

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ  
และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น : การศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)  
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย  
คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE RELATIONSHIP BETWEEN LANGUAGES AND REFERENTATIONS OF ISAN PEOPLE IN  
NATIONAL AND LOCAL NEWSPAPER S: A CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS

Miss Suphat Kaewphat



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Thai

Department of Thai

Faculty of Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2016

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานใน  
หนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น :  
การศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

โดย

นางสาวสุภัทร แก้วพัตร

สาขาวิชา

ภาษาไทย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริพร ภัคดีมาสุข

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต

..... คณบดีคณะอักษรศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. กิ่งกาญจน์ เทพกาญจนา)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร. เทพี จรัสจรุงเกียรติ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริพร ภัคดีมาสุข)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ณิชพร พานโพธิ์ทอง)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร. ดาวเรือง วิทยารัฐ)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. ชลธิชา บำรุงรักษ์)

สุภัทร แก้วพัตร : ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น : การศึกษาตามแนวทฤษฎีการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (THE RELATIONSHIP BETWEEN LANGUAGES AND REFERENTATIONS OF ISAN PEOPLE IN NATIONAL AND LOCAL NEWSPAPER S: A CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS) อ.ที่ปริกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร. ศิริพร ภักดีผาสุข, 233 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านภาษาในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นระหว่างปี พ.ศ. 2547 ถึง พ.ศ. 2556 ตามแนวทฤษฎีการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ และศึกษาเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติกับหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นในช่วงเวลาดังกล่าว ศึกษาข้อมูลในช่วงเวลาดังแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 รวมเป็นระยะเวลา 10 ปี

ผลการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติมีการใช้กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญทั้งสิ้น 8 กลวิธี ได้แก่ 1) การใช้คำ/กลุ่มคำ 2) การใช้อุปลักษณ์ 3) การแนะนำความ 4) การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบมีเงื่อนไข 5) การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุ-ผล 6) การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ 7) การใช้โครงสร้างประโยคกรรม และ 8) การใช้สัทพยางค์ กลวิธีทางภาษาทั้งหมดนี้ได้นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย คือ คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น คนอีสานอดทน และคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 2) ในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ คือ คนอีสานมีความรู้และน้อยและด้อยโอกาส คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม และคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น 3) ในแง่การเมือง คือ คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง และคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง

ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการใช้กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญทั้งสิ้น 6 กลวิธี ได้แก่ 1) การใช้คำ/กลุ่มคำ 2) การใช้อุปลักษณ์ 3) การแนะนำความ 4) การใช้โครงสร้างประโยคกรรม 5) การใช้สัทพยางค์ และ 6) การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ กลวิธีทางภาษาทั้งหมดนี้ได้นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น 3 กลุ่ม 1) ในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย คือ คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 2) ในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ คือ คนอีสานมีความรู้และด้อยโอกาส คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน และคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น 3) ในแง่การเมือง คือ คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย และคนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏสัมพันธ์กับบริบททางสังคมวัฒนธรรมและสื่อเนื้อเรื่องความไม่เท่าเทียมกันในสังคม แม้ว่าภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นจะมีจำนวนภาพตัวแทนที่เท่ากัน แต่มีความต่างในการเลือกเน้นย้ำภาพตัวแทนที่ต่างกัน กล่าวคือ ในหนังสือพิมพ์ระดับชาติมีการนำเสนอภาพในด้านที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์มากกว่าด้านที่ดีและพึงประสงค์ ในขณะที่เดียวกันหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในด้านที่ดีและพึงประสงค์มากกว่าด้านที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์ ผู้ร่วมเหตุการณ์การสื่อสาร จุดยืน และวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันของหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น รวมถึงปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม อาทิ ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ และความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรม น่าจะมีอิทธิพลต่อการนำเสนอภาพตัวแทนที่แฝงนัยของความไม่เท่าเทียมกันดังกล่าว

ภาควิชา ภาษาไทย

ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา ภาษาไทย

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

ปีการศึกษา 2559

# # 5480527322 : MAJOR THAI

KEYWORDS: CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS / PREPRESENTAIONS / ISAN PEOPLE / NEWSPAPER

SUPHAT KAEWPHAT: THE RELATIONSHIP BETWEEN LANGUAGES AND REFERENTATIONS OF ISAN PEOPLE IN NATIONAL AND LOCAL NEWSPAPER S: A CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS. ADVISOR: ASST. PROF. SIRIPORN PHAKDEEPHASOOK, Ph.D., 233 pp.

This research aimed at examining the representation of Isan people through the use of language in the national and local newspapers between 2004 and 2013 adopting the approach of critical discourse analysis. In addition, the research aimed to compare the representation of Isan people in the national newspaper with that in the local newspaper during a 10-year period, commencing from January 1, 2004 to December 31, 2013.

The analysis reveals that the national newspaper had adopted 8 major linguistic strategies in order to construct the representation of Isan people, which comprised of: 1) lexical selection; 2) using metaphor; 3) using implication; 4) using conditional sentence structure; 5) using the cause and effect sentence structure; 6) using rhetorical questions; 7) using passive sentence structure; and 8) using intertextuality . These linguistic strategies were used in the national newspaper to represent Isan people in three different aspects, consisting of: 1) characteristics and behaviors, which indicated that Isan people were full of dignity, endurance, and generosity. They were proud of their community and loved their friends and relatives; 2) social and economic aspects, which depicted that Isan people lacked knowledge and opportunity. They were regarded as the working class and the victim of higher social classes, while Isan people in large cities had higher financial status; and 3) political aspect, which suggested that Isan people were the major voices and played an important role in politics. They were also regarded as the victim of politics.

Alternatively, the local newspaper had adopted 6 linguistic strategies for constructing representation of Isan people, which included: 1) lexical selection; 2) using metaphor; 3) using implication; 4) using passive sentence structure; 5) using intertextuality; and 6) using rhetorical questions. The aforementioned linguistic strategies were used in the local newspaper to portray Isan people in three aspects, comprising of: 1) characteristics and behaviors, which indicated that Isan people were proud of their identity and local wisdom. They respected and adhered to the royal institution. They were generous and loved their friends and relatives; 2) social and economic aspects, which described Isan people as lacking knowledge and opportunities –they were the working-class population. Isan people in large cities also had higher financial status; and 3) political aspect, which represented Isan people as a major voice in politics. They played an important political role and they were not in favor of party division. In addition, they were in favor of the government policies.

This research illustrated that the representation of Isan people was related to the sociocultural context and signified social inequality. Although the numbers of representations of Isan people that appeared on both the national and local newspapers were equal, each type of newspaper emphasized such representations in a different way. That is, the national newspaper mainly portrayed Isan people in a more sympathetic and unfavorable way, rather than in a positive and favorable way. On the other hand, the local newspaper depicted Isan people in a more positive and favorable way, rather than in a sympathetic and unfavorable way. The participants, the standpoint, the ends of the national and local newspapers, along with sociocultural factors such as historical background and differences in language and culture, might influence the representations of Isan people that conveyed a sense of social inequality.

Department: Thai  
Field of Study: Thai  
Academic Year: 2016

Student's Signature .....

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาและเมตตาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริพร ภักดีผาสุข อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดต่างๆในทุกด้านด้วยความทุ่มเทและเอาใจใส่ คอยเตือนสติและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาตลอดระยะเวลา 6 ปี ตลอดจนเสียสละเวลาอันมีค่าในการตรวจทานและแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ด้วยความอดทนและเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณครูเป็นอย่างสูงและจะระลึกถึงพระคุณครูมิรู้ลืม

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร. เทพี จรัสรุ่งเกียรติ รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐพร พานโพธิ์ทอง อาจารย์ ดร. ดาวเรือง วิทยารัฐ และรองศาสตราจารย์ ดร. ชลธิชา บำรุงรักษ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่กรุณาตรวจแก้และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ อิงอร สุพันธ์ภูมิ อาจารย์ที่ปรึกษาในระดับปริญญาโทของผู้วิจัย ที่คอยให้กำลังใจ ข้อคิดและคำสอนต่างๆแก่ผู้วิจัยเสมอมา และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีที่ได้มอบทุนการศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 -2558 ขอขอบพระคุณคณาจารย์และบุคลากรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์เตือนใจ พิทักษานุรัตน์ อาจารย์สาขาวิชาภาษาไทย ครูคนแรกในการทำงานของผู้วิจัย ที่ให้กำลังใจและคอยเอื้อเฟื้อทวงไวยผู้วิจัยตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ และผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ที่กรุณารับภาระการสอนแทนผู้วิจัยตลอดจนระยะเวลาที่ลาศึกษาต่อ ทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาและทำงานวิจัยได้จนสำเร็จ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ “พ่อ” ผู้ล่วงลับที่เห็นความสำคัญของการศึกษา คอยสนับสนุนและปลูกฝังให้ผู้วิจัยรักการอ่านและใฝ่เรียนรู้ ตลอดจนให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยให้มีความมุ่งมั่นในการศึกษาเล่าเรียนจนวาระสุดท้ายของท่าน ขอขอบคุณ “แม่” และ “พี่ปุย” ที่เป็นหลักสำคัญในการดำเนินชีวิตและเป็นพลังใจอันยิ่งใหญ่ที่ทำให้ผู้วิจัยลุกขึ้นสู้อีกครั้ง ตลอดจนครอบครัวแก้วพัตร และครอบครัววรรณสิงห์ ครอบครัวตอพล ที่คอยติดตามและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา

ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์ ดร. พรรณธร ครุฑเนตร อาจารย์ ดร. วิสันต์ สุขวิสิทธิ์ คุณธันยดา แซ่ลิ้ม คุณสุชาติ พิบูลย์รศักดิ์ คุณสุพัตรา อุตมั่ง กัลยาณมิตรที่คอยให้คำปรึกษาและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา มิตรภาพที่ยาวนานตลอดระยะเวลา 16 ปีที่ผ่านมาผู้วิจัยระลึกถึงความห่วงใยและความปรารถนาดีที่มีต่อกันเสมอ

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนชั้นเรียนวิชาสัมมนาวิทยานิพนธ์ชุดปฏิบัติทุกท่านที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อนร่วมรุ่นรหัส 54 ทุกคน และขอบคุณจันทร์สุดา ไชยประเสริฐ ที่ช่วยเหลือทำ E-Thesis และ End-note รวมถึงกัลยาณมิตรทุกท่านที่มีอาจเอ่ยนามได้หมด ณ ที่นี้ ความรักและความปรารถนาดีของทุกท่านจะอยู่ในความทรงจำของผู้วิจัยตลอดไป

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	14
สารบัญภาพ.....	17
บทที่ 1 บทนำ.....	18
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	18
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	28
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	29
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	29
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	36
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	37
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
2.1 แนวคิดสำคัญของแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์.....	38
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม ( Discourse).....	38
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุดมการณ์ ( Ideology).....	40
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับอำนาจ ( Power ).....	41
2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการครอบงำ ( Manipulation ).....	43
2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทน ( Representation ).....	44
2.2 แนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์.....	45

2.2.1 การศึกษาตามแนวทางของ แฟร์คลัฟ (1995).....	46
2.2.2 การศึกษาตามแนวทางของ ฟาน ไคค์ (2008).....	49
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	57
2.3.1 งานวิจัยเกี่ยวกับภาพตัวแทนและอัตลักษณ์ .....	57
2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติตามแนวทางการศึกษา วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ .....	59
2.3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์.....	79
2.3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคนอีสาน.....	92
บทที่ 3 ภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ .....	100
3.1 คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย .....	101
3.1.1 คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น .....	101
3.1.1.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	101
3.1.1.2 การแนะนำความ .....	105
3.1.1.3 การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์.....	106
3.1.2 คนอีสานอดทน.....	107
3.1.2.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	107
3.1.2.2 การใช้อุปลักษณ์.....	110
3.1.3 คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ.....	111
3.1.3.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	111
3.2 คนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ .....	114
3.2.1 คนอีสานมีความรู้่น้อยและด้อยโอกาส.....	115
3.2.1.1 คนอีสานยากจน.....	115
3.2.1.2 คนอีสานการศึกษาน้อย .....	118



3.2.2 คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน.....	121
3.2.2.1 การใช้คำ /กลุ่มคำ .....	121
3.2.2.2 การใช้โครงสร้างประโยคกรรม.....	123
3.2.2.3 การใช้สัพท .....	123
3.2.3 คนอีสานถูกระงับจากคนต่างกลุ่ม.....	124
3.2.3.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	124
3.2.3.2 การใช้โครงสร้างประโยคกรรม.....	125
3.2.4 คนอีสานในหัวเมืองใหญ่ที่มีฐานะดีขึ้น .....	127
3.2.4.1 การเลือกใช้คำ / กลุ่มคำ .....	127
3.2.4.2 การใช้สัพท .....	129
3.2.4.3 การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบมีเงื่อนไข.....	130
3.2.4.4 การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล.....	131
3.3 คนอีสานในแง่การเมือง.....	131
3.3.1 คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง .....	132
3.3.1.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	132
3.3.1.2 การใช้อุปลักษณ.....	134
3.3.1.3 การน่ความ .....	136
3.3.1.4 การใช้สัพท.....	137
3.1.1.5 การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุ-ผล .....	138
3.3.2 คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง.....	139
3.3.2.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	139
3.3.2.2 การใช้อุปลักษณ.....	141
3.3.2.3 การน่ความ .....	141

3.3.2.4 การใช้สหบท .....	143
3.3.2.5 การใช้โครงสร้างประโยคกรรม.....	144
3.4 บทสรุป .....	145
บทที่ 4 กลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น .....	150
4.1 คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย .....	151
4.1.1 คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ.....	151
4.1.1.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	151
4.1.1.2 การแสดงความ .....	154
4.1.2 คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์.....	156
4.1.2.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	156
4.1.2.2 การแสดงความ .....	158
4.1.3 คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ.....	159
4.1.3.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	159
4.1.3.2 การแสดงความ .....	160
4.2 คนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ.....	162
4.2.1 คนอีสานมีความรู้่น้อยและด้อยโอกาส.....	162
4.2.1.1 การใช้คำ /กลุ่มคำ .....	162
4.2.1.2 การแสดงความ .....	164
4.2.1.3 การใช้อุปลักษณ์.....	166
4.2.1.4 การใช้สหบท .....	167
4.2.1.5 การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล.....	168
4.2.2 คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน.....	168
4.2.2.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	168

4.2.2.2 การแนะนำความ .....	170
4.2.2.3 การใช้โครงสร้างประโยคกรรม.....	170
4.2.3 คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น .....	171
4.2.3.1 การเลือกใช้คำ / กลุ่มคำ .....	171
4.2.3.2 การแนะนำความ .....	172
4.2.3.3 การใช้สัทพท .....	173
4.3 คนอีสานในแง่การเมือง.....	174
4.3.1 คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง.....	174
4.3.1.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	174
4.3.1.2 การแนะนำความ .....	175
4.3.1.3 การใช้สัทพท.....	176
4.3.2 คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย .....	176
4.3.2.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	176
4.3.2.2 การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ .....	177
4.3.3 คนอีสานสนองนโยบายของรัฐ .....	178
4.3.3.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ.....	178
4.4 บทสรุป .....	179
บทที่ 5 การเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ และ หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น.....	182
5.1 การเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและ หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น.....	182
5.1.1 ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏซ้ำในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น ..	183
5.1.2 ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏแตกต่างกันในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับ ท้องถิ่น .....	184

5.2 การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอภาพคนอีสาน .....	185
5.2.1 ฉาก.....	186
5.2.2 ผู้ร่วมเหตุการณ์.....	189
5.2.3 จุดมุ่งหมาย.....	190
5.2.4 การลำดับวาทกรรม.....	190
5.2.5 กุญแจ / น้ำเสียง .....	192
5.2.6 เครื่องมือ.....	193
5.2.7 บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์และการตีความ .....	193
5.2.8 ประเภทการสื่อสาร .....	194
5.3 วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏใน หนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น.....	199
5.3.1 อิทธิพลของปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน.....	199
5.3.1.1 ประวัติศาสตร์.....	199
5.3.1.2 สภาพภูมิประเทศและทรัพยากรธรรมชาติ .....	201
5.3.1.3 จำนวนประชากร.....	202
5.3.1.4 ภาษาและวัฒนธรรม.....	202
5.3.2 ผลทางอุดมการณ์ของภาพตัวแทนคนอีสานที่อาจมีต่อสังคม.....	204
5.4 สรุป.....	209
บทที่ 6 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	210
6.1 สรุปผลการวิจัย .....	210
6.1.1 กลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ.....	211
6.1.2 กลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น.....	214
6.1.3 การเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับ ท้องถิ่น .....	215

6.1.4 การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอภาพคนอีสาน	217
6.1.5 การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม .....	218
6.2 อภิปรายผลการศึกษา .....	221
6.3 ข้อเสนอแนะ .....	224
รายการอ้างอิง.....	225
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	233



## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 แสดงภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ .....	100
ตารางที่ 2 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น .....	101
ตารางที่ 3 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น.....	102
ตารางที่ 4 แสดงการเลือกใช้คำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่อดทนและมีน้ำใจ.....	107
ตารางที่ 5 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่อดทนและมีน้ำใจ.....	109
ตารางที่ 6 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องและมีน้ำใจ .....	111
ตารางที่ 7 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องและมีน้ำใจ .....	112
ตารางที่ 8 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนยากจน....	115
ตารางที่ 9 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานการศึกษาน้อย .....	119
ตารางที่ 10 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน.....	121
ตารางที่ 11 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน...	122
ตารางที่ 12 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน” เพื่อสื่อถึงคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม .....	124
ตารางที่ 13 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานในหัวเมืองใหญ่ที่มีฐานะดีชั้น .....	127
ตารางที่ 14 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานในหัวเมืองใหญ่ที่มีฐานะดีชั้น.....	127
ตารางที่ 15 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง .....	132

ตารางที่ 16 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเรียกและการใช้คำที่มักปรากฏร่วมกันเพื่อสื่อถึงคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง .....	139
ตารางที่ 17 แสดงสรุปความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ.....	146
ตารางที่ 18 แสดงภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น.....	150
ตารางที่ 19 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ .....	151
ตารางที่ 20 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่ยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ .....	156
ตารางที่ 21 แสดงการเลือกใช้คำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องและมีน้ำใจ	159
ตารางที่ 22 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องและมีน้ำใจ .....	160
ตารางที่ 23 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่มีความรู้น้อยและด้อยโอกาส.....	162
ตารางที่ 24 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏรวมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน...	168
ตารางที่ 25 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏรวมเพื่อสื่อถึงคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น.....	171
ตารางที่ 26 แสดงการเลือกใช้เรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง .....	175
ตารางที่ 27 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย .....	176
ตารางที่ 28 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่มักปรากฏร่วมกันเพื่อสื่อถึงคนอีสานสนองนโยบายของรัฐ.....	178
ตารางที่ 29 แสดงสรุปความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น.....	180
ตารางที่ 30 แสดงการสรุปภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น..	183

ตารางที่ 31 ภาพรวมขององค์ประกอบการสื่อสารของภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น.....	196
ตารางที่ 32 สรุปรูปการปรากฏการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ .....	204
ตารางที่ 33 สรุปรูปการปรากฏการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ..	204





## สารบัญภาพ

- แผนภาพที่ 1 กรอบการวิเคราะห์มิติทั้งสามของแฟร์คลาฟ (Fairclough, 1995)..... 46
- แผนภาพที่ 2 สามเหลี่ยมแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรม-ปริชาณ-สังคมของ ฟาน ไดก์.. 50



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานมีพื้นที่มากที่สุดของประเทศไทย ประมาณ 168,854 ตารางกิโลเมตร หรือมีเนื้อที่ร้อยละ 33.17 หรือเทียบได้กับหนึ่งในสามของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศไทยจัดได้ว่ามีพื้นที่ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย<sup>1</sup> นอกจากนี้คนอีสานยังเป็นประชากรที่มีเป็นจำนวนมากที่สุดของประเทศ ประมาณ 18,666,000 คน จากจำนวนคนไทยทั้งหมด 64,871,000 คน<sup>2</sup> และมีจังหวัดทั้งหมด 20 จังหวัดจาก 76 จังหวัดในประเทศไทย จึงน่าจะเป็นภาคที่ได้รับความสำคัญ มีการพัฒนาที่ยั่งยืนและควรได้รับการเอาใจใส่จากส่วนกลาง แต่สภาพที่ผ่านมากลับไม่เป็นเช่นนั้น จะเห็นได้จากการที่ในอดีตที่ผ่านมาภาคอีสานประสบปัญหา หลายอย่าง อาทิ ดินแดนที่แห้งแล้ง ขาดการพัฒนา คนอีสานส่วนหนึ่งขาดการศึกษา ภาคอีสานยังอยู่ห่างไกลความเจริญ รวมถึงถูกมองว่าเป็นอื่นและมีฐานะทางสังคมไม่เท่ากับคนภาคอื่น

อภิศักดิ์ โสมอินทร์ (อ้างถึงใน แวง พลั่งธรรม ,2545) ได้กล่าวถึงคนอีสานไว้อย่าง น่าสนใจว่า“ในอดีตคนอีสานถูกมองว่าเป็นคนต่ำต้อยล้าหลัง เป็นบักเสี้ยว บักสีเต๋อ เป็นลาวตาขาว หรือลาวตาแตก หรือเป็นพลเมืองชั้นสองของประเทศ ซึ่งอย่างดีก็เป็นได้ “แค่แรงงานชั้นต่ำของชาติ เท่านั้น” เหตุที่มองอย่างนั้นอาจจะเป็นเพราะ 1) ความไม่ลงรอยทางการเมืองที่เป็นมาในประวัติศาสตร์ 2) ความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรมบางอย่าง กล่าวถึงคนอีสานมีลักษณะ แตกต่างจากคนในภาคกลางแต่คล้ายกับคนลาวในประเทศลาว ชาวอีสานจึงถูกดูถูกเหยียดหยาม อย่างมีอคติ ประเด็นหลักที่ชาวไทยทั่วไปนำมาใช้ในการดูถูกคนอีสาน คือ ประเด็นเรื่องเชื้อชาติ โดยเรียกคนอีสานว่า“ลาว”แต่ใช้ในเชิงดูถูก เนื่องจากคำว่า “ลาว” นั้นเป็นคำที่ระบุจำแนก (identify) และกันคนอีสานออกจากความเป็นไทย” จากคำกล่าวนี้ทำให้เห็นว่า คนอีสานถูกมองว่าเป็นอื่นจากคำเรียกกลุ่ม “ลาว” ที่ใช้เรียกในกลุ่มชาติพันธุ์ได้กลายมาเป็นคำที่ใช้เรียกคนอีสานใน ลักษณะดูถูก

คำว่า “ลาว” นี้ แต่เดิมเป็นคำที่คนอีสานจะใช้แทนตนเมื่อปฏิสัมพันธ์กับคนอีสานด้วยกัน แต่เมื่อคนนอกกลุ่มใช้ จะใช้ในลักษณะแสดงการดูถูกและเป็นอื่น รวมถึงมีฐานะต่อยกกว่า ดังที่ กฤษดาพรรณ หงศ์ดารมภ์ (2548) ได้กล่าวเกี่ยวกับคนอีสานไว้ว่า “คำว่า “ลาว” ซึ่งเป็นคำที่คนอีสานใช้เรียกตัวเองเมื่อคุยกัน แต่เมื่อคำนี้ถูกใช้โดยคนจากต่างภูมิภาค โดยเฉพาะจากเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือคนกรุงเทพฯ คำนี้ไม่ได้แสดงความสัมพันธ์ฉันท์มิตรอีกต่อไป แต่แฝงไว้ด้วยความรู้สึก

<sup>1</sup> ที่มา : ข้อมูลจากกรมการปกครอง : ออนไลน์

<sup>2</sup> ที่มา : ข้อมูลจากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล .2556

ดูถูก ต่ำต้อย ซึ่งอาจรวมความหมายของการเป็น “คนบ้านนอก” “คนสกปรก” เอาไว้ด้วย คำว่า “ลาว” จึงมีอย่างน้อยสองเสียง เสียงหนึ่งเป็นเสียงของคนอีสาน และอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงจากคนภายนอก ทั้งสองเสียงนี้ได้ตอบและแข่งขันกันในกระบวนการให้ความหมายของคำนี้” ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับความคิดของ Smalley (Smalley: 101 อ้างถึงใน กฤษดาวรรณ หงส์ลดาธรมภ์ .2548 ) ที่กล่าวว่า “เนื่องจากคนในภาคกลางของประเทศไทยมักดูถูกคนในภาคอีสานรวมทั้งดูถูกภาษาลาว จึงทำให้คนลาวอีสานรู้สึกเขินอายเมื่อมีผู้รู้ว่าตนเองเป็น “ลาว”

ต่อมาคำว่า “ลาว” นี้ถูกนำไปใช้ในชีวิตบริบทอื่นในลักษณะที่เป็นการประเมินค่าในแง่ลบ ดังที่ พิณรัตน์ อัครรัตนกุล ( 2548 : 163) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า “วัยรุ่นในกรุงเทพฯ วิจารณ์การแต่งตัวของคนที่มาจากต่างจังหวัด (โดยเฉพาะคนจากภาคอีสาน) ว่า “ผู้ชายคนนี้แต่งตัวลาวมากเลย” หรือ “อ้อ! เธอใส่เสื้ออะไรมานะ ดูแล้ว ลาว” หรือ “หน้าลาวอย่างนั้น ใครจะไปมอง” เป็นต้น การกลายความหมายของคำว่า “ลาว” ไปในทางลบดังกล่าวน่าจะมาจากความคิดที่ว่า ภาคอีสานเป็นภาคที่ไม่ค่อยเจริญ ผู้คนยังดำรงชีวิตแบบชาวบ้านในชนบท ระดับการศึกษาไม่สูงเท่าคนในเมือง ถึงแม้สภาพของภาคอีสานในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นบ้างแล้ว แต่การที่ภาคอีสานหรือคนลาวอีสานถูกมองในแง่ที่นั้นยังคงอยู่ ดังสะท้อนให้เห็นในคำเรียกชื่อกลุ่มชนที่คนลาวอีสานจำนวนไม่น้อยระบุชื่อกลุ่มว่าเป็น “ไทยอีสาน” และไม่ชอบถูกเรียกว่า “ลาว” ”

ปัจจุบันท้องถิ่นอีสานได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นลำดับ คนอีสานเริ่มตระหนักว่าการที่คนอีสานเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศซึ่งมีสิทธิมีเสียง และน่าจะมีอิทธิพลต่อการเมืองการปกครองได้ดังจะเห็นได้จากการที่คนอีสานเป็นฐานเสียงของพรรคการเมืองบางพรรค และการที่คนอีสานลุกขึ้นมารวมตัว แสดงบทบาททางการเมือง หรือ “เรียกร้องสิทธิ” ให้กลุ่มของตน ดังจะเห็นปรากฏในเหตุการณ์ปี 2553 ที่กลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) หรือกลุ่มคนเสื้อแดงซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนอีสาน<sup>3</sup> คนกลุ่มนี้ออกมาร่วมชุมนุมเคลื่อนไหวเรียกร้องให้นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นยุบสภา การชุมนุมดังกล่าวยืดเยื้อยาวนานตั้งแต่วันที่ 12 มีนาคม ถึงวันที่ 19 พฤษภาคม 2553 ซึ่งระยะเวลาดังกล่าวได้เกิดเหตุการณ์สะเทือนใจมากมาย มีการปะทะกันระหว่างทหารตำรวจกับผู้ชุมนุมเสื้อแดง เกิดเหตุการณ์จลาจลและเผาอาคารสถานที่ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด (สรุปข้อมูลจาก นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ .2555. “2553 อ่านข่าวอ่านสังคม” )

เหตุการณ์นี้ทำให้ “คนอีสาน” ถูกจับตามองจากสังคมมากขึ้น จากเดิมที่เคยถูกมอง

<sup>3</sup> ภาพของคนเสื้อแดงในสายตาของคนทั่วไปส่วนใหญ่จะเป็นคนอีสาน ทั้งที่กลุ่มคนเสื้อแดงจะมีอยู่ทั้งภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคอีสาน แต่ภาพของคนอีสานถูกนำเสนอในรูปแบบของกลุ่มคนเสื้อแดงที่ถูกตอกย้ำในเรื่องของความเหลื่อมล้ำในสังคม ดังที่ นิธิ เอียวศรีวงศ์ ( 2553 : 121 ) กล่าวเกี่ยวกับคนเสื้อแดงไว้ว่า “เสื้อแดงในภาคกลาง และภาคเหนือ ไม่ค่อยมีสำนึกว่าตัวถูกดูถูกเหยียดหยาม ในขณะที่เสื้อแดงในภาคอีสาน มีสำนึกด้านนี้สูง พุดอีกอย่างหนึ่งคือ เสื้อแดงภาคอีสานมีสำนึกถึงความเหลื่อมล้ำด้านวัฒนธรรมสูงกว่าภาคกลางและภาคเหนือ

ว่าเป็น ชนชั้นแรงงาน ยากจน เป็นแรงงานอพยพ ล้าหลัง ไม่ทันสมัย บ้านนอก ปัจจุบันภาพของคนอีสานถูกมองว่าเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาททางการเมืองมากขึ้น คนอีสานได้กลายมาเป็นกลุ่มคนที่เรียกร้องสิทธิต่างๆให้แก่พรรคการเมืองที่มีฐานเสียงในภาคอีสาน

นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอภาพที่น่าสนใจคือ มีภาพคนอีสานที่เป็นนักร้องและนักแสดงที่มีชื่อเสียง และมีการนำนักแสดงกลุ่มนี้มาโฆษณาสินค้าต่างๆ และได้นำเสนอตัวตนว่าเป็น “คนอีสาน” ทำให้ภาพคนอีสานเปลี่ยนไป เช่น ณเดชน์ คูกิมิยะ นักแสดงช่อง 3 ที่มีภูมิภคานาเป็นคนขอนแก่น ได้เป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณาสายการบินแอร์เอเชีย ซึ่งเป็นสายการบินที่เปิดเที่ยวบินใหม่เป็นเที่ยวบินเกี่ยวกับภาคอีสาน ในโฆษณาสินค้านี้ผู้ผลิตได้นำเสนอภาพของ “ณเดชน์” ผู้ซึ่งเป็นตัวแทนของคนอีสานใช้บริการของสายการบินนี้ โดยเน้นที่คนอีสานสามารถขึ้นเครื่องบินได้เหมือนกับคนภาคอื่น ผู้ผลิตพยายามที่จะถ่ายทอดให้เห็นว่า ภาคอีสานได้รับการพัฒนาแล้ว การเดินทางก็มีความสะดวกสบายมากขึ้น การที่นำเสนอภาพเช่นนั้นสะท้อนถึงความคิดของคนนอกกลุ่มที่ยังคงแฝงอยู่ในภาพที่ถ่ายทอดออกมาว่าคนอีสานสามารถขึ้นเครื่องบินได้ เป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้น และเป็นสิ่งแปลกใหม่ อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า แม้ภาพของคนอีสานในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไป แต่ภาพในอดีตนั้นก็ยังคงอยู่ ยังคงมีร่องรอยของความคิดแฝงมากับภาพเหล่านั้นด้วย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาว่า ปัจจุบันนิยามความหมายของ “ความเป็นคนอีสาน” เป็นอย่างไร มีการปรับเปลี่ยนหรือไม่ ภาพคนอีสานนั้นได้เปลี่ยนแปลงในลักษณะใด ภาพที่เกิดขึ้นนั้นสะท้อนความคิดของคนอีสานและคนนอกกลุ่มอย่างไรบ้าง สิ่งที่จะช่วยให้เข้าใจและทำให้เห็นนิยามตัวตนคนอีสานได้ถ่องแท้มากขึ้น สามารถพิจารณาได้จาก “ภาพตัวแทน” ของคนอีสานผ่านวาทกรรมสื่อต่างๆ

เสนาะ เจริญพร (2548 : 299 ) ได้กล่าวถึงภาพตัวแทนไว้ว่า “ภาพตัวแทน (representation) หมายถึง ภาพจำลองสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งนำเสนอผ่านวรรณกรรมหรือประติมากรรมทางวัฒนธรรมอื่นๆ ในฐานะที่ภาพจำลองนั้นสร้างขึ้นจากการคัดเลือก ปูรังแต่ง ชับเน้นคุณลักษณะบางอย่างจากความเป็นจริงตามคติความเชื่อและค่านิยมบางประการ รายละเอียดต่างๆที่ปรากฏในภาพเสนอหนึ่งๆ จึงร่วมกันทำหน้าที่สื่อความหมายและคุณค่าอย่างใดอย่างหนึ่งในเชิงสังคม-วัฒนธรรมเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ ภาพเสนอมิได้เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าเป็นจริงเป็นเช่นไร เพราะมิใช่ภาพถ่ายสะท้อน แต่บ่งบอกให้ทราบว่า ผู้คนในสังคม (อย่างน้อยก็กลุ่มหนึ่ง) มีความน่าเชื่อถือ ความคาดหวัง และให้ความหมาย คุณค่าต่อสิ่งที่ถูกนำเสนออย่างไร ดังนั้น “ภาพคนอีสาน” จึงเป็น “ภาพ” ที่ได้จากการถ่ายทอดความรู้สึกรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับคนอีสานผ่านรูปภาพที่ปรากฏในวาทกรรมสื่อต่างๆ ภาษาจึงเป็นสิ่งสำคัญในการถ่ายทอดความคิดที่แฝงอยู่เบื้องหลัง การนำเสนอข่าวหรือการนำเสนอความคิดผ่านสื่อสาธารณะน่าจะมีผลต่อความคิดของคนในสังคม เพราะภาพที่ได้นั้นถูกประกอบสร้างมาจากความเชื่อความคิดของคนในสังคม และการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานได้อย่างชัดเจนและเข้าถึงคนกลุ่มใหญ่ได้คือ หนังสือพิมพ์ เพราะหนังสือพิมพ์ทำหน้าที่เสมือนเป็นกระจกเงาสท้อนภาพสังคม ช่วยให้ประชาชนได้รับความรู้ ข่าวสาร และช่วยบันทึกความเป็นไปในสังคม ค่านิยม วัฒนธรรม

