมายถึง ผิวที่มีความประกายแวววาวอย่างเป็นธรรมชาติ ดูสุขภาพดี และสดใส (Sweetsong13, 2565) เป็นมูลบทที่บอกการตีค่าในสิ่งที่ดีพึงปรารถนาและสามารถสะท้อนถึงการสร้างมาตรฐานความงามจากปัญหาของร่างกายที่ไม่ได้สยตามมาตรฐานสังคมในยุคนั้น เหตุการณ์ก่อนหน้านี้ที่ผู้เขียนรีวิประสบปัญหา คือ การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ห่ออื่นที่ใช้แล้วให้ผิวดูไม่เป็นผิว หมายถึง ผิวของผู้เขียนรีวิไม่ได้โกลว์ขึ้น ใบหน้าไม่แวววาว ไม่กระจ่างใส และไม่เรียบเนียนเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนหน้านี้ผิวหน้าดูสุขภาพไม่ดีและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ไม่ได้ช่วยปกป้องผิวจากแสงแดด ดังนั้นมาตรฐานความงามที่ถูกสร้างขึ้นจากความเชื่อของผู้หญิงในยุคนั้นคือการมีผิวหน้าที่เป็นผิวโกลว์ มีประกายแวววาว กระจ่างใส และเรียบเนียน

ตัวอย่างที่ 3 ประเภทครีมหากายและผิวหน้าที่มีทั้งเซรั่ม เจล และน้ำตบหลากหลายรูปแบบ
หัวข้อรีวิว คือ ลองของใหม่ เซรั่มลดรอยดำ เซรั่มซูปเปอร์ไวท์ ของดิอินกรีเดียนส์
“เขาเคลมว่าช่วยลดเลือนรอยดำฝังลึกจากสิวได้”

(เว็บไซต์จีป็น, 1 ธันวาคม 2566)

ตัวอย่างที่ 3 จากตัวอย่างข้างต้นปรากฏคำว่า ลด หมายถึงการบอกทิศทางที่น้อยลง ต่ำลง หรือตรงข้ามกับคำว่าขึ้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) เป็นมูลบทที่บอกอดีต ปัจจุบันและอนาคต รอยดำจากสิวเกิดจากพฤติกรรมของผู้เขียนรีวิว คือ การแกะ บีบ หรือกดสิวจนผิวหนังอักเสบ ซึ่งส่งผลให้จุดที่เป็นสิวมียีสซึมและมีลักษณะเป็นจุดดำดำที่ต้องใช้ระยะเวลานานในการรักษารอยดำจากสิว (V Square Clinic, 2566) ปัญหา รอยดำดำที่เกิดจากพฤติกรรมที่ส่งผลเสียต่อใบหน้าเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความบกพร่องทางด้านความสวยและทั้งรอยดำจากสิวไว้ ดังนั้นตัวอย่างข้างต้นเป็นการสร้างมาตรฐานความงามที่ว่า ใบหน้าที่งามต้องเกลี้ยงเกลาปราศจากรอยดำ และกระจางใส

1.2 การสร้างมาตรฐานความงามของร่างกายที่ควรจะเป็น

ผู้วิจัยวิเคราะห์การเขียนรีวิวลักษณะในเว็บไซต์จีป็นพบตัวบทที่แสดงให้เห็นถึงการสร้างมาตรฐานความงามจากร่างกายที่ควรจะเป็น สังคมไทยมีความเชื่อเกี่ยวกับความงามกับเรื่องเรือนร่างในลักษณะต่าง ๆ ที่ควรจะเป็น เช่น เส้นขนบนร่างกาย โดยเฉพาะขนแขนและขนขามีความเชื่อว่า ผู้ใดที่ไม่มีขนแขนและขนขามุ่งถึง ในอดีตที่ก่อนจะเกิดมาเป็นมนุษย์นั้น คนนั้นได้นั่งเสถียรและมีคนแบกหามส่งมาเกิด และในทางกลับกันหากคนใดที่มีขนแขนและขนขามากกว่าปกติ หมายถึง ในอดีตที่ก่อนจะเกิดมาเป็นมนุษย์นั้น คนนั้นวิ่งฝ่าป่าห้วยมาเกิดยังดินแดนมนุษย์ อันเป็นความเชื่อตามหลักพุทธศาสนาในเรื่อง ผู้มีบุญญาธิการ นอกจากนี้ยังมีความเชื่อเรื่องความงามของผู้หญิงไทยปรากฏในพิธีถวายตัว สามารถสังเกตได้จากในสมัยกรุงศรีอยุธยาพบว่าการทาหน้าขาว เป็นประเพณีโบราณอย่างหนึ่งของมเหสีสมัยอยุธยาที่เป็นคติความเชื่อที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ (เกรียงไกร กองแสง, 2559) อธิบายได้ดังนี้

ตัวอย่างที่ 4 ประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับแต่งปาก

หัวข้อรีวิว คือ ขนสาว ๆ ทาลิปสติกตามโทนสีผิวกันค่า

“ทาสีลิป สีโทน Warm โทนอุ่น เช่น แดง ส้ม จะช่วยขับผิวดีมาก หน้าจะสว่าง ส่วนโทนเย็น เช่น สีม่วง หน้าจะดรอปไม่สดใส ส่วนลิปสีน้ำตาลโทนส้มทาแล้วยังพอดูได้ แต่ถ้าชุ่มชมพู คนคงคิดว่าป่วยแน่นอน ”

(เว็บไซต์จีป็น, 19 ธันวาคม 2566)

ตัวอย่างที่ 4 ผู้เขียนรีวิวใช้คำว่า ขับ หมายถึง ต้อนให้ไป บังคับให้ไป หรือบังคับให้ออก (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ขับผิว มักจะใช้กับการเลือกสีของลิปตามโทนสีผิวที่ใส่แล้วใบหน้าดูสว่างและกระจางใสขึ้น เป็นมูลบทที่บอกการตีค่าในสิ่งที่พึงปรารถนา จากตัวอย่างข้างต้นผู้เขียนรีวิวเลือกใช้คำว่า ขับผิว มาใช้เขียนรีวิวลิปสติกตามโทนสีผิวที่ใช้แล้วทำให้หน้าสว่างขึ้น ซึ่งเป็นมูลบทที่สะท้อนถึงปัญหาของสีปากของ

ร่างกายที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น ปัญหาปากคิ้ว สีปากไม่สม่ำเสมอ และการเลือกใช้ลิปสติกที่มีสีให้เหมาะสมกับสีผิวได้จะส่งผลให้ปัญหาการเลือกใช้ลิปสติกที่ไม่ได้ทำให้หน้าดูสว่างและกระจ่างใสหมดไปได้ ดังนั้นผู้เขียนกระตุ้รวีสร้างมาตรฐานความงามจากความเชื่อว่า หากเลือกใช้ลิปสติกที่ไม่เหมาะกับผิวหน้าของตนจะไม่ช่วยขับผิวให้หน้าสว่าง การเลือกใช้ลิปสติกสีน้ำตาลชมพูจะทำให้สีหน้าดูเหมือนคนป่วย และเชื่อว่าการเลือกทาลิปสติกให้เหมาะกับผิวหน้าจะทำให้ใบหน้าสดใสและสว่างขึ้นได้

ตัวอย่างที่ 5 ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งคิ้ว เช่น ดินสอเขียนคิ้ว ที่เขียนคิ้วแบบฝุ่น และมาสคาร่าคิ้ว

หัวข้อรวี คือ ป้ายยาไอเท็มคิ้วสวยฟูให้ลุคเป็นธรรมชาติด้วย AR BROW LOCK FIXING GEL

“บอกเลยว่าเป็นเจลปิดคิ้วที่ใช้งานง่ายสุด ๆ ใช้แล้วคิ้วดูฟูตั้งเป็นธรรมชาติแบบไม่โป๊ะ แถมโทนสีเขาเป็นธรรมชาติกับคิ้วจริงเราเลย ใช้แล้วคิ้วดูมีมิติขึ้น ที่สำคัญพกพาสะดวกมาก ๆ”

(เว็บไซต์จีบัน, 25 ธันวาคม 2567)

ตัวอย่างที่ 5 ตัวอย่างข้างต้นปรากฏคำว่า ฟู หมายถึง พองตัวขึ้น ขยายตัวสูงขึ้น และคำว่า ตั้ง หมายถึง ชูตัว ทำให้มีขึ้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ซึ่งเป็นมูลบทที่บอกการตีค่าในสิ่งที่พึงปรารถนา ผู้เขียนรวีเขียนรวีเจลปิดคิ้วที่ปิดแล้วขนคิ้วฟูขึ้น ตั้งดูเป็นธรรมชาติและทำให้ดูไม่ออกว่าขนคิ้วได้มีการแต่งเติมให้สวยขึ้น จากเดิมที่เคยใช้เจลปิดคิ้วยี่ห้ออื่นแล้วไม่ได้ช่วยให้ขนคิ้วตั้งฟู ดูเป็นธรรมชาติ ซึ่งตัวอย่างข้างต้นได้สร้างมาตรฐานความงามของขนคิ้วที่ควรจะเป็นในยุคนั้นจากเทรนด์การเขียนคิ้วในยุค 80 จะเน้นการเขียนคิ้วที่หนาแต่ยุค 90 จะเขียนคิ้วเส้นบางและมีการแร็กซ์และถอนขนคิ้ว ในปัจจุบันนี้เน้นการเขียนคิ้วตามโครงหน้าและมีการเขียนคิ้วตามเทรนด์เกาหลี คิ้วตรง บาง ธรรมชาติ หรือคิ้วโก่งตามเทรนด์ฝรั่ง (Sanook, 2565)

ตัวอย่างที่ 6 ประเภทเครื่องสำอางตกแต่งแก้ม ได้แก่ บลัชออนทั้งแบบฝุ่น แบบแท่ง และแบบบาล์ม

หัวข้อรวี คือ Dasique สี Blueberry Sorbet

“คุลโทนแบบตะโกน! แก้มใส ดูเด็กด้วย Dasique สี Blueberry Sorbet”

(เว็บไซต์จีบัน, 9 ธันวาคม 2567)

ตัวอย่างที่ 6 มูลบทที่พบในการเขียนรวี คือ ดูเด็ก คำว่า เด็ก หมายถึง คนที่มีอายุน้อย อ่อนวัยกว่า (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) คำว่าดูเด็ก หมายถึง การที่มีใบหน้าดูอ่อนวัยหรือน้อยกว่าอายุจริง มูลบทที่พบเป็นการตีค่าในสิ่งที่พึงปรารถนาและสามารถบ่งบอกถึงช่วงอายุของผู้รวีที่มีอายุเกินวัยเด็ก หน้าตายังคงดูอ่อนวัยหรือหน้าตาดูไม่แก่ มาตรฐานความงามที่ปรากฏในตัวอย่างข้างต้นเป็นการสร้างชุดความเชื่อของใบหน้าที่ควรจะเป็น หรือกล่าวได้ว่าความงามที่ควรจะเป็นต้องมีใบหน้าที่ยังดูเหมือนใบหน้าของเด็กที่ยังคงมีผิวหน้าเรียบเนียน นุ่มฟู ไร้ริ้วรอยและกระจ่างใส

2. มุลบทที่สะท้อนการสร้างมาตรฐานความงามผ่านผลิตภัณฑ์

กลวิธีการสร้างมุลบท (presupposition) ที่สะท้อนการสร้างมาตรฐานความงามของผลิตภัณฑ์ ผู้เขียนกระทุ้รวิวในเว็บไซต์จ้บ้นมักใช้การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ก่อนหน้าที่ใช้และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ หรือเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันแต่ย้ห้อผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน และการใช้คำที่แสดงถึงคุณสมบัติที่จ้บ้นใจให้ช้้อ พบการใช้มุลบทที่สะท้อนการสร้างมาตรฐานความงามผ่านผลิตภัณฑ์ที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ 1) การสร้างมาตรฐานความงามผ่านปัญหาของผลิตภัณฑ์ และ 2) การสร้างมาตรฐานความงามผ่านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2566 และ ปี พ.ศ. 2567 ในเว็บไซต์จ้บ้น ดังนี้

2.1 การสร้างมาตรฐานความงามผ่านปัญหาของผลิตภัณฑ์

การสร้างมาตรฐานความงามผ่านการตลาดของการผลิตภัณฑ์ เกิดจากประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพจึงต้องสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ที่ดีกว่าประสิทธิภาพและคุณสมบัติที่ดีกว่าเดิม สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากการวิจัยของ เตียนลี หลี่ และซินโสม์ วิสิฐนิธิจิกา (2560) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของสุภาพสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ผู้จัดจำหน่ายเครื่องสำอางควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าโดยเพิ่มคุณค่าเครื่องสำอางให้มีกลิ่นหอมน่าใช้ มีหลายกลิ่น มีสีให้เลือก เพิ่มปริมาณ และความสวยงามของลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ตามข้อเสนอแนะจากงานวิจัยดังกล่าวจึงส่งผลให้มีการปรับแก้และเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ตัวอย่างที่ 7 ประเภทผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด

หัวข้อร้วิว คือ Concept กันแดดรองพื้นน้ำตบ ครอบจบในหลอดเดียว

“วันนี้จะมาแนะนำไอเทมที่สามารถกันแดดได้ และเป็นรองพื้นในตัว เป็น 3 in 1 **ครอบจบ**ในตัวเอง เหมาะกับทุกสภาพผิวหน้า ต้องตัวนี้เลยละ Concept Physical SUN PROTECTION Cream (Beige) SPF50 PA+++”

(เว็บไซต์จ้บ้น, 29 ธันวาคม 2567)

ตัวอย่างที่ 7 ปรากฏการใช้คำว่า ครอบจบ มาจากคำว่า ครอบ หมายถึง ถ้วน เต็มจำนวนที่กำหนดไว้ และคำว่า จบ หมายถึง การสิ้นสุด (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ดังนั้นคำว่า ครอบจบ หมายถึง ครอบและสิ้นสุด โดยสมบูรณ์ ซึ่งเป็นมุลบทที่บอกถึงสิ่งที่มีอยู่ของตัวผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิดและยังเป็นมุลบทที่บอกการตีค่าในสิ่งที่ดีพึงปรารถนาให้ผลิตภัณฑ์เกิดความสะดวกต่อการใช้งาน ตัวอย่างข้างต้นแสดงมุลบทที่เกิดจากการสร้างมาตรฐานความงามผ่านการตลาดของสินค้า คือคำว่า “ครอบจบในตัวเอง” ซึ่งก่อนหน้านี้อการใช้ผลิตภัณฑ์กันแดดและรองพื้นจะแยกออกจากกันหรือเป็นกรใช้งานที่ไม่สิ้นสุดเพียงผลิตภัณฑ์เดียว

ตัวอย่างที่ 8 ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งคิ้ว เช่น ดินสอเขียนคิ้ว ที่เขียนคิ้วแบบฝุ่น และมาสคาร่าคิ้ว

หัวข้อร้วิว คือ ร้วิวที่เขียนคิ้วเหมาะกับมือใหม่เขียนง่าย Cathy Doll Skinny Brow Pencil

“ใครว่าเขียนคิ้วยากมาลอง ดินสอเขียนคิ้วตัวนี้ก่อน Cathy Doll Skinny Brow Pencil เขียนง่ายมากหัวเล็กสุด ๆ ไม่ต้องเหลา ดัดทน กันน้ำกันเหงื่อ”

(เว็บไซต์จีบัน, 26 ธันวาคม 2567)

ตัวอย่างที่ 8 เป็นการเขียนรีวิวที่เขียนคิ้ว ลักษณะของที่เขียนคิ้วจะมีหลายประเภท ได้แก่ ประเภทดินสอ ประเภทหมูน ประเภทฝุ่น หรือประเภทเจล เป็นต้น และเป็นมูลบทที่บอกอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของวิวัฒนาการของผลิตภัณฑ์ จากตัวอย่างข้างต้นเป็นการเขียนรีวิวที่เขียนคิ้วประเภทดินสอ เพราะมีการกล่าวถึงการเหลาเป็นงานที่ใช้เขียนคิ้วอีกประเภทหนึ่ง โดยการใช้การเหลาเพื่อทำให้ที่เขียนคิ้วดูแหลม เขียนง่าย พร้อมใช้งาน ดังนั้นคำว่า ไม่ต้องเหลา เป็นมูลบทที่สร้างมาตรฐานความงามผ่านการตลาดของสินค้าสะท้อนถึงวิวัฒนาการของสินค้าที่ผู้ผลิตต้องการให้ผู้ซื้อสินค้าเกิดความสะดวกต่อการใช้งานมากขึ้น ก่อนหน้านี้ดินสอเขียนคิ้วจะต้องเหลาก่อนใช้งาน แต่ปัจจุบันนี้ได้เปลี่ยนรูปแบบการใช้งานของดินสอเป็นการหมุนขึ้น

นอกจากการรีวิวผลิตภัณฑ์ด้วยการตัดสินใจจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นต้นเหตุของปัญหาอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้เขียนกระทู้รีวิวได้เขียนเปรียบเทียบประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ โดยปรากฏการใช้คำว่า ซ้ำ ซ้ำ ๆ ๆ ๆ และ ไม่ซ้ำ ในการเขียนรีวิวที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ครั้งถัดไปว่าซื้อหรือไม่ซื้อของผู้อ่านรีวิวจากความรู้สึกของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์จริง

ภาพที่ 1

ตัวอย่างที่ 9 ประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย หัวข้อรีวิว โลชั่นกันแดดแบบ ซ้ำ-ไม่ซ้ำ (Tak Sutira, 2566ก)



ตัวอย่างที่ 9 ผู้เขียนกระทู้รีวิวสินค้าไว้ว่าผลิตภัณฑ์ตัวนี้ต้องซื้อซ้ำ ๆ ๆ ๆ ซึ่งได้เน้นย้ำไว้ว่าต้องซื้อซ้ำ ๆ ๆ เพราะปรากฏการใช้ไม่ยั้ง (ๆ) ที่เน้นย้ำถึงจำนวนครั้งที่มากกว่าหนึ่งหรือเน้นย้ำถึงความสำคัญมาก จากตัวอย่างข้างต้นผู้เขียนกระทู้สามารถแสดงมูลบทได้ในด้านการมีประสบการณ์ใช้กันแดดสูตรก่อนหน้านี้ที่เนื้อครีมกันแดดเกลี่ยยาก หนักผิว กลิ่นไม่หอม และใช้แล้วไม่สบายผิว

ภาพที่ 2

ตัวอย่างที่ 10 ประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย หัวข้อรีวิว ครีมอาบน้ำ แบบซ้ำ รี ไม่ซ้ำ (Tak Sutira, 2566ข)



ตัวอย่างที่ 10 ผู้เขียนกระทุ้รีวิวผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องซื้อซ้ำปรากฏการใช้คำว่า ไม่ซ้ำ เพราะจากประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ตัวนี้สร้างปัญหาให้กับผู้รีวิวในเรื่องกลิ่นของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความชอบโดยส่วนตัวของผู้เขียนรีวิว เนื่องจากกลิ่นของผลิตภัณฑ์เหมือนน้ำหอมผู้ชาย ทำให้ยังไม่ถูกใจผู้เขียนรีวิวจึงใช้ความรู้สึกของตนในการตัดสินใจไม่ซื้อซ้ำในครั้งถัดไป แต่ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ในความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนรีวิวยังให้ความรู้สึกที่สะอาดและไม่ทำให้ผิวแห้ง แต่ปัญหาเดียวที่ผู้เขียนรีวิวประสบ คือ กลิ่นผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้เขียนกำลังส่งสารถึงผู้อ่านรีวิวในการตัดสินใจซื้อและเป็นการส่งสารโดยอ้อมให้กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ในการปรับแก้กลิ่นของผลิตภัณฑ์เช่นกัน

2.2 การสร้างมาตรฐานความงามผ่านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

การสร้างมาตรฐานความงามผ่านการเขียนกระทุ้รีวิวคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ให้น่าดึงดูดใจ น่าสนใจ และคล้อยตาม ผู้เขียนกระทุ้รีวิวจะผลิตชุดความคิดที่ทำให้ผู้อ่านคล้อยตามที่จะต้องซื้อผลิตภัณฑ์ จะปรากฏคำว่า ตำนาน ติดใจ และตอบโจทย์ หรือใช้คำที่ผลิตชุดความคิดให้ผู้ใช้เป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์โลกร้อน จะปรากฏคำว่า ช่วยลดขยะ รักโลก และแบบรีฟิล (refill) ดังนี้

ตัวอย่างที่ 11 ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งเส้นผม ได้แก่ แร็กซ์ สเปรย์ และน้ำมันจัดแต่งทรงผม

หัวข้อรีวิว คือ เปิดกรุไอเทมดูแลผมทำเคมี

“ตัวแรก: Go Hair Silky Seaweed Nutrients ลีฟออนขวดเขียวในตำนาน ได้ใช้ครั้งแรกที่ร้านทำผม ใช้แล้วติดใจตั้งแต่นั้นก็ใช้มาตลอดเลย ก็ปีแล้วจำไม่ได้แต่นานมาก ใช้หลังสระผมแบบไม่ต้องล้างออก สามารถ

เซ็ดผมต่อได้เลย ทำให้ผมแห้งเสียแตกปลายกลับมามีน้ำหนัก นุ่ม สลวยสวย หวัง่าย ปลายผมไม่พันกัน ใช้แล้วเซ็ดผมง่ายและสวยขึ้น แถมยังป้องกันความร้อนที่เป็นสาเหตุของการเกิดผมเสียได้ด้วย”

(เว็บไซต์จีบัน, 12 ธันวาคม 2566)

ตัวอย่างที่ 11 ผู้เขียนกระทู้รีวิวสร้างมาตรฐานความงามกับผลิตภัณฑ์ โดยปรากฏคำว่า ตำนาน หมายถึง เรื่องราวมนานที่เล่ากันสืบ ๆ มา เช่น ตำนานพุทธเจดีย์ และตำนานเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ซึ่งเป็นมูลบทที่บอกถึงสิ่งที่มีอยู่ ผู้เขียนกระทู้รีวิวสร้างมาตรฐานความงามให้กับผลิตภัณฑ์บำรุงผมที่มีประวัติการเล่าถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์บำรุงผมตัวนี้สืบกันมานาน โดยใช้นัยยะสื่อถึงระยะเวลาของผลิตภัณฑ์ที่วางขายอยู่ในท้องตลาดตั้งแต่อดีตและปัจจุบันก็ยังคงขายอยู่

ตัวอย่างที่ 12 ประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับตกแต่งปาก ได้แก่ ลิปสติก ลิปมัน และลิปทินท์ หัวข้อรีวิว คือ ลิปปากฉ่ำที่มี SPF กันแดด DAZZLE ME COLOR CHROME MELT TO DEW LIP CLICK

“ปากยังดูสุขภาพดีอวบอิมสุด ๆ และที่ไม่เหมือนใครก็คือเขามี SPF 25 PA+ + + ปกป้องริมฝีปากจากแสงแดดและรังสียูวี เป็นไงละเลิศไหมละทุกคนคืออยากให้ลองจริง ๆ”

(เว็บไซต์จีบัน, 23 ธันวาคม 2567)

ตัวอย่างที่ 12 มูลบทที่แสดงถึงการสร้างมาตรฐานความงามผ่านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ คือคำว่า ไม่เหมือนใคร เป็นมูลบทที่บอกการตีค่าในสิ่งที่ดีพึงปรารถนา โดยลิปสติกที่มีส่วนผสมของกันแดด SPF 25 PA+++ ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนกับยี่ห้ออื่นและผู้เขียนรีวิวใช้คำว่า ไม่เหมือนใคร เป็นการกระตุ้นให้ผู้อ่านรู้สึกถึงของใหม่ที่เกิดขึ้นและอยากให้ลอง เพราะสินค้านี้ยังไม่เกิดซ้ำในตลาดเครื่องสำอาง

ตัวอย่างที่ 13 ประเภทเครื่องสำอางทำความสะอาดผิวปากและฟัน

หัวข้อรีวิว คือ ใครที่ชอบใช้ยาสีฟันสมุนไพรบอกเลื่อย่าพลาดยาสีฟันตัวนี้

“ยาสีฟันตอบโจทย์ให้กับหลากหลายปัญหามาก ๆ รสชาติไม่เพี้ยนขม ไม่สแปล้นและปาก ขจัดกลิ่นได้ดีเยี่ยม ลมหายใจสดชื่น ลดคราบพลัสที่เกิดจากชา กาแฟ แถมยังช่วยลดฟันผุได้”

(เว็บไซต์จีบัน, 28 ธันวาคม 2566)

ตัวอย่างที่ 13 ปรากฏคำว่า ตอบโจทย์ หมายถึง สมองความต้องการหรือความประสงค์ของกลุ่มคนที่มีปัญหา (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2562) มูลบทที่พบเป็นมูลบทที่บอกการตีค่าในสิ่งที่ดีพึงปรารถนาของผู้เขียนรีวิว ที่ผู้เขียนกระทู้รีวิวมีปัญหาเกี่ยวกับฟันเหลืองจากคราบชาหรือกาแฟ ซึ่งเป็นสาเหตุที่สร้างความไม่มั่นใจและไม่สวย เพราะมาตรฐานความสวยไม่ได้มองเพียงรูปร่างหรือหน้าตาเท่านั้น ความสวยที่กำลังเป็นเทรนด์ใหม่ของผู้หญิง คือ ฟันขาว เนื่องจากผู้หญิงดูแลตัวเองกันมากขึ้นทั้งสุขภาพ รูปร่าง ผิวพรรณ รวมถึงฟันที่เป็นส่วนสำคัญของใบหน้า เพราะรอยยิ้มเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจแรกให้กับผู้พบเจอได้ (Veranda Dental Clinic, 2564)

ผู้วิจัยศึกษามูลบทที่สื่อสะท้อนมาตรฐานความงามในสังคมไทยผ่านการเขียนรีวิวกความงามในเว็บไซต์จีบัน (Jeban) โดยมองเหตุการณ์และประสบการณ์ที่ผู้เขียนรีวิว พบว่าผู้เขียนรีวิวได้สร้างมาตรฐานความงามผ่านการเขียนรีวิว เช่น ใบหน้าขาว กระจ่างใสเรียบเนียน ไร้ริ้วรอย ปราศจากจุดต่างดำนบนใบหน้า ใบหน้าต้องมิประกายแวววาวเป็นธรรมชาติ ใบหน้าดูอ่อนกว่าวัย และขนคิ้วต้งฟูเป็นธรรมชาติ มาตรฐานความงามสามารถปรับเปลี่ยนไปตามที่สังคมสร้างชุดความคิดที่เกี่ยวกับความงามในแต่ละยุคสมัยไม่เหมือนกัน ไม่มีขอบเขตมาตรฐานความงามที่ตายตัว เพราะไม่ได้ถูกกำหนดว่าความงามต้องมาจากการมีสุขภาพที่ดี รูปร่างที่ดี และผิวพรรณที่ดีเท่านั้น

การนิยามความงามมีหลากหลายปัจจัย ได้แก่ ความงามที่ต้องถูกแก้ไขจากปัญหาของร่างกาย เช่น ใบหน้าที่มีสิหรือฝ้าเป็นปัญหาสังคมที่มองว่าไม่สวย แต่ใครบางคนอาจจะมองว่าสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องธรรมชาติที่เกิดขึ้น ความงามที่เกิดจากความเชื่อ เช่น ความเชื่อเรื่องของขนบนร่างกายและสีของริมฝีปากที่ต้องอมชมพูดูไม่ป่วย ความงามที่เกิดจากการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจที่ต้องสร้างปัญหาให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์หรือการเปรียบเทียบระหว่างสูตรด้วยกันที่เป็นผลิตภัณฑ์ยี่ห้อเดียวกัน และสุดท้ายความงามที่เกิดจากการผลิตเพื่อการโฆษณาด้วยการใช้คำที่จูงใจ เช่น ผลิตภัณฑ์ในตำนาน ผลิตภัณฑ์ลดโลกร้อน

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษามูลบทที่สื่อสะท้อนมาตรฐานความงามในสังคมไทยผ่านการเขียนรีวิวกความงามในเว็บไซต์จีบัน (Jeban) โดยมองเหตุการณ์และประสบการณ์ที่ผู้เขียนรีวิวมี พบว่าการสร้างมาตรฐานความงามเกิดจากสังคมที่สร้างชุดความคิดเกี่ยวกับความงามที่แตกต่างออกไปไม่เหมือนกันผ่านการเขียนกระทู้รีวิวในเว็บไซต์จีบันและผู้เขียนกระทู้รีวิวเหล่านั้นเป็นผู้สร้างค่านิยมและมาตรฐานความงามด้วยเช่นกัน ซึ่งพบการใช้ภาษาในงานวิจัยที่สอดคล้องกับเรื่องของการสร้างมาตรฐานความงามและค่านิยมในเรื่องความงามในแต่ละยุคสมัย ดังผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างค่านิยมความงามที่เหมือนกัน ดังงานวิจัย นันทนา วงษ์ไทย (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์วาทกรรมความงามในโฆษณาเครื่องสำอางเพื่อความงาม ผลการศึกษาพบกลวิธีทางภาษาที่ใช้ในโฆษณาเครื่องสำอางเพื่อความงามมีบทบาทสำคัญในการสร้างค่านิยมความงามในสังคมไทย และมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคให้เชื่อและพยายามจะทำให้ตนเองมีความงามตามแบบที่โฆษณากำหนดขึ้น และงานวิจัย สุภาภรณ์ คงทน และณฐ อังศุวิริยะ (2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง หน้าที่ของรูปภาพเบี่ยงเบนที่ปรากฏในสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผิวขาวในเฟซบุ๊กแฟนเพจ ผลการศึกษาพบว่าหน้าที่ของรูปภาพเบี่ยงเบนที่ปรากฏทั้งหมด 3 ประการ ได้แก่ 1) หน้าที่ลดระดับความชัดเจนและลดการผูกมัดต่อถ้อยคำ 2) หน้าที่แสดงการคาดการณ์หรือแสดงความเป็นไปได้ของถ้อยคำ และ 3) หน้าที่ลดระดับความรุนแรงของถ้อยคำหลีกเลี่ยงความขัดแย้งจากผู้บริโภคและคู่แข่ง ดังนั้นการใช้รูปเบี่ยงเบนในการนำเสนอโฆษณาเพื่อสร้างผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจและรูปเบี่ยงเบนยังนำไปสู่การรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารโฆษณาในยุคปัจจุบันได้ ทำให้ผู้บริโภคได้ตระหนักคิด พิจารณาในการเลือกซื้อสินค้า

การศึกษาวิจัยการใช้มูลบทพบการสร้างมาตรฐานความงามของร่างกายที่ควรจะเป็นที่สอดคล้องกับเรื่องความเชื่อ มาตรฐานความงามตามความเชื่อที่เป็นบรรทัดฐานของคนไทยในอดีตและมีความเชื่อต่อมาจนถึงปัจจุบัน คือ สาวงามแบบเบญจกัลยาณี หรือ มาตรฐานความงามแบบไทย (Thai beauty standard) หมายถึง สตรีลักษณะงาม 5 ประการ ที่มีความงามตามธรรมชาติหรือความงามที่เกิดจากการสั่งสมบุญมาก่อน ซึ่งมีลักษณะได้แก่ 1) ผงงาม คือ ผมหอมหวานนกงูง ดำสลายเป็นเงางาม และเมื่อสยายออกจะทิ้งตัวลงมาถึงชายผ้า สอดคล้องกับมูลบทที่ปรากฏในตัวอย่างของงานวิจัยในหัวข้อ การสร้างมาตรฐานความงามผ่านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม เช่น แชมพู ครีมนวดผม หรือครีมบำรุงผม 2) เนืองาม คือ มีเหงือกและริมฝีปากงาม ปากแดงเหมือนผลตำลึงสุก สอดคล้องกับมูลบทในหัวข้อการสร้างมาตรฐานความงามของร่างกายที่ควรจะเป็น ได้แก่ การเลือกใช้สีลิปสติก การบำรุงริมฝีปาก 3) ฟันงาม คือ มีฟันขาวเหมือนสังข์ และเรียบเหมือนเพชรเรียงกัน สอดคล้องกับมูลบทในหัวข้อการสร้างมาตรฐานความงามผ่านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประเภทเครื่องสำอางทำความสะอาดฟัน 4) ผิวงาม คือ มีผิวที่ละเอียดหากมีผิวดำก็ต้องดำสม่ำเสมอเหมือนดอกบัวเขียว และถ้าหากผิวขาวก็ต้องขาวเหมือนดอกกระฉ่อนการ สอดคล้องกับมูลบทในหัวข้อการสร้างมาตรฐานความงามจากปัญหาของร่างกาย ได้แก่ ประเภทบำรุงผิวหน้า และผิวกายให้กระจ่างใส เช่น ประเภทเครื่องสำอางปกปิดรอยดำ ร่องพื้น และ 5) วัยงาม คือ งามทุกวัย แม้จะอยู่ในวัยที่คลอดบุตรแล้ว 10 ครั้ง ก็ต้องดูสาวตลอด สอดคล้องกับมูลบทในหัวข้อการสร้างมาตรฐานความงามของร่างกายที่ควรจะเป็น ได้แก่ ประเภทเครื่องสำอางตกแต่งแก้ม เช่น บลัชออน (ทัศนัย เทพกำปนาท, 2564) ถ้าหากพิจารณาความงามแบบเบญจกัลยาณี จะเห็นได้ว่าเป็นความงามภายนอก ซึ่งหากเป็นสังคมปัจจุบันนี้ คงหาได้ไม่ยาก เพราะสามารถหาผลิตภัณฑ์เสริมความงามต่าง ๆ มาแก้ไขตรงจุดที่ไม่สวยหรือเป็นข้อบกพร่องของร่างกายและทำให้สวยตามมาตรฐานของสังคมได้

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยในต่างประเทศที่สอดคล้องกันในเรื่องการใช้ทฤษฎีมูลบทกับบริบทในสังคม ดังงานวิจัย Armstrong et al. (2024) ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้มูลบทในภาพยนตร์เรื่อง Revenant ผลการศึกษาพบว่าการใช้มูลบทในภาพยนตร์ The Revenant สามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ มูลบทที่บอกถึงสิ่งที่มีอยู่ ข้อเท็จจริง คำศัพท์ เชิงโครงสร้าง และมูลบทเชิงขัดแย้ง จากการวิจัยสามารถสรุปได้ว่าความหมายเชิงบริบทมีบทบาทสำคัญในการตีความหมายของมูลบท อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นว่ามูลบททางคำศัพท์เป็นประเภทมูลบทที่เด่นชัดที่สุด

งานวิจัยนี้ยังปรากฏการใช้มูลบทที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อและพฤติกรรมของมนุษย์ในการสร้างมาตรฐานความงามในสังคมไทยจากการเขียนกระทู้รีวิว พบอิทธิพลการคล้อยตามในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานความงามที่ผู้เขียนรีวิวได้ติกรอบเอาไว้ในแต่ละกระทู้

ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้ประโยชน์

การศึกษามูลบทสะท้อนการสร้างมาตรฐานความงามยังมีประเด็นที่ควรศึกษาอีกมากมาย ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าควรวิจัยเพิ่มคือระยะเวลาของกลุ่มข้อมูลเพื่อสามารถเห็นชุดความคิดเกี่ยวกับความ งามที่

เปลี่ยนแปลงไป โดยสามารถเพิ่มระยะเวลาจากหนึ่งเดือนเป็น 3-4 เดือน หรือระยะเวลา 1 ปี และผลการศึกษาวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการเรียนเรื่องวาทกรรมได้

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 896-523 วัจนปฏิบัติศาสตร์ในพื้นที่สาธารณะ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาไทยและภาษาไทยประยุกต์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สอนโดย รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐสร อังศุวิริยะ

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2558, 30 พฤศจิกายน). *จีบับเปิดพื้นที่ออนไลน์เพิ่ม สร้างบิวตี้อินฟลูเอนเซอร์*.
<https://www.bangkokbiznews.com/tech/676655>
- เกรียงไกร กองแสง. (2559). “ร่างกายภายใต้บังคับการ” การเปลี่ยนแปลงความหมาย “ความงาม” ของสตรีไทย-จีนตามวิถีสมัยใหม่. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี*, 5(2), 235-249. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JLPRU/article/view/73297>
- จันทิมา อังคพนิชกิจ. (2562). *การวิเคราะห์ข้อความ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนกพร อังศุวิริยะ. (2551). “ความเป็นหญิง” ในนิตยสารสตรีสาร (พ.ศ.2491-2539): การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
Chulalongkorn University Intellectual Repository. <https://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2008.1883>
- เดียนลี่ หลี่ และซิมโสมัน วิสิฐนิจกิจ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของสุภาพสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 14(67), 121-127. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/SNGSJ/article/view/65098>
- ทัศชล เทพกำปนาท. (2564, 5 เมษายน). *เล่าสู่กันฟัง...เรื่อง “เบญจกัลยาณี คือหญิงงามอย่างไร”*.
กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. https://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.php?nid=5680&filename=i
- ทิพากร เส็นเกษ. (2565, 25 กุมภาพันธ์). *ความงามที่มาพร้อมกับมาตรฐาน*. ประชาไท.
<https://prachatai.com/journal/2022/02/97415>
- นันทนา วงษ์ไทย. (2556). การวิเคราะห์วาทกรรมความงามในโฆษณาเครื่องสำอางเพื่อความงาม. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 20(1), 77-107. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc/article/view/53969>
- พระบุญเลี้ยง สุขพิพัฒน์, จรัส ลีกา, พระธวัชชัย จิตตญาณ, พระใบฎีกาอนุพงษ์ สุเมธ และพระครูกิตติโพธิสาร กิตติปัญญา. (2565). ความงาม : คุณค่าของสตรี. *วารสารสถาบันวิจัยพินลธรรม*, 9(1), 127-138.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/prij/article/view/254151>

- ภูริตา บุญล้อม. (2567, 23 ธันวาคม). *สำรวจ 7 เทรนด์ความงามที่อาจมาแรงแห่งปี 2025*. The Standard <https://thestandard.co/life/future-beauty-trends-in-2025/>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. <https://dictionary.orst.go.th/>
- วริษฐา แซ่เจีย. (2563, 12 สิงหาคม). *แบบนี้สวย แบบนี้หล่อ? เมื่อ “มาตรฐานความงาม” ของสังคมสร้าง ความบอบช้ำให้ผู้คน*. The Matter. <https://thematter.co/social/beauty-standard/120141>
- สมบูรณ์ พจน์ประสาท. (2564). *วัจนปฏิบัติศาสตร์เบื้องต้น*. โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2562). *ตอบโจทย์*. <https://shorturl.asia/SDW8j>
- สุภาภรณ์ คงทน และณัฐ อังศุวิริยะ. (2565). *หน้าที่ของรูปเบี่ยงบังที่ปรากฏในสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหาร เสริมผิวขาวบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์), 14(27), 160-176*. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/swurd/article/view/14494>
- Armstrong, N., Merianti, M., & Rahmawati, R. (2024). The use of presupposition in the Revenant movie. *Southeast Journal of Language and Literary Studies, 4(2)*, 194-203.
- Cosmenet. (2565, 14 กันยายน). *ชวนรู้จัก ประเภทของเครื่องสำอาง ตั้งแต่หัวจรดเท้ามีอะไรบ้างนะ*. <https://www.cosmenet.in.th/cosme-intrend/47886>
- Jeban. (2558). *Jeban.com Journey*. <https://www.jeban.com>
- Sanook. (2565, 14 ธันวาคม). *ส่องเทรนด์เขียนตัวในยุคต่างๆ พร้อม How to เขียนและดูแลยังไง*. <https://www.sanook.com/women/230689/>
- Sweetsong13. (2565, 3 กุมภาพันธ์). *รวมศัพท์ผิวฉ่ำ ดูซิต่างกันมั้ย?*. Jeban. <https://www.jeban.com/topic/340976>
- Tak Sutira. (2566ก, 22 ธันวาคม). *โลชั่นกันแดดแบบ ช้ำ-ไม่ช้ำ*. Jeban. <https://www.jeban.com/topic/367100>
- Tak Sutira. (2566ข, 27 ธันวาคม). *ครีมอาบน้ำแบบชำระไม่ช้ำ*. Jeban. <https://www.jeban.com/topic/367226>
- Veranda Dental Clinic. (2564, 19 กรกฎาคม). *ฟันขาวเทรนด์ใหม่สาวมั่น*. <https://verandadent.com/th/articles/267256>
- V Square Clinic. (2566, 28 ตุลาคม). *15 วิธีลดรอยดำจากสิวที่เห็นผลดี แก้ปัญหารอยดำอย่างตรงจุด*. <https://www.vsquareclinic.com/tips/best-how-to-remove-dark-spots-on-face>

ภาพแทนครอบครัวจีนในรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner” (未知的餐桌)

รุ่งเพชร วรพงศาพิชญ์*

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

*Corresponding author's email: rungphet1228@gmail.com

รับบทความ 24 พฤษภาคม 2568; แก้ไขบทความ 26 มิถุนายน 2568; ตอรับ 16 กรกฎาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง ภาพแทนครอบครัวจีนในรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner (未知的餐桌)” นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำเสนอภาพแทนครอบครัวจีนในรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner (未知的餐桌)” โดยใช้แนวคิดเรื่อง “ภาพแทน” (representation) เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย งานวิจัยนี้ศึกษาจากรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner (未知的餐桌)” ซึ่งเป็นรายการวาไรตี้ของจีนที่ออกอากาศผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการบอกเล่าเรื่องราวของแต่ละครอบครัวผ่านการพูดคุยบนโต๊ะอาหาร จำนวนทั้งสิ้น 11 ตอน โดยใช้วิธีการถอดบทสนทนาและบันทึกภาพถ่ายหน้าจอเพื่อประกอบการศึกษาวิเคราะห์ ผลการศึกษาปรากฏภาพแทนครอบครัวจีน จำนวน 5 ภาพ ดังนี้ คือ 1. ภาพแทนครอบครัวจีนมีความกตัญญู 2. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับคนในครอบครัว 3. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับการศึกษา 4. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับชายหญิงเท่าเทียมกัน และ 5. ภาพแทนครอบครัวจีนเพศชายต้องเข้มแข็ง อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบครอบครัวให้สอดคล้องกับยุคสมัยใหม่ เช่น การเน้นความเสมอภาคทางเพศและบทบาทของผู้หญิงที่หลากหลายขึ้น แต่ค่านิยมดั้งเดิมหลายประการ เช่น ความกตัญญู และการแสดงออกถึงความเข้มแข็งของเพศชาย สังคมจีนยังคงรักษาค่านิยมเหล่านั้นเอาไว้เป็นอย่างดี การนำเสนอในลักษณะดังกล่าวจึงไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของครอบครัวจีนในยุคปัจจุบัน แต่ยังสะท้อนการคงอยู่ของคุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีความต่อเนื่องจากอดีตถึงปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากงานวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงภาพแทนของครอบครัวคนจีนในประเทศจีนแล้วยังทำให้ได้เห็นถึงขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมต่าง ๆ ของจีนที่แสดงออกผ่านสิ่งต่าง ๆ ในรายการอีกด้วย

คำสำคัญ: ภาพแทน, รายการวาไรตี้, ครอบครัวคนจีน

The Representation of Chinese Families in the Chinese Variety Show “Amazing Dinner” (未知的餐桌)

*Rungphet Varaphongsatit**

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

*Corresponding author's email: rungphet1228@gmail.com

Received 24 May 2025; Revised 26 June 2025; Accepted 16 July 2025

Abstract

The objective of this article entitled “The Representation of Chinese Families in the Chinese Variety Show “Amazing Dinner” (未知的餐桌) was to study the representations through the variety show “Amazing Dinner” (未知的餐桌) applying the representation approach as a research framework. This study analyzed eleven episodes of the show “Amazing Dinner” (未知的餐桌) broadcasted via the IQIYI application whereby the eleven episodes of the families content were presented across a conversation on a dining table. The data were collected using methods of transcription and screen capture for further analysis. The result revealed five representations of Chinese families; 1. Gratitude 2. Family Emphasis 3. Educational Requirement 4. Male and Female Equality 5. Masculinity. Despite changes in family structures to align with modern times—such as greater emphasis on gender equality and the expanding roles of women—many traditional values remain deeply embedded in Chinese society. For instance, the value of filial piety and the expectation for men to display strength are still strongly upheld. Such portrayals not only reflect structural transformations in contemporary Chinese families but also highlight the continuity and persistence of cultural values from the past to the present. Additionally, there was not only the representations exposed but tradition, custom, and culture appeared in the program also.