ความเชื่อ วิถีชีวิต นอกจากนี้แล้วยังทำหน้าที่กระตุ้นความสนใจของประชาชนในด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ( มาลี บุญศิริพันธ์.2531: 16)

สื่อที่สำคัญและมีบทบาทมากในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานและสามารถเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากคือ หนังสือพิมพ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง que เข้าถึงประชาชนได้มากในการเสนอข่าวสารสู่ประชาชน และหนังสือพิมพ์เมื่อได้กำเนิดขึ้นแล้วก็เป็นสิ่งที่มีอำนาจมากเพราะสามารถชักจูงใจคนให้เชื่อไปตามข้อความที่พิมพ์ได้ ( ประกาศ วัชรารภรณ์.2533 : 108 ) หนังสือพิมพ์นับได้ว่าเป็นแหล่งข่าวที่แก่ที่สุด แม้ปัจจุบันที่ยังคงทำหน้าที่เสนอข่าวสารได้มากกว่าวิทยุและโทรทัศน์ การรายงานข่าวในหนังสือพิมพ์ให้รายละเอียดนอกเหนือไปจากข่าววิทยุและโทรทัศน์เนื่องจากการนำเสนอข่าวในแง่มุมต่างๆ และมีการวิเคราะห์เหตุการณ์ได้มากกว่าและไม่ถูกจำกัดด้านเวลาในการถ่ายทอด นอกจากนี้การรายงานข่าวสารของหนังสือพิมพ์ค่อนข้างเป็นอิสระกว่าสื่อประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะวิทยุและโทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ดำเนินการโดยเอกชน ไม่ได้อยู่ในความครอบครองของรัฐบาล (สุกรี แมนชัยนิมิต.2535: 9 )

นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีส่วนสำคัญในการทำหน้าที่เผยแพร่ภาพคนอีสานในลักษณะต่างๆ เช่น ในการรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่ผลิตและถ่ายทอดข่าวไปยังกลุ่มคนจำนวนมากในสังคมไทยให้รับรู้เหตุการณ์ ความคิด ทศนคติที่เกี่ยวข้องกับคนอีสาน ในการนำเสนอภาพเกี่ยวกับคนอีสานนี้ เมื่อมีการนำเสนอภาพใดภาพหนึ่งซ้ำๆจนทำให้ภาพนั้นกลายเป็นภาพตัวแทนหลักคนอีสานซึ่งภาพที่ได้อาจมิใช่ความจริงทั้งหมด แต่เป็นภาพที่ได้จากการถูกสร้างขึ้นมาจากมุมมองใดมุมมองหนึ่งของผู้ผลิตได้เลือกหรือคัดสรรที่จะนำเสนอให้แก่ผู้อ่านได้รับรู้ ดังนั้นสื่อระดับชาติจึงมีบทบาทและอำนาจมากในการผลิตตัวบทเพื่อกระจายภาพของคนอีสานไปสู่สาธารณะ การใช้ รูปภาพในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคนอีสานจึงเป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน ผู้นำเสนอข่าวจึงต้องระมัดระวังในการนำเสนอข่าวให้เป็นกลาง แต่จะเห็นได้ว่าในการรายงานข่าวเกี่ยวกับคนอีสานก็ยังมี การแฝงนัยยะบางอย่างมากับรูปภาพที่ใช้อย่างแนบเนียนโดยที่ผู้อ่านไม่รู้ตัว เช่น การนำเสนอข่าวที่กล่าวถึงความเจริญของท้องถิ่นอีสานในคอลัมน์ “หมายเหตุประเทศไทย:มันนี่ เอ็กซ์โป โคราช คนอีสาน 10 ล้านเข้าถึงแหล่งเงิน” ซึ่งในการนำเสนอข่าวดังกล่าว ผู้เขียนมีการนำเสนอภาพของคนโคราชในแง่มุมที่น่าสนใจ โดยที่ในตอนต้นของบทความมีการกล่าวถึงงานดังกล่าว และเชื่อเชิญให้ผู้อ่านเห็นถึงความเจริญทางด้านเศรษฐกิจของจังหวัดนครราชสีมา มีลักษณะนำเสนอข่าวทั่วไป แต่ในช่วงท้ายของบทความผู้เขียนได้ทิ้งท้ายไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

ตัวอย่าง (1)

“...ที่ผมรู้สึกเสียดายก็คือ แม้โคราชจะถูกกำหนดให้เป็น “ประตูอีสาน” มาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับต้นๆ ในยุคสงครามเวียดนาม โคราชก็ถูกฝ่ายพันธมิตรกำหนดให้เป็นประตูอินโดจีน มีการสร้างถนนมิตรภาพเชื่อมต่อกับกรุงเทพฯ

สร้างถนนยุทธศาสตร์เชื่อมกับท่าเรือน้ำลึกอู่ตะเภา เพื่อใช้เป็นเส้นทางอาหาร และยุทธปัจจัยสู่ฐานทัพอากาศในภาคอีสานแต่ท่านผู้อ่านเชื่อหรือไม่ครับ ผ่านไปเกือบสี่สิบปี สงครามเวียดนามเลิกไปแล้วตั้งแต่ปี 2508 ถนนสายยุทธศาสตร์ 2 เส้นที่เชื่อมต่อโคราชสู่ประตูอีสานกับท่าเรือน้ำลึกอู่ตะเภา หรือแหลมฉบังในปัจจุบัน เส้นทางขนส่งสำคัญที่สหรัฐฯทิ้งไว้ให้ จนบัดนี้ยังคงสภาพ 2 เลนเหมือนเดิม มีเพียงบางช่วงเท่านั้นที่ขยายเป็น 4 เลน น่าเศร้าไหม เขียนแล้วก็อดน้อยใจแทนคนอีสานไม่ได้ วันนี้ก็ได้แต่เขียนให้คนอีสานช่วยตนเองดีกว่าครับ”

(ไทยรัฐ ฉบับวันศุกร์ที่ 22 กุมภาพันธ์ 2551 หน้า 5)

จากตัวอย่างข้างต้นพบว่า ผู้เขียนพยายามที่จะสื่อให้เห็นภาพคนอีสานในปัจจุบันที่ถึงแม้จะถูกมองว่ามีเศรษฐกิจที่รุ่งเรือง แต่ก็ยังคงถูกมองข้ามจากการพัฒนาประเทศ ในสายตาของคนทั่วไปแล้วจังหวัดนครราชสีมา เปรียบเสมือนประตูสู่อีสาน มีทั้งความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม การศึกษา และเป็นเมืองใหญ่อันดับต้นๆของภาคอีสาน แต่ผู้เขียนเองก็ยังสื่อให้เห็นว่าคนอีสานยังถูกละเลยจากส่วนกลางในการพัฒนาประเทศ โดยจะเห็นได้จากการใช้ถ้อยคำที่แสดงความรู้สึกเห็นใจ เช่น “ผมรู้สึกเสียดาย” หรือ “อดน้อยใจแทนคนอีสานไม่ได้” จะเห็นได้ว่าแม้ผู้เขียนจะพยายามแสดงความเห็นใจและเข้าใจในสภาพการที่เกิดขึ้น แต่ในตอนท้ายผู้เขียนยังคงแฝงไว้ว่าให้คนอีสานช่วยตนเองดีที่สุดอย่าหวังพึ่งผู้อื่น จากถ้อยคำที่ว่า “ให้คนอีสานช่วยตนเองดีกว่าครับ” แสดงให้เห็นว่าคนอีสานจะไม่ได้รับการเอาใจใส่จากส่วนกลางหรือผู้อื่นจึงต้องช่วยเหลือและดูแลกันเอง และจงยอมรับกับสภาพที่เกิดขึ้นให้ได้ ดังนั้นสื่อเป็นตัวแปรที่สำคัญในการนำเสนอภาพคนอีสานไปสู่มวลชน ภาพที่นำเสนอออกไปนั้นจะดีหรือไม่ดีก็ขึ้นอยู่กับค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของผู้เขียนที่มีต่อคนอีสาน ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างที่ยกมา

อีกตัวอย่างหนึ่งเป็นการนำเสนอภาพคนอีสานผ่านการสัมภาษณ์คนอีสานที่มีชื่อเสียงในคอลัมน์ “Next Gent : บักเคนได้ผมเป็นลูกอีสาน” คอลัมน์นี้มีลักษณะเป็นบทสัมภาษณ์และผู้เขียนได้แสดงความคิดเห็นสอดแทรกในบทสัมภาษณ์ดังกล่าวด้วย ซึ่งเนื้อหาของบทสัมภาษณ์จะเป็นการกล่าวถึงความเป็นมาของผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นวัยรุ่นอีสานที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน และในช่วงท้ายของบทสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวถึงตนเองในฐานะที่เป็นคนอีสานคนหนึ่งได้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

ตัวอย่าง (2)

“...เคนได้บอกว่า คนอีสานถือเป็นอีกส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนสังคม อาชีพแรงงานส่วนใหญ่ก็เป็นคนอีสาน สาวโรงงาน แท็กซี่ ก็คนอีสาน นักการเมืองเวลาจะไปหาเสียงก็นั่งพื้นที่ภาคอีสานเพราะมีฐานเสียงเยอะ แต่คนอีสานมักถูกละเลยในทุกเรื่อง เคนได้ยอมรับว่าที่ผ่านมาแม้จะมีกลุ่ม

ก่อนของคนอีสานที่รวมตัวกันมากมายหลายกลุ่ม แต่ไม่แข็งแรง เพราะขาด การบูรณาการให้เป็นสากลได้ ทุกวันนี้หนุ่มหนองคายคนนี่จึงพยายามเป็น ศูนย์กลางของเครือข่ายอีสาน สื่อสารความเป็นคนอีสานออกไปให้มากที่สุด ผ่านทั้งสื่อทีวี ภาษาและการแต่งกาย...สำหรับความฝันในอนาคตของบักเคน ได้ก็คือ การนำวัฒนธรรมไปสู่สากลให้ได้ “เพื่อเด็กรุ่นใหม่จะไม่อายที่จะบอก ทุกคนถึงรากเหง้า ถิ่นฐาน บ้านเกิดของตนเอง”

( เติลนิวัส ฉบับวันอาทิตย์ที่ 12 มิถุนายน 2554 หน้า 26)

จากตัวอย่างที่ 2 จะเห็นได้ว่า การนำเสนอภาพคนอีสานจากมุมมองคนอีสานเอง ผ่านการสัมภาษณ์บทความที่นำเสนอผ่านสื่อระดับชาติ สิ่งที่น่าสนใจและมีความแตกต่างจากตัวอย่าง ที่ 1 คือ ตัวอย่างแรกเป็นการนำเสนอภาพคนอีสานผ่านสายตาคนนอกโดยใช้สื่อระดับชาติในการ เผยแพร่ภาพคนอีสานสู่คนจำนวนมาก ในขณะที่ตัวอย่างนี้เป็นการบอกเล่าตัวตนคนอีสานจาก มุมมองของตนเองโดยอาศัยสื่อระดับชาติเพื่อให้ผู้อื่นได้เห็นภาพคนอีสานอย่างชัดเจน และมีพื้นที่ใน การนำเสนอภาพคนอีสานให้คนอื่นได้รับรู้ แต่จะเห็นได้ว่าการนำเสนอภาพตนเองผ่านสื่อระดับชาตินี้ หนึ่งที่ผู้ให้สัมภาษณ์มีโอกาสที่จะนำเสนอตนเองในทางบวก แต่ผู้ให้สัมภาษณ์กลับยอมรับกับภาพคน อีสานที่ถูกสื่อนำเสนอในปัจจุบัน ดังข้อความที่กล่าวถึงความตั้งใจของผู้ให้สัมภาษณ์ที่จะให้คนอีสาน รุ่นใหม่มีทัศนคติที่ดีขึ้นต่อท้องถิ่นตนที่ว่า “เพื่อเด็กรุ่นใหม่จะไม่อายที่จะบอกทุกคนถึงรากเหง้า ถิ่น ฐาน บ้านเกิดของตนเอง” ในข้อความนี้สื่อให้เห็นความคิดของผู้ให้สัมภาษณ์ในหลายแง่มุม เช่น การ เลือกใช้คำว่า “คนรุ่นใหม่” แทนคำว่า “คนทุกคน” หรือ “คนอีสาน” แสดงให้เห็นว่าคนอีสานรุ่น เก่า หรือคนอีสานกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่คนรุ่นใหม่นั้น “อาย” ที่จะบอกผู้อื่นถึงรากเหง้าของตนเอง ดังนั้น ภาพคนอีสานที่ผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นคนอีสานเองนำเสนอขึ้นก็กลับกลายเป็นภาพลบต่างๆที่ผู้ให้ สัมภาษณ์พยายามที่จะเป็นเครือข่ายคนอีสาน และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีแก่มวลชน แต่ อย่างไรก็ตามภาพคนอีสานที่ถูกนำเสนอขึ้นแม้ผู้ให้สัมภาษณ์เองอาจจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจสื่อออกมา ก็ ยังคงเป็นภาพของกลุ่มคนที่ถูกสังกะยมละเลยและเป็นกลุ่มคนชนชั้นแรงงาน

การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติจากทั้งสองตัวอย่าง พบว่า การนำเสนอข่าวนั้นผู้นำเสนอข่าวต้องมีความเป็นกลางปราศจากอคติตามจรรยาบรรณของ การรายงานข่าว แต่เรายังพบว่า ภาพคนอีสานที่ปรากฏในเนื้อข่าวซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่ผลิตมาจาก ส่วนกลางยังคงมีร่องรอยความคิดบางอย่างเกี่ยวกับคนอีสานในลักษณะความไม่เสมอภาค ทั้งที่ ความคิดดังกล่าวผู้ผลิตอาจไม่ได้ตั้งใจแต่ภาพที่ปรากฏจะเป็นภาพที่มีเงาของอคติบางอย่างปรากฏอยู่ ทั้งนี้ อาจมาจากบริบทสังคมที่สั่งสมทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ที่เกี่ยวข้องกับคนอีสานมาเป็นระยะ เวลานาน ภาพดังกล่าวอาจจะยังไม่เลือนหายไปจากความทรงจำของคนในสังคม ดังจะเห็นได้จาก ภาพคนอีสานที่นำเสนอผ่านความคิดของตัวคนอีสานเองจากข่าว “บักเคนได้” และการแสดง ความเห็นใจต่อคนอีสานในข่าว “มันนี่ เอ็กซีไป”

ในขณะที่เดียวกันสื่อระดับท้องถิ่นในภาคอีสานมีการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นด้วย ภาพตัวแทนดังกล่าวทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในกลุ่มของตนให้ได้รับรู้ รวมถึงพยายามที่จะปลูกฝังความคิดเกี่ยวกับการรักท้องถิ่น และรักพวกพ้องเดียวกัน ดังเช่น

ตัวอย่าง (3)

“ในมุมหนึ่งของสังคมที่ห่างไกลความเจริญ สภาพอากาศที่หนาวเย็น ชาวบ้านชนบทโดยเฉพาะคนชราที่ส่วนใหญ่ฐานะยากจน เนื่องมาจาก เครื่องนุ่งห่มกันหนาวไม่เพียงพอ นั่งล้อมวงสนทนาข้างกองไฟเพื่อรับไออุ่นจาก เปลวไฟ แต่เมื่อตะวันคล้อยต่ำ ความหนาวก็เข้ามาเยือนอีกครั้ง อากาศปวดข้อ ปวดกระดูกของคนชราเริ่มกลับมา เด็กน้อยฟันกระทบเป็นจิ้งหะเพราะอากาศหนาวภายใต้ผ้าห่มผืนเก่าๆ สมาคมสื่อมวลชนจังหวัดขอนแก่นจึงได้ร่วมมือกับ ชมรมสื่อสร้างสรรค์ขอนแก่น ชมรมคนทำสื่อภาคอีสาน ศูนย์ข่าวอุบลรัตน์ ขอนแก่น และชาวตลอด อ. จิระ เดินทางนำผ้าห่ม ทุนการศึกษา อุปกรณ์กีฬา และเสื้อผ้ากันหนาวไปมอบให้กับพี่น้องคนขอนแก่น เพื่อเป็นการบรรเทาความหนาวเย็นในเบื้องต้นตามโครงการ “ทำดีเพื่อพ่อ” ณ บ้านหนองแสง ต. ศรีสำราญ อ. อุบลรัตน์ จ. ขอนแก่น เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2553 ที่ผ่านมา สิ่งที่เราทำอาจจะคูน้อยนิด แต่เราก็เป็นส่วนหนึ่งที่ตั้งใจทำให้สังคมแข็งแรงและ รู้จักเสียสละ”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(ไทยเสรี ฉบับที่ 116 ปีที่ 11 หน้า 3)

จากตัวอย่างข้างต้นเกี่ยวกับการนำเสนอภาพคนอีสานจากสื่อหนังสือพิมพ์ที่ผลิตจากส่วนท้องถิ่นจะเห็นได้ว่า สื่อท้องถิ่นเป็นตัวกลางสำคัญในการนำเสนอภาพของคนอีสานเป็นเสมือนตัวแทนของคนอีสานที่นำเสนอตนเองให้แก่กลุ่มตนเองและผู้อื่นได้รับรู้ ดังนั้นภาพที่นำเสนอตนเองจึงมีลักษณะที่ดี ถ่ายทอดให้เห็นถึงความมีน้ำใจ ความสามัคคี เห็นอกเห็นใจกัน รักพวกพ้อง และเจียมตน นอกจากนี้ยังมีการบรรยายถึงภาคอีสานที่เป็นภาคที่ยากจนและห่างไกลความเจริญ ดังจะเห็นได้จากการใช้รูปภาพ “ห่างไกลความเจริญ” “ยากจน” ในการบรรยายลักษณะของคนอีสาน แต่อย่างไรก็ตามการนำเสนอภาพคนอีสานผ่านการรายงานข่าวจากสื่อท้องถิ่นจะพบว่า แม้จะมีการนำเสนอให้เห็นถึงภาคอีสานที่เป็นภูมิภาคที่ยังขาดแคลนในด้านทุนทรัพย์และความเจริญแล้ว แต่คนอีสานก็มีน้ำใจคอยช่วยเหลือพวกพ้องของตน นอกจากนี้แล้วจะเห็นได้ว่าในเนื้อหาของข่าวนั้น หากมองอีกมุมหนึ่งจะพบว่า คนอีสานเองก็มีการแบ่งกลุ่มตนเองระหว่างกลุ่มคนเมือง และกลุ่มคนชนบท



ด้วย โดยที่กลุ่มคนเมืองจะเป็นผู้ที่เข้าถึงทรัพยากรได้มากกว่า จึงได้เอื้อเพื่อ มีน้ำใจที่จะแบ่งทรัพยากรต่างๆให้แก่คนชนบทด้วย

การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานผ่านหนังสือพิมพ์จากตัวอย่างที่กล่าวมาทั้งหมด ทำให้เห็นภาพตัวแทนคนอีสานที่น่าสนใจที่นำเสนอผ่านสื่อ 2 กลุ่มจากมุมมองที่เหมือนและแตกต่างกัน คือ จากมุมมองคนนอกผ่านสื่อระดับชาติ และจากมุมมองคนอีสานผ่านสื่อระดับท้องถิ่น จากที่ผ่านมามีภาพที่เราได้รับรู้ส่วนใหญ่เป็นภาพจากสื่อระดับชาติเป็นสำคัญ แต่เมื่อมีความเจริญทางเทคโนโลยี คนอีสานสามารถเข้าถึงการใช้สื่อเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น จึงน่าสนใจว่ามีการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานจากสื่อท้องถิ่นเป็นอย่างไร สอดคล้องหรือขัดแย้งกับภาพตัวแทนที่นำเสนอในสื่อระดับชาติอย่างไร โดยจะเห็นได้ว่า การถ่ายทอดความคิดผ่านการรายงานข่าวในหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่มีการกระจายความคิดเห็นไปยังคนจำนวนมากนั้น ภาพคนอีสานที่ได้ถูกเผยแพร่ไปมีทั้งภาพบวกและภาพลบ ในขณะที่เดียวกันคนอีสานได้นำเสนอตนเองผ่านการรายงานข่าวในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ภาพที่ถูกนำเสนอมักจะเป็นบวกและเป็นภาพที่คนอีสานพยายามต่อสู้หรือเรียกร้องให้คนทั่วไปเข้าใจ เห็นใจ และยอมรับในตัวตนของคนอีสาน

การศึกษาภาพตัวแทนกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกัน กล่าวคือ การประกอบสร้างภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในวาทกรรมสื่อ นั้น เกิดขึ้นจากการใช้ภาษาเพื่อถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ชุดความคิดบางอย่างเกี่ยวกับคนอีสาน จนปรากฏเป็นภาพในความจำของคนในสังคม ภาษาที่คนในสังคมใช้นั้นประกอบด้วยภาษาของตนเองส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งถูกประกอบสร้างจากสังคม ดังนั้นภาพตัวแทนที่ได้จึงเกิดจากความคิดของผู้พูดส่วนหนึ่ง และมาจากการประกอบสร้างทางสังคมอีกส่วนหนึ่ง ส่งผลให้เกิดภาพแทนที่แฝงไปด้วยความคิดของคนในสังคมที่มีต่อคนอีสานอย่างเป็นระบบ แนวคิดที่ช่วยให้เห็นภาพเช่นนี้คือ วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

ดังนั้นแนวคิด Critical Discourse Analysis ( CDA ) เป็นหนึ่งแนวคิดที่น่าสนใจในการนำมาศึกษา “ภาพตัวแทน” เพราะการศึกษาตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ จะทำให้เข้าใจบทบาทและความสำคัญของภาษาที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดความคิด ความเชื่อ โดยสื่อมวลชนนั้นเป็นผู้สร้างอำนาจทางความคิดให้แก่ผู้บริโภคโดยวิธีการผลิตซ้ำ นำเสนอภาพ และใช้อิทธิพลของภาษาในการครอบงำความคิดของผู้บริโภคโดยที่ผู้บริโภคเองไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการบีบบังคับหรือเสียผลประโยชน์แต่อย่างไร เพราะภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันนั้นไม่มีมิติทั้งทางด้านภาษาและทางด้านสังคม ผลของการใช้ภาษาสามารถแสดงให้เห็นความคิดที่อยู่เบื้องหลังภาษานั้นๆ ทำให้เห็นถึงอำนาจ และอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ด้วย การศึกษาวาทกรรมจึงไม่ใช่การศึกษาเพียงรูปภาษาที่ปรากฏ แต่ศึกษาบริบททางสังคมที่สะท้อนจารีตปฏิบัติ ความคิด ความเชื่อ คุณค่า และสถาบันต่างๆ ในสังคมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ ด้วย

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

ที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบว่า มีงานวิจัยที่หลากหลายทั้งในมุมมองของนักรัฐศาสตร์ นักนิเทศศาสตร์ ในที่นี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการศึกษาในแนวทางภาษาศาสตร์ ซึ่งศึกษาจากงานวิจัยทั้งในประเทศและงานวิจัยต่างประเทศ โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มแรก คือ งานวิจัยที่ศึกษาภาพตัวแทนและอัตลักษณ์ตามแนวทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ กลุ่มที่สอง คือ งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับอุดมการณ์การเหยียดเชื้อชาติและอคติทางชาติพันธุ์ตามแนวทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ กลุ่มที่สาม คือ งานวิจัยที่ศึกษาตามแนวทางทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ และกลุ่มที่สี่ คือ งานวิจัยเกี่ยวกับคนอีสาน

งานวิจัยที่ศึกษาภาพตัวแทนและอัตลักษณ์ตามแนวทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ได้แก่ ชีระยุทธ สุริยะ (2554) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนนักโทษประหาร และการประหารชีวิตในหนังสือพิมพ์รายวัน” สุนทร สุขสำราญ (2555) ศึกษาเรื่อง “มายาคติและความรุนแรงของภาพแสดงแทน”ชาวเขา”ในแบบเรียนชั้นประถม” และงานวิจัยของ วันชนะทองคำเกา ( 2551) ศึกษาเรื่อง “ภาพตัวแทนสมเด็จพระมหาธรรมราชาในวรรณกรรมไทย” งานวิจัยของ กษริน วงศ์กิตติชวลิต ( 2552) ศึกษา “ภาพตัวแทนของพระสุริโยทัยในวรรณกรรมไทย” และงานของ ชีระ บุชบกแก้ว (2553 ) ศึกษาเรื่อง “กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเอง โดยกลุ่ม “เกย์ออนไลน์” ในงานวิจัยกลุ่มนี้พบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพตัวแทนที่กล่าวถึง “คนอีสาน” นั้น ยังไม่มีผู้ใดศึกษามาก่อน อีกทั้งในด้านของการนำแนวคิดทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาศึกษา”คนอีสาน” ก็ยังไม่มีการศึกษาเช่นกัน

กลุ่มสอง คือ กลุ่มงานวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติในภาษาไทยพบว่า งานวิจัยที่มีการนำแนวคิด CDA มาศึกษากลุ่มชาติพันธุ์และการเหยียดเชื้อชาติโดยตรงมีการศึกษาน้อยมาก ได้แก่ กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ (2543 ) ศึกษาเรื่อง “ปริศนาเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย:การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์” โดยศึกษาบทความประเภทข่าวในหนังสือพิมพ์และรายการโทรทัศน์ “พุ่งแสงตะวัน” เพื่อสรุปวิธีการที่ผู้สื่อข่าวเขียน พูด และเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาวเขา ลักษณะทางความหมายปริศนาที่มีการนำมาใช้และอุดมการณ์ที่ขัดแย้งกันเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อย

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติในภาษาต่างประเทศ เช่น งานวิจัยของ Peter Teo ( 2000) ศึกษาเรื่อง “Racism in the News : A Critical Discourse Analysis of News Reporting in Two Australian Newspapers” งานวิจัยของ John Flowerdew And David C.S. Li , Sarah Tran (2002) ที่ศึกษาเรื่อง “Discriminatory news discourse : some Hong Kong data” John Oddo (2011) ศึกษาเรื่อง “War legitimization discourse : Representing “Us” and “Them” in four US presidential addresses” งานวิจัยของ Geraint O.Edwards (2012) ศึกษาเรื่อง “A comparative discourse analysis of the construction of “In-groups” in the 2005 and manifestos of the British National Party” และงานของ Yasmin Jiwani and John E.Richardson (2011) ศึกษาเรื่อง Discourse , Ethnicity and racism

กลุ่มสาม คือ งานวิจัยที่ศึกษาตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ เช่น กาญจนา เจริญเกียรติบวร (2543) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมุมมองในข่าววัดพระธรรมกายที่เสนอในหนังสือพิมพ์ไทย” งานวิจัยของ รัชนิษฐ์ พงศ์อุดม (2548) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับค่านิยมเกี่ยวกับความงาม : การศึกษาวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางในภาษาไทย” จันทิมา เอี่ยมานนท์ (2549) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาวาทกรรมเกี่ยวกับผู้ติดเชื้อเอดส์ในสังคมไทยตามแนวปฏิพันธวิเคราะห์” ญัฐพร พานโพธิ์ทอง (2007) ศึกษาเรื่อง “Discourse of Plastic Beauty :A Critical Analysis of Cosmetic Surgery Ads in Thai” ศิริพร ภัคดีผาสุข (2553) ศึกษาเรื่อง “วาทกรรม “ความเป็นหญิง” ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย” เพ็ญภา คล้ายสิงโต (2553) ศึกษาเรื่อง “อุดมการณ์ทางเพศสภาพในพาดหัวข่าวอาชญากรรมในหนังสือพิมพ์ไทย : การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์” วิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2554) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในหนังสือเรียนรายวิชาภาษาไทยตามหลักสูตรประถมศึกษา พ.ศ. 2503 -2544 : การศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์”

กลุ่มสี่ คือ งานวิจัยเกี่ยวกับคนอีสาน เช่น บั้วพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ (2548) ที่ศึกษาเรื่อง “การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมของผู้หญิงในชนบทอีสาน” อัฐมา โภคาพานิชวงษ์ (2552) ศึกษาเรื่อง “วาทกรรมเรื่องโรคจิตเวชและการต่อรองความหมายทางสังคมของผู้ป่วยทางจิตในท้องถิ่นอีสาน” บุญทิศา พ่วงกลัด (2554) ศึกษาเรื่อง “วาทกรรม”บุญนิยม” : กรณีศึกษาชุมชนราชธานี อโศก จังหวัดอุบลราชธานี” รัตนา จันทาว (2553) ศึกษาเรื่อง “อุปนิสัยเกี่ยวกับแหล่งน้ำของคนขอนแก่น”

จากงานวิจัยที่เกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ จะเห็นได้ว่า งานวิจัยส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์และจะเลือกศึกษากลุ่มหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจในสังคม เช่น เรื่องของชนกลุ่มน้อย มุมมองทางลบเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย กลุ่มเกย์ออนไลน์ การค้ายาเสพติดของกลุ่ม 5T เป็นต้น หรือการผลิตและบริโภคซ้ำของสื่อโฆษณา ก็ทำให้ความคิดของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้งานวิจัยในประเทศไทยและต่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาวาทกรรมหลัก เช่น ในงานวิจัยของ กาญจนา เจริญเกียรติบวร (2543) , รัชนิษฐ์ พงศ์อุดม (2548), ญัฐพร พานโพธิ์ทอง (2007), John Oddo(2002), Geraint O.Edwards (2012) ส่วนในงานของ ชีระ บุชบกแก้ว (2553) จะเป็นการศึกษาวาทกรรมต่อต้าน ในงานของ กฤษดาวรรณ หงส์ลดาธรมภ์ (2543) เป็นการศึกษาทั้งวาทกรรมหลักและวาทกรรมต่อต้าน กล่าวคือ เป็นการศึกษาวาทกรรมที่แข่งขันกัน ดังนั้นการศึกษาวาทกรรมที่มีลักษณะแข่งขันกันเป็นสิ่งที่น่าสนใจและยังมีการศึกษาน้อยมากในภาษาไทย นอกจากนี้การศึกษาเกี่ยวกับ “คนอีสาน” ที่ใช้แนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ยังไม่ได้ได้รับความสนใจมากนัก และงานทางด้านการศึกษาภาพตัวแทนที่ศึกษาจากวาทกรรมสื่อที่แตกต่างกันนั้นยังไม่มีผู้ใดศึกษามาก่อน

กฤษดาวรรณ หงส์ดารมภ์ (2543 :9) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า “ในการศึกษาปริเฉทตามแนวภาษาศาสตร์ การต่อสู้แข่งขันกันระหว่างวาทกรรมเป็นสิ่งที่ไม่ค่อยได้รับความสนใจ งานด้านนี้มักจะจำกัดขอบเขตอยู่เพียงการวิเคราะห์ปริเฉทหลัก การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ภายในตัวบท และการวิเคราะห์เนื้อหาของตัวบทเท่านั้น” ความคิดดังกล่าวสอดคล้องกับที่ ญัฐพร พานโพธิ์ทอง (2556 : 160 ) ได้กล่าวถึงงานวิจัยในภาษาไทยที่น่าสนใจและควรศึกษาตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ว่า “การศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยกลุ่มที่ไม่มีอำนาจในสังคม หรือวาทกรรมที่ต่อต้านวาทกรรมหลัก ( resistance discourse ) ยังมีอยู่น้อยมากในภาษาไทย ส่วนหนึ่งคงเป็นเพราะข้อมูลประเภทนี้ก็ยังมีอยู่น้อยเช่นกัน ดังที่ทราบกันว่า ผู้ไร้อำนาจในสังคมย่อมมีโอกาสเข้าถึงการผลิตทางวาทกรรมสาธารณะได้น้อยกว่า อย่างไรก็ตามปัจจุบันเรามีช่องทางในการสื่อสารเพิ่มขึ้นคือ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเราจึงได้เห็นข้อมูลประเภทวาทกรรมต่อต้านมากขึ้น”

เมื่อพิจารณางานวิจัยในด้านต่างๆ ที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยพบว่ายังไม่มียานวิจัยใดที่ศึกษากลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในวาทกรรมต่างกลุ่ม โดยเฉพาะในการศึกษาจากวาทกรรมสื่อระดับชาติ และสื่อระดับท้องถิ่น ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานที่ถ่ายทอดผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมสื่อทั้งสื่อระดับชาติและสื่อระดับท้องถิ่น โดยศึกษาจากสื่อหนังสือพิมพ์ ด้วยเห็นว่าสื่อประเภทนี้สามารถเข้าถึงผู้รับสารเป็นจำนวนมาก มีการผลิตและบริโภคตัวบทซ้ำ การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในวาทกรรมสื่อนี้จึงสามารถกระจายไปสู่สังคมได้มากขึ้น รวมทั้งสามารถต่อยอดภาพตัวแทนคนอีสานให้แก่คนหมู่มากด้วย ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับ วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาใช้ในการวิเคราะห์ ( Critical Discourse Analysis : CDA ) โดยใช้กรอบมิติทั้งสามของวาทกรรมของแฟร์คล็อฟ ( Fairclough ,1995) และแนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติของพาน ไคก์ ( van Dijk ,2008 ) โดยมีคำถามในการวิจัยว่า กลวิธีทางภาษาที่สื่อภาพตัวแทนคนอีสานนั้นคืออะไร ภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นมีอะไรบ้าง เหมือนหรือต่างกันอย่างไร และวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมและวิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรมของวาทกรรมสื่อในภาษาไทยที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานคืออะไร มีผลต่อการผลิตและบริโภคตัวบทในวาทกรรมสื่ออย่างไร ทั้งนี้ผลการวิจัยที่ได้ อาจจะเป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจและสร้างการรับรู้ร่วมกันของคนในสังคมที่มีต่อคนอีสานได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผลของงานวิจัยนี้ยังเป็นองค์ความรู้ใหม่และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในด้านวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในด้านอื่นๆต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านภาษาในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นระหว่างปี พ.ศ. 2547 ถึง พ.ศ. 2556 ตามแนวการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

1.2.2 ศึกษาเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติกับหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นในช่วงเวลาดังกล่าว

### 1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1.3.1 กลวิธีทางภาษาที่ใช้นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีหลายกลวิธี ได้แก่ การใช้คำเรียก การเลือกใช้คำศัพท์บรรยายลักษณะ การใช้อุปสรรค การใช้สหพท การใช้มูลพท เป็นต้น

1.3.2. ภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีความหลากหลายกว่าในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ

### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะกลวิธีทางวจนภาษา โดยไม่ศึกษากลวิธีทางอวจนภาษา เช่น ภาพประกอบ ลักษณะตัวอักษร หรือสัญลักษณ์แสดงอารมณ์ต่างๆ

1.4.2 งานวิจัยนี้จะศึกษาข้อมูลในช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 รวมเป็นระยะเวลา 10 ปี เนื่องจากผู้วิจัยมีสมมติฐานเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆในสังคมช่วงปี พ.ศ. 2553 ที่เกิดวิกฤติทางการเมืองโดยคนอีสานเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาททางการเมืองค่อนข้างมาก และในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมาประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนรัฐบาลในการบริหารประเทศในหลายครั้งและผู้นำรัฐบาลจะมาจากพรรคการเมืองที่ตรงข้ามกัน จึงน่าสนใจที่จะนำข้อมูลในกลุ่มนี้มาศึกษา เพื่อชี้ให้เห็นถึงพลวัตของภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น

1.4.3 งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับคน โดยแบ่งกลุ่มข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) หนังสือพิมพ์ระดับชาติ และ 2) หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

### 1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. สํารวจ รวบรวม และศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทน แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรมแฝงอคติ-วาทกรรมเหยียดเชื้อชาติ (Racist Discourse) และแนวความคิดเรื่ององค์ประกอบในการสื่อสาร (SPEAKING) ของทฤษฎีชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร นอกจากนี้ยังศึกษางานวิจัยต่างๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับคนอีสานทั้งที่ศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์และแนวทางการศึกษาอื่น

#### 2. เก็บข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ที่

ปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับคนอีสาน ในช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 รวมเป็นระยะเวลา 10 ปี โดยแบ่งกลุ่มข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

## 2.1 หนังสือพิมพ์ระดับชาติ

หนังสือพิมพ์ระดับชาติ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ โดยใช้ข้อมูลจากข้อความพาดหัวข่าว ข่าว บทความ บทวิเคราะห์ คำบรรยายใต้ภาพ และข้อเขียนอื่นๆ ที่มีการกล่าวถึงคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ การศึกษานี้เพื่อให้ได้กลุ่มข้อมูลที่หลากหลาย ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลจากหนังสือพิมพ์จากสี่ระดับชาติ โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 จำนวน 1,924 ชิ้นงาน ในการเก็บข้อมูลนั้นผู้วิจัยจะเก็บจากข้อความพาดหัวข่าว ข่าว บทความ บทวิเคราะห์ คำบรรยายใต้ภาพ และข้อเขียนอื่นๆที่มีการกล่าวถึงคนอีสานในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยจากสี่ระดับชาติที่ผลิตจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ของประเทศ

**ขั้นที่ 1** ผู้วิจัยพิจารณารายชื่อหนังสือพิมพ์ระดับชาติ โดยใช้เกณฑ์หนังสือพิมพ์รายวันที่มีปริมาณการข่าวยอดเยี่ยมเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือก และเลือกหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุด 2 อันดับมาใช้ในการศึกษา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงเป็นอันดับที่ 1 และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงเป็นอันดับที่ 2

**ขั้นที่ 2** เมื่อได้รายชื่อหนังสือพิมพ์ทั้งสองชื่อฉบับแล้ว ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากฐานข้อมูล iQNewsClip ที่เก็บข้อมูลหนังสือพิมพ์จากสำนักพิมพ์ต่างๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา โดยคำที่ใช้ค้นหาได้แก่ คำว่า “คนอีสาน” “ไทอีสาน” “ไทยอีสาน” “ลาวอีสาน” คำว่า “คน” + ชื่อจังหวัดในภาคอีสานทั้ง 20 จังหวัด คำว่า “คน” + ชาติพันธุ์ที่มีถิ่นอาศัยอยู่ในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยเป็นกลุ่มใหญ่ ได้แก่ ลาว ส่วย ญวน ผู้ไท และคำว่า “เสี้ยว” จากฐานข้อมูลของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์

**ขั้นที่ 3** เนื่องจากข้อมูลในฐานข้อมูล iQNewsClip ได้เก็บข้อมูลย้อนหลังไว้เพียง 8 ปี ดังนั้นผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลที่เป็นเอกสารข่าวที่เกี่ยวข้องกับคนอีสานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2548

1) หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ตีพิมพ์ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคนอีสานจำนวน 891 ชิ้นงาน ดังนี้

ชื่อหนังสือพิมพ์	ประจำวันที่	จำนวนชิ้นงาน
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	1 มกราคม 2547 ถึง 31 ธันวาคม 2547	62
	1 มกราคม 2548 ถึง 31 ธันวาคม 2548	60
	1 มกราคม 2549 ถึง 31 ธันวาคม 2549	53
	1 มกราคม 2550 ถึง 31 ธันวาคม 2550	64

ชื่อหนังสือพิมพ์	ประจำวันที่	จำนวนชิ้นงาน
	1 มกราคม 2551 ถึง 31 ธันวาคม 2551	73
	1 มกราคม 2552 ถึง 31 ธันวาคม 2552	183
	1 มกราคม 2553 ถึง 31 ธันวาคม 2553	113
	1 มกราคม 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2554	121
	1 มกราคม 2555 ถึง 31 ธันวาคม 2555	68
	1 มกราคม 2556 ถึง 31 ธันวาคม 2556	94
<b>รวม</b>	<b>1 มกราคม 2547 ถึง 31 ธันวาคม 2556</b>	<b>891</b>

2) หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ตีพิมพ์ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคนอีสานจำนวน 1,033 ชิ้นงาน ดังนี้

ชื่อหนังสือพิมพ์	ประจำวันที่	จำนวนชิ้นงาน
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	1 มกราคม 2547 ถึง 31 ธันวาคม 2547	72
	1 มกราคม 2548 ถึง 31 ธันวาคม 2548	68
	1 มกราคม 2549 ถึง 31 ธันวาคม 2549	56
	1 มกราคม 2550 ถึง 31 ธันวาคม 2550	79
	1 มกราคม 2551 ถึง 31 ธันวาคม 2551	91
	1 มกราคม 2552 ถึง 31 ธันวาคม 2552	180
	1 มกราคม 2553 ถึง 31 ธันวาคม 2553	142
	1 มกราคม 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2554	112
	1 มกราคม 2555 ถึง 31 ธันวาคม 2555	106
	1 มกราคม 2556 ถึง 31 ธันวาคม 2556	127
<b>รวม</b>	<b>1 มกราคม 2547 ถึง 31 ธันวาคม 2556</b>	<b>1,033</b>

ดังนั้นข้อมูลสรุปจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ช่วงวันที่	ไทยรัฐ	เดลินิวส์
1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2547	60	72
1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2548	62	68
1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2549	53	56
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2550	64	79
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2551	73	91

ช่วงวันที่	ไทยรัฐ	เดลินิวส์
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2552	183	180
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2553	113	142
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2554	121	112
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2555	68	106
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2556	94	127
<b>1 มกราคม 2547 - 31 ธันวาคม 2556</b>	<b>891</b>	<b>1,033</b>
<b>รวม</b>	<b>1,924</b>	

## 2.2 หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ในที่นี้หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่ผลิตจากสื่อท้องถิ่นอีสาน หนังสือพิมพ์ที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาเป็นหนังสือพิมพ์รายเดือน เนื่องจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอีสานจะเป็นหนังสือพิมพ์ที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในภาคอีสาน และจำหน่ายในภาคอีสานเท่านั้น ดังนั้นหนังสือพิมพ์จากสื่อท้องถิ่นที่นำมาศึกษา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยเสรี หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล และหนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ หนังสือพิมพ์ทั้งสามชื่อฉบับเป็นหนังสือพิมพ์รายเดือนในท้องถิ่นอีสานที่มีการวางจำหน่ายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีระยะเวลาในการจำหน่ายมาเป็นระยะเวลานาน นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ทั้งสามชื่อฉบับยังมีการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้คนนอกท้องถิ่นได้บริโภคข่าวสารเกี่ยวกับคนอีสานอีกด้วย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 จำนวน 118 ฉบับ ในการเก็บข้อมูลนั้นผู้วิจัยจะเก็บจากข้อความพาดหัวข่าว ข่าว บทความ บทวิเคราะห์ คำบรรยายใต้ภาพ และข้อเขียนอื่นๆที่มีการกล่าวถึงคนอีสานในหนังสือพิมพ์รายเดือนภาษาไทยจากสื่อท้องถิ่นที่ผลิตจากกลุ่มคนคนอีสานที่นำเสนอตัวตนและข่าวสารที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นให้แก่กลุ่มคนอีสานด้วยกัน นอกจากนี้ในการคัดเลือกหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมาวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือก 2 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

**ขั้นที่ 1** ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มจังหวัดในภาคอีสานออกเป็น 3 กลุ่ม โดยแบ่งตามมติคณะรัฐมนตรีปี 2551 มีรายละเอียด ดังนี้

มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2551 เห็นชอบการปรับปรุงกลุ่มจังหวัด และการกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการกลุ่มจังหวัดตามที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) เสนอ ดังนี้

- 1) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ได้แก่ หนองคาย เลย หนองบัวลำภู อุดรธานี
- 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 ได้แก่ นครพนม มุกดาหาร สกลนคร



- 3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ได้แก่ ร้อยเอ็ด มหาสารคาม กาฬสินธุ์ ขอนแก่น
- 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ได้แก่ อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร อุบลราชธานี
- 5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ได้แก่ สุรินทร์ นครราชสีมา บุรีรัมย์ ชัยภูมิ

**ขั้นที่ 2** ผู้วิจัยได้สุ่มเลือกหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นของแต่ละจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานทั้ง 3 กลุ่ม คือ อีสานตอนบน อีสานตอนกลาง และอีสานตอนล่าง ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้สุ่มเลือกโดยการจับสลากจากรายชื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นประจำแต่ละจังหวัดในภาคอีสาน และพิจารณาจากระยะเวลาในการผลิตหนังสือพิมพ์ โดยพิจารณาจากหนังสือพิมพ์ที่มีระยะเวลาในการจำหน่ายยาวนานที่สุดก่อน ได้แก่

- 1) อีสานตอนบน ได้แก่ หนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือนที่มีศูนย์ข่าวอยู่ที่จังหวัดมุกดาหาร มีระยะเวลาจำหน่าย 7 ปี 79 ฉบับ
- 2) อีสานตอนกลาง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยเสรี เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือนที่มีศูนย์ข่าวอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น มีระยะเวลาจำหน่าย 11 ปี 115 ฉบับ
- 3) อีสานตอนล่าง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือนที่มีศูนย์ข่าวอยู่ที่จังหวัดอุบลราชธานี มีระยะเวลาจำหน่าย 17 ปี

**ข้อจำกัดในการเก็บข้อมูล** เนื่องจากหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นที่นำมาศึกษานั้น เป็นหนังสือพิมพ์ที่ผลิตในท้องถิ่น จึงมีข้อจำกัดในด้านการค้นหาข้อมูลในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ในแต่ละสำนักพิมพ์ไม่ได้เก็บหนังสือพิมพ์ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา เก็บไว้เพียงบางฉบับเท่านั้น ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจำนวนจำกัด และทางสำนักพิมพ์ได้นำเสนอช่องทางในการรับข่าวสารมากขึ้นโดยได้จัดทำหนังสือพิมพ์ผ่านเว็บไซต์ซึ่งมีข้อมูลย้อนหลังเพียง 3 – 4 ปีเท่านั้น ดังนั้นข้อมูลที่นำมาศึกษาแม้จะมีจำนวนน้อยแต่ก็มีเนื้อหาครอบคลุมทั้ง 10 ปีและเพียงพอต่อการนำไปวิเคราะห์เพื่อให้เห็นภาพตัวแทนคนอีสาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) หนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ ตีพิมพ์ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2554 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีเนื้อหาเกี่ยวกับคนอีสานจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 190 ชิ้นงาน ดังนี้

ชื่อหนังสือพิมพ์	ประจำวัน	จำนวนชิ้นงาน
มุกดาหารนิวส์	1 กันยายน 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2554	48
	1 มกราคม 2555 ถึง 31 ธันวาคม 2555	102
	1 มกราคม 2556 ถึง 31 ธันวาคม 2556	40

รวม	1 มกราคม 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2556	190
-----	-----------------------------------	-----

2) หนังสือพิมพ์ไทยเสรี ตีพิมพ์ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีเนื้อหาเกี่ยวกับคนอีสานจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 231 ชิ้นงาน ดังนี้

ชื่อหนังสือพิมพ์	ประจำวันที่	จำนวนชิ้นงาน
ไทยเสรี	1 มกราคม 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2554	76
	1 มกราคม 2555 ถึง 31 ธันวาคม 2555	98
	1 มกราคม 2556 ถึง 31 ธันวาคม 2556	57
รวม	1 มกราคม 2553 ถึง 31 ธันวาคม 2556	231

3) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล ตีพิมพ์ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีเนื้อหาเกี่ยวกับคนอีสานจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 548 ชิ้นงาน ดังนี้

ชื่อหนังสือพิมพ์	ประจำวันที่	จำนวนชิ้นงาน
มุกดาหารนิวส์	1 มกราคม 2547 ถึง 31 ธันวาคม 2547	10
	1 มกราคม 2548 ถึง 31 ธันวาคม 2548	12
	1 มกราคม 2549 ถึง 31 ธันวาคม 2549	42
	1 มกราคม 2550 ถึง 31 ธันวาคม 2550	24
	1 มกราคม 2551 ถึง 31 ธันวาคม 2551	22
	1 มกราคม 2552 ถึง 31 ธันวาคม 2552	48
	1 มกราคม 2553 ถึง 31 ธันวาคม 2553	60
	1 มกราคม 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2554	112
	1 มกราคม 2555 ถึง 31 ธันวาคม 2555	120
	1 มกราคม 2556 ถึง 31 ธันวาคม 2556	98
รวม	1 มกราคม 2547 ถึง 31 ธันวาคม 2556	548

ดังนั้นหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นที่นำมาศึกษาทั้งหนังสือพิมพ์ไทยเสรี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 พบว่ามีเนื้อหาที่กล่าวถึงคนอีสานจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 969 ชิ้นงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ช่วงวันที่	มุกดาหารนิวส์	ไทยเสรี	ท้องถิ่นรักอุบล
1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2547	-	-	10
1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2548	-	-	12
1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2549	-	-	42

ช่วงวันที่	มุกดาหารนิวส์	ไทยเสรี	ท้องถิ่นรักอุบล
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2550	-	-	24
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2551	-	-	22
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2552	-	-	48
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2553	-	-	60
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2554	48	76	112
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2555	102	98	120
1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2556	40	57	98
<b>รวม</b>	<b>190</b>	<b>231</b>	<b>548</b>

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสานในวาทกรรมสื่อ โดยใช้กรอบมิติทางวาทกรรมของ Fairclough (1995) ตามลำดับดังนี้

**ขั้นที่ 1 วิเคราะห์ตัวบท (Text)** ผู้วิจัยจะประยุกต์ใช้แนวทางการวิเคราะห์ตัวบทของ ฟาน ไคก์ (van Dijk 2006, 2009) ประกอบกับแนวคิดทางด้านวัจนปฏิบัติศาสตร์ เช่น การแนะนำ การใช้ข้อมูล และอรรถศาสตร์ เช่น อุปลักษณ์ คำเรียกต่างๆ เพื่อวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในตัวบทในหนังสือพิมพ์ทั้งสองกลุ่ม และเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ทั้งสองกลุ่ม

**ขั้นที่ 2 วิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discursive Practice)** ผู้วิจัยจะวิเคราะห์กระบวนการสร้าง/ผลิตตัวบท (discourse production) และวิเคราะห์การรับตัวบทหรือการบริโภคตัวบท (discourse consumption) โดยประยุกต์ใช้กรอบการวิเคราะห์องค์ประกอบ การสื่อสารตามแนวชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสาร ของ เดลล์ ไฮม์ส์ (Hymes 1974)

ตามกรอบการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของแฟร์คลาฟ (Fairclough, 1995) ได้นำเสนอว่า นอกจากจะศึกษาตัวบทแล้ว ก็ควรที่จะศึกษาควบคู่ไปกับบริบทด้วย ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (discourse practice) และระดับวิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (socio-cultural practice) ดังนั้นในการศึกษานี้ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ระดับวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมโดยศึกษาตัวบทในฐานะที่เป็นผลผลิตของ วาทกรรม เพื่อให้เห็นถึงกระบวนการผลิตและบริโภควาทกรรม และการตีความตัวบท ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารมาวิเคราะห์วาทกรรม เพราะในระดับวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสารที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตตัวบทและการบริโภควาทกรรมด้วย

เดลล์ ไฮม์ส์ (Hymes, 1994) ได้เสนอกรอบที่ใช้วิเคราะห์บริบทแวดล้อมภาษา

ตามแนวชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารไว้ โดยมีองค์ประกอบ 8 ประการ สามารถสรุปเป็นคำย่อ SPEAKING กรอบแนวคิดนี้มุ่งวิเคราะห์ภาษาในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม การใช้ภาษาต่างหน้าที่ ต่างเหตุการณ์ ต่างสังคม การที่จะเข้าใจการสื่อสารได้อย่างชัดเจนจึงต้องทำความเข้าใจพฤติกรรมโดยรวมของการสื่อสารและองค์ประกอบในการสื่อสารด้วย

การนำแนวคิดเรื่องชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารมาวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมในงานวิจัยนี้จะช่วยให้เข้าใจกระบวนการผลิตและบริโภคตัวบทได้ชัดเจนและครอบคลุมมากขึ้น และทำให้เห็นภาพรวมของขององค์ประกอบการสื่อสารที่แวดล้อมตัวบท ว่า ตัวบทเหล่านี้ถูกประกอบสร้างขึ้นมาจากใคร สื่อสารไปยังผู้ใด ใช้สถานการณ์ใดในการสื่อสาร มีจุดมุ่งหมายอย่างไร มีวิธีปฏิสัมพันธ์และตีความตัวบทอย่างไร ฯลฯ ผลการวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมนี้จะเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจกระบวนการประกอบสร้างภาพตัวแทนคนอีสานได้อย่างเป็นระบบ

SPEAKING ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 8 ประการดังนี้

1. ฉาก ( Setting / Scene )
2. ผู้ร่วมเหตุการณ์ ( Participants )
3. จุดหมาย ( Ends )
4. การลำดับวัจนกรรม ( Act Sequence )
5. กุญแจ / น้ำเสียง ( Key )
6. เครื่องมือ ( Instrumentalities )
7. บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์ และการตีความ ( Norms of Interaction and Interpretation )
8. ประเภทการสื่อสาร ( Genre )

**ขั้นที่ 3** วิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม ( Socio-cultural Practice)

ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านสังคม วัฒนธรรม การเมือง ที่สัมพันธ์กับการประกอบสร้างภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ทั้งสองกลุ่มและจะอภิปรายผลทางอุดมการณ์ที่อาจจะเกิดจากการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ทั้งสองกลุ่ม

4. เรียบเรียงและรายงานผลการวิจัย

5. สรุปการวิจัย อภิปรายผล และเสนอแนะ

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

**ภาพตัวแทน** ( representation) คือ กระบวนการในการประกอบสร้างความหมายผ่านภาษาหรือสัญลักษณ์เพื่อนำเสนอภาพสรรพสิ่งต่างๆที่อยู่ในความคิดให้ผู้อื่นหรือโลกภายนอกได้รับรู้ แต่การนำเสนอภาพสรรพสิ่งต่างๆในความคิดนั้นส่วนใหญ่จะผ่านขั้นตอนการตัดสินใจและการตีความ และการเลือกสรรแง่มุมในการนำเสนอ ( Hall ฮอลล์, 1997; 37)

กลวิธีทางภาษาการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน คือ วิธีการทางภาษาที่สื่อให้เห็นภาพของคนอีสานในความรู้ของสื่อมวลชนซึ่งมีผลต่อการประกอบสร้างความหมายให้แก่ “ความเป็นคนอีสาน” คนอีสาน ในงานวิจัยนี้ “คนอีสาน” หมายถึง กลุ่มคนที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย 20 จังหวัด ทั้งที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรืออยู่ต่างถิ่น

### 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เห็นภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านภาษาในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น
2. เป็นแนวทางในการศึกษาภาพตัวแทนในวาทกรรมต่างกลุ่มโดยใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์
3. ทำให้เข้าใจทัศนคติของสื่อมวลชนในสังคมไทยทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นเกี่ยวกับคนอีสาน



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ตลอดจนงานวิจัยและบทความที่ศึกษาประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีหลายประเด็นที่น่าสนใจนำไปศึกษาค้นคว้าต่อและนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลภาษาในเชิงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงประมวลความรู้ที่ได้จากการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดนี้เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาต่อไป โดยจะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. แนวคิดสำคัญของแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์
2. แนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดสำคัญของแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานโดยใช้แนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสานจากสื่อระดับประเทศและสื่อระดับท้องถิ่น ผู้ศึกษาจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดต่างๆที่นำมาใช้ในการศึกษาเพื่อเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจแนวคิดนี้เพิ่มมากขึ้น แนวคิดสำคัญที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วาทกรรม , อุดมการณ์ , อำนาจ , การครอบงำ และภาพตัวแทน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

##### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม ( Discourse )

คำว่า “วาทกรรม” ในภาษาไทยมีการแปลความหมายของคำศัพท์ “discourse” ที่หลากหลาย เช่น วิไลวรรณ ไข่มุกข์ (2521) เรียกว่า “ข้อความต่อเนื่อง” , เพียรศิริ วงศ์วิภา นนท์ (2530) ใช้คำว่า “ปริจเฉท” , สมทรง บุรุษพัฒน์ (2537) ใช้คำว่า “วจนะ” , อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2541) ใช้คำว่า “สัมพันธ์สาร” และกฤษฎาภรณ์ หงส์ดารมภ์ (2543) ใช้คำว่า “วาทกรรม” จะเห็นได้ว่าคำศัพท์เหล่านี้มีมิติของ discourse ที่แตกต่างกันซึ่งหากจะเน้นมิติทางด้านภาษา จะใช้คำว่า “ข้อความต่อเนื่อง” “ปริจเฉท” “วจนะ” “สัมพันธ์สาร” แต่ถ้าหากต้องการเน้นมิติทางด้านสังคม จะใช้คำว่า “วาทกรรม” ( กฤษฎาภรณ์ หงส์ดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมมานนท์ , 2549)

วาทกรรมเป็นคำที่สาขาสังคมศาสตร์ใช้แทนคำว่า “Discourse” ในภาษาอังกฤษ ซึ่งแต่เดิมนั้นในภาษาอังกฤษมักจะใช้คำว่า “ปริจเฉท” ซึ่งมีความหมายว่า “หน่วยทางภาษาในระดับที่ใหญ่กว่าประโยคและเป็นรูปภาษาที่มีเอกภาพและความสมบูรณ์ในตัวเอง” (เพียรศิริ วงศ์วิภา นนท์, 2531) ต่อมาในการศึกษาตามแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ได้นำแนวคิดของฟูโกต์และนักสังคมศาสตร์ท่านอื่นๆ มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ภาษาได้แพร่หลายมากขึ้น การใช้คำว่า “Discourse” ในการศึกษาภาษาตามแนวทางนี้จึงมักใช้คำว่า “วาทกรรม” เช่นเดียวกับการศึกษาทางด้านสังคมศาสตร์และนิเทศศาสตร์ โดยใช้ในความหมายที่เน้นการศึกษาเชิงสังคมต่างจากคำว่า ปริจเฉทที่เน้นการศึกษาเชิงภาษา

นอกจากนี้ James Paul Gee (2005) อธิบายว่า Discourse มีมิติทางความหมาย 2 มิติ คือ มิติทางภาษาและมิติทางสังคม และได้เสนอให้ใช้ตัวสะกดที่แตกต่างกันเพื่อเสนอให้เห็นมิติที่เน้นต่างกัน ดังนี้

- 1) หากต้องการเน้นมิติทางด้านภาษา ควรใช้คำว่า “discourse” ซึ่งหมายถึง หน่วยของภาษาที่สูงกว่าระดับประโยค เป็นหน่วยที่มีความสมบูรณ์ทางความหมายและมีสัมพันธภาพ ศัพท์ทางภาษาไทยจะใช้คำว่า “ข้อความต่อเนื่อง” “ปริจเฉท” “วจนะ” “สัมพันธสาร”
- 2) หากต้องการเน้นมิติทางด้านสังคมและวิถีปฏิบัติที่สัมพันธ์กับภาษาและการใช้ควรใช้คำว่า “Discourse” หรือ “วาทกรรม”

ไซร์ตัน เจริญสินโอฬาร (2543) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “วาทกรรม” จากการประมวลของฟูโกต์ ไว้ว่า วาทกรรม หมายถึง ระบบและกระบวนการในการสร้าง/ผลิต (constitute) เอกลักษณ์ (identity) และความหมาย (significance) ให้กับสรรพสิ่งต่างๆ ในสังคมที่ห่อหุ้มเราอยู่ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของเราเอง นอกจากนี้วาทกรรมยังทำหน้าที่ตรึงสิ่งที่สร้างขึ้นให้ดำรงอยู่และเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้าง (valorize) กลายสภาพเป็นสิ่งที่ผู้เขียนเรียกในงานศึกษานี้ว่า “วาทกรรมหลัก” (dominant discourse) หรือที่ฟูโกต์เรียกว่า “episteme”

แฟร์คลีฟ (1995) ได้นำแนวคิดของ ฟูโกต์มาขยายความคิดและอธิบายให้เห็นว่าภาษานั้นเป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างหรือผลิตเอกลักษณ์และความหมายให้แก่สรรพสิ่งได้นั้นเนื่องจากวาทกรรมเป็นวิถีปฏิบัติทางสังคม (social practice) รูปแบบหนึ่ง “วาทกรรม” ตามแนวคิดของแฟร์คลีฟ (1995) จึงมิใช่เป็นเพียงภาษาหรือตัวบทเท่านั้น แต่ได้รวมบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

ที่แวดล้อมการใช้ภาษานั้นเอาไว้ด้วย การศึกษาวาทกรรมในแง่ที่รวมความหมายที่เกี่ยวข้องกับสังคม เข้าไปด้วยนี้ทำให้เราเข้าใจสังคม และทางกลับกันการศึกษาสังคมทำให้เราเข้าใจวาทกรรมได้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้นวาทกรรม หมายถึง ระบบและกระบวนการในการสร้าง/ผลิตเอกลักษณ์ และความหมาย ให้กับสรรพสิ่งต่างๆ ในสังคมที่ห่อหุ้มเราอยู่ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจ หรือ ตัวตนของเราเอง ผ่านภาษา ตัวบท บริบททางสังคมและวัฒนธรรม ดังที่มีมิติทางวาทกรรม 3 มิติที่ แฟร์คลัฟ ได้กล่าวว่า วาทกรรมจะประกอบไปด้วย ตัวบท วิธีปฏิบัติทางวาทกรรม และวิธีปฏิบัติทาง สังคมและวัฒนธรรม โดยที่ทั้งสามส่วนนี้จะมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ

### 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุดมการณ์ ( Ideology )

ศิริพร ภักดีผาสุข (2553) ได้กล่าวถึง พัฒนาการของแนวคิดเรื่อง “อุดมการณ์”ไว้ว่า อุดมการณ์ ( ideology ) เป็นศัพท์ที่สร้างขึ้นโดยนักปรัชญาชาวฝรั่งเศสชื่อ Destutt de Tracy ในช่วงปลายศตวรรษที่18 หมายถึง “the science of ideas” ( ศาสตร์ว่าด้วยความคิด) ตามนิยามนี้ “อุดมการณ์” ( ideology ) หมายถึงสาขาวิชาที่จะทำให้คนตระหนักถึงอคติหรือความลำเอียงต่างๆ ที่มีในสังคมความตระหนักดังกล่าวนำพาสังคมไปสู่ความยุติธรรมและความก้าวหน้า

ต่อมามีผู้นำไปใช้ในนิยามและความหมายที่ขยายออกไปเป็น 2 ความหมาย คือ

1. ความหมายที่เป็นกลาง “อุดมการณ์” คือ ชุดความคิดที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ
2. ความหมายในเชิงวิพากษ์“อุดมการณ์” คือ ชุดความคิดของคนซึ่งในสังคมหนึ่งๆ ยึดถือ ปฏิบัติ และเป็นสิ่งที่เอื้อประโยชน์ต่อคนบางกลุ่ม

แฟร์คลัฟ (1995) ได้กล่าวถึง “อุดมการณ์” ไว้ว่า “อุดมการณ์” เป็นสิ่งที่สร้าง และให้ความหมายกับสรรพสิ่งต่างๆ ทั้งที่เป็นกายภาพ ความสัมพันธ์ทางสังคมและอัตลักษณ์ กล่าวคือ ในกระบวนการสร้างและตีความวาทกรรมนั้น อุดมการณ์มีส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจ รับรู้และตีความวาทกรรมเหล่านั้นไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เหตุนี้อุดมการณ์จึงมีผลกระทบอย่างยิ่งต่อการรับรู้ เข้าใจ และตีความสิ่งต่างๆรอบกายของบุคคลนั้น



คำว่า“อุดมการณ์”ตามแนวคิดของ ฟาน ไค้ (2008) เป็นมโนทัศน์ทางสังคม อุดมการณ์ คือ ความรู้ ความเชื่อ ความคิด ศีลธรรม ตลอดจนค่านิยมซึ่งเป็นที่ยอมรับและยึดถือกันโดยสมาชิกในสังคมหนึ่งทั้งในอดีต ตลอดจนถึงปัจจุบัน อุดมการณ์เป็นสิ่งที่กำหนดว่าบุคคลใดเป็นสมาชิกของกลุ่ม และควบคุมวิธีการในการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ตลอดจนการแสดงออกของสมาชิกในสังคมที่มีอุดมการณ์ร่วมกัน

นอกจากนี้จะสังเกตได้ว่า ฟาน ไค้ (2008) เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านปรัชญาจึงมีความสนใจในกระบวนการที่ภาษามีอิทธิพลต่อสังคม โดยเชื่อว่าภาษามีอิทธิพลในการกำหนดความคิดของคน และความคิดนั้นก็จะเป็นไปกำหนดการกระทำของคนอีกทีหนึ่ง ในขณะที่ แฟร์คลัฟ (1995) เชื่อว่าสังคมไม่ได้แสดงตัวเองออกมาในความหมายของภาษา แต่จะผ่านทางรูปแบบของภาษา

### 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับอำนาจ ( Power )

ฟูโกต์ (1980,อ้างถึงใน ศิริพร ภัคติผาสุข, 2553) กล่าวว่า แต่เดิมเมื่อกล่าวถึง “อำนาจ” เรามักจะนึกถึงเรื่องของเจ้าหน้าที่หรือผู้ปกครองบ้านเมือง อาทิ ตำรวจ ทหาร แต่แท้จริงแล้วอำนาจมีอยู่ทั่วไปในทุกบริบทสังคม ไม่ได้จำกัดอยู่แต่เพียงแวดวงการเมืองการปกครองเท่านั้น อำนาจอย่างที่กล่าวไปข้างต้นเรียกว่า “authority” ฟูโกต์ อธิบายเพิ่มเติมว่าสิ่งที่เรียกว่า “อำนาจ” โดยตัวมันเองนั้นไม่มี อำนาจไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอยๆ แต่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีสิ่งที่เรียกว่า “คู่สัมพันธ์เชิงอำนาจ” ( power relation ) “คู่สัมพันธ์เชิงอำนาจ” คือ คู่ความสัมพันธ์ที่ฝ่ายหนึ่งสามารถควบคุม (control ) ให้อีกฝ่ายหนึ่งกระทำตามที่ฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่าปรารถนาคู่ความสัมพันธ์มีลักษณะไม่สมมาตร (asymmetrical) กล่าวคือจะมีฝ่ายหนึ่งมีอำนาจเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง และไม่มีลักษณะกลับทางกัน ฟูโกต์ ได้เสนอความคิดสำคัญเกี่ยวกับอำนาจและความรู้ว่า อำนาจเป็นสิ่งที่สัมพันธ์กันอย่างเหนียวแน่น กล่าวคือ “ความรู้” เป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้มีอำนาจใช้ในการควบคุมจิตใจและการกระทำของผู้มีอำนาจและความรู้น้อยกว่าได้

การกล่าวถึง “อำนาจ” และ “สถานภาพ” นั้น แฟร์คลัฟ (1995) ได้อ้างถึงงานของ Grice ที่ศึกษาเกี่ยวกับ “Cooperative Principle” and the maxims ซึ่งได้มีการศึกษาการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับการสนับสุนนความเท่าเทียมกัน นั้นหมายความว่า การศึกษาของ Grice จะเน้นไปที่ “the exchange of information” แต่จะเห็นได้ว่า บุคคลที่จะสร้างหรือเน้นไปที่ความเท่าเทียมกันนั้นต้องอาศัยในเรื่องของ “status” เป็นหลัก การมีสถานภาพที่เท่าเทียมกันสันนิษฐานได้ว่า ต้องเท่าเทียมกันในด้านภาษา วาทกรรม และสิทธิหน้าที่ทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ด้วย

เช่นเดียวกันกับการเปลี่ยนผลัด “turn -taking” ที่จะต้องคำนึงถึงสถานภาพและความสัมพันธ์ของผู้พูด และผู้ฟังด้วย

นอกจากนี้ แฟร์คลัฟ ได้แสดงให้เห็นว่า “unequal encounter” หรือการเปรียบเทียบกันระหว่างการปฏิสัมพันธ์ของการมี “equal” และ “unequal” นั้นเกิดขึ้นจากความหลากหลายของกลุ่มคนในสังคม ที่มีชนบททางสังคมที่ต่างกัน ดังนั้นการศึกษาในเรื่องของ “status” จึงต้องมีการศึกษาควคู่ไปกับ “power” เพราะการคำนึงถึงความเท่าเทียมและไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มผู้พูดนั้นหมายถึง “อำนาจ” ได้ส่งผลต่อการกระทำของคนในสังคม