Keywords: representations, variety show, Chinese families

บทนำ

สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ และมีวัฒนธรรมที่ก่อเกิดเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยวัฒนธรรมครอบครัวซึ่งถือเป็นหน่วยพื้นฐานของสังคมที่มีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการดำรงชีวิตประจำวันและการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม และประเพณีจากรุ่นสู่รุ่น แนวคิดเกี่ยวกับครอบครัวในสังคมจีนได้รับอิทธิพลอย่างลึกซึ้งจากหลักปรัชญาขงจื๊อ (孔子) ซึ่งเน้นหลักการดำเนินชีวิตที่มีระเบียบแบบแผน โดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง “ความกตัญญู” (孝) การเคารพผู้อาวุโส และการรักษาความสัมพันธ์ตามลำดับชั้น ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของการอยู่ร่วมกันในสังคมจีน ขงจื๊อให้ความสำคัญกับความกตัญญูในฐานะที่เป็นต้นกำเนิดแห่งความมีคุณธรรม และเป็นแรงผลักดันในการสร้างความสมดุลและความสงบสุขทั้งในระดับครอบครัวและสังคมโดยรวม (อดิชาติ คำพวง, 2563)

นอกจากนี้ หลักปรัชญาขงจื๊อยังมีบทบาทสำคัญในการกำหนดโครงสร้างของครอบครัวและสังคม โดยมองว่าครอบครัวเป็นหน่วยย่อยของสังคมที่สามารถสร้างความเป็นชุมชนได้ นับตั้งแต่สมัยราชวงศ์ชัнь เป็นต้นมาหลักการดังกล่าวได้กลายเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของชาวจีนอย่างกว้างขวาง และถือเป็นหนึ่งในรากฐานทางวัฒนธรรมที่สำคัญของสังคมจีนจนถึงปัจจุบัน ดังข้อความตอนหนึ่งของหลักคำสอนในคัมภีร์หลุนอวี่ (Analects of Confucius) ที่ได้สะท้อนแนวคิดดังกล่าวไว้ดังประโยคที่กล่าวว่า “ผู้เยาว์เมื่ออยู่บ้านพึงกตัญญูต่อบิดามารดา ออกนอกบ้านเคารพครูอาจารย์และผู้อาวุโส พูดน้อย ระวังวาจาและพูดแต่สิ่งที่น่าเชื่อถือ รักมวลชน โกลัซิดผู้มีมนุษยธรรมกำลังที่ยังเหลืออยู่จงหมั่นศึกษาหาความรู้” (Yang, 2007)” อย่างไรก็ตาม ในยุคสมัยปัจจุบัน สังคมจีนได้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ นโยบายของรัฐ และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทำให้โครงสร้างและบทบาทของสมาชิกในครอบครัวเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ทั้งในแง่ของจำนวนสมาชิกในครอบครัว ความสัมพันธ์ระหว่างรุ่น ตลอดจนบทบาทของเพศชายและเพศหญิงภายในบ้าน ซึ่งส่งผลกระทบต่อรูปแบบครอบครัวและการดำเนินชีวิตในสังคมจีนอย่างมีนัยสำคัญ

ในยุคปัจจุบันสื่อบันเทิงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความหมาย กำหนดแนวคิด และหล่อหลอมพฤติกรรมของผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของสังคมจีนที่กำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว รายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้จึงกลายเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีบทบาทในการแสดงออกถึง ภาพแทนของครอบครัว และสะท้อนค่านิยมทางสังคม ที่อาจแปรเปลี่ยนไปจากอดีต

รายการ “Amazing Dinner” (未知的餐桌) เป็นหนึ่งในรายการวาไรตี้ของจีนที่น่าเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับครอบครัวผ่านบริบทประจำวันที่เกี่ยวข้องกับชีวิตจริง นั่นคือ กิจกรรมการรับประทานอาหารเย็นร่วมกันบนโต๊ะอาหาร ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในวัฒนธรรมจีน เนื่องจากไม่เพียงเป็นโอกาสในการเติมเต็มความหิว แต่ยังเป็นเวลารวมญาติ พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว รายการนี้จึงไม่ได้นำเสนอเพียงแค่ความบันเทิงเท่านั้น แต่มีบทบาทในฐานะกระจกสะท้อนสังคมที่สามารถสะท้อนภาพของความสัมพันธ์ภายในครอบครัว ตลอดจนบทบาทของสมาชิกแต่ละคนในครอบครัว อันประกอบด้วย พ่อแม่ ลูก และผู้สูงอายุในครอบครัว ด้วยโครงสร้างครอบครัวในยุคใหม่ที่มี

ความหลากหลายมากขึ้น ทั้งครอบครัวเดี่ยว ครอบครัวขยาย ครอบครัวผสม ฯลฯ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในระดับกว้าง นอกจากนี้ รายการยังมีการเลือกครอบครัวจากหลายภูมิภาคทั่วประเทศ ทำให้สามารถนำเสนอภาพแทนครอบครัวที่หลากหลายตามภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งช่วยให้ผู้ชมเข้าใจถึงความแตกต่างของครอบครัวในบริบทของสังคมจีนได้อย่างรอบด้าน ยิ่งไปกว่านั้น รายการยังเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ iQIYI ซึ่งเป็นหนึ่งในแอปพลิเคชันสตรีมมิ่งที่มีผู้ใช้งานจำนวนมากทั้งในและนอกประเทศจีน ส่งผลให้รายการมีการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมวงกว้าง ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม

แนวคิดภาพแทน (representation) เป็นการศึกษาการประกอบสร้างความหมายผ่านภาษาและระบบสัญลักษณ์ โดย ฮอลล์ (Hall, 2009) นักทฤษฎีของศูนย์ศึกษาวัฒนธรรม ผู้พัฒนาแนวคิดเรื่องภาพแทน ได้เขียนหนังสือเรื่อง Representation Cultural Representations and Signifying Practices โดยเขาได้นิยามความหมายของคำว่า “ภาพแทน” เอาไว้ว่า ภาพแทนเป็นการสร้างความหมายผ่านภาษา โดยเป็นการพยายามเชื่อมโยงแนวคิดกับระบบสัญลักษณ์เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ภาพแทนยังเป็นผลผลิตแห่งความหมายของภาพในใจเรา เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการอ้างอิงความหมาย อีกทั้งยังเป็นตัวเชื่อมระหว่างภาษาแนวคิด และสัญลักษณ์ ที่จะทำให้นักุญสามารถเข้าใจความหมายของสิ่งต่าง ๆ ได้

นอกจากนี้ ฮอลล์ (Hall, 2009) ยังกล่าวอีกว่า “ภาพแทน” (representation) เป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงความหมายระหว่างภาษากับวัฒนธรรม กล่าวคือ เป็นการใช้ภาษาในการกำหนดความหมายให้กับปรากฏการณ์ บุคคล หรือกลุ่มใด ๆ โดยไม่ใช่กระบวนการที่เกิดขึ้นโดยตรงหรือเป็นกลาง แต่มักแฝงไปด้วยการผลิตความหมายจากผู้สร้างภาพแทน ซึ่งอาจสะท้อนมุมมอง ความเชื่อ หรืออุดมการณ์เฉพาะของผู้ผลิตจากการสำรวจพบว่า มีงานวิจัยที่ใช้แนวคิดภาพแทนในการนำเสนอเกี่ยวกับภาพแทนครอบครัวผ่านตัวบทที่หลากหลาย เช่น งานวิจัยของฉียูน เจียง และธนพร หมูคำ (2566) เรื่อง “ภาพแทนความเป็นจีนในนวนิยายเรื่อง คนตายยาก ของหยูหัว” ที่ศึกษาภาพแทนผ่านบทบาทของตัวละคร เหตุการณ์ และการดำเนินเรื่องในนวนิยาย งานวิจัยของรุจส์สวัสดิ์ ครองภูมินทร์ และสมสุข หินวิมาน (2566) เรื่อง “ภาพตัวแทนครอบครัวไทยเชื้อสายจีนผ่านละครโทรทัศน์” ที่วิเคราะห์ภาพแทนจากเนื้อหาในละครโทรทัศน์ของไทย และงานวิจัยของภัสสิพร เพิ่มเสม (2561) เรื่อง “ความรุนแรงในครอบครัวในนวนิยายเรื่องขมิ้นกับปูนและปูนปิดทอง ของจุลลดา ภัคดีภูมินทร์ และกฤษณา อโศกสิน” ที่นำเสนอภาพของความรุนแรงในครอบครัวผ่านตัวบทนวนิยาย จากงานวิจัยดังกล่าวที่ได้มีการใช้แนวคิดภาพแทนในการศึกษาหาภาพแทนโดยผ่านตัวบทต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่เป็นการนำเสนอให้เห็นว่าตัวบทเหล่านั้นต่างทำหน้าที่ในการเป็นกระจกสะท้อนให้เห็นถึงสภาพครอบครัวในสังคมต่าง ๆ สังคมที่มีความแตกต่างกันภาพแทนที่ปรากฏย่อมมีความแตกต่างกัน ดังนั้นการนำแนวคิดภาพแทนมาใช้ในการศึกษาจึงไม่เพียงช่วยให้เข้าใจว่าสื่อไม่ใช่เพียงเครื่องมือสะท้อนความเป็นจริง แต่ยังทำหน้าที่สร้างความหมายใหม่ผ่านภาษาและระบบสัญลักษณ์ ซึ่งมีผลกระทบต่อการรับรู้และความเข้าใจของผู้ชมทั้งในระดับเชิงทฤษฎี และการนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งในด้านการศึกษา การสื่อสาร และการวิเคราะห์วัฒนธรรม การศึกษาภาพแทนสามารถช่วยให้เข้าใจลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนหรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างละเอียด และช่วยเปิดพื้นที่ในการวิเคราะห์กระบวนการผลิตความหมายที่เกิดขึ้นภายในสื่อหรือตัวบท

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาและวิเคราะห์ภาพแทนครอบครัวจีนที่ปรากฏในรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner” (未知的餐桌) โดยพิจารณาว่ารายการดังกล่าวนำเสนอภาพของครอบครัวจีนในแง่มุมใดบ้าง สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของครอบครัวจีนในยุคปัจจุบันอย่างไร งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการทำ ความเข้าใจบทบาทของสื่อบันเทิงในการกำหนดหรือสะท้อนภาพลักษณ์ของครอบครัว ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อ การศึกษาในสาขาสื่อสารมวลชน สังคมวิทยา ตลอดจนวัฒนธรรมจีนร่วมสมัย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาการนำเสนอภาพแทนครอบครัวจีนในรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner” (未知的餐桌)

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง ภาพแทนครอบครัวจีนในรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner” (未知的餐桌) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำเสนอภาพแทนครอบครัวจีนในรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner” (未知的餐桌) ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องภาพแทน (representation) ของ ฮอลล์ (Hall, 2009) มาใช้ในการ วิจัย โดยจะนำเสนอรายละเอียดของแนวคิดดังนี้

คำว่า “ภาพแทน” นั้น ฮอลล์ (Hall, 2009) นักทฤษฎีของศูนย์ศึกษาวัฒนธรรม ผู้พัฒนาแนวคิดเรื่อง ภาพแทน ได้เขียนหนังสือเรื่อง Representation Cultural Representations and Signifying Practices ได้ นิยามความหมายของ ภาพแทน เอาไว้ว่า ภาพแทนเป็นการสร้างความหมายผ่านภาษา โดยเป็นการพยายาม เชื่อมโยงแนวคิดกับระบบสัญลักษณ์เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ภาพแทนยังเป็นผลผลิตแห่งความหมายของภาพในใจ เรา เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการอ้างอิงความหมาย อีกทั้งยังเป็นตัวเชื่อมระหว่างภาษา แนวคิด และ สัญลักษณ์ ที่จะทำให้นักุษยสามารถเข้าใจความหมายของสิ่งต่าง ๆ ได้ และ ฮอลล์ (Hall, 2009) ยังบอกอีกว่า ภาพแทน เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงความหมายระหว่างภาษากับวัฒนธรรมเป็นการใช้ภาษาในการกล่าวถึงให้ ความหมายแก่บางสิ่งบางอย่างโดยไม่ได้เป็นกระบวนการที่ตรงไปตรงมา แต่จะแฝงการผลิตความหมายโดยผู้ผลิต ภาพตัวแทน ในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาภาพแทนครอบครัวจีนในรายการวาไรตี้ที่เกิดจากการให้ความหมาย ตัวบทโดยผู้ผลิตตัวบท ทั้งนี้ภาพแทนที่ได้ออกมานั้นจะเป็นอย่างไรก็ขึ้นอยู่กับการผลิตความหมายของผู้ผลิต ตัวบทที่ถูกถ่ายทอดออกมาผ่านภาษา

ฮอลล์ (Hall, 2009) ได้แบ่งระบบการนำเสนอภาพแทนเป็น 2 ระดับ คือ 1) ระดับการนำเสนอภาพ แทนในความคิด และ 2) ระดับการนำเสนอภาพแทนภายนอก ดังนี้

1) ระดับการนำเสนอภาพแทนในความคิด เป็นการตีความความจริงรอบตัวมนุษย์ เป็นการกลั่นกรอง สิ่งที่อยู่รอบตัวให้กลายเป็นความคิดหนึ่ง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจมนุษย์ เช่น ตีความสิ่งที่มองเห็น ได้แก่ โต๊ะ เก้าอี้ สามารถตีความอย่างง่ายได้ว่าสิ่งนี้คือ โต๊ะ เก้าอี้ ใช้ทำอะไรประโยชน์อย่างไร แต่เมื่อต้องตีความในสิ่งที่ สัมผัสไม่ได้หรือสิ่งที่เป็นามธรรมจะต้องสามารถสร้างแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งนั้นให้ได้อย่างชัดเจนจึงจะสามารถ ตีความและกลั่นกรองในระบบความคิดได้

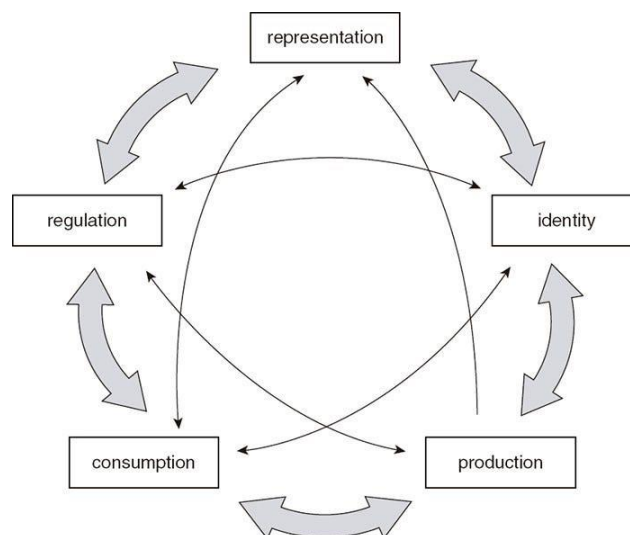
2) ระดับการนำเสนอภาพแทนภายนอก เป็นการสื่อความคิดออกมาให้ผู้อื่นทราบผ่านระบบสัญญาณ เช่น ภาษา ซึ่งสามารถทำได้โดยการเข้าใจภาษา โดยที่ภาษานั้นอาจจะเป็นตัวอักษร คำพูด รูปภาพ หรือสิ่งแทนอื่น ๆ ก็ได้ เช่น ประโยค “ในศาสนาคริสต์ ไม่กางเขน หมายถึง ความทุกข์ทรมานและการถูกตรึงกางเขนของพระคริสต์”

อาจกล่าวได้ว่า กระบวนการนำเสนอภาพแทนนั้นมีการกลั่นกรองและเรียบเรียงถึง 2 ระดับ คือ เริ่มต้นตีความในหัวแล้วจึงค่อยผลิตสร้างกระบวนการนำเสนอสู่ภายนอก โดยการเชื่อมโยงระบบภายในกับภายนอกด้วยระบบสัญญาณ นอกจากนี้ ฮอลล์ (Hall, 2009) ยังกล่าวอีกว่า ผู้ที่กำหนดขอบเขตและความหมายของภาพตัวแทนคือผู้ที่นำเสนองานหรือผู้ผลิตตัวบท โดยที่ภาพแทนนั้นมีการทำงานคล้ายกับระบบการทำงานของภาษา เพราะภาพแทนเป็นผลผลิตทางความหมายของระบบคิดในจิตใจของมนุษย์ผ่านการทำงานของภาษา โดยการเชื่อมโยงระหว่างระบบความคิดกับภาษา ซึ่งทำให้มนุษย์สามารถอ้างอิงถึงโลกแห่งความจริงของวัตถุ ผู้คน และเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมถึงโลกแห่งจินตนาการที่มีแต่วัตถุ ผู้คน และเหตุการณ์ที่ปรุงแต่งขึ้น ภาพแทนจึงไม่ได้เป็นการลดรูปความเป็นจริง แต่เป็นการสร้างตนเองให้คุณสมบัติเทียบเท่าความเป็นจริงนั่นเอง อย่างไรก็ตามแม้ว่าภาพแทนจะมีการทำงานคล้ายกับการทำงานของภาษา แต่ก็ยังมีความต่างด้วยเช่นกัน นั่นคือ ภาพแทนจะทำการคัดเลือกเพียงบางลักษณะของความเป็นจริงออกมาดัดแปลง และตกแต่งให้โดดเด่นขึ้น รวมถึงสถาปนาความเป็นจริงได้อย่างเท่าเทียมกัน สาเหตุที่เป็นเช่นนั้นเพราะความจริงอาจจะมีสิ่งที่ไม่มีความหมายอยู่ในโลกหรือมีความหมายแต่มีขนาดใหญ่เกินไป เมื่อต้องการนำมาแสดงหรือกล่าวถึงก็ไม่สามารถนำมาแสดงหรือกล่าวถึงได้ทั้งหมดในเวลาเดียวกัน

นอกจากนี้ ภาพแทนยังต้องมีปฏิสัมพันธ์กับองค์ประกอบทางวัฒนธรรมอื่น ๆ โดยกลุ่มคนในวัฒนธรรมเดียวกัน จะใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมายและแลกเปลี่ยนความหมายระหว่างกัน และการสร้างความหมายของภาพแทนจะเกิดขึ้น โดยกระบวนการที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นอีก 4 องค์ประกอบ ดังภาพ

ภาพที่ 1

The Circuit of Culture ของ Hall (2009, p. 1)



จากภาพที่ 1 เป็นการแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของ The Circuit of Culture ซึ่งประกอบด้วย การผลิต การบริโภค อัตลักษณ์ และกฎระเบียบ ดังนี้

1. การผลิต (production) เป็นการที่แต่ละบุคคลจะสร้างความหมายและแลกเปลี่ยนความหมายจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยความหมายจะถูกผลิตขึ้นจากสื่อที่มีทั้งความหลากหลายและแตกต่างกัน
2. การบริโภค (consumption) ซึ่งมีความหลากหลายของความหมาย โดยมีความหมายจากการตีความหรือเป็นภาพแทนได้มากกว่าหนึ่งความหมาย เป็นการสร้างความหมายผ่านการบริโภคทางวัฒนธรรม
3. อัตลักษณ์ (identity) เป็นการแสดงออกต่อตนเองเพื่อตอบสนองความมีตัวตนความรู้สึก และความสัมพันธ์กับบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในสังคม
4. กฎระเบียบ (regulation) ในความหมายทางวัฒนธรรมไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ฝังอยู่ในความคิด แต่ก่อรูปเป็นปฏิบัติการของกฎระเบียบในสังคมที่มีความสำคัญในการให้ความหมายต่อโลกและให้วิธีการใช้ความหมายนั้นในปฏิบัติการประจำ
5. ภาพแทน (representation) เป็นการประกอบสร้างความหมายผ่านภาษา โดยใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอย่างมีความหมายกับผู้อื่น และสามารถใช้นิยามเพื่อการอ้างอิงถึงโลกความจริง รวมถึงสิ่งที่เป็นจินตนาการ และความคิดนามธรรมที่ไม่ปรากฏในโลกวัตถุ

แนวคิดเรื่องภาพแทน เชื่อว่าความจริงไม่ได้ดำรงอยู่ แต่ขึ้นอยู่กับ การสร้างขึ้น มาโดยคนและสังคม และการสื่อสารถือเป็นกระบวนการที่มนุษย์แต่ละคนใช้สร้างความเป็นจริงดังกล่าวขึ้นมา ดังนั้นการนำแนวคิดภาพแทนมาใช้ในการศึกษาจึงไม่เพียงช่วยให้เข้าใจว่าสื่อไม่ใช่เพียงเครื่องมือสะท้อนความเป็นจริง แต่ยังทำหน้าที่สร้างความหมายใหม่ผ่านภาษาและระบบสัญลักษณ์ ซึ่งมีผลกระทบต่อการรับรู้และความเข้าใจของผู้ชมจึงเหมาะสมอย่างยิ่งในการนำมาใช้ศึกษาภาพแทนครอบครัวจีนในงานวิจัยนี้

วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยผู้วิจัยได้มีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

งานวิจัยเรื่อง ภาพแทนครอบครัวจีนในรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner” (未知的餐桌) ผู้วิจัยได้ศึกษาจากรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner” (未知的餐桌) ซึ่งเป็นรายการวาไรตี้ที่ออกอากาศในปี 2020 ผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการบอกเล่าเรื่องราวของแต่ละครอบครัวผ่านการพูดคุยบนโต๊ะอาหาร โดยในแต่ละตอนพิธีกรได้มีการไปเคาะประตูบ้านเพื่อขอรับประทานอาหารเช้ากับครอบครัวที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ของจีนจำนวนตอนละ 2 ครอบครัว ซึ่งในระหว่างที่รับประทานอาหารเช้าพวกเขาได้พูดคุยเกี่ยวกับหัวข้อต่าง ๆ ในชีวิตจริง เช่น การจัดการกับความสัมพันธ์ระหว่างรุ่น การจัดการชีวิตคู่ ทำให้ผู้ชมได้รับความรู้เกี่ยวกับชีวิตในแง่มุมต่าง ๆ และได้รับความรู้จากชีวิตผ่านเนื้อหาบันเทิงที่ผ่อนคลายและอบอุ่น มีจำนวนทั้งสิ้น 11 ตอน ตอนละ 90 นาที ดังนี้

ตารางที่ 1

ชื่อตอนและวันที่ในการออกอากาศของรายการ “未知的餐桌”

ตอนที่	ชื่อตอน	วันที่ออกอากาศ
1	เยว่หยุนเฟิง-ซาอี้ เริ่มต้นภารกิจตามหาอาหาร อุจื้ออี้แปลงร่างเป็นเด็ก ดอกไม้ช่วยคุกเข่าขอแต่งงาน (岳云鹏沙溢开启约饭之旅 王子异变花 童助攻求婚)	18 มิถุนายน 2563 (2020 年 6 月 18 日)
2	ซาอี้กับ 宝石 Gem โดนปฏิเสธสามรอบรวด เยว่หยุนเฟิงโชว์หวานจนหลิน ยุนเจิน (沙溢宝石 Gem 约饭遭拒绝三连 岳云鹏秀恩爱甜翻林允)	25 มิถุนายน 2563 (2020 年 6 月 25 日)
3	เยว่หยุนเฟิงใช้ศิลปะการอ่านใจหลอกหลวงเว่ยต้าซุน ซาอี้แสดงละครกินเหล้า เรียกน้ำตา (岳云鹏读心术套路魏大勋 沙溢苦肉计演技爆棚)	2 กรกฎาคม 2563 (2020 年 7 月 2 日)
4	หลี่เหวินอันสารภาพนอนหลับสบายเพราะเสียงเยว่หยุนเฟิง ซาอี้แซะเซินถึง หน้าเปลี่ยนไป (李汶翰自曝靠岳云鹏入睡 沙溢吐槽沈腾长残了)	9 กรกฎาคม 2563 (2020 年 7 月 9 日)
5	เยว่หยุนเฟิงเร่งให้ลูกชายแต่งงาน ซาอี้-หูเอาจัดเต็มสงครามคู่สามีภรรยา (岳云鹏催婚郭麒麟 沙溢胡可开启夫妻辩论赛)	16 กรกฎาคม 2563 (2020 年 7 月 16 日)
6	ซาอี้สร้างแร็ปกลอนเล่นซ้ำซากสุดฮา เสี่ยวกั๋วเขียนเจิ้งเห่าแสดงสดกลางถนน (沙溢自创鬼畜绕口令 rap 小鬼钱正昊街头演出)	23 กรกฎาคม 2563 (2020 年 7 月 23 日)
7	หวังเถาชิงลบเบอร์ถึงหลี่อา เยว่หยุนเฟิงเล่นบทประธานโหดลั่นเหลว (王耀庆拉黑佟丽娅 岳云鹏演绎霸道总裁翻车)	30 กรกฎาคม 2563 (2020 年 7 月 30 日)
8	เยว่หยุนเฟิง-ซาอี้แดนซ์เพลงเกิร์ลกรุ๊ปสนั่นจอ จ้าวเถาหัวเราะรับคำวิจารณ์ (岳云鹏沙溢跳女团舞超魔性 赵小棠笑对恶评)	6 สิงหาคม 2563 (2020 年 8 月 6 日)
9	เยว่หยุนเฟิง-ซาอี้ป้อนข้าวให้ซุนเยว่จุนระแวง อุจื้ออี้สอนแร็ปออนไลน์ (岳云鹏沙溢喂食孙越狂吃醋 王子异在线教 RAP)	13 สิงหาคม 2563 (2020 年 8 月 13 日)
10	ฉินเห่า-เยว่หยุนเฟิงรวมตัวเล่น 相声 แนวลึกลับ หวังจู้สอนท่าโพสดีแฟชั่นให้ ซาอี้ (秦昊岳云鹏约悬疑相声 王菊教沙溢时尚 pose)	20 สิงหาคม 2563 (2020 年 8 月 20 日)
11	เยว่หยุนเฟิงร้องเพลงใหม่จนอ้วเค่อเหว่ยร้องไห้ ซาอี้ภูมิใจเทียบตัวเองกับหลี่ อี้เฟิง (岳云鹏原创曲听哭郁可唯 沙溢自信对标李易峰)	27 สิงหาคม 2563 (2020 年 8 月 27 日)

2. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

2.1 ผู้วิจัยได้ศึกษารายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner” (未知的餐桌) รายการนี้เป็นรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีเชิงปฏิสัมพันธ์ที่ออกอากาศผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ iQIYI ซึ่งเป็นหนึ่งในแอปพลิเคชันสตรีมมิ่งที่ได้รับความนิยมสูงในประเทศจีนและกลุ่มผู้ชมชาวไทย โดยเนื้อหาของรายการนำเสนอเรื่องราวของครอบครัวหลากหลายประเภทผ่านการสนทนาบนโต๊ะอาหาร ประกอบด้วยทั้งหมด 11 ตอน แต่ละตอนได้มีการแปลคำบรรยายเป็นภาษาไทยอย่างเป็นทางการ ทำให้สามารถเข้าถึงและศึกษาเนื้อหาได้ง่ายสำหรับผู้วิจัยที่ใช้ภาษาไทยเป็นหลัก ลักษณะเด่นของรายการ คือ การแสดงภาพของครอบครัวจีนจากภูมิภาคต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายทั้งในด้านโครงสร้างครอบครัว เช่น ครอบครัวเดี่ยว (nuclear family) และครอบครัวขยาย

(extended family) รวมไปถึงความแตกต่างทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของสมาชิกแต่ละครอบครัว ซึ่งสะท้อนแนวคิดและความเป็นจริงทางสังคมจีนในปัจจุบันได้อย่างกว้างขวาง

นอกจากนี้ การนำเสนอผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง iQIYI ซึ่งมีฐานผู้ชมจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของรายการในฐานะสื่อมวลชนสาธารณะที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และทัศนคติของผู้ชมวงกว้าง ทั้งยังอาจมีบทบาทในการกำหนดหรือสะท้อนกระแสความคิดหลัก (dominant ideology) ในสังคมจีนเกี่ยวกับสถาบันครอบครัว ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเลือก “Amazing Dinner” (未知的餐桌) เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการศึกษาภาพแทนของครอบครัวจีนในงานวิจัยนี้

2.2 ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการดูรายการและถอดบทสนทนาจากทั้ง 11 ตอนของรายการ แล้วคัดเลือกเฉพาะเนื้อหาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอภาพของครอบครัวจีน เช่น การพูดถึงประวัติครอบครัว ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว การแบ่งบทบาทหน้าที่ หรือการแสดงออกทางพฤติกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ฯลฯ ทั้งนี้ในการดำเนินการถอดบทสนทนาจะดำเนินการควบคู่ไปกับการบันทึกภาพหน้าจอ (screen capture) และบันทึกข้อความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลต้นฉบับที่ครบถ้วนและสามารถนำไปใช้วิเคราะห์ได้อย่างแม่นยำ

2.3 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาสังเคราะห์การนำเสนอภาพแทนครอบครัวจีนโดยแยกเป็นประเด็น

2.4 สรุปและอภิปรายผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ และยกตัวอย่างจากข้อมูลจริงในรายการเพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์ และเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดเกี่ยวกับภาพแทน (representation)

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ภาพแทนครอบครัวจีนในรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner” (未知的餐桌) ผู้วิจัยพบการนำเสนอภาพแทน จำนวน 5 ภาพ ดังนี้

1. ภาพแทนครอบครัวจีนมีความกตัญญู

ความกตัญญูทวดถือเป็นคุณธรรมที่สำคัญมากที่สุดของชาวจีนที่มีการประพฤติปฏิบัติกันมา นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การแสดงความกตัญญูทวดนี้เป็นลักษณะเด่นทางวัฒนธรรมของจีนซึ่งเป็นวิถีชาวตะวันออกถือเป็นบรรทัดฐานให้ปัจเจกบุคคลรู้จักบทบาทหน้าที่ภายในครอบครัวตนก่อน (อติชาติ คำพวง, 2563) ในรายการ “Amazing Dinner” (未知的餐桌) ได้มีการนำเสนอภาพแทนครอบครัวจีนโดยเฉพาะเรื่องของความกตัญญูอยู่จำนวนมาก ดังตัวอย่างบทสนทนาในสถานการณ์ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

พิธีกร : การที่คุณมาที่นี้ความฝันของคุณคืออะไร

แขกรับเชิญ : ความฝันของฉันคือ ภายในสิ้นปีนี้อยากจะเก็บเงินให้ได้สัก 4-5 หมื่นหยวน แล้วก็ซื้อรถ

ให้พ่อสักคัน

พิธีกร : ทำไมถึงจะซื้อรถให้พ่อละ

แขกรับเชิญ : เพราะพ่อบอกว่าเลี้ยงลูกสาวอย่างเธอมาเนี่ย เลี้ยงตั้งแต่เล็กจนโตไม่ได้มีความฝิ่นอะไร แล้วก็ไม่ได้คิดอะไรด้วย หลังจากนั้นก็ต้องออกรถไป เธอเก็บเงินซื้อรถให้พ่อได้สักคันก็นับเป็นความกตัญญูสูงสุดแล้ว

พิธีกร : มีลูกว่านอนสอนง่ายแบบนี้ นับว่าเป็นโชคดีของพ่อแม่จริง ๆ

(未知的餐桌, ตอนที่ 4)

ตัวอย่างที่ 2

แขกรับเชิญ : พอถึงช่วงมหาวิทยาลัยหลังจากที่พวกท่านทั้งสองหย่ากัน ฉันจึงรู้สึกเหมือนว่าแม่ของฉันได้ปลดปล่อยภาระอันหนักอึ้งออกไปแล้ว เพราะตอนเด็ก ๆ ฉันจะไม่เข้าใจแม่ว่าทำไมแม่ต้องหย่ากับพ่อด้วย หลังจากท่านหย่ากันแล้วฉันถึงได้รู้ว่าแม่ของฉันลำบากมากแค่ไหน เพราะท่านต้องเผชิญหน้ากับคนที่ตัวเองไม่ได้ชอบทุกวันแถมยังต้องทนอยู่กับปัญหามากมายของเขา ถึงแม้ว่าฉันรวมถึงแม่และน้องชายของฉันตอนนี้พวกเราอาศัยอยู่ในห้องเช่าที่พวกเราเช่ากันเองแต่พวกเราที่มีความสุขกันมาก สิ่งที่คุณคิดก็คือต้องขยันทำงานมาก ๆ ในอนาคตจะได้พาแม่ไปเที่ยวทุกที่เลย

(未知的餐桌, ตอนที่ 10)

ตัวอย่างที่ 3

แขกรับเชิญ (ลูกสาว) : ตอนนี้ความปรารถนาของฉันก็คือ แม่ต้องรักษาร่างกายให้แข็งแรง หวังว่าครอบครัวของพวกเราอยู่ภายใต้การนำของคุณแม่ กตัญญูต่อผู้สูงอายุ ดูแลลูกอย่างดี แล้วก็ดูแลตัวเองเป็นอย่างดี

แขกรับเชิญ (หลานสาว) : รีบกลับมาช่วยคุณยายทำอาหาร แล้วก็อย่าทำให้คุณยายไม่มีความสุข ยึดคุณยายเป็นหลักได้ไหมคะ

(未知的餐桌, ตอนที่ 3)

จากบทสนทนาในตัวอย่างที่ 1 2 และ 3 เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับภาพแทนความกตัญญูต่อพ่อแม่และญาติผู้ใหญ่ของแขกรับเชิญในรายการ เป็นการแสดงให้เห็นว่าทุกครอบครัวชาวจีนในรายการไม่ว่าจะอาศัยอยู่ที่ใดในประเทศจีน แต่ลูกทุกคนล้วนมีความกตัญญูต่อพ่อแม่ผู้ให้กำเนิดของตนและไม่เพียงแต่กตัญญูต่อพ่อแม่เท่านั้น แต่ยังมีการแสดงความกตัญญูต่อญาติผู้ใหญ่ซึ่งถือเป็นบุคคลสำคัญในครอบครัวด้วยเช่นกัน

ในตัวอย่างที่ 1 เมื่อพิธีกรถามแขกรับเชิญในรายการถึงความฝิ่นในชีวิตของเธอซึ่งอยู่ในวัยสร้างตัว เธอตอบโดยไม่ลังเลว่าต้องการเก็บเงินให้ได้ประมาณ 4-5 หมื่นหยวนภายในสิ้นปีเพื่อซื้อรถยนต์ให้พ่อของเธอ เนื่องจากพ่อเคยกล่าวว่า การเลี้ยงลูกสาวคนหนึ่งมาตั้งแต่เล็กจนโตโดยไม่มีความฝิ่นหรือความหวังใด ๆ นั้น หากลูกสามารถซื้อรถให้พ่อได้สักคันก็ถือเป็นความกตัญญูสูงสุด หญิงสาวจึงตั้งเป้าหมายนี้ไว้เพื่อตอบแทน

บุญคุณพ่อของเธอ และพิธีกรยังกล่าวเพิ่มเติมว่าการมีลูกที่อ่านหนังสือง่ายเช่นนี้ ถือเป็นโชคดีของพ่อแม่ ซึ่งต่อยอดแนวคิดที่ว่าความกตัญญูเป็นคุณค่าทางศีลธรรมที่ได้รับการชื่นชมในสังคมจีน

นอกจากการแสดงออกถึงความกตัญญูต่อบิดามารดาในรูปแบบของการให้สิ่งของแล้ว รายการยังนำเสนอแง่มุมของความเข้าใจและการเสียสละเพื่อตอบแทนผู้เป็นแม่ โดยในตัวอย่างที่ 2 แยกรับเชิญคนหนึ่งเล่าถึงประสบการณ์ส่วนตัวหลังจากที่พ่อแม่ของเธอหย่าร้างกันว่า ในช่วงวัยเด็กเธอไม่เข้าใจเหตุผลของแม่ แต่เมื่อเติบโตขึ้นจึงตระหนักได้ว่าแม่ต้องใช้ชีวิตท่ามกลางความทุกข์อย่างมาก ต้องเผชิญหน้ากับบุคคลที่ตนไม่รักและปัญหานานัปการ ดังนั้นความฝันของเธอคือ การทำงานอย่างหนักในอนาคตเพื่อจะสามารถพาแม่ไปเที่ยวทุกที่ ถือเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของความกตัญญูที่แสดงออกผ่านความตั้งใจในการตอบแทนและมอบสิ่งดี ๆ ให้กับผู้ที่เลี้ยงดูมา และนอกจากนี้ในตัวอย่างที่ 3 ยังได้สะท้อนภาพของความกตัญญูต่อคุณแม่ของตนซึ่งเป็นผู้สูงอายุ โดยในบทสนทนาเป็นการแสดงความปรารถนาให้สมาชิกในครอบครัวทุกคนไม่ว่าจะเป็นลูก หลาน หรือลูกเขยได้ทำให้คุณแม่ของลูก ๆ หรือก็คือคุณยายของคุณหลาน ๆ มีความสุข ซึ่งการทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขได้นั้นถือเป็นการแสดงความกตัญญูอีกอย่างหนึ่งนั่นเอง

จากตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ารายการได้มีการนำเสนอภาพแทนครอบครัวจีนที่เต็มไปด้วยความรู้สึกของความกตัญญู ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่การให้สิ่งของหรือเงินทอง แต่ยังครอบคลุมถึงความเข้าใจ การเห็นคุณค่าในความเสียสละ และความตั้งใจในการตอบแทนผู้มีพระคุณ ความกตัญญูจึงยังคงเป็นคุณลักษณะสำคัญที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว และเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของวัฒนธรรมครอบครัวจีนในยุคปัจจุบัน โดยชาวจีนมีความเชื่อว่าผู้ที่ให้การดูแลเอาใจใส่บิดามารดาและคนในครอบครัวของตนถือว่าเป็นคนที่มีความซื่อสัตย์และรู้บุญคุณผู้อื่น ดังนั้นการปรนนิบัติเลี้ยงดูพ่อแม่หรือญาติอาวุโสสำหรับชาวจีนแล้วจึงเป็นเรื่องที่ละเลยมิได้ (Higher Education Press, 2020)

2. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับคนในครอบครัว

ทุกความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวต่างก็ให้ความสำคัญต่อกันและกันแทบทั้งสิ้น สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นและบทบาทที่สมาชิกแต่ละคนมีต่อกันอย่างลึกซึ้ง โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวในรายการ “Amazing Dinner” (未知的餐桌) ปรากฏครอบคลุมทั้งในระดับของพ่อแม่กับลูก พี่กับน้อง สามีภรรยา และระหว่างผู้สูงอายุกับหลาน ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่หล่อหลอมแนวคิดเรื่องครอบครัวของชาวจีนตามหลักของขงจื๊อ ดังนี้

2.1 การให้ความสำคัญต่อกันระหว่างพ่อแม่และลูก

พ่อแม่มักแสดงบทบาทของผู้สนับสนุนหลักในชีวิตของลูก ไม่ว่าจะเป็นในด้านการวางแผนอนาคต การศึกษาต่อ การเลือกอาชีพ หรือแม้กระทั่งการแต่งงาน พ่อแม่ชาวจีนจำนวนมากยังคงมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องสำคัญของลูกด้วยความหวังว่าชีวิตของลูกจะมั่นคงและประสบความสำเร็จ ซึ่งสะท้อนถึงความ

ผูกพันและความรักแบบลึกซึ้งที่ฝังรากลึกอยู่ในวัฒนธรรมครอบครัวจีน ดังตัวอย่างบทสนทนาในสถานการณ์ต่อไปนี

ตัวอย่างที่ 4

แขกรับเชิญ (แม่) : นี่คือนิสิตที่เตรียมไว้ให้ลูกสาว

พิธีกร : จะแต่งงานแล้วหรือครับ

แขกรับเชิญ (แม่) : ยังค่ะ ทางพวกเราก็คือ ถ้าลูกสาวมีอายุที่เห็นตามสมควรแล้วพวกเราก็จะค่อย ๆ เตรียมสินสอด... ก่อนหน้านั้นเขาไม่เคยหาแฟนเลย ฉันใจร้อนมาก แล้วก็สองวันก่อนบอกกับฉันว่ามีแฟนแล้ว สามี่ของฉันก็เลยบอกว่าให้พวกเขามาทำความรู้จักกัน

(未知的餐桌, ตอนที่ 5)

ตัวอย่างที่ 5

แขกรับเชิญ (ภรรยา) : ที่จริงแล้วพวกเราสองคนแต่งงาน ก็ไม่ได้ถ่ายรูป pre-wedding ฉันยังไม่เคยใส่ชุดเจ้าสาวเลยด้วยซ้ำ

แขกรับเชิญ (สามี) : ญาติพี่น้องกับเพื่อนสนิทก็รู้

แขกรับเชิญ (ภรรยา) : พวกเรายังไม่อยากจะเชิญเลยด้วย แม่ของฉันพูดว่าอย่างน้อยฉันก็ควรให้คนอื่นรับรู้ว่าลูกสาวฉันแต่งงาน พวกเราไม่ต้องเตรียมอะไรทั้งนั้น กลับมาโผล่หน้าบ้านก็โอเคแล้ว แม่ของฉันบอกว่าเตรียมทุกอย่างไว้เรียบร้อยแล้ว

(未知的餐桌, ตอนที่ 8)

ตัวอย่างที่ 6

แขกรับเชิญ : ก็คือคิดว่าเหนื่อยมากแล้ว ผมก็พูดกับคุณพ่อผมว่า พ่อครับ ผมเหนื่อยมาก อยู่ข้างนอกเหนื่อยจัง ผมพูดว่าที่จริงแล้วผมคิดถึงบ้านมาก ผมคิดถึงบ้านมาก ๆ ก็คืออยากกลับบ้านแล้ว พ่อของผมก็พูดว่า ลูกชาย ไม่ว่าลูกจะตัดสินใจอย่างไรพ่อกับแม่จะสนับสนุนลูกเสมอ ถ้าเหนื่อยแล้วก็โทรศัพท์หาพ่อกับแม่แล้วก็มีเรื่องในใจอะไรก็สามารถคุยกับพวกเราสองคนได้ พวกเราสองคนจะช่วยแก้ไขปัญหาลูกในทันทีถึงแม้ว่าอยู่ไกลแต่พวกเราก็มองให้ลูกสบาย ไม่ขอให้อนาคตหลังจากนี้ของลูกจะต้องร่ำรวยเงินทองขอแค่ลูกปลอดภัยก็พอ

(未知的餐桌, ตอนที่ 4)

จากตัวอย่างที่ 4 และ 5 แสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ของพ่อแม่ในเรื่องของการแต่งงานของลูก ทั้งในอนาคตอันใกล้และอนาคตอันไกล โดยในตัวอย่างที่ 4 พ่อแม่ได้มีการเตรียมสินสอดไว้ล่วงหน้า แม้ว่าลูกยังไม่ได้มีแผนจะแต่งงานอย่างเป็นทางการ แต่พ่อแม่ก็ยังคงมีบทบาทในการเตรียมพร้อมชีวิตให้ลูก โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของช่วงวัยและโอกาสในอนาคต ส่วนในตัวอย่างที่ 5 ลูกสาวจดทะเบียนสมรสแล้วแต่ยังไม่ได้จัดงานแต่งงาน แม่ของเธอจึงบอกให้เธอและสามีมาที่บ้านก็พอ ส่วนอื่น ๆ จะจัดการให้เอง สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็น

การสนับสนุนของพ่อแม่ชาวจีนที่ยังมีบทบาทในชีวิตของลูกแม่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ ทั้งยังเป็นการแสดงออกถึงการให้ความสำคัญกับการแต่งงานของสังคมจีนที่นิยมอยากให้อายุของลูกแต่งงานเป็นฝั่งเป็นฝาเพื่อที่จะได้มีคนดูแลต่อจากตน

นอกจากการให้ความสำคัญกับเรื่องของการแต่งงานแล้วอีกสิ่งหนึ่งที่ครอบครัวชาวจีนให้ความสำคัญต่อลูกของตนก็คือชีวิตความเป็นอยู่ของลูก จากบทสนทนาในตัวอย่างที่ 6 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่กับลูกที่มีความอบอุ่นและเปิดเผย ลูกชายแสดงความเหนื่อยล้าจากการใช้ชีวิตนอกบ้าน และบอกเล่าความรู้สึกคิดถึงบ้านอย่างจริงใจ ซึ่งพ่อแม่ก็ตอบกลับด้วยความเข้าใจและพร้อมสนับสนุน เป็นการแสดงออกให้เห็นว่าพ่อแม่ไม่ได้ต้องการให้ลูกต้องร่ำรวย หรือประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงในชีวิต แต่หวังเพียงแค่ต้องการให้ลูกมีความปลอดภัยและมีความสุข (Chao, 1994) ซึ่งเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงคุณลักษณะของครอบครัวจีนที่ให้ความสำคัญกับความผูกพันทางใจ มากกว่าการประสบความสำเร็จในทางวัตถุซึ่งพบเห็นได้ในครอบครัวชาวจีนโดยทั่วไป

2.2 การให้ความสำคัญต่อกันระหว่างสามีและภรรยา

สามีภรรยาเป็นความสัมพันธ์ในฐานะบุคคลที่ตกลงปลงใจใช้ชีวิตคู่ร่วมกันและต่างฝ่ายต่างร่วมกันรับผิดชอบชีวิตครอบครัว ทั้งในแง่ของการดูแลบ้านเรือน การเลี้ยงดูลูก หรือแม้แต่การทำงานหารายได้มาเลี้ยงครอบครัว ในรายการ “Amazing Dinner” (未知的餐桌) ได้มีการนำเสนอให้เห็นถึงการทุ่มเทของทั้งสองฝ่ายเพื่อความมั่นคงของครอบครัว เช่น การยอมเสียสละเวลาส่วนตัว หรือความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงานหนัก ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าความรักในชีวิตคู่ไม่ใช่เพียงเรื่องของความรู้สึก แต่ยังเป็นการกระทำที่เกิดจากความรับผิดชอบร่วมกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 7

แขกรับเชิญ (ภรรยา) : สามี ฉันอยากบอกคุณว่า คือว่าฉันรู้ว่าคุณกดดันมากแล้วคุณก็อยากจะสร้างสถานะที่ดีขึ้น สภาพแวดล้อมที่ดีกว่านี้ให้กับพวกเรา ความจริงแล้วไม่ว่าจะเป็นฉันหรือลูกสิ่งที่เราต้องการมากกว่าก็คือ การมีคุณอยู่เคียงข้าง หวังว่าคุณจะปล่อยใจให้สบายกลับมาอยู่บ้านกับเราเยอะ ๆ โอเคไหม

แขกรับเชิญ (สามี) : โอเค ผมรู้สึกว่าการทุ่มเทเพื่อคุณและลูกนี้ความกดดันเหล่านี้สำหรับผมแล้วไม่ใช่เรื่องใหญ่อะไร พอมีแรงกดดันทำให้ผมรู้สึกมีแรงผลักดันมากขึ้น แน่แน่นอนว่าผมจะใช้เวลาอยู่กับคุณและลูกให้มากขึ้น นี่สิถึงจะเป็นความหมายของชีวิตผม

(未知的餐桌, ตอนที่ 10)

บทสนทนายระหว่างสามีภรรยาในตัวอย่างที่ 7 สะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและการสนับสนุนซึ่งกันและกันในการใช้ชีวิตคู่ ภรรยาเข้าใจถึงแรงกดดันที่สามีเผชิญในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมที่ดีให้ครอบครัว แต่ก็ยืนยันว่าความรักและการอยู่ร่วมกันในครอบครัวเป็นสิ่งที่สำคัญกว่า ในขณะที่สามีเองก็รู้สึกได้รับพลังจากความรักและความเข้าใจของภรรยา พร้อมจะปรับตัวและใช้เวลาแก่

ครอบครัวมากขึ้น ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้สะท้อนถึงแนวคิดครอบครัวที่มีความเท่าเทียมทางอารมณ์ และเห็นคุณค่าของการอยู่ร่วมกันในทุกสถานการณ์ นอกจากนี้ตัวอย่างในเหตุการณ์ดังกล่าวแล้วยังมีอีกหลายเหตุการณ์ในรายการที่เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงภาพการให้ความสำคัญระหว่างสามีภรรยาในอีกรูปแบบหนึ่งคือไม่ได้ดูแลกันเอง แต่ยังรวมถึงการดูแลครอบครัวของอีกฝ่ายด้วยความรักและเคารพอีกด้วย ดังตัวอย่างที่ 8

ตัวอย่างที่ 8

แขกรับเชิญ (สามี) : สิ่งที่เขาทำให้ผมซาบซึ้งใจมากที่สุดคืออะไรนะเหรอ เขาดีกับพ่อแม่ของผมมาก เพราะพี่น้องทั้งห้าของผมไม่ได้อยู่ข้างกายพวกเขา ดังนั้นเขาจึงเป็นคนที่ดูแลพ่อแม่ของผมมาตลอด เพราะฉะนั้นเขาเป็นคนที่ทุ่มเทมากที่สุดในบ้านเรา

(未知的餐桌, ตอนที่ 9)

จากตัวอย่างที่ 8 เป็นบทสนทนาของสามีที่ชื่นชมภรรยาของตนเองที่เธอไม่ได้เพียงแค่ให้ความสำคัญกับเขาเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับพ่อแม่ของเขาด้วย ในยามที่สามีต้องออกไปทำงานนอกบ้านเขาก็สามารถทำงานได้อย่างสบายใจเพราะมีภรรยาช่วยดูแลพ่อแม่ให้เป็นอย่างดี ภาพแทนดังกล่าวเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อกันของสามีภรรยาในครอบครัวชาวจีนปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

2.3 การให้ความสำคัญต่อกันระหว่างพี่น้อง

ในอดีตปี ค.ศ. 1979 รัฐบาลจีนโดยการนำของเติ้งเสี่ยวผิงได้มีการริเริ่มนโยบายลูกคนเดียวเพื่อควบคุมจำนวนประชากรไม่ให้เพิ่มขึ้นมากเกินไปทำให้อัตราการเกิดของจีนก็ลดน้อยอย่างต่อเนื่อง เกิดปัญหาเรื่องการขาดแคลนแรงงาน การขาดพี่น้องทำให้ต้องมีหน้าที่ในการรับผิดชอบพ่อแม่เพียงลำพัง ต่อมาวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2016 รัฐบาลจึงได้มีการยกเลิกนโยบายลูกคนเดียวโดยประกาศให้มีการบังคับใช้ทั้งประเทศ (เสมียนนารี, 2567) ในรายการ “Amazing Dinner” (未知的餐桌) ได้มีการกล่าวถึงการให้ความสำคัญของพี่น้อง โดยเป็นการนำเสนอให้เห็นข้อดีและความสำคัญของการมีพี่น้อง ดังตัวอย่างบทสนทนาในสถานการณ์ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 9

แขกรับเชิญ : อยากถามคุณมาก ๆ ว่าคุณมีความกล้าหาญอะไรที่จะมีลูกคนที่สอง

พิธีกร : พวกเราสองคนคิดว่ก็คือพ่อแม่จะแก่ลงในที่สุด ใช่ไหม

แขกรับเชิญ : ใช่

พิธีกร : คุณจะคิดว่าลูกเขาอยู่คนเดียวบนโลกใบนี้ที่จริงแล้วโดดเดี่ยวไปหน่อย แล้วคุณก็หวังว่าจะสามารถหาคนที่คอยอยู่ข้าง ๆ เขา คนที่สนิทสนมที่สุดบนโลกใบนี้ให้เขาได้ ตอนนี้ที่บ้านของผมพวกเขาพี่น้องก็เป็นแบบนี้ รู้ไหมตอนนี้การบ้านของน้องชาย ล้วนเป็นพี่ชายของเขาเรียงลำดับรายการหนังสือเรียนให้ พอถึงเวลาพี่ชายเขาก็จะบอกน้องว่าเข้าเรียนแล้ว แล้วก็เอาหนังสือสำหรับวิชาเรียนออนไลน์ในตอนนั้นให้เขา

(未知的餐桌, ตอนที่ 1)

จากบทสนทนาในตัวอย่างที่ 9 เป็นการแสดงให้เห็นว่าในสังคมจีนปัจจุบันได้มีการให้ความสำคัญกับการมีพี่น้อง เพราะเชื่อว่าพี่น้องจะเป็นคนที่สนิทสนมมากที่สุดในวันที่พ่อแม่ไม่ได้อยู่ด้วย ทั้งยังเป็นการสะท้อนภาพแทนครอบครัวจีนในปัจจุบันที่เริ่มให้ความสำคัญกับการมีลูกหลายคน ภายใต้บริบทที่รัฐบาลพยายามส่งเสริมให้อัตราการเกิดเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ชาวจีนยังมองว่าการมีลูกสองคนเป็นการต้องใช้ความกล้าหาญอย่างหนึ่งของพ่อแม่ซึ่งเป็นผู้สร้างครอบครัว

2.3 การให้ความสำคัญต่อกันระหว่างลูกหลานและผู้สูงอายุในครอบครัว

การให้ความสำคัญต่อกันระหว่างลูกหลานและผู้สูงอายุในครอบครัวโดยเฉพาะการดูแลเอาใจใส่สุขภาพของพ่อแม่ปู่ย่าตายาย ลูกหลานมักแสดงความรักและความกตัญญูผ่านการกระทำ เช่น การเตรียมอาหาร การพาไปหาหมอ หรือการร่วมกิจกรรมกับผู้สูงอายุ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการสะท้อนค่านิยมเรื่องการเคารพผู้อาวุโสและการตอบแทนพระคุณในวัฒนธรรมจีน ซึ่งยังคงดำรงอยู่แม้ในบริบทของสังคมยุคใหม่ ดังตัวอย่างบทสนทนาในสถานการณ์ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 10

แซกรับเชียว (หลานสาว) : ที่จริงแล้วสุดท้ายฉันหวังให้คุณทำเรื่อง ๆ หนึ่งค่ะ ก็คือที่จริงแล้วทุกปีพวกเราก็จะพาคุณยายไปตรวจสุขภาพใช่ไหมคะ

พิธีกร : ใช่ เรื่องนี้ดี

แซกรับเชียว (หลานสาว) : แต่ว่าบางครั้งก็อย่างเช่นตรวจออกมาแล้วพบว่าส่วนไหนที่มีปัญหาเล็กน้อย ถ้าอย่างนั้นพวกเราควรจะไปที่โรงพยาบาลทันทีใช่ไหมคะ แต่ว่าคุณยายเขาก็มักจะพูดว่าฉันต้องไม่มีปัญหาอะไรแน่นอนฉันแข็งแรงขนาดนี้ เขาก็ไม่ยอมที่จะไปตรวจ แต่ว่าบางครั้งก็เพราะว่าคุณไม่ไปตรวจแบบนี้ บางอย่างตอนแรกมันเป็นปัญหาเล็กน้อย สุดท้ายมันก็จะกลายเป็นปัญหาใหญ่ ดังนั้นฉันหวังว่าเรื่องเล็กของยายแค่นี้ยายจะยอมฟังลูกสาวของยายกับลูกเขยของยายแล้วก็หลานสาวที่จะให้ความสำคัญกับปัญหาเหล่านี้

พิธีกร : นี่ก็จุดนี้พวกเราต้องเชื่อฟัง เรื่องนี้ถูกต้อง การตรวจสุขภาพเป็นเรื่องจำเป็น

แซกรับเชียว (คุณยาย) : ไม่มีปัญหา ได้พูดกับเขาไปแล้ว

แซกรับเชียว (ลูกสาว) : วันนี้ฉันไปเอาแผ่น CT สแกนกลับมา ไม่มีปัญหาค่ะ

แซกรับเชียว (คุณยาย) : ร่างกายของฉัน ฉันรู้

พิธีกร : แต่ว่าการตรวจสุขภาพยังคงต้องทำ ต้องทำอย่างสม่ำเสมอ ผมว่าร่างกายของคุณยายจะแข็งแรงแล้วก็รักษาหัวใจที่ยังเด็กนี้ไว้ตลอดไปแล้วก็พวกลูกเขยแล้วก็พวกเด็ก ๆ รุ่นหลังต่อไปทำให้คุณมีความสุขมากยิ่งขึ้น

แซกรับเชียว (คุณยาย) : โอเค ขอบคุณนะ

(未知的餐桌, ตอนที่ 3)

ตัวอย่างที่ 11

แขกรับเชิญ (ลูกสะใภ้) : อย่างคุณย่าอยู่กับพวกเรามาเจ็ดกว่าปีแล้ว คุณเลืกรักษาความสะอาดให้พวกเรา แล้วก็เลี้ยงลูก ลูกของพวกเราสองคนตอนนี้โตขนาดนี้แล้ว หลัก ๆ ล้วนเป็นน้ำพักน้ำแรงของพวกเรา เป็นแบบนี้จริง ๆ ถ้าไม่มีพวกเราฉันเชื่อว่าฉันคงไม่คลอดลูกคนที่สองจริง ๆ นะคะ ก็หวังว่าพวกเขาจะอายุยืนนานไปเรื่อย ๆ

แขกรับเชิญ (ลูกชาย) : ใช่แล้ว

แขกรับเชิญ (คุณปู่) : แน่แน่นอนว่าตามมุมมองที่ฉันคิด มุมของคุณปู่คุณย่าไม่มีอะไรต้องสงสัยแล้วฉันยังหวังว่าจะเห็นรุ่นที่สี่ของพวกเรา

(未知的餐桌, ตอนที่ 7)

จากตัวอย่างที่ 10 และ 11 เป็นการแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญของคนในครอบครัวทั้งในความสัมพันธ์ที่เป็นลูก หลาน ลูกเขย ลูกสะใภ้ที่มีต่อผู้สูงอายุในครอบครัว เช่น ปู่ ย่า ตา ยาย โดยเฉพาะการให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพ ลูกหลานทุกคนล้วนอยากให้ผู้สูงอายุในครอบครัวสุขภาพร่างกายแข็งแรง มีอายุที่ยืนยาวเพื่ออยู่ด้วยกันไปให้นานที่สุด โดยในตัวอย่างที่ 10 แสดงให้เห็นถึงมุมมองของลูกหลานที่ให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุในครอบครัว ลูกสาวและหลานสาวแสดงออกถึงความห่วงใยต่อสุขภาพของคุณแม่และคุณยายของตน โดยอยากให้เช็ฟฟิงในการไปตรวจสุขภาพที่จะต้องไปตามที่หมอนัดอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีปัญหาอะไรจะได้สามารถแก้ไขได้ทัน เช่นเดียวกับอีกหนึ่งครอบครัวในตัวอย่างที่ 11 เป็นการกล่าวถึงคุณปู่คุณย่าผู้ทำหน้าที่เลี้ยงดูหลานและดูแลบ้านเรือน ภรรยาแสดงความรู้สึกขอบคุณต่อผู้สูงอายุที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือลูกคนแรกจนเติบโต และเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เธอกล้าตัดสินใจมีลูกคนที่สอง ขณะที่ปู่ก็ให้การยอมรับในบทบาทของผู้สูงอายุและแสดงความหวังที่จะได้เห็นลูกหลานเจริญเติบโตต่อไปอีกหลายรุ่น ภาพดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างของครอบครัวขยายที่มีความเกี่ยวเนื่องกันหลายรุ่น และตอกย้ำคุณค่าของการอยู่ร่วมกันแบบข้ามรุ่นในวัฒนธรรมจีน

อย่างไรก็ตาม ภาพแทนของครอบครัวจีนที่ให้ความสำคัญต่อกันนั้น ไม่ได้เป็นเพียงการแสดงออกถึงความรักหรือความผูกพัน แต่ยังสะท้อนค่านิยมพื้นฐานของสังคมจีนในด้านความรับผิดชอบ การเสียสละ และการเคารพซึ่งกันและกันอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงความเชื่อในเรื่องความสัมพันธ์ที่มั่นคงและการตอบแทนบุญคุณ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของโครงสร้างครอบครัวในสังคมจีนทั้งในอดีตและปัจจุบันตามหลักปรัชญาขงจื้อ (孔子) ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนหล่อหลอมให้ครอบครัวเป็นหน่วยทางสังคมที่เข้มแข็งและมั่นคง

3. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับการศึกษา

ในอดีตสังคมจีนไม่ได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาของลูกเท่าที่ควรโดยเฉพาะในสังคมชนบท หรือในบ้านที่มีลูกเป็นเพศหญิง ลักษณะของการเข้าถึงการศึกษานั้นมีความแตกต่างกันระหว่างเพศและชนชั้นทางสังคมอย่างชัดเจน กล่าวคือ ลูกชาย โดยเฉพาะในครอบครัวที่มีฐานะปานกลางขึ้นไปจะได้รับโอกาสให้ศึกษาเล่าเรียน เพื่อเตรียมตัวสอบเข้ารับราชการตามระบบสอบจอหงวน (科举考试) ซึ่งถือเป็นเส้นทางสำคัญ

ในทางสังคม (Ebrey, 1993) ขณะที่ลูกสาวไม่ได้รับการส่งเสริมให้ศึกษาเล่าเรียนอย่างเป็นระบบ เนื่องจากชนบทธรรมเนียมแบบโบราณที่จำกัดสิทธิ์ของสตรีที่หากจะได้รับการศึกษาก็ให้สอนโดยบิดามารดาเท่านั้น จนกระทั่งช่วงปลายสมัยราชวงศ์ชิงจึงมีการเปลี่ยนแปลงด้านการศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การศึกษาสามารถทำให้ประชาชนในประเทศมีความรู้ ความสามารถไปใช้ในการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ทำให้คนในประเทศมีความก้าวหน้าและถือเป็นการเปลี่ยนแปลงสู่ความเป็นจีนสมัยใหม่ จนกระทั่งปัจจุบันครอบครัวชาวจีนได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาของลูกมากขึ้น (ภาสินี ศรีสุนทรพินิต และศิริวรรณ วรชัยยุทธ, 2562)

ในรายการ “Amazing Dinner” (未知的餐桌) ได้มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับการศึกษาในครอบครัวชาวจีนปัจจุบันเช่นเดียวกัน โดยในหลาย ๆ ตอนได้มีการพูดคุยเกี่ยวกับการศึกษาของลูกซึ่งจะเห็นได้ว่าพ่อแม่ให้ความสำคัญกับการศึกษาของลูกตั้งแต่แรกเกิดจนกระทั่งโต และในบางครอบครัวก็ได้มีการวางแผนอนาคตของลูกเอาไว้ตั้งแต่เมื่อลูกยังเล็ก ดังปรากฏในตัวอย่างบทสนทนาในสถานการณ์ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 12

พิธีกร : การเรียนของลูกเป็นอะไรที่กินแรงมาก คุณรู้ไหมว่าการสอนการบ้านให้ลูกที่ครูสอนไปแล้วเขาดันลืมทำไม่ได้ คุณยังต้องทำใจให้หนึ่ง ระวังไฟโทสะนั้น คุณรู้ไหมต้องระวังไว้ ทุก ๆ วันคุณจะเหมือนคนเป็นโรคประสาท ก็คือเป็นบ้า เดียวก็ด่าลูกเป็นชุด เดียวก็ลูกจำแม่ผิดไปแล้ว แม่ขอโทษนะ เสร็จแล้วหันไปเห็นลูกทำไม่ได้อีกข้อ เมื่อก็สอนไปแล้วไม่ใช่หรือทำไมถึงทำไม่ได้อีก ผมบอกคุณไว้เลยว่ามันจะเป็นแบบนี้ตลอด ผมกับเถาหงเราสองคนคุยกันเรื่องสอนการบ้านลูก ก่อนจะสอนต้องท่องไว้ในใจเสมอนะลูกแท้ ๆ นะ ...ตอนที่อันจีเพิ่งเข้าโรงเรียน ผมได้กำหนดแนวทางไว้ให้ลูก ก็รวมถึงให้เขาเล่นเปียโนด้วย เขาเล่นไปร้องไห้ไป เสร็จบอกไม่ได้ผมต้องเล่นให้ตี ต่อมาผมพบว่าทำแบบนี้ไม่ดีนะ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเรียนหรือเรื่องอะไรก็ตามยังคงต้องปลูกฝังเรื่องความมุ่งมั่น ความสนใจในการเรียนด้วยตัวเขาเอง ผมคอยให้กำลังใจเขาอยู่เสมอ ผมพูดว่าเรียนให้ดีนะลูก ผมพูดว่าตั้งใจเรียนนะลูกพ่อเชื่อในตัวลูก ผมมองว่าตอนนี้ก็ยิ่งโอเคอยู่นะสร้างแรงฮึดได้ดีแต่ความจริงแล้วการจะทำสิ่งนั้นกินแรงมากแบกรับภาระอันหนักอึ้งอย่างยาวนาน

แขกรับเชิญ : พอมีลูกแล้วคุณมักจะอยากจัดหาสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่ดีกว่าให้ลูก ความจริงแล้วมันขัดแย้งกัน

(未知的餐桌, ตอนที่ 10)

จากตัวอย่างที่ 12 สามารถสะท้อนให้เห็นถึงภาพแทนครอบครัวจีนที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาของบุตรหลานอย่างลึกซึ้ง คนในครอบครัวตระหนักว่าการสนับสนุนด้านการเรียนรู้ของบุตรไม่ใช่เพียงการส่งให้เข้าเรียนในโรงเรียนที่ดีเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดในกระบวนการเรียนรู้ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการช่วยเหลือในการทำการบ้าน ซึ่งต้องใช้ความอดทนสูง ผู้ปกครองรับรู้ว่าการสอนบุตรด้วยตนเองเป็นภาระทางอารมณ์ที่หนักหน่วง ต้องควบคุมอารมณ์โกรธและความผิดหวัง เพื่อไม่ให้กระทบต่อสภาพจิตใจของเด็ก นอกจากนี้ ยังมีการวางแผนระยะยาวในด้านการศึกษาตั้งแต่ช่วงวัยเริ่มเรียน เช่น การกำหนดแนวทาง

ในการฝึกฝนทักษะพิเศษ เช่น การเล่นเปียโน เพื่อเสริมสร้างวินัยและความสามารถเฉพาะตัว แม้ว่าจะตระหนักว่าการบังคับมากเกินไปอาจส่งผลเสีย ผู้ปกครองจึงหันมาเน้นการส่งเสริมความสนใจและแรงจูงใจภายในของเด็กผ่านการให้กำลังใจและการยืนยันความเชื่อมั่นในตัวบุตร ทั้งนี้ยังสะท้อนถึงแนวคิดที่ว่าเมื่อมีบุตรแล้วครอบครัวจีนมักมีความปรารถนาที่จะจัดหาสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่ดีที่สุด เพื่อหวังผลในอนาคตของบุตรที่สามารถประสบความสำเร็จได้ตามค่านิยมของสังคมจีนในปัจจุบันที่เน้นการศึกษานำไปสู่ความก้าวหน้าในชีวิต

4. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับชายหญิงเท่าเทียมกัน

มีการกล่าวถึงคำสอนในคัมภีร์อี้จิงซึ่งถือเป็นคัมภีร์ต้นกำเนิดทั้งปรัชญาขงจื๊อและเต๋า ระบุว่า “ดิน คือ การคล้อยตาม สตรี คือ หยินคู่กับหยางซึ่งหมายถึง บุรุษ โดยหยินนั้นอยู่ในตำแหน่งของดิน ในขณะที่หยางอยู่ในตำแหน่งของฟ้า หยินหรือดินจึงต้องเชื่อฟัง ยอมตาม ไม่ขัดขึ้นหยาง ทั้งนี้หยินและหยางไม่ได้เป็นเพียงคู่ตรงข้ามกันแต่ยังเป็นคู่ที่ทำหน้าที่เติมเต็มกันและกัน การรวมตัวกันของหยินและหยางจะก่อให้เกิดจักรวาลที่สมบูรณ์ เพราะเป็นการรวมกันระหว่างฟ้ากับดิน ซึ่งจะก่อให้เกิดสรรพสิ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้สรรพสิ่งเติบโตงอกงาม ดังนั้นชายและหญิงจึงต่างมีคุณสมบัติเฉพาะและวิถีที่แน่นอนตามธรรมชาติที่ต่างฝ่ายต่างต้องปฏิบัติตาม จากหลักการที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าสังคมจีนนับตั้งแต่อดีตมีกฎความสัมพันธ์ที่สังคมสร้างขึ้นภายใต้วาทกรรมที่ว่าบุรุษเป็นเพศที่แข็งแกร่งและมีอำนาจเหนือสตรี ทำให้สตรีอยู่ในสถานะที่ด้อยกว่าบุรุษ ทั้งยังมีการกำหนดขอบเขต พฤติกรรม ความคิด ตลอดจนกิริยามารยาทของสตรีเพื่อทำหน้าที่เป็นส่วนที่ช่วยขับเคลื่อนสังคมให้ดำเนินไปอย่างเป็นระเบียบ ปราศจากความขัดแย้งวุ่นวาย (Wang, 2003)

ในสังคมจีนปัจจุบันมีการสนับสนุนแนวคิดเรื่องความเสมอภาคระหว่างชายและหญิงที่เห็นได้อย่างเด่นชัด ในรายการ “Amazing Dinner” (未知的餐桌) ได้มีการนำเสนอเกี่ยวกับเนื้อหาการให้ความสำคัญกับชายหญิงเท่าเทียมกันในหลายตอน โดยเฉพาะในเรื่องบทบาทหน้าที่ของชายหญิง ปัจจุบันชายและหญิงต่างสามารถออกไปทำงานนอกบ้านได้อย่างเสรี ครอบครัวชาวจีนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่ก็มีทั้งสามีและภรรยาออกไปทำงานนอกบ้านเพื่อหารายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตร่วมกัน การแบ่งภาระทางเศรษฐกิจเช่นนี้แสดงให้เห็นถึงการลดลงของบทบาทจำกัดตามเพศในอดีตที่จำกัดให้แค่เพศชายต้องออกไปทำงานเพื่อหาเลี้ยงครอบครัวและเพศหญิงทำหน้าที่ดูแลลูกและสามีอยู่ที่บ้าน จากรายงานของ World Bank Group (2025) ในปี ค.ศ. 2010 อัตราการมีงานทำของผู้หญิงชาวจีน อายุ 16-64 ปี สูงถึงร้อยละ 70 นอกจากนี้ ความรับผิดชอบภายในบ้านก็มีการปรับเปลี่ยนตามแนวคิดความเสมอภาค กล่าวคือ ชายและหญิงมีบทบาทเท่าเทียมกันในการทำอาหารและทำงานบ้าน ผู้ชายสามารถมีความสามารถในการทำอาหารหรือดูแลความสะอาดของบ้านได้เทียบเท่ากับผู้หญิง ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงจากอดีตที่มักจำกัดงานบ้านให้อยู่ในบทบาทของสตรีเท่านั้น ดังปรากฏในตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 13

พิธีกร : คุณทำงานอะไรครับ

แขกรับเชิญ (สามี) : ผมเป็นอาจารย์ที่มหาวิทยาลัยครับ สอนการเขียนโปรแกรมครับ ก็คือพัฒนาเกมครับ

พิธีกร : พี่สะใภ้ทำงานอะไรครับ

แขกรับเชิญ (ภรรยา) : พวกการบริหารงานบุคคลด้านอสังหาริมทรัพย์

(未知的餐桌, ตอนที่ 6)

ตัวอย่างที่ 14

พิธีกร : ซื้สว่ຍມາກ ດອນນີ້ທ່ານເຮັດຫຍັງ

แขกรับเชิญ (ภรรยา) : ດອນນີ້ຂ້າພະເຈົ້າເຮັດວຽກດ້ານວິທະຍາສາດສຳຄັນ

พิธีกร : ເສີມສວຍເຮືອ

แขกรับเชิญ (ภรรยา) : ໃຊ້ຄ່າ

พิธีกร : คุณทำงานอะไรเขียวเขียว

แขกรับเชิญ (สามี) : การจัดการเทคโนโลยีและสารสนเทศ ตอนปี 2006 ผมไปเรียนต่อที่ต่างประเทศ
ตอนนั้นผมก็ทำงานที่นั่น

(未知的餐桌, ตอนที่ 10)

ตัวอย่างที่ 15

พิธีกร : ເພື່ອນ ທ່ານເຮັດຫຍັງ ຄາມໄດ້ໂມ້

แขกรับเชิญ (สามี) : ມີເປັນຮ້ານພາຍ

พิธีกร : ຮົງພາບາລໂນໃນເຈິງຕູ

แขกรับเชิญ (สามี) : ຮົງພາບາລຮ້ານຮັກສາໜຶ່ງໃນເຈິງຕູ

พิธีกร : ຄຸນລະ

แขกรับเชิญ (ภรรยา) : ຂ້າພະເຈົ້າເປັນພະຍາຍາມໜຶ່ງ ພວກເຮົາເປັນຄອບຄົວພະຍາຍາມ

(未知的餐桌, ตอนที่ 11)

จากตัวอย่างบทสนทนาในตัวอย่างที่ 13 14 และ 15 เป็นการพูดคุยกันระหว่างพิธีกรและแขกรับเชิญ ในรายการ “Amazing Dinner” (未知的餐桌) จากการศึกษาพบว่าทุกตอนของรายการก่อนที่จะเริ่มพูดคุยกันในเรื่องอื่น ๆ พิธีกรจะทำการสัมภาษณ์แขกรับเชิญก่อนว่าสามีทำงานอะไร ภรรยาทำงานอะไร ซึ่งในทศวรรษจะมีการทำงานนอกบ้านของทั้งสามีและภรรยา โดยมีอาชีพที่หลากหลาย เช่น อาจารย์มหาวิทยาลัย นักธุรกิจ งานด้านความงาม งานด้านการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ นักบิน แอร์โฮสเตส แพทย์ ศัลยแพทย์ ฯลฯ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นภาพของความเท่าเทียมกันของคนในครอบครัวทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เป็นสามีภรรยากันในปัจจุบันได้เป็นอย่างดีที่ต่างฝ่ายต่างช่วยกันทำงานนอกบ้านและช่วยกันดูแลบ้านร่วมกัน

นอกจากการทำงานนอกบ้านทั้งสามมีและภรรยาแล้ว ในรายการยังปรากฏภาพการทำอาหารของเพศชาย ซึ่งมีปรากฏให้เห็นในหลาย ๆ ครอบครัว ดังตัวอย่างในภาพที่ 2 และ 3

ภาพที่ 2

การทำอาหารของสามี (未知的餐桌, ตอนที่ 2)



ภาพที่ 3

การทำอาหารของคุณปู่ (未知的餐桌, ตอนที่ 5)



จากภาพที่ 2 และภาพที่ 3 เป็นภาพของการทำอาหารของเพศชายที่เป็นสามีซึ่งเป็นหัวหน้าครอบครัว และเป็นคุณปู่ซึ่งเป็นเพศชายเช่นเดียวกัน ซึ่งภาพเหล่านี้เป็นการตอกย้ำการเท่าเทียมกันของเพศชายเพศหญิงในสังคมจีนได้เป็นอย่างดี

5. ภาพแทนครอบครัวจีนเพศชายต้องเข้มแข็ง

ในบริบทของครอบครัวจีนบทบาทและภาพแทนของเพศชายถูกกำหนดให้มีลักษณะของความเข้มแข็งและความมั่นคงทางอารมณ์จึงทำให้มักปรากฏภาพความเข้มแข็งและการเป็นที่พึ่งให้กับครอบครัวและเพศหญิงในสังคมชาวจีน ซึ่งภาพแทนนี้ได้มีปรากฏในการนำเสนอในรายการ “Amazing Dinner” (未知的餐桌) ดังตัวอย่างบทสนทนาในสถานการณ์ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 16

แขกรับเชิญ (ลูกชาย) : ผมจำได้ว่ามีเรื่องหนึ่ง มีอยู่ปีหนึ่งแม่ของผมประสบอุบัติเหตุรถ ตอนนั้นหมดสติ ตอนที่ล้มหัวของเขากออกมาด้านนอกโซฟาตกมากที่ตรงนั้นมีดินเหนียวอยู่กองหนึ่ง

แขกรับเชิญ (แม่) : มันเป็นทราย ล้มลงบนทรายตรงนั้น หัวของฉันกระแทกลงไปบนทราย

แขกรับเชิญ (ลูกชาย) : แล้วก็ถูกส่งเข้าห้องฉุกเฉิน พ่อของผมรีบตามไป พอเห็นสภาพของแม่จากนอกห้องฉุกเฉิน เขาก็เป็นลมล้มพับไปเลย เขานึกว่าจะช่วยอะไรไม่ได้แล้วหลังจากนั้นก็เป็นลมไปเลย

แขกรับเชิญ (แม่) : ขาช้างนี้กระดุกแตกหักไปเลย ไม่ได้แตกละเอียดแบบนั้น แล้วพอเขาเห็นเขาก็ล้มลงไปบนพื้นเลย

พิธีกร : มองภายนอกคุณพ่อดูเหมือนคนที่เข้มแข็งมาก ความเป็นจริงแล้วเขียงนอกอ่อนใน คนที่เขียงนอกอ่อนใน

แขกรับเชิญ (สามี) : แล้วหัวหน้าแผนกฉันก็บอกว่าตอนที่ฉันกลับมา หัวหน้าแผนกฉันก็มารับฉันกลับฉันอยู่ที่เหิงหยางแล้วตอนที่มารับฉันเขาบอกว่า เหล่าเจียง คุณกลัวภรรยาคุณตายขนาดนั้นเลยนะ

พิธีกร : น้อยครั้งมากที่ได้เห็นคุณปู้ร้องไห้

แขกรับเชิญ (หลาน) : ใช่ครั้งแรกเลยจริง ๆ

แขกรับเชิญ (สามี) : ผู้ชายยอมเสียเลือดไม่ยอมเสียน้ำตา

พิธีกร : ใช่ ผู้ชายจะไม่ร้องไห้ง่าย ๆ ใช่ไหม คุณดูสิแม่ของผมอ่านหนังสือไม่ออกสักตัวแต่สิ่งที่เขาต้องการบอกผมคือผู้ชายต้องลุกขึ้นมา จะต้องไม่ร้องไห้ง่าย ๆ นอกจากนี้ผู้ชายยังมีความรับผิดชอบ

แขกรับเชิญ (สามี) : ผู้ชายเป็นที่พึ่งให้กับผู้หญิง

(未知的餐桌, ตอนที่ 6)

จากตัวอย่างที่ 16 เป็นการพูดคุยถึงเรื่องในครอบครัวหนึ่งซึ่งเกิดเหตุการณ์ที่ภรรยาประสบอุบัติเหตุร้ายแรงจนหมดสติและได้รับบาดเจ็บ สามิซึ่งภายนอกดูแข็งแรงและมั่นคงกลับแสดงอาการเสียใจอย่างรุนแรงถึงขั้นเป็นลมล้ม ซึ่งเพศชายนั้นแม้จะมีความอ่อนแอภายในใจ แต่ก็มีอาการคาดหวังจากสังคมที่มีการผลักดันให้เพศชายต้องปกปิดความรู้สึกเสียใจไว้ และรักษาภาพลักษณ์ของความเข้มแข็งเอาไว้ เนื่องจากเพศชายถูกสอนว่ายอมเสียเลือดแต่ไม่ยอมเสียน้ำตา และต้องลุกขึ้นมา พร้อมทั้งแบกรับภาระความรับผิดชอบเพื่อเป็นที่พึ่งให้แก่ผู้หญิงและครอบครัว แนวคิดนี้ตอกย้ำบทบาททางเพศในครอบครัวจีนดั้งเดิม ซึ่งวางเพศชายให้อยู่ในฐานะเสาหลักทั้งทางกายภาพและจิตใจ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้กับสถาบันครอบครัวในสังคมจีน และการแสดงความเข้มแข็งและเป็นที่พึ่งให้กับเพศหญิงนี้ยังคงดำรงอยู่จนถึงยุคปัจจุบัน

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ภาพแทนครอบครัวจีนในรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner (未知的餐桌)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำเสนอภาพแทนครอบครัวจีนในรายการวาไรตี้จีน “Amazing Dinner (未知的餐桌)” ผ่านเนื้อหาในรายการทั้ง 11 ตอน ซึ่งเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ iQIYI ใช้แนวคิด

ภาพแทน (Representation) ของ ฮอลล์ (Hall, 2009) มาเป็นกรอบในการวิจัย จากการศึกษาพบว่ารายการดังกล่าวไม่เพียงแต่นำเสนอวัฒนธรรมการทำอาหารและการใช้ชีวิตประจำวันของครอบครัวในพื้นที่ต่าง ๆ ของจีนเท่านั้น แต่ยังมีสิ่งหนึ่งที่ผู้สร้างต้องการนำเสนอ คือ การให้ความสำคัญกับเรื่องของครอบครัว ดังจะเห็นปรากฏได้จากทุกตอนในรายการจะมีการพูดคุยกันในเรื่องต่าง ๆ ของแต่ละครอบครัว ระหว่างพิธีกรและสมาชิกในครอบครัวผู้ซึ่งเป็นเจ้าของบ้านที่พิธีกรเข้าไปรับประทานอาหารด้วย สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการแสดงให้เห็นว่าในรายการมีการนำเสนอภาพแทนของครอบครัวคนจีนทั่วทุกภูมิภาคในหลากหลายรูปแบบซึ่งเป็นทั้งภาพแทนแบบดั้งเดิมที่ยังคงยึดมั่นถือปฏิบัติอยู่ และภาพแทนที่เป็นลักษณะของครอบครัวจีนสมัยใหม่ โดยงานวิจัยนี้ได้พบจำนวน 5 ภาพแทน คือ 1. ภาพแทนครอบครัวจีนมีความกตัญญู 2. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับคนในครอบครัว 3. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับการศึกษา 4. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับชายหญิงเท่าเทียมกัน 5. ภาพแทนครอบครัวจีนเพศชายต้องเข้มแข็ง ซึ่งล้วนแล้วแต่สะท้อนให้เห็นภาพแทนครอบครัวจีนในหลากหลายมิติ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ภาพแทนครอบครัวจีนมีความกตัญญู การนำเสนอภาพของความกตัญญูในรายการ “Amazing Dinner (未知的餐桌)” สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าหลักในวัฒนธรรมจีนที่ยึดถือเรื่องความกตัญญู (孝) เป็นหลักในการดำรงชีวิต เป็นคุณธรรมพื้นฐานในการดำรงชีวิต การที่สมาชิกในครอบครัวแสดงความรัก ความเคารพ และการตอบแทนบุญคุณต่อบิดามารดาและผู้สูงอายุ ผ่านการดูแลเอาใจใส่ในชีวิตประจำวันและการแสดงออกทางอารมณ์ เป็นการยืนยันว่าความกตัญญูยังคงมีบทบาทสำคัญแม้ในสังคมจีนสมัยใหม่ ซึ่งเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว

2. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับคนในครอบครัว รายการนี้แสดงให้เห็นว่าครอบครัวจีนยังคงยึดถือค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวเป็นอันดับแรกในทุก ๆ ความสัมพันธ์ เช่น พ่อแม่ลูก พี่น้อง สามีภรรยา ตลาดจนลูกหลานและผู้สูงอายุในครอบครัว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้น อันเป็นหัวใจสำคัญของสถาบันครอบครัวจีน ถือเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เน้นการเสียสละและสนับสนุนซึ่งกันและกัน

3. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับการศึกษา ในรายการมีการนำเสนอภาพของครอบครัวที่ส่งเสริมให้บุตรหลานขยันหมั่นเพียร รู้จักตั้งเป้าหมายในชีวิต และเห็นคุณค่าของการศึกษาในฐานะหนทางสู่อนาคตที่ดี ดังจะเห็นว่าบุตรหลานในครอบครัวต่าง ๆ ที่รายการได้นำเสนอนั้นทุกคนต่างมีการศึกษาที่ดี และมีการศึกษาสูงระดับปริญญาตรี ปริญญาโท เป็นการสะท้อนให้เห็นว่าความสำเร็จทางการศึกษาจะนำมาซึ่งเกียรติยศทั้งต่อตนเองและครอบครัว

4. ภาพแทนครอบครัวจีนให้ความสำคัญกับชายหญิงเท่าเทียมกัน แม้ว่าในอดีตแนวคิดของจีนดั้งเดิมจะมีลักษณะปิตาธิปไตยสูง แต่ในรายการ “Amazing Dinner (未知的餐桌)” มีการสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงในบทบาทระหว่างเพศ โดยเฉพาะในครอบครัวสมัยใหม่ที่ผู้หญิงมีบทบาททางเศรษฐกิจ การศึกษา และการตัดสินใจภายในครอบครัวมากขึ้น และสามารถไปประกอบอาชีพนอกบ้านได้เช่นเดียวกับผู้ชาย นอกจากนี้ผู้ชายก็ยังมีส่วนในการทำอาหารซึ่งในอดีตเป็นเพียงหน้าที่ของผู้หญิงเท่านั้น ถือเป็นการเน้นความ

เท่าเทียมระหว่างชายและหญิงในครอบครัว สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของสังคมจีนที่พยายามลดช่องว่างระหว่างเพศและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของทุกคนในครอบครัวอย่างเท่าเทียม

5. ภาพแทนครอบครัวจีนเพศชายต้องเข้มแข็ง แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องบทบาทของเพศชายและเพศหญิง แต่ภาพแทนของเพศชายในฐานะเสาหลักของครอบครัวยังคงมีความชัดเจน เพศชายยังคงถูกคาดหวังให้แสดงออกถึงความเข้มแข็ง ความอดทน และการเป็นที่พึ่งพาทางกายและใจในยามที่ครอบครัวเผชิญกับปัญหา การควบคุมอารมณ์และการรับผิดชอบต่อสมาชิกครอบครัวทั้งหมด เป็นลักษณะที่รายการนำเสนออย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดดั้งเดิมที่มองว่าความเข้มแข็งของผู้ชายคือรากฐานของความมั่นคงในครอบครัว

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบครอบครัวให้สอดคล้องกับยุคสมัยใหม่ เช่น การเน้นความเสมอภาคทางเพศและบทบาทของผู้หญิงที่หลากหลายขึ้น แต่ค่านิยมดั้งเดิมหลายประการ เช่น ความกตัญญู และการแสดงออกถึงความเข้มแข็งของเพศชาย สังคมจีนยังคงรักษาค่านิยมเหล่านั้นเอาไว้เป็นอย่างดี การนำเสนอในลักษณะดังกล่าวจึงไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของครอบครัวจีนในยุคปัจจุบัน แต่ยังสะท้อนการคงอยู่ของคุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีความต่อเนื่องจากอดีตถึงปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญ

การนำเอาแนวคิดภาพแทน (representation) มาเป็นกรอบแนวคิดหลักในการวิเคราะห์งานวิจัยนี้ ไม่เพียงแต่ช่วยให้เห็นภาพของครอบครัวจีนที่ถูกสร้างขึ้นในรายการ “Amazing Dinner (未知的餐桌)” เท่านั้น แต่ยังเปิดโอกาสให้เข้าใจบทบาทของสื่อในฐานะผู้มีส่วนร่วมในการกำหนดและส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของสังคมจีนในยุคปัจจุบันได้อย่างลึกซึ้งและรอบด้าน ทั้งยังทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและสังคมผ่านการนำเสนอภาพแทน ซึ่งช่วยให้เข้าใจการปรับตัวของค่านิยมในสังคมจีนร่วมสมัย

อาจกล่าวได้ว่า รายการ “Amazing Dinner (未知的餐桌)” ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสร้างและส่งต่อภาพแทนของครอบครัวจีนให้กับผู้ชม โดยการเลือกนำเสนอเนื้อหา เช่น การสนทนาบนโต๊ะอาหาร พฤติกรรมแสดงความรักและความเคารพ การศึกษาของลูก ฯลฯ ล้วนแล้วแต่สะท้อนการเลือกสรรภาพที่สื่อต้องการให้ผู้ชมรับรู้ การนำเสนอภาพแทนครอบครัวจีนในรายการจึงไม่ใช่การบันทึกความเป็นจริงแบบตรงไปตรงมาเท่านั้น แต่เป็นการเลือกสร้างความเป็นจริงบางส่วนที่อาจสะท้อนความคาดหวังทางสังคม นโยบายรัฐ หรือกระแสความคิดหลักในปัจจุบัน ผลการวิจัยจากดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉิยุน เจียง และธนพร หมูคำ (2566) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ภาพแทนความเป็นจีนในนวนิยายเรื่อง คนตายยาก ของหยูหัว ที่ได้ศึกษาภาพแทนของความเป็นจีนผ่านแนวคิดภาพแทน สัญลักษณ์ และแนวคิดสตรีนิยม โดยพบว่านวนิยายเรื่อง คนตายยาก นำเสนอภาพแทนเกี่ยวกับความสำคัญของสถาบันครอบครัว การแก้ไขปัญหาและการให้โอกาส การปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ อุปนิสัยและบทบาทของสตรีชาวจีน ซึ่งแสดงออกผ่านบทบาทของตัวละคร เหตุการณ์ และการดำเนินเรื่อง เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสองงานวิจัย พบว่ามีความเหมือนกันในแง่ของการนำเสนอภาพแทนของความเท่าเทียมระหว่างชายและหญิงในบริบทของสังคมจีนในปัจจุบัน โดยแม้จะ

ใช้ตัวบทที่แตกต่างกัน แต่ทั้งสองตัวบทที่ศึกษาต่างสะท้อนการเปลี่ยนแปลงทางบทบาททางเพศ และการยอมรับแนวคิดความเสมอภาคในระดับครอบครัวและสังคมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการศึกษา

1. ขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมรายการวาไรตี้ประเภทอื่น เช่น รายการเรียลลิตี้โชว์ ครอบครัวคนดัง หรือรายการสารคดีชีวิตประจำวัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและเข้าใจภาพแทนของครอบครัวจีนในสื่ออย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น

2. เปรียบเทียบการนำเสนอภาพแทนระหว่างภูมิภาคหรือช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เนื่องจากสังคมจีนมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมระหว่างภูมิภาค เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างและการเปลี่ยนแปลงของแนวคิดครอบครัวในแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

- ฉียูน เจียง และธนพร หมูคำ. (2566). ภาพแทนความเป็นจีนในนวนิยายเรื่อง คนตายยาก ของหยูหัว. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 23(2), 318-341. <https://doi.org/10.14456/lartstu.2023.42>
- ภัสสิพร เพิ่มเสน. (2561, 15 กันยายน). *ความรุนแรงในครอบครัวในนวนิยาย เรื่อง ขมื่นกับปูน ของ จุลลดา ภักดีภูมินทร์ และปูนปิดทอง ของ กฤษณา อโศกสิน* [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานระดับชาติของนักศึกษา ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย.
- ภาสินี ศรีสุนทรพินิต และศิริวรรณ วรชัยยุทธ. (2562, 27-28 มิถุนายน). *ความเปลี่ยนแปลงด้านการศึกษาช่วงปลายสมัยราชวงศ์ชิง* [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ สรรพศาสตร์ สรรพศิลป์ ประจำปี 2562, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย.
- รุจษ์สวัสดิ์ ครอบภูมินทร์ และสมสุข หินวิมาน. (2566). ภาพตัวแทนครอบครัวไทยเชื้อสายจีนผ่านละครโทรทัศน์. *วารสารนิเทศศาสตร์ ธุรกิจบัณฑิตย์*, 17(2), 141-164. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/dpuca/article/view/266098>
- เสมียนนารี. (2567, 22 กรกฎาคม). *กำเนิด “นโยบายลูกคนเดียว” ของจีนยุค “เติ้งเสี่ยวผิง” ถึงยุคมีลูกได้ 3 คน ก่อนดราม่าโอลิมปิก*. ศิลปวัฒนธรรม. https://www.silpa-mag.com/history/article_72250
- อดิชาติ คำพวง. (2563). *คดีด้านความกตัญญู (孝) ในวัฒนธรรมจีน : ภาพสะท้อนจริยศาสตร์ครอบครัวจีนผ่านสำนวน*. *วารสารมนุษยศาสตร์สาร*, 21(1), 137-157. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JHUMANS/article/view/213391>

- Chao, R. K. (1994). Beyond parental control and authoritarian parenting style: Understanding Chinese parenting through the cultural notion of training. *Child Development*, 65(4), 1111–1119. <https://doi.org/10.2307/1131308>
- Ebrey, P. B. (1993). *Chinese civilization: A sourcebook* (2nd ed., rev. and expanded). The Free Press.
- Hall, S. (2009). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Higher Education Press. (2020). *Chinese culture*. Beijing Xincan Ruihe.
- Yang, B. J. (2007). *Lunyu yizhu* [The annotative annotations of Confucius]. Zhonghua shuju.
- Wang, R. (2003). *Images of woman in Chinese thought and culture: Writings from the pre-Qin period through the Song dynasty*. Hackett.
- World Bank Group. (2025). *Labor force participation rate, female (% of female population ages 15+) (modeled ILO estimate)-China*. <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.CACT.FE.ZS?locations=CN>

ผลการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ เพื่อส่งเสริมการกำกับตนเองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ทรงกลด จารุนนทรากุล*

อุบลวรรณ ส่งเสริม

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*Corresponding author's email: sovacicmu@yahoo.com

รับบทความ 7 เมษายน 2568; แก้ไขบทความ 18 กรกฎาคม 2568; ตอบรับ 22 กรกฎาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและรายงานผลของความสามารถในการกำกับตนเองในการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ จากการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ดังกล่าว โดยการจัดการเรียนรู้แบบปรับได้ หมายถึง การจัดการเรียนรู้ที่ปรับเปลี่ยนเนื้อหา วิธีการ และกิจกรรมตามความแตกต่างระหว่างบุคคลของผู้เรียน เพื่อให้แต่ละคนสามารถเรียนรู้ได้เต็มศักยภาพอย่างเหมาะสมกับตนเอง ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาเลือกวัตถุประสงค์โครงการของตนเอง วางแผนดำเนินการ และประเมินผลตามบริบทเฉพาะของตน ภายใต้การสนับสนุนของผู้วิจัยในฐานะอาจารย์ผู้สอนที่มีบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวก กลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการศึกษาพิเศษ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 4 คน ที่ลงทะเบียนเรียนซ้ำในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2567 เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย 1) แผนการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการกำกับตนเอง 2) แบบประเมินความสามารถในการกำกับตนเองของนักศึกษา และ 3) แบบวัดความพึงพอใจของนักศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาสามารถกำกับตนเองได้ในระดับดี โดยมีความหลากหลายในแนวทาง เช่น การตั้งเป้าหมาย การวางแผน การประเมินตนเอง และการจัดการอารมณ์ ซึ่งมีความแตกต่างกันและแสดงถึงการตอบสนองต่อการเรียนรู้แบบปรับได้ในลักษณะเฉพาะตามบริบทของแต่ละบุคคล 2) ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M=3.99$, $SD=0.83$) ทั้งในด้านผู้สอน ($M=4.20$, $SD=0.87$) ผู้เรียน ($M=4.06$, $SD=0.83$) คุณภาพการจัดการเรียนรู้ ($M=3.96$, $SD=0.68$) และการวัดประเมินผล ($M=3.69$, $SD=0.92$)

คำสำคัญ: ทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้, การกำกับตนเอง, นักศึกษาระดับปริญญาตรี

The Effect of Adaptive Learning Theory on Promoting Self-Regulation of Undergraduate Students in Developing Learners with Special Needs

*Songklod Jarunondrakul**

Ubonwan Songserm

Faculty of Education, Silpakorn University

*Corresponding author's email: sovacicmu@yahoo.com

Received 7 April 2025; Revised 18 July 2025; Accepted 22 July 2025

Abstract

This research examined and report the effects of self-regulation abilities in enhancing the development of students with special educational needs through adaptive learning theory conducted by undergraduate students. It also aimed to investigate the satisfaction of undergraduate students toward the adaptive learning theory. Adaptive learning is an instructional approach that adjusts content, methods, and activities to match individual learner differences, allowing each student to learn effectively. In this study, students were encouraged to set their own project goals, plan, implement, and evaluate their work based on personal context, with the researcher acting as a learning facilitator. The target group consisted of four undergraduate students majoring in Special Education, Faculty of Education, Chiang Mai University, who were repeating the course in the second semester of the 2024 academic year. The research instruments included an instructional plan to promote self-regulation, self-regulation assessment forms for students, and a satisfaction questionnaire. Data were analyzed using mean and standard deviation. The findings revealed that students demonstrated a good level of self-regulation, employing diverse strategies such as goal setting, planning, self-monitoring, self-evaluation, and emotional regulation. The manifestation of these strategies differed among individuals, reflecting personalized responses to the adaptive learning process shaped by their distinct contexts and learning backgrounds. Their overall satisfaction with the adaptive learning approach was high ($M = 3.99$, $SD = 0.83$). When examined in specific areas, satisfaction was also high across all dimensions: instructors ($M = 4.20$, $SD = 0.87$), learners ($M = 4.06$, $SD = 0.83$), instructional quality ($M = 3.96$, $SD = 0.68$), and assessment and evaluation ($M = 3.69$, $SD = 0.92$).

Keywords: adaptive learning theory, self-regulation, undergraduate students

บทนำ

ในปัจจุบัน แนวโน้มการจัดการศึกษาของประเทศไทยให้ความสำคัญกับการยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคลมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ โรงเรียนหลายแห่งได้นำแนวคิดการเรียนรวมมาใช้ เพื่อให้ผู้เรียนทุกคนสามารถเข้าถึงการศึกษาได้อย่างเท่าเทียมตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 50 (4) ที่ระบุว่าบุคคลมีสิทธิและหน้าที่ในการรับการศึกษาขั้นพื้นฐาน รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้พิการได้รับการศึกษาตลอดชีวิต (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) การดำเนินงานนี้ยังสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2553 ที่กำหนดให้บุคคลที่มีความบกพร่องทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญา หรือการเรียนรู้ ต้องได้รับการจัดการศึกษาพิเศษที่เหมาะสม (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553) ด้วยเหตุนี้ หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาพิเศษ ณ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง จึงได้เปิดสอนรายวิชา “จิตวิทยาการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ” โดยมีเป้าหมายให้นักศึกษาสามารถบูรณาการความรู้ทางทฤษฎีสู่การปฏิบัติจริงผ่านการออกแบบโครงการพัฒนาผู้เรียน อย่างไรก็ตาม พบว่านักศึกษาบางส่วนไม่สามารถดำเนินโครงการให้สำเร็จได้ตามเกณฑ์ส่งผลให้ต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาดังกล่าว

จากการสังเกตของผู้วิจัยในฐานะอาจารย์ผู้สอน พบว่าสาเหตุสำคัญที่ทำให้การดำเนินโครงการของนักศึกษาไม่ประสบความสำเร็จ มาจากการขาดความสามารถในการกำกับตนเอง การขาดองค์ความรู้ และการไม่เข้าใจกรอบการดำเนินงานอย่างแท้จริง แม้ว่าจะมีการให้คำปรึกษาทั้งในและนอกชั้นเรียนก็ตาม สอดคล้องกับผลการประเมินรายวิชาของนักศึกษาในกลุ่มลงทะเบียนเรียนซ้ำที่มีคะแนนต่ำกว่าร้อยละ 60 ในการสอบกลางภาค และขาดการทำงานอย่างต่อเนื่องเป็นระบบในการดำเนินโครงการดังกล่าว ปัญหานี้สะท้อนถึงความจำเป็นในการออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่สนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถจัดการตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแนวคิด Adaptive Learning Theory เป็นทางเลือกที่เหมาะสม โดยมุ่งเน้นการปรับเนื้อหา วิธีการ และเทคโนโลยีให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนแต่ละคน (Rachmad, 2022) โดยบทบาทของผู้สอนคือ 1) กระตุ้นให้ผู้เรียนมีความเชื่อมั่นในตนเอง 2) ส่งเสริมให้ผู้เรียนที่มีความสามารถแตกต่างกันได้ปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน 3) ติดตามความก้าวหน้าทางการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยการประเมินตามสภาพจริง และ 4) ให้การเสริมแรงทางบวกแก่ผู้เรียน ทั้งนี้ผู้สอนควรให้ความสำคัญกับความแตกต่างในความสามารถของผู้เรียน แล้วนำมาออกแบบการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับระดับความสามารถของผู้เรียน (วิชัย วงษ์ใหญ่ และ มารุต พัฒนา, 2564) แนวคิดนี้ได้รับการสนับสนุนจาก Gligorea et al. (2023) ที่พบว่า Adaptive Learning Theory ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เรียนที่มีข้อจำกัดเฉพาะตน เช่นเดียวกับการศึกษาของ ศิวพร กลับดวง (2560) ที่แสดงให้เห็นว่าการใช้ Adaptive Learning Theory ผ่านเว็บสามารถพัฒนาทักษะการคำนวณและความคงทนในการเรียนรู้ของนักเรียนที่มีความบกพร่องทางการเรียนรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ Adaptive Learning Theory ประกอบด้วย 4 หลักการสำคัญ ได้แก่ การประเมินความต้องการของผู้เรียน การปรับกลยุทธ์การเรียนรู้ การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ และการ

ติดตามผลอย่างต่อเนื่อง (Rachmad, 2022) ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาในกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการส่งเสริมด้านการกำกับตนเอง

ในบริบทของงานวิจัยนี้ “การเรียนรู้แบบปรับได้” (adaptive learning) หมายถึง แนวทางการจัดการเรียนรู้ที่ปรับเปลี่ยนเนื้อหา กลวิธี และเครื่องมือให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของผู้เรียนแต่ละราย เช่น ระดับความสามารถ ความถนัด และจังหวะการเรียนรู้ โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางในการกำหนดเส้นทางการเรียนรู้ของตนเอง (Durlach & Lesgold, 2012; Rachmad, 2022) ขณะที่ “การกำกับตนเอง” (Self-Regulation) ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ความสามารถของนักศึกษาในการวางแผน ติดตาม และประเมินการดำเนินโครงการพัฒนาผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยกระบวนการทางความคิด พฤติกรรม และอารมณ์ที่ควบคุมตนเองได้เพื่อบรรลุเป้าหมายของตน (Zimmerman, 2000; เบญจวรรณ ตันประดิษฐ์ และสุภาณี สนธิรัตน์, 2558)

แนวคิดการกำกับตนเอง (self-regulation) หมายถึง ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความคิด และอารมณ์เพื่อบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (เบญจวรรณ ตันประดิษฐ์ และสุภาณี สนธิรัตน์, 2558) ประกอบด้วยกระบวนการย่อย 3 ด้าน ได้แก่ การสังเกตตนเอง การตัดสินใจตนเอง และการตอบสนองต่อตนเอง (Bandura, 1986) การวิจัยโดย สาลินี จงใจสุธรรม และคณะ (2558) พบว่าการกำกับตนเองในการเรียนรู้ส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น ขณะที่ Kurt (2023) อธิบายว่า การเรียนรู้แบบกำกับตนเองเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกวิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับตนเอง และเพิ่มความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การกำกับตนเองได้รับการยอมรับว่าเป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 (Zimmerman, 2000)

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาแนวทางการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับบริบทของนักศึกษาครูที่ต้องรับผิดชอบการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษยังเป็นเรื่องที่ท้าทาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการเรียนรู้ที่มีความแตกต่างรายบุคคลสูง เช่นเดียวกับหลักการของทฤษฎีการจัดการเรียนรู้แบบปรับได้ (adaptive learning theory) ที่เน้นการออกแบบกิจกรรมให้ตอบสนองความสามารถ ความถนัด และจังหวะการเรียนรู้เฉพาะบุคคล (Durlach & Lesgold, 2012)

งานวิจัยในต่างประเทศหลายชิ้น เช่น Panadero (2017) และ Zimmerman and Moylan (2009) ได้ยืนยันถึงประสิทธิภาพของการพัฒนาทักษะการกำกับตนเองผ่านการออกแบบการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ในขณะที่งานวิจัยในประเทศยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาอย่างเฉพาะเจาะจงว่า กระบวนการเรียนรู้แบบปรับได้จะส่งผลต่อความสามารถในการกำกับตนเองของนักศึกษาที่ต้องเรียนรู้เพื่อดำเนินโครงการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ซึ่งต้องใช้ทั้งองค์ความรู้เฉพาะทางและการวางแผนเป็นรายกรณี

ช่องว่างทางองค์ความรู้ดังกล่าวจึงสะท้อนถึงความจำเป็นในการศึกษาวิจัยที่ออกแบบการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการเรียนรู้แบบปรับได้เพื่อส่งเสริมการกำกับตนเองของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากขึ้นต่อกระบวนการพัฒนาสมรรถนะของครูในอนาคตอย่างเป็นระบบ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาแนว

ทางการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การบูรณาการแนวคิด Adaptive Learning Theory เข้ากับการพัฒนาทักษะการกำกับตนเอง จึงเป็นแนวทางที่เกื้อหนุนกันในบริบทของ นักศึกษาครูที่ต้องออกแบบการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา วิธีการจัดการเรียนรู้ที่ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ปรับได้ หรือ Adaptive Learning Theory เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการกำกับตนเองของนักศึกษาระดับปริญญาตรีให้สามารถดำเนินโครงการได้สำเร็จภายใน ระยะเวลาที่กำหนด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาและรายงานผลของความสามารถในการกำกับตนเองในการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษจากการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ (adaptive learning theory) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ (adaptive learning theory) เพื่อส่งเสริมการกำกับตนเองในการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ

วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาปริญญาตรีกลุ่มเป้าหมายจำนวน 4 คน ที่ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (purposive samplings) โดยเลือกนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชา ‘จิตวิทยาการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ’ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เคยประสบปัญหาในการดำเนินโครงการพัฒนาผู้เรียนในภาคเรียนก่อนหน้า อาทิ ขาดการวางแผน ขาดความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน และมีระดับคะแนนทดสอบกลางภาคต่ำกว่าร้อยละ 60 ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการส่งเสริมทักษะการกำกับตนเองในบริบทของการเรียนรู้ที่ตอบสนองความแตกต่างรายบุคคล แบบแผนการวิจัยใช้การศึกษากลุ่มเดียววัดผลหลังทดลอง (one shot case study) เมื่อศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการกำกับตนเองในการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ใช้เวลาสอนจำนวน 2 สัปดาห์ รวมทั้งสิ้น 9 ชั่วโมง โดยออกแบบให้เป็นรูปแบบ “intervention แบบเข้มข้น” ที่เหมาะสมกับบริบทจริงของนักศึกษาครูในรายวิชาที่ต้องดำเนินโครงการควบคู่กับภาระทางวิชาการอื่น โดยกิจกรรมการเรียนรู้แบบปรับได้มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในการตั้งเป้าหมาย วางแผน และสะท้อนผลอย่างชัดเจน ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลยังรวมถึงพฤติกรรมการทำงานจริงนอกเวลาเรียนผ่านบันทึกสะท้อนคิดและสัมภาษณ์ จึงสามารถสะท้อนพฤติกรรมการกำกับตนเองได้อย่างเพียงพอ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้นได้แก่ แบบประเมินความสามารถในการกำกับตนเอง เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพที่นักศึกษาต้องประเมินตนเอง ประกอบไปด้วย 5 รายการพฤติกรรม ได้แก่ 1) การตั้งเป้าหมาย 2) การติดตามและควบคุมตนเอง 3) การประเมินและสะท้อนตนเอง 4) แรงจูงใจภายใน และ 5) การควบคุมอารมณ์ และแบบวัดความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ ที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบไปด้วยประเด็นการวิเคราะห์ 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพการเรียนรู้ 2) ด้านการวัดและประเมินผล 3) ด้านผู้เรียน และ 4) ด้านผู้สอน เครื่องมือทั้งหมดได้รับการประเมินความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาพิเศษ ด้านทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ และด้านการวิจัยและประเมินผลโดยการวิพากษ์ผ่านโปรแกรม ZOOM จากนั้นนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ติดต่อประสานงานผู้เรียนทั้ง 4 คน เพื่อแจ้งให้ทราบการปรับวิธีการจัดทำโครงการปลายภาคตามการวิจัยครั้งนี้
2. นัดหมายผู้เรียนทั้ง 4 คน ในคาบเรียน เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย ขั้นตอนการวิจัย และการประเมินผล และร่วมกันกำหนดตารางเวลาในการดำเนินการวิจัย
3. ผู้สอนดำเนินการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่ออกแบบไว้ โดยใช้เวลาสองสัปดาห์ ระยะเวลาเรียนรวมทั้งสิ้น 9 ชั่วโมง
4. ผู้เรียนประเมินความสามารถในการกำกับตนเอง
5. ผู้สอนวัดความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบปรับได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลความสามารถในการกำกับตนเองโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยใช้ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ผลการศึกษา