ฟาน ไค์ (2008) ได้อธิบายไว้ว่า “อำนาจ” ที่การศึกษาวาทกรรมเชิงวิพากษ์สนใจนั้นไม่ใช่ “อำนาจ” โดยทั่วไป แต่จะเป็นอำนาจที่มีลักษณะเป็น “abuse of power” ซึ่งเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการครอบอำนาจที่ส่งผลไปยังความไม่เท่าเทียมกันในสังคมและความยุติธรรม โดยทั่วไปแล้วอำนาจของกลุ่มคนในสังคม จะมีบทบาทสำคัญที่สามารถควบคุมหรือครอบครองทรัพยากรที่สำคัญ เช่น การควบคุมวาทกรรมสื่อสารมวลชน จะหมายรวมถึงการควบคุมความคิดทางสาธารณะด้วย (mind of the public) และสิ่งนี้ได้นำไปสู่การควบคุมสิ่งที่สาธารณะต้องการด้วย โดยไม่มีการบังคับขู่เข็ญแต่สามารถ persuade , seduce , indoctrinate , manipulate ได้ นอกจากนี้ Symbolic power ยังเกิดมาจากอำนาจประเภทต่างๆ เช่น นักการเมืองมีการใช้อำนาจผ่านวาทกรรมสาธารณะเพราะมีพลังอำนาจทางการเมือง

#### จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การศึกษา CDS สิ่งที่สำคัญคือเรื่องของการวิเคราะห์และวิพากษ์อำนาจทางการเมืองที่ไม่ถูกต้อง หรือการใช้อำนาจในทางที่ผิด มากกว่าการใช้อำนาจในลักษณะอื่นๆ อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าในการนำเสนอของสื่อมวลชนมักจะนำเสนอข้อมูลที่บิดเบือนความจริง หรือการใช้อำนาจในการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ ทั้งทางด้านข้อมูลและความรู้ที่ทำให้ผู้ฟังได้กลายเป็นผู้บริโภคหรือลูกค้าที่ได้รับข้อมูลนี้ ฟาน ไค์ ได้เรียกอำนาจที่นำไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้องนี้ว่า “domination”<sup>4</sup> ซึ่งมีลักษณะของการใช้อำนาจเพื่อสนองความไม่ยุติธรรมในสังคม ความไม่เท่าเทียมกันผ่านรูปแบบของการกระทำที่กฎหมายหรือสถานการณ์ที่ไม่ถูกต้อง

<sup>4</sup> ฟาน ไค์ (2008) ได้กล่าวถึงคำว่า “domination” ไว้ว่าเป็นคำที่ครอบคลุมไปถึงความไม่เท่าเทียมกันในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของ “communicative power abuse” ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจต่อการวิเคราะห์และวิพากษ์สังคม เช่น manipulation , indoctrination , disinformation นอกจากนี้อาจจะเป็นเรื่องของ non-discursive ก็ได้ เช่น ในแต่ละวันเราจะได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการรายงานข่าว การฟังเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการคอร์รัปชัน ความรุนแรงทางการเมือง การฟังเรื่องราวเหล่านี้ก็จะหมายรวมถึงเป็นลักษณะ “domination” ด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามในการศึกษาตามแนวทาง CDS จะเป็นการศึกษาเพียงส่วนเล็กๆ ในสังคม แต่เป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้เกิดการ “domination” และก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันได้

ดังนั้นในการศึกษาเกี่ยวกับอำนาจนี้เมื่อมีการเก็บข้อมูลผู้ศึกษาจะต้องพึงระวังในการศึกษาเกี่ยวกับอำนาจด้วย เพราะอำนาจที่กล่าวถึงนี้ไม่ใช่อำนาจในสังคมเท่านั้นแต่ยังรวมไปถึงผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการนำเสนออีกด้วย

จะเห็นได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับ “อำนาจ” และ “การครอบงำ” สามารถสื่อให้เห็นถึง “อุดมการณ์” ที่ปรากฏใน “วาทกรรม” ที่ส่งไปยังผู้รับสารในรูปแบบต่างๆ สามารถสร้างอำนาจและเอื้อผลประโยชน์ให้แก่คนบางกลุ่มในสังคม โดยที่ผู้รับสารจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม ดังที่ van Dijk (2008) ได้กล่าวถึงเรื่องวาทกรรมที่มีความสัมพันธ์กับการครอบงำไว้ว่า กลุ่มผู้มีอิทธิพลในสังคมจะรักษาความเหนือกว่าของตนและควบคุมผู้อื่นในสังคมได้ผ่านการครอบงำทาง วาทกรรม โดยสร้างวาทกรรมที่แฝงอุดมการณ์หรือชุดความคิดบางอย่างที่เอื้อประโยชน์ให้แก่กลุ่มของตนกลุ่มผู้มีสถานภาพเหนือกว่าในสังคมมักจะเป็นผู้ที่สามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรที่สังคมให้คุณค่า เช่น การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่การงาน ทรัพย์สิน และวาทกรรมที่มีอิทธิพลในสังคม การรักษาสถานภาพที่เหนือกว่าในสังคมทำได้โดยการควบคุมวาทกรรมเพื่อประกอบสร้างและสื่ออุดมการณ์ที่เอื้อประโยชน์แก่ฝ่ายตน

#### 2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการครอบงำ ( Manipulation )

ฟาน ไดค์ (2008) กล่าวถึงการครอบงำไว้ว่า การครอบงำมีเจตนาที่จะเน้นในเรื่องของการสื่อสาร และการปฏิสัมพันธ์ ซึ่งผู้ครอบงำใช้ควบคุมคน โดยเฉพาะกับฝ่ายตรงข้ามหรือฝ่ายที่ไม่ได้รับผลประโยชน์ แนวคิดเกี่ยวกับการครอบงำนั้นจะถือว่าการครอบงำเป็นสิ่งที่ไม่ดี เพราะเป็นการละเมิดหรือฝ่าฝืนขนบทางสังคม การครอบงำเป็นการใช้อำนาจในทางที่ไม่ชอบเพื่อควบคุมความคิดหรือการกระทำของผู้อื่นโดยใช้วาทกรรมเป็นเครื่องมือ การครอบงำเป็นรูปแบบหนึ่งของการโน้มน้าว แต่จะมีความแตกต่างกันคือ การโน้มน้าวคู่สนทนา ( the interlocutors) มีอิสระที่จะเชื่อหรือกระทำตามที่ตนต้องการ ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับการทำข้อตกลงหรือการยอมรับข้อโต้แย้งต่างๆของผู้โน้มน้าว ส่วนการครอบงำ “manipulation” ผู้รับสาร (recipients) จะถูกกำหนดให้สวมบทบาทเป็นผู้ถูกกระทำ และตกเป็นเหยื่อของการครอบงำ

ในการครอบงำนั้น ผลเสียอาจจะเกิดขึ้นเมื่อผู้รับสารไม่รู้เท่าทันผู้ครอบงำ หรือไม่เข้าใจจุดมุ่งหมายหรือเจตนาที่แท้จริงของผู้ที่ต้องการครอบงำความคิด ขอบเขตระหว่างการครอบงำ (ที่ไม่ถูกต้อง) และการโน้มน้าวใจ ( สิ่งที่ถูกต้อง) ค่อนข้างจะไม่ชัดเจน ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับบริบท โดยที่ในวาทกรรมหนึ่งๆผู้รับสารบางคนอาจจะถูกครอบงำแต่กับผู้รับสารอีกกลุ่มอาจจะไม่ถูกครอบงำก็ได้

นอกจากนี้ผู้รับสารจะถูกครอบงำมากหรือน้อยจะขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ บริบท และสภาวะจิตใจของแต่ละคน ดังนั้นการครอบงำคือ 1) ปรากฏการณ์ทางสังคม เพราะก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์และการใช้อำนาจในทางที่ไม่ถูกต้องระหว่างกลุ่มและการกระทำของคนในสังคม 2) ปรากฏการณ์ทางปริชาน เพราะการครอบงำเกิดจากการครอบงำจิตใจ ความคิดของผู้มีส่วนร่วมในการสื่อสาร และส่งผลไปยังการกระทำ และ 3) ปรากฏการณ์ทางสัญลักษณ์วิทยาทางวาทกรรม เพราะการครอบงำได้ประกอบไปด้วยตัวบท การพูด และทัศนสาร

### 2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทน ( Representation )

ภาพตัวแทน ( representation ) คือ กระบวนการสร้างความหมายผ่านภาษา หรือสัญลักษณ์เพื่อนำเสนอภาพสรรพสิ่งต่างๆที่อยู่ในความคิด ( Hall ฮอลล์,1997;2003)

ฮอลล์ ( Hall,1997 อ้างถึงใน ชีระยุทธ สุริยะ 2554:8-9) กล่าวถึงภาพตัวแทนไว้ว่า ภาพตัวแทน ( Representation ) ได้เข้ามามีบทบาทในทางวัฒนธรรมศึกษา ภาพตัวแทนเชื่อมโยงความหมายระหว่างภาษากับวัฒนธรรม โดยสามัญสำนึกคำว่า ภาพตัวแทน หมายถึง การใช้ภาษาในการกล่าวถึง ให้ความหมาย แก่บางสิ่งบางอย่างหรือนำเสนอสรรพสิ่งในโลกนี้ โดยที่การผลิตความหมายนี้ไม่ได้เป็นกระบวนการที่ตรงไปตรงมา แต่ภาพตัวแทนจะแฝงการผลิตความหมายโดยผู้ผลิตภาพตัวแทน ความหมายที่ประกอบสร้างจะนำเสนอผ่านสัญลักษณ์

กาญจนา แก้วเทพ (2545: 80) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทนไว้ว่า “ภาพตัวแทนมิใช่สิ่งที่เป็นผลผลิตที่เคยเป็นอยู่หรือมีอยู่ หากแต่เป็นการประกอบสร้างขึ้นมาใหม่อยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ ข้อเขียน หลักฐาน ซึ่งภาพตัวแทนจะออกมาเป็นอย่างไร ก็ย่อมแล้วแต่ว่าภาพตัวแทนนั้นถูกนำเสนออย่างไร และหากพูดในแง่ของภาษาก็อาจกล่าวได้ว่า ภาพตัวแทนนั้นจะออกมาเป็นอย่างไรก็ย่อมแล้วแต่การให้คำนิยาม การเล่าเรื่องหรือการพูดถึงสิ่งต่าง ๆ นั้นนั่นเอง”

เสนาะ เจริญพร (2548 : 299 ) ได้กล่าวถึงภาพตัวแทนไว้ว่า “ภาพตัวแทน ( representation ) หมายถึง ภาพจำลองสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งนำเสนอผ่านวรรณกรรมหรือประดิษฐภัณฑ์ทางวัฒนธรรมอื่นๆ ในฐานะที่ภาพจำลองนั้นสร้างขึ้นจากการคัดเลือก ปรับแต่ง ชับเน้นคุณลักษณะบางอย่างจากความเป็นจริงตามคติความเชื่อและค่านิยมบางประการ รายละเอียดต่างๆที่ปรากฏในภาพเสนอหนึ่งๆ จึงร่วมกันทำหน้าที่สื่อความหมายและคุณค่าอย่างใดอย่างหนึ่งในเชิงสังคม-

วัฒนธรรมเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ ภาพเสนอมิได้เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าเป็นจริงเป็นเช่นไร เพราะมิใช่ภาพถ่าย สะท้อน แต่บ่งบอกให้ทราบว่า ผู้คนในสังคม (อย่างน้อยก็กลุ่มหนึ่ง) มีความน่าเชื่อถือ ความคาดหวังและให้ความหมาย คุณค่าต่อสิ่งที่ถูกนำเสนออย่างไร”

จากแนวคิดเรื่องภาพตัวแทนที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า “ภาพตัวแทน” เป็นการนำเสนอและการประกอบสร้างทางความหมายของสรรพสิ่งต่างๆ ภาพตัวแทนไม่ได้นำเสนอความจริงทั้งหมด หากแต่เป็นภาพที่เกิดขึ้นมาจากการคัดสรรแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งให้โดดเด่นทั้งที่ผู้ผลิตภาพแทนนั้นอาจรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ ดังนั้นภาพตัวแทนจึงเป็นการจำลองภาพบางอย่างที่เกิดขึ้นมาจากความคิด ความเชื่อ ค่านิยมของคนในสังคมผ่านถ้อยคำหรือการใช้รูปภาพ จากการทบทวนแนวคิดเรื่องภาพตัวแทนนี้ ทำให้เห็นว่า ภาษาเป็นสิ่งสำคัญในการถ่ายทอดความคิดที่แฝงอยู่เบื้องหลังภาพที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวมาวิเคราะห์ว่า “ภาพตัวแทนคนอีสาน” ที่ถูกถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับคนอีสานผ่านรูปภาพที่ปรากฏในวาทกรรมสื่อต่างๆ มีการนำเสนอภาพในลักษณะใด และภาพดังกล่าวมีความคิดที่แฝงอยู่เบื้องหลังอย่างไร

จากการศึกษาแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์แล้ว ทำให้เห็นว่า แนวคิดทั้ง 5 แนวคิดล้วนมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน กล่าวคือ การที่กลุ่มคนที่มีอำนาจซึ่งเป็นอำนาจในทางที่มีขอบในสังคมใช้อำนาจนั้นควบคุมวาทกรรม และส่งผลไปยังความคิดของคน และความคิดนั้นมีผลต่อการกระทำ ทำให้ผู้ที่ถูกอำนาจเหล่านั้นควบคุมอยู่ได้ตกอยู่ภายใต้การครอบงำอย่างไม่รู้ตัว

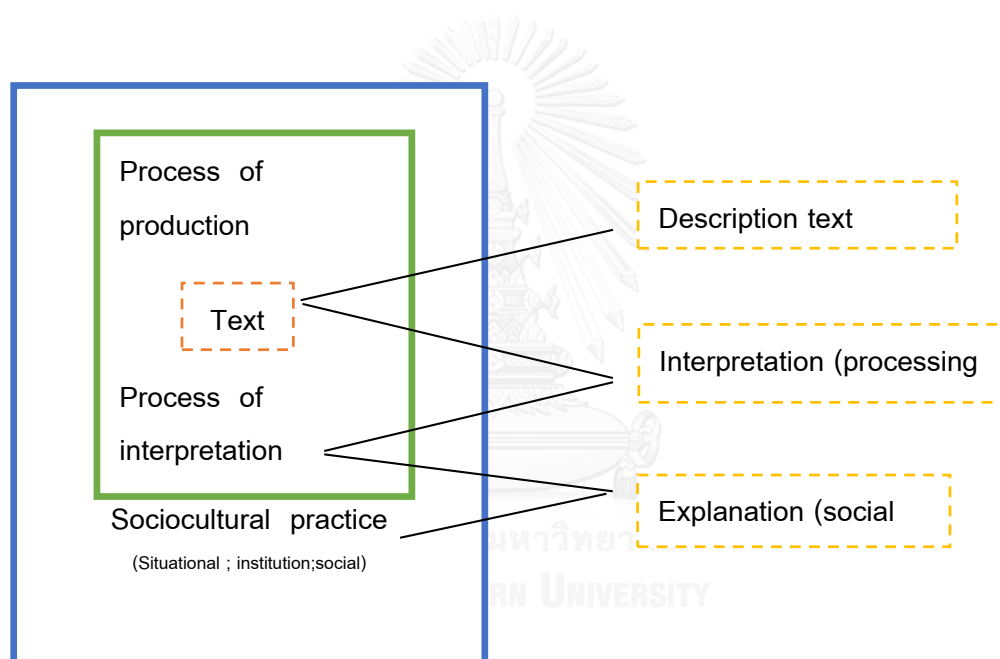
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## 2.2. แนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์

จากการศึกษาแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์แล้วจะพบว่า แนวคิดนี้จะเกี่ยวเนื่องกับแนวคิดทางด้านภาษา สังคม และปริชานเข้าไว้ด้วยกัน โดยจะเห็นได้จาก วาทกรรมมีความสัมพันธ์กับอุดมการณ์ อำนาจ และการครอบงำ ดังนั้นแนวทางในการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์จึงเป็นแนวทางที่สำคัญแนวทางหนึ่งที่จะทำให้รู้เท่าทันสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป จากการศึกษาบทความดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น จะเห็นได้ว่า แนวทางในการศึกษานั้นมี 2 ลักษณะด้วยกันคือ การศึกษาตามแนวทางของ Fairclough (1995) และ van Dijk (2008) มีรายละเอียดต่อไปนี้

### 2.2.1 การศึกษาตามแนวทางของ แฟร์คลัฟ (1995)

วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ( Critical Discourse Analysis ) เป็นแนวทางหนึ่งในการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์ที่ผสมผสานระหว่างทฤษฎีทางภาษาศาสตร์เข้ากับทฤษฎีทางสังคมเพื่อศึกษาวิเคราะห์และทำความเข้าใจกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเด็นใดประเด็นหนึ่งให้มีความสำคัญกับบริบททางสังคมและการเมืองในประเด็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจและอุดมการณ์ทางสังคมที่แฝงเป็นเบื้องหลังในการผลิตด้วยทฤษฎีต่างๆ ผู้ที่ศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ที่สำคัญ ๆ ได้แก่ Norman Fairclough , Ruth Wodak , van Dijk ในที่นี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงแนวคิดและแนวทางการศึกษาตามแนวของ แฟร์คลัฟ (1995) ที่ได้เสนอกรอบการวิเคราะห์วาทกรรมไว้ว่าวาทกรรมมี 3 มิติที่ประกอบกัน ดังนี้



Dimension of discourse analysis

แผนภาพที่ 1 กรอบการวิเคราะห์มิติทั้งสามของแฟร์คลาฟ (Fairclough, 1995)

แฟร์คลัฟ ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์วาทกรรมทั้ง 3 แบบว่าในการวิเคราะห์นั้นควรที่จะเน้นไปที่

1. the linguistic features of the text (text) ภาษาที่ปรากฏในด้วยท
2. processes relating to the production and consumption of the text

(discursive practice) กระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับการผลิตและบริโศคตัวบท (วิธีปฏิบัติทางวาทกรรม)

3. the wider social practice to which the communicative event belong ( social practice) การศึกษาทางด้านสังคมในลักษณะวงกว้างที่มีความสัมพันธ์กับสถานการณ์การสื่อสาร ( วิธีปฏิบัติทางสังคม)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากรอบที่ใช้ในการวิเคราะห์วาทกรรมจะประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 มิติ ประกอบไปด้วย

**ตัวบท (Text )** คือ ถ้อยคำ หรือข้อเขียน ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ทั้งที่เป็น วจนภาษาและอวจนภาษา พยางค์ คำ ประโยค รวมทั้งรูปแบบของวาทกรรมที่ต่างเรียงร้อยเข้าด้วยกัน โดยใช้การวิเคราะห์ทางภาษาศาสตร์มาอธิบายรูปภาษาในระดับต่างๆ

**วิธีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discursive Practice )** เป็นการวิเคราะห์ กระบวนการสร้าง/ผลิตตัวบทว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร นำเอาบริบททางสังคม สิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม มาสร้างเป็นวาทกรรมได้อย่างไร มีการถ่ายทอดออกมาอย่างไร และวิเคราะห์การรับตัวบทหรือการบริโศคตัวบท รวมทั้งช่องทางการสื่อสาร

**วิธีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (Socio-cultural Practice)** เป็นการวิเคราะห์ ถึงบริบทที่ส่งผลให้เกิดวาทกรรม เช่น ปัจจัยทางด้านสังคม วัฒนธรรม การเมือง ในแง่ที่ว่าตัวบทที่เกิดขึ้นนั้นอยู่ในบริบทลักษณะใด สัมพันธ์กับการผลิตและบริโศคตัวบท และอิทธิพลที่ตัวบทมีต่อสังคมและวัฒนธรรม การวิเคราะห์ทั้งสามองค์ประกอบนี้ไม่ได้แยกขาดจากกัน แต่จะคาบเกี่ยวเชื่อมโยงกัน ในการวิเคราะห์สถานการณ์การสื่อสาร ชี้ให้เห็นว่า ตัวบทไม่ได้เกิดขึ้นมาโดดๆ แต่ถูกล้อมรอบด้วยภาคปฏิบัติทางวาทกรรมและวิธีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมตามลำดับหรืออธิบายได้ว่าบริบททางสังคมวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการผลิตและบริโศคตัวบท ทำให้ตัวบทถูกผลิตออกมาในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ดังนั้นเมื่อจะต้องวิเคราะห์ตัวบทหนึ่งๆ จะต้องทำความเข้าใจปัจจัยซึ่งเป็นที่มาของตัวบทด้วย

สิ่งสำคัญในการศึกษากรอบ 3 กรอบของ แฟร์คลัฟ คือ การวิเคราะห์ตัวบทซึ่งจะไม่วิเคราะห์เพียงตัวบทอย่างเดียวเท่านั้น แต่ต้องวิเคราะห์ร่วมกันกับกรอบอื่นๆด้วย จะพิจารณาตัวบทและความสัมพันธ์เกี่ยวกับบริบทแวดล้อมทางสังคมด้วย นอกจากนี้ใน Chouliraki and

fairclough (1999) ได้กล่าวอย่างชัดเจนในเรื่องของกรอบทั้ง 3 กรอบนี้ว่าจะเน้นไปที่ ตัวบท และ กระบวนการผลิตและบริโศคตัวบท และให้ความสำคัญในเรื่องของ discursive และ non- discursive

แฟร์คลัฟได้กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์วาทกรรมนั้นยังไม่เพียงพอต่อการศึกษาวิถีปฏิบัติทางสังคมในวงกว้าง จะเห็นได้ว่าการที่ศึกษาสิ่งที่เป็น discursive และ non- discursive นั้น ทฤษฎีทางด้านสังคมและวัฒนธรรมจำเป็นอย่างมากในการวิเคราะห์วาทกรรม ดังนั้นจึงต้องมีการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ คือ การเชื่อมโยงระหว่างการใช้ภาษาและวิถีปฏิบัติทางสังคม โดยเน้นไปที่บทบาทของวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมในการสนับสนุนลำดับชั้นทางสังคมและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป กระบวนการวิเคราะห์การใช้ภาษานี้ แฟร์คลัฟได้ชี้แจงว่าจะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ในการสื่อสารและการจัดระเบียบทางวาทกรรมด้วย ในทุกๆสถานการณ์การสื่อสารจะทำหน้าที่สำคัญในกรอบการวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคม ในการผลิตซ้ำหรือการทำทลายการจัดระเบียบทางวาทกรรมนั้นหมายถึงลักษณะของสถานการณ์การสื่อสารด้วย ยิ่งสังคมกว้างขึ้น การศึกษาก็ต้องครอบคลุมสังคมทั้งหมดด้วย

นอกจากนี้ แฟร์คลัฟได้ให้ความสำคัญกับ “สหบท” โดยกล่าวไว้ว่า Intertextuality มีอยู่สองลักษณะด้วยกัน คือ manifest intertextuality” และ “interdiscursivity” และได้อธิบายความแตกต่างระหว่าง “manifest intertextuality” (สหบทที่มีลักษณะที่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน) กับ “interdiscursivity”(สหบทที่ถูกประกอบสร้างขึ้น) ว่า “manifest intertextuality” นั้นมีลักษณะที่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนในขณะที่ “interdiscursivity” นั้นจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีการถูกสร้างขึ้นมาจาก “discourse type” และ “order of discourse” ในที่นี้ผู้เขียนได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะของ “intertextuality” นั้นจะมีอยู่ 3 ลักษณะ คือ

1. sequential intertextuality สหบทที่มีการลำดับชั้นเป็นการเรียงลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแบบเรียงติดต่อกัน
2. embedded intertextuality สหบทที่มีการตรึงแน่น โดยที่ในตัวบทหรือ discourse type ที่มีการสัมพันธ์กันกับ styles
3. mixed intertextuality สหบทที่มีลักษณะผสมผสานกัน

สหบทมีความสำคัญมากในการที่จะวิเคราะห์วาทกรรม โดยเฉพาะในเรื่องของตัวบท และการสร้างวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสังคมที่เปลี่ยนไปด้วย สหบทถูกประกอบสร้างขึ้นจากตัวบทต่าง ๆ ที่มีการตีความและวิเคราะห์ความหมาย เมื่อมีการนำเอาตัวบทต่าง ๆ มารวมกัน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเชื่อมโยงแนวคิดของตัวบทต่าง ๆ ให้เป็นหนึ่งเดียว สิ่งนี้



ถูกตีความนั้นจะต้องตีความจากตัวบททั้งปวงภายในตัวบทและภายนอกตัวบทด้วย เช่นเดียวกันกับ Intertextuality ที่จะต้องพิจารณาจากตัวบทต่างๆที่รวมไว้ด้วยกันทั้งภายในและภายนอกของ สหบท ด้วย

## 2.2.2 การศึกษาตามแนวทางของ ฟาน ไคก์ (2008)

ลักษณะสำคัญของการศึกษาวาทกรรมเชิงวิพากษ์ (CDS) คือจะเน้นไปที่การใช้ อำนาจในทางที่ไม่ถูกต้องในสังคมผ่านการใช้ภาษาทั้งที่เป็น text and talk ประเด็นที่สำคัญในการศึกษา CDS มี 2 ประเด็น คือ

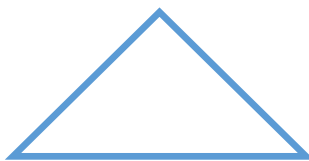
1. CDS เป็นการศึกษาโดยอ้างถึงการศึกษาที่ถูกต้องและมีการศึกษาไว้แล้ว และจะสนใจในสิ่งที่กลุ่มคนในสังคมได้ศึกษาไว้ในเบื้องต้น คำว่า CDS นั้นเป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่จะศึกษาวิธีการการสร้างอำนาจทางสังคมแก่กลุ่มคนใดกลุ่มคนหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของ แนวทางการสื่อสาร และวาทกรรม

2. CDS เป็นวิธีการที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคมและโครงสร้างทางวาทกรรม และศึกษาว่าโครงสร้างทางวาทกรรมมีผลต่อโครงสร้างทางสังคมอย่างไร เช่น การเลือกใช้ภาษาในการเรียก “terrorist” หรือ “a freedom fighter” ทั้งนี้ก็จะขึ้นอยู่กับตำแหน่งและอุดมการณ์ที่ปรากฏด้วย นอกจากนี้ในการรายงานข่าวที่มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเรื่องเชื้อชาติ เมื่อมีการผลิตซ้ำในเรื่องนี้โดยเน้นในเรื่องของอคติทางชาติพันธุ์ ส่งผลให้ถ้อยคำและความหมายที่ใช้ในการพาดหัวข่าวนั้นมีลักษณะเป็นลบด้วย

CDS เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมกับอำนาจ จะเน้นไปที่อำนาจที่ใช้ควบคุมสังคม โดยเฉพาะการใช้อำนาจในทางที่มีชอบ วาทกรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะถูกควบคุม เพราะวาทกรรมเป็นการปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมและกิจกรรมต่าง ๆ ในการสื่อสาร เมื่อควบคุมวาทกรรมได้ก็เท่ากับควบคุมอำนาจได้เช่นเดียวกัน

ฟาน ไคก์ ได้กล่าวถึง “triangulation” ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรม บริษาน และสังคมไว้ว่า ทั้งสามส่วนนี้มีความสัมพันธ์กันดังนี้

## การครอบงำสังคม



การครอบงำทางวาทกรรม

การครอบงำความคิด

## แผนภาพที่ 2 สามเหลี่ยมแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรม-ปริชาน-สังคมของ ฟาน ไค้

จากแผนภาพข้างต้น ฟาน ไค้ ได้แสดงให้เห็นว่าปริชานมีความสำคัญมาก เพราะการครอบงำก่อให้เกิดแบบของการครอบงำจิตใจ /ความคิดของคน โดยที่ผู้เขียนจะเน้นไปที่รูปแบบของการครอบงำซึ่งเกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ ได้แก่ นักการเมือง หรือการครอบงำสื่อซึ่งส่งผลให้เกิดวาทกรรมด้วย การครอบงำที่ดีที่สุด คือ การทำให้เป็นธรรมชาติมากที่สุดโดยผู้ที่ถูกครอบงำไม่รู้ตัว

ในการครอบงำนั้นสิ่งแรกที่ต้องควบคุมคือ “mind” โดยเฉพาะในเรื่องของความเชื่อของผู้รับสาร และส่งผลไปยังการควบคุมการกระทำ การครอบงำทางสังคมเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการครอบครองอำนาจ และการผลิตซ้ำทางอำนาจที่มีขอบในแต่ละวิถีปฏิบัติ รวมทั้งในวาทกรรมด้วย ผลประโยชน์ในการครอบงำระหว่างกลุ่มและสมาชิกในกลุ่มจะมีมากกว่าการครอบงำที่มีลักษณะเป็นปัจเจก จากการครอบงำในตัวบทย่อยๆหลายตัวบทย่อยได้ส่งผลไปยังการครอบงำวาทกรรมสาธารณะด้วย ได้แก่ การประชุมรัฐสภา การรายงานข่าว การแสดงความคิดเห็น หนังสือเรียน โดยที่ในแต่ละกระบวนการและการควบคุมจะขึ้นอยู่กับการประกอบสร้างอำนาจของคนในกลุ่ม ( สถาบัน , อาชีพ) นักการเมืองสามารถใช้อำนาจทางการเมืองผ่านวาทกรรมสาธารณะ และในแต่ละวาทกรรมสาธารณะนั้นพวกเขาได้มีการผลิตซ้ำทางอำนาจที่มีขอบได้ด้วย

ดังนั้นการครอบงำจึงเป็นสิ่งที่ไม่ถูกกฎหมาย เพราะเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน และสังคมของผู้ที่ถูกครอบงำ นอกจากนี้การครอบงำยังเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องในสังคมประชาธิปไตย เพราะมีหรืออาจจะมีการผลิตซ้ำทางอำนาจที่มีขอบ และเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมกัน การครอบงำคือการที่กลุ่มคนชนชั้นนำในสังคมได้ผลิตซ้ำทางอำนาจที่มีขอบเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่ม

ตน โดยที่มีการครอบครองอำนาจของกลุ่มและส่งผลให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันขึ้นมา ดังนั้นการครอบงำจึงมีพื้นฐานมาจากรูปแบบของวิถีปฏิบัติทางสังคมและการปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคม

กระบวนการทางปริชานในการครอบงำสังคมเป็นผลสืบเนื่องมาจากการจำในระยะยาว<sup>5</sup> ที่เกี่ยวข้องกับการตีความจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลผ่านภาพความจำของคน รวมไปถึงความมั่นคง ความคงทนถาวรของความเชื่อของคนในสังคม บางครั้งจะถูกเรียกว่าการผลิตซ้ำทางสังคม “social representations” การปฏิสัมพันธ์และวาทกรรมที่ถูกผลิตและเข้าใจในลักษณะของภาพความจำที่เชื่อมโยงบุคคลและความเชื่อของสังคมเข้าไว้ด้วยกัน วาทกรรมมีอิทธิพลในการสื่ออุดมการณ์เพื่อครอบงำความคิดของคนในสังคม การครอบงำทางความคิดจะนำไปสู่การควบคุมพฤติกรรมของคนในสังคม ทำให้ผู้มีอำนาจกว่าควบคุมได้เปรียบในสังคมต่อไป กลุ่มคนที่มีอิทธิพลในสังคมจะรักษาความเหนือกว่าของตนและควบคุมผู้อื่นในสังคมผ่านการครอบงำทางวาทกรรมโดยสร้างวาทกรรมที่แฝงอุดมการณ์หรือชุดความคิดบางอย่างที่เอื้อประโยชน์ให้แก่กลุ่มตน กลุ่มที่มีสถานภาพเหนือกว่าในสังคมมักจะเป็นผู้ที่สามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรที่สังคมให้คุณค่า เช่น การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่การงาน ทรัพย์สิน และวาทกรรมที่มีอิทธิพลในสังคม เช่น วาทกรรมทางการเมือง วาทกรรมสื่อ

การรักษาสถานภาพที่เหนือกว่าในสังคมทำได้โดยการควบคุมวาทกรรมเพื่อประกอบสร้างและสื่ออุดมการณ์ที่เอื้อประโยชน์แก่ฝ่ายตน อุดมการณ์ที่สื่อและถ่ายทอดผ่านวาทกรรมจะมีผลในการครอบงำความคิดหรือจิตใจของคนในสังคมและจะส่งผลให้คนในสังคมมีพฤติกรรมหรือการกระทำที่เป็นไปตามที่ผู้มีอิทธิพลต้องการ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า การครอบงำจะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้

- Socially (สังคม) เน้นไปที่รูปแบบของอำนาจที่ไม่ถูกต้องและการครอบครองอำนาจ
- Cognitive (ปริชาน) เน้นไปที่การควบคุมจิตใจและความคิด

<sup>5</sup> ฟาน ไค้ (2008) ได้กล่าวว่า มนุษย์มีความจำอยู่สองลักษณะ คือ ความจำระยะสั้น กับความจำระยะยาว ความจำระยะสั้น (STM) เป็นพื้นฐานของการครอบงำ และเป็นผลมาจากกระบวนการเข้าใจในวาทกรรม ส่วนความจำระยะยาว (LTM) เป็นส่วนของระบบความจำที่เก็บข้อมูลอย่างถาวรกว่า ข้อมูลในความจำระยะยาวอาจไม่ได้เก็บในรูปแบบเดียวกับที่รับเข้ามา ผู้ฟังจะใช้ความจำระยะสั้นเพื่อรับข้อมูล แล้วเก็บข้อมูลไว้ในรูปแบบความจำระยะยาว เมื่อนำข้อมูลมาใช้ใหม่อาจจะมีการใช้ข้อมูลในรูปแบบประโยคที่ต่างออกไป ความจำระยะยาวในการศึกษานี้จะเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ทักษะ และอุดมการณ์

- Discursive ( วาทกรรม) การนำเสนอที่เป็นบวกหรือลบ และการนำเสนอ  
อุดมการณ์

จะเห็นได้ว่า การครอบงำจะมีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมหรือเพิ่มพูนอำนาจ ผู้ที่มีอำนาจเหนือกว่าและความน่าเชื่อถือของผู้พูด ความไม่น่าเชื่อถือกับการไม่เห็นด้วย ในการประเมินค่าผู้อื่นหรือฝ่ายตรงกันข้าม จะใช้ลักษณะการขอร้อง ร้องเรียน และอ้างเหตุผลที่ดูเหมือนว่าเหตุผลนั้นถูกต้องและไม่สามารถแย้งได้<sup>6</sup> ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มคนที่อำนาจและมีอิทธิพลในสังคม ใช้อำนาจในทางที่มีขอบครอบครองวาทกรรม ส่งผลให้เกิดการครอบงำความคิด/จิตใจ และถ่ายทอดออกมาเป็นการกระทำ