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ ผลของความสามารถในการกำกับตนเองในการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษจากการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ (adaptive learning theory) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ได้จากการประเมินตนเองของนักศึกษา และความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ (adaptive learning theory) เพื่อส่งเสริมการกำกับตนเองในการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ โดยอ้างอิงกรอบแนวคิดการกำกับตนเองตาม Zimmerman (2000) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ผู้เรียนกำกับ ควบคุม และประเมินการเรียนรู้ของตนเองอย่างมีเป้าหมายประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1. การเตรียมการเรียนรู้ (forethought phase): ผู้เรียนกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเรียน และสร้างแรงจูงใจภายในเพื่อเตรียมพร้อมต่อการลงมือทำกิจกรรม ซึ่งแสดงถึงการมีจุดมุ่งหมายและความพร้อมทางจิตใจในการเรียนรู้

2. การปฏิบัติการเรียนรู้ (performance phase): ผู้เรียนลงมือดำเนินการตามแผน โดยมีการกำกับตนเองผ่านการเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม และติดตามผลการเรียนของตนอย่างต่อเนื่อง

3. การสะท้อนการเรียนรู้ (self-reflection phase): ผู้เรียนประเมินผลการดำเนินงาน วิเคราะห์สาเหตุของผลลัพธ์ และใช้ข้อมูลนั้นในการปรับปรุงตนเองเพื่อการเรียนรู้ในครั้งต่อไป

1. ผลของความสามารถในการกำกับตนเองในการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษจากการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับตัว (Adaptive Learning Theory) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

1.1 ด้านการตั้งเป้าหมาย

นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเข้าใจในสิ่งที่ต้องทำเพื่อพัฒนาโครงการของตนเอง โดยมีแนวคิดที่ต่างกัตามลักษณะของโครงการและวิธีการดำเนินการ นักศึกษาบางคนเน้นการพัฒนาศักยภาพของตนเองและองค์ความรู้ เพื่อใช้ในการดำเนินโครงการ นักศึกษาบางคนใช้แนวคิดเฉพาะทาง เช่น จิตวิทยาของ Bronfenbrenner มาเป็นกรอบแนวคิดในการวางแผนและดำเนินการ มีการวางแผนให้สอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการ เช่น การจัดสรรเวลาให้เพียงพอสำหรับการเก็บข้อมูลและดำเนินโครงการ อีกทั้งนักศึกษาส่วนใหญ่วางแผนการดำเนินโครงการเป็นขั้นตอนอย่างเป็นระบบ โดยมีวิธีการที่ต่างกักัน ได้แก่ 1) การกำหนดลำดับขั้นตอนชัดเจน เช่น การกำหนดหัวข้อ ศึกษาข้อมูล ออกแบบโครงการ ทดสอบและปรับปรุง 2) การใช้แนวคิดการเรียนรู้ที่เคยศึกษา เช่น การนำกิจกรรมจากวิชาอื่นมาใช้เพื่อลดระยะเวลาในการพัฒนา 3) การเก็บข้อมูลพื้นฐานเพื่อสร้างโครงสร้างของโครงการให้มีความถูกต้องและครอบคลุม และ 4) การวิเคราะห์ข้อจำกัดของโครงการเพื่อหาทางแก้ไขก่อนดำเนินการ ซึ่งสะท้อนถึงการมี Strategic Planning อย่างเหมาะสมตามแนวคิดของ Zimmerman

1.2 ด้านการติดตามและควบคุมตนเอง

นักศึกษาบางส่วนตรวจสอบความคืบหน้าของตนเองเป็นประจำ เช่น ทุกวันอังคารและศุกร์ หรือเมื่อมีการเพิ่มข้อมูลใหม่ นักศึกษาบางคนติดตามความคืบหน้าเฉพาะในเวลาว่างหรือหลังจากเคลียร์งานหนัก ๆ จากวิชาอื่น ในส่วนของการวางแผนจัดสรรเวลาเพื่อจัดทำโครงการหรือขอรับการปรึกษาจากอาจารย์ พบว่านักศึกษาบางคนวางแผนทำงานโดยกำหนดเป็นชั่วโมงชัดเจน ทั้งการจัดทำโครงการและการรายงานความคืบหน้า หรือแบ่งงานเป็นช่วงเวลาเพื่อลดความหนักของงาน บางคนจัดสรรเวลาเพื่อขอรับการปรึกษาจาก

อาจารย์ประจำวิชาเพื่อการปรับปรุง สะท้อนถึงระดับความสามารถด้าน self-monitoring ที่แตกต่างกันตามบริบทส่วนบุคคล

1.3 ด้านการประเมินและสะท้อนตนเอง

นักศึกษาส่วนใหญ่มีกระบวนการประเมินผลการทำงานของตนเอง โดยวิธีที่ใช้ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย หรือจุดแข็งจุดอ่อนของตนเอง 2) การให้เพื่อนช่วยตรวจสอบและให้ความคิดเห็น 3) การสังเกตผลลัพธ์จากกิจกรรมที่ออกแบบ และ 4) การตรวจสอบเป็นระยะ โดยเฉพาะเมื่อรู้สึกว่ายางานยังไม่ดีพอ อีกทั้งนักศึกษาส่วนใหญ่สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินไปปรับปรุงการทำงานของตนเองให้ดีขึ้น เช่น การปรับตามข้อเสนอแนะของเพื่อนหรืออาจารย์ และบางคนยังได้ค้นพบข้อดี ข้อเสียเพิ่มเติมจากประสบการณ์ทำโครงการที่ไม่สำเร็จมาก่อน ซึ่งตรงกับกระบวนการสะท้อนการเรียนรู้ (self-reflection phase)

1.4 ด้านแรงจูงใจภายใน

นักศึกษาส่วนใหญ่มีแรงจูงใจภายในในระดับดี กล่าวคือมีความมั่นใจว่าจะสามารถดำเนินโครงการให้สำเร็จได้ เนื่องจากการวางแผนที่ดีขึ้นกว่าก่อนหน้านี้ รวมทั้งการออกแบบกิจกรรมเป็นลักษณะเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ใช้ศักยภาพและความถนัดของตนเอง ซึ่งเป็นหลักการสำคัญในแนวคิดของทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ ที่เชื่อว่าการเรียนรู้ควรตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล อย่างไรก็ตาม นักศึกษาบางคนยังไม่มั่นใจเนื่องจากมีปัญหาด้านการลืมและขาดการตรวจสอบตนเอง

1.5 ด้านการควบคุมอารมณ์

นักศึกษามีแนวทางจัดการความเครียดที่แตกต่างกัน เช่น หยุดพักเมื่อเครียดมาก เล่นกีฬา หรือแบ่งงานออกเป็นช่วง ๆ เพื่อลดภาระงาน ในส่วนของการรับมือเมื่อต้องเผชิญกับปัญหา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่สามารถแก้ไขปัญหาด้วยสติ แม้บางคนอาจกลั่นแกล้งหรือใช้อารมณ์ในการตัดสินใจอยู่บ้าง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด emotion regulation ที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการกำกับตนเอง (Zimmerman, 2000; Panadero, 2017)

สรุปได้ว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีความเข้าใจและทราบสิ่งที่ต้องทำเพื่อพัฒนาโครงการของตนเองให้สำเร็จ โดยใช้แนวทางที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ทั้งในด้านการตั้งเป้าหมาย การวางแผน การติดตามและควบคุมตนเอง การประเมินผลและสะท้อนตนเอง ตลอดจนการจัดการแรงจูงใจและอารมณ์

2. ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ (Adaptive Learning Theory) เพื่อส่งเสริมการกำกับตนเองในการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ

ตารางที่ 1

ผลการวัดระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ (Adaptive Learning Theory) เพื่อส่งเสริมการกำกับตนเองในการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ

กิจกรรม/เนื้อหา	M	SD	เกณฑ์การประเมิน
ด้านคุณภาพการจัดการเรียนรู้			
1. การวิเคราะห์ผู้เรียน	4.00	0.71	มาก
2. การกำหนดกรอบเวลาดำเนินการจัดทำโครงการร่วมกัน	3.75	0.83	มาก
3. ความชัดเจนของจุดประสงค์ในการจัดการเรียนรู้	4.25	0.39	มาก
4. ความสอดคล้องของการจัดการเรียนรู้กับความต้องการของผู้เรียน	4.25	0.43	มาก
5. วิธีการจัดการเรียนรู้	3.75	0.83	มาก
6. ระยะเวลาในการจัดการเรียนรู้	3.75	0.43	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96	0.68	มาก
ด้านการวัดและประเมินผล			
1. ความสอดคล้องของการวัดและประเมินผลกับจุดประสงค์การเรียนรู้	3.75	0.83	มาก
2. วิธีการวัดและประเมินผล	3.50	0.87	มาก
3. ความชัดเจนของเกณฑ์การวัดและประเมินผล	4.00	1.00	มาก
4. ความเหมาะสมของเกณฑ์การวัดและประเมินผล	3.50	0.87	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69	0.92	มาก
ด้านผู้เรียน			
1. การจัดการเรียนรู้ช่วยเพิ่มความสามารถในการประยุกต์ความรู้เพื่อจัดทำโครงการ	3.75	0.83	มาก
2. การจัดการเรียนรู้ช่วยเพิ่มความสามารถในการทำโครงการได้เสร็จตามเวลา	4.00	0.71	มาก
3. การจัดการเรียนรู้ช่วยเพิ่มความสามารถในการทำโครงการได้ตามเกณฑ์คุณภาพ	4.25	0.83	มาก
4. การจัดการเรียนรู้ช่วยเพิ่มความสามารถในการแก้ปัญหา	4.25	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06	0.83	มาก
ด้านผู้สอน			
1. บุคลิกภาพ	4.25	0.83	มาก
2. ความยืดหยุ่นในการจัดการเรียนรู้	4.25	0.83	มาก
3. ภาษาและอวัจนภาษา	4.00	1.00	มาก
4. การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือ	4.25	0.83	มาก
5. การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้	4.25	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20	0.87	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	3.99	0.83	มาก

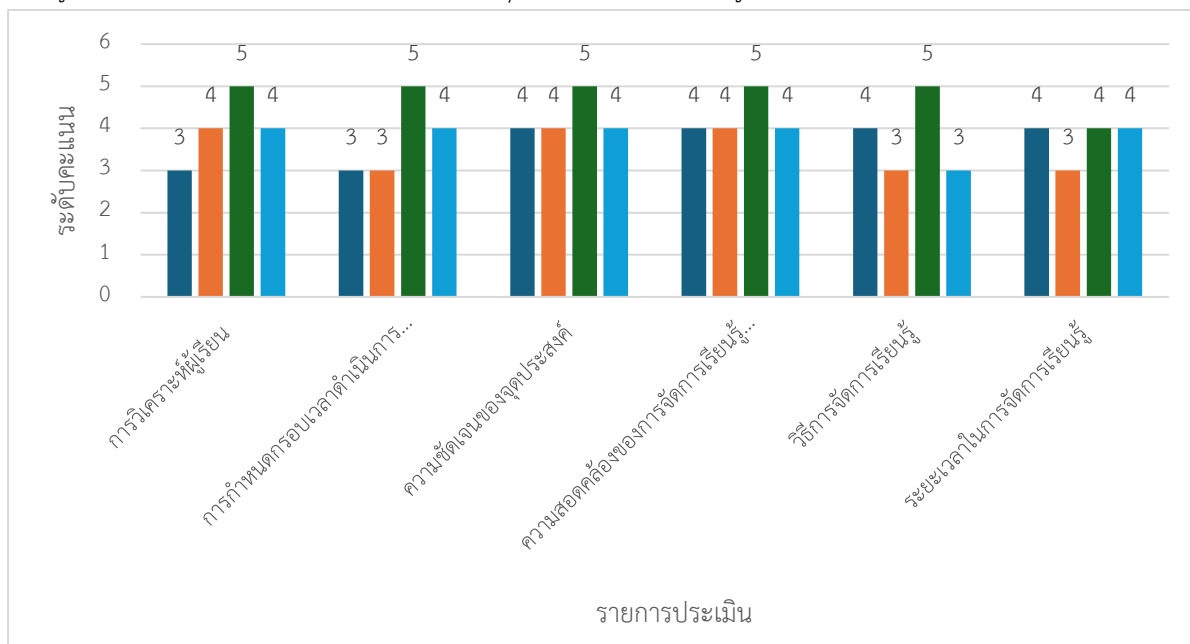
จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ (adaptive learning theory) เพื่อส่งเสริมการกำกับตนเองในการพัฒนา

ผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M=3.99$, $SD=0.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านผู้สอน ($M=4.20$, $SD=0.87$) แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในคุณภาพของอาจารย์ ที่มีบทบาทในการให้คำแนะนำ และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการกำหนดการทำงานตามความถนัดของแต่ละคน รองลงมา ได้แก่ ด้านผู้เรียน ($M=4.06$, $SD=0.83$) สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษารู้สึกถึงความเปลี่ยนแปลงในตนเองที่มาจากการสนับสนุนในการประยุกต์ความรู้และจัดทำโครงการอย่างมีคุณภาพ ด้านคุณภาพการจัดการเรียนรู้ ($M=3.96$, $SD=0.68$) สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับตัว (adaptive learning) ที่ส่งเสริมให้นักศึกษาเห็นความเป็นไปได้ในการทำงานให้สำเร็จตามกำหนด และด้านการวัดและประเมินผล ($M=3.69$, $SD=0.92$) ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อาจเป็นข้อสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาเกณฑ์การวัดที่ชัดเจนและเหมาะสมมากขึ้น

ผลการเปรียบเทียบคะแนนระดับความพึงพอใจของนักศึกษาทั้ง 4 คน จำแนกเป็นรายด้านมีดังต่อไปนี้

ภาพที่ 1

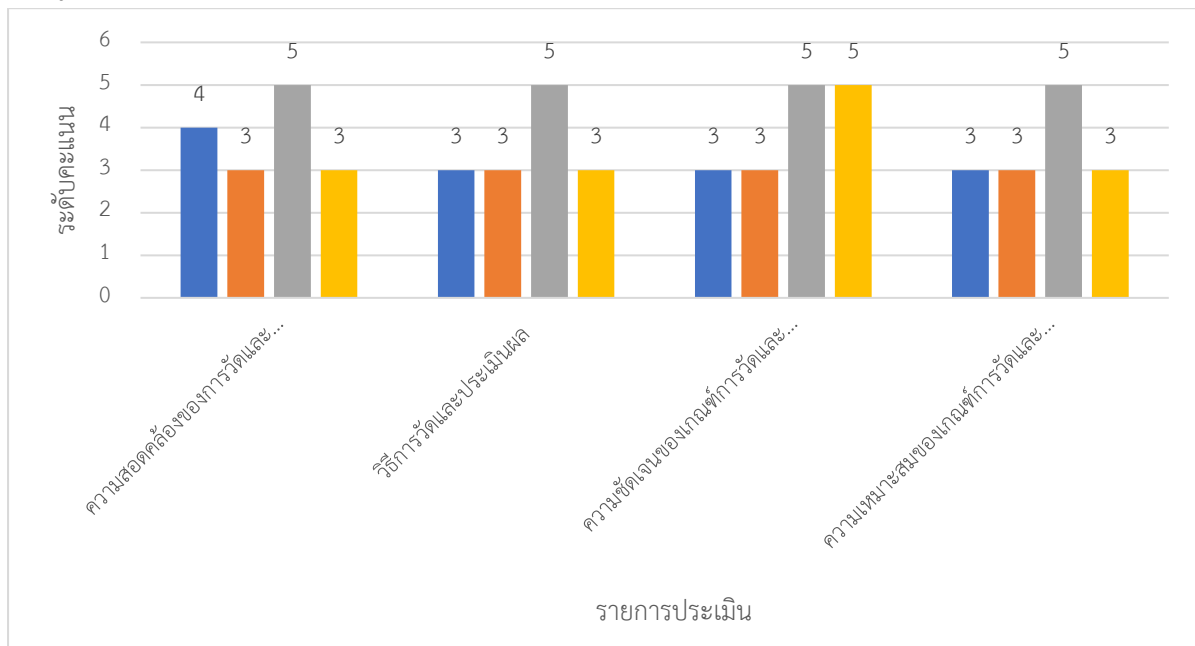
การเปรียบเทียบคะแนนระดับความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับตัว (Adaptive Learning Theory) ด้านคุณภาพการจัดการเรียนรู้



จากภาพที่ 1 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ให้คะแนนในระดับมาก โดยมี 1 คนที่ให้คะแนนในระดับสูงกว่าคนอื่นอย่างชัดเจน ซึ่งสะท้อนว่าการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาเลือกแนวทางการเรียนรู้ตามความถนัดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ภาพที่ 2

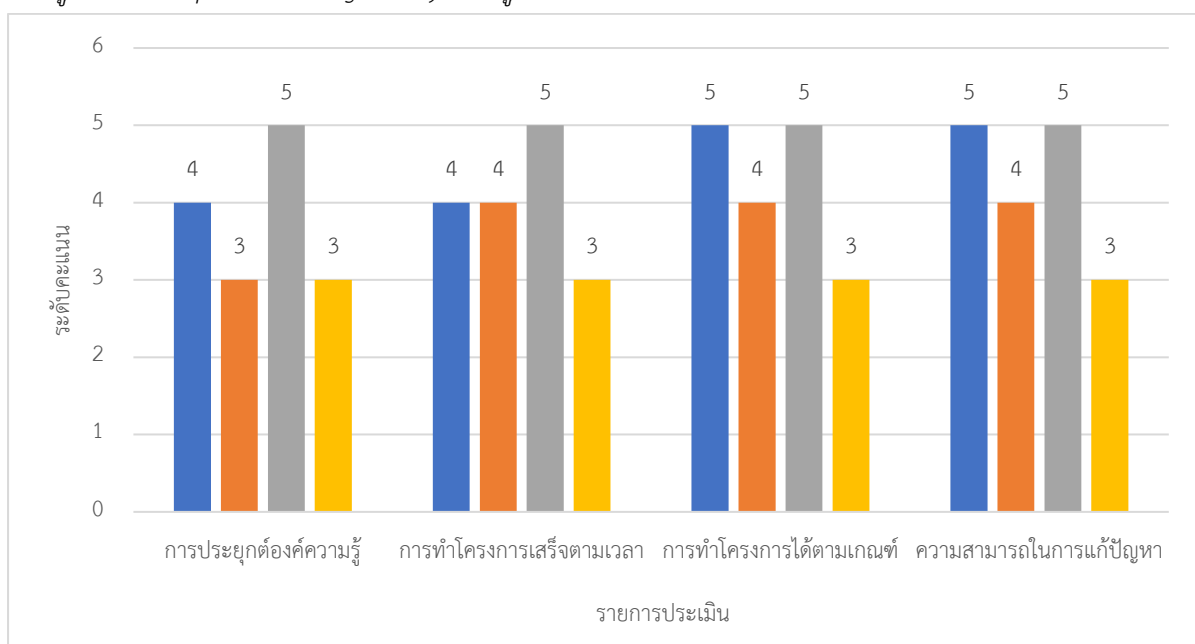
การเปรียบเทียบคะแนนระดับความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ (Adaptive Learning Theory) ด้านการวัดและประเมินผล



จากภาพที่ 2 ซึ่งแสดงข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด พบว่า มีความแตกต่างของระดับความพึงพอใจค่อนข้างมาก ซึ่งอาจสะท้อนถึงความไม่แน่ใจหรือความสับสนในเกณฑ์การวัดความสำเร็จของงาน การออกแบบเครื่องมือประเมินที่มีความโปร่งใสและสื่อสารได้ชัดเจนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรปรับปรุง

ภาพที่ 3

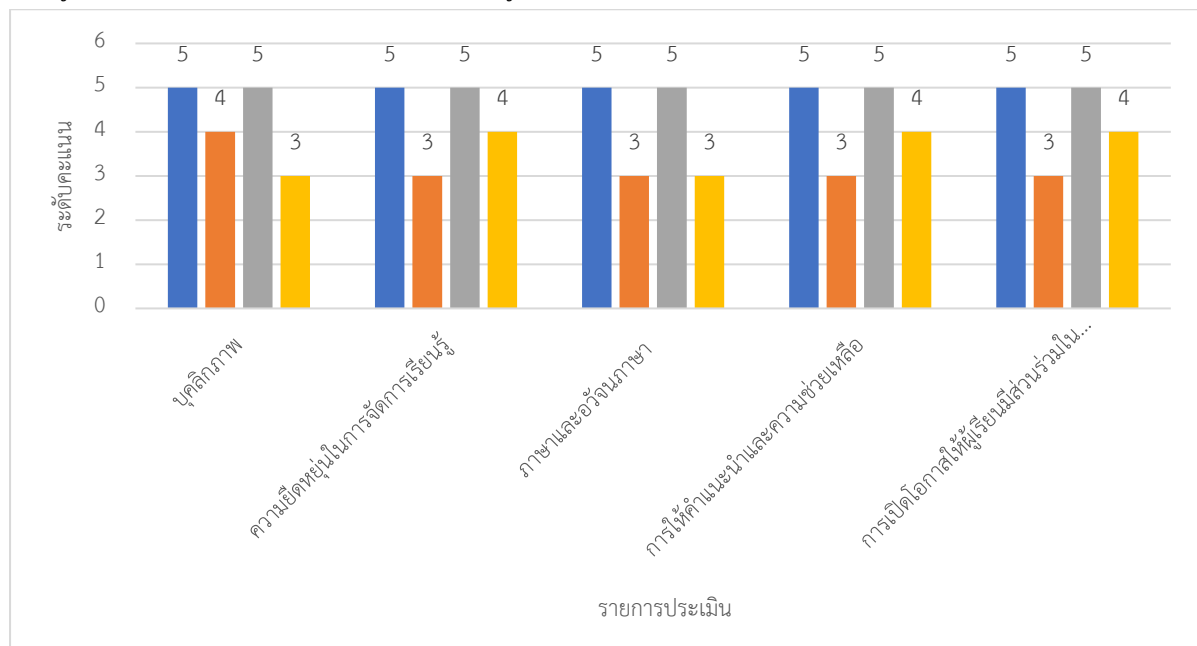
การเปรียบเทียบคะแนนระดับความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ (Adaptive Learning Theory) ด้านผู้เรียน



จากภาพที่ 3 พบว่า ระดับความพึงพอใจมีความแตกต่างระหว่างบุคคลค่อนข้างชัดเจน เห็นได้จากการที่นักศึกษารายหนึ่งให้คะแนนต่ำกว่าคนอื่นทุกข้อ ความแตกต่างนี้อาจมาจากหลายปัจจัย เช่น ความพร้อมด้านทักษะพื้นฐานเดิม ความสามารถในการวิเคราะห์ การวางแผน และการประเมินสถานการณ์ ซึ่งสะท้อนว่าแม้การจัดการเรียนรู้จะเปิดโอกาสให้ผู้เรียนปรับตามศักยภาพของตน แต่ผู้เรียนที่มีประสบการณ์ความล้มเหลวหรือขาดความมั่นใจเดิม อาจต้องใช้เวลาและการสนับสนุนเฉพาะทางมากกว่าคนอื่น

ภาพที่ 4

การเปรียบเทียบคะแนนระดับความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับได้ (Adaptive Learning Theory) ด้านผู้สอน



จากภาพที่ 4 พบว่า คะแนนของนักศึกษาส่วนใหญ่มีแนวโน้มการให้คะแนนระดับสูงไปในทิศทางเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าบทบาทของผู้สอนในฐานะ “ผู้อำนวยความสะดวก” (facilitator) มีผลต่อทัศนคติของนักศึกษาทั้งทางตรงและทางอ้อม

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบทั้ง 4 ภาพรวมกัน พบว่า นักศึกษารายหนึ่งมีคะแนนคงที่และอยู่ในระดับสูงเกือบทุกด้าน ซึ่งอาจสะท้อนถึงลักษณะนิสัยที่มีการกำกับตนเองสูงตั้งแต่นั้น ขณะที่นักศึกษารายหนึ่งมีความผันผวนของคะแนนในแต่ละด้าน สะท้อนถึงการรับรู้ที่แปรผันตามปัจจัยเฉพาะตน เช่น ความมั่นใจ หรือแรงจูงใจภายใน ผลจากภาพเปรียบเทียบจึงตอกย้ำว่า Adaptive Learning Theory ไม่ได้เพียงช่วยผู้เรียนทุกคนในลักษณะเดียวกัน แต่ทำให้เห็น “การตอบสนองเฉพาะบุคคล” ที่แตกต่างกันออกไปตามพื้นฐานการเรียนรู้ของแต่ละคน ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของการจัดการเรียนรู้ที่มีผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง จึงอาจกล่าวได้ว่าแม้ Adaptive Learning Theory จะส่งผลเชิงบวกโดยรวม แต่นักศึกษาที่มีความสามารถแตกต่างกัน ย่อมมีประสบการณ์ต่อการเรียนรู้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของ Adaptive Learning

Theory ที่เน้นการตอบสนองรายบุคคล (personalized response) มากกว่าการมุ่งหวังผลลัพธ์แบบเสมอกันทุกคน

อภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง ผลการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับตัว (adaptive learning theory) เพื่อส่งเสริมการกำกับตนเองของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการพัฒนาผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ มีประเด็นในการอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. ทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับตัว (Adaptive Learning Theory) กับการส่งเสริมการกำกับตนเองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่สามารถตั้งเป้าหมายและวางแผนดำเนินโครงการของตนเองได้อย่างมีลำดับขั้นตอนชัดเจน เช่น การเริ่มจากศึกษาข้อมูล วิเคราะห์ข้อจำกัดของกรณีศึกษา ออกแบบกิจกรรม และทดสอบโครงการ โดยบางรายเลือกประยุกต์แนวคิดจากวิชาที่เรียนควบคู่กันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น การใช้แนวคิดจิตวิทยาของ Bronfenbrenner หรือการนำกิจกรรมจากวิชาออกแบบเทคนิคการสอนมาใช้ ซึ่งช่วยลดระยะเวลาการเตรียมงาน และเพิ่มความเชื่อมโยงทางองค์ความรู้ระหว่างวิชา ในส่วนของการติดตามความก้าวหน้า พบว่านักศึกษาใช้วิธีการหลากหลาย บางรายมีการตรวจสอบความคืบหน้าเป็นประจำ ขณะที่บางรายใช้แนวทางยืดหยุ่น โดยพิจารณาจากช่วงเวลาย่างหรือความพร้อมด้านจิตใจ ทั้งนี้ นักศึกษาหลายรายแบ่งเวลาเพื่อตรวจสอบผลงานกับอาจารย์และรับคำแนะนำเพื่อนำไปปรับปรุง ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมการกำกับตนเองที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การประเมินและสะท้อนผลการดำเนินงานของตนเองก็ปรากฏในหลากหลายรูปแบบ เช่น การวิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย การให้เพื่อนตรวจสอบ การสังเกตผลลัพธ์จากกิจกรรม รวมถึงการทบทวนผลงานเป็นระยะ ทั้งนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่มีความมั่นใจในการทำโครงการสูงขึ้น โดยระบุว่าการมีแผนงานที่ชัดเจนและการจัดสรรเวลาอย่างเหมาะสมช่วยเพิ่มความพร้อมและลดความลังเลในการลงมือปฏิบัติ นอกจากนี้ ยังพบว่า นักศึกษาสามารถจัดการกับความเครียดได้อย่างมีสติ โดยปรับวิธีดำเนินงานให้เหมาะสมกับระดับของภาวะกดดันที่ตนเผชิญ จึงอาจกล่าวได้ว่าทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับตัว (adaptive learning theory) มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดความสามารถในการกำกับตนเองได้ อาจเนื่องมาจากหลักการของทฤษฎีที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ปรับเปลี่ยนเงื่อนไข โครงสร้าง วิธีการในการเรียนรู้ตามความถนัดและความชอบเป็นรายบุคคล ส่งผลต่อพฤติกรรมการกำกับตนเองของนักศึกษาในหลายมิติ โดยเฉพาะการตั้งเป้าหมายและวางแผนที่สะท้อนถึงความเข้าใจตนเอง (self-awareness) และความสามารถในการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับตนเอง (strategic adaptability) นักศึกษาหลายคนสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการเรียนรู้ตามความถนัด เช่น การเลือกใช้แนวคิดจิตวิทยาของ Bronfenbrenner หรือการดัดแปลงกิจกรรมจากวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งช่วยลดขั้นตอนการทำงานและสร้างความเชื่อมโยงขององค์ความรู้

Adaptive Learning Theory ยังช่วยให้นักศึกษาเลือกเส้นทางการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับบริบทและข้อจำกัดส่วนบุคคล เช่น การกำหนดช่วงเวลาทำงานที่เหมาะสม หรือการใช้ฐานข้อมูลเดิมร่วมกับข้อมูลใหม่ การจัดการดังกล่าวสะท้อนถึงทักษะด้านเมตาคognition) และการจัดการเวลา ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการกำกับตนเอง (เบญจวรรณ ด้านประดิษฐ์ และสุภาณี สนธิรัตน์, 2558) อีกทั้งในส่วนของการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินความก้าวหน้าของตนเองในหลากหลายรูปแบบ เช่น การวิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย การสังเกตผลจากกิจกรรม หรือการปรับแผนงานตามคำแนะนำของอาจารย์ ยังสะท้อนกลไกการกำกับตนเอง ทั้งสามประการของ Bandura (1986) ได้แก่ การสังเกตตนเอง (self-observation) การตัดสินใจตนเอง (self-judgment) และการเสริมแรงตนเอง (self-reaction) ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาแนวทางการทำงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ในด้านความสามารถในการจัดการอารมณ์ เช่น การพักเมื่อเครียดหรือการเปลี่ยนกิจกรรม ถือเป็นรูปแบบการกำกับอารมณ์ที่ส่งเสริมความยืดหยุ่นทางจิตใจ ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำรงเป้าหมายการเรียนรู้ระยะยาวในภาวะแรงกดดันสูง ผู้เรียนบางรายระบุว่าความมั่นใจของตนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อสามารถวางแผนและจัดสรรเวลาตามตารางได้อย่างเหมาะสม

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ Schunk and Ertmer (2000) ที่อธิบายว่าการกำกับตนเองเป็นกระบวนการรวมของการตั้งเป้าหมาย ความตั้งใจ กลวิธีการเรียนรู้ การบริหารเวลา และความเชื่อในศักยภาพตนเอง และสอดคล้องกับ Zimmerman (1989) ที่ระบุว่า การกำกับตนเองเป็นกระบวนการบังคับตนที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมทั้งในด้านปัญญา แรงจูงใจ และการปฏิบัติ ซึ่งเมื่อพิจารณาในภาพรวมสามารถตีความได้ว่าหลักการของ Adaptive Learning Theory ที่ยืดหยุ่นและเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ช่วยกระตุ้นกระบวนการกำกับตนเองผ่านการเปิดโอกาสให้นักศึกษาปรับเปลี่ยนวิธีการเรียนรู้ตามสไตล์ของตน ซึ่งเอื้อต่อการตัดสินใจและรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเองอย่างแท้จริง (Bandura, 1986) ข้อค้นพบนี้ยังสนับสนุนงานวิจัยของ Gligorea et al. (2023) ที่พบว่าระบบ Adaptive Learning Theory ซึ่งสนับสนุนการตั้งเป้าหมายด้วยตนเองมีส่วนช่วยในการส่งเสริมความสำเร็จของผู้เรียนในบริบทดิจิทัล และสอดคล้องกับ Rachmad (2022) ที่แสดงให้เห็นว่าการจัดการเรียนรู้ที่ปรับให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคลช่วยเพิ่มความสามารถในการวางแผนและสะท้อนตนเอง โดยเฉพาะในกลุ่มที่ขาดความมั่นใจในตนเองมาก่อน

กล่าวโดยสรุป Adaptive Learning Theory ไม่ได้เสนอแนวทางในการจัดการเรียนรู้เท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกเชิงระบบที่ช่วยส่งเสริมการกำกับตนเองของนักศึกษาทั้งในด้านแนวคิด พฤติกรรม และอารมณ์ เป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนมองเห็นศักยภาพของตนเอง และสร้างแนวทางการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทเฉพาะบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่หล่อหลอมให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างยั่งยืนและพัฒนาตนเองอย่างมีทิศทาง

2. ผู้สอนคือบุคคลสำคัญในฐานะผู้อำนวยความสะดวกและออกแบบการจัดการเรียนรู้ของการใช้ทฤษฎีการเรียนรู้แบบปรับได้ (Adaptive Learning Theory) เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียนรู้

ผลความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการจัดการเรียนรู้ปรับตัว (adaptive learning theory) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M=3.99$, $SD=0.83$) ความพึงพอใจด้านผู้สอนอยู่ในระดับมาก ($M=4.20$, $SD=0.87$) เมื่อพิจารณาด้านผู้สอนเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ บุคลิกภาพของผู้สอน ($M=4.25$, $SD=0.83$) ความยืดหยุ่นในการจัดการเรียนรู้ของผู้สอน ($M=4.25$, $SD=0.83$) การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือของผู้สอน ($M=4.25$, $SD=0.83$) และการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ ($M=4.25$, $SD=0.83$) อาจเนื่องมาจากการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ตามความถนัดและความชอบของแต่ละคนนั้น เป็นการจัดการเรียนรู้แนวใหม่ที่ต่างจากวิธีการสอนแบบเดิมที่ผู้สอนเป็นผู้ควบคุมและดำเนินการสอนแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งจะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้สอนปรับบทบาทของตนจากผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ เป็นการถ่ายโอนความสำคัญจากผู้สอนไปสู่ผู้เรียน ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้บริหารจัดการเรียนรู้ตามแบบฉบับและความต้องการของแต่ละคนได้อย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับการเรียนรู้แบบเชิงรุก (active learning) ที่ได้รับการกล่าวถึงและกำลังเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในประเทศไทย การที่นักศึกษาแสดงความพึงพอใจต่อบทบาทของผู้สอนในระดับสูง สะท้อนถึงความสำคัญของการเปลี่ยนบทบาทครูจาก “ผู้ถ่ายทอดความรู้” ไปสู่ “ผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้” (learning facilitator) ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวปฏิบัติของการเรียนรู้เชิงรุก และเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของครูในศตวรรษที่ 21 ตามแนวคิดของ วิจารย์ พานิช (2556) ที่เสนอว่าการเรียนเพื่อให้ได้ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 อาจารย์หรือครูต้องเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ จากผู้สอนเป็นผู้ฝึก เรียกอีกอย่างว่า Coach หรือผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ (learning facilitator) ต้องพยายามกระตุ้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ ตกผลึกความรู้ด้วยตัวเองจากการมอบหมายงานโดยวิธีการต่าง ๆ ของผู้สอน เช่น การทำโครงการการทำงานเป็นกลุ่ม

ในบริบทของการเรียนรู้แบบปรับตัว บทบาทของผู้สอนมีความสำคัญยิ่งต่อการออกแบบสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อความต้องการรายบุคคล ทั้งในด้านเนื้อหา วิธีการ และจังหวะการเรียนรู้ (Pashler et al., 2009) นอกจากนี้แล้วการปรับบทบาทให้ผู้เรียนเป็นผู้จัดการตนเองในการเรียนรู้นั้น ผู้สอนควรส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดคุณลักษณะของการกำกับตนเอง ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งในการประสบความสำเร็จทางการเรียนรู้ได้ ทั้งนี้ผู้สอนจำเป็นต้องสร้างบรรยากาศของการทำงานร่วมกันด้วยความเท่าเทียม อีกทั้งสมาชิกในกระบวนการจัดการเรียนรู้ต้องเข้าใจบทบาทของตนอย่างชัดเจน ดังที่สาลินี จงใจสุธรรม และคณะ (2558) กล่าวว่า แนวทางการกำกับตนเองในการเรียนรู้แบ่งเป็นกลุ่ม ครูผู้สอน นักเรียน และนักวิจัย นักวิชาการในการนำไปใช้ที่แตกต่างกัน คือ ด้านครูผู้สอน ควรแนะนำกลวิธีการกำกับตนเองในการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน ซึ่งมีกลวิธีหลากหลาย เพื่อให้ผู้เรียนมีแนวทางในการนำไปปฏิบัติ ด้านนักเรียน เป็นบุคคลที่ควรกำกับตนเองในการเรียนรู้อย่างเป็นกิจวัตรประจำวัน เช่น การจัดทำตารางอ่านหนังสือของตนเอง ควรมีกกลุ่มเพื่อนที่เรียนด้วยกันเพื่อให้เกิดความสนใจมากกว่าเรียนคนเดียว นักเรียนอาจหาตัวแบบที่ชื่นชอบเพื่อเป็นแบบอย่างของการกำกับตนเองและสามารถปรึกษาปัญหาจากการเรียนได้ เช่น ครู อาจารย์ พ่อแม่ ควรตั้งเป้าหมายในการเรียนของตนเองทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้ไปสู่เป้าหมายที่

วางไว้ได้ และสอดคล้องกับ Pintrinch (1999) ที่เชื่อว่า การกำกับตนเองในการเรียนรู้เป็นกลวิธีที่นักเรียนใช้ในการกำกับทางปัญญา จัดการ และควบคุมกับสิ่งแวดล้อม และมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กิจกรรมการกำกับตนเองเป็นตัวกลางระหว่างผู้เรียน บริบทและการเรียนรู้การปฏิบัติ ซึ่งให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียน

ดังนั้น การจัดการเรียนรู้ที่ผู้สอนสามารถปรับบทบาทให้เหมาะสมตามหลักการ Adaptive Learning Theory จึงไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมคุณลักษณะสำคัญของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 อาทิ ความสามารถในการกำกับตนเอง การคิดวิเคราะห์ และการจัดการโครงการ ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการผลิตบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2560)

สรุปผลการศึกษา

ทฤษฎีการเรียนรู้ปรับได้ หรือ Adaptive Learning Theory ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจตนเองและพัฒนาแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมกับศักยภาพแต่ละคน โดยเฉพาะนักศึกษาที่เคยล้มเหลวจากความสามารถในการจัดการตนเองต่ำ การใช้ทฤษฎีนี้ส่งผลให้สามารถวางแผน ประเมิน และควบคุมการเรียนรู้ได้อย่างมีระบบ ทั้งนี้ บทบาทของผู้สอนในฐานะผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการส่งเสริมให้นักศึกษาได้เรียนรู้แบบเชิงรุก อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดอยู่ที่ขนาดของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีเพียง 4 คน เนื่องจากเป็นกลุ่มนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาหนึ่งของหลักสูตรเฉพาะทาง ทำให้ผลการวิจัยอาจไม่สามารถสรุปหรือขยายผลไปยังกลุ่มนักศึกษาอื่นได้โดยตรง นอกจากนี้ ลักษณะเฉพาะของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีประสบการณ์การเรียนรู้มาก่อน อาจส่งผลต่อการตอบสนองต่อรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบ Adaptive Learning และการกำกับตนเอง ดังนั้น ข้อค้นพบจึงควรตีความในบริบทเฉพาะของกลุ่มนี้ และแนะนำให้มีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายและขนาดใหญ่ขึ้นในอนาคต เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะการศึกษา

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 จากข้อค้นพบที่แสดงว่านักศึกษามีความสามารถในการวางแผนและบริหารเวลาได้หลากหลาย ผู้สอนจึงควรออกแบบการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎี Adaptive Learning Theory โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนร่วมกำหนดแผนการเรียนรู้ เช่น การวางแผนล่วงหน้า การประเมินความคืบหน้ารายสัปดาห์ และการสะท้อนตนเอง สำหรับชั้นเรียนที่มีผู้เรียนจำนวนมากและมีลักษณะการกำกับตนเองที่ต่างกัน ควรมี “กลไกการประสานงานเป็นระยะ” เช่น เวิร์กช็อปกลุ่มย่อย การนัดหมายให้คำปรึกษาแบบยืดหยุ่น หรือการใช้แบบฟอร์มติดตามรายบุคคล เพื่อสนับสนุนการกำกับตนเองอย่างต่อเนื่อง ลดความเครียด และเพิ่มความมั่นใจในการทำโครงการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จ

1.2 ผู้สอนหรือหน่วยงานที่ต้องการนำผลการวิจัยไปใช้ควรพัฒนาคลังสนับสนุนสุขภาวะทางอารมณ์ของผู้เรียน โดยเฉพาะนักศึกษาที่มีแนวโน้มเสี่ยงงานเมื่อเกิดความเครียด เช่น การให้คำปรึกษาเชิงป้องกัน หรือการออกแบบช่วงเวลาการทำงานแบบยืดหยุ่น เพื่อสนับสนุนการกำกับตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

1.3 ผลการวิจัยในครั้งนี้มีศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้กับการจัดการเรียนรู้ในสาขาวิชาอื่น ๆ ที่มุ่งเน้นการเรียนรู้แบบใช้โครงการหรือการบูรณาการความรู้ข้ามรายวิชา หรือแม้แต่วิชาในหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิตที่เกี่ยวข้องกับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู โดยสามารถปรับให้เหมาะสมกับบริบทของรายวิชานั้น ๆ นอกจากนี้ ยังสามารถนำไปใช้กับกลุ่มนักศึกษาทั่วไป ไม่จำกัดเฉพาะผู้ที่ลงทะเบียนเรียนซ้ำ โดยเน้นการปรับระดับความยากง่ายของกิจกรรมและการส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการวางแผนและสะท้อนผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับหลักการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อตนเองและการเรียนรู้อย่างมีความหมาย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาตัวแปรทางจิตวิทยาอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้แบบกำกับตนเองในบริบทของทฤษฎีการจัดการเรียนรู้แบบปรับได้ (adaptive learning theory) เพื่อขยายความเข้าใจเกี่ยวกับกลไกภายในของผู้เรียนให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ตัวอย่างของตัวแปรที่น่าสนใจ ได้แก่ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (self-efficacy) ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจ ความพยายาม และความมุ่งมั่นของผู้เรียนในการบรรลุเป้าหมายการเรียนรู้ ความสามารถในการฟื้นตัวจากอุปสรรคทางการเรียน (academic resilience) ซึ่งสะท้อนถึงทักษะการเผชิญหน้าและการรับมือกับความกดดันอย่างยืดหยุ่น และความยืดหยุ่นทางความคิด (cognitive flexibility) ซึ่งเป็นความสามารถในการปรับเปลี่ยนแนวคิดหรือกลยุทธ์การเรียนรู้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ทั้งสามตัวแปรนี้ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการเสริมสร้างการเรียนรู้ที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพในระบบการเรียนรู้ที่เน้นความหลากหลายและการปรับให้เหมาะสมกับผู้เรียนรายบุคคล

2.2 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ที่ใช้เพียง 2 สัปดาห์ (รวม 9 ชั่วโมง) อาจดูสั้นเกินไปสำหรับการพัฒนาทักษะการกำกับตนเอง การศึกษาครั้งต่อไปอาจต้องขยายระยะเวลาและติดตามผลยาวขึ้นเพื่อเพิ่มน้ำหนักของผลการวิจัยให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยตามหลักสูตรปริญญาตรี สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545 และฉบับที่ 3 พ.ศ. 2553). โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนการจัดการศึกษาสำหรับคนพิการฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560–2564)*.
กระทรวงศึกษาธิการ.
- เบญจวรรณ ตันประดิษฐ์ และสุภาณี สนธิรัตน์. (2558). การกำกับตนเอง ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค แรงจูงใจภายใน และความสำเร็จในการเรียนของนิสิตชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 41(1), 121-134. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socku/article/view/131405>
- วิจารณ์ พานิช. (2556). *การสร้างการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ 21*. ส.เจริญการพิมพ์
- วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนาผล. (2564). *การเรียนรู้ปรับได้*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิวพร กลับผดุง. (2560). *การเรียนรู้แบบปรับเหมาะผ่านเว็บเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคำนวณและความคงทนในการเรียนรู้ของเด็กที่มีความบกพร่องทางการเรียนรู้* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. PSU Knowledge Bank. <http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/11343>
- สาลินี จงใจสุธรรม, นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล และวินัย คำสุวรรณ. (2558). กลวิธีการกำกับตนเองในการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 7(1), 15-26. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JBSD/article/view/29915>
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2560). *กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 (TQF: HEd)*. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, กระทรวงศึกษาธิการ.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Durlach, P. J., & Lesgold, A. M. (Eds.). (2012). *Adaptive technologies for training and education*. Cambridge University Press.
- Gligorea, I., Cioca, M., Oancea, R., Gorski, A.-T., Gorski, H., & Tudorache, P. (2023). Adaptive learning using artificial intelligence in e-learning: A literature review. *Education Sciences*, 13(12), Article 1216. <https://doi.org/10.3390/educsci13121216>
- Kurt, S. (2023, October 8). *Self-regulated learning: What it is, why it is important and strategies for implementing it*. Educational Technology. <https://educationaltechnology.net/self-regulated-learning-what-it-is-why-it-is-important-and-strategies-for-implementing-it/>
- Panadero, E. (2017). A review of self-regulated learning: Six models and four directions for research. *Frontiers in Psychology*, 8, Article 422. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00422>
- Pashler, H., McDaniel, M., Rohrer, D., & Bjork, R. (2009). Learning styles: Concepts and evidence. *Psychological Science in the Public Interest*, 9(3), 105–119. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6053.2009.01038.x>

- Pintrich, P. R. (1999). The role of motivation in promoting and sustaining self-regulated learning. *International Journal of Educational Research*, 31(6), 459-470. [https://doi.org/10.1016/S0883-0355\(99\)00015-4](https://doi.org/10.1016/S0883-0355(99)00015-4)
- Rachmad, Y. E. (2022). *Adaptive learning theory*. La Paz Costanera Publications. <https://doi.org/10.17605/osf.io/vfz38>
- Schunk, D. H., & Ertmer, P. A. (2000). Self-regulation and academic learning: Self-efficacy enhancing interventions. In M. Boekarts, P. R. Pintrich & M. Zeidner (Eds.), *Handbook of self-regulation* (pp. 631–649). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-012109890-2/50048-2>
- Zimmerman, B. J. (1989). A social cognitive view of self regulated academic learning. *Journal of Education Psychology*, 81(3), 329-339. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.81.3.329>
- Zimmerman, B. J. (2000). Attaining self-regulation: A social cognitive perspective. In M. Boekaerts, P. R. Pintrich & M. Zeidner (Eds.), *Handbook of self-regulation* (pp. 13–39). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-012109890-2/50031-7>
- Zimmerman, B. J., & Moylan, A. R. (2009). Self-regulation: Where metacognition and motivation intersect. In D. J. Hacker, J. Dunlosky & A. C. Graesser (Eds.), *Handbook of metacognition in education* (pp. 299–315). Routledge.

ป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 : การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์

จักรพงษ์ สายทองตั้ง*

สุพรรณิ วงศ์สิงห์แก้ว

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

*Corresponding author's email: chakphongze@gmail.com

รับบทความ 13 มีนาคม 2568; แก้ไขบทความ 29 กรกฎาคม 2568; ตอรับ 29 กรกฎาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบภาษาและหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จำนวน 34 ป้าย โดยการสุ่มแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบป้ายธุรกิจการค้าที่พบมี 3 รูปแบบ คือ ป้ายภาษาเดียว ป้ายสองภาษา และป้ายหลายภาษา โดยป้ายภาษาเดียวพบการใช้ภาษาไทยมากกว่าภาษาอังกฤษ ส่วนป้ายสองภาษานั้นพบว่า มีการใช้ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษมากที่สุด ตามมาด้วย ภาษาอังกฤษ-ภาษาไทย ภาษาไทย-ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ-ภาษาพม่า ตามลำดับ ในส่วนของป้ายหลายภาษา พบการใช้จำนวนเท่ากันคือ ภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน และภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น ส่วนหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ผลการศึกษาพบว่า ภาษาบนป้ายทำหน้าที่ 2 ประการ ได้แก่ 1) หน้าที่การให้ข้อมูลเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และ 2) หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นความเป็นพหุภาษาและความเป็นพหุวัฒนธรรมในย่านชุมชนถนนเพชรบุรี ซอย 5

คำสำคัญ: ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์, ป้ายธุรกิจการค้า, ถนนเพชรบุรี ซอย 5, กรุงเทพมหานคร

Commercial Business Signs on Phetchaburi Road, Soi 5: A Linguistic Landscape Analysis

*Chakphong Saithongting**

Supunnee Wongsingkaew

Faculty of Humanities, Kasetsart University

*Corresponding author's email: chakphongze@gmail.com

Received 13 March 2025; Revised 29 July 2025; Accepted 29 July 2025

Abstract

This article aims to examine the linguistic patterns and functions of languages displayed on 34 commercial business signs on Phetchaburi Soi 5, selected through purposive sampling. The data was analyzed according to the concept of linguistic landscape. The study found three types of commercial signs: monolingual, bilingual, and multilingual. Monolingual signs were the most common, followed by bilingual and multilingual signs. Among monolingual signs, Thai was used more frequently than English. For bilingual signs, Thai–English was the most common combination, followed by English–Thai, Thai–Chinese, and English–Burmese, respectively. Regarding multilingual signs, they appeared in equal numbers in Thai–Burmese–English, Thai–English–Chinese, and Thai–English–Japanese combinations. Concerning the functions of language appearing on commercial business signs on Phetchaburi Soi 5, the study found that the language on the signs served two main functions: 1) an informative function in both Thai and English 2) a symbolic function. These research findings reflect the multilingual and multicultural nature of the Phetchaburi Soi 5 community.

Keywords: linguistic landscape, commercial business signs, Phetchaburi road, Soi 5, Bangkok

บทนำ

Landry and Bourhis (1997, p. 25) ได้กล่าวถึงภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ว่า ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์หมายถึง ความสามารถในการมองเห็นและความโดดเด่นของภาษาบนป้ายสาธารณะและป้ายเพื่อการค้าในพื้นที่หรือภูมิภาคที่กำหนดซึ่งรวมถึงป้ายถนน ป้ายโฆษณา ชื่อถนนและสถานที่ ป้ายร้านค้า และป้ายของหน่วยงานราชการต่าง ๆ โดยภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์มีหน้าที่หลัก 2 ประการ คือ หน้าที่ให้ข้อมูล (informational function) โดยแสดงถึงการใช้ภาษาของชุมชนในพื้นที่นั้น ๆ เช่น การบ่งบอกขอบเขตทางภูมิศาสตร์ของกลุ่มภาษาหรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการหรือสินค้าในพื้นที่ และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (symbolic function) ซึ่งจะสะท้อนถึงอำนาจและสถานะของภาษาต่าง ๆ ในสังคม เช่น ความรู้สึกของผู้ใช้ภาษาต่อสถานะของภาษาของตนในพื้นที่นั้น ๆ

ถนนเพชรบุรี ซอย 5 เป็นถนนเส้นหนึ่งในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ซอยวิทยาลัยครูเพชรบุรี ซึ่งตั้งชื่อตามสถานที่ใกล้เคียงบริเวณนี้คือ วิทยาลัยครูเพชรบุรี ชื่อปัจจุบันคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีวิทยาเขตธนบุรี ซึ่งปัจจุบันมหาวิทยาลัยแห่งนี้ได้ย้ายไปที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี บริเวณถนนเพชรบุรี ซอย 5 นี้อยู่ใจกลางเมือง ตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษาชั้นนำ เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล (พื้นที่พญาไท) โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา โรงเรียนศรีอยุธยา ในพระอุปถัมภ์ฯ โรงเรียนสันติราษฎร์วิทยาลัย ส่วนสถานที่สำคัญที่อยู่ไม่ไกลจากถนนเพชรบุรี ซอย 5 เช่น กระทรวงการต่างประเทศ กรมทางหลวง โรงพยาบาลรามาธิบดี โรงพยาบาลสงฆ์ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ประตูนํ้า สยามสแควร์ เซ็นทรัลเวิลด์ ชุมชนดังกล่าวมีร้านค้าต่าง ๆ มากมาย รวมถึงหอพักรายเดือนจำนวนมาก ทำให้บริเวณนี้เป็นย่านชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่มาก ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนนี้เป็นคนไทยเชื้อสายจีนที่เป็นเจ้าของร้านค้าต่าง ๆ ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม เนื่องจากว่าบริเวณถนนเพชรบุรี ซอย 5 อยู่ไม่ไกลจากมัสยิดดารุลอะมานพญาไท ที่อยู่บนถนนเพชรบุรี ซอย 7 มีคนที่มาจากต่างจังหวัดเข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร นิสิต นักศึกษาที่มาเช่าหอพักเพื่อศึกษาในมหาวิทยาลัยที่อยู่ใกล้เคียงบริเวณนี้ จากสถิติข้อมูลแรงงานต่างด้าวพม่าของสำนักงานเขตราชเทวีประมวลผล ณ วันที่ 11 เมษายน 2567 ระบุว่ามีความแรงงานต่างด้าวพม่าในแขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี จำนวน 546 คน แบ่งเป็นผู้ชาย 247 คน และผู้หญิง 299 คน เป็นที่สังเกตได้ว่าเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมาี้มีแรงงานชาวพม่าเข้ามาพักอาศัยอยู่ในชุมชน ทำให้มีร้านอาหารพม่าเปิดให้บริการสำหรับชาวพม่าเหล่านี้ นอกจากนี้ยังพบโรงแรมและโฮสเทลจำนวนมากที่สร้างขึ้นมาก เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้คนที่อาศัยอยู่บนถนนเพชรบุรี ซอย 5 เป็นชุมชนพหุวัฒนธรรมที่มีคนหลากหลายเชื้อชาติเข้ามาอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก

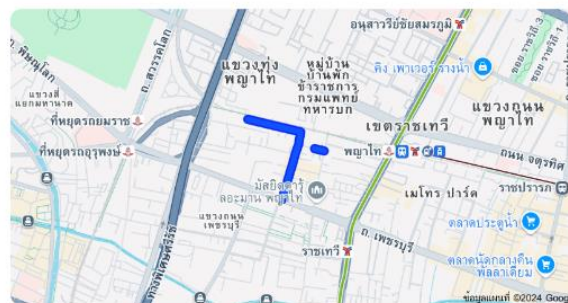
ภาพที่ 1

ป้ายถนนเพชรบุรี ซอย 5



ภาพที่ 2

แผนภาพแสดงพื้นที่บนถนนเพชรบุรี ซอย 5



จากการทบทวนงานวิจัยภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ พบว่ามีผู้ศึกษาบ้างแล้วจำนวนหนึ่ง โดยงานวิจัยนี้จะทบทวนเฉพาะงานวิจัยที่ศึกษาป้ายธุรกิจการค้าในประเทศไทยเท่านั้น เช่น ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของซอยหัวหิน 57 : การศึกษาป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ ของวิริยวิศค์ มงคลยศ และคณะ (2566) ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของซอยนานาชาติและซอยเอกมัย ของกรกฤษ มีมงคล (2564) ภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้ากาแฟในเขตชุมชนพหุภาษา ของมูฮำหมัดสุกรี หะยีสะนิ (2565) และชื่อธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์ : การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ ของกฤตพล วังภูสิต (2555) เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่ายังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ ป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 งานวิจัยนี้จะศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ในย่านดังกล่าวเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นพหุภาษาและความเป็นพหุวัฒนธรรมในย่านชุมชนถนนเพชรบุรี ซอย 5

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบภาษาของป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5
2. เพื่อศึกษาหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5

ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสุ่มแบบเจาะจงจากป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านเสริมสวย ร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ โรงรับจำนำเอกชน คลินิก ร้านนวด หอพัก ร้านตัดเสื้อ ร้านขายยา ร้านตัดผม และร้านแว่นตา รวมทั้งหมด 34 ป้าย

แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

1. แนวคิดภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์

Landry and Bourhis (1997, pp. 23-25) กล่าวว่า ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ (linguistic landscape) คือ สิ่งที่ได้เห็นได้ชัดและความโดดเด่นของภาษาบนป้ายสาธารณะและป้ายเพื่อการค้าในพื้นที่ที่กำหนดไว้ การศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์จึงเป็นการศึกษาภาษาจากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่ปรากฏและมองเห็นได้อย่างชัดเจนและโดดเด่นบนป้ายในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายถนนสาธารณะ ป้ายโฆษณา ชื่อถนนและสถานที่ ชื่อป้ายร้านค้าเชิงพาณิชย์ และป้ายสัญญาณที่ประชาชนหรือสถานที่ราชการต่าง ๆ ได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการสร้างภูมิทัศน์หลักของพื้นที่ที่มีการรวมตัวกันของกลุ่มคน โดยภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์มีหน้าที่พื้นฐาน 2 ประการ คือ หน้าที่ในการให้ข้อมูลและหน้าที่การแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งหมายความว่า ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ทำหน้าที่บอกข้อมูลทางภาษาของชุมชนว่ามีการใช้ภาษาใดบ้าง เป็นชุมชนภาษาเดียว หรือชุมชนหลายภาษา ประชากรที่อาศัยอยู่เป็นชนกลุ่มใด ส่วนหน้าที่ในทางสัญลักษณ์ คือ การที่ภาษามีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้คนที่อยู่ในสังคม

Huebner (2009, pp. 69-70) กล่าวว่า ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ในชุมชนเมือง (metro linguistic) คือ ภูมิทัศน์ที่เกิดจากภาษาที่ปรากฏในถนนสาธารณะของชุมชนเมือง ซึ่งในปัจจุบันสังคมเมืองส่วนใหญ่มีคนหลากหลายเชื้อชาติ หลากหลายวัฒนธรรมมาอาศัยอยู่ร่วมกัน ดังนั้น ภาษาที่สื่อสารอาจแสดงให้เห็นสภาพทางสังคมวัฒนธรรม เช่น ภาษาที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่มีมากกว่า 1 ภาษา เกิดการปนภาษา พหุภาษา เป็นต้น โดยการปนภาษา หมายถึง การใช้ภาษาหนึ่งของผู้พูดปนกับภาษาอื่น ๆ แต่มีขอบเขตอยู่ในระดับคำ วลี หรือสำนวนเท่านั้น (อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540, น. 91) ส่วนพหุภาษา หมายถึง การใช้หลากหลายภาษาในสังคมหรือกลุ่มชนหนึ่ง ๆ (King & Carson, 2010, p. 4)

2. งานวิจัยภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับป้ายธุรกิจการค้าภายในประเทศไทย

งานวิจัยภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับป้ายธุรกิจการค้าในประเทศไทย เช่น วิริยวิศค์ มงคลยศ และคณะ (2566) ศึกษาเรื่อง “ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของซอยหัวหิน 57 : การศึกษาป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์” โดยเก็บข้อมูลจากป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ซอยหัวหิน 57 ถนนเดชาอนุชิต อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระยะทางยาว 350 เมตร เลือกรูปแบบตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการศึกษาพบว่าประเภทของธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ จำแนกได้ 17 ประเภท พบธุรกิจร้านนวดมากที่สุด รูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ จำแนกได้ 3 รูปแบบ ป้ายภาษาเดียว ป้ายสองภาษา และป้ายหลายภาษา

ผลการศึกษาข้างต้นยังสอดคล้องกับหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ พบว่าป้ายทำหน้าที่ 3 ประการ คือ หน้าที่การให้ข้อมูล หน้าที่บอกชื่อธุรกิจ และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ เป็นต้น ส่วนกรกฎมิมงคล (2564) ศึกษาเรื่อง “ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของชอยนนานาเหนือและชอยเอกมัย” โดยเก็บข้อมูลจากป้ายในชอยสุขุมวิท 3 (นานาเหนือ) และชอยสุขุมวิท 63 (เอกมัย) ชอยละ 100 ป้าย รวม 200 ป้าย ผลการศึกษาพบว่า ป้ายมี 4 รูปแบบ ได้แก่ ป้ายแบบ 1 ภาษา ป้ายแบบ 2 ภาษา ป้ายแบบ 3 ภาษา และป้ายแบบ 5 ภาษา ทั้งนี้ นอกจากภาษาที่ปรากฏบนป้ายแล้ว ยังคำนึงถึงด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม 3 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นด้านการเลียนแบบรูปแบบอักษรของภาษาหนึ่งให้คล้ายกับอีกภาษาหนึ่ง ประเด็นด้านสัตว์เลื้อยเป็นส่วหนึ่งของครอบครัว และประเด็นด้านการถ่ายทอดตัวอักษรคำที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เป็นต้น ขณะที่หม่อมตสุกรี หะยิสะนิ (2565) ศึกษาเรื่อง “ภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้าแพในเขตชุมชนพหุภาษา” โดยเก็บข้อมูลจากป้ายร้านค้าแพที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนพหุภาษา เทศบาลนครยะลา จำนวน 65 ป้าย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการร้านค้าแพในเขตชุมชนพหุภาษาเลือกใช้ป้ายชื่อร้านแบบหนึ่งภาษามากที่สุด ป้ายสองภาษาพบรองลงมา ป้ายสามภาษาพบน้อยที่สุด ผลการวิจัยอีกประการหนึ่งแสดงให้เห็นถึงหน้าที่ของภาษาบนป้ายร้านค้าแพที่ทำหน้าที่แสดงชื่อร้าน แสดงรายละเอียดร้าน อีกทั้งยังแสดงชื่อร้านและรายละเอียดร้าน ไม่เพียงเท่านั้น กฤตพล วังภูสิต (2555) ศึกษาเรื่อง “ชื่อธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์ : การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์” โดยเก็บข้อมูลจากชื่อธุรกิจการค้าและป้ายชื่อธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์ ระหว่างเดือนเมษายน 2554 ถึงเดือนมิถุนายน 2554 ได้ชื่อและป้ายชื่อธุรกิจการค้าจำนวน 766 ชื่อ ผลการศึกษาพบว่าที่มาในการตั้งชื่อธุรกิจการค้าสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ ที่มาเกี่ยวข้องกับชื่อเจ้าของธุรกิจการค้า ที่มาเกี่ยวกับชื่อสินค้า/วัสดุ/อุปกรณ์ในธุรกิจการค้าและที่มาเกี่ยวกับลักษณะเด่นเฉพาะของธุรกิจการค้า พบว่ามีการใช้กลวิธีการเล่นกับภาษาในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การเล่นเสียงสัมผัส การเล่นคำ การเล่นสำนวน การใช้ความเปรียบ ทั้งในการตั้งชื่อธุรกิจการค้าภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลการวิเคราะห์ป้ายชื่อธุรกิจการค้าและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับป้ายพบว่าป้ายชื่อธุรกิจการค้าในสยามสแควร์มีการใช้ตัวอักษรทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ แสดงให้เห็นการลักษณะพหุภาษาในย่านธุรกิจนี้ ซึ่งธุรกิจการค้าส่วนใหญ่ในสยามสแควร์พบการตั้งชื่อโดยไม่สื่อถึงธุรกิจโดยตรง

วิธีการศึกษา

1. ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ ได้แก่ แนวคิดของ Landry and Bourhis (1997) รวมถึงทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับป้ายธุรกิจการค้าในประเทศไทย
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 เป็นระยะทางยาว 400 เมตร ถนนเส้นนี้ตั้งอยู่ในแขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยได้รวบรวมข้อมูลจากป้ายธุรกิจการค้า ได้แก่ ป้ายร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม และร้านค้าอื่น ๆ ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง ระหว่างวันที่ 8-24 พฤศจิกายน 2567

3. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยลงพื้นที่เก็บข้อมูลป้ายธุรกิจการค้าที่ปรากฏบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ด้วยการถ่ายภาพป้ายร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม และร้านค้าอื่น ๆ ที่ปรากฏตัวอักษรชัดเจน ไม่นับป้ายบอกทางหรือป้ายรถเข็นทุกชนิด หากป้ายใดมีข้อความเหมือนกันทุกประการ แต่ติดอยู่ในตำแหน่งที่ต่างกัน ผู้วิจัยจะนับรวมกันเป็นหนึ่งป้าย รวมจำนวนป้ายที่นับได้ทั้งสิ้น 34 ป้าย แบ่งเป็น 1) ร้านอาหาร 12 ป้าย 2) ร้านเครื่องดื่ม 4 ป้าย 3) ร้านเสริมสวย 3 ป้าย 4) ร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 3 ป้าย 5) โรงรับจำนำเอกชน 2 ป้าย 6) คลินิก 2 ป้าย 7) ร้านนวด 2 ป้าย 8) หอพัก 2 ป้าย 9) ร้านตัดเสื้อ 1 ป้าย 10) ร้านขายยา 1 ป้าย 11) ร้านตัดผม 1 ป้าย และ 12) ร้านแว่นตา 1 ป้าย

4. วิเคราะห์ข้อมูลป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ตามแนวภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ โดยเริ่มจากการสำรวจป้ายธุรกิจการค้าที่ปรากฏบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จากนั้นศึกษารูปแบบภาษาของป้ายธุรกิจการค้า เพื่อแสดงให้เห็นว่าธุรกิจการค้านิยมใช้ภาษารูปแบบใดในการนำเสนอ ปรากฏมีการใช้ภาษาไทย และภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ผู้วิจัยได้สอบถามข้อมูลทางภาษาจากเจ้าของร้านค้าในเบื้องต้น มีการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาต่างประเทศ มีการตรวจสอบความถูกต้องจากพจนานุกรมออนไลน์ และให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาตรวจทานความถูกต้องอีกครั้ง รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของป้ายสองภาษาและป้ายหลายภาษาโดยพิจารณาจากขนาดตัวอักษร และวิเคราะห์หน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ว่าสะท้อนให้เห็นสิ่งใดบ้าง

5. นำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์และนับจำนวนความถี่ของข้อมูลตามจำนวนครั้งที่พบแล้วนำเสนอเป็นคำร้อยละ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลแล้วจึงเสนอผลการวิเคราะห์ จากนั้นจึงสรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับ

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ประกอบด้วยผลการศึกษาในรูปแบบภาษาของป้ายธุรกิจการค้า และหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้า รายละเอียดต่าง ๆ มีดังนี้

1. รูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้า

จากการศึกษารูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จำนวน 34 ป้าย สามารถจำแนกรูปแบบของภาษาที่ปรากฏบนป้ายได้ 3 รูปแบบ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1

ตารางแสดงรูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5

รูปแบบของป้าย	ภาษา	จำนวน	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
ป้ายภาษาเดียว (Monolingual signs)	ภาษาไทย	13	38.24	16	47.06
	ภาษาอังกฤษ	3	8.82		
ป้ายสองภาษา (Bilingual signs)	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ	9	26.48	15	44.12
	ภาษาอังกฤษ-ภาษาไทย	3	8.82		
	ภาษาไทย-ภาษาจีน	2	5.88		
	ภาษาอังกฤษ-ภาษาพม่า	1	2.94		
ป้ายหลายภาษา (Multilingual signs)	ภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ	1	2.94	3	8.82
	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน	1	2.94		
	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น	1	2.94		
รวม		34	100	34	100

จากตารางที่ 1 แสดงรูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบว่า ป้ายภาษาเดียวปรากฏมากที่สุด จำนวน 16 ป้าย เป็นป้ายภาษาไทยและป้ายภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 47.06 ของป้ายทั้งหมด รองลงมาคือ ป้ายสองภาษา จำนวน 15 ป้าย เป็นป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ ป้ายภาษาอังกฤษ-ภาษาไทย ป้ายภาษาไทย-ภาษาจีน และป้ายภาษาอังกฤษ-ภาษาพม่า คิดเป็นร้อยละ 44.12 ของป้ายทั้งหมด ส่วนป้ายหลายภาษา พบจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 3 ป้าย เป็นป้ายภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน และป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของป้ายทั้งหมด มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ป้ายภาษาเดียว (Monolingual Signs) คือ ป้ายที่มีการเลือกใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งเพียงภาษาเดียวบนป้าย จากการศึกษพบว่าป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ปรากฏป้ายภาษาเดียว จำนวน 16 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 47.06 ของป้ายทั้งหมด แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทย 2) ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาอังกฤษ โดยพบป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทยจำนวนมากที่สุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1.1 ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทย คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาไทยเพียงภาษาเดียวบนป้าย ผลการศึกษาพบจำนวน 13 ป้าย ประกอบด้วย ป้ายร้านอาหาร 5 ป้าย ป้ายคลินิก 2 ป้าย ป้ายร้านเครื่องดื่ม 1 ป้าย ป้ายร้านตัดเสื้อ 1 ป้าย ป้ายร้านขายยา 1 ป้าย ป้ายร้านเสริมสวย 1 ป้าย ป้ายร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 1 ป้าย และป้ายร้านแว่นตา 1 ป้าย จากจำนวนป้ายภาษาเดียว 16 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 38.24 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 3

ภาพที่ 3

ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทย



จากตัวอย่าง ภาพที่ 3 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “ข้าวขาหมู นำชัย” พบการใช้ภาษาไทยเพียงภาษาเดียวเท่านั้นในการนำเสนอในตัวอย่างเป็นการขายอาหารประเภทอาหารจานเดียวคือข้าวขาหมู เมื่อเปรียบเทียบเฉพาะการใช้ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทย พบว่าป้ายธุรกิจร้านอาหารมีการใช้จำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับป้ายธุรกิจอื่น

1.1.2 ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาอังกฤษ คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษเพียงภาษาเดียวบนป้าย ผลการศึกษาพบจำนวน 3 ป้าย ประกอบด้วย ป้ายร้านเสริมสวย 2 ป้าย และป้ายร้านตัดผม 1 ป้าย จากจำนวนป้ายภาษาเดียว 16 ป้าย คิดเป็น ร้อยละ 8.82 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 4

ภาพที่ 4

ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาอังกฤษ



จากตัวอย่างภาพที่ 4 คือป้ายร้านเสริมสวยประเภทร้านทำเล็บที่ ชื่อ “Pray Far Nails” พบการใช้ภาษาอังกฤษเพียงภาษาเดียวเท่านั้นในการนำเสนอ เจ้าของร้านคือคุณปรายฟ้า ภาษาอังกฤษบนป้ายมีการเล่นคำภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ โดยเลือกที่จะสะกดคำเป็นภาษาอังกฤษ Pray แปลว่า ภาวนา ส่วน Far แปลว่า ไกล เมื่อเปรียบเทียบกับชื่อภาษาไทย “ปรายฟ้า” เมื่อเปรียบเทียบเฉพาะการใช้ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาอังกฤษ พบว่าป้ายธุรกิจร้านเสริมสวยมีการใช้จำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่น

1.2 ป้ายสองภาษา (Bilingual Signs) คือ ป้ายที่มีการเลือกใช้ภาษาสองภาษาบนป้าย จากการศึกษาพบว่าป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ปรากฏป้ายสองภาษาจำนวน 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 44.12 ของป้ายทั้งหมด แบ่งเป็น 4 ลักษณะ คือ 1) ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ 2) ป้ายสองภาษา

ที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทย 3) ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาจีน 4) ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาพม่า โดยพบป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มากที่สุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.2.1 ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ คือ ป้ายธุรกิจร้านค้าที่ใช้ภาษาไทย และภาษาอังกฤษประกอบกันซึ่งประกอบไปด้วยป้ายร้านอาหาร 2 ป้าย ป้ายร้านเครื่องดื่ม 2 ป้าย ป้ายหอพัก 2 ป้าย ป้ายร้านรับจำนำ 1 ป้าย ป้ายร้านนวด 1 ป้าย และป้ายร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 1 ป้าย โดยมีภาษาไทยเป็นภาษาหลัก ซึ่งการวางตำแหน่งตัวอักษรจะอยู่ในลักษณะตำแหน่งที่โดดเด่น สังเกตเห็นได้ง่าย และชัดเจนกว่าภาษาอังกฤษ พบจำนวน 9 ป้าย จากจำนวนป้ายสองภาษา 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 26.48 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 5

ภาพที่ 5

ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ



จากตัวอย่าง ภาพที่ 5 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “หมีสเต็ก MHEE STEAK” มีการใช้ภาษาไทยว่า “หมีสเต็ก ” เป็นอักษรขนาดใหญ่ตรงกลางป้ายเพื่อบ่งบอกชื่อร้าน และมีการใช้ภาษาอังกฤษว่า “MHEE STEAK” ขนาดเล็กในตำแหน่งที่ต่ำกว่าซึ่งเป็นการแสดงชื่อของร้านอาหารแบบสองภาษา จึงแสดงให้เห็นว่าป้ายธุรกิจดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลด้วยภาษาไทยเป็นหลัก ถึงแม้ว่าจะมีภาษาอังกฤษกำกับอยู่ในตำแหน่งที่ต่ำกว่าแต่เป็นอักษรขนาดเล็กไม่ได้มีความโดดเด่นเท่ากับภาษาไทย พบว่าธุรกิจร้านอาหารมีการใช้จำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่น

1.2.2 ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทย คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษและภาษาไทยประกอบกัน ประกอบไปด้วย ป้ายร้านเครื่องดื่ม 1 ป้าย ป้ายร้านนวด 1 ป้าย และป้ายร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 1 ป้าย โดยมีภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก ซึ่งการวางตำแหน่งตัวอักษรจะอยู่ในลักษณะตำแหน่งที่โดดเด่น ตัวใหญ่ ชัดเจนกว่าภาษาไทย พบจำนวน 3 ป้าย จากจำนวนป้ายสองภาษา 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 6

ภาพที่ 6

ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทย



จากตัวอย่าง ภาพที่ 6 คือป้ายธุรกิจร้านเครื่องดื่ม ชื่อ “ชาฉัน ChaChan” พบการใช้ภาษาอังกฤษว่า “ChaChan” เป็นตัวอักษรขนาดใหญ่อยู่ด้านขวามือ อีกทั้งยังใช้ภาษาไทยคำว่า “ชาฉัน” วางไว้ด้านซ้ายมือ ซึ่งภาษาไทยคำว่า “ชาฉัน” เป็นตัวอักษรขนาดเล็กกว่าเมื่อเทียบกับภาษาอังกฤษที่ใช้ว่า “ChaChan” ทำให้ภาษาอังกฤษคำว่า “ChaChan” ดูโดดเด่นกว่า จึงแสดงให้เห็นว่าป้ายธุรกิจดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลด้วยภาษาอังกฤษและใช้ภาษาไทยเป็นส่วนประกอบเสริมเท่านั้น พบว่าธุรกิจร้านเครื่องดื่ม ร้านนวด และร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ มีการใช้ป้ายภาษาอังกฤษและภาษาไทยจำนวนที่เท่ากันคือ 1 ป้าย

1.2.3 ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาจีน คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาไทย และภาษาจีน ประกอบกัน ประกอบไปด้วยป้ายร้านรับจ่านำ 1 ป้าย และป้ายร้านอาหาร 1 ป้าย โดยมีภาษาไทยที่ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ เห็นชัดกว่าภาษาจีน พบจำนวน 2 ป้าย จากจำนวนป้ายสองภาษา 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 5.88 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 7

ภาพที่ 7

ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาจีน



จากตัวอย่าง ภาพที่ 7 คือป้ายธุรกิจโรงรับจ่านำเอกชนชื่อ “ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงรับจ่านำจิบเซ่ง 當餉成集 司公合兩” มีการใช้ภาษาไทยขนาดเล็กกว่า “ห้างหุ้นส่วนจำกัด” และภาษาไทยขนาดใหญ่ที่เห็นชัดเจนว่า “โรงรับจ่านำจิบเซ่ง” และตัวอักษรภาษาจีนขนาดใหญ่คือคำว่า “當餉成集” ซึ่งอ่านว่า dāng xiāng chéng jí แปลว่า เมื่อรวบรวมอัตราแล้ว ส่วนตัวอักษรภาษาจีนขนาดเล็กกว่าที่อยู่ด้านล่างมุมขวามือคือคำว่า “司公合兩” ที่อ่านว่า sī gōng hé liǎng แปลว่า ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสดงให้เห็นว่าป้ายธุรกิจดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลด้วยภาษาไทยเป็นอันดับแรกและตามด้วยภาษาจีนเป็นลำดับถัดมา พบว่าธุรกิจร้านรับจ่านำและร้านอาหาร มีการใช้ป้ายภาษาไทยและภาษาจีนจำนวนที่เท่ากันคือ 1 ป้าย

1.2.4 ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาพม่า คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษ และภาษาพม่าประกอบกัน โดยมีภาษาอังกฤษอันดับแรก ตามมาด้วยภาษาพม่า พบจำนวน 1 ป้าย จากจำนวนป้ายสองภาษา 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.94 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 8

ภาพที่ 8

ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาพม่า



จากตัวอย่าง ภาพที่ 8 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “Arsenal ๐ર્วาระตุര്ထိုး” มีการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษขนาดใหญ่ “Arsenal” ซึ่งเป็นชื่อทีมฟุตบอลที่เจ้าของร้านชื่นชอบ ตามมาด้วยคำภาษาพม่าคือคำว่า “๐ર્วาระตุര്ထိုး” หมายถึงเครื่องในหมูเสียบไม้ และมีย่อพม่าตัวใหญ่ မဂ်လာပါ อ่านว่า Mingalarpar หมายถึง สวรรค์ในภาษาพม่า แสดงให้เห็นว่าป้ายดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลภาษาอังกฤษเป็นหลักและตามด้วยภาษาพม่า พบว่าป้ายธุรกิจร้านอาหารจำนวน 1 ร้าน

1.3 ป้ายหลายภาษา (Multilingual Signs) คือป้ายที่มีการเลือกใช้ภาษาตั้งแต่สามภาษาขึ้นไป จากการศึกษาพบว่าป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ปรากฏป้ายหลายภาษาจำนวน 3 ป้าย คิดเป็น ร้อยละ 8.82 ของป้ายทั้งหมด แบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ 2) ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน 3) ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น โดยทุกป้ายมีจำนวนเท่ากัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.3.1 ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาไทย ภาษาพม่า และภาษาอังกฤษประกอบกัน โดยมีภาษาไทยเป็นภาษาหลัก ซึ่งการวางตำแหน่งตัวอักษรจะอยู่ในลักษณะตำแหน่งที่โดดเด่นตัวใหญ่ จากนั้นจึงปรากฏภาษาพม่า และภาษาอังกฤษตามลำดับพบจำนวน 1 ป้าย จากจำนวนป้ายหลายภาษา 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.94 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 9

ภาพที่ 9

ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ



จากตัวอย่าง ภาพที่ 9 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “น้ำฝนโภชนา SLY ร้านอาหาร restaurant” มีการใช้ตัวอักษรภาษาไทย “น้ำฝนโภชนา” วางอยู่ในตำแหน่งด้านบนที่เป็นตัวอักษรใหญ่ และอักษรภาษาพม่า “ရွှေလက်ရာ” แปลว่า ฝีมือทอง มีตัวอักษรภาษาอังกฤษขนาดเล็กด้านบนอักษรภาษาพม่าว่า “SLY” ซึ่งเป็นอักษรย่อของคำอ่าน shway laatarar นอกจากนี้ยังมีอักษรภาษาอังกฤษขนาดเล็กที่อยู่ด้านล่างคือ “restaurant” เป็นการบอกประเภทของร้านอาหาร จากการจัดวางตำแหน่งของตัวอักษรนั้นจึงแสดงให้เห็นว่าป้ายดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลภาษาไทยเป็นหลักตามด้วยภาษาพม่าและภาษาอังกฤษตามลำดับ

1.3.2 ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนประกอบกัน โดยมีภาษาไทยใหญ่ที่สุด และภาษาอังกฤษ จากนั้นจึงปรากฏภาษาจีน พบจำนวน 1 ป้าย จากจำนวนป้ายหลายภาษา 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.94 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 10 และภาพที่ 11

ภาพที่ 10

ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน



ภาพที่ 11

ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน



จากตัวอย่าง ภาพที่ 10 และภาพที่ 11 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “วาเลนข้าวมันไก่ Valen Chicken Rice” มีการใช้ตัวอักษรภาษาไทยขนาดใหญ่สุดคือ “วาเลนข้าวมันไก่” เพื่อบ่งบอกชื่อร้าน อีกทั้งยังปรากฏภาษาอังกฤษด้านล่างที่มีขนาดใหญ่รองลงมาจากภาษาไทยคือ “Valen Chicken Rice ” นอกจากนี้ ยังปรากฏตัวอักษรภาษาภาษาจีนขนาดเล็ก คำว่า 鸡油饭 ซึ่งอ่านว่า jī yóu fàn หมายถึง ข้าวมันไก่ เพื่อย้ำประเภทของร้านอาหารอีกครั้ง แสดงให้เห็นว่าป้ายธุรกิจดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนตามลำดับ

1.3.3 ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น คือ ป้ายธุรกิจการค้าที่ใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่นประกอบกัน โดยมีภาษาไทยอันดับแรกและภาษาอังกฤษ จากนั้นจึงปรากฏภาษาญี่ปุ่น พบจำนวน 1 ป้าย จากจำนวนป้ายหลายภาษา 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.94 ของป้ายทั้งหมด ดังตัวอย่าง ภาพที่ 12

ภาพที่ 12

ป้ายหลายภาษาที่เป็นภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น



จากตัวอย่าง ภาพที่ 12 คือป้ายธุรกิจร้านอาหาร ชื่อ “อันนิ ซูชิ ANI SUSHI あに 寿司” มีการใช้ตัวอักษรภาษาไทยขนาดใหญ่ด้านบนสุดว่า “อันนิ ซูชิ” ซึ่งเป็นชื่อร้านอาหาร อีกทั้งยังปรากฏภาษาอังกฤษด้านซ้ายมือคือ “ANI SUSHI” นอกจากนี้ยังปรากฏตัวอักษรภาษาภาษาญี่ปุ่นว่า “あに 寿司” เพื่อย้ำชื่อร้านอีกครั้ง โดยคำว่า “あに” หมายถึงพี่ชาย ส่วนคำว่า “寿司” หมายถึงซูชิ มีการใช้ภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากลเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหรือชาวต่างชาติ เนื่องจากมีผู้นิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น

ขึ้นจึงมีการใช้ภาษาญี่ปุ่นเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมในรูปแบบของภาษาแสดงให้เห็นว่าป้ายธุรกิจดังกล่าวต้องการนำเสนอข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตามด้วยภาษาญี่ปุ่นตามลำดับ

จากการสำรวจป้ายธุรกิจการค้าพบว่ามีการใช้ป้ายภาษาไทยจำนวน 30 ป้าย พบมากที่สุดคือร้านอาหารจำนวน 11 ป้าย เนื่องจากคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นคนไทย ป้ายภาษาอังกฤษจำนวน 19 ป้าย พบมากที่สุดคือร้านอาหารจำนวน 6 ป้าย เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลทำให้สื่อสารกับชาวต่างชาติได้ ป้ายภาษาจีนจำนวน 3 ป้าย พบมากที่สุดคือร้านอาหารจำนวน 2 ป้าย เป็นป้ายที่ใช้สื่อสารกับผู้ที่ใช้ภาษาจีนได้ ป้ายภาษาพม่าจำนวน 2 ป้ายซึ่งเป็นป้ายร้านอาหารทั้งสองป้าย เนื่องจากชุมชนนี้เริ่มมีผู้ใช้แรงงานชาวพม่าเข้ามาทำงานมากขึ้น ส่วนป้ายภาษาญี่ปุ่นนั้นพบจำนวน 1 ป้ายคือป้ายร้านอาหารญี่ปุ่นซึ่งเป็นอาหารต่างชาติที่ผู้คนนิยมรับประทาน โดยป้ายธุรกิจร้านค้าเหล่านี้จะทำให้ทราบถึงหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏดังแสดงให้เห็นในหัวข้อต่อไป

2. หน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้า

การศึกษาป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จำนวน 34 ป้าย พบว่าภาษาบนป้ายทำหน้าที่ 2 ประการ คือ 1) หน้าที่การให้ข้อมูล (informational function) 2) หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (symbolic function)

2.1 หน้าที่การให้ข้อมูล (Informational Function) คือ การที่ภาษาทำหน้าที่บ่งบอกรายละเอียดและข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จากการศึกษา พบป้ายที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาไทย 2) การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 2

ตารางแสดงหน้าที่ของภาษาในการให้ข้อมูลที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5

รูปแบบของป้าย	ภาษาที่ใช้ในการให้ข้อมูล		รวม	ร้อยละ
	ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ		
ป้ายภาษาเดียว (Monolingual signs)	3	1	4	22.22
ป้ายสองภาษา (Bilingual signs)	6	5	11	61.11
ป้ายหลายภาษา (Multilingual signs)	1	2	3	16.67
รวม	10	8	18	100
ร้อยละ	55.56	44.44	100	

จากตารางที่ 2 แสดงหน้าที่ของภาษาในการให้ข้อมูลที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบว่ามีการให้ข้อมูลภาษาไทยในป้ายสองภาษาปรากฏมากที่สุดจำนวน 6 ป้าย รองลงมาคือการให้ข้อมูลภาษาอังกฤษในป้ายสองภาษา จำนวน 5 ป้าย การให้ข้อมูลภาษาไทยในป้ายภาษาเดียว จำนวน 3 ป้าย การให้ข้อมูลภาษาอังกฤษในป้ายหลายภาษา จำนวน 2 ป้าย การให้ข้อมูลภาษาอังกฤษในป้ายภาษาเดียว และการให้ข้อมูลภาษาไทยในป้ายหลายภาษานั้นพบน้อยที่สุด โดยพบจำนวนเท่ากันคือจำนวน 1 ป้าย ซึ่งหน้าที่ของภาษาในการให้ข้อมูล 2 รูปแบบ ดังนี้

2.1.1 การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาไทย คือ ป้ายธุรกิจการค้าปรากฏการใช้ภาษาไทยทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลหรือบ่งบอรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจ จำนวน 10 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 55.56 ดังตัวอย่าง ภาพที่ 13

ภาพที่ 13

การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาไทย



จากตัวอย่าง ภาพที่ 13 เป็นการทำหน้าที่ให้ข้อมูลที่เป็นภาษาไทยบนป้ายธุรกิจร้านอาหารชื่อ “ข้าวราดแกงเจ๊แก้ว” ด้านบนของป้ายมีการบอกอย่างชัดเจนว่าร้านนี้ขายข้าวราดแกง มีการให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ร้านนี้ยังขายอาหารตามสั่ง สุกี้ทะเล และยังมีการให้บริการ ผัก น้ำพริก น้ำซุป ฟรี แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายที่ทางร้านต้องการเสนอขายคือลูกค้าคนไทย

2.1.2 การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ คือ ป้ายธุรกิจการค้าปรากฏการใช้ภาษาอังกฤษทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลหรือบ่งบอรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจ จำนวน 8 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 44.44 ดังตัวอย่าง ภาพที่ 14

ภาพที่ 14

การให้ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ



จากตัวอย่าง ภาพที่ 14 เป็นการทำหน้าที่ให้ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษบนป้ายธุรกิจร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ ชื่อร้าน “DR.TIGER LAUNDRY” มีการใช้ภาษาอังกฤษให้ข้อมูลว่า WASH & DRY 24 Hours เป็นการให้บริการซักผ้าและอบผ้าตลอด 24 ชั่วโมง แสดงว่ากลุ่มเป้าหมายที่ทางร้านต้องการเสนอขายคือนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการสื่อสาร

2.2 หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) คือ การที่ภาษามีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้คนที่อยู่ในสังคม จากการศึกษา พบป้ายที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์เพียงลักษณะเดียว คือ การทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์แบบชื่อร้านมีความสอดคล้องกับธุรกิจการค้า จำนวน 31 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 100 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 3

ตารางแสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5

รูปแบบของป้าย	ภาษาที่ใช้ในเชิงสัญลักษณ์	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายภาษาเดียว (Monolingual signs)	ภาษาไทย	10	32.26
	ภาษาอังกฤษ	3	9.67
ป้ายสองภาษา (Bilingual signs)	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ	9	29.03
	ภาษาอังกฤษ-ภาษาไทย	3	9.67
	ภาษาไทย-ภาษาจีน	2	6.45
	ภาษาอังกฤษ-ภาษาพม่า	1	3.23
ป้ายหลายภาษา (Multilingual signs)	ภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ	1	3.23
	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน	1	3.23
	ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น	1	3.23
รวม		31	100

จากตารางที่ 3 แสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบว่ามีป้ายที่แสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับธุรกิจการค้า จำนวน 30 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 100 ป้ายที่แสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์มากที่สุดคือ ป้ายภาษาเดียวภาษาไทย จำนวน 10 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 32.26 ส่วนป้ายที่แสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์น้อยที่สุดคือ ป้ายภาษาอังกฤษ-ภาษาพม่า ป้ายภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน และป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น จำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 3.23 โดยการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษพบในป้ายธุรกิจการค้าทั่วไป ภาษาจีนพบในป้ายร้านอาหารและโรงรับจำนำเอกชน ภาษาพม่าและภาษาญี่ปุ่นพบในป้ายร้านอาหาร

การแสดงหน้าที่ของภาษาในเชิงสัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 แสดงให้เห็นดังตัวอย่าง ภาพที่ 15

ภาพที่ 15

การทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์แบบชื่อร้านมีความสอดคล้องกับธุรกิจร้านค้า



จากตัวอย่าง ภาพที่ 15 แสดงตัวอย่างป้ายที่ทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์โดยชื่อร้านมีความสอดคล้องกับธุรกิจร้านค้า ดังเช่นธุรกิจร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ คือ ร้านที่มีชื่อว่า สนุกซัก Sanook Laundromat ซึ่งมีป้ายร้านแบบสองภาษาคือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีโลโก้ของร้านเป็นรูปเครื่องซักผ้าที่มีใบหน้าที่ยิ้มแย้มสื่อให้เห็นว่าเป็นร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ มีการใช้ตัวอักษรภาษาไทยที่ไม่เป็นทางการสอดคล้องกับชื่อร้านคือ สนุกซัก นอกจากนี้ยังมีชื่อภาษาอังกฤษ คือ Sanook Laundromat เพื่อเน้นย้ำว่าเป็นธุรกิจการค้าประเภทใดเพื่อให้คนต่างชาติได้รู้จักร้านค้านี้เพิ่มมากขึ้น

ภาพที่ 16

ป้ายสองภาษาที่เป็นภาษาไทยและภาษาจีน



จากตัวอย่าง ภาพที่ 16 แสดงตัวอย่างป้ายที่ทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์โดยชื่อร้านมีความสอดคล้องกับธุรกิจร้านค้า ดังเช่นป้ายธุรกิจร้านอาหารชื่อ “龙 เล้งเตี่ยวหมูต้มยำ 猪肉面” มีการใช้ตัวอักษรภาษาไทยว่า “เล้งเตี่ยวหมูต้มยำ” เป็นอักษรขนาดใหญ่ตรงกลางป้ายเป็นการเน้นย้ำว่าเป็นร้านขายก๋วยเตี่ยวหมูต้มยำ และตัวอักษรภาษาจีนขนาดใหญ่คือคำว่า “龙” ซึ่งอ่านว่า long แปลว่า มังกร ปรากฏอยู่ทางด้านซ้ายมือ ส่วนตัวอักษรภาษาจีนขนาดเล็กกว่าที่อยู่ด้านบนมุมขวามือคือคำว่า “猪肉面” ที่อ่านว่า zhū ròu miàn โดยคำว่า zhū ròu แปลว่า เนื้อหมู ส่วนคำว่า miàn แปลว่า อาหารประเภทเส้น

อนึ่ง พบว่ามีป้ายธุรกิจร้านค้าจำนวน 3 ป้ายที่ไม่ได้แสดงภาษาในเชิงสัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 โดยทั้ง 3 ป้ายเป็นป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทย พบในป้ายร้านเสริม

สวย 1 ป้ายป้ายร้านซักผ้าแบบหยอดเหรียญ 1 ป้าย และป้ายร้านแว่นตา 1 ป้าย แสดงให้เห็นดังตัวอย่าง ภาพที่ 17

ภาพที่ 17

ป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทยที่ไม่ได้แสดงภาษาในเชิงสัญลักษณ์



จากตัวอย่าง ภาพที่ 17 แสดงตัวอย่างป้ายภาษาเดียวที่เป็นภาษาไทยที่ไม่ได้แสดงภาษาในเชิงสัญลักษณ์ โดยป้ายดังกล่าวใช้รูปแบบอักษรภาษาไทยที่มีลูกเล่น ดูไม่เป็นทางการนัก มีการใช้คำว่า ชานาดู โดยปกติคำว่า ชานาดู นี้หมายถึงชื้อต้นไม้ประเภทหนึ่ง แต่ป้ายดังกล่าวนี้เป็นป้ายของร้านเสริมสวยร้านหนึ่งบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ซึ่งชื่อในป้ายไม่มีความสอดคล้องกับธุรกิจร้านเสริมสวยแต่อย่างใด

สรุปผลการศึกษา

1) การสรุปผลการศึกษา

การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์บนป้ายธุรกิจการค้าถนนเพชรบุรี ซอย 5 โดยศึกษารูปแบบและหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าดังกล่าว พบว่า ภาษาบนป้ายร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม และร้านค้าอื่น ๆ มีการใช้ภาษาที่หลากหลาย ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาพม่า และภาษาญี่ปุ่น สะท้อนให้เห็นว่าชุมชนนี้มีผู้คนหลากหลายเชื้อชาติมาพักอาศัย ทำงานและท่องเที่ยว แสดงถึงความเป็นสังคมพหุภาษาซึ่งปรากฏหลักฐานจากการใช้ภาษาบนป้ายธุรกิจภายในดังกล่าว

ทั้งนี้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจร้านค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบทั้งป้ายภาษาเดียว ป้ายสองภาษา และป้ายหลายภาษา อย่างไรก็ตาม ป้ายภาษาเดียวพบมากที่สุดรวม 16 ป้าย โดยภาษาที่ปรากฏมากที่สุดคือภาษาไทย รองลงมาคือ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ยังพบป้ายภาษาอื่น เช่น ป้ายภาษาไทย-ภาษาพม่า-ภาษาอังกฤษ โดยภาษาไทยยังคงเป็นภาษาหลักของการสื่อสารบนป้ายธุรกิจร้านค้า ตามมาด้วยภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของมูฮัมหมัดสุกรี หะยีสะนิ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง “ภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้ากาแฟในเขตชุมชนพหุภาษา” โดยเก็บข้อมูลจากป้ายร้านค้ากาแฟที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนพหุภาษา เทศบาลนครยะลา ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟในเขตชุมชนพหุภาษาเลือกใช้ป้ายชื่อร้านแบบหนึ่งภาษามากที่สุด ป้ายสองภาษาพบรองลงมา ป้ายสามภาษาพบน้อยที่สุด โดยป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบการใช้ป้ายชื่อร้านแบบหนึ่งภาษามากที่สุด รองลงมาคือป้าย

สองภาษา และพบป้ายสามภาษาน้อยที่สุด มีข้อแตกต่างกันในงานวิจัยคือ ป้ายร้านแบบหนึ่งภาษาที่พบมากที่สุดณป้ายร้านค้าแปะที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนพหุภาษา เทศบาลนครยะลา คือภาษาอังกฤษ ส่วนป้ายร้านแบบหนึ่งภาษาที่พบมากที่สุดบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 คือภาษาไทย เพราะว่าส่วนใหญ่ผู้คนในชุมชนเป็นคนไทย และภาษาไทยเป็นภาษาราชการและใช้สื่อสารในประเทศไทย

ส่วนหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบว่าภาษาบนป้ายทำหน้าที่ 2 ประการ คือ 1) หน้าที่การให้ข้อมูล พบป้ายที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเป็นภาษาไทย และป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเป็นภาษาอังกฤษ 2) หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ โดยพบว่าป้ายที่ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์แสดงถึงลักษณะที่เกี่ยวข้องกับร้านค้า เช่น การใช้โลโก้ร้านค้า การใช้รูปแบบตัวอักษรบนป้ายร้านค้า การใช้ตัวอักษรที่สัมพันธ์หรือบ่งบอกสิ่งที่ขาย การใช้สีที่สอดคล้องกับร้านค้า เป็นต้น แต่ยังคงพบป้ายบางป้ายที่ไม่ได้ทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์เลย

2) ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

ผลการศึกษานี้มีทัศนภาษาศาสตร์บนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 นี้ แสดงถึงลักษณะสังคมพหุวัฒนธรรมในชุมชน มีความหลายของผู้คน และภาษาที่ใช้ โดยการศึกษาผ่านป้ายร้านค้า สามารถนำองค์ความรู้ไปใช้เกี่ยวกับการทำหน้าที่ของภาษาบนป้าย เช่น หน้าที่การให้ข้อมูล และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์

3) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไปโดยให้มีความเชื่อมโยงกับข้อจำกัดของงานวิจัยชิ้นนี้

เมื่อวิเคราะห์ผลการศึกษานี้มีทัศนภาษาศาสตร์บนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 แล้วสามารถที่จะศึกษารูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าในชุมชนอื่น ๆ ใกล้เคียง เช่น ย่านถนนบรรทัดทอง ย่านชุมชนตลาดน้อย หรือนานถนนพระอาทิตย์ เป็นต้น ว่ามีการใช้ภาษาบนป้ายที่แสดงความหลากหลายของผู้คนอย่างไร มีความเหมือนหรือแตกต่างจากงานที่ศึกษามาแล้วอย่างไรบ้าง

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษารูปแบบภาษาของป้ายธุรกิจการค้าและหน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ผู้วิจัยได้ประมวลความคิดเห็นตลอดจนผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. รูปแบบภาษาของป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 จากจำนวน 34 ป้าย พบป้ายภาษาเดียวเป็นภาษาไทยจำนวนมากที่สุด เนื่องจากภาษาไทยเป็นภาษาประจำชาติ คนในชุมชนนี้ส่วนใหญ่เป็นคนไทย ทำให้มีการเลือกใช้ภาษาไทยในการเขียนลงในป้ายธุรกิจการค้า ส่วนป้ายสองภาษาพบการใช้ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษมากที่สุด อันเนื่องมาจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล นักท่องเที่ยวหรือชาวต่างชาติรู้จักภาษาอังกฤษ ทำให้ภาษาอังกฤษปรากฏบนป้ายร้านค้า และป้ายหลายภาษา พบว่ามีการใช้ภาษาอื่น ๆ ประกอบ เช่น ภาษาจีน ภาษาพม่า และภาษาญี่ปุ่น มีการใช้ในป้ายธุรกิจการค้าเนื่องจากมีผู้คนหลากหลายเชื้อชาติเข้ามาอยู่อาศัยหรือพักผ่อนในชุมชนนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของมูฮำหมัดสุกรี

หะยีสะนิ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง “ภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้าแพในเขตชุมชนพหุภาษา” ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการร้านค้าแพในเขตชุมชนพหุภาษาเลือกใช้ป้ายชื่อร้านแบบหนึ่งภาษามากที่สุด ป้ายสองภาษาพบรองลงมา ป้ายสามภาษาพบน้อยที่สุด พบว่าป้ายแบบหนึ่งภาษาที่พบมากที่สุดคือป้ายภาษาอังกฤษ เพราะว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่นานาชาติรู้จัก เป็นภาษาที่นิยมใช้ทั่วโลกและเมื่อใช้ภาษาอังกฤษจะแสดงความทันสมัยกับโลกในยุคปัจจุบัน

2. หน้าที่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 พบว่าภาษาบนป้ายทำหน้าที่ 2 ประการ คือ หน้าที่การให้ข้อมูลและหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ ผลการวิจัยที่พบสอดคล้องกับแนวคิดของ Landry and Bourhis (1997, p. 25) ที่ว่าภาษาที่ถูกเลือกใช้บนป้ายสามารถทำหน้าที่ได้ทั้งหน้าที่เชิงข้อมูล และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ โดยการศึกษาครั้งนี้พบว่าภาษาบนป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 ทำหน้าที่พบการให้ข้อมูลที่เป็นภาษาไทยและให้ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ อีกทั้งยังทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ ที่แสดงให้เห็นว่าป้ายร้านค้าส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับธุรกิจร้านค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

งานวิจัยเรื่องป้ายธุรกิจการค้าบนถนนเพชรบุรี ซอย 5 : การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ ทำให้ทราบว่าภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้ามี 6 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาพม่า และภาษาญี่ปุ่น สะท้อนให้เห็นความเป็นสังคมพหุภาษาซึ่งมีความหลากหลายของการใช้ภาษาของผู้คนในชุมชนซึ่งมีทั้งคนไทย ผู้อพยพชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร และนักท่องเที่ยวหลากหลายเชื้อชาติ โดยภาษาที่ปรากฏบนป้ายนั้นมีความหลากหลายเพื่อให้ลูกค้า นักท่องเที่ยวหรือชาวต่างชาติเข้าใจว่าร้านค้านี้ทำธุรกิจประเภทใด เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้คนที่มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ และภาษาสะท้อนให้เห็นถึงสังคมพหุวัฒนธรรม ดังที่ King & Carson (2010, p. 4) ได้กล่าวไว้ว่า “พหุภาษา” ไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของภาษาเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวเนื่องกับชุมชนและวิถีชีวิตของคน โดยผลงานวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาการใช้ภาษาในสังคมพหุภาษาแหล่งอื่น ๆ ต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

- กรกฤษ มีมงคล. (2564). ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของชอยนานาชาติและชอยเอกมัย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 12(1), 66-88. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/human_ubu/article/view/242522
- กฤตพล วังภูสิต. (2555). *ชื่อธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์ : การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/42468>
- มูฮำหมัดสุกรี หะยีสะนิ. (2565). ภูมิทัศน์ทางภาษาบนป้ายร้านค้าแพในเขตชุมชนพหุภาษา. *Journal of Social Sciences and Humanities Research in Asia*, 28(2), 67-81. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/psujssh/article/view/257726>

- วิริยวิศ มงคลยศ, กัณติทัต การเจริญ, ศิระวัธน์ กาวิละนันท์ และวุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2566). ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของซอยหัวหิน 57 : การศึกษาป้ายธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์. *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 11(2), 194-216. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalartsjournal/article/view/267710>
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2540). *ภาษาในสังคมไทย ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนา*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Huebner, T. (2009). A framework for the linguistic analysis of linguistic landscapes. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery* (pp. 70-87), Routledge.
- King, L., & Carson, L. (2010). *Multilingual identities: A study of attitudes towards multilingualism in three European cities*. Trinity College Dublin.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49. <https://doi.org/10.1177/0261927X970161002>

ผลของการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ในโรงเรียนพระปริยัติธรรมโดยใช้การจัดการเรียนการสอนเชิงรุก (Active Learning)

ปริยรัตน์ ศรีชัยวงศ์

นางนุช ตั้งใจเจริญทรัพย์*

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง

*Corresponding author's email: peipei@rmutl.ac.th

รับบทความ 7 เมษายน 2568; แก้ไขบทความ 1 กันยายน 2568; ตอบรับ 3 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้แบบสื่อสาร (communicative approach) ร่วมกับการเรียนรู้เชิงรุก (active learning) ต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของนักเรียนโรงเรียนพระปริยัติธรรม ซึ่งมักเผชิญข้อจำกัดด้านทรัพยากรการเรียนรู้และโอกาสฝึกฝนภาษาอังกฤษ กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ปีการศึกษา 2567 เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบสังเกตพฤติกรรม การสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบทดสอบก่อนเรียน หลังเรียน และหลังเรียนชะลอ (pre-test post-test และ delayed post-test) โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่า การใช้ Active Learning ควบคู่กับ Communicative Approach มีส่วนสำคัญในการเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เรียนอย่างมีนัยสำคัญ คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงขึ้นกว่าก่อนเรียนร้อยละ 30 และยังคงอยู่ในระดับสูงเมื่อประเมินซ้ำใน Delayed Post-test โดยเฉพาะทักษะการฟังและการพูดที่พัฒนาชัดเจน ขณะที่ทักษะการอ่านและการเขียนมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย นอกจากนี้ ครูผู้สอนและผู้บริหารสะท้อนมุมมองเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แนวทางดังกล่าว แม้จะยังมีข้อท้าทายในการปรับรูปแบบการสอนให้เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนพระปริยัติธรรม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การผสมผสาน Communicative Approach เข้ากับ Active Learning มีประสิทธิภาพในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของผู้เรียน และควรได้รับการต่อยอดผ่านการศึกษาเพิ่มเติมในบริบทที่กว้างขึ้น เพื่อพัฒนากลยุทธ์การเรียนรู้ที่ยั่งยืนในระยะยาว

คำสำคัญ: การจัดการเรียนการสอนเชิงรุก, แนวทางการสอนภาษาอังกฤษเชิงสื่อสาร (CLT), การพัฒนาภาษาอังกฤษ, ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ, โรงเรียนพระปริยัติธรรม

The Impact of Active Learning and the Communicative Approach on English Language Development in Buddhist Monastic Schools

Preeyarut Srichaiwong

*Nongnoot Tangjaijaroensap**

Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Lampang

*Corresponding author's email: peipei@rmutl.ac.th

Received 7 April 2025; Revised 1 September 2025; Accepted 3 September 2025

Abstract

This study aimed to investigate the effects of integrating the Communicative Approach with Active Learning on the development of English language skills among students in Buddhist monastic schools, who often face limitations in learning resources and opportunities to practice English. The participants were lower secondary school students enrolled in the 2024 academic year. Research instruments included classroom observations, in-depth interviews, and a series of language assessments administered as a Pre-test, Post-test, and Delayed Post-test. Data were analyzed using both descriptive and inferential statistics. The findings revealed that the integration of Active Learning and the Communicative Approach significantly enhanced student engagement. Post-test scores increased by an average of 30% compared to the Pre-test, and performance remained high in the Delayed Post-test. Listening and speaking skills showed the most notable improvement, while reading and writing skills demonstrated a slight decline. Teachers and school administrators expressed positive perceptions toward the approach, although challenges remained in adapting instructional practices to the specific context of Buddhist monastic schools. Overall, the results indicate that combining the Communicative Approach with Active Learning is an effective strategy for enhancing English language skills. Further research in broader contexts is recommended to develop sustainable learning strategies that can be applied across diverse educational settings.