ดังนั้นหน้าที่สำคัญของผู้ศึกษา CDS ต้องทำหน้าที่ในการเฝ้าระวังสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม การใช้อำนาจของกลุ่มคนบางกลุ่มที่ใช้ในทางที่ไม่ถูกต้อง ถึงแม้การกระทำบางอย่างจะเป็นเรื่องเล็กน้อยเราก็ควรที่จะตรวจตราให้ดีและต้องเคารพขนบธรรมเนียม จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวด้วย ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าแนวคิด socio-cognitive ที่ ฟาน ไค้ ได้นำเสนอในการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์นั้น มีจุดประสงค์เพื่ออธิบายอิทธิพลของวาทกรรมในการสื่ออุดมการณ์เพื่อครอบงำความคิดหรือระบบปริชานของคนในสังคม การครอบงำความคิดนี้ได้นำไปสู่การควบคุมการกระทำของคนในสังคม ทำให้ผู้มีอำนาจยังคงดำรงอำนาจนั้นไว้ต่อไป

### ความแตกต่างในแนวทางการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิดและแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ สามารถสรุปแนวคิดที่สำคัญและความแตกต่างของแนวการศึกษาของนักคิดแต่ละท่านได้ดังนี้

- แพร่คลีฟ เน้นไปที่ความเข้าใจในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปในลักษณะที่เป็นพลวัต โดยเฉพาะบทบาทของวาทกรรมในการผลิตซ้ำทางสังคม

---

<sup>6</sup>จะเห็นได้จากการศึกษาเรื่อง “Racism and the Press?” ของ ฟาน ไค้ (2008) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการก่อเหตุจลาจลและการก่ออาชญากรรมของชนกลุ่มน้อยในสังคม ในการนำเสนอข่าวจึงมีลักษณะที่เป็น negative และเป็นการกล่าวถึงเรื่องของชาติพันธุ์ท่ามกลางกลุ่ม white people ดังนั้นการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีและบริบทแวดล้อมจึงเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจว่าการนำเสนอข่าวนั้นเป็น racist หรือไม่โดยสังเกตได้จากนำเสนอตนเองในทางบวก และนำเสนอกลุ่มที่ไม่ใช่ชาติพันธุ์เดียวกันเป็นลบ หรือถ้าการกระทำที่ฝ่ายของตนนั้นเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง การนำเสนอจะมีลักษณะเคลือบคลุม ไม่ชัดเจน หรือใช้ถ้อยคำให้เบาบาง

- ฟาน ไคค์ เน้นไปที่โครงสร้างทางมโนทัศน์ cognitive structures ที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงระหว่างสังคมกับวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม นอกจากนี้ในส่วนของอำนาจนั้น จะไม่คล้ายกับแนวคิดของ Foucault ในเรื่องของการผลิตอำนาจ แต่จะมองว่าอำนาจนั้นมีอยู่ในทุกๆ ที่ ซึ่งจะตรงกันข้ามกับกลุ่มแนวคิดโครงสร้างนิยม และในแนวคิดของ van dijk จะมองว่าผลของการใช้อำนาจนั้นก่อให้เกิดอุดมการณ์บางอย่างที่จะเกิดขึ้นมาจากการเลือกใช้ตัวบท เช่น การที่มนุษย์สามารถเข้าใจในเรื่องของ racist messages

- Foucault's discourse theory จะเน้นไปที่วาทกรรมเป็นส่วนหนึ่งของพื้นฐานความรู้ของคนในสังคม และความสัมพันธ์ของคนในสังคม

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง (2556: 35) ได้สรุปแนวความคิดหลักและแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ โดยกล่าวว่า แนวการศึกษาต่างๆ มีความคิดหลักร่วมกันอยู่ ดังที่แฟร์คลัฟและโวดัค (Fairclough and Wodak .1997 ) ได้นำเสนอหลักของวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ไว้ 8 ข้อ และฟานไคค์ก็ได้นำไปกล่าวอีกครั้ง (van Dijk .2001 ) หลักทั้ง 8 ข้อสรุปได้ดังนี้

### 1. วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ศึกษาประเด็นปัญหาสังคม

วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เป็นการบูรณาการศาสตร์ต่างๆ ได้แก่ วิธีวิเคราะห์ตามแนวภาษาศาสตร์และแนวคิดทฤษฎีทางสังคมเพื่อศึกษาประเด็นปัญหาสังคมที่เกี่ยวกับการใช้อำนาจในทางมิชอบและครอบงำทางความคิด รวมถึงการต่อต้านความมาถูกต้อง

### 2. ความสัมพันธ์เชิงอำนาจเกี่ยวข้องกับวาทกรรม

วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ชี้ให้เห็นว่าอำนาจในสังคมปัจจุบันถูกใช้และต่อรองผ่านวาทกรรม

### 3. วาทกรรมประกอบสร้างสังคมและวัฒนธรรม

ความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมกับสังคมเป็นความสัมพันธ์แบบวิภาษ กล่าวคือวาทกรรมกำหนดสังคม ในขณะที่เดียวกันวาทกรรมก็ถูกกำหนดโดยสังคม นักวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มองว่า การใช้ภาษาแต่ละครั้งมีส่วนไม่มากนักน้อยในการสร้างและ/หรือเปลี่ยนแปลงสังคม วัฒนธรรม และความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคม

#### 4. วาทกรรมมีหน้าที่ด้านอุดมการณ์

นักวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์กล่าวว่า ในการวิเคราะห์หน้าที่ด้านอุดมการณ์ของวาทกรรม การพิจารณาเฉพาะตัวบทยังไม่เพียงพอ ผู้วิเคราะห์ต้องพิจารณาการรับและตีความถึงผลต่อสังคมด้วย

#### 5. วาทกรรมเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์

วาทกรรมทุกวาทกรรมเกี่ยวข้องกับวาทกรรมอื่นรวมถึงวาทกรรมที่เกิดขึ้นก่อนด้วย เราไม่สามารถทำความเข้าใจวาทกรรมโดยไม่พิจารณาวาทกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง

#### 6. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับสังคมมีสื่อกลาง

ความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรม ( ตัวบท ) กับสังคมเป็นความสัมพันธ์ที่ซับซ้อน และไม่ใช้ความสัมพันธ์โดยตรงแต่มีสื่อกลาง นักวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์แต่ละแนวกล่าวถึงสื่อกลางไว้ต่างกัน แฟรงค์ลัฟและโวแดกเสนว่า สื่อกลางระหว่างตัวบทกับสังคมคือระเบียบวาทกรรม ( orders of discourse ) ส่วนฟาน ไคท์ เสนอว่า สื่อกลางคือกระบวนการทางปริชาน

#### 7. การวิเคราะห์วาทกรรมมีลักษณะเป็นการตีความและการอธิบาย

วาทกรรมหนึ่งอาจถูกตีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับผู้รับสารแต่ละคนและข้อมูลเกี่ยวกับบริบทที่มีในขณะนั้น การตีความและการอธิบายในงานวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จึงมีลักษณะที่เปิดรับการตีความใหม่เสมอเมื่อมีข้อมูลหรือบริบทเข้ามาเพิ่มเติม นักวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ชี้ให้เห็นว่า การวิเคราะห์ที่เป็นระบบและการพิจารณาบริบทอย่างครบถ้วน จะช่วยจำกัดการตีความที่เป็นไปได้หลายทางให้น้อยลง

#### 8. วาทกรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการกระทำทางสังคม

นักวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มองว่า วาทกรรมเป็นการกระทำทางสังคม และเน้นการนำผลการศึกษาวาทกรรมไปใช้ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมในทางที่ดีขึ้น

นอกจากนี้ ญัตพร พานโพธิ์ทอง ( 2556 : 37) ได้สรุปความแตกต่างและความเกี่ยวข้องของ  
แนวการศึกษาปริเฉทวิเคราะห์ และวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ โดยนำเสนอเป็นตารางดังต่อไปนี้

สิ่งที่ศึกษา	ปริเฉทวิเคราะห์	วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์
	หน่วยภาษา	ปรากฏการณ์ทางสังคม มีภาษา(ข้อเขียนและคำพูด) เป็น องค์ประกอบสำคัญ
วัตถุประสงค์	พรรณนา และ/หรืออธิบายหน่วย ภาษา ในระดับที่สูงกว่าประโยคในด้าน ต่างๆ ช่วยแก้ข้อสงสัยบางประการที่ เกิดขึ้นในการวิเคราะห์หน่วย ภาษาระดับอื่นๆ เช่น การวิเคราะห์โครงสร้างประโยค	วิเคราะห์ให้เห็นการใช้อำนาจในทางมิ ชอบอันนำไปสู่ความไม่เท่าเทียมกัน และ ความ อยุติธรรมหรือการต่อต้านอำนาจ ดังกล่าว ทั้งนี้ความตระหนักรู้จะนำไปสู่ การปลดปล่อยการปลดปล่อยผู้ถูก ครอบงำและการเปลี่ยนแปลงสังคม ในทางที่ดีขึ้น
จุดยืนผู้วิจัย	เป็นกลางปราศจากอคติ	ไม่เป็นกลาง อยู่ข้างผู้ที่ถูกครอบงำ
วิธีวิจัย	แนวทางหลากหลาย งานวิจัยบางเรื่องใช้แนวคิดทฤษฎี เดียว บางเรื่องใช้หลายแนวคิดร่วมกัน	แนวทางหลากหลาย งานวิจัยมีลักษณะเป็นการบูรณาการวิธี วิเคราะห์ ตามแนวภาษาศาสตร์และแนวคิดจาก สาขาสังคมศาสตร์ -ในการวิเคราะห์ตัวบท ใช้วิธีการทาง ภาษาศาสตร์ด้านต่างๆ รวมถึงปริเฉท วิเคราะห์ด้วย -เน้นการวิเคราะห์ในบริบทสังคม วัฒนธรรมควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ตัว บท

ที่มา : ญัตพร พานโพธิ์ทอง ( 2556 : 37)

### ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มีลักษณะต่อไปนี้

1. เป็นการศึกษาวาทกรรมวิธีการหนึ่งที่ต้องการศึกษาวิถีของการใช้อำนาจเพื่อเอื้อประโยชน์แก่ใครบางคน การครอบงำและความไม่เท่าเทียมกันที่ตัวบทสร้างหรือผลิตซ้ำในบริบททางสังคมหรือการเมือง
2. เป็นการศึกษาที่รวมเอาความคิดทางภาษาและแนวคิดทางสังคมเข้าไว้ด้วยกัน โดยจะเห็นว่าวาทกรรมมีความสัมพันธ์กับอุดมการณ์และอำนาจ ซึ่งมีอิทธิพลในการครอบงำความคิดและควบคุมการกระทำของคนในสังคม
3. เป็นการศึกษาวิเคราะห์และทำความเข้าใจกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง โดยให้ความสำคัญอย่างมากกับบริบททางสังคมและการเมืองในประเด็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจและอุดมการณ์ทางสังคมที่แฝงเป็นเบื้องหลังในการผลิตตัวบทหนึ่งๆ
4. เป็นการศึกษาวิเคราะห์ตัวบทในแง่หนึ่งซึ่งให้ความสำคัญอย่างมากกับบริบททางสังคมและการเมืองในเชิงของการใช้อำนาจอิทธิพลและความเหลื่อมล้ำทางสังคมซึ่งมักถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการผลิตตัวบทหนึ่งๆ แนวทางการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ตัวบทต่างๆ ในสังคมนั้นถูกสร้างขึ้นมาจากอำนาจทางสังคมเป็นตัวผลักดันก่อให้เกิดทั้งรูปแบบและความหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์บางอย่างของผู้สร้างตัวบทนั้นๆ แต่ได้รับอิทธิพลมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับประเภทและที่มาของอำนาจนั้นๆ

ดังนั้นการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ คือ การศึกษาเพื่อให้เข้าใจลักษณะทางวาทกรรมในด้านการผลิตและเผยแพร่ รวมถึงรูปแบบของภาษาที่ใช้ และวิเคราะห์ต่อไปว่าวาทกรรมที่ถูกสร้างขึ้นนั้น ควบคุมจิตใจและการกระทำของผู้คนในสังคมได้อย่างไร และส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม เช่น ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในสังคม หรือโน้มน้าวให้เกิดความคิดหรือการกระทำใดๆ จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดทำให้เห็นว่า การศึกษาวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จำเป็นต้องศึกษาทั้งภาษาและบริบท เพื่อให้เข้าใจปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาษา และความหมาย ที่ภาษานั้นสื่อออกมา นอกจากนี้แนวคิดนี้ยังเป็นประเด็นที่สำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น ความมีอคติ การเหยียดผิวหรือเชื้อชาติด้วย

จากแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ดังที่ได้กล่าวมาทั้งหมดแสดงให้เห็นว่าแนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาภาษาที่มีความสัมพันธ์กับภาพตัวตน โดยที่ภาษานั้นเป็นภาษาที่ใช้จริงอยู่ในบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในเรื่องของกรอบมิติทั้งสามของวาทกรรมของ แพร่คลัฟ (1995) และ



แนวคิดของ ฟาน ไค์ (2008) ในเรื่องบทบาทของวาทกรรมกับการครอบงำความคิดมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาต่อไป

## 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) งานวิจัยเกี่ยวกับภาพตัวแทนและอัตลักษณ์ 2) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติตามแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ 3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ และ 4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคนอีสาน

### 2.3.1 งานวิจัยเกี่ยวกับภาพตัวแทนและอัตลักษณ์

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพตัวแทนและอัตลักษณ์พบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้มีทั้งในสาขานิเทศศาสตร์ วรรณคดี และภาษา งานทางด้านนิเทศศาสตร์ เช่น งานวิจัยของ **เจริญวิทย์ ฐิติวรารักษ์ (2544)** ที่ศึกษาเรื่อง **“การสร้างสารสนเทศและภาพตัวแทนของชายรักชายในเว็บไซต์”** จากการศึกษาพบว่า เว็บไซต์หรือสารสนเทศมีรูปแบบในการนำเสนอที่ต่อยอดภาพแบบเหมารวม (Stereotype) ของชายรักชายแบบสื่อกระแสหลักเป็นผู้สร้างให้ เช่น เป็นกลุ่มคนที่หมกมุ่นกับเรื่องเพศและแสวงหาความรักอยู่เสมอ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ตลอดจนมีความรู้ความสามารถอย่างชายหญิงทั่วไป ผู้วิจัยเน้นว่าผู้จัดทำเว็บไซต์มีส่วนในการกำหนดกระบวนการสร้างสารเกี่ยวกับชายรักชายในแต่ละเว็บไซต์มีส่วนในการกำหนดกระบวนการสร้างสารเกี่ยวกับชายรักชายในแต่ละเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับความต้องการของตน และ การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางนั้นมีส่วนต่อการสร้างสารสนเทศและภาพตัวแทนของชาย รักชาย และเอื้อให้เกิดการแสดงออกถึงความเป็นรักร่วมเพศของคนได้มากกว่าการสื่อสารในลักษณะอื่นที่ในสังคมทั่วไปอาจจะทำไม่ได้

ส่วนงานทางด้านวรรณคดี เช่น งานวิจัยของ **วันชนะ ทองคำเภา (2550)** ศึกษาเรื่อง **“ภาพตัวแทนของสมเด็จพระมหาธรรมราชาในวรรณกรรมไทย”** งานวิจัยนี้พบว่าภาพตัวแทนแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ตามสถานภาพ ได้แก่ ช่วงขุนพิเรนทรเทพ เป็นภาพตัวแทนของผู้ปราบยุคเข็ญ เชื้อพระวงศ์คู่บารมีและภาพตัวแทนของนักรักนักรบ ช่วงพระมหาธรรมราชา เป็นภาพของผู้ต่อสู้เพื่อชาติและภาพตัวแทนด้านลบคือเป็นผู้เผด็จชาติตนและผู้พ่ายแพ้ ช่วงสมเด็จพระมหาธรรมราชาธิราช เป็นภาพของพระราชบิดาของวีรสตรีและวีรบุรุษ และภาพของวีรกษัตริย์ ส่วนกลวิธีที่ใช้ในการเล่าเรื่องทำให้เห็นภาพตัวแทนของสมเด็จพระมหาธรรมราชาต่างกัน ประกอบด้วยกลวิธีสำคัญ ได้แก่ การสร้างโครงเรื่องเพื่อนำเสนอแก่นเรื่อง กลวิธีการสร้างตัวละครทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น สร้าง

ตัวละครผ่านการกระทำของตัวละครหรือผ่านบทสนทนา การเลือกใช้ผู้เล่า เช่น แม้มีการเสนอภาพทางลบแต่ผู้เล่ามักแสดงความจงรักภักดีต่อพระมหากษัตริย์ แสดงความเข้าใจ และสถานที่ในฐานะพื้นที่ของการเล่าเรื่อง ซึ่งจะเห็นได้ว่า บริบททางการเมือง สังคมและวัฒนธรรมในสมัยของการประพันธ์มีอิทธิพลต่อการสร้างภาพแทนของพระมหากษัตริย์ในวรรณกรรม

**กษริน วงศ์กิตติขวลิต (2552)** ที่ศึกษา “ภาพตัวแทนของพระสุริโยทัยในวรรณกรรมไทย” งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลจากวรรณกรรมไทยที่แต่งในสมัยรัตนโกสินทร์ โดยวิเคราะห์ภาพตัวแทนของพระสุริโยทัยที่นำเสนอกลวิธีการนำเสนอภาพตัวแทน และแนวคิดหรืออุดมการณ์ที่สัมพันธ์กับการประกอบสร้างและนำเสนอภาพตัวแทนดังกล่าว ผลการวิจัยพบว่า “พระสุริโยทัย” ถูกประกอบสร้างและนำเสนอด้วยการใช้กลวิธีการของการเล่าเรื่องให้เป็นภาพตัวแทนที่มีมิติหลากหลาย ภาพตัวแทนที่หลากหลายเหล่านี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการตีความและการให้ความหมายแก่การสิ้นพระชนม์กลางสมรภูมิของพระสุริโยทัยที่ต่างกันไป นอกจากนี้ภาพตัวแทนพระสุริโยทัยมีส่วนสัมพันธ์กับแนวคิดหรืออุดมการณ์บางประการในสังคมไทย ภาพตัวแทนของพระสุริโยทัยในวรรณกรรมแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ ภาพยอดภรรยา และภาพวีรสตรี กลวิธีการประพันธ์ที่ส่งผลให้ภาพตัวแทนของพระสุริโยทัยแตกต่างกัน ได้แก่ แก่นเรื่อง ประเภทของโครงเรื่อง การนำเสนอตัวละคร มุมมองในการเล่าเรื่อง การอ้างอิง และการใช้ภาษา นอกจากนี้แนวคิดสำคัญที่สัมพันธ์กับการประกอบสร้างภาพตัวแทนของพระสุริโยทัย ได้แก่ แนวคิดเรื่องวีรบุรุษ/สตรี และแนวคิดเรื่องความเป็นผู้หญิงที่ทำให้ภาพตัวแทนของพระสุริโยทัยสามารถนำเสนอความคิดเรื่องสำนึกรักชาติ ความคิดเรื่องการเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์และความคิดเกี่ยวกับลักษณะของสตรีที่พึงประสงค์ของสังคม

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนงานทางด้านภาษาศาสตร์ เช่น งานวิจัยของ **ธีระ บุชบกแก้ว (2553)** ศึกษาเรื่อง “กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่มเกย์ออนไลน์” ศึกษาอัตลักษณ์ของตนเองที่นำเสนอผ่านวาทกรรมของกลุ่ม “เกย์ออนไลน์” และกลวิธีทางภาษาที่ใช้สื่อ อัตลักษณ์ดังกล่าว ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วยบทความและคอลัมน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเกย์และผู้เขียนเป็นเกย์ซึ่งสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์กูเกิ้ล ([www.google.co.th](http://www.google.co.th)) ผลการวิจัยพบว่ากลวิธีทางภาษาที่กลุ่ม “เกย์ออนไลน์” ใช้สื่ออัตลักษณ์ ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การใช้มูลบท การปฏิเสธสื่อมูลบท การใช้นามวลีสื่อมูลบท การใช้อุปลักษณ์ การใช้อุปสรรคกรรม การกล่าวอ้าง และการใช้คำถามวาทศิลป์ กลวิธีทางภาษาใช้เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ของเกย์ต่อสาธารณชน เช่น “เกย์เป็นคนปกติ และมีวิถีชีวิตเหมือนคนทั่วไป” “เกย์ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมของเพศชาย” “เกย์ไม่ได้หมกมุ่นเรื่องเพศ” “เกย์เป็นกลุ่มคนที่ตกอยู่ในความกลัว และเกย์เป็นผู้ยอมรับและเปิดเผยตนเองเป็นผู้ที่มีความกล้า” สิ่งสำคัญที่น่าสนใจในงานวิจัยนี้ คือ อัตลักษณ์เกย์ที่นำเสนอในงานวิจัยดังกล่าวเป็นภาพด้านบวกเกี่ยวกับ

ตนเอง อย่างไรก็ตามกลวิธีทางภาษาที่กลุ่มเกย์ออนไลน์ใช้ก็แสดงให้เห็นว่า เกย์ยังมีความคิดด้านลบต่อตนเองแฝงอยู่ แสดงนัยยะว่าการสร้างอัตลักษณ์ของเกย์ยังคงได้รับอิทธิพลจากสังคม

**ธีระยุทธ สุริยะ (2554)** ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนนักโทษประหาร และการประหารชีวิตในหนังสือพิมพ์รายวัน” งานวิจัยนี้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนของนักโทษประหารและการประหารชีวิตในหนังสือพิมพ์รายวันไทยตามแนวทฤษฎีวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ผลการศึกษาพบว่า กลวิธีทางภาษาที่สื่อภาพตัวแทนมี 5 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำหรือกลุ่มคำ การใช้สำนวน การใช้มุขลบท การเล่าเรื่อง และการใช้สหบท กลวิธีทางภาษาเหล่านี้ได้สื่อภาพตัวแทนของ “นักโทษประหาร” ว่าเป็นผู้กระทำผิดกฎหมาย มีจิตใจโหดเหี้ยม ขาดศีลธรรม สังคมไม่ต้องการ กระทำผิดซ้ำซากไม่เกรงกลัวกฎหมาย และก่อกรรมชั่วขณะเดียวกันสื่อภาพตัวแทนของ “การประหารชีวิต” ว่าเป็นการชดใช้กรรม ภาพตัวแทนที่ปรากฏสัมพันธ์กับบริบททางสังคม วัฒนธรรมหลายปัจจัย ได้แก่ แนวคิดเรื่องกรรม การบังคับใช้กฎหมาย นโยบายการปราบปรามยาเสพติด การคัดค้านโทษประหารขององค์กรสิทธิมนุษยชน

จากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับภาพตัวแทนและอัตลักษณ์พบว่า การศึกษาภาพตัวแทนตามแนวทางนิเทศศาสตร์จะศึกษาผ่านการวิเคราะห์เนื้อหาของสาร ส่วนในงานทางด้านวรรณคดีจะเน้นการศึกษาภาพตัวแทนผ่านการเล่าเรื่อง และในงานทางด้านภาษาศาสตร์จะศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างภาษาที่ใช้ในการนำเสนอภาพตัวแทนหรืออัตลักษณ์ นอกจากนี้ประเด็นที่นำมาศึกษาจะมีทั้งประเด็นที่ได้รับความสนใจและเป็นประเด็นทางสังคม เช่น ในงานของธีระยุทธ สุริยะ ที่เลือกประเด็นที่สังคมให้ความสนใจและให้ความสำคัญเกี่ยวกับการตัดสินโทษประหาร หรือในงานของธีระ บุชบกแก้ว ที่เลือกประเด็นของกลุ่มคนที่เป็นกลุ่มชายขอบ เป็นต้น ส่วนข้อมูลที่นำมาศึกษามีทั้งเลือกจากวาทกรรมหลัก ได้แก่ หนังสือพิมพ์รายวัน และข้อมูลจากวาทกรรมที่ผลิตจากกลุ่มที่ไม่มีอำนาจทางสังคมหรือวาทกรรมต่อต้านวาทกรรมหลัก เช่น วาทกรรมของกลุ่มเกย์ เป็นต้น

### 2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติตามแนวทางการศึกษา วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเหยียดเชื้อชาติ (Racism) พบว่า มีงานวิจัยที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้อย่างกว้างขวาง ในการศึกษาครั้งนี้จะเน้นงานวิจัยที่ใช้แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (CDA) ดังนั้นจึงได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีทั้งที่เป็นงานวิจัยในภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาได้ ดังนี้

van Dijk (2008) ศึกษาเรื่อง **Discourse and Racism** การศึกษานี้ผู้เขียนได้เน้นในเรื่องวาทกรรมกับการเหยียดเชื้อชาติ ในบทความนี้ผู้เขียนได้ให้รายละเอียดและแนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรมกับการเหยียดเชื้อชาติ และได้ยกตัวอย่างประกอบในแต่ละประเภทของวาทกรรมด้วย รวมถึงแนะนำวิธีการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการเหยียดเชื้อชาติที่ปรากฏในวาทกรรมประเภทต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้เขียนได้ให้ความสำคัญในเรื่องของความไม่เท่าเทียมกันในสังคม และแนวคิดเรื่องความเป็นคนในกลุ่มและคนนอกกลุ่มส่งผลให้มีการนำเสนอวาทกรรมที่แตกต่างกัน ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างวาทกรรมของชนชั้นนำในสังคมที่มีการผลิตซ้ำทางอำนาจในการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับอคติทางชาติพันธุ์ จะเห็นได้จากการใช้ถ้อยคำและวิถีปฏิบัติทางสังคมที่ส่งผลไปยังตัวบท บทสนทนา และการสื่อสาร ดังนั้นผู้เขียนจึงต้องการที่จะแสดงให้เห็นว่าวาทกรรมเหล่านี้มีวิธีการอย่างไรในการที่แฝงความคิดเกี่ยวกับเรื่องการเหยียดเชื้อชาติ และเหตุใดจึงต้องทำเช่นนั้น

การเหยียดเชื้อชาติ เกิดขึ้นจากระบบสังคมและระบบปริชาน กล่าวคือ ระบบสังคมจะประกอบด้วย วิถีปฏิบัติทางสังคมในระดับจุลภาค และความสัมพันธ์ทางอำนาจในทางมิชอบโดยกลุ่มที่มีอำนาจในสังคม องค์กร และสถาบันในระดับมหัพภาค ส่วนระบบปริชานนั้นจะประกอบไปด้วยวิถีปฏิบัติของสมาชิกในกลุ่มที่มีอำนาจและสถาบันที่มีทัศนวิสัยเกี่ยวกับเรื่องการเหยียดเชื้อชาติ เช่น วิถีปฏิบัติที่มีพื้นฐานมาจากจิตใจจะประกอบด้วยความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องของชาติพันธุ์ และการปฏิสัมพันธ์ที่มีรากฐานมาจากมโนคติทางชาติพันธุ์ และอุดมการณ์การเหยียดเชื้อชาติ

นอกจากนี้ผู้เขียนได้เสนอโครงสร้างในการวิเคราะห์วาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติไว้ด้วย โดยให้แนวคิดหลักว่า หากเป็นการกระทำหรือวาทกรรมที่เน้นความเป็น “พวกเรา” จะมีลักษณะที่เป็นบวก หากเป็น “พวกเขา” จะมีลักษณะเป็นลบ หรือหากต้องการนำเสนอเกี่ยวกับการกระทำหรือแนวคิดที่ไม่ถูกต้องของ “พวกเรา” ถ้อยคำต่าง ๆ นั้นจะมีลักษณะปิดบังหรือลดความรุนแรงของเหตุการณ์ลง การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้จึงต้องพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ประกอบด้วย เช่น การใช้รูปประโยค การเลือกใช้คำศัพท์ น้ำเสียง วัจนกรรม การปฏิสัมพันธ์ ในที่นี้ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างการศึกษาแบบต่างๆของวาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเหยียดเชื้อชาติ ได้แก่ Conversation News reports Textbooks และ Political Discourse : Parliamentary Debates ในแต่ละแบบผู้เขียนได้อธิบายความสำคัญและยกตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วย

การศึกษาวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติในรูปแบบของบทสนทนา Conversation พบว่า Conversation เป็นแบบพื้นฐานและมีการใช้อย่างแพร่หลายทั้งในการปฏิสัมพันธ์และวาทกรรม โดยที่กลุ่มคนชนชั้นนำในสังคมสามารถใช้บทสนทนาเหล่านี้สื่ออุดมการณ์เกี่ยวกับการเหยียด

เชื้อชาติได้ โดยผ่านถ้อยคำต่างๆที่โต้ตอบกัน เช่น ในการประชุมรัฐสภาจะเห็นได้ว่าในบทสนทนาชีวิตประจำวันที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคนเข้าเมือง<sup>7</sup> หรือชนกลุ่มน้อย มักจะเป็นการกล่าวถึงความแตกต่างทางชนชั้น โดยเฉพาะชาติพันธุ์กลุ่มอื่น ๆ ที่จะมีการตั้งคำถามหรือมองว่ามีความแตกต่างจากกลุ่มของตนเองไม่ว่าจะเป็นเรื่องภาษา ค่านิยม ที่อยู่อาศัย วัฒนธรรม เชื้อชาติ หากเป็นการกล่าวถึงเรื่องเหล่านี้โดยทั่วไปแล้วจะเป็นการกล่าวถึงด้วยความรู้สึกที่เป็นกลาง ไม่มีอคติใด ๆ แต่เมื่อมีการเปรียบเทียบกับกลุ่มของตนเองแล้วสิ่งที่กล่าวถึงนั้นก็กลายเป็นลบพันที่ เช่น ประเทศแถบยุโรปจะมีความคิดเกี่ยวกับอิสลามเป็นลบ การที่จะพิจารณาว่าวาทกรรมการสนทนาใดมีลักษณะที่เป็นการเหยียดเชื้อชาติ จะสังเกตได้จากการนำเสนอตนเองเป็นบวก และนำเสนอผู้อื่นเป็นลบ ได้แก่ การใช้การปฏิเสธ การยอมรับ การเน้น การเพิกเฉย การแก้ตัว การกล่าวในทางตรงกันข้าม ดังนั้นบทสนทนาในชีวิตประจำวันจึงเป็นสิ่งที่ เป็นธรรมชาติมากเกี่ยวกับการนำเสนออุดมการณ์ การเหยียดเชื้อชาติ และความคิดเกี่ยวกับอคตินี้จะมีลักษณะเป็นเสมือนข่าวลือสามารถแพร่ไปได้อย่างรวดเร็ว

การรายงานข่าว News reports จะพบว่า การสื่อสารในปัจจุบันเป็นบ่อเกิดความรู้พื้นฐานและ ความคิดเห็นของคนในสังคมเกี่ยวกับ “ชาติพันธุ์” ดังนั้นการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์และชนกลุ่มน้อยจะปรากฏในสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ แต่ในที่นี้ ผู้เขียนจะเน้นไปที่สื่อหนังสือพิมพ์ และแสดงทัศนะเกี่ยวกับการศึกษาวาทกรรมในสื่อสิ่งพิมพ์ว่า การวิเคราะห์วาทกรรมแบบสมัยใหม่นั้น ผู้ศึกษาจะต้องอธิบายให้ได้ว่า เหตุใดผู้ผลิตจึงเลือกใช้วาทกรรมสื่อในการนำเสนอความคิด และความคิดนั้นมีผลต่อความคิดและการกระทำของผู้รับสารอย่างไร ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างเรื่องบทบาทของสื่อในการผลิตซ้ำเกี่ยวกับแนวคิดการเหยียดเชื้อชาติซึ่งหัวข้อข่าวเกี่ยวกับ “ชาติพันธุ์” ที่มักจะพบบ่อยครั้งในประเทศแถบตะวันตก หรือประเทศต่าง ๆ ที่เป็นอาณานิคมของยุโรป ได้แก่

- Immigration and reception of newcomers
- Socioeconomic issues, (un) employment
- Cultural, violence, drugs, and deviance
- Ethnic relations, discrimination

<sup>7</sup> คำว่า “คนเข้าเมือง” หมายถึง immigration ซึ่งอาจจะหมายถึงกลุ่มคนต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศของตน การกล่าวถึงคนกลุ่มนี้มักจะกล่าวถึงในลักษณะของชาติพันธุ์อื่นที่อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศอื่น

นอกจากนี้ผู้เขียนยังตั้งข้อสังเกตว่า การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับ “ชาติพันธุ์” จะพบว่า ข่าวที่นำเสนอมักจะเป็นข่าวเกี่ยวกับอาชญากรรมหรือข่าวที่คนกลุ่มนี้เข้ามาเกี่ยวข้องกับอาชญากรรม และจะเห็นได้ว่าการอ้างอิงถึง “resentment” หรือ “discrimination” ในแต่ละประเทศแต่จะไม่มี การอธิบายว่าใครไม่พอใจใคร หรือใครเลือกปฏิบัติกับใคร แสดงว่าแนวคิดเกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติ และการเลือกปฏิบัตินี้ได้ถูกทำให้เป็นเรื่องธรรมชาติ เรื่องปกติแทนที่จะเป็นเรื่องของวิถีปฏิบัติทาง สังคมของกลุ่มชนชั้นนำในสังคม