Keywords: active learning, communicative approach (CLT), English language development, English communication skills, Buddhist monastic schools

บทนำ

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สำคัญสำหรับการสื่อสารในสังคมโลกปัจจุบัน การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากข้อมูล ข่าวสาร ความก้าวหน้า และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมส่งผลกระทบอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง การมีทักษะด้านภาษาจึงช่วยเพิ่มความเข้าใจในวิถีชีวิตและเปิดโอกาสในการเข้าถึงวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของประเทศต่าง ๆ (มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2566) นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อดำเนินกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจมีความจำเป็นมากยิ่งขึ้น ภาษาอังกฤษจึงมีบทบาทสำคัญในฐานะภาษากลางสำหรับการสื่อสารระดับนานาชาติ (เนิ่น ถิ บิ๊ก ถาว และคณะ, 2567) การพัฒนาทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่รวดเร็วส่งผลให้บุคคลในสังคมต้องสื่อสารกันมากขึ้นเพื่อดำเนินกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจ ภาษาอังกฤษจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารความคิดและดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความเข้าใจและแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีระหว่างกัน (ท้อปไฟว์อิงลิช, 2565) การเรียนรู้วลีภาษาอังกฤษสำหรับการเจรจาต่อรองสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและสร้างความมั่นใจในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี (Scholarship.in.th, 2563) เพราะจะทำให้มีความเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของแต่ละเชื้อชาติทำให้สามารถปฏิบัติตนต่อกันได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม จากความสำคัญดังกล่าวกระทรวงศึกษาธิการได้พัฒนาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 โดยกำหนดให้ภาษาอังกฤษอยู่ในกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ยึดมาตรฐานการเรียนรู้เป็นหลัก (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) ทำให้การจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษโดยใช้การสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (Communicative Language Teaching: CLT) สอดคล้องกับกรอบอ้างอิงความสามารถทางภาษาของสหภาพยุโรป (CEFR) ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ (พลสุข กรรณาริก และคณะ, 2566)

จากการศึกษาเอกสารการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการสื่อสารภาษาอังกฤษ เนื่องจากขาดทักษะด้านการสื่อสารและความมั่นใจในตัวเอง ซึ่งสาเหตุเกิดจากบุคลิกภาพส่วนตัว ความกลัวที่จะพูดเนื่องจากสำเนียงไม่ดี ความไม่เข้าใจในหลักไวยากรณ์ การใช้คำไม่เหมาะสมในบริบท และการมีคลังคำศัพท์ที่จำกัด (พระดำรงค์ชัย มหามิตร และสุพจน์ แก้วไพฑูรย์, 2567) นอกจากนี้จากการศึกษาผลการวิจัยด้านการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษที่ผ่านมาพบว่านักเรียนไม่กล้าพูดภาษาอังกฤษ เนื่องจากขาดการฝึกปฏิบัติที่เพียงพอ โดยเฉพาะการฝึกที่เน้นสถานการณ์จริง ซึ่งอาจมาจากความกลัวการทำผิดพลาดและแรงจูงใจในการเรียนรู้ที่ค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้บรรยากาศในชั้นเรียนที่อาจตึงเครียดและไม่เอื้อต่อการเรียนรู้ภาษา ยังส่งผลให้นักเรียนขาดความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (วริศรา มีบุญ, 2567) เช่นกัน ดังจะเห็นได้จาก ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษของนักเรียนในโรงเรียนปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษาในจังหวัดเชียงราย พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ไม่มีพื้นฐานภาษาอังกฤษที่ดีตั้งแต่ระดับประถมศึกษา ส่งผลให้นักเรียนขาดความมั่นใจในการแสดงออกและขาดแรงบันดาลใจในการเรียนภาษาอังกฤษ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษในโรงเรียนพระปริยัติธรรม (กันตยา มานะกุล และดำเนิน ปัญญาผ่องใส, 2567)

จากปัญหาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษของนักเรียนในโรงเรียนพระปริยัติธรรมนี้ ทำให้ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดที่จะนำมาแก้ปัญหา ซึ่งจากการศึกษาจากบทความและทฤษฎีของการเรียนการสอนเชิงรุก (active learning) พบว่า เป็นการจัดการเรียนการสอนที่จัดให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางของการเรียนการสอน กิจกรรมต้องสะท้อนความต้องการในการพัฒนาผู้เรียนและเน้นการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริงของผู้เรียน โดยการสร้างบรรยากาศของการมีส่วนร่วม การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้เป็นพลวัต ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมรวมทั้งกระตุ้นให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียนรู้ จัดสภาพการเรียนรู้แบบร่วมมือ ส่งเสริมให้เกิดการร่วมมือในกลุ่มผู้เรียน จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ท้าทาย และให้โอกาสผู้เรียนได้รับวิธีการสอนที่หลากหลาย วางแผนเกี่ยวกับเวลาในการจัดการเรียนการสอนอย่างชัดเจน ทั้งในส่วนของเนื้อหาและกิจกรรม ครูผู้สอนต้องยอมรับในความสามารถในการแสดงออกและความคิดของผู้เรียน ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมทั้งในและนอกชั้นเรียน

จากความสำคัญและปัญหาที่กล่าวมา การวิจัยครั้งนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษโดยใช้การเรียนรู้เชิงรุก (active learning) ในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน พัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและความมั่นใจในการใช้ภาษา นอกจากนี้ยังเน้นการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนสายศาสนา โดยมุ่งหวังให้ผู้เรียนสามารถนำทักษะที่ได้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน และส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพอย่างยั่งยืนในด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ

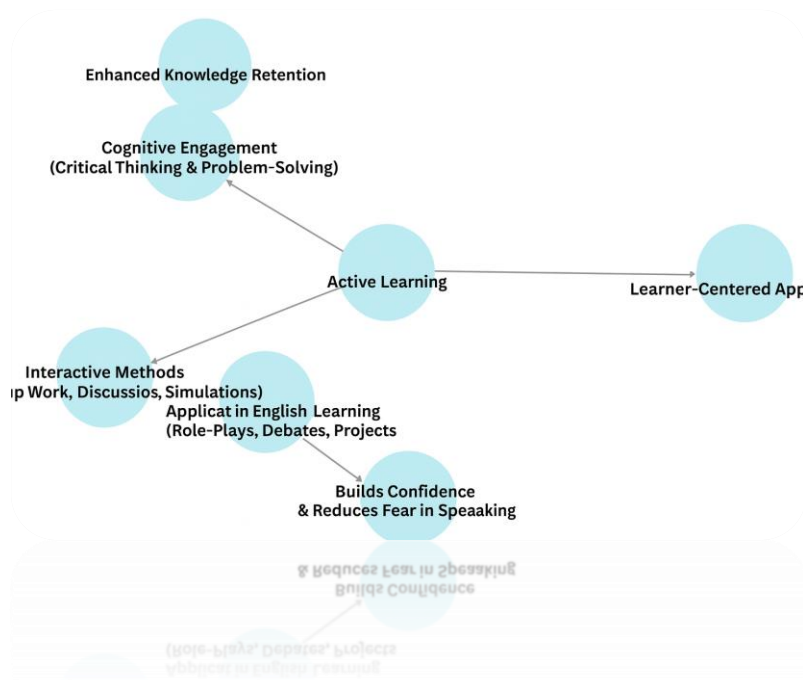
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)

การเรียนรู้เชิงรุก (active learning) เป็นแนวทางการสอนที่ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญในการสร้างองค์ความรู้ผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมการคิด วิเคราะห์ และแก้ปัญหา (Bonwell & Eison, 1991) แนวคิดนี้เน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ เช่น การทำงานกลุ่ม การอภิปราย และการแก้ไขสถานการณ์จำลองในชั้นเรียน (Meyers & Jones, 1993) การเรียนรู้เชิงรุกช่วยให้นักเรียนมีโอกาสดำเนินการนำความรู้ไปใช้ในสถานการณ์จริง ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้และการจดจำในระยะยาว (Freeman et al., 2014) โดยเฉพาะในวิชาภาษาอังกฤษ การเรียนรู้เชิงรุกช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกใช้ภาษาในสถานการณ์ที่หลากหลาย เช่น การแสดงบทบาทสมมติ การโต้เถียง และการทำโครงการ ซึ่งช่วยลดความกลัวในการพูดภาษาอังกฤษและเพิ่มความมั่นใจในการสื่อสาร (Prince, 2004; Sivan et al., 2000) ดังแสดงได้แผนภาพดังต่อไปนี้

ภาพที่ 1

แผนภาพแสดงองค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)



จากภาพที่ 1 แสดงองค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้เชิงรุกที่เน้นให้ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญในการสร้างองค์ความรู้ผ่านกระบวนการที่หลากหลาย เริ่มจากแนวทางที่ให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (learner-centered approach) ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา (cognitive engagement) ควบคู่ไปกับการใช้วิธีการเรียนแบบโต้ตอบ (interactive methods) เช่น การทำงานกลุ่มและการจำลองสถานการณ์ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจดจำความรู้ในระยะยาว (enhanced knowledge retention) โดยเฉพาะในการเรียนภาษาอังกฤษ วิธีนี้ช่วยให้ผู้เรียนมีโอกาสนฝึกใช้ภาษาในสถานการณ์จริง (application in English learning) เช่น การโต้เถียงและการแสดงบทบาทสมมติ ซึ่งนำไปสู่การลดความกลัวในการใช้ภาษาและเพิ่มความมั่นใจในการสื่อสาร (builds confidence & reduces fear in speaking)

2. แนวคิด Communicative Approach

แนวทาง Communicative Approach มุ่งพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะการพูดและการฟัง ผ่านสถานการณ์จำลองที่ใกล้เคียงชีวิตจริง เช่น การสนทนา การถามตอบ และการทำงานเป็นทีม (Richards & Rodgers, 2001) นอกจากนี้ยังส่งเสริมการใช้ภาษาในบริบททางสังคม เช่น การเจรจาและการอภิปราย (Canale & Swain, 1980) ซึ่งเหมาะสำหรับนักเรียนที่ต้องการพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะในโรงเรียนสายศาสนา ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

องค์ประกอบของแนวทางการสอน Communicative Approach

หัวข้อ	รายละเอียด
เป้าหมาย	พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์จริง
แนวทางหลัก	- สร้างสถานการณ์การเรียนรู้จากชีวิตจริง - กระตุ้นการปฏิสัมพันธ์ของนักเรียน - เรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารจริง
วิธีการสอน	- การสนทนา/การถามตอบ/การอภิปราย/การเจรจาต่อรอง/การนำเสนอในที่สาธารณะ
กลุ่มเป้าหมาย	- นักเรียนที่ต้องการพัฒนาทักษะการพูดและการฟัง เช่น นักเรียนในโรงเรียนสายศาสนา
ผลที่คาดหวัง	- นักเรียนสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างเป็นธรรมชาติ/ลดความกลัวในการใช้ภาษา

ตารางที่ 1 แสดงองค์ประกอบสำคัญของการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษตามแนวทาง Communicative Approach โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์จริง ผู้เรียนจะได้ฝึกฝนการใช้ภาษาในบริบทที่ใกล้เคียงกับชีวิตประจำวัน ผ่านแนวทางหลักที่เน้นการสร้างสถานการณ์การเรียนรู้จากชีวิตจริง กระตุ้นให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักเรียน และจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารจริง ในด้านวิธีการสอน ครูผู้สอนจะใช้กิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การสนทนา การถามตอบ การอภิปราย การเจรจาต่อรอง และการนำเสนอในที่สาธารณะ ซึ่งช่วยให้นักเรียนได้ใช้ภาษาอย่างเป็นธรรมชาติ และเกิดการเรียนรู้เชิงปฏิบัติที่แท้จริง กลุ่มเป้าหมายของการสอนตามแนวทางนี้ คือ นักเรียนที่ต้องการพัฒนาทักษะการพูดและการฟัง โดยเฉพาะนักเรียนในโรงเรียนสายศาสนาที่มักขาดโอกาสฝึกใช้ภาษาในชีวิตประจำวัน การจัดการเรียนการสอนในลักษณะนี้จึงมีความเหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในบริบทดังกล่าว ผลที่คาดหวังคือ นักเรียนสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างเป็นธรรมชาติ ลดความกลัวหรือความกังวลในการใช้ภาษา และมีความมั่นใจมากขึ้นในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการจัดการเรียนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในบริบทของโรงเรียนมัธยมสายศาสนาในประเทศไทยชี้ให้เห็นว่า นักเรียนมักประสบปัญหาในการเรียนภาษาอังกฤษ ได้แก่ การขาดความมั่นใจ และความกลัวในการพูดภาษาอังกฤษ (พระมหาดำรงชัย มหามิตร และสุพจน์ แก้วไพฑูรย์, 2567) ปัญหาเหล่านี้มักเกิดจากข้อจำกัดด้านทรัพยากรการเรียนการสอน รวมถึงบรรยากาศในชั้นเรียนที่ไม่เอื้อต่อการเรียนรู้ภาษา อย่างไรก็ตาม การประยุกต์ใช้การเรียนรู้เชิงรุก (active learning) ในบริบทดังกล่าวช่วยเพิ่มความสนใจและการมีส่วนร่วมของนักเรียนในกระบวนการเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Seemanath & Watanapokakul, 2024) ยิ่งไปกว่านั้น การใช้ Communicative Approach ร่วมกับการเรียนรู้เชิงรุกยังมีส่วนช่วยพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอังกฤษของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความต้องการเฉพาะตัวของผู้เรียน งานวิจัยของ จุราภรณ์ ปฐมวงษ์ จากโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้า

กบินทร์บุรี ได้พัฒนารูปแบบการเรียนรู้เชิงรุกเพื่อเสริมสร้างทักษะการพูดภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยใช้กิจกรรมเชิงปฏิบัติที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักเรียนในทุกขั้นตอน เช่น การแสดงบทบาทสมมติและการอภิปรายกลุ่ม ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ารูปแบบการเรียนรู้สามารถพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ (จุราภรณ์ ปฐมวงษ์, 2565) นอกจากนี้ ผลการศึกษาของจิตติน เพลงสันเทียะ และสุนิศา โฆษิตชัยวัฒน์ ยังแสดงให้เห็นว่า การเรียนรู้เชิงรุกมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยกิจกรรมที่ใช้ในชั้นเรียน ได้แก่ การนำเสนอข้อมูล การสนทนาในกลุ่ม และการแสดงความคิดเห็น ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจและความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษของนักเรียนได้อย่างชัดเจน (จิตติน เพลงสันเทียะ และสุนิศา โฆษิตชัยวัฒน์, 2565) ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 มนัสวี แก้วพลี ได้พัฒนาการจัดการเรียนรู้เชิงรุกควบคู่กับการสอนที่เน้นการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในรูปแบบไฮบริดสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 งานวิจัยนี้ผสมผสานกิจกรรมออนไลน์กับกิจกรรมในห้องเรียน เช่น การทำงานกลุ่ม การแก้ปัญหา และการนำเสนอรายงาน ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการสอนดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและเพิ่มพูนความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักเรียนในบริบทที่มีข้อจำกัดของการเรียนการสอนแบบปกติได้อย่างมีประสิทธิภาพ (มนัสวี แก้วพลี, 2566) การค้นพบเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการเรียนรู้เชิงรุกและ Communicative Approach ในการส่งเสริมการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของนักเรียนในบริบทที่หลากหลาย โดยเฉพาะในโรงเรียนที่มีความต้องการพิเศษด้านทรัพยากรและรูปแบบการสอนที่ยืดหยุ่นตามสถานการณ์

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของ Communicative Approach และ Active Learning ต่อการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของนักเรียนในกระบวนการเรียนการสอน
3. เพื่อระบุความท้าทายในการจัดการเรียนการสอนและแนวทางการปรับปรุง

กรอบแนวคิดในการศึกษา

กรอบความคิดในการวิจัย ได้แก่ การจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (communicative approach) ของนักเรียนในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ที่ใช้การจัดการเรียนการสอนเชิงรุก (active learning) ส่งผลต่อความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารของนักเรียน

ขอบเขตของการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระปริยัติธรรมกลุ่ม 6 จำนวน 4 โรงเรียน ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 ได้มาโดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ประกอบด้วยนักเรียนจำนวน 90 คน จากโรงเรียนพระปริยัติธรรมในจังหวัดลำปางและน่าน โดยการใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิ (stratified random sampling) เพื่อให้ได้สัดส่วนที่เหมาะสมของนักเรียนจากแต่ละโรงเรียน กลุ่มตัวอย่างถูกแบ่งตามพื้นฐานทางวิชาการและระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษ เพื่อให้เกิดความเป็นตัวแทนที่สมดุล ทั้งนี้ นักเรียนที่มีใบรับรองความสามารถทางภาษาอังกฤษระดับสูงถูกคัดออกจากการศึกษาเพื่อรักษาความสม่ำเสมอของระดับทักษะในกลุ่มตัวอย่าง ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 90 คน ได้รับการกำหนดตามหลักการคำนวณของ Krejcie and Morgan (1970) ซึ่งเป็นมาตรฐานทางสถิติที่ได้รับการยอมรับในการวิจัยทางการศึกษา เพื่อให้มั่นใจว่าผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือและสามารถขยายผลในบริบทที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังรายละเอียดตารางที่ 2

ตารางที่ 2

การกระจายกลุ่มตัวอย่างตามโรงเรียน

จังหวัด	โรงเรียน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
ลำปาง	วัดพระแก้วดอนเต้า	23 คน
	วัดปงสนุก	22 คน
น่าน	วัดพระธาตุแช่แห้ง	23 คน
	วัดศรีพันต้น	22 คน
รวม	ทั้งหมด	90 คน

ตารางที่ 2 แสดงการกระจายกลุ่มตัวอย่าง 90 คน จากโรงเรียนพระปริยัติธรรมในจังหวัดลำปางและน่าน โดยการใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิ (stratified random sampling) เพื่อให้ได้สัดส่วนที่เหมาะสมของนักเรียนในแต่ละพื้นที่ นักเรียนจากจังหวัดลำปางมาจากวัดพระแก้วดอนเต้า (23 คน) และวัดปงสนุก (22 คน) ขณะที่นักเรียนจากจังหวัดน่านมาจากวัดพระธาตุแช่แห้ง (23 คน) และวัดศรีพันต้น (22 คน) การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในลักษณะนี้ช่วยให้เกิดความสมดุลในการเปรียบเทียบผลลัพธ์ของการเรียนรู้ระหว่างโรงเรียนในแต่ละจังหวัด

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ การจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา โดยใช้การจัดการเรียนการสอนเชิงรุก (active learning)

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลของการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (communicative approach) ของนักเรียนในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ที่ใช้การจัดการเรียนการสอนเชิงรุก (active learning)

วิธีการศึกษา

1. การดำเนินการวิจัย

1.1 การศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การวิจัยนี้เริ่มต้นด้วยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยก่อนหน้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับแนวทาง Active Learning และ Communicative Approach เพื่อนำมาเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนภาษาอังกฤษให้เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนพระปริยัติธรรม (Richards & Renandya, 2022) โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของนักเรียน รวมถึงอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น เช่น แรงจูงใจในการเรียนรู้ที่ต่ำ ความกลัวในการใช้ภาษาอังกฤษ และข้อจำกัดด้านทรัพยากรทางการศึกษา นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังใช้แนวทางการเปรียบเทียบผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องในระดับชาติและนานาชาติ เพื่อตรวจสอบว่าหลักการที่เลือกใช้นั้นมีพื้นฐานทางทฤษฎีที่มั่นคง และสามารถปรับใช้ได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (Creswell & Poth, 2023)

1.2 การพัฒนาเครื่องมือวิจัย การศึกษานี้ใช้เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสังเกตพฤติกรรม เพื่อวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของนักเรียน แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับนักเรียน ครู และผู้บริหารเพื่อตรวจสอบมุมมองด้านการสอน และแบบสอบถามที่ใช้ Likert Scale 5 ระดับ วัดทัศนคติและความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ เครื่องมือเหล่านี้ได้รับการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผ่าน Index of Item-Objective Congruence (IOC) ซึ่งมีค่าคะแนน 0.80–1.00 และผ่านการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง 30 คน เพื่อตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (reliability) ด้วย Cronbach's Alpha = 0.85 แสดงถึงความสอดคล้องภายในที่ดี (Field, 2018) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลวิจัยมีการออกแบบการทดสอบภายหลังระยะเวลา (delayed post-test) ใน 3-6 เดือน หลังการทดลองเรียน เพื่อประเมินการคงอยู่ของความรู้และทักษะภาษาอังกฤษ ตลอดจนวิเคราะห์ผลกระทบระยะยาวของ Active Learning และ Communicative Approach ในบริบทของโรงเรียนพระปริยัติธรรม

2. การกำหนดกรอบแนวคิดและการเก็บข้อมูล

2.1 การสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน การวิจัยนี้ดำเนินการสังเกตพฤติกรรมของนักเรียน โดยเน้นการประเมินการมีส่วนร่วมในการเรียนภาษาอังกฤษ และการใช้ภาษาในสถานการณ์จำลอง

2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์เชิงลึกจัดทำกับนักเรียน ครู และผู้บริหาร เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับประสบการณ์การเรียนการสอน และผลกระทบของ Active Learning โดยใช้ Semi-Structured Interview Guide ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง

2.3 การวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง การศึกษานี้วิเคราะห์หลักสูตรและแผนการสอน เพื่อประเมินความเหมาะสมของแนวทางการเรียนการสอน พร้อมทั้งเปรียบเทียบกับ CEFR (Common European Framework of Reference for Languages) เพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาสอดคล้องกับมาตรฐานสากล (Creswell & Poth, 2023)

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลเชิงคุณภาพถูกวิเคราะห์โดยใช้ Thematic Analysis (Braun & Clarke, 2021) ในขณะที่ข้อมูลเชิงปริมาณถูกประเมินผ่านการวิเคราะห์ทางสถิติ เช่น การคำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Field, 2018) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย การศึกษานี้จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ (comparative data analysis) ระหว่าง Pre-Test, Post-Test และ Delayed Post-Test เพื่อตรวจสอบพัฒนาการด้านทักษะภาษาอังกฤษในระยะยาว

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาประเมินประสิทธิภาพของ Active Learning และ Communicative Approach ในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของนักเรียนโรงเรียนพระปริยัติธรรม โดยใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพผ่าน Pre-test Post-test และ Delayed Post-test การสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักเรียน ครู และผู้บริหาร ผลการศึกษพบว่าแนวทางการสอนดังกล่าวช่วยพัฒนาความสามารถทางภาษาอังกฤษอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะด้านการพูดและการฟัง ลดความกลัวในการใช้ภาษาและเพิ่มความมั่นใจของนักเรียนในการสื่อสาร ทั้งนี้การเปรียบเทียบคะแนนระหว่างช่วงเวลาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การสังเกตพฤติกรรมและสัมภาษณ์เชิงลึกยืนยันว่า Active Learning และ Communicative Approach ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักเรียน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสภาพแวดล้อมการเรียนการสอนที่คล้ายคลึงกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ แสดงผลการวิจัยดังนี้

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (Pre-test vs. Post-test & Delayed Post-Test)

ผลการวิเคราะห์คะแนน Pre-test, Post-test และ Delayed Post-test แสดงให้เห็นว่าการใช้ Communicative Approach และ Active Learning ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.05$) ตามการวิเคราะห์ค่า t-test โดยเฉพาะทักษะการพูดและการฟังที่มีแนวโน้มพัฒนามากที่สุดเมื่อเทียบกับ Pre-test

ตารางที่ 3

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนก่อนและหลังเรียน

ทักษะภาษาอังกฤษ	Pre-test (%)	Post-test (%)	Delayed Post-Test (%)
การพูด (Speaking)	42.5	79.2	74.0
การฟัง (Listening)	48.1	82.0	76.5
การอ่าน (Reading)	53.7	78.3	71.8
การเขียน (Writing)	46.9	75.0	69.5

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระหว่างก่อนเรียน (pre-test) หลังเรียน (post-test) และภายหลัง 3-6 เดือน (delayed post-test) โดยพบว่าทักษะการพูดและการฟังพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญจากการใช้ Communicative Approach และ Active Learning และยังคงอยู่ในระดับสูงใน Delayed Post-Test แม้ว่าทักษะการอ่านและการเขียนจะมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยเนื่องจากโอกาสฝึกฝนน้อยลง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่ม การสนทนาในสถานการณ์จริง และการฝึกฝนอย่างต่อเนื่องเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การเรียนรู้คงอยู่ในระยะยาว

2. ผลการวิจัยจากการใช้แบบสังเกตการเรียนรู้

ผลการวิจัยพบว่านักเรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้เชิงรุกมากขึ้น โดยสามารถปฏิบัติกิจกรรมที่ส่งเสริมการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ นักเรียนแสดงออกผ่านทักษะฟัง พูด อ่าน และเขียนทั้งในกิจกรรมสำคัญและการสนทนาในชีวิตประจำวัน เช่น การทักทาย การโต้ตอบกับครูและเพื่อน และการใช้ภาษาอังกฤษในชั้นเรียนตามแนวทางที่กำหนด นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และแนวทาง Active Learning ทำให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ส่งเสริมการนำความรู้ไปใช้ในบริบทจริง จากการสังเกตพฤติกรรมของนักเรียนในชั้นเรียนพบว่าแนวทาง Active Learning และ Communicative Approach ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญ โดยพบการเปลี่ยนแปลงดังนี้

ตารางที่ 4

การเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักเรียนก่อนและหลังใช้ Active Learning

พฤติกรรมของนักเรียน	ก่อนใช้ Active Learning	หลังใช้ Active Learning
การกล้าแสดงออก	นักเรียนเฉยๆ ไม่กล้าพูด กลัวใช้ผิด	นักเรียนมีความมั่นใจ กล้าพูดมากขึ้น
การโต้ตอบในชั้นเรียน	มีปฏิสัมพันธ์น้อย ตอบคำถามสั้น ๆ	มีการโต้ตอบที่ดีขึ้น แสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล
การมีส่วนร่วมในกิจกรรม	เข้าร่วมกิจกรรมอย่างจำกัด	มีส่วนร่วมในกิจกรรมมากขึ้น สนใจเรียน
การใช้ภาษาอังกฤษ	ใช้ภาษาไทยเป็นหลักในชั้นเรียน	ใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้นในการสื่อสารกับครูและเพื่อน

ตารางที่ 4 แสดงผลหลังการใช้ Active Learning นักเรียนมีความมั่นใจมากขึ้นในการใช้ภาษาอังกฤษ มีการโต้ตอบในชั้นเรียนดีขึ้น และมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้มากขึ้น สะท้อนถึงผลกระทบเชิงบวกของแนวทางการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

ตารางที่ 5

ผลการสังเกตพฤติกรรมของนักเรียนในชั้นเรียน

พฤติกรรมในชั้นเรียน	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
การตอบคำถามและเข้าร่วมกิจกรรม	+65%
ความกล้าแสดงออกในกิจกรรมกลุ่มและการอภิปราย	+35%
การใช้ภาษาอังกฤษแทนภาษาไทยในชั้นเรียน	+58%

ตารางที่ 5 แสดงแนวทาง Active Learning และ Communicative Approach ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของนักเรียนในชั้นเรียน โดยพบว่านักเรียนมีความกระตือรือร้นในการตอบคำถามและเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้นถึง 65% สะท้อนถึงความมั่นใจที่เพิ่มขึ้นในการใช้ภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ นักเรียนยังมีพัฒนาการด้านความกล้าแสดงออกในกิจกรรมกลุ่มและการอภิปราย ซึ่งเพิ่มขึ้น 35% แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวในการสื่อสารผ่านกิจกรรมแบบโต้ตอบ ขณะที่การใช้ภาษาอังกฤษแทนภาษาไทยในห้องเรียนเพิ่มขึ้น 58% บ่งชี้ถึงความคุ้นเคยที่มากขึ้นในการใช้ภาษาอังกฤษในบริบทการเรียนรู้จริง ส่งผลให้นักเรียนสามารถนำความรู้ไปใช้ในสถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ นักเรียนมีความกล้าแสดงออกมากขึ้น มีการใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนาในห้องเรียนเพิ่มขึ้น และเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ อย่างกระตือรือร้นมากขึ้น

3. ผลสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews)

ผลสัมภาษณ์เชิงลึกสะท้อนถึงมุมมองของนักเรียน ครูผู้สอน และผู้บริหารเกี่ยวกับผลกระทบของ Active Learning และ Communicative Approach ในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของนักเรียน นักเรียนให้ความเห็นเกี่ยวกับความสนุกและความมั่นใจที่เพิ่มขึ้นในการใช้ภาษา ครูมองเห็นการเปลี่ยนแปลงด้านการมีส่วนร่วมและการสื่อสาร ขณะที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับความเป็นไปได้ในการขยายแนวทางนี้ไปยังโรงเรียนอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายที่ต้องพิจารณา เช่น การพัฒนาครูผู้สอนและข้อจำกัดด้านทรัพยากร ดังรายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 6

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการใช้ Active Learning และ Communicative Approach

หัวข้อ	มุมมองของนักเรียน	มุมมองของครูผู้สอน	มุมมองของผู้บริหาร
ความคิดเห็น	85% ของนักเรียนรู้สึกสนุก	90% ของครูเห็นว่านักเรียนมี	สนับสนุนให้ขยาย
เกี่ยวกับแนว	และไม่กลัวการพูดจากการใช้	พัฒนาการด้านการสื่อสารและ	แนวทางนี้ไปยังโรงเรียน
ทางการสอน	Communicative Approach	การมีส่วนร่วมมากขึ้น	พระปริยัติธรรมอื่น ๆ
ประโยชน์ของ	78% ระบุว่า Active Learning	มีข้อเสนอแนะให้ปรับวิธีการสอน	ทรัพยากรที่จำกัดเป็น
Active Learning	ช่วยให้จดจำคำศัพท์และไวยากรณ์	ให้เหมาะสมกับนักเรียนแต่ละกลุ่ม	อุปสรรคต่อการขยาย
	ได้ดีขึ้น		แนวทางนี้
ความท้าทาย	นักเรียนบางคนยังมีอุปสรรคในการ	ครูบางท่านยังไม่คุ้นเคยกับแนวทาง	ต้องการพัฒนาครูผู้สอน
	ปรับตัวเข้ากับการเรียนเชิงรุก	Communicative Approach	เพิ่มเติมเพื่อรองรับ
			แนวทางนี้

จากตารางที่ 6 สรุปความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญต่อแนวทางการเรียนรู้แบบ Active Learning และ Communicative Approach โดยสะท้อนถึงข้อดีที่ได้รับและความท้าทายที่ยังคงมีอยู่ ซึ่งสามารถนำไปปรับปรุงในการพัฒนาแนวทางการสอนต่อไป

อภิปรายผลการศึกษา

1. การวิเคราะห์ความสอดคล้องของผลการวิจัยกับวัตถุประสงค์

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลกระทบของ Active Learning และ Communicative Approach ต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของนักเรียนโรงเรียนพระปริยัติธรรม โดยมุ่งเน้นทั้งการฟัง พูด อ่าน และเขียน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้เชิงรุก ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าแนวทางดังกล่าวช่วยเพิ่มความมั่นใจและการใช้ภาษาอังกฤษอย่างเป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะด้านการฟังและการพูด ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่สำคัญก่อนการทดลอง อีกทั้งยังพบว่าการใช้ภาษาอังกฤษในห้องเรียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะที่การฟังภาษาไทยลดลง สะท้อนถึงการปรับพฤติกรรมการเรียนรู้ในเชิงบวก

ผลลัพธ์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1.1 ประเมินผลกระทบของ Active Learning และ Communicative Approach ต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีพัฒนาการด้านการฟังและการพูดที่ชัดเจน ขณะที่ทักษะการอ่านและการเขียนแม้จะลดลงเล็กน้อยใน Delayed Post-Test แต่โดยรวมยังคงดีกว่าก่อนการทดลอง

1.2 วิเคราะห์การมีส่วนร่วมของนักเรียน อัตราการเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้น 65% และการใช้ภาษาอังกฤษในชั้นเรียนสูงขึ้น 58% แสดงถึงพฤติกรรมการเรียนรู้ที่เปลี่ยนแปลงในเชิงบวกและคงทน

1.3 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการสอนและผลลัพธ์ Active Learning และ Communicative Approach ส่งเสริมความมั่นใจและความสามารถในการใช้ภาษาในสถานการณ์จริง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ที่เน้นปฏิสัมพันธ์และการลงมือปฏิบัติ

2. การเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ผ่านมา

ผลการศึกษาสนับสนุนงานวิจัยที่ชี้ว่า Active Learning และ Communicative Approach มีประสิทธิภาพ เช่น Seemanath and Watanapokakul (2024) ที่พบว่าการเรียนรู้เชิงรุกช่วยเพิ่มแรงจูงใจและประสิทธิผลของผู้เรียน ขณะเดียวกัน จุราภรณ์ ปฐมวงษ์ (2565) ยืนยันว่าการอภิปรายกลุ่มพัฒนาทักษะการพูดได้อย่างมีนัยสำคัญ และมนัสวี แก้วผลึก (2566) พบว่า Hybrid Learning ซึ่งผสมผสานรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ช่วยเสริมความมั่นใจและการใช้ภาษาอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลลัพธ์

ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความสนใจของผู้เรียนและกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ขณะเดียวกัน การสนับสนุนจากครูและโรงเรียนก็เป็นปัจจัยเสริมที่สำคัญ ครูที่ได้รับการอบรม Active Learning สามารถออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมและเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ได้อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดด้านทรัพยากร เช่น สื่อและอุปกรณ์การเรียนรู้ อาจเป็นอุปสรรคต่อการขยายผลแนวทางนี้

4. การประยุกต์ใช้ผลการวิจัย

ผลลัพธ์สามารถนำไปปรับใช้ในโรงเรียนพระปริยัติธรรมอื่น ๆ หรือในโรงเรียนที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะการบูรณาการ Active Learning และ Communicative Approach ในหลักสูตรการเรียนการสอน นอกจากนี้ ควรพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมครูเพื่อเพิ่มทักษะในการออกแบบกิจกรรมเชิงรุกให้เหมาะสมกับผู้เรียนในแต่ละบริบท

5. ข้อจำกัดของการวิจัย

งานวิจัยนี้ไม่มีการใช้กลุ่มควบคุม จึงไม่สามารถสรุปได้อย่างแน่ชัดว่าการพัฒนาทักษะเกิดจากแนวทางการสอนเพียงอย่างเดียว ขนาดกลุ่มตัวอย่างยังมีจำกัด และไม่ได้พิจารณาปัจจัยเสริม เช่น แรงจูงใจภายใน หรือสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ อีกทั้งความแตกต่างด้านพื้นฐานภาษาของผู้เรียนและข้อจำกัดด้านทรัพยากรยังเป็นอุปสรรคที่สำคัญ

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและบทสรุป

ควรมีการศึกษาเชิงทดลองระยะยาวเพื่อประเมินผลลัพธ์ที่คงอยู่ รวมถึงการวิจัยในรูปแบบ Hybrid Learning ที่บูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนการศึกษาในบริบทที่หลากหลายเพื่อให้ผลลัพธ์สามารถนำไปใช้ได้อย่างกว้างขวาง การพัฒนาหลักสูตรและการอบรมครูเพิ่มเติมจะช่วยให้แนวทางนี้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

โดยสรุป การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า Active Learning และ Communicative Approach มีประสิทธิผลในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของนักเรียนโรงเรียนพระปริยัติธรรม โดยช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ การมีส่วนร่วมและความสามารถในการสื่อสาร แม้ว่าจะมีข้อจำกัดบางประการ แต่แนวทางดังกล่าวสามารถขยายผลและปรับใช้ในบริบทการศึกษาที่กว้างขึ้นได้

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้บริหาร คณาจารย์ และครูผู้สอนจากโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ในจังหวัดลำปางและจังหวัดน่าน ที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดียิ่ง ทั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย และเสนอแนะแนวทางปรับปรุงให้ผลงานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตลอดจนขอขอบคุณคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง ที่ให้การสนับสนุนด้านวิชาการและทรัพยากรที่จำเป็นต่อการศึกษาวิจัยฉบับนี้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*.
<https://academic.obec.go.th/web/news/view/75>
- กันตยา มานะกุล และดำเนิน ปัญญาผ่องใส. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษ
 ของนักเรียนในโรงเรียนปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษาในจังหวัดเชียงราย. *วารสารศรีสุวรรณภูมิ
 บริหารคน*, 2(1), 21–30. <https://so14.tci-thaijo.org/index.php/JSBR/article/view/558>
- จิตติน เพลงสันเทียะ และสุนิศา โฆษิตชัยวัฒน์. (2565). ผลการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อทักษะการพูด
 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. *วารสารศึกษาศาสตร์
 มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 20(2), 138–152. [https://so02.tci-thaijo.org/index.php/suedujournal/
 article/view/256403](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/suedujournal/article/view/256403)
- จุราภรณ์ ปฐมวงษ์. (2565). การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เพื่อส่งเสริมทักษะการพูด
 สนทนาภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. *วารสารการเรียนรู้สมัยใหม่*, 7(4), 143–159.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/254587>
- เฉลิม ถิ บิ๊ก ถาว, เรขา อรัญวงศ์ และนิติกร อ่อนโยน. (2567). ผลของการใช้รูปแบบการเรียนการสอน
 โดยบูรณาการทฤษฎีประมวลสารสนเทศและการเรียนรู้เชิงสถานการณ์ที่ส่งเสริมสมรรถนะการ
 สื่อสารด้านการฟังและการพูดภาษาเวียดนามสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี. *วารสารมหาจุฬ
 นาครทรรคน*, 11(9), 110–120. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/279823>
- ท็อปไฟว์อิงลิช. (2565). *7 ข้อความสำคัญภาษาอังกฤษทางธุรกิจในเศรษฐกิจโลกปัจจุบัน*.
<https://top5english.com/ความสำคัญ-ของ-ภาษาอังกฤษ/>
- พระดำรงชัย มหามิตร และสุพจน์ แก้วไพฑูรย์. (2567). การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ
 รายวิชาภาษาอังกฤษ เรื่อง Situational Dialogue ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียน
 วัดเมธังกราวาส อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ โดยใช้สถานการณ์เป็นฐานการเรียนรู้ (Situation
 Based Learning). *วารสาร มจร โกศัลยปริทรรศน์*, 2(3), 45–59. [https://so12.tci-thaijo.org/
 index.php/jmkr/article/view/2441](https://so12.tci-thaijo.org/index.php/jmkr/article/view/2441)
- พลสุข วรรณาริก, ณรงค์ศักดิ์ ลุนสำโรง, นพรัตน์ กันทะพิกุล และอาทิตย์ อินทร์ดีบ. (2566). การจัดการ
 เรียนรู้ภาษาอังกฤษโดยใช้การสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร: CLT สอดคล้องกับกรอบอ้างอิง
 ความสามารถทางภาษาของสหภาพยุโรป: CEFR. *วารสารปัญญา*, 30(2), 121–137.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/panya-thjo/article/view/261885>
- มนัสวี แก้วผลึก. (2566). การพัฒนาความสามารถทางภาษาอังกฤษด้วยการจัดการเรียนรู้เชิงรุก ร่วมกับการ
 การสอนเน้นการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร รูปแบบไฮบริดภายใต้สถานการณ์ COVID-19 สำหรับ
 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 20(89),
 114–128. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/SNGSJ/article/view/253723>

มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2566). *ความสำคัญของการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศในยุคโลกาภิวัตน์*.

https://avs.kku.ac.th/OER-KKU/101/UTQ-2109/unit1/content/content1/cont-1_1.html

วรศรา มีบุญ. (2567). การพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษที่เรียนรู้ด้วยวิธีการสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางและเล่าเรื่อง (TPRS) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1. *วารสารการพัฒนาศึกษาปีที่ 1*.

9(11), 464–474. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/278164>

Bonwell, C. C., & Eison, J. A. (1991). *Active learning: Creating excitement in the classroom*. ASHE–ERIC Higher Education Reports.

Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. Sage.

Canale, M., & Swain, M. (1980). Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing. *Applied Linguistics*, 1(1), 1–47. <https://doi.org/10.1093/applin/I.1.1>

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2023). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (5th ed.). Sage.

Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). Sage.

Freeman, S., Eddy, S. L., McDonough, M., Smith, M. K., Okoroafor, N., Jordt, H., & Wenderoth, M. P. (2014). Active learning increases student performance in science, engineering, and mathematics. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(23), 8410–8415. <https://doi.org/10.1073/pnas.1319030111>

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>

Meyers, C., & Jones, T. B. (1993). *Promoting active learning: Strategies for the college classroom*. Jossey-Bass.

Prince, M. (2004). Does active learning work? A review of the research. *Journal of Engineering Education*, 93(3), 223–231. <https://doi.org/10.1002/j.2168-9830.2004.tb00809.x>

Richards, J. C., & Renandya, W. A. (2022). *Methodology in language teaching: An anthology of current practice*. Cambridge University Press.

Richards, J. C., & Rodgers, T. S. (2001). *Approaches and methods in language teaching* (2nd ed.). Cambridge University Press.

Scholarship.in.th. (2563, 6 พฤศจิกายน). รวม 18 หัวข้อวลีภาษาอังกฤษที่มีประโยชน์สำหรับ “การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ”. <https://www.scholarship.in.th/english-phrases-for-negotiations/>

- Seemanath, P., & Watanapokakul, S. (2024). Active learning in English at work: Assessing effectiveness and EFL undergraduate student attitudes. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 17(1), 538–571. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/LEARN/article/view/270426>
- Sivan, A., Leung, R. W., Woon, C., & Kember, D. (2000). An implementation of active learning and its effect on the quality of student learning. *Innovations in Education and Training International*, 37(4), 381–389. <https://doi.org/10.1080/135580000750052991>

ย่านดัง อาหารเด็ด : กลวิธีทางภาษาที่ใช้โน้มน้าวใจ ในการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองบนแอปพลิเคชัน TikTok

นันทกานต์ พูลเกื้อ*

นิรากร สุกทับ

พิชชาอร อุดมทรัพย์ขจร

พรหมมินทร์ ประไพพงษ์

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

*Corresponding author's email: nantakarnpoolkuea@gmail.com

รับบทความ 10 มิถุนายน 2568; แก้ไขบทความ 1 กันยายน 2568; ตอรับ 1 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

“บรรทัดทอง” เป็นย่านธุรกิจด้านอาหารแหล่งใหม่ที่ได้รับคามนิยมมาจากการรีวิวบนสื่อออนไลน์ บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาที่ใช้โน้มน้าวใจในการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองบนแอปพลิเคชัน TikTok ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองจากช่อง TikTok ที่เป็นการรีวิวร้านอาหารภายในคลิปจำนวน 5 ร้านขึ้นไป และเผยแพร่ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 ถึง 31 ธันวาคม 2567 พิจารณาจากช่องที่มีจำนวนผู้ติดตาม 10,000 คนขึ้นไป เป็นวิดีโอที่มีจำนวนถูกใจ 10,000 ครั้งขึ้นไป และยอดการรับชม 100,000 ครั้งขึ้นไป จำนวน 15 วิดีโอ ผลการศึกษาพบว่า กลวิธีทางภาษาที่ใช้โน้มน้าวใจในการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองผ่านช่องทาง TikTok มี 6 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การประเมินค่า การแสดงทัศนภาวะ การแนะนำ การระบุกลุ่มเป้าหมาย และการใช้คำถามเชิงวาทีศิลป์ กลวิธีดังกล่าวทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูล และมีบทบาทสำคัญในการสะท้อนความคิดในการโน้มน้าวใจของผู้รีวิวที่ต้องการเปลี่ยนแปลงความคิด อารมณ์และการตัดสินใจของผู้รับชมได้อย่างชัดเจน

คำสำคัญ: กลวิธีทางภาษา, การโน้มน้าวใจ, การรีวิว

Trendy Neighborhoods and Tasty Bites: Persuasive Language Strategies in Restaurant Reviews of Banthat Thong Area on TikTok

*Nantakarn Poolkuea**

Nirapron Suktab

Pitchaorn Udomsapkajorn

Prommin Prapaipong

Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

*Corresponding author's email: nantakarnpoolkuea@gmail.com

Received 10 June 2025; Revised 1 September 2025; Accepted 1 September 2025

Abstract

Banthat Thong is a well-known food business area which has gained popularity on social media platforms. Thus, this article aims to examine linguistic persuasive strategies used in restaurant reviews of the Banthat Thong area on TikTok application. The dataset consisted of fifteen review videos published between January 1 and December 31, 2024, each meeting the following criteria: they reviewed at least five restaurants, were uploaded by channels with over 10,000 followers, and received more than 10,000 likes and 100,000 views. The study found that six linguistic persuasive strategies were employed in the reviews: word choice, evaluation, modality, recommendation, target group identification, and the use of rhetorical questions. These strategies not only convey information but also reflect the reviewers' persuasive intent, aiming to influence viewers' thoughts, emotions, and decision-making.