ส่วนแบบเรียนจะพบว่าแบบเรียน Textbooks เป็นวาทกรรมการศึกษาที่มีอิทธิพล มากต่อสังคมโดยเฉพาะเมื่อเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารที่เต็มไปด้วยความเชื่อต่างๆที่มาจาก การสนทนาในชีวิตประจำวันหรือในสื่อ และเด็กส่วนใหญ่จะได้รับสารจากแบบเรียนเป็นส่วนใหญ่ เพราะ ชีวิตของเด็กนั้นจะผูกพันกันกับแบบเรียน โดยเฉพาะหนังสือต่าง ๆ ที่ถูกบังคับให้อ่านเกี่ยวกับเรื่อง ของวัฒนธรรมของตนเอง แบบเรียนจะถูกสอนในโรงเรียน เมื่อมีการบริโภคสารต่าง ๆ ผ่านแบบเรียน จะพบว่า ในแบบเรียนมีการกล่าวถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งที่เป็นปัจจุบันและที่เป็น ประวัติศาสตร์ เช่น เมื่อมีการกล่าวถึงข่าวที่เป็นข่าวร้าย ในบทเรียนจะกล่าวถึง “พวกเขา” ไม่ว่าจะ เป็นกลุ่มคนเข้าเมือง ผู้ลี้ภัย ชนกลุ่มน้อย และผู้คนที่อยู่ในประเทศโลกที่สาม ซึ่งในแต่ละวาทกรรมนั้น มักจะคิดว่าอคติเหล่านี้เป็นเรื่องปกติธรรมดา และเนื้อหาในแบบเรียนจะเป็นการกล่าวร้ายเกี่ยวกับ ลักษณะนิสัยใจคอของคนกลุ่มนี้จนนำไปสู่ biased stereotypical และ Eurocentric แนวคิดเหล่านี้ ที่ปรากฏในแบบเรียนส่งผลให้เกิดความคิดพื้นฐานการเหยียดเชื้อชาติขึ้น ผู้เขียนยังได้กล่าวถึง แบบเรียนสมัยใหม่ส่วนใหญ่เป็นแบบเรียนที่ผลิตจากกลุ่มประเทศตะวันตกเนื้อหาในแบบเรียนจึง เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับยุโรปซึ่งไม่ได้มีเพียงแต่เรื่องเศรษฐกิจ หรือเทคโนโลยีของยุโรปเท่านั้น แต่รวมไป ถึงเรื่องทัศนคติ ความคิด ค่านิยม สังคม และการเมืองของกลุ่มคนยุโรปที่ถือว่าเป็นกลุ่มคนชนชั้นนำ และเป็นกลุ่มที่มีความเหนือกว่าในสังคม นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอ stereotypes<sup>8</sup> เกี่ยวกับชนกลุ่ม น้อย และคนกลุ่มอื่นที่มีใช่ชาวยุโรป นำเสนอภาพของประเทศโลกที่สามที่จะต้องได้รับการดูแลรักษา และต้องมีความสามัคคีกันแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันมากมาย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเมื่อมีการกล่าวถึง “กลุ่มอื่น” ในแบบเรียนมักจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “ปัญหา” และปัญหาต่างๆนี้ “กลุ่มเรา” จะต้อง เป็นคนแก้ปัญห

<sup>8</sup> คำว่า stereotypes จะหมายถึง แบบ รูปแบบที่ตายตัว ในที่นี้จะหมายถึงแบบของชนกลุ่มน้อยที่มีภาพที่ไม่ดี และมักจะเกี่ยวข้องกับอาชญากรรม

Political Discourse : Parliamentary Debates ผู้เขียนได้กล่าวว่า ในอดีตเรื่องของวาทกรรมการเมืองที่เกี่ยวข้องกับชนกลุ่มน้อยในประเทศโลกที่สาม ประเทศอาณานิคม หรือประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ยุโรปจะมีการกล่าวถึงเรื่องการเหยียดเชื้อชาติจากกลุ่มชนชั้นนำในสังคมค่อนข้างมากจนกระทั่งหลังสงครามโลกครั้งที่สอง นักการเมืองต่าง ๆ จึงได้เปิดประเด็นในเรื่องของคนเอเชียและแอฟริกันที่ได้รับความเสียหายและมีการเรียกร้องสิทธิต่าง ๆ จากคนขาวมากขึ้น ดังนั้นในการวิเคราะห์การอภิปรายในรัฐสภาในหัวข้อที่เกี่ยวกับชนกลุ่มน้อย กลุ่มคนเข้าเมือง (immigration) ผู้ลี้ภัย และกลุ่มชาติพันธุ์อื่น จะเป็นการแสดงลักษณะที่ตรงกันกับวาทกรรมแบบอื่น ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว นอกจากนี้ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างเกี่ยวกับกลวิธีที่ได้รับความนิยมในที่นี้คือการเมืองจะพูดในรัฐสภา เช่น การนำเสนอตนเองว่าพร้อมที่จะเข้าใจและเข้ามาดูแลกลุ่มคนเหล่านี้ และผู้เขียนได้ตั้งข้อสังเกตว่าหัวข้อที่ถูกเลือกมาอภิปรายนั้น แท้จริงแล้วมักจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยใช้อำนาจทางกฎหมายเป็นเครื่องมือ เช่น การทำข้อตกลงเกี่ยวกับบัญชีรายชื่อของกลุ่มคนเข้าเมือง หรือการเข้าเมืองของผู้ลี้ภัยจาก Bosnia หรือ Kosovo

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า วาทกรรมสาธารณะมีอิทธิพลอย่างมาก โดยจะเห็นได้จากกลุ่มและสถาบันชนชั้นนำในสังคม<sup>9</sup> ที่แสดงออกมาผ่านวาทกรรม อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า นอกจากผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจะมาจากภาพในความคิดของคนและการนำเสนออุดมการณ์นี้ซ้ำ ๆ โดยกลุ่มที่มีอำนาจแล้ว ยังรวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การสื่อสาร การโน้มน้าว การแสดงความคิดเห็นทางสาธารณะ และความแตกต่างทางด้านบริบทแวดล้อมด้วย กล่าวคือ จะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ หน้าที่ หรือการมีส่วนร่วมของคนกลุ่มนั้นด้วย ดังนั้นความแตกต่างทางด้านโครงสร้างลำดับชั้น และความแตกต่างทางด้าน elite genre ส่งผลไปยังในเรื่องการนำเสนอตนเองในลักษณะที่เป็นบวก และนำเสนอผู้อื่นเป็นลบ ด้วยเหตุนี้วาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติจึงเกิดขึ้นเพราะเมื่อมีการแบ่งกลุ่มความเป็น “พวกเรา” กับ “พวกเขา” จึงเกิดขึ้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าบทความของ ฟาน ไค้ ได้ให้แนวคิดและแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติไว้อย่างละเอียด ทั้งยกตัวอย่างวิธีการศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงอธิบายภาพรวมของการศึกษาไว้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในส่วนแบบของวาทกรรมที่มีการเหยียดเชื้อชาติ ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มข้อมูลที่สำคัญในการศึกษาวิเคราะห์และวิพากษ์วาทกรรม และแนวคิดในเรื่องการนำเสนอตนเองและการนำเสนอผู้อื่นซึ่งส่งผลให้เกิดความเป็น “พวกเขา” และ

<sup>9</sup> ในที่นี้ ฟาน ไค้ ได้อธิบายว่า กลุ่มชนชั้นนำในสังคม จะแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มชนชั้นนำทางสังคม กับสถาบันชั้นนำในสังคม แต่ทั้งสองกลุ่มนี้ต่างก็มีอิทธิพลต่อแนวคิดของคนในสังคม

“พวกเรา” ช่วยให้เกิดความเข้าใจในเรื่องวาทกรรมกับการเหยียดเชื้อชาติได้ชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าแนวคิดของ van Dijk ยังเป็นต้นแบบของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องการเหยียดเชื้อชาติอีกด้วย แม้ว่าแนวคิดนี้จะเป็แนวคิดที่มาจากการศึกษาในมุมมองของสังคมตะวันตกซึ่งแตกต่างจากสังคมไทย แต่แนวคิดนี้สามารถนำมาใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการพิจารณาเกี่ยวกับความเป็น “พวกเขา” และ “พวกเรา” ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยได้

**Peter Teo (2000) ศึกษาเรื่อง “Racism in the News : A Critical Discourse Analysis of News Reporting in Two Australian Newspapers”** การศึกษานี้ ผู้เขียนได้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาคือ ศึกษาอุดมการณ์เกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติที่ปรากฏในการรายงานข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ โดยมีเป้าประสงค์สำคัญคือ ศึกษาการรายงานข่าวเกี่ยวกับ Vietnamese gang in Australia ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงและเรื่องของการค้ายา เสพติดในการนำเสนองานของหนังสือพิมพ์ โดยนำแนวคิดในเรื่องวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้เขียนจะแสดงให้เห็นว่านักหนังสือพิมพ์มีวิธีการใช้วาทกรรมเป็นเครื่องมือในการนำเสนออุดมการณ์ของผู้ที่มีอำนาจในสังคมได้อย่างไร

การศึกษานี้จะเน้นไปที่วาทกรรมหนังสือพิมพ์ที่มีการกล่าวถึงกลุ่ม Vietnamese ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศออสเตรเลียมาเป็นระยะเวลาาน ส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียน ส่วนกลุ่มอื่น ๆ จะเป็นผู้หญิงเวียดนามที่แต่งงานกับคนออสเตรเลียและเข้ามาทำงานที่นี่ ทำให้มีการรวมตัวกันของคนเอเชียที่ได้อพยพและลี้ภัยเข้ามาอยู่ที่นี่ มีการขยายกลุ่มออกเป็นวงกว้างในประเทศออสเตรเลียยังมีการเหยียดเชื้อชาติอยู่ ความรู้สึกที่เกลียดคนต่างชาตินั้นเป็นความรู้สึกที่แฝงอยู่ในทัศนคติและความคิดของคนออสเตรเลีย ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มคนที่มีอำนาจในการบริหารประเทศนั้นเป็นกลุ่มคนที่เรียกกันว่า “white society” หรือ “white Australia” ซึ่งคนกลุ่มนี้มีอำนาจในการนำเสนอชุดความคิดบางอย่างเกี่ยวกับกลุ่มคนเวียดนามผ่านสื่อสาธารณะ ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้เขียนสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงและใหญ่ที่สุดในเมือง Sydney จำนวน 2 ฉบับ คือ The Sydney Morning Herald และหนังสือพิมพ์ The Daily Telegraph ข้อมูลที่นำมาศึกษาคือ หัวข้อข่าวที่เกี่ยวกับกลุ่ม 5T เป็นกลุ่มวัยรุ่นเวียดนามที่ ค้ายาเสพติดบริเวณแถบชานเมือง Cabramatta โดยมีหัวหน้ากลุ่มคือ Tri Minh Tran ซึ่งถูกฆ่าตายในวันที่ 8 สิงหาคม 1995 การตายของหัวหน้ากลุ่มครั้งนี้เป็นประเด็นสำคัญที่สื่อต่างๆให้ความสนใจมาก ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเรื่องนี้พบว่าในโครงสร้างของข่าวมีการแฝงไปด้วยอคติทางเชื้อชาติและการต่อต้านคนเวียดนาม ดังนั้นผู้เขียนจึงเลือกที่จะใช้แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis : CDA ) มาวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ โดยเน้นไปที่ประเด็น



เกี่ยวกับอคติ อำนาจ การครอบครองอำนาจ การครองความเป็นเจ้า การปกปิด การกระทำ ผิดกฎหมาย และการผลิตซ้ำทางอำนาจในการนำเสนอข่าวหนังสือพิมพ์

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้เขียนได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วนด้วยกันคือ 1) A general characterization of the newspaper discourse และ 2) A comparative analysis of two sample texts ในส่วนแรกจะเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปในการนำเสนอข่าว โดยแบ่งเป็น newspaper headlines and lead, generalizations, quotation pattern และ over-lexicalization และในส่วนที่สองจะเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวบททั้งสองตัวบท โดยแบ่งเป็น transitivity, thematization และ lexical cohesion

ผลการศึกษาพบว่า ในการนำเสนอหัวข้อข่าวและเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวข้องกับตำรวจหรือบุคคลของรัฐจะมีการเลือกใช้คำศัพท์และโครงสร้างประโยคที่มีความสัมพันธ์กับอุดมการณ์เกี่ยวกับการใช้อำนาจของตำรวจ การควบคุมอำนาจ และปราบปรามอาชญากรรม เช่น การใช้คำว่า “Got you...police hit back in the heroin war”, “Two gunned down in heroin gang war” ในขณะที่การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับกลุ่ม 5T จะเกี่ยวกับการก่ออาชญากรรมและการทำร้ายร่างกายต่าง ๆ เช่น การใช้คำว่า “Street gang’s culture of murder” ซึ่งการเลือกใช้คำศัพท์และโครงสร้างประโยคเช่นนี้จะตรงกันกับแนวคิดของ ฟาน ไคก์ ที่มองว่าเมื่อมีการนำเสนอตนเองนั้น มักจะมีการนำเสนอตนเองในทางบวก และหากมิใช่กลุ่มของตนเองจะนำเสนอในทางลบ เช่นเดียวกับการพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ทั้งสองฉบับ

นอกจากนี้ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับอาชญากรรมของกลุ่ม 5T เป็นการกล่าวถึงกลุ่มคนเวียดนามทั้งหมดที่อาศัยอยู่ในประเทศออสเตรเลีย โดยมองว่าการกระทำของคนกลุ่ม 5T นั้นเปรียบเสมือนเป็นการกระทำของคนเวียดนามและคนเอเชียที่มาอาศัยอยู่ในประเทศนี้ เช่น “the tall youth of Asian appearance” “Vietnamese gangsters” “Groups of youth, many of South-East Asian appearance” ดังนั้นเมื่อมีการกล่าวถึงคนกลุ่มนี้ซ้ำ ๆ โดยอ้างถึงว่าเป็นผู้กระทำ ความผิดจึงเท่ากับว่าคนกลุ่มนี้ได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของอาชญากรด้วย

ด้านการเลือกรูปแบบของการ quotation และการให้ข้อมูลสนับสนุนนั้นพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมากระหว่างเสียงของกลุ่มคนขาวผู้ที่มีอำนาจในสังคมกับชนกลุ่มน้อย ความเงียบและเสียงของชนกลุ่มน้อยนี้เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงอำนาจที่มีในสังคมและการถูกกลืนอำนาจโดยกลุ่มคนชนชั้นสูงในสังคมคนขาว เมื่อมีการกล่าวถึงชนกลุ่มน้อยจะให้ข้อมูลเพียงเล็กน้อย

เช่น “Neighbors of the dead man (Tri)”, “Ms Gerry Trimarch (Tri’s wife)” แต่เมื่อเป็นการกล่าวถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐจะให้ข้อมูลจำนวนมากทั้งในด้านตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบต่างๆ เช่น “Superintendent Allan Leek Cabramatt MP, Reba Meagher”, “Mr.Warwick Anderson, a defence lawyer”

นอกจากนี้การใช้ over-lexicalization ซึ่งเป็นการใช้คำศัพท์ที่มีลักษณะใช้คำนั้นบ่อยครั้งเพื่อตอกย้ำความคิดบางอย่างผ่านถ้อยคำนั้น จากการนำเสนอข่าวพบว่ามีการใช้คำเพื่อเรียกถึงกลุ่ม 5T ที่มีการใช้คำบ่งบอกถึงความเป็นเด็กของกลุ่ม 5T แสดงให้เห็นว่าเป็นการกระทำของเด็ก ๆ เช่น “Kids; tall youth; five other youths ; ...looks and sounds like he is **about 13**; Groups of youths; The **16 year old youth**; lad; juvenile detention centre” นอกจากนี้มีการใช้คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการเน้นย้ำว่าการกระทำของกลุ่ม 5T นี้เป็นการกระทำที่ไม่ถูกต้องและเลือกใช้คำศัพท์ที่มีความหมายไปในทางลบ เช่น “frenzied, ferocious, animal-like” ในการอ้างอิงข้อความ “The 5t attacked in a pack and in **frenzy**, screaming insults, sharing the kill...They were **ferocious**, attacking in numbers” ดังนั้นการที่มีการเลือกใช้คำในการนำเสนอข่าวนี้ได้แสดงให้เห็นว่า คนกลุ่มนี้มีใจเป็นเพียงแค่มนุษย์ที่อันตรายและเป็นคนที่มีวัฒนธรรมกลุ่มย่อยเท่านั้น แต่ยังเป็นกลุ่มคนต่างด้าวด้วย ทำให้เห็นว่าการนำเสนอข่าวนี้เป็นสิ่งที่มีเจตนาที่จะต้องการเน้นในเรื่องของความเป็นพวกเราและความเป็นพวกเขา และการครอบครองอำนาจของกลุ่มคนชนชั้นนำในสังคมคนขาวในออสเตรเลียเปรียบกับสังคมของคนกลุ่มน้อย

#### จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวบททั้งสองตัวบท โดยแบ่งเป็น transitivity, thematization และ lexical cohesion พบว่า การวิเคราะห์ transitivity และ thematization นั้นตัวบททั้งสองตัวบทจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนของสองกลุ่มคือ ตำรวจกับกลุ่ม 5T และมีความสัมพันธ์กันแบบตรงกันข้ามกล่าวคือ ในตัวบทแรกนั้นจะมีลักษณะเป็นการพรรณนาถึงภาพของตำรวจที่เป็นกลุ่มคนที่สงบไม่มีการตอบโต้ มีการใช้ถ้อยคำในการบรรยายถึงการกระทำของตำรวจที่เป็นผู้ถูกกระทำ แต่ในตัวบทที่ 2 จะเป็นการบรรยายถึงภาพของตำรวจที่เป็นผู้กระทำ การกระทำนั้นสืบเนื่องมาจากการใช้อำนาจทางทหารในทางที่ถูกต้องตามกฎหมาย เป็นการกระทำในหน้าที่ ส่วนการวิเคราะห์ lexical cohesion พบว่าการเชื่อมโยงของการใช้คำศัพท์นั้นเป็นการเชื่อมโยงระหว่างคนเอเชียกับกลุ่ม 5T และกองกำลังทหารกับตำรวจ จากตัวบทที่ 1 พบว่าในการรายงานข่าวเกี่ยวกับการกล่าวถึงการค้ายาเสพติดของกลุ่ม 5T จะเป็นการเชื่อมโยงไปถึงกลุ่มคนเอเชียทั้งหมด ในขณะที่ตัวบทที่ 2 จะเป็นการนำเสนอภาพที่เกี่ยวกับสงครามโดยตำรวจเป็นผู้ปราบปรามผู้ร้ายหรือศัตรู เป็นกลุ่มคนที่มีอำนาจในการใช้กำลังทหารเข้าควบคุม

ภาพรวมของการศึกษาในลักษณะที่เป็นการศึกษามหัพภาคนั้นพบว่า ตัวบททั้งสองที่มีการนำเสนออุดมการณ์ที่ตอบโต้กัน กล่าวคือ มีการสวมบทบาทเป็นคนสองกลุ่มระหว่างคนในกลุ่ม ซึ่งก็คือตำรวจ และคนนอกกลุ่มซึ่งก็คือกลุ่ม 5T จากตัวบทแรกจะพบว่า กลุ่ม 5T จะเป็นกลุ่มที่มีอำนาจน้อยกว่า และจะเห็นได้ว่าการใช้อำนาจผ่านวาทกรรมของคนทั้งสองกลุ่มนี้พบว่า กลุ่ม 5T ซึ่งเป็นชนกลุ่มน้อยในสังคมจะเป็นผู้ที่แหกกฎและทำลายกฎหมาย ในขณะที่กลุ่มตำรวจและเจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งเป็นกลุ่มคนขาวจะเป็นผู้ที่ควบคุมกฎหมาย ใช้อำนาจผ่านกฎหมายในการบังคับให้สังคมอยู่ในกรอบที่ตนต้องการโดยจะเห็นได้จากอุดมการณ์การเหยียดเชื้อชาติที่ปรากฏในการรายงานข่าวผลที่ได้นั้นเป็นเสมือนแรงสนับสนุนช่องว่างทางสังคมที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนเวียดนามที่อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศออสเตรเลีย

อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นเป็นสิ่งที่ไม่ยุติธรรมและมีอคติต่อคนเวียดนามและคนเอเชียมาก สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมและสังคมกลุ่มย่อยนั้น ไม่เพียงแต่เป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจแบบ top-down เท่านั้น แต่ยังเป็นความสัมพันธ์เชิงยินยอมและยอมรับ ส่วนการผลิตซ้ำทางอำนาจแบบ bottom-up หมายความว่าสื่ออื่นนอกจากจะเป็นกระบอกเสียงให้แก่ประชาชนแล้ว สื่อยังเป็นเสมือนเครื่องมือของผู้ที่มีอำนาจเหนือกว่าในสังคมและใช้อำนาจนั้นครอบงำความคิดของคนในสังคมด้วย ดังนั้นการศึกษานี้ผู้เขียนจึงเน้นไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมกับอุดมการณ์การเหยียดเชื้อชาติซึ่งพบว่า แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นพวกเรากับพวกเขาค่อนข้างชัดเจน ถึงแม้ในประเทศออสเตรเลียจะเป็นประเทศที่มีอิสระเสรี แต่อย่างไรก็ตามในเรื่องของการเหยียดเชื้อชาตินั้นยังคงเป็นเรื่องที่แฝงอุดมการณ์นี้ผ่านวาทกรรมสาธารณะในรูปแบบต่างๆ เท่ากับเป็นการตอกย้ำอุดมการณ์ให้แก่สังคมโดยเจตนาและเป็นธรรมชาติที่สุด

จากการศึกษาบทความวิจัยของ Peter Teo ทำให้เห็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ในเรื่องของชนกลุ่มน้อยในประเทศออสเตรเลีย และเรื่องการเหยียดเชื้อชาติ ผลการศึกษาทำให้เห็นมุมมองเรื่องการนำเสนอตนเองและการนำเสนอผู้อื่นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ van Dijk ที่ได้กล่าวถึงการนำเสนอตนเองในทางบวก และนำเสนอผู้อื่นในทางลบ นอกจากนี้ยังเห็นได้ว่า การนำเสนอของหนังสือพิมพ์สองฉบับมีวิธีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยที่แตกต่างกัน แต่มีเป้าประสงค์เดียวกัน กล่าวคือมุ่งที่จะนำเสนออุดมการณ์ การเหยียดเชื้อชาติ งานวิจัยนี้มีข้อดีคือแสดงให้เห็นวิธีการที่หนังสือพิมพ์นำเสนออุดมการณ์ผ่านรูปภาพ และสามารถนำไปใช้ในเป็นแนวทางในการศึกษาเปรียบเทียบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ซึ่งถือว่าเป็นวาทกรรมสาธารณะอย่างหนึ่งด้วย อย่างไรก็ตามแม้ว่างานวิจัยนี้จะเป็นการศึกษาข้อมูลใน

ประเทศออสเตรเลีย แต่จะเห็นได้ว่าชนกลุ่มน้อยที่กล่าวถึงนี้มีใช่เป็นชนกลุ่มน้อยที่อาศัยอยู่ในยุโรปหรืออเมริกา ดังเช่นในงานของ ฟาน ไคท์ที่ได้กล่าวถึงและยกตัวอย่างงานวิจัยส่วนใหญ่ที่เป็นการกล่าวถึงกลุ่มคนขาวที่อยู่ในยุโรป แต่ในงานวิจัยนี้เป็นชนกลุ่มน้อยที่เป็นชาวเอเชีย สิ่งที่น่าสนใจคือการที่กล่าวถึงคนเวียดนามที่อาศัยอยู่ในประเทศออสเตรเลียนั้น ความเป็น “พวกเขา” ค่อนข้างชัดเจนในความคิดของคนในประเทศนี้ และกลุ่มคนเวียดนามที่กระทำผิดกฎหมายได้กลายเป็นตัวแทนของคนเอเชียที่เข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศนี้ ภาพของคนเอเชียในสายตาของคนส่วนใหญ่จึงถูกนำเสนอในมุมที่เป็นลบ เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง และรัฐบาลในประเทศต้องเข้ามาแก้ไขให้ถูกต้อง

Yasmin Jiwani and John E. Richardson (2011) ศึกษาเรื่อง “Discourse, Ethnicity and racism” บทความนี้ผู้เขียนได้รวบรวมการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติ และเรื่องของชาติพันธุ์ โดยเน้นไปที่การวิเคราะห์วาทกรรมที่เกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติ ทั้งบทสนทนาในชีวิตประจำวัน และตัวบทที่เป็นสื่อสาธารณะ ในที่นี้ผู้เขียนได้นำเสนอลักษณะของการเหยียดเชื้อชาติที่แสดงออกอย่างชัดเจนและยังคงปรากฏอยู่ในสังคม โดยเน้นไปที่สังคมตะวันตก และได้ยกตัวอย่างงานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้มีการศึกษาไว้ เช่น การเหยียดเชื้อชาติในสังคมออสเตรเลีย แคนาดา และอังกฤษ ในตัวบทนี้จะแสดงให้เห็นถึงวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การผลิตซ้ำทางอำนาจของกลุ่มผู้ครอบครองอำนาจในสังคม และการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจและความไม่เท่าเทียมกัน ซึ่งวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาตินั้นจะปรากฏอยู่ในสื่อสาธารณะต่าง ๆ เช่น แบบเรียนในโรงเรียนและในมหาวิทยาลัย สื่อที่ได้รับความนิยม เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และข่าว ซึ่งสื่อต่าง ๆ นี้จะมีอำนาจบางอย่างในการขยายความคิดเกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติได้เป็นอย่างดี

ผู้เขียนได้เสนองานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้มีการนำแนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (CDA) มาใช้ในการศึกษา และแสดงให้เห็นถึงการวิเคราะห์วาทกรรมทั้ง 3 ระดับดังที่ Fairclough (1995) ได้นำเสนอไว้ กล่าวคือ มีการวิเคราะห์ตัวบท วิธีปฏิบัติทางวาทกรรม และวิธีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังได้นำแนวคิดของ (1999) ในเรื่องของการนำเสนอตนเอง และเรื่องของการครอบครองอำนาจของกลุ่มที่ใช้อำนาจในทางที่มีขอบในสังคมมาใช้ในการศึกษาด้วย และนำแนวคิดของ Reisigl and Wodak (2001) มาวิเคราะห์แนวคิดดังกล่าวด้วย การรวบรวมผลของการศึกษานั้น ผู้เขียนได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ Racism in every talk, Mass-mediated racist discourse และ “Race”, Racism and Political discourse ในแต่ละหัวข้อนั้น ผู้เขียนได้เน้นการศึกษาที่ใช้ข้อมูลต่างกันเพื่อแสดงให้เห็นว่าวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาตินั้นได้ปรากฏอยู่ในวาทกรรมในรูปแบบต่าง ๆ

การศึกษาเกี่ยวกับ Racism in every talk ในบทความนี้ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างงานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวถึงเรื่องของการเหยียดเชื้อชาติโดยการเก็บข้อมูลจากบทสนทนาในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างงานวิจัยของ Reisigl and Wodak (2001) ที่ศึกษาเกี่ยวกับอคติทางเชื้อชาติในประเทศออสเตรีย มีการต่อต้านชาวต่างประเทศโดยเฉพาะคนยุโรป โดยที่เก็บข้อมูลจากบทสนทนาในชีวิตประจำวัน ข้อมูลจากบทสนทนาที่มีการสนทนาในหัวข้อของ “คนยิว” มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน และในบทสนทนานี้แสดงให้เห็นความคิดทางลบเกี่ยวกับเชื้อชาติยิวผ่านรูปภาพในบทสนทนาโดยที่ผู้พูดนั้นไม่รู้ตัว ภาพของคนยิวที่ปรากฏในความคิดของผู้พูดนั้นเป็นภาพเกี่ยวกับกลุ่มคนที่เป็นคนนอกกลุ่ม มิใช่คนกลุ่มเดียวกัน ถึงแม้คนยิวที่กล่าวถึงในบทสนทนาจะเป็นคนที่รู้จักกัน มีนิสัยที่ดี และฉลาด แต่ภาพรวมของผู้สนทนายังคงมองว่าคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่เผด็จการและชอบใช้ความรุนแรง ซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหาทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติยิวที่มีมานานในสังคมยุโรปกลาง เป็นการแสดงให้เห็นว่า “ยิว” เป็นคนนอกกลุ่ม เป็นชาติพันธุ์ที่ขยันทำงานแต่เต็มไปด้วยความหน้าเลือด และฉ้อโกง

การศึกษาในกลุ่มที่สองคือ การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ Mass-mediated racist discourse ผู้เขียนได้แบ่งกลุ่มของเนื้อหาออกเป็นสองกลุ่มคือ “Race” and racism in news และ Veiling the issue –the “imperiled Muslim woman” ในกลุ่มแรกจะเป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเหยียดเชื้อชาติในวาทกรรมข่าว ซึ่งในการศึกษากลุ่มนี้ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างการรายงานข่าวเกี่ยวกับ Afghan woman และ Aboriginal woman ในหนังสือพิมพ์ The Globe and Mail (Jiwani, 2009b) ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่ใหญ่ที่สุดในประเทศแคนาดา ในการรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์นี้จะเห็นความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างการนำเสนอภาพของผู้หญิงสองกลุ่ม โดยที่ภาพของ Aboriginal woman จะเป็นภาพของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับกรกระทำผิด ยาจน ดิตยา เสพติด ไร่บ้าน ร่างกายอ่อนแอเสี่ยงต่อการเป็นโรคต่าง ๆ ได้ง่าย ซึ่งคนกลุ่มนี้ถูกนำเสนอในภาพของกลุ่มคนสิ้นหวังยากต่อการเยียวยา ต่อคนกลุ่มใหญ่ในประเทศโดยผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ในขณะที่การนำเสนอภาพของ Afghan woman ซึ่งเป็นเหยื่อในการปกครองของตาลีบัน ผู้หญิงกลุ่มนี้จะเป็นผู้ถูกรักษา นอกจากนี้ภาษาที่ใช้ในการพาดหัวข่าวที่เกี่ยวข้องกับคนทั้งสองกลุ่มนี้จะแตกต่างกันด้วย หากมีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับ Afghan woman จะใช้ภาษาที่มีลักษณะยกย่องสรรเสริญว่าเป็นกลุ่มคนที่ต่อสู้เพื่ออิสรภาพให้แก่กลุ่มการแสดงสิทธิสตรีในตาลีบัน ในทางกลับกันเมื่อนำเสนอข่าวเกี่ยวกับ Aboriginal woman จะใช้ภาษาที่เน้นเรื่องของการทำร้ายอำนาจทางกฎหมาย และการกระทำ ความผิดต่าง ๆ และเป็นกลุ่มที่รัฐบาลต้องให้ความเมตตาและคอยช่วยเหลือ จะเห็นได้ว่าแม้คนทั้งสองกลุ่มที่อาศัยอยู่ในประเทศแคนาดาจะแตกต่างทางด้านเชื้อชาติแต่วิธีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนทั้งสองกลุ่มนี้แตกต่างกันมาก แสดงให้เห็นว่าอุดมการณ์เกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติสองเชื้อชาตินี้มีระดับ

ความรุนแรงไม่เท่ากัน ทั้ง ๆ ที่เป็นคนนอกกลุ่มเหมือนกัน และการที่เสนอภาพของ Aboriginal woman บ่งบอกได้ว่าคนกลุ่มนี้ได้มีสถานภาพที่ต่ำมากในสังคมคนขาว

ในกลุ่มที่สองจะเกี่ยวข้องกับ Veiling the issue—the “imperiled Muslim woman” ซึ่งมีการศึกษาเกี่ยวกับผู้หญิงมุสลิมที่ต้องมีการคลุมหน้าตามชนบประเพณี การศึกษาเกี่ยวกับคนกลุ่มนี้มีหลายลักษณะทั้งที่เป็นการเหยียดเชื้อชาติ และในเรื่องของความรุนแรงที่เกิดขึ้นในตาลิบัน หลังจากเกิดการจู่โจมตึกเวิร์ลเทรดและแพนตากอน ในวันที่ 11 กันยายน 2001 ได้มีการต่อต้านมุสลิมและชาวอาหรับอย่างรุนแรง รวมไปถึงกลุ่มผู้หญิงที่มีการคลุมหน้าถูกมองว่าเป็นเรื่องตลก และมีการใช้ถ้อยคำที่หยาบคายและดูถูกคนกลุ่มนี้ด้วย แต่สิ่งที่น่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์คือเรื่อง “the hijab” เพราะว่าสิ่งนี้เปรียบเสมือนสัญลักษณ์ในการนำเสนอการกดขี่และประเพณีของอิสลาม แต่การให้ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตาลิบันและการช่วยชีวิตผู้หญิงอัฟกันให้รอดพ้นจากการลิดรอนสิทธิสตรีนั้นส่งผลให้ “the hijab” และ “burka” ได้กลายมาเป็นภาพแทนของผู้หญิงมุสลิมทั้งหมด ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเรื่องนี้จะเห็นได้ว่าชนชั้นนำของประเทศได้แฝงความคิดเกี่ยวกับคนกลุ่มนี้ไปในทางลบ โดยจะเห็นได้จากการใช้ภาษาของผู้พูด ทั้งนี้ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างบทสัมภาษณ์ทางรายการวิทยุที่กลุ่มผู้นำของประเทศที่จะลงสมัครเลือกตั้งได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้หญิงมุสลิม ความคิดเห็นต่างๆเกี่ยวกับคนกลุ่มนี้ในทางลบได้สื่อผ่านภาษาคำศัพท์ที่ใช้และน้ำเสียงของผู้พูด มีการนำเสนอบทสัมภาษณ์นี้ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งรายการวิทยุและหนังสือพิมพ์

#### จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นอกจากนี้การนำเสนอ “Race”, Racism and Political discourse ได้มีผู้ศึกษาไว้มากเช่นเดียวกันโดยเฉพาะในเรื่องของวาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับการหาเสียงเมื่อต้องการนำเสนอประเด็นที่สำคัญสำหรับการเลือกตั้ง ในที่นี้ผู้เขียนได้ยกประเด็นการนำเสนอภาพของผู้หญิงมุสลิมในสังคมอังกฤษ โดยกล่าวถึงการหาเสียงของพรรคประชาชาติอังกฤษ (BNP) ที่ได้ยกประเด็นเรื่องของการเหยียดเชื้อชาติ และอคติทางชาติพันธุ์ มีการนำเสนอวาทกรรมการประกาศถึงภาพของสังคมอังกฤษโดยการเปรียบเทียบให้เห็นถึงภาพของผู้หญิงอังกฤษกับผู้หญิงมุสลิม ที่ต่อไปจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ จะเน้นส่งเสริมการเหยียดเชื้อชาติ มองว่าผู้หญิงมุสลิมเป็นคนนอกกลุ่มจากการหาเสียงในครั้งนั้นทำให้พรรคนี้ได้รับคะแนนเสียงเป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นว่าผู้นำพรรคประชาชาติอังกฤษได้นำอุดมการณ์เรื่องการเหยียดเชื้อชาติมาเป็นเครื่องมือในการครอบงำความคิดของคนในสังคม เพื่อหาประโยชน์ให้แก่กลุ่มของตน แต่อย่างไรก็ตามการนำเสนอดูมการณ์นี้ส่งผลให้เกิดการเกลียดการเหยียดเชื้อชาติขึ้น

จากการศึกษาบทความของ Yasmin Jiwani and John E. Richardson ทำให้เกิดประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับวาทกรรมรูปแบบต่าง ๆ ที่มีการนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติ และช่วยขยายความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดนี้มากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าการศึกษาเกี่ยวกับวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาตินั้นยังคงมีการแพร่หลาย การที่ใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาวิเคราะห์การใช้ภาษาในการผลิตซ้ำทางอำนาจของคนบางกลุ่มในสังคมที่ไม่เท่าเทียมกันทำให้เห็นว่า ในการนำเสนออุดมการณ์การเหยียดเชื้อชาติสามารถทำได้โดยผ่านรูปภาพาทั้งในลักษณะที่เป็นการโต้แย้ง ลักษณะของวาทศิลป์ การเลือกใช้คำศัพท์ การบอกเล่าเรื่องราว และความสัมพันธ์ทางความรู้ของชนชั้นนำของประเทศ บทสนทนาในชีวิตประจำวัน และการใช้ตัวบทต่าง ๆ ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการนำเสนอตนเองในทางบวก ในขณะที่นำเสนอคนกลุ่มอื่นในทางลบ ซึ่งผลการศึกษาต่าง ๆ ที่ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างมานั้นล้วนเป็นตัวอย่างที่สำคัญที่จะใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการเหยียดชาติพันธุ์ในประเทศไทยต่อไป

Geraint O. Edwards (2012) ได้ศึกษาเรื่อง “A comparative discourse analysis of the construction of “In-groups” in the 2005 and manifestos of the British National Party” การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบวาทกรรมการประกาศของ British National Party (BNP) ในปี 2005 กับปี 2010 โดยจะเน้นไปที่ความเป็น “in -group” วิเคราะห์ว่าผู้พูดเลือกใช้ภาษาอย่างไรในวาทกรรมประกาศของทั้งสองสมัยและมีการส่งสารที่แฝงความคิดเรื่องอคติทางเชื้อชาติผ่านวาทกรรมการประกาศได้อย่างไร เพราะในปี 1998 การที่ผู้นำพรรคประชาชาติอังกฤษ (BNP) Nick Griffin ได้ประกาศถึงความคิดของเขาเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศโดยยึดแนวคิด “Motherhood and Apple pie” ได้แก่ “freedom” “democracy” “security” และ “identity” ซึ่งวาทกรรมการประกาศนี้เป็นจุดเริ่มต้นของลักษณะบางอย่างของผู้นำพรรคเกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติ โดยผู้นำพรรคได้ส่งเสริมการรังเกียจการเหยียดเชื้อชาติ กล่าวคือสนับสนุนแนวคิดที่จะให้คนในประเทศอังกฤษต่อต้านกลุ่มชาติพันธุ์อื่น และส่งผลไปยังการรายงานข่าวของสำนักต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งกลุ่มคนที่เห็นด้วยและส่งเสริมเกี่ยวกับแนวคิดนี้ และบางกลุ่มที่ไม่เห็นด้วย ทำให้พรรคได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงเกี่ยวกับการประกาศในครั้งนั้น หลังจากนั้นเมื่อปี 2005 ได้มีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดนี้ใหม่ โดยผู้นำพรรคได้เน้นประเด็นการหาเสียงไปที่ความเป็นกลุ่มเดียวกัน และพยายามที่จะให้ประชาชนลืมความคิดที่ได้มีการประกาศไว้ในปี 1998 ทางพรรคได้ใช้รูปภาพที่เน้นความเป็นคนกลุ่มเดียวกันผ่านวาทกรรมการประกาศของพรรค และไม่ได้มีการกล่าวถึงปัญหาในเรื่องของการเหยียดเชื้อชาติและลัทธิชาตินิยมเลย จนกระทั่งเมื่อปี 2010 ได้มีการเลือกตั้งอีกครั้ง การหาเสียงของพรรคจึงเริ่มประเด็นไปที่ความเป็นกลุ่มเดียวกันอีกครั้ง และการใช้ภาษาในการ

หาเสียงนั้นสมเหตุสมผลมากขึ้น แต่ยังคงเน้นประเด็นในเรื่องของการต่อต้านกลุ่มชาติพันธุ์อื่นแต่ผลของการเลือกตั้งปรากฏว่าพรรคประชาชนชาติอังกฤษ (BNP) พ่ายแพ้การแข่งขัน

ในการศึกษานี้ผู้เขียนได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์ (Discourse Analysis) วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) และการวิเคราะห์ชุดข้อมูล (Corpus Analysis) มาวิเคราะห์วาทกรรมการประกาศของ BNP โดยกลุ่มข้อมูลที่น่ามาศึกษานั้นจะแบ่งออกเป็นสองกลุ่มด้วยกันคือ กลุ่มแรกเป็นวาทกรรมการประกาศในปี 2005 และกลุ่มข้อมูลชุดที่สองคือ วาทกรรมการประกาศในปี 2010 ทั้งนี้ผู้เขียนได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาวิเคราะห์ข้อมูล แต่จะเน้นไปที่การวิเคราะห์ด้วยท โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ชุดข้อมูลเพื่อต้องการที่จะทราบว่าในวาทกรรมการประกาศนี้มีการใช้คำศัพท์ในลักษณะใดที่บ่งบอกความเป็น “in-group” ซึ่งจะเห็นได้จากการนำเสนอตนเอง การใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 และการใช้ “BNP” ที่บ่งบอกอัตลักษณ์ในลักษณะที่มีความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้เขียนได้แบ่งออกเป็น 6 ส่วนด้วยกัน คือ Pronouns and “BNP”, detailed study –“OUR”, Britain and the British, “Natives” versus “indigenous people”, White people, และ Humans

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีการใช้ Pronouns and “BNP” โดยจะเห็นได้ว่าทางพรรคได้มีการอ้างถึงตนเองในวาทกรรมการประกาศทั้งสองสมัย พบว่า ในปี 2005 ส่วนใหญ่จะใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 ในรูปของประธานในประโยคเพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน คือคำว่า “we” และใช้คำว่า “us” เมื่อทำหน้าที่เป็นกรรมในประโยค แต่การแทนตนเองโดยใช้ชื่อของพรรค (BNP) นั้นปรากฏน้อยมาก ส่วนข้อมูลในปี 2010 จะพบว่าอัตราการใช้คำว่า “we” จะลดลง ในขณะที่คำว่า “BNP” จะเพิ่มมากขึ้น การที่ในปี 2010 มีการเลือกใช้ “BNP” แทนคำว่า “we” นั้นเป็นเพราะว่าสรรพนามที่ใช้เป็นชื่อพรรคนั้นจะหมายความรวมถึงการนำเสนอเกี่ยวกับมนุษยชาติ กลุ่มชาติพันธุ์อังกฤษ กลุ่มชาวเมืองอังกฤษ พรรคประชาชนชาติอังกฤษ (BNP) ผู้นำพรรคประชาชนชาติอังกฤษ (BNP) สิ่งเหล่านี้ได้ถูกนำเสนอผ่านการใช้ชื่อพรรค มิได้นำเสนอเพียงตัวตนของผู้พูดเท่านั้น แต่เป็นการนำเสนอในลักษณะความเป็นกลุ่ม เป็นพรรคพวก

ส่วน detailed study –“OUR” จะพบว่า ในปี 2005 มีการใช้คำว่า “our” เพื่อบอกให้รู้ว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน คำว่า “พวกเรา” นี้ได้แสดงให้เห็นว่าเป็นการรวมถึงประเทศอังกฤษ และคนอังกฤษ นอกจากนี้เมื่อพรรคได้มีการกล่าวถึง “คนอังกฤษ” เป็นการอ้างถึงกลุ่มที่เป็น “ethnically British” หรือ “indigenous” ด้วย ส่วนในปี 2010 จะเห็นได้ว่ามีการเปลี่ยนคำในการแทนความเป็น



พวกเรา โดยเลือกที่จะใช้คำว่า “ประเทศอังกฤษ” ซึ่งคำนี้ได้อ้างถึงความเป็นเอกภาพของประเทศอังกฤษได้อย่างชัดเจนกว่าการใช้เพียงคำว่า “พวกเรา”

นอกจากนี้การใช้ Britain and the British จะพบว่าผู้นำพรรคพยายามที่จะเลือกใช้คำว่า “British” ทั้งนี้เป็นเพราะว่าเมื่อมีการเอ่ยถึง “British” จะเป็นการอ้างถึง “white British people” ทั้งหมด ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตามดังนั้นจะพบว่า ถึงแม้ผู้นำพรรค (BNP) จะมีสโลแกนเกี่ยวกับการหาเสียงไว้ว่า “British jobs for British people” แต่จะเห็นได้ว่าความเป็นชาติอังกฤษและคนอังกฤษนั้นยังมุ่งเน้นไปที่กลุ่มคนขาวมากกว่าในเรื่องของชนกลุ่มน้อยในสังคม ดังจะเห็นได้จากการเลือกใช้คำศัพท์ที่มากล่าวถึงคนอังกฤษในภาพรวม ซึ่งดูเหมือนว่าจะเป็นการสนับสนุนความเท่าเทียมกัน และต่อต้านการเหยียดเชื้อชาติ แต่รูปภาพที่ผู้นำพรรคได้นำมาใช้นั้นก็ยังคงแฝงไว้ด้วยความคิดในเรื่องชาติพันธุ์ด้วยเช่นกัน

การใช้ “natives” versus “indigenous people” พบว่า มีการเลือกใช้คำว่า “natives” แทนคำว่า “indigenous” โดยเฉพาะในปี 2010 ผู้นำพรรคจะเลือกใช้คำว่า “indigenous” มากขึ้น ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าการใช้คำว่า “native” นั้นเป็นการอ้างถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของคนอังกฤษและอาณาจักรอังกฤษด้วยส่งผลให้วาทกรรมนั้นมีความเป็นชาตินิยมค่อนข้างสูง ในขณะที่การใช้คำว่า “indigenous” จะให้ความรู้สึกเกี่ยวกับชาตินิยมน้อยลง และบ่งบอกความเท่าเทียมกันในสังคม ไม่มีการแบ่งแยกความเป็นพวกเขา พวกเรา แต่จะเน้นไปที่ความเป็นกลุ่มเดียวกัน

ส่วนประเด็นการใช้คำว่า “White people” นั้นยังคงมีปรากฏอยู่ในวาทกรรม การประกาศด้วย การที่ผู้นำพรรคได้เลือกใช้คำว่า “คนขาว” นั้น เป็นเสมือนการอ้างถึงการเหยียดเชื้อชาติด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจมากเพราะว่าในนโยบายของพรรคนั้นจะเน้นไปที่ความเท่าเทียมกัน และเน้นประเด็นเรื่องการเมืองคิตทางเชื้อชาติ แต่เมื่อศึกษาข้อมูลจากทั้งสองสมัยพบว่า ผู้นำพรรคมีการใช้คำศัพท์ในการเรียก “คนขาว” ด้วย โดยจะเห็นได้จากการกล่าวถึงคนขาวไว้จำนวน 5 ครั้งใน วาทกรรมปี 2005 และในปี 2010 ได้มีการพูดถึงจำนวน 3 ครั้งด้วยกัน เช่น “the white working class –in the most negative and unattractive light possible” ดังนั้นการใช้คำว่า “คนขาว” นั้นเป็นการแสดงให้เห็นว่า ในความเป็นจริงแล้วในพรรคนี้มีการต่อต้านการมีวัฒนธรรมที่หลากหลายต่อต้านความเท่าเทียมกันในสังคม และต่อต้านการมีอิสระ ในขณะที่เมื่อมีการผลิตวาทกรรมในการหาเสียงเลือกตั้ง ผู้นำพรรคได้นำเสนอในทิศทางที่ตรงกันข้าม ดังนั้นการที่พรรคประชาชาติอังกฤษ (BNP)

ได้ใช้คำว่า “คนขาว” ในวาทกรรมโดยการแสดงอัตลักษณ์ของคนกลุ่มนี้ไปที่ชนชั้นทำงานของสังคม ทั้งผู้หญิงและผู้ชายเพื่อต้องการคะแนนเสียงจากคนกลุ่มนี้และต้องการเน้นความเป็นกลุ่มเดียวกัน

นอกจากนี้จะพบว่าในวาทกรรมประกาศของพรรคนี้มีการเลือกใช้คำว่า “Humans” โดยที่ในปี 2005 มีการใช้ทั้งคำว่า “humans” “humane” “humanity” ทั้งสามคำนี้คำที่พบมากที่สุดคือคำว่า “humans” ซึ่งจะพบว่าแนวคิดเกี่ยวกับ Humans จะเน้นที่ความเป็นธรรมชาติของมนุษย์ ได้แก่ความแตกต่าง วัฒนธรรม ความทุกข์ยาก และประวัติศาสตร์ และจะกล่าวถึงคนกลุ่มอื่น (ในที่นี้คือกลุ่มชาติพันธุ์อื่น) ว่าเป็นกลุ่ม “non-human” แต่ในปี 2010 การใช้คำว่า “humans” จะลดลง แต่จะใช้เพียงคำว่า “humane” ในการอ้างถึงกลุ่มคนต่าง ๆ ในความหมายที่เป็นกลาง ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าในสังคมอังกฤษเริ่มมีการให้ความสำคัญเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนมากขึ้นและได้มีการออกพระราชบัญญัติต่าง ๆ เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนเข้าใจเรื่องนี้มากขึ้น พรรค BNP จึงต้องลดการนำเสนอเรื่องการเหยียดเชื้อชาติและความเป็นกลุ่มเดียวกันลง

จากการวิเคราะห์วาทกรรมการประกาศของพรรคประชาชาติอังกฤษ (BNP) พบว่าการนำทฤษฎีการวิเคราะห์ชุดข้อมูลมาใช้แสดงให้เห็นว่า มีการใช้ชื่อของพรรคมากกว่าการใช้ สรรพนามอื่น ๆ เมื่อต้องการนำเสนอตนเองเพื่อให้ผู้อื่นมาศรัทธาและเชื่อมั่นในพรรคของตน และจะใช้สรรพนามที่แสดงความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน ในการศึกษาจะพบว่าเมื่อพรรค BNP ได้เปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอวาทกรรมการประกาศในปี 2010 ทำให้ความนิยมในพรรคน้อยลง ทำให้เห็นว่าในสังคมอังกฤษนั้นยังมีคนบางกลุ่มที่สนับสนุนแนวคิดเกี่ยวกับอคติทางชาติพันธุ์และเหยียดเชื้อชาติ ทั้งที่ประเทศอังกฤษพยายามที่จะนำเสนอตนเองว่าเป็นประเทศที่มีอิสระเสรี และมีความเท่าเทียมกันในสังคม โดยจะเห็นได้จากการเปลี่ยนวาทกรรมการประกาศของพรรค BNP

จากการศึกษาบทความของ Geraint O. Edwards ทำให้เกิดประเด็นที่น่าสนใจคือ เมื่อมีการเปลี่ยนประเด็นและแนวคิดเกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติในวาทกรรมการประกาศส่งผลให้ความนิยมในพรรคลดน้อยลง ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นความคิดและทัศนคติของคนอังกฤษบางกลุ่มเกี่ยวกับเรื่องอคติทางชาติพันธุ์ได้ชัดเจน นอกจากนี้การนำทฤษฎีการวิเคราะห์ชุดข้อมูลนั้นทำให้เห็นว่า การเลือกใช้คำศัพท์มีผลต่ออุดมการณ์ด้วย และการนำแนวคิดนี้มาใช้ช่วยให้วิเคราะห์คำศัพท์ได้ชัดเจนขึ้น ข้อดีของงานวิจัยนี้คือผู้วิจัยเปรียบเทียบให้เห็นพลวัตของการเลือกใช้คำศัพท์เพื่อจุดประสงค์บางประการของผู้ผลิต และแสดงผลออกมาเป็นตารางและร้อยละเพื่อให้เห็นภาพรวมอย่างชัดเจนในการเลือกใช้คำศัพท์ ทั้งนี้จะพบว่าผู้วิจัยเน้นไปที่การวิเคราะห์คำสรรพนามเท่านั้นเพื่อต้องการจะสื่อถึงแนวคิดความเป็นกลุ่มเดียวกัน ดังนั้นการศึกษางานวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางใน

การวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีเฉพาะในด้านการเลือกใช้คำศัพท์ เนื่องจากการวิเคราะห์ชุดข้อมูลโดยการพิจารณาคำศัพท์ที่เลือกใช้รวมไปถึงความถี่ที่ปรากฏ ทำให้เห็นอุดมการณ์บางอย่างที่ผู้ผลิตด้วยบทต้องการผลิตซ้ำและตอกย้ำแนวคิดนั้นผ่านรูปภาพที่ใช้

**กฤษฎาวรรณ หงส์ลลารมภ์ (2543)** ศึกษาเรื่อง **“ปริจเฉทเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์”** โดยศึกษาบทความประเภทข่าวในหนังสือพิมพ์และรายการโทรทัศน์ “ทุ่งแสงตะวัน” เพื่อสรุปวิธีการที่ผู้สื่อข่าวเขียน พูด และเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาวเขา ลักษณะทางความหมายปริจเฉทที่มีการนำมาใช้และอุดมการณ์ที่ขัดแย้งกันเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อย โดยใช้แนวคิดเรื่องวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เป็นแนวทางในการศึกษา ผู้เขียนได้เลือกวิเคราะห์เฉพาะพาดหัวข่าวและข้อมูลจากย่อหน้านำ ไม่วิเคราะห์ภาษาที่ใช้ในตัวข่าวทั้งหมด โดยให้เหตุผลว่าพาดหัวข่าวเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นชัดเจนว่านักหนังสือพิมพ์มีความคิดอย่างไรเกี่ยวกับสิ่งที่นำเสนอ และที่สำคัญภาษาและเนื้อหาในพาดหัวข่าวจะเป็นสิ่งที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จดจำมากที่สุด สิ่งที่จดจำนี้เป็นสิ่งที่ปลูกฝังความเชื่อและสร้างความมื่อคติทางชาติพันธุ์ ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยคือ 1) ข้อมูลจากเอกสาร โดยแบ่งออกเป็นข้อมูลจากหนังสือพิมพ์รายวัน คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐและหนังสือพิมพ์มติชน ที่ตีพิมพ์ในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม 2542 ซึ่งเป็นช่วงที่หนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยค่อนข้างมาก และข้อมูลจากบทสารคดีจากรายการโทรทัศน์ทุ่งแสงตะวันซึ่งเป็นรายการที่นำเสนอภาพที่ขัดแย้งกับปริจเฉทหนังสือพิมพ์ โดยศึกษาข้อมูลรายการโทรทัศน์ที่อยู่ในรูปวีดิทัศน์ 2) ข้อมูลจากภาคสนาม ผู้เขียนได้สัมภาษณ์บรรณาธิการหนังสือพิมพ์และผู้สื่อข่าวเพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยและความสนใจของนักหนังสือพิมพ์ในการเสนอข่าวเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อย และสัมภาษณ์ผู้จัดรายการทุ่งแสงตะวันและผู้เขียนบทโทรทัศน์ ในการวิจัยนี้ผู้เขียนใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษา อำนาจ และอุดมการณ์ ตามแนวคิดของ Fairclough (1989,1995) และ Van Dijk (1993, 2003)

ในการศึกษานี้ผู้เขียนได้นำเสนอภาพชนกลุ่มน้อยในปริจเฉทหนังสือพิมพ์และรายการทุ่งแสงตะวัน ปริจเฉทที่แข่งขันกันและความมื่อคติทางชาติพันธุ์ จากการศึกษาพบว่าหนังสือพิมพ์มองภาพชนกลุ่มน้อยในภาพลบเป็นส่วนใหญ่ซึ่งต่างจากโทรทัศน์ เช่น หนังสือพิมพ์จะมองว่า “ชาวเขาเป็นศัตรูของชาติ” “ชาวม้งเป็นผู้บุกรุกป่า” “ชาวม้งเป็นผู้นำยาเสพติด” ส่วนรายการโทรทัศน์จะมองว่าชาวเขาเป็นผู้อยู่ในป่าและคอยปกป้องดูแลป่าและเป็นพลเมืองของชาติ

นอกจากนี้ **กฤษดาวรรณ หงส์ดารมภ์** (2543) ได้เขียนบทความเรื่อง “ความเป็น “พวกเรา” และ “พวกเขา” ในสังคมไทย : การรายงานข่าวเกี่ยวกับชาวเขาในวาทกรรมหนังสือพิมพ์ไทย” ซึ่งเป็นบทความที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยข้างต้น ผู้เขียนได้อธิบายเพิ่มเติมจากงานวิจัยโดยเน้นไปที่กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการสื่ออุดมการณ์ ผู้เขียนจะเน้นข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์ไทยโดยใช้ข้อมูลในรายงานข่าว และบทความแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับชาวเขาระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 ในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยที่มียอดจำหน่ายสูงและเป็นที่แพร่หลาย

ผลการศึกษาพบว่า การรายงานข่าวเกี่ยวกับชาวเขาส่วนใหญ่เกี่ยวกับชาวม้ง และชาวกะเหรี่ยง และเป็นไปตามที่ผู้เขียนได้ตั้งไว้คือ ภาพที่นำเสนอเป็นไปในทางลบ เช่น ชาวม้งเป็นผู้ค้ายาเสพติด และชาวกะเหรี่ยงเป็นแรงงานเถื่อนซึ่งนำไปสู่การเป็นโจรในที่สุด ในความเห็นของนักหนังสือพิมพ์พบว่า ภาพของกะเหรี่ยงคือเป็นโจร หรือฆาตกร จะถูกนำเสนอในประเด็นของปัญหาการเมืองทางชายแดนไทยพม่า และถ้าเป็นม้ง จะถูกนำเสนอว่าเป็นปัญหาเรื่องยาเสพติดและการปลูกฝิ่น เป็นศัตรูของรัฐ โดยเป็นผู้ที่ทำลายป่าและเป็นผู้ค้ายาเสพติด ภาพของชาวเขากลุ่มนี้ถูกนำเสนอผ่านกลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการรายงานข่าว ได้แก่ 1) การเรียกชื่อกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น ม้ง-ยาบ้า, ย้ายม้งถ้ากระบอก, ม้งทำทายอำนาจรัฐ 2) การใช้ข้อสมมติเบื้องต้นเป็นเครื่องมือ คือการใช้รูปหรือโครงสร้างภาษาที่สื่อนัยยะว่ามีเหตุการณ์บางสิ่งบางอย่างเกิดขึ้นก่อนหน้านั้นหรือสิ่งที่พูดถึงมีอยู่จริง ๆ เช่น “การผลิตและจำหน่ายยาบ้าของชาวเขาเผ่าม้ง” 3) การบรรยายเกินจริง เช่น “สาวนักเที่ยวชาวดอยสอง โจรกะเหรี่ยงกรูปลดทรัพย์แผ่นข้ามแดน” 4) การเสนอภาพชาวเขาในฐานะที่เป็นผู้กระทำ เช่น เป็นผู้ทำร้ายตำรวจ ความผิดนี้จะถูกนำเสนอในพาดหัวข่าวในลักษณะประโยคกรรม โดยมีคำว่า “ม้ง” อยู่ในตำแหน่งผู้กระทำเหตุการณ์

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า งานวิจัยและบทความของ **กฤษดาวรรณ หงส์ดารมภ์** ช่วยให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับภาษาและอุดมการณ์ว่าทั้งสองส่วนนี้มีความสัมพันธ์กันอย่างยิ่ง ผู้ใช้ภาษาไม่เพียงใช้ภาษาเพื่อเล่าเรื่องราว ชี้แจงข้อมูลที่เป็นข้อโต้แย้งกัน แต่ยังใช้ภาษาในฐานะที่เป็นเครื่องมือของอุดมการณ์ ภาษาที่ถ่ายทอดความคิดความเชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งที่มีต่อกลุ่มชาติพันธุ์อื่น และทำให้เราเข้าใจและอาจเชื่อตามความคิดเห็นของคนต่างกลุ่มนี้ นอกจากนี้งานวิจัยเรื่องนี้ยังเป็นงานวิจัยเล่มแรกๆในประเทศไทยที่นำแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาศึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอภาพของชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย และมีลักษณะเป็นวาทกรรมการแข่งขันอีกด้วย

จากการศึกษางานวิจัยที่ศึกษาวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (CDA) หากพิจารณาบทความและงานวิจัยในมิติของอุดมการณ์การเหยียดเชื้อ

ชาติจะพบว่า การสื่ออุดมการณ์การเหยียดเชื้อชาติจะเกิดจากการที่กลุ่มชนชั้นนำในสังคม ไม่ว่าจะ เป็นนักการเมือง รัฐบาล ผู้นำประเทศ ใช้อำนาจในการนำเสนอชุดความคิดบางอย่างเกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติทั้งในรูปแบบที่ชัดเจน เช่น วาทกรรมการประกาศของพรรคการเมืองในประเทศ อังกฤษ หรือในลักษณะที่แฝงอยู่ในรูปภาษาที่ปรากฏ เช่น ขาวในหนังสือพิมพ์รายวัน แบบเรียน โดยผ่านกลวิธีทางภาษาเพื่อให้ผู้รับสารยอมรับในสารที่กลุ่มชนชั้นนำในสังคมต้องการ และจะเห็นได้ว่าการใช้ภาษาที่มีความสัมพันธ์กับอุดมการณ์อย่างแยกจากกันไม่ได้ และการสื่ออุดมการณ์ที่ได้ผลดีที่สุดคือการทำให้เป็นธรรมชาติมากที่สุด กล่าวคือผู้ผลิตตัวบทได้แฝงอุดมการณ์ที่ตนต้องการนำเสนอให้ผู้อื่น

ทางด้านวิธีการศึกษาสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นงานที่มีลักษณะรวบรวมแนวความคิดเกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติและยกตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอธิบายคือ บทความของ van Dijk และบทความของ Yasmin Jiwani and John E. Richardson ทั้งสองบทความนี้มีความคล้ายคลึงกันในด้านแนวคิดและการยกตัวอย่างประกอบการอธิบาย แต่ในงานของ van Dijk นั้นจะให้รายละเอียดและแนวทางการศึกษาอย่างชัดเจน เช่น วาทกรรมที่เป็นบทสนทนาในชีวิตประจำวัน van Dijk ได้เสนอวิธีการในการพิจารณาว่ามีการเหยียดเชื้อชาติหรือไม่ จะพิจารณาจากการนำเสนอของกลุ่มตนเองในทางบวก และนำเสนอกลุ่มอื่นในทางลบ นอกจากนี้ van Dijk ได้แบ่งประเภทของวาทกรรมที่มีการนำเสนออุดมการณ์การเหยียดเชื้อชาติเป็น 4 ประเภท ได้แก่ Conversation, News reports, Textbooks และ Political Discourse : Parliamentary Debates ส่วนในบทความของ Yasmin Jiwani and John E. Richardson เป็นการนำแนวคิดของ van Dijk (1999) และ Reisigl and Wodak (2001) มาอธิบายเพิ่มเติมและยกตัวอย่างงานวิจัยที่ทันสมัยมากขึ้น โดยตัวอย่างที่นำเสนอเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย แต่ในบทความนี้ผู้เขียนได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ Racism in every talk, Mass-mediated racist discourse และ “Race”, Racism and Political discourse ซึ่งจะคล้ายคลึงกับงานของ van Dijk แต่ในบทความนี้ผู้เขียนไม่ได้กล่าวถึง Textbooks

กลุ่มที่สองจะเป็นงานวิจัยที่ศึกษาเปรียบเทียบ ได้แก่ งานวิจัยของ Peter Teo, Geraint O. Edwards และกฤษดาวรรณ หงส์ดารมภ์ ซึ่งงานวิจัยทั้งสามเรื่องนี้มีวิธีการศึกษาที่แตกต่างกัน โดยแบ่งออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มแรกเป็นการศึกษาเปรียบเทียบที่มีลักษณะร่วมสมัย ได้แก่ งานวิจัยของ Peter Teo และ กฤษดาวรรณ โดยทั้งสองเรื่องนี้ใช้ข้อมูลในสมัยเดียวกัน แต่ต่างกันในเรื่องของประเภทข้อมูล กล่าวคือในงานวิจัยของ Peter Teo จะใช้ข้อมูลจากข่าวในหนังสือพิมพ์เท่านั้น แต่ในงานของกฤษดาวรรณเป็นการใช้ข้อมูลสองส่วนโดยศึกษาเปรียบเทียบ

วาทกรรมในแบบที่ต่างกันทั้งที่เป็นข่าวในหนังสือพิมพ์และรายการโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความคิดของผู้ผลิตตัวบทมาประกอบในการวิเคราะห์ด้วย ส่วนกลุ่มที่สองเป็นการศึกษาเปรียบเทียบที่มีลักษณะข้ามสมัย ได้แก่ งานวิจัยของ Geraint O. Edwards ที่มีการศึกษาวาทกรรมสองสมัยด้วยกัน โดยวิเคราะห์ความแตกต่างของการใช้วาทกรรมในแต่ละสมัยและดูพลวัตของการใช้คำศัพท์ในวาทกรรมนั้นด้วย

ทางด้านแนวทางการศึกษาจะเห็นได้ว่า มีการใช้แนวทางการศึกษาเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เป็นแนวคิดหลัก แต่จะแตกต่างในส่วนของการวิเคราะห์ตัวบทซึ่งมีการใช้ทฤษฎีอื่น ๆ มาวิเคราะห์ตัวบท ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ Geraint O. Edwards ได้นำทฤษฎีการวิเคราะห์ชุดข้อมูล (Corpus Analysis) มาใช้ในการวิเคราะห์ตัวบท นอกจากนี้ในงานของ van Dijk, Peter Teo, Yasmin Jiwani and John E. Richardson และกฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ จะเป็นการนำแนวคิดทางด้านอรรถศาสตร์และวัจนปฏิบัติศาสตร์มาใช้ โดยศึกษาในเรื่องการใช้รูปประโยค การเลือกใช้คำศัพท์ น้ำเสียง วัจนกรรม การปฏิสัมพันธ์ เป็นต้น ในแต่ละงานวิจัยจะมีจุดเน้นที่ต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนอ เช่น ในงานของ Peter Teo ที่ศึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับกลุ่ม 5T ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์อื่นที่อาศัยอยู่ในประเทศออสเตรเลีย ผู้วิจัยต้องการแสดงให้เห็นถึงการเลือกใช้คำศัพท์ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนกลุ่มนี้จึงเลือกที่จะศึกษาเกี่ยวกับการ transitivity, thematization และ lexical cohesion โดยเน้นไปที่ประเด็นเกี่ยวกับอคติ อำนาจ การครอบครองอำนาจ การครองความเป็นเจ้า การปกปิด การกระทำผิดกฎหมาย และการผลิตซ้ำทางอำนาจในการนำเสนอข่าวหนังสือพิมพ์ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการใช้แนวทางในการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่แตกต่างกันแสดงให้เห็นว่า กลวิธีทางภาษาที่ใช้ถ่ายทอดอุดมการณ์นั้นมีความหลากหลายทุกระดับ ทั้งการเลือกใช้คำศัพท์ การเลือกใช้โครงสร้างประโยค การเรียบเรียงและลำดับความ การใช้วาทศิลป์ การใช้ความเปรียบ ทำให้ผู้ที่สนใจศึกษาแนวคิดนี้ควรศึกษากลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดอุดมการณ์การเหยียดเชื้อชาติทั้งในด้านคำศัพท์ ไวยากรณ์ และปริเฉท เพื่อให้เห็นอุดมการณ์อย่างชัดเจน

ทางด้านกลุ่มข้อมูลพบว่า บทความและงานวิจัยดังกล่าวมีการใช้กลุ่มข้อมูลที่ต่างกัน มีทั้งการใช้กลุ่มข้อมูลที่เป็นวาทกรรมข่าวจากหนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ งานวิจัยของ Peter Teo และกฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ โดยที่จะเลือกหนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยมของแต่ละประเทศที่ทำการวิจัย เช่น หนังสือพิมพ์ The Sydney Morning Herald ของประเทศออสเตรเลีย หรือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐของประเทศไทย และกลุ่มข้อมูลที่เป็นวาทกรรมการประกาศ ได้แก่ งานวิจัยของ Geraint O. Edwards โดยเลือกวาทกรรมประกาศที่ใช้ในการหาเสียงเพื่อลงรับสมัครเลือกตั้งมาเป็น

กลุ่มข้อมูล นอกจากนี้ในงานของกฤษดาวรรณ หงส์ลดาธรรม ได้ใช้ข้อมูลที่เป็นรายการโทรทัศน์ด้วย อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า หากพิจารณาข้อมูลการศึกษาในมิติของกลุ่มประเทศที่ศึกษาจะพบว่า มีทั้งกลุ่มข้อมูลที่เป็นตะวันตก (อังกฤษ), ออสเตรเลีย และเอเชีย (ไทย) ซึ่งในแต่ละกลุ่มประเทศจะเห็นถึงความแตกต่างทางชาติพันธุ์ที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติ เช่น กลุ่มคนเวียดนามและเอเชียในประเทศออสเตรเลีย กลุ่มกะเหรี่ยงและม้งในประเทศไทย กลุ่มคนยิวหรืออิสลามในประเทศอังกฤษ

จากงานวิจัยข้างต้นทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ อาจกล่าวได้ว่า แนวคิดและการศึกษาวิจัยดังกล่าวนี้ช่วยทำให้ผู้วิจัยเข้าใจแนวคิดพื้นฐาน กรอบการวิเคราะห์ และลักษณะของกลวิธีทางภาษาและแนวคิดชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจะได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับภาพตัวแทนคนอีสาน โดยพิจารณาการนำเสนอภาพของคนอีสานทั้งการนำเสนอตนเอง และถูกคนกลุ่มอื่นนำเสนอ การนำเสนอที่ผู้ผลิตตัวบทได้มีอุดมการณ์ใดแฝงอยู่หรือไม่ และอุดมการณ์นั้นส่งผลให้เกิดสิ่งใดบ้างในสังคม รวมถึงภาษามีผลต่อการสื่ออุดมการณ์อย่างไรบ้าง นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางในการค้นคว้าข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาไม่ว่าจะเป็นวาทกรรมแบบต่างๆ ดังที่ van Dijk ได้เสนอแนวทางไว้ ได้แก่ บทสนทนาในชีวิตประจำวัน แบบเรียน การรายงานข่าว และอภิปรายของนักการเมือง