Keywords: linguistic strategies, persuasive, reviews

บทนำ

บรรทัดทองเป็นแหล่งรวบรวมร้านอาหารชื่อดัง ร้านอาหารเปิดใหม่ และร้านอาหารระดับมิชลินไกด์ อีกทั้งยังมีความหลากหลายของอาหารและราคา การจัดการระเบียบร้านเป็นระบบ การเดินทางที่สะดวก (แนวหน้า, 2567) ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่พลิกโฉมย่านบรรทัดทองให้เป็นที่ยอมรับทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติคือการสร้างสรรค์คลิปวิดีโอของบุคคลมีชื่อเสียงในสังคมออนไลน์หรืออินฟลูเอนเซอร์บนสื่อออนไลน์ต่าง ๆ โดยเฉพาะช่องทาง TikTok

TikTok เป็นแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย ดังจะเห็นข้อมูลได้จาก Rainmaket (khajochi, 2567) รายงานว่า จำนวนผู้ใช้โซเชียลมีเดียในประเทศไทยช่วงต้นปี 2024 TikTok ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวนผู้ใช้งานทั้งสิ้น 44.2 ล้านคน ลักษณะการใช้งานมีจุดเด่นด้วยการนำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้น แต่ต้องเน้นสาระหรือความเป็นบันเทิงในการนำเสนอ ขณะเดียวกันพฤติกรรมของผู้รับชมก็มีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์เนื้อหา (ณัฐพงษ์ สายพิน, 2564) เมื่อพิจารณาความนิยมในการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองบนแอปพลิเคชัน TikTok พบการใช้แฮชแท็กที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก อาทิ #บรรทัดทอง #ของกินบรรทัดทอง #บรรทัดทอง2025 โดย #บรรทัดทอง มีผู้ใช้มากกว่า 54,500 ครั้ง (สำรวจเมื่อวันที่ 5 พ.ค. 2568) ด้วยกระแสความนิยมดังกล่าวนี้จึงมีนักรีวิวจากช่องต่าง ๆ มาสร้างสรรค์เนื้อหาเกี่ยวกับร้านอาหารในย่านบรรทัดทองอย่างต่อเนื่อง ทั้งรูปแบบที่เป็นการจ้างผลิตจากร้านอาหารและแบบไม่รับจ้างผลิต ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า การรีวิวทั้งสองรูปแบบมีลักษณะร่วมกันคือการนำเสนอเนื้อหา และการใช้ภาษาเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้รับชมต้องการเดินทางไปรับประทานอาหารที่ย่านบรรทัดทอง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) “เริ่มที่ร้านแรกรอคิวประมาณสองชั่วโมงครึ่งเป็นร้านพาสตาที่กำลังเป็นกระแสอยู่ตอนนี้”

(ยองลิ่งลิ่งอยู่, 3 มี.ค. 67)

(2) “แล้วความน้ำจิ้มถั่วหวาน ๆ กับหมูทอดที่กรอบนอกนุ่มในเป็นอะไรที่เข้ากันมากเลย”

(ยองลิ่งลิ่งอยู่, 3 มี.ค. 67)

(3) “เฟิร์นลองสั่งเป็นมาม่าหมูกรอบไข่กุ้งคะ เคี้ยวไข่กุ้งมาเยอะดีนะ หมูกรอบก็ชิ้นใหญ่ดีแต่ว่าส่วนตัวเฟิร์นว่าหมูกรอบยังไม่ค่อยกรอบเท่าไร”

(bifern, 31 ก.ค. 67)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า มีการใช้กลวิธีทางภาษาในการรีวิวที่น่าสนใจ ทั้งการใช้คำว่า “กำลังเป็นกระแส” เพื่อสื่อถึงความนิยม การใช้คำว่า “หวาน ๆ” และ “กรอบนอกนุ่มใน” เพื่อสื่อลักษณะของอาหาร รวมทั้งการใช้คำว่า “เยอะดี” และ “ไม่ค่อยกรอบเท่าไร” เพื่อประเมินคุณค่าด้านบวกและลบ หลังจากรับประทานอาหาร การเลือกใช้กลวิธีทางภาษาในการรีวิวที่หลากหลายเช่นนี้ ล้วนส่งผลต่อจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับชมให้คล้อยตามไปตามการรีวิวได้

ด้วยเหตุนี้ลักษณะการใช้ภาษาของนักรีวิวจึงมีความน่าสนใจอย่างยิ่ง จากการทบทวนงานวิจัยที่ศึกษา กลวิธีทางภาษาในการรวิวนั้นยังไม่มีการศึกษาที่เลือกเฉพาะพื้นที่ ส่วนใหญ่จะศึกษาการรวิวสินค้าและบริการ ประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยการเขียนรวิวของเพจ Café Story (พรรณธร ครุธเนตร, 2565) ที่เน้นการรวิวเพจ Café Story และงานวิจัยโฆษณาร้านอาหารญี่ปุ่น (เรียว อิวาฮาร่า และสุจิตรา แซ่ลิ้ม, 2566) ที่เน้นการโฆษณาร้านอาหารญี่ปุ่น ดังนั้นหากมีงานวิจัยที่ศึกษาการใช้ภาษาในการรวิวร้านอาหารที่ เฉพาะเจาะจงไปยังพื้นที่หนึ่ง ๆ ซึ่งมีการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูง และได้รับความสนใจจากนักรีวิวอย่าง กว้างขวาง ก็อาจจะทำให้พบกลวิธีและหน้าที่ของภาษาโน้มน้าวใจในอีกบริบทหนึ่ง ซึ่งจะช่วยเติมเต็มช่องว่าง ขององค์ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ภาษาในการรวิวออนไลน์ที่ยังมีจำกัด ขณะเดียวกันผลการศึกษาอาจ สะท้อนถึงการใช้ภาษาที่มีประสิทธิภาพในการสร้างแรงจูงใจและการสื่อสารทางการตลาดของอาหารด้วย

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยสนใจการรวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองบนแอปพลิเคชัน TikTok จึงได้คัดเลือกวิดีโอที่ได้รับความนิยมมาวิเคราะห์ว่ามีการเลือกใช้กลวิธีทางใดบ้าง และกลวิธีนั้นมีผลต่อ การโน้มน้าวผู้รับชมอย่างไร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการรวิวบนแอปพลิเคชัน TikTok

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาที่ใช้โน้มน้าวใจในการรวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองบนแอปพลิเคชัน TikTok

ทบทวนวรรณกรรม

เนื่องด้วยงานวิจัยนี้ศึกษาประเด็นเกี่ยวกับการรวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทอง จึงจำแนกการทบทวน แนวคิดและงานวิจัยทั้งหมด 2 ส่วน ได้แก่ การโน้มน้าวใจ และการรวิว

1. การโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่ต้องการให้ผู้รับสารเกิดความคิด ความเชื่อ ความสนใจต่อ สารและปฏิบัติตาม อรรถธรณ์ ปิณฑโนโววาท (2546) อธิบายว่า ลักษณะทั่วไปของโน้มน้าวใจ คือ การที่ผู้โน้มน้าว พยายามมีอิทธิพลต่อผู้ถูกโน้มน้าว โดยการชักจูงให้ยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนแปลง หรือสร้างความคิด ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของผู้ฟัง

ในการโน้มน้าวใจ “ภาษา” เป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้โน้มน้าวใจจะต้องใช้ถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร เพื่อให้ เกิดการคล้อยตาม และประทับใจ ผู้โน้มน้าวใจจึงควรเลือกใช้ภาษาให้ชัดเจนว่าจะชักชวนให้ทำอะไรเกิดผลดี ผลเสียอย่างไรหากปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติตามคำชักชวน หากเห็นพ้องด้วยควรเปิดโอกาสให้ผู้รับการชักชวน ตัดสินใจเองว่าจะกระทำตามหรือไม่ (อวยพร พานิช และคณะ, 2550)

ทั้งนี้การโน้มน้าวใจจะมีจุดมุ่งใจที่มีผลต่อผู้รับสาร สามารถจำแนกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) จุดมุ่งใจ เชิงเหตุผล ประกอบด้วยด้านคุณลักษณะ ด้านราคาหรือความคุ้มค่า ด้านคุณภาพ ด้านความสะดวกสบาย

ด้านการเปรียบเทียบคู่แข่ง ด้านข่าวสารหรือข้อมูล ด้านการได้รับความนิยม ด้านสุขภาพ และด้านความปลอดภัย 2) จุดมุ่งใจเชิงอารมณ์ ประกอบด้วยด้านความตลกขบขัน ด้านความรัก ด้านเพศ ด้านการได้รับการยอมรับจากสังคม ด้านสถานภาพ ด้านความนิยมในตัวเอง ด้านความกลัว ด้านความโกรธ ด้านความรู้สึกลึกซึ้ง ด้านความนิยมเชื่อถือผู้มีชื่อเสียงและผู้รับรองสินค้า ด้านความแปลกใหม่ และด้านประสาทสัมผัส 3) จุดมุ่งใจเชิงเหตุผลร่วมกับอารมณ์ (อูรยา วงศ์ไชยคง, 2547)

ปัจจุบันมีงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้โน้มน้าวใจในสารประเภทต่าง ๆ อาทิ โฆษณาสินค้า เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพสำหรับผู้ใหญ่ (วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ, 2566) โฆษณาร้านอาหารญี่ปุ่น (เรียว อิวาฮาระ และสุจิตรา แซ่ลิ้ม, 2566) เพจเฟซบุ๊กชีวิตดีดีวิว (กัลยกร คมขำ หนัก และคณะ, 2562) งานวิจัยข้างต้นต่างมีผลการวิจัยที่สอดคล้องกันว่าภาษาที่ใช้โน้มน้าวใจจะมีลักษณะเด่นคือ กลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์หรือการใช้คำที่แสดงถึงข้อมูลพื้นฐานของสินค้า

2. แนวคิดการรีวิว (Review)

การรีวิว หรือบทวิจารณ์ เป็นการสื่อสารรูปแบบบอกต่อ (word-to-mouth) ซึ่งเป็นวิธีการที่นักการตลาดมองว่า มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และใช้โน้มน้าวใจในการตัดสินใจซื้อ การรีวิวสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การรีวิวจากผู้เชี่ยวชาญ (expert opinion) และการรีวิวจากคนทั่วไป (ordinary opinion) (Lu & Zhai, 2008) รีวิวจึงกลายเป็นเครื่องมือทางการตลาด เพื่อเผยแพร่ข้อมูลสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค มีรูปแบบการรีวิว 2 รูปแบบ ได้แก่ การรีวิวแบบหน้าม้า (seeing) กล่าวคือ การใช้บุคคลที่มีอิทธิพล (influencer) หรือบล็อกเกอร์ (blogger) มารีวิว เนื่องจากจะสามารถสื่อสารได้อย่างแนบเนียนอีกรูปแบบหนึ่งคือ การรีวิวแบบไม่ใช่หน้าม้า เป็นการสร้างเนื้อหาจากผู้คนที่ใช้งานจริง โดยไม่มีเจ้าของสินค้าเป็นเจ้าของเนื้อหานั้น ๆ (อัญมณี คงเจริญ, 2562)

อย่างไรก็ดี การรีวิวบนสื่อออนไลน์นั้นสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะการรีวิวโดยบุคคลที่มีชื่อเสียง ในการรีวิวจะนำเสนอข้อมูลสองส่วนร่วมกันคือ ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ และความคิดเห็นจากความรู้ของผู้รีวิว (Rothman, 2012 อ้างถึงใน จตุพล พรจาดรงค์, 2563) ผู้รีวิวจึงมีข้อควรคำนึง 2 ประการ ประการแรกคือ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ผู้รีวิวจะต้องบอกข้อมูลสินค้าโดยละเอียด บอกเล่าความรู้สึกหลังใช้งานผลิตภัณฑ์อย่างมีเหตุผล และแจ้งช่องทางการซื้อขายอย่างชัดเจน อีกประการหนึ่งคือ การสื่อสาร ผู้รีวิวต้องเลือกใช้ภาษาอย่างสละสลวย เหมาะสมกับกาลเทศะ แต่ต้องระวังการกล่าวถึงข้อติมากเกินไป และควรเปิดโอกาสให้ผู้สนใจได้แสดงความคิดเห็นด้วย (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2564)

ทั้งนี้ การรีวิวจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้น ผู้รีวิวมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง และปฏิเสธไม่ได้ว่าการเลือกใช้กลวิธีทางภาษาก็เป็นปัจจัยสำคัญ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมการรีวิวสินค้าและบริการต่าง ๆ อาทิ การเขียนรีวิวของเพจ Café Story (พรรณธรร ครุฑเนตร, 2565) งานเขียนรีวิวในเฟซบุ๊กแฟนเพจ TripTH ทริปไทยแลนด์ (นิตยา มีสุวรรณ, 2563) งานวิจัยข้างต้นต่างพบว่า การเลือกใช้คำศัพท์เป็น

กลวิธีทางภาษาที่โดดเด่น เนื่องจากการเลือกใช้คำศัพท์ที่มีความหมายเชิงบวก และสื่อถึงเอกลักษณ์ จะทำให้ผู้รับสารทราบถึงข้อมูลสำคัญ และมีผลต่อการตัดสินใจ

จากการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า การรีวิวเป็นการโน้มน้าวใจรูปแบบหนึ่งที่มิวัตถุประสงค์ให้ผู้รับสารเชื่อและคล้อยตาม แต่การรีวิวมีลักษณะที่โดดเด่นคือ การนำเสนอเนื้อหาโดยเน้นการแสดงความคิดเห็น และการแบ่งปันประสบการณ์ของผู้รีวิวเป็นสำคัญ ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดเรื่องการรีวิวคัดเลือกข้อมูล และใช้แนวคิดเรื่องการโน้มน้าวใจพิจารณากลวิธีทางภาษาในการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองบนแอปพลิเคชัน TikTok

วิธีการศึกษา

1. ศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการโน้มน้าวใจและการรีวิว
2. เก็บรวบรวมข้อมูลวิดีโอจากแอปพลิเคชัน TikTok โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) จากคลิปที่เป็นการรีวิวร้านอาหารภายในคลิปจำนวน 5 ร้านขึ้นไป และเผยแพร่ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 ถึง 31 ธันวาคม 2567 จากนั้นคัดเลือกเฉพาะช่องที่มีการรีวิวอาหารย่านบรรทัดทอง โดยพิจารณาจากช่องที่มีจำนวนผู้ติดตาม 10,000 คนขึ้นไป และเป็นวิดีโอที่มีจำนวนถูกใจ 10,000 ถูกใจขึ้นไป ยอดการรับชม 100,000 ครั้งขึ้นไป จำนวน 15 วิดีโอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งสะท้อนถึงการได้รับความนิยม และมีอิทธิพลต่อการผู้รับสารในวงกว้าง
3. นำข้อมูลมาวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ใช้โน้มน้าวใจ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการรีวิวและการโน้มน้าวใจ
4. เรียบเรียงผลการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัย
5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ใช้โน้มน้าวใจในการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองบนแอปพลิเคชัน TikTok พบกลวิธีทางภาษาทั้งหมด 6 กลวิธี มีรายละเอียดดังนี้

1. การเลือกใช้คำศัพท์

การเลือกใช้คำศัพท์เป็นกลวิธีทางภาษาที่เลือกใช้คำศัพท์เพื่อสื่อและกำหนดความคิดต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ในการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองพบการเลือกใช้คำศัพท์ต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกผัสสะ เป็นการเลือกใช้ถ้อยคำที่กล่าวถึงความรู้สึกที่เกิดจากสัมผัสทางจมูกและลิ้น จนทำให้รับรู้ถึงกลิ่น ผิวนสัมผัส และรสชาติ (พระประเจน กรุดตโม และคณะ, 2566)

พบคำศัพท์ที่บ่งบอกผัสสะถึงกลิ่น เช่น “หอม...” บ่งบอกผัสสะถึงผิวสัมผัส เช่น “นุ่ม” “นิ่ม” “บางกรอบ” “กรอบนอกนุ่มใน” บ่งบอกผัสสะถึงรสชาติ เช่น “อร่อย” “แซ่บ” “นัว” “เข้มข้น” “กลมกล่อม”

(1) “งานนี้คืองานที่ทุกคนลงความเห็นว่ายชอบที่สุด คือผัดซีอิ๊วยายรวย คือเส้นเค็มมัน หนุบนับ กลมกล่อม แล้วแบบหอมกระเทียมมาก ๆ ผัดมาแบบไม่แห้งเกินไป”

(bifern, 31 ก.ค. 67)

(2) “แล้วความน้ำจิ้มถั่วหวาน ๆ กับหมูทอดที่กรอบนอกนุ่มในเป็นอะไรที่เข้ากันมากเลย”

(ยองลิ่งลิ่งอยู่, 3 มี.ค. 67)

ตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกผัสสะอย่างหลากหลายดังตัวอย่างที่ (1) ใช้คำศัพท์บ่งบอกผัสสะถึงผิวสัมผัสคำว่า “หนุบนับ” และ “ไม่แห้งจนเกินไป” สื่อถึงเนื้อสัมผัสเส้นผัดซีอิ๊วที่มีความเหนียวนุ่ม ไม่แห้งจนแข็ง ประกอบการใช้คำศัพท์บ่งบอกผัสสะถึงรสชาติคือ “กลมกล่อม” สื่อถึงรสชาติต่าง ๆ ที่เข้ากันได้ดี และการใช้คำศัพท์บ่งบอกผัสสะถึงกลิ่นคือ “หอมกระเทียม” สื่อถึงกลิ่นของผัดซีอิ๊วที่มีความหอมเกรียมของกระเทียม ในตัวอย่างที่ (2) ใช้คำบ่งบอกผัสสะถึงรสชาติคือ “หวาน” สื่อถึงรสชาติของน้ำจิ้มถั่วที่มีรสชาติหวานพอเหมาะ และใช้คำศัพท์บ่งบอกผัสสะถึงผิวสัมผัสคือ “กรอบนอกนุ่มใน” สื่อถึงผิวสัมผัสของหมูทอดที่ทอดจนแป้งเหลืองกรอบ ขณะที่ด้านในยังนุ่มชุ่มฉ่ำ จะเห็นได้ว่าการใช้คำศัพท์บ่งบอกผัสสะจะทำให้ผู้รับชมรับรู้ถึงกลิ่น ผิวสัมผัส และรสชาติของอาหารจากผู้รีวิว รวมทั้งยังสามารถใช้โน้มน้าวใจให้ผู้รับชมเกิดอารมณ์ร่วม และต้องการรับประทานอาหารย่านบรรทัดทอง

1.2 การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกคุณภาพและปริมาณ เป็นการเลือกใช้ถ้อยคำที่กล่าวถึงคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบและสินค้า พบคำศัพท์ที่บ่งบอกคุณภาพและปริมาณ เช่น “สด” “ใหม่” “แน่น” “จุก” “ใหญ่” “แน่น” “ทะลัก” “ก้อนโต”

(3) “ทีเด็ดของร้านต้องยกให้พริกน้ำปลา ราดลงไปฉ่ำ ๆ แบบนี้อร่อยแบบคุณสองตัวกึ่งก็สด เนื้อแน่น ไม่เป็นขุย”

(พาไปไหน, 3 ก.ย. 67)

(4) “เฟิร์นลองสั่งเป็นมาม่าหมูกรอบไข่กึ่งคะ เคี้ยวไข่กึ่งมาเยอะดินะ หมูกรอบก็ชิ้นใหญ่ดี แต่ว่าส่วนตัวเฟิร์นว่าหมูกรอบยังไม่ค่อยกรอบเท่าไร”

(bifern, 31 ก.ค. 67)

ตัวอย่างที่ (3) เป็นการเลือกใช้คำศัพท์เพื่อสื่อถึงคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้คือ กุ้ง โดยใช้คำว่า “สด” “แน่น” และ “ไม่เป็นขุย” สื่อให้เห็นว่ากุ้งที่ใช้มีความสดใหม่และมีคุณภาพ ส่วนตัวอย่างที่ (4) ใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกปริมาณหรือขนาด ดังจะเห็นได้จากการใช้คำว่า “เยอะ” เพื่อสื่อว่าร้านค้าให้ไข่กึ่งในปริมาณมาก

และคำว่า “ใหญ่” เพื่อสื่อว่าร้านค้าให้หมูกรอบที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งอาจเกิดจากความคาดหวังที่ผู้ริวิวตั้งไว้ การเลือกใช้คำศัพท์ของผู้ริวิวข้างต้น อาจสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าและวัตถุดิบของร้านอาหารย่านบรรทัดทอง แก่ผู้รับชม และเกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

1.3 การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกความใหม่ เป็นการเลือกใช้ถ้อยคำที่กล่าวถึงความใหม่ของรายการอาหารและร้านอาหาร พบคำศัพท์ที่บ่งบอกความใหม่ เช่น “เปิดใหม่” “เพิ่งเปิดไม่นาน” “เมนูใหม่”

(5) “อันนี้ที่ร้านเปิดใหม่นะชื่อร้าน Chocalii เค้ายขายเป็นเซตครัวของต์ดริปนะทุกคน”

(Kinnkann65 (กินกัน), 26 ส.ค. 67)

(6) “ร้าน HAAB ขนมาไข่เจียว ตอนี้มีเมนูใหม่เป็นขนมดอกโดน แบบ Original”

(Dulliz, 23 ต.ค. 67)

ทั้งสองตัวอย่างข้างต้นเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกถึงความใหม่เหมือนกันคือ คำว่า “ใหม่” แต่ใช้บริบทที่ต่างกัน ตัวอย่างที่ (5) ใช้ขยายคำว่า “ร้าน” เพื่อสื่อให้ผู้รับชมริวิวทราบว่า ย่านบรรทัดทองมีร้านอาหารเปิดใหม่คือ ร้านขายครัวของต์ดริปชื่อร้าน Chocalii ส่วนตัวอย่างที่ (6) ใช้ขยายคำว่า “เมนู” เพื่อสื่อให้ผู้รับชมริวิวทราบว่า ร้าน HAAB ร้านขายขนมไข่ได้มีเมนูใหม่คือ เมนูขนมดอกโดนแบบดั้งเดิม การใช้คำว่า “ใหม่” ทั้งสองตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เดียวกันคือ เพื่อต้องการให้ผู้รับชมริวิวเกิดความรู้สึกต้องการทดลองมารับประทานอาหารในร้านอาหารเปิดใหม่หรือรายการอาหารใหม่ ๆ

1.4 การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกความนิยม เป็นการเลือกใช้ถ้อยคำที่กล่าวถึงความนิยม การได้รับความสนใจของผู้บริโภค พบคำศัพท์ที่บ่งบอกความนิยม เช่น “แมส” “ร้านดัง” “เจ๋ง” “เมนูดัง” “เป็นกระแส” “กำลังเป็นกระแส” “ต่อคิวกันเยอะมาก” “มีชื่อเสียงมาก ๆ”

(7) “เริ่มที่ร้านแรกคือประมาณสองชั่วโมงครึ่งเป็นร้านพาสตาที่กำลังเป็นกระแสอยู่ตอนนี้”

(ยองลิ่งลิ่งอยู่, 3 มี.ค. 67)

(8) “ร้านสุดท้ายของวันนี้ไอศกรีมเจ๋งบรรทัดทอง ปากัทไอศกรีม”

(Tikky_w, 25 พ.ย. 67)

ตัวอย่างที่ (7) และ (8) ปรากฏการเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกถึงความนิยม เพื่ออธิบายถึงการได้รับความนิยมของร้านอาหารย่านบรรทัดทอง ตัวอย่างที่ (8) ใช้คำว่า “กำลังเป็นกระแสอยู่ตอนนี้” ทำหน้าที่ขยาย “ร้านพาสตา” สื่อความว่าร้านพาสตาร้านนี้กำลังได้รับความนิยมจากคนในสังคม ณ ปัจจุบัน และตัวอย่างที่ (8) ใช้คำว่า “เจ๋ง” สื่อความว่า ร้านปากัทไอศกรีมเป็นร้านไอศกรีมที่ได้รับความนิยมจนมีชื่อเสียงโด่งดัง

กลวิธีนี้เป็นการเน้นย้ำความนิยมของร้านอาหาร ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้รับชมที่ต้องการทดลองรับประทานอาหารในร้านที่กำลังเป็นกระแส

1.5 การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกถึงตัวเลือกหรือความหลากหลาย เป็นการเลือกใช้ถ้อยคำที่แสดงถึงตัวเลือกหรือความหลากหลายของรายการอาหาร วัตถุดิบ และรสชาติอาหาร พบคำศัพท์ที่บ่งบอกถึงความหลากหลาย เช่น “มีให้เลือกหลากหลาย” “มีให้เลือกหลายอย่าง” “มีให้เลือกเยอะแยะมากมาย” “หลายแบบ” “เลือก.....ได้”

(9) “ไปต่อกับร้านถึงหูลู่มีให้เลือกหลายแบบเลย แบบนี้จะไม๊ละ 100 บาท”

(พาไปไหน, 3 ก.ย. 67)

(10) “ร้านลาคุที่ จุดเด่นของร้านคือตัวชาแปลกและเลือกระดับความหวานได้”

(พาไปไหน, 3 ก.ย. 67)

การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกถึงตัวเลือกหรือความหลากหลาย ในตัวอย่างที่ (10) ใช้คำว่า “หลายแบบ” เพื่อสื่อให้ผู้รับชมหรือทราบดีว่าร้านถึงหูลู่ มีรายการอาหารให้เลือกหลากหลาย ขณะที่ ตัวอย่างที่ (11) ใช้คำว่า “เลือกระดับความหวานได้” เพื่อสื่อว่าร้านชาลาคุที่มีความหวานหลายระดับ ผู้บริโภคสามารถเลือกระดับความหวานได้ตามความต้องการ การกล่าวถึงตัวเลือกที่หลากหลายอาจส่งผลดีต่อร้านค้า เพราะจะทำให้ผู้รับชมหรือทราบดีว่าสินค้าในร้านนั้น ๆ มีหลายชนิด หรือมีบริการหลายรูปแบบ ข้อมูลดังกล่าวอาจมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้รับชมหรือ

1.6 การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ เป็นการเลือกใช้ถ้อยคำที่กล่าวถึงลักษณะเด่น ความเฉพาะของร้านอาหารหรืออาหารที่แตกต่างจากที่อื่น พบคำศัพท์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ เช่น “แบบต้นตำรับชาได้” “สูตรนครสวรรค์” “สูตรนำเข้า” “สไตลโลคอล”

(11) “ฟู้ปิง สเลอร์ป๊ชาไทยอร่อยเข้มข้น แบบต้นตำรับชาได้”

(Dulliz, 23 ต.ค. 67)

(12) “หอมครก ขนมครกบางกรอบสูตรนครสวรรค์ ทำใหม่สดทุกกล่อง”

(Tikky_w, 25 พ.ย. 67)

ในตัวอย่างที่ (11) มีการใช้คำศัพท์บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ว่า “สูตรต้นตำรับชาได้” เพื่อสื่อว่าสเลอร์ป๊ชาไทยร้านฟู้ปิงมีความแตกต่างจากร้านอื่น เนื่องจากชาไทยของร้านนี้มีต้นตำรับหรือมีสูตรดั้งเดิมจากภาคใต้ สอดคล้องกับตัวอย่างที่ (12) ใช้คำว่า “สูตรนครสวรรค์” เพื่อสื่อว่าขนมครกของร้านหอมครกแตกต่างจาก

ร้านอื่น ๆ เพราะเป็นสูตรจากจังหวัดนครสวรรค์ การเลือกใช้กลวิธีนี้จะช่วยให้ผู้รับชมเข้าใจเบื้องต้นว่าอาหารน่าจะมีความอร่อยอย่างไร อีกทั้งยังเป็นการเน้นย้ำเอกลักษณ์ซึ่งอาจใช้เป็นจุดขายของร้านอาหารได้

2. การประเมินค่า

การประเมินค่าเป็นกลวิธีทางภาษาที่ใช้ถ้อยคำเพื่อสื่อถึงการตัดสิน รับรอง ยืนยัน ว่าสิ่งที่ผู้รีวิวนำเสนอเป็นสิ่งที่ดี เหมาะสม และควรค่าแก่การปฏิบัติตามของผู้รับชม มีกลวิธีย่อย 3 กลวิธี ดังนี้

2.1 การประเมินค่าแบบให้คะแนนหรือจัดอันดับ เป็นกลวิธีที่เกี่ยวกับการวัดคุณค่า จัดอันดับ หรือให้คะแนนตามเกณฑ์ของผู้พูดเอง เช่น “10 เต็ม 10” “No. 1” “อันดับ 1” เป็นต้น

(13) “แล้วตัวตึงอีกร้านคือป้านี้กุ้งแช่น้ำปลาถ้วยนี้ 115 บาท แต่กุ้งก็คือตัวใหญ่มากอันนี้เราให้ 10 เต็ม 10”

(ยองลิ่งกลิ้งอยู่, 3 มี.ค. 67)

(14) “ร้าน No.1 ในดวงใจคะ ป้านี้กุ้งแช่น้ำปลา”

(เบรฟว่าอ้อย, 24 มิ.ย. 67)

จากตัวอย่างข้างต้นมีการประเมินค่าต่างกัน ตัวอย่างที่ (13) ประเมินแบบให้คะแนนโดยใช้คำว่า “10 เต็ม 10” เป็นการให้คะแนนจากความคิดและความรู้สึกของผู้รีวิว หลังจากได้รับประทานกุ้งแช่น้ำปลา โดยพิจารณาจากรสชาติ ราคา ปริมาณ ขนาด ความอร่อย และคุณค่า จึงมีการตัดสินให้คะแนนเต็ม ตัวอย่างที่ (14) เป็นการจัดอันดับโดยใช้คำว่า “No.1” ซึ่งหมายถึงลำดับที่ 1 เพื่อให้เห็นว่า ผู้รีวิวจัดอันดับให้ร้านป้านี้กุ้งแช่น้ำปลาเป็นร้านลำดับที่ 1 จากมุมมองของผู้รีวิว อาจกล่าวได้ว่า การประเมินค่าให้แบบคะแนน หรือจัดลำดับ จะทำให้ผู้รับชมคาดการณ์คุณภาพของอาหารได้ อีกทั้งหากผู้รีวิวช่องต่าง ๆ ประเมินค่าในแนวทางเดียวกัน จะเป็นประโยชน์ต่อผู้รับชม เพราะจะเป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

2.2 การประเมินค่าด้านความคุ้มค่า เป็นกลวิธีที่ใช้ถ้อยคำเกี่ยวกับการยืนยันคุณภาพ เพื่อประเมินความคุ้มค่าของอาหารที่ได้รับประทาน เช่น “คุ้มค่า” “คุ้มค่ากับการรอคอย” “ถือว่าคุ้มค่าเลย”

(15) “ปริมาณก็จะประมาณนี้ก็ถือว่าคุ้มค่าเลย ทุกโต๊ะเค้าจะมีน้ำจิ้มซีฟู้ดให้”

(พาไปไหน, 3 ก.ย. 67)

(16) “สปาเกตตีมันกุ้งสไปซ์ซี รสชาติพุดได้เลยว่าคุ้มค่ากับการรอคอย”

(หงส์หยก, 11 ก.ย. 67)

การประเมินค่าด้านความคุ้มค่าในตัวอย่างที่ (15) ใช้คำว่า “คุ้มค่า” มาขยายปริมาณของอาหาร สื่อให้เห็นว่าปริมาณอาหารคุ้มค่ากับราคา ส่วนตัวอย่างที่ (16) ใช้คำว่า “คุ้มค่ากับการรอคอย” ขยายรสชาติของสปาเกตตี เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมั่นใจในรสชาติของอาหารว่ารอแล้วไม่ผิดหวัง การใช้กลวิธีนี้ในการรีวิวสะท้อนว่าการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมิได้มีเฉพาะรสชาติและคุณภาพของอาหารเท่านั้น แต่คำนึงถึงความคุ้มค่าของราคาที่ต้องจ่ายและเวลาที่ต้องรอ ด้วยเหตุนี้ผู้รีวิวจึงต้องทำหน้าที่ประเมินเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้รับชม

2.3 การประเมินค่าด้านราคา เป็นการใช้ถ้อยคำที่สื่อถึงการตัดสินใจ รับรอง ยืนยัน ที่เกี่ยวข้องกับราคา พบคำแสดงการประเมินค่าด้านราคา เช่น “ดี” “ยอดเยี่ยมมาก” “น่ารักมาก”

(17) “เราเลยพามากินร้านโคตรเซียนสปาเกตตีค่ะ ตอนเราไปเนี่ยคือของแทบหมด ทุกอย่างแล้วนะคะ ก็เลยสั่งเป็นเส้นแพตตูชีนินะคะ...แล้วรสชาติคือจัดจ้านนมเบอร์วันค่ะ ถ้าพูดในเรื่องของราคาก็ต้องบอกว่าราคา ยอดเยี่ยมมาก”

(Bravabie, 9 มี.ค. 67)

(18) “รสชาติของเค้าคือทำถึงมากเลยอะ เส้นพาสตาหนึบ ตัวซอสเข้มข้น แล้วราคาคือ น่ารักมาก”

(ยองลิ่งลิ่งอยู่, 3 มี.ค. 67)

จากตัวอย่างที่ (17) เป็นการประเมินค่าด้านราคา โดยใช้คำว่า “ยอดเยี่ยมมาก” เพื่อสื่อว่าแม้อาหารที่ผู้รีวิวรับประทานจะเป็นเมนูสปาเกตตี แต่เป็นเมนูที่มีราคาถูกลง สอดคล้องกับ ตัวอย่างที่ (18) ใช้คำประเมินราคาว่า “น่ารักมาก” เพื่อสื่อว่าพาสตาที่รับประทานมีราคาไม่แพง สามารถซื้อรับประทานได้ ทั้งสองตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า กลวิธีการประเมินค่าด้านราคาเป็นหนึ่งในปัจจัยที่โน้มน้าวใจให้ผู้รับชมตัดสินใจรับประทาน เพราะเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสม

3. การแสดงทัศนภาวะ

การแสดงทัศนภาวะเป็นกลวิธีทางภาษาที่ผู้รีวิวใช้แสดงความคิดเห็นจากมุมมองของตนที่มีต่อสินค้าและบริการของร้านอาหาร เพื่อให้ผู้รับชมได้รับข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นจากผู้รีวิว ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์โดยตรง มีกลวิธีย่อย 2 กลวิธี ดังนี้

3.1 การแสดงสภาวะทางความคิด เป็นกลวิธีที่แสดงทัศนะและความรู้สึกของผู้พูด เพื่อแสดงออกว่าสิ่งที่พูดเกิดจากความคิดของตัวผู้รีวิวเอง โดยปรากฏคำที่เป็นการแสดงทัศนภาวะทางความคิด เช่น “น่ารัก” “น่าจะ...”

(19) “ชื่อร้าน Juneny Candy ร้านนี้จะเด่นเรื่องไฝๆนะครับ ไฝๆสตรอว์เบอร์รี น่ากินมากเลย สตรอว์เบอร์รีลูกใหญ่ ๆ”

(Tikky_w, 25 พ.ย. 67)

(20) “ปิดท้ายด้วยร้านนี้เลยฮีสานแซบ สมปรปาก คือตอนแรกกะเฟิร์มนี้กะเฟิร์มอิมแล้วน่าจะกินได้น้อย แต่พอเปิดเมนูปั๊บ โอ้โฮ น่าอิททั้งนั้นเลยอะ สั่งมาเยอะมาก”

(bifern, 31 ก.ค. 67)

ตัวอย่างที่ (19) และ (20) พบการเลือกใช้คำว่า “น่า” เพื่อแสดงความคิดเห็นของผู้รีวิวในตัวอย่างที่ (19) ใช้คำว่า “น่ากินมากเลย” เป็นการแสดงความคิดเห็นต่อไฝๆของร้าน Juneny Candy ว่ามีหน้าตาน่ารับประทาน เพราะมีสตรอว์เบอร์รีที่มีขนาดใหญ่ ขณะที่ตัวอย่างที่ 20 ใช้คำว่า “น่าจะกินได้น้อย” เป็นการกล่าวเพื่อแสดงความคิดเห็นให้ผู้รับชมทราบว่า เดิมผู้รีวิวคาดว่าตนจะรับประทานได้ปริมาณน้อย แต่เมื่อเห็นอาหารแล้วกลับกระตุ้นความอยากรับประทานให้เพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับการใช้คำว่า “น่าอิท” ซึ่งเป็นการแสดงความคิดเห็นต่ออาหารนั้นว่าน่ารับประทาน จึงเป็นเหตุให้สั่งอาหารปริมาณมาก จนลิ้มความอิมไปชั่วขณะหนึ่งได้ อย่างไรก็ดี การรีวิวโดยมุ่งเน้นเฉพาะการแสดงความคิดเห็นเชิงบวกก็เป็นกลวิธีหนึ่งที่สามารถโน้มน้าวให้ผู้รับชมคล้อยตามกับการกล่าวอ้างของผู้รีวิวได้

3.2 การใช้ภาษาแสดงการออกตัว เป็นกลวิธีที่ผู้รีวิวใช้การพูดเพื่อกันตัว หรือแก้ไขตัวไว้ก่อน ในบริบทการรีวิวมักจะใช้ในสถานการณ์ที่ผู้รีวิวคาดการณ์ว่า ความคิดเห็นของตนอาจไม่สอดคล้องกับผู้อื่น โดยใช้คำว่า “ส่วนตัว” “คิดว่า” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(21) “ส่วนอีกแก้วจะเป็นสเลอปิชาเย็น อันนี้ลองสั่งแบบหวานน้อยรสชาติก็กลมกล่อมดีนะ แต่ส่วนตัว ชอบหวานปกติมากกว่า”

(Bifern, 31 ก.ค. 67)

(22) “ร้านนี้ก็ร้านดังอีกแล้ว ขนมไขโคตรเนย จริง ๆ ร้านนี้ดังมากเลยนะ แล้วโบว์ก็ไม่เคยกิน เอาจากหน้าตาโบว์คิดว่ามันก็ได้จะอร่อยขนาดนั้น แต่พอดมแล้วก็กินเข้าไป โอ้โฮ ทุกคนมันว้าวมาก”

(Bow kanyarat, 21 พ.ค. 67)

ตัวอย่างที่ (21) ใช้คำว่า “ส่วนตัว” เพื่อออกตัวว่า ผู้รีวิวชื่นชอบสเลอปิชาเย็นรสชาติหวานปกติมากกว่าสชาติหวานน้อย ซึ่งอาจจะไม่ได้สอดคล้องกับความชอบของคนอื่น ๆ ตัวอย่าง (22) ใช้คำว่า “คิดว่า” เพื่อออกตัวว่าในความคิดส่วนตัวของผู้รีวิว เมื่อเห็นรูปลักษณะของขนมไขแล้วมีความคิดเห็นว่ารสชาติอาจจะไม่อร่อย แต่ผู้อื่นอาจมีความเห็นตรงกันข้ามว่ารูปลักษณะนั้นน่ารับประทาน การที่ผู้รีวิวเลือกใช้ภาษาแสดงการออกตัวนั้น เป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้ผู้รับชมเข้าใจว่า ความคิดเห็นดังกล่าวเป็นเพียงมุมมองของผู้รีวิวเท่านั้น

ผู้รับชมจึงไม่ควรยึดถือความคิดเห็นของผู้รีวิวเป็นสิ่งที่ถูกต้องเสมอไป อีกทั้งจะช่วยป้องกันผู้รีวิวในกรณีผู้รีวิวคนอื่น ๆ หรือผู้รับชมมีความคิดเห็นที่ต่างออกไป

4. การแนะนำ

การแนะนำเป็นกลวิธีทางภาษาที่ผู้รีวิวใช้ถ้อยคำชี้แนะข้อมูลต่าง ๆ ไปยังผู้รับชม มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับชมปฏิบัติตาม พบคำแสดงการแนะนำ เช่น “แนะนำ” “ต้องลอง” “ต้องซื้อ” “ต้องแวะ” “ห้ามพลาด” “ต้องห้ามพลาด” “ไปลอง”

(23) “ใครหาส้มตำอร่อย ๆ ก็แนะนำร้านนี้เลย”

(เบบี่อีฟฟฟฟ, 21 ส.ค. 67)

(24) “ใครสายหวานสายชีสต้องห้ามพลาดร้านนี้”

(ยองลิ่งลิ่งอยู่, 3 มี.ค. 67)

จากตัวอย่างที่ (23) เป็นการแนะนำโดยใช้คำว่า “แนะนำ” เพื่อแนะนำให้ผู้รับชมที่ต้องการรับประทานส้มตำทราบว่า ส้มตำร้านนี้มีรสชาติอร่อย ลักษณะเดียวกันกับตัวอย่างที่ (25) เป็นการแนะนำโดยใช้คำว่า “ต้องห้ามพลาด” เพื่อแนะนำร้านอาหารให้ผู้รับชมที่มีความชื่นชอบในรสชาติหวาน และชอบรับประทานชีสว่าไม่ควรพลาดร้านอาหารดังกล่าว จะเห็นได้ว่าหน้าที่ของผู้รีวิวมิได้มีเพียงการอธิบายรสชาติอาหาร หรือการบริการของร้านเท่านั้น แต่มีทำหน้าที่แนะนำด้วย ซึ่งเป็นกลวิธีที่โน้มน้าวใจในลักษณะเชิญชวนผู้รับชมมารับประทานอาหาร เพื่อจะได้พิสูจน์ว่าอาหารจะอร่อยเหมือนที่รีวิวไว้หรือไม่ ทั้งนี้อาจตั้งข้อสังเกตได้ว่าเมื่อการแนะนำปรากฏรวมกับการระบุกลุ่มเป้าหมาย ก็อาจมีลักษณะคล้ายกับบอกให้ทำตาม เพื่อเป็นการยืนยันว่า หากผู้รับชมเป็นผู้ที่ชื่นชอบอาหารประเภทนั้น ๆ จริง จำเป็นจะต้องมารับประทานที่ร้านนี้

5. การระบุกลุ่มเป้าหมาย

การระบุกลุ่มเป้าหมายเป็นกลวิธีทางภาษาที่ใช้ถ้อยคำที่กล่าวถึงบุคคลที่มีความชื่นชอบ หรือมีความเกี่ยวข้องกับอาหาร พบคำแสดงการแนะนำ เช่น “เด็กอ้วน” “สายหวาน” “สายแซ่บ”

(25) “ตัวโมจิของเค้ามีความกรอบนอกหนึบใน ใครสายหวานสายชีสต้องห้ามพลาดร้านนี้”

(ยองลิ่งลิ่งอยู่, 3 มี.ค. 67)

(26) “ละเลงเนย ร้านเนยกรอบขวัญใจเด็กอ้วนอย่างเรา”

(Dulliz, 23 ต.ค. 67)

จากตัวอย่าง (25) มีการระบุกลุ่มเป้าหมายโดยใช้คำว่า “สายหวานสายชีส” หมายถึง ผู้ที่ชื่นชอบการรับประทานของหวานและผู้ชื่นชอบรับประทานชีส ตัวอย่างที่ (26) ใช้คำว่า “เด็กอ้วน” ซึ่งมีนัยยะทาง

ความหมายว่า บุคคลที่ชื่นชอบรับประทานอาหารเป็นอย่างมาก การเลือกใช้กลวิธีนี้ในการรีวิวจะทำให้ผู้รับชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทราบว่า อาหารร้านนี้น่าจะมีรสชาติที่ถูกปากของคนแต่ละกลุ่มโดยเฉพาะ

6. การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์เป็นกลวิธีทางภาษาโดยใช้การถามที่ไม่ต้องการคำตอบ แต่เป็นการถามเพื่อให้ผู้รับชมรีวิวได้มีโอกาสคิดตามและพิจารณาการรีวิว อีกทั้งมีการอธิบายหรือนำเสนอความคิดของตัวเอง ผู้รีวิว พบการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ เช่น

(27) “แล้วที่ทุกคนเห็นเนี่ยเรียกไข่อะไรกันคะคือเฟิร์นอะเห็นแล้วนึกถึงไข่ไดโนเสาร์ เพราะว่ามันลูกใหญ่ อันนี้ร้านมันส์แท้”

(bifern, 31 ก.ค. 67)

(28) “หอมปังสังขยาอย่างเด็ด เข้าร้านไปนะ หอมกลิ่นขนมปังกับสังขยาตีเข้ามาแบบเนี่ย ผมแบบอ้ยหอมไปหรือเปล่าพี่”

(ป้อชอบกิน, 13 ต.ค. 67)

การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้รีวิวไม่ได้ต้องการคำตอบจากผู้รับชม แต่ต้องการให้ผู้รับชมได้ถูกคิด ดังตัวอย่างที่ (27) ใช้คำถามว่า “แล้วที่ทุกคนเห็นเนี่ยเรียกไข่อะไรกันคะ” เพื่อให้ผู้รับชมพิจารณาลักษณะของอาหารที่มีขนาดใหญ่กว่าปกติ ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของอาหารที่กำลังรีวิว ส่วนตัวอย่างที่ (28) ใช้คำถามว่า “หอมเกินไปหรือเปล่าพี่” เพื่อต้องการให้ผู้รับชมได้จินตนาการตามถึงกลิ่นหอมของขนมปังสังขยา จนผู้รีวิวได้กลิ่นอย่างชัดเจน ทั้งสองตัวอย่างแสดงให้เห็นว่าการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์เป็นการสื่อให้ผู้รับชมรีวิวได้ลองพิจารณาความชอบความต้องการของตนเองผ่านคำถามและการนำเสนอความคิดของผู้รีวิว เพื่อให้เห็นลักษณะเด่นของอาหารที่กำลังรีวิว ณ ขณะนั้น

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษากลวิธีทางภาษาที่ใช้ใ้มนำมาใช้ในการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองบนแอปพลิเคชัน TikTok พบกลวิธีทางภาษา 6 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การประเมินค่า การแสดงทัศนภาวะ การแนะนำการระบุกลุ่มเป้าหมาย และการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ กลวิธีทางภาษาดังกล่าวต่างมีหน้าที่ใ้มนำมาตามแนวคิดเรื่องจุดจูงใจ ซึ่งสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับแนวคิดเรื่องจุดมุ่งใจ

จุดมุ่งใจ	กลวิธีทางภาษา
1. จุดมุ่งใจเชิงเหตุผล	
1.1 จุดมุ่งใจด้านราคาหรือความคุ้มค่า	- การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกถึงตัวเลือกหรือความหลากหลาย - การประเมินค่าแบบให้คะแนนหรือจัดอันดับ - การประเมินค่าด้านความคุ้มค่า - การประเมินค่าด้านราคา
1.2 จุดมุ่งใจด้านคุณภาพ	- การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกคุณภาพและปริมาณ - การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์
1.3 จุดมุ่งใจด้านการได้รับความนิยม	- การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกความนิยม
2. จุดมุ่งใจเชิงอารมณ์	
2.1 จุดมุ่งใจด้านความนิยมเชื่อถือผู้มีชื่อเสียงและผู้รับรองสินค้า	- การแสดงสภาวะทางความคิด - การใช้ภาษาแสดงการออกตัว - การแนะนำ
2.2 จุดมุ่งใจด้านประสาทสัมผัส	- การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกผัสสะ
2.3 จุดมุ่งใจด้านความแปลกใหม่	- การเลือกใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกความใหม่
2.4 จุดมุ่งใจด้านความนิยมในตัวเอง	- การระบุกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้การศึกษากลวิธีทางภาษาที่ใช้โน้มน้าวใจในการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองบนแอปพลิเคชัน TikTok ผู้วิจัยพบว่า กลวิธีทางภาษา บทบาทของผู้รีวิว ลักษณะของแอปพลิเคชันและความนิยมของคลิปวิดีโอ ล้วนมีความสัมพันธ์กันและช่วยให้การโน้มน้าวใจบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งมีข้อสังเกต 4 ประการดังนี้

ประเด็นที่ 1 กลวิธีทางภาษาที่โดดเด่นในการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองบนแอปพลิเคชัน TikTok ผลการวิจัยการศึกษากลวิธีโน้มน้าวใจในการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทอง พบกลวิธีการใช้คำศัพท์ที่บ่งบอกผัสสะมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรัฐฎิการณ บัญต่อ (2565) ที่ศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในเฟซบุ๊กเพจ “ชีวิตติตติรีวิว” พบว่ามีการเลือกใช้คำที่มีความหมายเชิงบวกมากที่สุด เนื่องจากการรีวิวส่วนใหญ่เน้นให้รายละเอียดของอาหารทั้งด้านรสชาติ กลิ่น และผิวสัมผัสอย่างละเอียดจะทำให้ผู้รับชมทราบข้อมูลที่จำเป็นและใช้ประกอบการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังพบความสอดคล้องด้านกลวิธีการประเมินค่าอีกด้วย ซึ่งพบว่าทั้งเพจชีวิตติตติรีวิวและการรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองจะใช้การประเมินค่าแบบให้คะแนนหรือจัดอันดับ เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้รับชมพิจารณาตัวเลือกร้านอาหาร โดยอ้างอิงจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรง อย่างไรก็ตาม มีกลวิธีหนึ่งที่ไม่พบในงานวิจัยนี้คือ “การอ้างถึงสถาบัน รางวัล หรือการรับรอง” อาจเป็นเพราะช่องทางการรีวิวใน TikTok ค่อนข้างจำกัด ผู้รีวิวจำเป็นต้องนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาหารโดยตรงมากที่สุด การให้ข้อมูลรางวัลซึ่งไม่ได้บอกข้อมูลโดยตรง รวมทั้งมีขนาดยาวและรายละเอียดค่อนข้างมาก จึงไม่นำมาเสนอให้คลิปวิดีโอ

ประเด็นที่ 2 ลักษณะเฉพาะของรีวิวร้านอาหารบรรทัดทองและบทบาทของผู้รีวิว การรีวิวร้านอาหารย่านบรรทัดทองมีลักษณะเฉพาะ คือ การใช้คำที่บ่งบอกถึงความใหม่ ทั้งร้านอาหารและเมนูอาหาร เพื่อนำไปสู่การโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายที่อาจมีความชื่นชอบสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งแตกต่างจากการรีวิวร้านอาหารจากแหล่งอื่นที่เน้นรีวิวด้านความเก่าแก่ หรือการเป็นต้นตำรับ นอกจากนี้บทบาทของผู้รีวิวอาหารอาจไม่ใช่แค่การรีวิวให้รายละเอียดของอาหารเพียงอย่างเดียว แต่ผู้รีวิวเปรียบเสมือนผู้ประเมินเพื่อตัดสินใจซื้ออาหาร จนเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยด้านความสำเร็จของการขายอาหารย่านบรรทัดทอง

ประเด็นที่ 3 ลักษณะเด่นของการรีวิวบนแอปพลิเคชัน TikTok การรีวิวบน TikTok เป็นการรีวิวที่แตกต่างจากการรีวิวบนช่องทางอื่น ๆ ลักษณะเด่นของ TikTok คือ มักเป็นการทำคลิปวิดีโอขนาดสั้นอธิบายเนื้อหากระชับ แต่ได้ใจความครบถ้วน สามารถรับชมได้ทั้งภาพเคลื่อนไหวและข้อความประกอบการบรรยายตลอดจนการแบ่งปันคลิปวิดีโอไปยังช่องทางอื่น ๆ ทั้งนี้อัลกอริทึมระบบคอมพิวเตอร์ (machine learning) ของ TikTok จะส่งต่อเนื้อหา (content) ที่กำลังเป็นกระแสไปยังกลุ่มเป้าหมายส่งผลให้คลิปวิดีโอได้รับความนิยมในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจจากภูมิทัศน์ไทยที่ได้สำรวจอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าพบว่า กว่าร้อยละ 89 ของผู้บริโภคชาวไทยยอมรับว่าโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากช่องทาง TikTok ที่มีอัตราถึงร้อยละ 75 (Dataxet, 2568)

ประเด็นที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของคลิปวิดีโอ การรีวิวอาหารจำเป็นต้องใช้ภาษาในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้รับชมเกิดความเชื่อ ความคิด จนนำไปสู่การปฏิบัติตาม อย่างไรก็ตาม ภาษาไม่ได้เป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลต่อการโน้มน้าวใจ แต่ยังมีปัจจัยอื่น ๆ คือ ช่องทางและอิทธิพลของผู้รีวิว ซึ่งมีส่วนช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์และสร้างความน่าเชื่อถือของการรีวิวได้ สอดคล้องกับแนวคิดการรีวิวบนสื่อออนไลน์ที่ เอนก ศรีฟ้า และคณะ (2566) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารหลังจากรับชมรีวิวจากสื่อออนไลน์ ประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน คือ ด้านรูปแบบสื่อที่จะเสนอ ด้านผู้มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ และด้านเนื้อหาและการนำเสนอ

ผลการศึกษาในงานวิจัยนี้อาจเป็นสิ่งที่ช่วยให้เข้าใจว่า ภาษามีอิทธิพลต่อความเชื่อ ความคิด จนนำไปสู่การโน้มน้าวใจได้ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นว่า รูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างกันย่อมส่งผลให้มีการใช้ภาษาแตกต่างกันด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทั้งในด้านการเลือกใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าว และด้านการตัดสินใจที่เกิดจากการพิจารณาตัวภาษา

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาสัมมนาและการวิจัยทางภาษาไทยสำหรับครู หลักสูตรการศึกษาด้านภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์พรหมมินทร์ ประไพพงษ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ตั้งแต่การพัฒนาหัวข้อวิจัยจนสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาบทความฉบับนี้

เอกสารอ้างอิง

- กัลยกร คมขำหนัก, ภิสิทธิ์ ดำมา, อีสริยา พะโยมรัตน์, กนกพร ตะกิมนอก, และนภัทร อังกรสินธนา. (2562). “ชีวิตติดรีวิว” : กลวิธีทางภาษาในการโน้มน้าวใจในเพจอาหาร. *วารสารฟ้าเหนือ*, 10(2), 25–45.
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FaNJ/article/view/265421>
- จตุพล พรจาดุรงค์. (2563). แรงจูงใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรีที่เกิดจากการอ่านประเมิน รีวิวสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์แห่งหนึ่ง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. Burapha University Research Information. <https://buuir.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/10126>
- จิรัฐฎิการณ บัญต่อ. (2565). ปริศนาการแนะนำอาหารและกลวิธีการใช้ภาษาในเฟซบุ๊กเพจ “ชีวิตติดรีวิว”. *วารสารภาษาไทยและวัฒนธรรม*, 8(2), 19–39. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/KUTH/article/view/258492>
- ณัฐพงษ์ สายพิน. (2564). ปรัชญาการทางวัฒนธรรมวิบูลผ่าน TikTok ในสังคมไทย. *วารสาร สาร สื่อ ศิลป์*, 3(5), 55–66.
- นิตยา มีสุวรรณ. (2563). การวิเคราะห์งานเขียนรีวิวในเฟซบุ๊กแฟนเพจ TripTH ทริปไทยแลนด์. *วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 7(1), 30–47.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/hssnsru/article/view/241767>
- แนวหน้า. (2567). จุฬาฯ ปั่น ‘จุฬาฯ-บรรทัดทอง-สามย่าน’ เป็นแหล่งรวม Thai Street Food แบบใหม่. <https://www.naewna.com/local/778630#>
- เบรฟว่าอรรอย [@bravewaaro]. (2567, 24 มิถุนายน). ของกินเยอะ เลือกไม่ถูกก็อึดทั้งหมด จบ #TikTok กินเที่ยว #TikTokพากิน #ปักหมุดร้านอร่อย [วิดีโอ]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSM5qHCEp/>
- เบบี่อีฟฟฟฟ [@_xvpqeve]. (2567, 21 สิงหาคม). แล้วแต่ละที่อร่อยหมด จะบ้า #เบบี่อีฟ #อีฟฟรีมายา #บรรทัดทอง #บรรทัดทองมีของอร่อย [วิดีโอ]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSM5qnaT6/>
- ป้อชอบกิน [@shobkin_th]. (2567, 12 กรกฎาคม). พาอัปเดตร้านของหวานที่บรรทัดทอง ครึ่งปีหลัง 2024 ร้านใหม่ ๆ เพียบ! #TikTokพากิน [วิดีโอ]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSM5V3KxB/>
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2564) เมื่อชีวิตติด Review สื่อสารแบรนด์ผลิตภัณฑ์ผ่านการบอกเล่าประสบการณ์. <http://prthailand.com/images/articles/expert-commu-communications-139.pdf>
- พระประเจน กรุดโตโม, ศรุตานนท์ ขอบประดิษฐ์ และไชยพร สมานมิตร. (2566). ผัสสะในวงจิตกับ วิทยญาณ 6 สู่การรับรู้ของมนุษย์. *วารสารชัยภูมิปริทรรศน์*, 6(2), 65–75. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcr/article/view/263914>
- พรรณธร ครุฑเนตร. (2565). กลวิธีทางภาษาที่ใช้เขียนรีวิวของเพจ Café Story. *วารสารวณะ*, 10(1), 138–159. <http://rs.mfu.ac.th/ojs/index.php/vacana/article/view/331>

- พาไปไหน [@phapainai]. (2567, 3 กันยายน). อัปเดตร้านเด็ดบรรทัดทอง 2024 #พาไปไหน #TikTokกิน
เที่ยว #บรรทัดทอง #ของกินบรรทัดทอง [วิดีโอ]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSM54Wn5M/>
- ยonglingklingyong [yonglingklingyong]. (2567, 3 มีนาคม). อัปเดตร้านเปิดใหม่บรรทัดทอง 2024 #ยonglingkling
สะบัด #TikTokพากิน #บรรทัดทอง #จุฬา #ปักหมุดร้านอร่อย [วิดีโอ]. TikTok.
<https://vt.tiktok.com/ZSM5qKtH5/>
- เรียว อิวาฮาระ และสุจิตรา แซ่ลิ้ม. (2566). กลวิธีการใช้ภาษาโน้มน้าวใจของโฆษณาร้านอาหารญี่ปุ่น
ในประเทศไทย. *วารสารวจนะ*, 11(2), 49-74. [http://rs.mfu.ac.th/ojs/index.php/vacana/
article/view/421](http://rs.mfu.ac.th/ojs/index.php/vacana/article/view/421)
- วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2566). ภาษาโน้มน้าวใจในปริจเฉทโฆษณาสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและผลิตภัณฑ์
อาหารเสริมเพื่อสุขภาพสำหรับผู้ใหญ่ในเว็บไซต์ RS Mall: การศึกษาตามแนวทางปริจเฉทวิเคราะห์.
มนุษยศาสตร์สาร, 24(2), 8-31. [https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JHUMANS/article/
view/267671](https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JHUMANS/article/view/267671)
- หงส์หยก [yokpct55]. (2567, 11 กันยายน). ไม่รู้จะกินอะไร ก็ต้องบรรทัดทอง #บรรทัดทอง #แพน
#กินอะไรดี [วิดีโอ]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSM5b5VpB/>
- อรรณพ ปิลันธน์โอวาท. (2546). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อวยพร พานิช, อุตสาหกรรม ปิติพัฒน์, อุตสาหกรรม ศิริยุวศักดิ์, ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และโสภณ จารุณี.
(2550). ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- อัญมณี คงเจริญ. (2562). อิทธิพลของประเภทผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในอินสตาแกรม และรูปแบบการ
รีวิวผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อ
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University
Intellectual Repository. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/69853>
- อรุณ วงศ์ไชยคง. (2547). การสื่อสารและปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University
Intellectual Repository. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/1114>
- เอนก ศรีฟ้า, จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และเปรมระพี อุมาวีรหิรัญ. (2566). อิทธิพลของการรับชมวีร
ร้านอาหารผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร ภายใต้สถานการณ์วิกฤตโควิด-19.
วารสารสันติศึกษาปริทัศน์ มจร, 11(6), 2379-2391. [https://so03.tci-thaijo.org/index.php/
journal-peace/article/view/263966](https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/263966)
- Bifern [bifern_bivoyage]. (2567, 31 กรกฎาคม). ตะลุยกิน 8 ร้าน ย่านบรรทัดทองครบจบทั้งคาวหวาน
#tiktokพากิน #tiktokพาชิม #เซเลบพากิน [วิดีโอ]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSM5qjvd1/>

- Bow Kanyarat [@bowkanyaratp]. (2567, 21 พฤษภาคม). ตะลุยกินบรรทัดทองกันค่า #ร้านเด็ดทั่วไทย
สั่งได้ที่OnlyatGrab #GrabTH #ทีมGrab [วิดีโอ]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSM5bqVNC/>
- Bravabie [@bravabie]. (2567, 9 มีนาคม). หาของกิน ย่านบรรทัดทอง (ฉบับคนงบน้อย) อัปเดต 2024
เลยจ้า#บรรทัดทอง #บรรทัดทองมีของอร่อย [วิดีโอ]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSM5qm14E/>
- Dataxet. (2568, 3 มกราคม). โซเชียลมีเดีย: ศูนย์รวมการใช้ชีวิตยุคดิจิทัลของคนไทย.
<https://www.dataxet.co/media-landscape/2025-th/social-media>
- Dulliiz [@goagain25]. (2567, 23 กันยายน). ตะลุยกิน 24 ร้าน ย่านบรรทัดทอง มีร้านไหนบ้างเตรียมปัก
หมุดกันเลย#localserviceชิงมง [วิดีโอ]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSM5VmJMW/>
- Khajochi. (2567, 24 เมษายน). แล้ววันนี้ก็มาถึง!! เมื่อ TikTok มีจำนวนผู้ใช้ในไทยแซงหน้า YouTube ขึ้นมา
เป็น social media อันดับ 2 ของประเทศไทยแล้ว. Rainmaker. <https://www.rainmaker.in.th/tiktok-user-become-number-2-in-thailand-over-youtube/>
- Kinnkann65 (กินกัน) [@Kinnkann65]. (2567, 26 สิงหาคม). มัธยม 7 ร้านบรรทัดทองเที่ยงวันยันเที่ยงคืน
#ของกินบรรทัดทอง #บรรทัดทอง #TikTokกินเที่ยว #chocali [วิดีโอ]. TikTok.
<https://vt.tiktok.com/ZSM54s1ks/>
- Tikky Wilasinee [@tikky_w]. (2567, 25 พฤศจิกายน). ตะลุยกิน 6 ร้านเด็ดบรรทัดทองมือฉมัง #บรรทัดทอง
#ร้านเด็ดบรรทัดทอง #TikTokพากิน #TikTok #tikky_w [วิดีโอ]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSM5VfJLd/>
- Lu, Y., & Zhai, C. (2008, April). Opinion integration through semi-supervised topic modeling. In
Proceedings of the 17th international conference on World Wide Web (pp. 121-130).

Awareness and Perceptions of Vocabulary Learning Strategies among Thai EFL Pre-Service Teachers

*Tantikorn Pookerdpim**

Jutamart Pookerdpim

Faculty of Education and Human Development, Roi Et Rajabhat University

*Corresponding author's email: tantikorn.poo@gmail.com

Received 17 April 2025; Revised 1 September 2025; Accepted 18 September 2025

Abstract

This research explores the awareness and the perceptions towards vocabulary learning strategies (VLS) of undergraduates from the Faculty of Education in a Thai university. All 300 participating students from 12 academic majors completed a questionnaire featuring Likert-scale items based on Schmitt's (1997) taxonomy of VLS, covering cognitive, memory, and metacognitive strategies, alongside open-ended questions. The participants demonstrated favorable overall perceptions of VLS ($M = 3.88$) and a moderate to high level of awareness ($M = 3.65$). An independent samples t-test revealed that language majors reported significantly greater awareness than non-language majors ($p < 0.01$), while perceptions remained consistent across both groups. Students' qualitative responses complemented the findings, stating a need for more explicit teaching in addition to describing the benefits and challenges. The study's findings suggest a need to incorporate explicit VLS instruction not only in language courses but also within content-focused subjects across the curriculum. This approach may help foster greater learner autonomy and address the observed gap between students' positive perceptions and their practical application of these crucial skills.

Keywords: vocabulary strategies, awareness, perceptions, EFL learners, educational majors

Introduction

In the context of learning a second language, especially in EFL (English as Foreign Language), vocabulary acquisition is of noteworthy importance. Without a rich vocabulary, a learner will not be able to progress in their reading, writing, listening, and speaking skills since they wouldn't be able to understand or articulate ideas in the context of academics or in real life (Nation, 2001). This is especially important at a university level where students need to engage with academic texts and participate in English instruction or assessments.

The learning of vocabulary is important not only in academics but also in day-to-day conversation and communication. Unfortunately, a lot of university students struggle when it comes to learning vocabulary. Some challenges include an inability to memorize new words, lack of exposure for practical utilization, and no awareness of effective strategies for employing and retaining the vocabulary. These concerns make it important to find out how college students interact with Vocabulary Learning Strategies (VLS), which are defined by Schmitt (2008) and Bai (2018) as systematic approaches used by learners to make the acquisition, retention, and recall of vocabulary more efficient.

Vocabulary Learning Strategies (VLS) encompass a wide array of methods, ranging from traditional techniques like repetitive review with flashcards to modern approaches involving digital tools, multimedia resources, and peer collaboration (Nation, 2001; Bai, 2018). However, the effectiveness of any strategy is not inherent to the method itself but is significantly influenced by the learner's internal factors. As Schmitt (2008) argues, a learner's awareness of a strategy and their perception of its value are critical. For the purpose of this study, awareness refers to the extent to which learners recognize various strategies, while perceptions are defined as their beliefs and attitudes regarding the effectiveness of those strategies. Without a positive attitude and a clear understanding of how and when to apply these strategies, even the most effective tools may be underutilized or misapplied, hindering the ultimate goal of vocabulary acquisition.

While vocabulary learning is crucial for all university students, it holds a unique and critical significance for pre-service teachers. This specific cohort represents a high-stakes demographic, as their own vocabulary learning strategies, awareness, and pedagogical beliefs will directly shape the learning experiences of their future students across the nation. Understanding their internal processes is therefore not merely an academic exercise but a vital step toward improving the quality of language instruction from the ground up. In light

of this critical role, the current study seeks to explore the awareness and perceptions of vocabulary learning strategies among these undergraduate students in teacher education. Specifically, this study aims to answer the following research questions:

1. To what extent are pre-service teachers aware of different vocabulary learning strategies?
2. How do they perceive the usefulness of these strategies?
3. Are there significant differences in awareness and perceptions based on academic specialization (language vs. non-language majors)?

Literature Review

This review is divided into four sections. The first describes the framework and the classification of vocabulary learning strategies. The second analyzes learners' awareness and perceptions towards these strategies. The third looks into the contextual influences such as affective factors and the role of technology on strategy use. The last section examines cultural and disciplinary perspectives with emphasis on Thai and other EFL research. Collectively, these strands explain the rationale for investigating VLS among Thai university students across different educational disciplines.

1. Theoretical Framework and Typology of Vocabulary Learning Strategies

In the learning of any language, vocabulary occupies a central position. In the absence of an adequate amount of vocabulary, learners find it hard to achieve fluency in speech, comprehension in reading, and expression in writing. In an EFL context like Thailand where learners often have little exposure to English, Vocabulary Learning Strategies (VLS) serve as crucial aids to accumulate and retain lexical knowledge (Nation, 2001; Bai, 2018).

VLS refers to systematic approaches that allow learners to comprehend, memorize, retrieve, and use vocabulary, giving them autonomy over their learning process (Schmitt, 2008). While several VLS frameworks exist, this study adopts the widely recognized typology proposed by Schmitt (1997), a framework that remains central to the field of vocabulary research (e.g., Nation, 2005), as its primary theoretical framework. This model is selected for its comprehensive and structured nature, providing a clear lens for classifying the diverse strategies relevant to the university context.

Schmitt's framework organizes these strategies into five key domains. It begins with discovery strategies, which learners use to determine a word's meaning, such as guessing from context. The framework also includes social strategies that involve interaction, like asking others for help. To retain information, learners employ memory strategies, for instance, using mental imagery. Additionally, there are cognitive strategies, which are mechanical techniques like repetition or note-taking, and lastly, metacognitive strategies, which focus on managing the learning process itself, such as setting learning goals.

This classification offers educators a practical means to tailor instructional design for more effective vocabulary acquisition; for example, by identifying that students rely heavily on memory strategies, instructors can introduce more sophisticated cognitive and metacognitive strategies suitable for academic texts.

2. Operationalizing Key Constructs: Awareness and Perceptions

To fully appreciate the complexities of strategy selection in language learning, it is crucial to move beyond a monolithic view and instead delineate the distinct yet interdependent roles of learner awareness and perceptions. 'Awareness', in this context, is conceptualized as the foundational cognitive layer—the extent to which learners can recognize and comprehend the existence, purpose, and potential application of various Vocabulary Learning Strategies (VLS). This level of cognizance functions as an essential “gateway” to strategic action; as Lai (2005) posits, without this initial awareness, purposeful and effective strategy deployment is unlikely to occur.

Building upon this cognitive foundation is the evaluative layer of 'perceptions', which encompasses the rich tapestry of a learner's beliefs, attitudes, and affective responses toward the utility and value of these strategies. These perceptions are not formed in a vacuum but are dynamically shaped by prior learning experiences. Positive perceptions, which manifest as a belief in a strategy's effectiveness and a feeling of comfort or even enjoyment in its use, are often the product of past successes and sufficient pedagogical guidance, thereby fostering consistent application (Shen, 2003). Conversely, negative perceptions, which may arise from a sense of tedium, perceived inefficiency, or previous failure, can erect significant psychological barriers that lead to strategic avoidance, regardless of a strategy's objective potential (Mehrabian & Salehi, 2019). Therefore, it is the intricate interplay between what a learner *knows* (awareness) and how they *feel* about what they

know (perceptions) that collectively forms the cognitive-affective framework governing their ultimate strategic behavior.

3. Factors Influencing VLS Choice

The selection and application of Vocabulary Learning Strategies (VLS) are not uniform across all learners but are mediated by a complex interplay of individual and contextual factors. A primary variable is the learner's academic specialization, as disciplinary cultures often cultivate distinct learning habits. For instance, students in language-oriented fields tend to employ a broader, more sophisticated repertoire of strategies compared to their peers in non-language disciplines like science or mathematics, who may rely on a more limited set of techniques (Ghazal, 2007). This strategic profile may further evolve with the learner's year of study and experience; it is often hypothesized that senior students, possessing greater academic maturity, may adopt more metacognitively-oriented strategies than their junior counterparts. While less definitive, some research also points to potential gender-based differences in strategic preferences. These individual variables do not exist in isolation but interact with crucial contextual factors. The integration of technology, for example, can significantly enhance motivation and retention (Ghalebi et al., 2020), while the learner's affective state—including motivation and anxiety—can either facilitate or inhibit the use of certain strategies, particularly those requiring social interaction (Wahyudin et al., 2021). Ultimately, the interplay of these personal, disciplinary, and environmental factors shapes not only a learner's strategic profile but also their overall capacity for learner autonomy—the ability to take independent control of their own learning (Oxford, 2011). This ability to self-regulate is a critical factor in achieving effective, lifelong vocabulary acquisition.

4. The Research Gap in the Thai Context and Rationale for the Study

An academic area that is emerging but has not been studied in detail is that of academic specialization and its impact on vocabulary acquisition. Brown and Concannon (2016) inform us that students from language-oriented fields such as English and linguistics are more likely to employ a variety of vocabulary learning strategies than their peers in non-language disciplines such as mathematics, science, or the arts. Strategic behavior, or how strategies are applied, is shaped by academic culture, as noted by Sahbazian (2004),

who remarked that learners' fields of study determine their English exposure and preference to particular strategies.

While the importance of VLS is globally acknowledged, a comprehensive review of the literature reveals the field remains underdeveloped, particularly concerning the unique and critical demographic of pre-service teachers from diverse, non-language specializations. Research on VLS within the Thai context has provided valuable insights, often highlighting that university students tend to default to traditional strategies like rote memorization and translation (Saengpakdeejit, 2014). Some studies have explored strategy use among students in specific non-language fields, confirming a reliance on a limited set of discovery and cognitive strategies (Jirawat, 2016). This body of work confirms the general challenges in Thai EFL learning (Khamkhien, 2010), but a significant gap remains. The literature has not yet focused specifically on the unique and critical demographic of pre-service teachers from a wide array of non-language specializations.

Therefore, it remains unclear how these future educators perceive and utilize VLS, and how their diverse disciplinary backgrounds shape these strategic choices. This lack of understanding represents a critical blind spot in teacher education research, with direct implications for the future efficacy of English language teaching in Thailand. This lack of understanding represents a critical blind spot in teacher education research, with direct implications for the future efficacy of English language teaching in Thailand. This study aims to fill this critical gap by systematically investigating the VLS landscape within this specific, diverse cohort, providing empirical insights for developing targeted pedagogical interventions that can better equip Thailand's future teachers with the strategies needed for effective, lifelong vocabulary acquisition.

Methodology

This section outlines the research design, participants, instruments, and procedures used in the study. It explains how data were collected and analyzed to address the research questions concerning students' awareness and perceptions of vocabulary learning strategies.

1. Research Design

A quantitative survey research design was used in this study to examine university students' awareness and perceptions of vocabulary learning strategies (VLS). The cross-

sectional design offered the opportunity to collect data from a more heterogeneous group of students from different academic specializations within a single time frame. Participants' responses regarding their awareness of and perceptions toward various vocabulary learning strategies were collected using a structured questionnaire.

2. Participants

The participants in this study were undergraduate students from the Faculty of Education at a public university in Thailand, representing all academic years (1st to 4th year). The faculty offers a wide range of academic programs, including English, Thai, Social Studies, Science, Mathematics, Art, Music, Physical Education, Computer Education, Early Childhood, Elementary Education, and interdisciplinary programs such as English-Mathematics.

A total of 300 students participated in the study. The sampling method used was purposive sampling. The selection criteria aimed to ensure diversity by including students from: (1) all four academic years (1st to 4th year), (2) a variety of disciplinary backgrounds (e.g., English, Science, Art, Computer Education), and (3) both defined super-groups of language-related and non-language-related majors. All participants voluntarily agreed to take part in the research.

2.1 Overview of the Participants

In total, 300 undergraduate students from the Faculty of Education participated in this investigation. From the perspective of the academic major, year level, and gender, the participants' diversity enhanced the representational inclusiveness for examining vocabulary learning strategy (VLS).

2.2 Academic Majors

Students were enrolled in 12 majors which included language-based English and Thai, as well as non-language-based fields of study such as Science, Social Studies, Music and Art. The largest two groups of respondents were from Science Education, 23.00%, and Social Studies Education, 21.33%, which shows strong content area representation. The entire distribution by academic major is presented in Table 1.

Table 1*Distribution of Participants by Academic Major*

Academic Major	Frequency (n)	Percentage (%)
<i>Non-Language-Related Majors</i>		
Science Education	69	23.00
Social Studies Education	64	21.33
Music Education	38	12.67
Elementary Education	27	9.00
Art Education	22	7.33
Physical Education	16	5.33
Early Childhood Education	14	4.67
Computer Education	10	3.33
Mathematics Education	9	3.00
Subtotal	269	89.67
<i>Language-Related Majors</i>		
Thai Language Education	14	4.67
English Education	13	4.33
Mathematics-English Education	4	1.33
Subtotal	31	10.33
Total	300	100.00

2.3 Year Level

The greatest number of participants were classified as first-year students (73.33%), followed by second, third, and fourth-year students. This pattern is indicative of the level of interest and availability of students during the time the data was collected. The distribution is presented below.

Table 2*Distribution of Participants by Year Level*

Year Level	Frequency (n)	Percentage (%)
Year 1	220	73.33
Year 2	54	18.00
Year 3	17	5.67
Year 4	9	3.00
Total	300	100.00

2.4 Gender

In terms of gender, female students represented the majority with 59.67%, while male students represented 39.00% and 1.33% did prefer not to identify their gender in this survey. Table 3 shows gender profile of the participants.

Table 3

Distribution of Participants by Gender

Year Level	Frequency (n)	Percentage (%)
Female	179	59.67
Male	117	39.00
Prefer not to say	4	1.33
Total	300	100.00

In this study, the participant profile illustrates greater diversity in terms of the academic majors, year levels, and gender. A significant portion of participants, particularly from the ‘Science’ and ‘Social Studies’, non-language disciplines constituted more than 40% of the sample. This and other factors added to the balanced nature of the study, enabling investigation into how students from different academic backgrounds approached vocabulary learning.

Moreover, the overwhelming majority of respondents (73.33%) first-year students suggests that they were either more accessible, or had recently taken English foundation courses during the data collection period. While these findings are particularly useful concerning early-stage learners’ strategic awareness, they do indicate the need for follow-up studies at more advanced levels.

The gender distribution, with a nearly equal split of male and female participants (59.67% women), conforms to overall patterns in Thailand’s teacher education programs. The inclusion of participants who preferred not to state their gender describes the inclusivity of the research while the findings regard its ethical sensitivity.

The comparison between language and non-language majors was conducted to investigate the influence of academic specialization on VLS awareness and perceptions. This approach is supported by existing literature (e.g., Ghazal, 2007), which suggests that disciplinary cultures can significantly shape learners' strategic choices.

3. Research Instrument

The research instrument was a structured questionnaire, written in Thai and designed specifically for this study. It consisted of four main sections:

3.1 Demographic Profile

Collecting information about major, year level, and English learning background.

3.2 Awareness of VLS

Six items assessing the level of familiarity with different strategies (e.g., repetition, multimedia, dictionary use) on a 5-point Likert scale. For example, an item might state: “I know how to use context clues to guess the meaning of an unfamiliar word.”

3.3 Perceptions of VLS

Six items measuring students’ perceptions toward the usefulness and application of strategies. For example, an item might state: “I believe that using flashcards is an effective way to memorize new vocabulary.”

3.4 Open-ended Items

Inviting students to describe their experiences, challenges, and suggestions related to vocabulary learning

The selection of the six vocabulary learning strategies for the questionnaire was guided by the theoretical framework of Schmitt's (1997) VLS typology. Construct validity was primarily established by grounding the instrument's items in this well-validated theoretical framework and through content validation by three experts in language education. The rationale for focusing on these specific six strategies was their high relevance to the Thai university context and their frequent citation in VLS literature, allowing for a focused yet insightful investigation.

The content validity was checked by experts in language education and the instrument was tested for a sample of 20 students for clarity and consistency. The instrument achieved a Cronbach’s alpha of 0.87 which indicates it has high internal consistency.

4. Data Collection

The data collection took place during the second semester of the 2024 academic calendar. The questionnaire was administered both online and in-person during particular classes with the participation of some course lecturers. The participants were briefed on the objectives of the research, their right to withdraw at any stage of the research, and their confidentiality in the research. Informed consent was taken from each respondent prior to participation.

5. Data Analysis

All the responses were analyzed in SPSS. The perceptions and awareness frequencies were summarized based on descriptive statistics: mean, standard deviation, frequency, and percentage. To evaluate differences across the academic groups, independent samples t-tests and one-way ANOVA were used. Also, awareness and perception of the variables were analyzed using correlation analysis. $p < 0.05$ level of confidence was accepted as statistically significant.

To ensure transparency in reporting, the mean scores from the 5-point Likert scale data were interpreted using the following key: a mean score from 1.00 to 2.33 was considered 'Low', 2.34 to 3.66 was 'Moderate', and 3.67 to 5.00 was 'High'. This key was applied consistently to interpret the levels of both awareness and perceptions.

The qualitative data from the open-ended items were analyzed using a multi-stage thematic analysis approach to ensure rigor (Braun & Clarke, 2006). This process was conducted by two researchers and involved: (1) familiarization with the data by reading all responses, (2) generating initial codes from recurring patterns and ideas, and (3) developing and reviewing key themes related to students' learning experiences and challenges. The researchers then discussed their findings to reach a consensus, ensuring inter-rater reliability. These themes were used to supplement and provide deeper context to the quantitative findings.

6. Ethical Considerations

This study was carried out with the ethical clearance obtained from the university's Research Ethics Committee. All subjects were informed of their right to withdraw and that they would not be able to be identified from any potentially identifying data. No identifying

details were captured from the participants and all the information was kept strictly for scholarly purposes.

Results

This section presents the findings of the study based on the data collected from the questionnaire. For the following analyses, mean scores from the 5-point Likert scale are interpreted using the key established in the methodology: 1.00-2.33 (Low), 2.34-3.66 (Moderate), and 3.67-5.00 (High).

1. Awareness of Vocabulary Learning Strategies

To answer the first research question, “To what extent are pre-service teachers aware of different vocabulary learning strategies?”, students' self-reported familiarity and understanding of six common Vocabulary Learning Strategies (VLS). Participants rated their awareness on a 5-point Likert scale, where 1 indicated no knowledge of the strategy ('Not aware at all') and 5 indicated a strong understanding of the strategy and how to use it ('Very well aware'). This aimed to measure not just recognition, but also the perceived knowledge of practical application.

The findings showed that participants' awareness in general was moderate to high with a grand mean score of 3.65. This means that students are aware of vocabulary strategies, but the level of awareness differs among strategy types.

Subjects reported the highest degree of awareness for more traditional strategies, such as dictionaries and repetition/review because these were taught and are often used in classroom settings. On the other hand, strategies that were less familiar included categorizing words by class and employing physical or verbal associative imagery since these might demand more abstract thinking as well as creativity on the part of the learners. The descriptive results are presented in Table 4.

Table 4*Students' Awareness of Vocabulary Learning Strategies*

Strategy	Mean Score	Standard Deviation
Using dictionaries	4.20	0.78
Repetition and review	4.01	0.85
Guessing word meanings from context	3.55	0.82
Using multimedia (videos, podcasts)	3.41	0.87
Grouping words into categories	3.23	0.91
Using physical or verbal associations	3.15	0.95
Overall Mean	3.65	-

The findings show that students are well aware of conventional strategies like use of a dictionary and repetition, but they are not familiar with those that involve creative restructuring, higher order thinking, or self-regulation. This highlights potential opportunities for instructional improvement, especially through the incorporation of more utilized strategies into teaching practice and pre-service teacher education.

2. Perceptions Toward Vocabulary Learning Strategies

To answer the second research question, “How do they perceive the usefulness of these strategies?”, students’ perceptions on the value, relevance, and utility of vocabulary learning strategies (VLS) are captured. In this section of the questionnaire, a total of six items were captured with responses given on a five-point Likert scale (1 = Strongly disagree to 5 = Strongly agree).

In general, the mean score recorded was 3.88 which shows that students have a positive perception towards VLS. Those two items which most students agreed upon suggested that students are of the opinion that VLS improves their memory and contributes meaningfully to their academic attainment. These findings highlight students’ recognition of the importance of vocabulary strategies for language and academic advancement.

For the English-medium subjects, or their own academic work when applying the strategies, the scores were a bit lower. This could indicate a belief-action gap where the students understand the value of the strategies but do not use them in every learning context.

Table 5*Students' Perceptions Toward Vocabulary Learning Strategies*

Perception Item	Mean Score	Standard Deviation
Strategies help me remember words	4.21	0.72
Strategies are important for academic success	4.10	0.79
I understand how to use strategies effectively	3.85	0.83
I enjoy using strategies to learn vocabulary	3.78	0.81
I feel confident using strategies in English-related subjects	3.60	0.90
I use strategies in subjects taught in English	3.45	0.88
Overall Mean	3.88	-

The perception data indicates that students especially appreciate vocabulary learning strategies that aid in memory ($M = 4.21$) and academic performance ($M = 4.10$). However, the conclusion that students may lack the ability to apply these strategies independently is drawn from the two items with the lowest mean scores: “*I feel confident using strategies in English-related subjects*” ($M = 3.60$) and “*I use strategies in subjects taught in English*” ($M = 3.45$). These specific dips in scores related to practical application and confidence suggest a potential belief-action gap, where students value the strategies but do not feel equipped to use them in specialized academic settings.

These findings suggest that students hold positive beliefs, but further structured instruction along with demonstration of the use of those strategies is essential—particularly in non-language subjects—to transform favorable feelings into active beliefs and positive behavioral habits.

3. Differences by Academic Major

In order to respond to the third research question, this part analyzes whether students' awareness and perceptions of vocabulary learning strategies (VLS) are differentiated by their academic major. For this purpose, the students were divided into two broad categories: Language-related fields of study (e.g., English, Thai, English-Mathematics) and Non-language-related fields of study (e.g., Science, Physical Education, Music, Social Studies, etc.).

The mean scores for both awareness and perception from each group were tested for statistical significance using independent samples t-tests.

Table 6*Comparison of Awareness and Perception Scores by Academic Major Group*

Variable	Language Majors (n=31)	Non-Language Majors (n=269)	t-value	p-value
Awareness (M)	3.91	3.58	2.75	0.006
Perception (M)	3.92	3.87	0.58	0.564

Analysis has indicated that there is a difference in awareness scores between language-related and non-language-related majors that is statistically significant ($t(298) = 2.75$, $p < 0.01$). Students in language majors reported a greater level of VLS awareness, likely due to their greater exposure to English and more direct instruction of strategies in their courses.

However, regarding perception, no statistically significant difference was found ($p = 0.564$). This suggests that both groups held equally positive views concerning the usefulness of vocabulary strategies. This shows that while language majors are more accustomed to a wider range of strategies, all students, irrespective of discipline, recognize the importance of VLS, even if their levels of implementation differ widely.

These results further strengthen the need for VLS training in regard to language-related programs and extend the need to all disciplines as content courses require explicit teaching opportunities where students would have little chance to receive instruction on how to learn the language.

4. Summary of Open-Ended Responses

Apart from the closed-ended options, the participants were prompted to give their responses concerning their experiences and opinions on the vocabulary learning strategies (VLS) through an open-ended question. This provided a form of qualitative data to support the students' perceptions, challenges, and recommendations in addition to the quantitative data provided in previous sections. From the analysis of the open-ended responses, three prominent themes were developed: perceived benefits, challenges and limitations, and suggestions and recommendations.

4.1 Perceived Benefits

Many students mentioned that VLS aided in the retention of new words, particularly with repetition and dictionary use. Others reported that strategies like grouping words made the learning process more enjoyable. This was reflected in one student's comment:

“Using mind maps to group words by topic helps me see the connections. It feels less like memorizing and more like learning.”

4.2 Challenges and Limitations

A frequently cited concern was the lack of time to implement strategies outside of English class. Several participants also noted that more advanced strategies were never explicitly taught to them, leading to an over-reliance on basic methods. As one student from a science major stated:

“In our biology class, we get lists of new English terms every week, but the teacher just expects us to know them. We are never taught how to learn them efficiently.”

4.3 Suggestions and Recommendations

A strong theme emerging from participant recommendations was the need for vocabulary strategy training to be integrated into non-English courses. Students proposed that instructors in their major subjects provide more demonstrations of how to learn the specific vocabulary for that field. One student suggested:

“I wish my professors would spend just 10 minutes showing us how to break down the difficult words in our textbooks. Even suggesting a good app for our specific subject would be a big help.”

These responses have further confirmed what the survey results indicate: as a whole, students appear to have positive perceptions toward VLS. However, there seems to be a strong lack of systematic instruction, particularly for instructional frameworks that go beyond very rudimentary skills. The findings indicate students are ready to contend with a number of different approaches if they are adequately taught, given appropriate support, and provided time to practice meaningfully. Moreover, the comments highlight the need for discipline-based VLS instruction where vocabulary instruction is integrated throughout the curriculum—not just taught in English classes.

Discussion and Conclusion

This section discusses the findings of the study in relation to the three core research questions. The results are interpreted in light of the existing literature and theoretical frameworks previously reviewed. It also concludes with the pedagogical implications of the findings, the limitations of the study, recommendations for future research and conclusion.

1. Awareness and Reliance on Traditional Strategies

The study first sought to understand the extent of pre-service teachers' awareness of VLS, revealing a moderate to high level of overall awareness ($M = 3.65$). However, this overall score masks a significant imbalance. Students reported high familiarity with traditional, mechanical strategies like dictionary use ($M = 4.20$) and repetition/review ($M = 4.01$), while reporting much lower awareness of more cognitively demanding strategies such as grouping words into categories ($M = 3.23$) and using verbal or physical associations ($M = 3.15$). This disparity strongly suggests that students' understanding of VLS is largely confined to conventional, teacher-directed methods that are frequently practiced and reinforced within the typical Thai classroom setting. The strategies students are most aware of are those that are concrete and require less independent planning. In contrast, the strategies they know least about demand a higher degree of learner autonomy and abstract thinking, indicating that students may not be equipped with the tools for more sophisticated, self-regulated learning.

This interpretation aligns with previous research in the Thai EFL context. For instance, Saengpakdeejit (2014) also found a predominant reliance on rote memorization among university students, while Nirattisai and Chiramanee (2014) revealed that Thai university students most frequently used cognitive strategies, which include mechanical methods like repetition and rote memorization. This phenomenon is likely a direct reflection of the Thai teacher education curriculum, which has traditionally emphasized content knowledge mastery over the development of metacognitive language learning skills for pre-service teachers themselves (Opasrattanakorn & Soontornwipast, 2021). Furthermore, when viewed through Schmitt's (1997) framework, these findings show a heavy reliance on 'cognitive' and 'memory' strategies. The less familiar strategies, which require more creative and organizational effort, represent a gap in students' knowledge of more advanced cognitive and metacognitive approaches that are crucial for developing true learner independence.

2. Perceptions and the Belief-Action Gap

Regarding the second research question on how students perceive the usefulness of VLS, the study found that participants hold a generally positive view, with an overall mean score of 3.88. Specifically, students strongly agreed that strategies are valuable for aiding memory ($M = 4.21$) and achieving academic success ($M = 4.10$). However, this positive belief did not extend to practical application. The lowest-rated items were related to using strategies in content subjects taught in English ($M = 3.45$) and feeling confident in their application ($M=3.60$). This significant contrast between valuing strategies in theory and applying them in practice reveals a critical “belief-action gap”. Students clearly recognize and appreciate the importance of VLS for their learning. Yet, their low confidence and reported lack of use in their own major-specific subjects suggest they feel ill-equipped to transfer this knowledge from general English instruction to their specialized academic domains. This interpretation is strongly supported by the qualitative findings, where students explicitly requested more demonstrations and discipline-specific guidance, highlighting a gap between their positive feelings and their actual learning habits.

This belief-action gap is directly linked to the concept of learner autonomy (Oxford, 2011). While students possess positive beliefs, they have not yet developed the self-regulated skills to independently manage their learning. This finding adds nuance to the work of Shen (2003), suggesting that positive perceptions lead to frequent use only when learners also have the confidence and support to translate those perceptions into action. This gap can be explained by two hypotheses. First, it may be a result of a “hidden curriculum” within the Thai teacher education system, where the official framework's focus on content knowledge implicitly devalues the need for specific language pedagogy (Opasrattanakorn & Soontornwipast, 2021). Second, it could stem from a “lack of strategic scaffolding,” where content-area instructors, who are not language specialists, do not possess the pedagogical tools to explicitly support VLS within their subjects (Gibbons, 2015). Without such support, even favorable perceptions can remain dormant, highlighting a critical need for more integrated strategy instruction.

3. The Influence of Academic Major

Finally, the study investigated the influence of academic specialization by comparing language and non-language majors. The results revealed a statistically significant difference

in awareness ($p < 0.01$), with language majors ($M = 3.91$) reporting higher awareness of VLS than their non-language peers ($M = 3.58$). In stark contrast, there was no significant difference in perception ($p = 0.564$), with both groups holding similarly positive views on the usefulness of VLS ($M = 3.92$ vs. $M = 3.87$). This divergence is one of the study's most telling findings. The higher awareness among language majors is an expected outcome, likely resulting from greater exposure to English and more direct instruction on language learning techniques within their curriculum. However, the fact that perception remains high and consistent across both groups is highly significant. It suggests that the *belief* in the importance of vocabulary strategies is a universal value among these pre-service teachers, regardless of their disciplinary background or level of formal training. In essence, non-language majors seem to know they *should* be using strategies, even if they don't know *what* those strategies are or *how* to use them as well as their language-major counterparts.

This finding—that awareness is shaped by disciplinary context—not only corroborates but also extends the work of researchers like Ghazal (2007), who found differences in strategy use between students in different academic streams. This highlights a systemic issue within many Thai Faculties of Education, where advanced language skills are often treated as the sole responsibility of the English major program, rather than as a cross-curricular competency essential for all future teachers (Pongklee & Sukying, 2022). Our study builds on this by demonstrating that this disciplinary divide persists even among pre-service teachers, a group with a vested interest in pedagogy. This underscores that strategic competence is not an innate skill but a product of situated instruction. The qualitative data powerfully reinforces this interpretation. The sentiment from a science major who stated, “*We are never taught how to learn them efficiently,*” provides a vivid explanation for the lower awareness scores among non-language majors. At the same time, the universally high perception explains why students from all disciplines suggested integrating VLS instruction into their content courses. They value these skills and desire the explicit instruction that their language-major peers are more likely to receive.

4. Pedagogical Implications

These findings suggest several important considerations for foreign language pedagogy in the post-secondary context. Primarily, there is a clear need for VLS instruction that extends across all academic disciplines. Instructional design must account for the fact that while

language majors benefit from consistent exposure, students from other disciplines require more direct assistance, especially when using English in their specific academic contexts. Furthermore, the method of instruction is critical; strategies should be taught through modeling and scaffolding with practical demonstrations rather than just explanations, which is particularly important for lesser-known strategies like grouping and metacognitive planning. Finally, to foster true learner independence, pedagogy should focus on encouraging reflection and peer sharing, as allowing learners to discuss and try new strategies makes them more self-motivated.

5. Limitations of the Study

The findings of this research should be considered in light of several limitations that affect the scope and interpretation of the results. The study's generalizability is constrained by its sampling frame, as participants were drawn from a single university and were predominantly first-year students; this focus on early-stage learners may limit the applicability of the findings to more advanced undergraduates. Additionally, the unequal sample sizes between the language and non-language major groups require that the statistical comparisons be interpreted with caution. Methodologically, the statistical analysis was limited to group comparisons and did not use techniques like ANCOVA or regression to control for the potential influence of confounding variables. Finally, the reliance on self-report questionnaires introduces the possibility of inherent biases in the data.

6. Recommendations for Future Research

To build upon the findings of this study, several avenues for future research are recommended. Firstly, conducting a similar study with a larger and more demographically diverse sample of pre-service teachers from multiple institutions across Thailand would enhance the generalizability of the results. Secondly, incorporating qualitative methods, such as in-depth interviews or focus groups, could provide richer, more nuanced insights into the underlying reasons for students' perceptions and strategy choices. Finally, a longitudinal study designed to track the development of VLS awareness and use from the first year to the final year of study would offer a more dynamic understanding of how these strategies evolve. Furthermore, future research could employ more advanced statistical methods, such

as ANCOVA or regression analysis, to control for variables like year of study and gender, which would provide a more nuanced understanding of the factors influencing strategy use.

7. Conclusion

Vocabulary Learning Strategies (VLS) have been shown to be significant for the development of a language within the context of university education. It has been noted that students from different disciplines possess a generally positive view of VLS; however, awareness stratifies significantly among language and non-language students. These insights strongly highlight the need for systematic, explicit instruction of strategies across subjects to enhance learners' autonomy and independence, enabling them to navigate complex language learning challenges in academic settings beyond school.

When applied purposefully, the gap between knowing and understanding can be closed, and students are no longer just learners of vocabulary, but true owners of it.

Acknowledgments

We would like to express our deepest gratitude to all the EFL Pre-Service Teachers from the Faculty of Education who cooperated wholeheartedly as the participants in this study. The valuable insights provided through their responses regarding their perceptions and vocabulary learning strategies were essential not only for achieving the objectives of this research but also for contributing significantly to future recommendations aimed at improving the teaching and learning of vocabulary strategies.

References

- Bai, Z. (2018). An analysis of English vocabulary learning strategies. *Journal of Language Teaching and Research*, 9(4), 849–855. <https://doi.org/10.17507/jltr.0904.24>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brown, P. L., & Concannon, J. P. (2016). Students' perceptions of vocabulary knowledge and learning in a middle school science classroom. *International Journal of Science Education*, 38(10), 1640–1661. <http://doi.org/10.1080/09500693.2016.1143571>

- Ghalebi, R., Sadighi, F., & Bagheri, M. S. (2020). Vocabulary learning strategies: A comparative study of EFL learners. *Cogent Psychology*, 7(1), Article 1824306.
<https://doi.org/10.1080/23311908.2020.1824306>
- Ghazal, L. (2007). Learning vocabulary in EFL contexts through vocabulary learning strategies. *Novitas-ROYAL*, 1(2), 84–91. <https://novitasroyal.org/volume-1-issue-2-october-2007/#>
- Gibbons, P. (2015). *Scaffolding language, scaffolding learning: Teaching English language learners in the mainstream classroom* (2nd ed.). Heinemann.
- Jirawat, R. (2016). Does context matter in vocabulary learning?. *Suthiparithat Journal*, 30(95), 37–47. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPU_Suthiparithat_Journal/article/view/244153
- Khamkhien, A. (2010). Thai learners' English pronunciation competence: Lesson learned from word stress assignment. *Journal of Language Teaching and Research*, 1(6), 757–764.
<https://doi.org/10.4304/jltr.1.6.757-764>
- Lai, Y. L. (2005). *Teaching vocabulary learning strategies: Awareness, beliefs, and practices* [Unpublished master's thesis]. University of Essex.
- Mehrabian, N., & Salehi, H. (2019). The effects of using diverse vocabulary learning strategies on word mastery: a review paper. *Journal of Applied Studies in Language*, 3(1), 100–114.
<http://dx.doi.org/10.31940/jasl.v3i1.1368>
- Nation, I. S. P. (2001). *Learning vocabulary in another language*. Cambridge University Press.
- Nation, I. S. P. (2005). Teaching and learning vocabulary. In E. Hinkel (Ed.), *Handbook of research in second language teaching and learning* (pp. 581-595). Routledge.
- Nirattisai, S., & Chiramanee, T. (2014). Vocabulary learning strategies of Thai university students and its relationship to vocabulary size. *International Journal of English Language Education*, 2(1), 273-287. <https://doi.org/10.5296/ijele.v2i1.5366>
- Opasrattanakorn, O., & Soontornwipast, K. (2021). A mixed-methods study of the future qualifications of English teachers in the south of Thailand. *International Journal of Instruction*, 14(3), 661-684. <https://doi.org/10.29333/iji.2021.14339a>
- Oxford, R. L. (2011). *Teaching & Researching: Language Learning Strategies*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315838816>
- Pongklee, C., & Sukying, A. (2022). A needs analysis of English language of Thai pre-service teachers. *Journal of Modern Learning Development*, 7(10), 184-194. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/257215>

- Saengpakdeejit, R. (2014). Awareness of vocabulary learning strategies among EFL students in Khon Kaen University. *Theory and Practice in Language Studies*, 4(6), 1101–1108. <https://doi.org/10.4304/tpls.4.6.1101-1108>
- Sahbazian, S. (2004). *Perceived vocabulary learning strategies of Turkish university students* [Master's thesis, Oklahoma State University]. SHAREOK Repository. <https://hdl.handle.net/11244/44123>
- Schmitt, N. (1997). Vocabulary learning strategies. In N. Schmitt & M. McCarthy (Eds.), *Vocabulary: Description, acquisition and pedagogy* (pp. 199–227). Cambridge University Press.
- Schmitt, N. (2008). Instructed second language vocabulary learning. *Language Teaching Research*, 12(3), 329–363. <https://doi.org/10.1177/1362168808089921>
- Shen, W. W. (2003). Current trends of vocabulary teaching and learning strategies for EFL settings. *Feng Chia Journal of Humanities and Social Sciences*, 7, 187–224.
- Wahyudin, A. Y., Pustika, R., & Simamora, M. W. B. (2021). Vocabulary learning strategies of EFL students at tertiary level. *The Journal of English Literacy Education*, 8(2), 101–112.