### 2.3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

จากการสำรวจเอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ พบว่า มีงานวิจัยที่ศึกษาตามแนวทางนี้ในลักษณะที่หลากหลายทั้งกลุ่มข้อมูล ประเด็นที่ศึกษา และวิธีการศึกษาแตกต่างกันไปตามแนวทางการศึกษา ซึ่งมีทั้งงานวิจัยทางด้านรัฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ สังคมศาสตร์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**กาญจนา เจริญเกียรติบวร (2543)** ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมุมมองในข่าววัดพระธรรมกายที่เสนอในหนังสือพิมพ์ไทย” งานวิจัยนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมุมมองในข่าววัดพระธรรมกายที่เสนอในหนังสือพิมพ์ไทย โดยมีความคิดพื้นฐานว่าภาษาเป็นเครื่องมือสร้างภาพแทนความจริง การเลือกใช้รูปแบบทางภาษาหรือวิธีการทางภาษาอย่างใดอย่างหนึ่ง มีผลต่อภาพแทนที่ได้และเป็นการสื่อให้เห็นถึงทัศนคติ และความคิดเห็นที่ผู้ใช้ภาษามีต่อสิ่งที่เขากำลังพูด/เขียนถึง โดยเลือกศึกษาจากหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน 5 ชื่อฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด มติชน และสยามรัฐ เพื่อศึกษาว่าหนังสือพิมพ์มีกลวิธีทางภาษาแบบใดบ้าง ที่แฝงไว้

ด้วยทัศนคติในด้านลบต่อวัดพระธรรมกาย และวิเคราะห์ประเด็นที่หนังสือพิมพ์มีมุมมองทางลบต่อวัดพระธรรมกาย ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการกล่าวถึงวัดพระธรรมกายในทางลบ มีทั้งสิ้น 8 กลวิธี แบ่งออกเป็นกลวิธีทางความหมาย 4 กลวิธี ได้แก่ การให้สมญา การใช้ความเชื่อ เบื้องต้นเป็นเครื่องมือ การใช้อุปลักษณ์ และการเลือกใช้คำศัพท์ และอีก 4 กลวิธีเป็นกลวิธีทางปริเฉท ได้แก่ การประเมินตามความเชื่อมั่น การตีความ การอ้างคำกล่าวบุคคลอื่น และการใส่เครื่องหมายและขนาดตัวอักษร กลวิธีทางภาษาดังกล่าวสื่อประเด็นทางลบต่อวัดพระธรรมกายทั้งสิ้น 7 ประเด็น ได้แก่ การฉ้อโกง การมีเล่ห์เหลี่ยม การเป็นกลุ่มความเชื่ออย่างอื่นที่เป็นภัยต่อพุทธศาสนา การทำลายประมุขสงฆ์ การทำลายอำนาจรัฐ การทำลายพระมหากษัตริย์ และเรื่องชู้สาว โดยภาพรวมแล้ว หนังสือพิมพ์เห็นว่าวัดพระธรรมกายเป็นกลุ่มคนที่เป็นอันตรายต่อทั้งสังคมและพุทธศาสนา วัดพระธรรมกายไม่เพียงทำลายหลักคำสอนเดิมในพุทธศาสนา แต่ยังชอบทำลายสถาบันสำคัญ ๆ ในสังคมไทย ผลการวิจัยที่ได้ไม่เพียงทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ ระหว่างภาษากับมุมมองทางลบที่หนังสือพิมพ์มีต่อวัดพระธรรมกาย แต่ยังชี้ให้เห็นว่าการใช้ภาษามีความเกี่ยวข้องกับบริบททางสังคมเป็นอย่างยิ่งและมีบทบาทในแง่จิตวิทยาแก่คนในสังคม

**รัชนิษฐ์ พงศ์อุดม (2548)** ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับค่านิยมเกี่ยวกับความงาม : การศึกษาวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางในภาษาไทย” งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการใช้ภาษาในวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางในภาษาไทยและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ภาษาดังกล่าวกับการสร้าง ตอกย้ำ และแสดงค่านิยมเกี่ยวกับความงาม โดยใช้กรอบทฤษฎีของแฟร์คลอว์ ( Fairclough .1995) และฟาน ไดต์ (van Dijk.2003 ) ในการวิเคราะห์วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ข้อมูลที่ได้มาจากตัวบทโฆษณาเครื่องสำอางในนิตยสารแอล (ภาษาไทย) และนิตยสารดิฉัน ฉบับปี 2546 จำนวน 24 ฉบับ ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางแบ่งเป็น 2 กลวิธีหลัก ได้แก่ 1) กลวิธีทางอรรถศาสตร์ ประกอบด้วย การใช้คำกริยาแสดงสภาพความงาม การใช้คำพ้องน้ำหนักขยายคำกริยาดังกล่าว ซึ่งแบ่งเป็น คำพ้องน้ำหนักระดับ และคำพ้องน้ำหนักระดับ และการใช้คำปฏิเสธลักษณะที่ไม่สวยงามตามทัศนคติของโฆษณา 2) กลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และปริเฉท ประกอบด้วย การใช้ภาพพจน์ที่มีกลวิธีย่อยคือ อุปลักษณ์ อุปมา และอติพจน์ การกล่าวอ้าง ซึ่งแบ่งเป็นการกล่าวอ้างที่เป็นข้อเท็จจริง และการกล่าวอ้างที่เป็นข้อคิดเห็น การใช้คำถามวาทศิลป์ และลักษณะความงามตามแบบอย่าง วาทกรรมโฆษณายังสะท้อนให้เห็นว่าผู้หญิงจะงามได้ก็ต่อเมื่อมีลักษณะความงามแบบไว้ที่ติหรือสมบูรณ์แบบ มีความอ่อนเยาว์ มีสุขภาพดี หรือมีลักษณะความงามตามแบบอย่างวัฒนธรรมต่างชาติ นอกจากนี้วาทกรรมโฆษณายังกำหนดอีกว่าผู้หญิงจะงามได้ก็ต่อเมื่อได้ใช้เครื่องสำอางเพื่อเสริมแต่งร่างกายตามความนิยมทางแฟชั่น เป็นที่น่าสังเกตว่าลักษณะความงามเหล่านี้มีทั้งที่เคยและ



ไม่เคยปรากฏเป็นความนิยมในสังคมมาก่อน กลวิธีทางภาษาจึงมีบทบาทในการถ่ายทอดค่านิยมเกี่ยวกับความงามดังกล่าวพร้อมทั้งช่วยกระตุ้นให้ผู้อ่านหรือผู้บริโภคเชื่อในความงามที่วาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางนำเสนอ ดังนั้นค่านิยมเกี่ยวกับความงามในปัจจุบันจึงเป็นแนวคิดที่มีที่มาซับซ้อนและแสดงปรากฏการณ์ทางสังคมที่น่าสนใจ ทำให้วาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางมีบทบาทมากกว่าจะกล่าวถึงเฉพาะด้านการกำหนดรูปลักษณ์ความสวยงามเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการแสดงออกถึงโลกทัศน์ของคนในสังคม โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับบรรทัดฐานความเป็นเพศลักษณ์ของผู้หญิงทั้งบทบาท หน้าที่และสถานภาพทางสังคม

**ชนกพร พัวพัฒนกุล (2548) ศึกษาเรื่อง “อุดมทรศน์เกี่ยวกับ “เขมร” ในปริเฉทหนังสือพิมพ์ไทย : กรณีเหตุการณ์จลาจลสถานทูตไทยในกัมพูชา พ.ศ.2545”** โดยศึกษาอุดมทรศน์เกี่ยวกับ “เขมร” ที่ปรากฏในปริเฉทหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย และศึกษากลวิธีทางภาษาที่สื่ออุดมทรศน์ดังกล่าว โดยเชื่อว่ากลวิธีทางภาษามีความสัมพันธ์กับอุดมทรศน์ว่า “เขมร” ด้อยกว่า “ไทย” และอุดมทรศน์ว่าด้วยสำนึกร่วมในความเป็นชาติของคนไทย โดยเลือกศึกษาจากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย 5 ชื่อฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ คมชัดลึก ข่าวสด และมติชน ตั้งแต่วันที่ 28 มกราคม - 3 กุมภาพันธ์ 2546 ข้อมูลที่นำมาศึกษาได้แก่ ข่าว บทความ คอลัมน์ และข้อเขียนทุกประเภทที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์จลาจลในประเทศกัมพูชา ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษา อำนาจ และอุดมทรศน์ ตามแนวคิดของ Fairclough (1989, 1995) และ van Dijk (1993, 2003) ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีทางภาษาที่สื่ออุดมทรศน์ที่สำคัญ 9 กลวิธี ได้แก่ 1) การใช้ถ้อยคำ 2) สมญานาม 3) โครงสร้างทางวาทศิลป์ ได้แก่ อุปลักษณ์ ปุคลาธิฐฐาน การอ้างถึงนอกตัวบท การใช้คำถามวาทศิลป์ การใช้สำนวน 4) การใช้ข้อสมมติเบื้องต้นเป็นเครื่องมือ 5) การใช้รูปประโยคกรรม 6) การอ้างคำกล่าวของบุคคลอื่น 7) การใช้กลวิธีการเล่าเรื่อง 8) การใช้เครื่องหมายวรรคตอน และ 9) การตัดและเน้นข้อความ กลวิธีเหล่านี้ต่างเสนอภาพของ “เขมร” ที่สอดคล้องกัน ได้แก่ เขมรป่าเถื่อน เขมรต้องพึ่งไทย เขมรไร้ใจไม่ได้ เขมรด้อยปัญญา และเขมรเป็นศัตรูของชาติ ภาพของ “เขมร” ที่ปรากฏในปริเฉทหนังสือพิมพ์รายวันไทยในช่วงเวลาดังกล่าว สะท้อนความคิดความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นชาติซึ่งนำไปสู่การมองว่ามี “ชาติเรา” และ “ชาติเขา” และ “ชาติเรา” เหนือกว่า “ชาติเขา” และอุดมทรศน์ว่าด้วยสำนึกร่วมแห่งความเป็นชาติของคนไทยจากการศึกษาจะเห็นได้ว่า ในการนำเสนอเหตุการณ์จลาจลสถานเอกอัครราชทูตไทยในประเทศกัมพูชา พ.ศ.2546 นั้น หนังสือพิมพ์ไม่เพียงใช้ภาษาเป็นเครื่องมือเพื่อรายงาน “ความจริง” ที่เกิดขึ้นเท่านั้น แต่กลวิธีทางภาษาที่หนังสือพิมพ์เลือกใช้เพื่อเสนอ “ภาพ” ของ “เขมร” และ “ไทย” ยังสะท้อนอุดมทรศน์ที่อยู่เบื้องหลัง และมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้กลวิธีทางภาษาต่าง ๆ เพื่อเป็นเครื่องมือในการผลิต ผลิตซ้ำ และถ่ายทอด อุด

มทรศรชาตินิยมและอุดมทรศรน์ว่าด้วยสำเนีกร่วมแห่งความเป็นชาติให้ปรากฏสู่ความรับรู้ของคนไทยอีกด้วย

**จันทิมา เอี่ยมมานนท์ (2549)** ศึกษาเรื่อง “การศึกษาวาทกรรมเกี่ยวกับผู้ติดเชื้อเอ็ดส์ในสังคมไทยตามแนวปฏิพันธวิเคราะห์” ศึกษาวาทกรรมเกี่ยวกับผู้ติดเชื้อเอ็ดส์ในสังคมไทยตามแนวทางปฏิพันธวิเคราะห์ซึ่งเป็นการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์ที่เชื่อมระหว่างมิติทางภาษาและมิติทางสังคมด้วยวิธีการทางชาติพันธุ์วรรณา และการวิเคราะห์ด้วยทเพื่อแสดงความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างภาษา บุคคล และวิถีปฏิบัติทางสังคมในการสื่อความหมายเกี่ยวกับผู้ติดเชื้อเอ็ดส์หรือผู้มีเชื้อเอ็ดส์ในวาทกรรม วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจว่าผู้มีเชื้อเอ็ดส์ถูกนำเสนออย่างไรในวาทกรรมสาธารณะและนำเสนอตนเองอย่างไรในวาทกรรมภายในชุมชน และเพื่อเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมสาธารณะและวาทกรรมภายในชุมชน รวมทั้งภาษากับอุดมการณ์ในการนำเสนอผู้มีเชื้อเอ็ดส์ ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยมาจากข้อมูลเอกสาร และข้อมูลภาคสนาม ข้อมูลเอกสารมาจากวาทกรรมสาธารณะที่สื่อโดยผู้มีเชื้อเอ็ดส์ และสื่อโดยบุคคลอื่น ตั้งแต่ พ.ศ. 2527-2547 ส่วนข้อมูลภาคสนามเป็นข้อมูลบทสนทนาของผู้มีเชื้อเอ็ดส์ภายในชุมชน ผู้มีเชื้อเอ็ดส์สองชุมชน ได้แก่โครงการธรรมรักษันิเวศน์ วัดพระบาทน้ำพุที่จังหวัดลพบุรี และศูนย์สุขภาพชุมชนดอนแก้วที่จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาทวิทางภาษาที่ใช้นำเสนอผู้มีเชื้อเอ็ดส์ในวาทกรรมสาธารณะ และวาทกรรมภายในชุมชนทั้งสองชุมชน พบว่า ทวิทางภาษาในวาทกรรมสาธารณะมี 3 ทวิทาง ได้แก่ ทวิทางศัพท์ ทวิทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม และทวิทางวาทศิลป์ที่ใช้สื่อความหมายด้านลบ และความหมายด้านบวกของผู้มีเชื้อเอ็ดส์ ส่วนทวิทางภาษาในวาทกรรมภายในชุมชนพบ 2 ทวิทาง ได้แก่ ทวิทางศัพท์ และทวิทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม การศึกษาทางชาติพันธุ์วรรณาทำให้เห็นว่า ผู้มีเชื้อเอ็ดส์สองชุมชนนำเสนอตนเองต่างกันตามวาทกรรมและวิถีปฏิบัติภายในชุมชนที่แตกต่างกัน ผู้มีเชื้อเอ็ดส์ในโครงการธรรมรักษันิเวศน์สื่อความหมายผู้มีเชื้อเอ็ดส์ด้านลบ ในขณะที่ผู้มีเชื้อเอ็ดส์ในศูนย์สุขภาพชุมชนดอนแก้วสื่อความหมายผู้มีเชื้อเอ็ดส์ด้านบวก การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมสาธารณะ และวาทกรรมภายในชุมชนพบว่ามีความสัมพันธ์ที่เด่น 2 ลักษณะ คือ ความสัมพันธ์แบบเสริมกัน และความสัมพันธ์แบบแย้งกัน ความสัมพันธ์แบบเสริมกันใช้สื่อความหมายผู้มีเชื้อเอ็ดส์ทั้งด้านลบและด้านบวก ในขณะที่ความสัมพันธ์แบบแย้งกันใช้ในการตอบโต้กับความหมายด้านลบวาทกรรมภายในโครงการธรรมรักษันิเวศน์ส่วนใหญ่สัมพันธ์แบบเสริมกันกับวาทกรรมสาธารณะที่สื่อความหมายผู้มีเชื้อเอ็ดส์ด้านลบ

สรณี เบี้ยลัจ , ทัทยา จันทรมังกร และศตวรรษ เปียงบุญญา (2549) ศึกษาเรื่อง “หนังสือที่ได้รับรางวัล : การวิเคราะห์เชิงวาทกรรมและวรรณกรรม” งานวิจัยนี้ศึกษาหนังสือภาพสำหรับเด็กของไทยที่ได้รับรางวัลจำนวน 17 เล่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 -2545 เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ฐานการวิเคราะห์ภาษาศาสตร์เชิงวิพากษ์ (Critical Linguistics) วรรณกรรมศึกษา (Literature Study) และวาทกรรมศึกษา (Discourse Studies) ซึ่งเชื่อว่าภาษา วรรณกรรม สื่อและสังคมวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มิปฏิสัมพันธ์กันอย่างแน่นแฟ้นอย่างแยกออกจากกันไม่ได้ ผลการศึกษาพบว่า หนังสือภาพสำหรับเด็กไทยเป็นวาทกรรมประเภทหนึ่งที่มีอุดมการณ์ความสัมพันธ์เชิงอำนาจแฝงอยู่ และมีบทบาทในการสะท้อน ผลิต ตอกย้ำความคิดความเชื่อและความรับรู้ของเด็กเพื่อเตรียมเด็กเข้าสู่สังคม (socialization) ผ่านทางวจนภาษา อวจนภาษา และองค์ประกอบทางวาทกรรมภาษาจึงมีบทบาทในการกำหนดควบคุมสังคม และในขณะเดียวกันภาษาก็ถูกกำหนดควบคุมโดยสังคมเช่นกัน

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง (2007) ศึกษาเรื่อง “Discourse of Plastic Beauty : A Critical Analysis of Cosmetic Surgery Ads in Thai” วาทกรรมศัลยกรรมเสริมความงาม : การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์โฆษณาศัลยกรรมเสริมความงามในภาษาไทย โดยศึกษาอุดมการณ์ที่ปรากฏในโฆษณาศัลยกรรมเสริมความงาม ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษา อำนาจ และอุดมการณ์ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แบ่งเป็น 2 ช่วง คือ 1) ระหว่าง เมษายน 2549-มีนาคม 2550 ศึกษาในนิตยสาร 4 เล่ม ได้แก่ CLEO, ELLE, SHAPE, SLIMMING 2) ระหว่างมีนาคม 2552- มิถุนายน 2553 ศึกษาข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่ นิตยสาร SHAPE และ SLIMMING แผ่นพับโฆษณาสถานเสริมความงามในกรุงเทพฯ และเว็บไซต์ของสถานเสริมความงาม ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษา อำนาจ และอุดมการณ์ตามแนวคิดของ Fairclough (1989, 1995) van Dijk (1993, 2003) และ Blommaert (2005) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาข้อความทางภาษาที่ปรากฏในข้อมูล โดยศึกษา 2 ด้าน คือ 1) การให้นิยามของคำว่า ศัลยกรรมเสริมความงาม และ 2) มหัตศจรรย์แห่งศัลยกรรมเสริมความงาม ผลการวิจัยพบว่า การที่จะเลือกใช้คำเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายของผู้หญิงที่บ่งบอกถึงความชราว่าลักษณะเช่นนี้เป็นปัญหาที่ร้ายแรง เป็นโรคชนิดหนึ่ง หรือเป็นศัตรูลักษณะที่บ่งบอกถึงความชรา ได้แก่ ริ้วรอย แผลเป็น ผมหงอก การโฆษณาที่มีการนำเสนอเรื่องราวของผู้หญิงโดยใช้ประสบการณ์ตรง เมื่อมีการนำเสนอเรื่องราวจะพบว่า การยกข้อความหรือคำพูดในบทสัมภาษณ์เพื่อมาเสริมข้อความโฆษณาทำให้ได้รับความสนใจมากกว่าการรายงานธรรมดาเพราะข้อความที่ยกมาเป็นเสมือนสิ่งที่เกิดขึ้นจริงมากกว่าการโฆษณาทั่ว ๆ ไป การใช้รูปภาพ “ก่อนและหลัง” การรักษาช่วยให้ผู้หญิงเกิดความรู้สึกว่าโฆษณานี้ น่าเชื่อถือมากขึ้นเพราะได้เห็นความ

เปลี่ยนแปลงได้ชัดเจนกว่าถ้อยคำโฆษณาธรรมดา และชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงที่ได้รับการรักษาแล้วมีความสุข มีความมั่นใจมากขึ้น สามารถใช้ชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข ศัลยกรรมเสริมความงาม คือ การผ่าตัดชนิดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความสวยงาม แต่ในวาทกรรมโฆษณา ความหมายของศัลยกรรมเสริมความงาม คือ การรักษา โดยจะเห็นได้จากการเลือกใช้กริยา “ทำ” “เสริม” และมีการใช้คำว่า “รักษา” มากที่สุด เช่น เยียวยา ทำการรักษา การรักษา/เทคนิคการรักษา ผู้เข้ารับการรักษา/ผู้รับการรักษา คนไข้ บริเวณที่รักษา การผ่าตัดรักษาจุดบกพร่อง จากการศึกษาข้อมูลทั้ง 2 กลุ่มพบว่า โฆษณาเกี่ยวกับศัลยกรรมเสริมความงามจะมีแนวคิดเกี่ยวกับความสวยงามว่า ความสวยสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นมาจากพันธุกรรมเท่านั้น และทุกคนก็สามารถสวยได้ด้วยการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ดังนั้นการที่มีรูปร่างที่สวยงามจากการทำศัลยกรรมเสริมความงามนั้น จึงเป็นเสมือนสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้หญิงมีความสุขมากขึ้น วาทกรรมโฆษณาที่ปรากฏนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงสมัยใหม่จะต้องมีความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองให้มีรูปร่างที่ดีขึ้นตามคุณลักษณะที่ปรากฏในสังคมไทย หากผู้หญิงคนใดไม่สนใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามแสดงว่าผู้หญิงคนนั้นไม่ทันสมัย ดังนั้นกลวิธีทางภาษาที่ใช้ในโฆษณาทำให้เกิดการนิยามความหมายของ “ศัลยกรรมเสริมความงาม” ใหม่ กล่าวคือ รื้อรอยแห่งวัยและลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ เป็นปัญหาร้ายแรง เป็นโรค และเป็นศัตรู โฆษณาเหล่านี้ทำให้เห็นว่าการทำศัลยกรรมเสริมความงามเป็นสิ่งจำเป็นมากกว่าทางเลือก นอกจากนี้โฆษณายังสะท้อนให้เห็นถึงความไม่เสมอภาคในสังคมไทยที่มีมาเป็นเวลายาวนาน เช่น ผู้หญิงควรต้องอ่อนเยาว์อยู่เสมอ ในขณะที่ผู้ชายยังมีอายุยิ่งทำให้มีบุคลิกภาพดี ภูมิฐาน และอบอุ่น ดังเช่นมีการใช้คำว่า “หนุ่มใหญ่” เรียกผู้ชายที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป อีกทั้งการที่มีสำนวนไทยว่า “นารีมีรูปเป็นทรัพย์” ยิ่งชี้ให้เห็นชัดเจนว่าความงามเป็นเครื่องตัดสินคุณค่าของผู้หญิงในสังคมไทย

**ชนกพร อังศุวิริยะ (2551) ศึกษา “ความเป็นผู้หญิง” ในนิตยสารสตรีสาร (พ.ศ. 2491-2539) : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์** โดยศึกษา “ความเป็นผู้หญิง” ในนิตยสารสตรีสาร ตั้งแต่ปี พ.ศ.2491-2539 รวมทั้งสิ้น 576 ฉบับ ผู้วิจัยได้เลือกข้อมูลจากบทความ แสดงความคิดเห็น ถ้อยแถลงหรือบทบรรณาธิการ และคอลัมน์ตอบจดหมายทั้งหมด 3,268 ตัวบท ผลการศึกษาพบว่า การนำกรอบแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของแพร่เคลาฟ มาศึกษา โครงสร้างของนิตยสารสตรีสาร พบว่า ตัวบท แสดงให้เห็น “ความเป็นผู้หญิง” ซึ่งเป็นผลจากการที่ ผู้ผลิต ได้แก่ บรรณาธิการและนักเขียน มีวัตถุประสงค์ให้ผู้หญิงมีการศึกษาและมีบทบาทสร้างสรรค์สังคม อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้อ่านส่วนใหญ่ซึ่งเป็นผู้หญิงได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ผ่านจดหมาย ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคดังกล่าวถือเป็นส่วนหนึ่งของปฏิบัติการทางวาทกรรมโดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับผู้บริโภคมากกว่าผลประโยชน์ทางธุรกิจ ถือเป็นจุดเด่น

ของนิตยสารสตรีสาร และการศึกษาตามกรอบบริบททางสังคมภายนอกหรือปฏิบัติการทางสังคม วัฒนธรรม ทำให้เห็นว่าสภาวะทางสังคมและเศรษฐกิจในช่วงเวลา 48 ปี ตั้งแต่เริ่มผลิตนิตยสารจนปิดกิจการ มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ส่งผลให้ผู้หญิงมีบทบาทนอกบ้านมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทั้งนี้ย่อมมีผลต่อการผลิตตัวบทในนิตยสารสตรีสารด้วย ส่วนกลวิธีทางภาษา พบ 9 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การใช้ทัศนภาวะการอ้างถึง การใช้คำถามวาทศิลป์ การใช้สำนวน การใช้อุปลักษณ์ การใช้ถ้อยคำนัยผกผัน การใช้มุขลบท และการใช้สหบท ซึ่งสะท้อนความคิดเกี่ยวกับผู้หญิง โดยจำแนกเป็น 3 ความคิด 1) ความงามแบ่งเป็นความงามของร่างกายและการตกแต่งร่างกาย 2) พฤติกรรมแบ่งเป็นพฤติกรรมระหว่างเพศและพฤติกรรมการแสดงออกและอารมณ์ความรู้สึก และ 3) การทำหน้าที่แบ่งเป็นการทำหน้าที่ในบ้านและการทำหน้าที่นอกบ้าน ทั้ง 3 ความคิดดังกล่าวได้สะท้อนอุดมการณ์ที่สำคัญ 2 อุดมการณ์ คือ อุดมการณ์ปีตาธิปไตยและอุดมการณ์สตรีนิยม ได้แก่ เรื่องของความงาม ทำให้เห็นว่าผู้หญิงจะต้องมีความงามและจัดการให้ตัวเองงามได้มีพฤติกรรมที่ตกเป็นรองผู้ชายหรือเป็นผู้รับ และยังมีบทบาทหน้าที่ในการเป็นแม่และเมีย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบวาทนิตยสารสร้างความเป็นผู้หญิงเพื่อรับใช้ผู้ชายสะท้อนการครอบงำทางความคิดของอุดมการณ์ปีตาธิปไตย ขณะที่บางความคิดสะท้อนให้เห็นว่า ผู้หญิงสามารถศึกษาหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง และมีบทบาทในการทำงานหรือทางสังคมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นกรอบความคิดของอุดมการณ์สตรีนิยมที่พยายามเรียกร้องให้ผู้หญิงสามารถพึ่งพาตัวเองได้

**ศุคนธรัตน์ สร้อยทองดี (2552)** ศึกษาเรื่อง “การนำเสนออุดมการณ์ความเป็นแม่ในวาทกรรมโฆษณาในนิตยสารสำหรับครอบครัว” เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษาในวาทกรรม โฆษณาสินค้าในนิตยสารสำหรับครอบครัวกับการนำเสนออุดมการณ์ความเป็นแม่ในสังคมไทย ปัจจุบันตามแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) เพื่อวิเคราะห์ว่าวาทกรรมโฆษณาในนิตยสารสำหรับครอบครัวมีลักษณะอย่างไร และกลวิธีทางภาษาที่วาทกรรมโฆษณาเลือกใช้มีบทบาทสำคัญในการนำเสนออุดมการณ์ความเป็นแม่เพื่อประโยชน์ทางการค้าอย่างไร ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้มาจากตัวบทโฆษณาที่ปรากฏในนิตยสารรักลูก แม่และเด็ก บันทึกคุณแม่ และ MOTHER & BABY ที่วางจำหน่ายระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปีพ.ศ.2550 รวมโฆษณาที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 340 ชิ้นงาน ผลการวิจัยพบว่า วาทกรรมโฆษณาในนิตยสารสำหรับครอบครัวมีรูปแบบการนำเสนอ 2 รูปแบบ คือ โฆษณาที่สื่อความทางธุรกิจโดยตรงและบทความเชิงโฆษณา (Advertorials) กลวิธีทางภาษาที่วาทกรรมโฆษณาเลือกใช้มี 2 กลวิธี คือ (1) กลวิธีทางวจนภาษา ประกอบด้วยกลวิธีกรกล่าวอ้าง การเลือกใช้คำศัพท์ การใช้อุปลักษณ์ การใช้มุขลบทและการเล่าเรื่อง (2) กลวิธีทางอวจนภาษา ได้แก่ การใช้ความหมายของภาพ การใช้ขนาดของตัวอักษรและการใช้สี กลวิธีทางภาษาเหล่านี้ได้สะท้อนความคิด

เกี่ยวกับแม่ ได้แก่ แม่คือผู้ที่เหมาะสมกับหน้าที่ดูแลลูกมากที่สุด แม่ต้องเลี้ยงดูลูกอย่างดีที่สุด แม่ต้องใฝ่หาความรู้ แม่ต้องเก่งรอบด้าน และแม่ต้องสวยและอ่อนเยาว์อยู่เสมอ วาทกรรมโฆษณานำเสนอความคิดเกี่ยวกับแม่ข้างต้นเพื่อเชื่อมโยงกับการบริโภคสินค้าว่า การเลือกใช้สินค้าตามที่วาทกรรมโฆษณานำเสนอสามารถเติมเต็มบทบาทการเป็นแม่ได้อย่างสมบูรณ์

**ศิริพร ภัทติมาสุข (2553)** ได้ศึกษาเรื่อง “วาทกรรม “ความเป็นหญิง” ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย” งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาวาทกรรม “ความเป็นผู้หญิง” ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทยโดยใช้มุมมองวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ โดยมีวัตถุประสงค์คือ วิเคราะห์อุดมการณ์เกี่ยวกับ “ความเป็นผู้หญิง” ในบทความแนะนำวิธีการ และโฆษณาสินค้าและบริการในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย และวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการสื่ออุดมการณ์เกี่ยวกับ “ความเป็นผู้หญิง” ในการวิจัยนี้ได้ใช้ข้อมูลจากนิตยสารสุขภาพและความงาม จำนวน 6 ชื่อฉบับ ได้แก่ Health Plus, Health Today, Slimming, Shape, Slim Up และ สุขภาพดี ที่ตีพิมพ์ระหว่างเดือนพฤษภาคม 2551 ถึงเดือนเมษายน 2552 ผลการวิจัยพบว่า บทความแนะนำวิธีการ (How-to) และโฆษณาเหล่านี้ถ่ายทอดอุดมการณ์หลักเกี่ยวกับ “ผู้หญิงที่พึงประสงค์” ที่สอดคล้องกัน 3 ประการ 1) ผู้หญิงที่ “พึงประสงค์” คือผู้หญิงที่มีรูปลักษณ์บางอย่างซึ่งได้รับการนิยามว่าเป็นเครื่องบ่งบอก “ความสวยสุขภาพดี” อาทิ รูปลักษณ์ที่ดูอ่อนเยาว์ เรือนร่างผอมเพรียว ผิวขาว กระจ่างใส เป็นต้น 2) รูปลักษณ์ที่ตรงกันข้ามกับลักษณะที่พึงประสงค์โดยเฉพาะความชราและความอ้วนถูกนำเสนอว่าเป็น “ปัญหา” และ “ศัตรู” ผู้หญิงที่มีรูปลักษณ์ไม่พึงประสงค์เหล่านี้กำลังประสบปัญหาขาดความมั่นใจ และ 3) การปรับเปลี่ยนร่างกายเพื่อให้มีรูปลักษณ์ที่ดี สามารถกระทำได้ง่ายดายและมีประสิทธิภาพหากปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในด้านการดูแลสุขภาพและความงาม ดังนั้นผู้หญิงจึงควรปรับปรุงตัวเพื่อที่จะเป็นคนที่ดีกว่า ส่วนกลวิธีทางภาษานั้นพบว่า มีกลวิธีทางภาษาเพื่อสื่อความคิดเชิงอุดมการณ์ดังกล่าว ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์แบบต่าง ๆ การใช้มูลบท การใช้อุปลักษณ์ การกล่าวอ้างว่าเป็นความจริงสำหรับผู้หญิง การกล่าวเกินจริง และการสร้างสหบท ดังนั้นภาษาในนิตยสารสุขภาพและความงามมีบทบาทในการประกอบสร้างและสื่อชุดความคิดว่าด้วย “ผู้หญิงสวยแบบสุขภาพดี”

**เพ็ญนภา คล้ายสิงโต (2553)** ศึกษาเรื่อง “อุดมการณ์ทางเพศสภาพในพาดหัวข่าวอาชญากรรมในหนังสือพิมพ์ไทย : การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์” เป็นการศึกษาพาดหัวข่าวอาชญากรรมตามแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปภาพที่ปรากฏในพาดหัวข่าวอาชญากรรมในระดับข้อความและระดับคำตามเพศผู้กระทำและผู้ถูกกระทำและเพื่อวิเคราะห์อุดมการณ์ทางเพศสภาพที่แฝงอยู่ในพาดหัวข่าวอาชญากรรม ข้อมูลที่ใช้

ในการศึกษา คือ พาดหัวข่าวอาชญากรรมจำนวน 1,815 ข่าวจากหนังสือพิมพ์แนวประชานิยม 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด และคมชัดลึกในช่วงปีพ.ศ. 2549 และ พ.ศ. 2550 ผลการวิจัยมี 3 ส่วนได้แก่ 1) ผลศึกษาระดับข้อความพบว่า พาดหัวข่าวอาชญากรรมมีรูปแบบโครงสร้างพาดหัวข่าวทั้งหมด 13 รูปแบบ รูปแบบโครงสร้างพาดหัวข่าวที่ปรากฏมากที่สุดในการนำเสนอพาดหัวข่าวอาชญากรรมของทุกกลุ่มคือการนำเสนอเฉพาะเหตุการณ์ความรุนแรง รูปแบบโครงสร้างพาดหัวข่าวที่ปรากฏมากเป็นอันดับสองแสดงถึงการเลือกนำเสนอข้อมูลรองในอนุภาคแรกของพาดหัวข่าวต่างกันตามเพศผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ เช่น ในกรณีที่ข่าวผู้ชายกระทำ ความรุนแรงต่อผู้หญิง หนังสือพิมพ์เลือกนำเสนอข้อมูลกระบวนการตำรวจในรูปแบบโครงสร้าง “กระบวนการตำรวจ+ความรุนแรง” มากเป็นอันดับสองและมีสัดส่วนมากกว่าข่าวกลุ่มอื่นต่างกับข่าวที่ผู้หญิงกระทำ ความรุนแรงต่อผู้ชาย หนังสือพิมพ์เลือกนำเสนอสาเหตุความรุนแรงในรูปแบบโครงสร้าง “สาเหตุความรุนแรง+ความรุนแรง” มากเป็นอันดับสองและมีสัดส่วนมากกว่าข่าวกลุ่มอื่น 2) ผลการศึกษาระดับคำพบว่า ในกรณีอ้างถึงผู้ชาย หนังสือพิมพ์เลือกใช้ประเภทของคำแทนบุคคลแตกต่างกันตามสถานะและเพศผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ ต่างกับการอ้างถึงผู้หญิงที่หนังสือพิมพ์เลือกใช้คำแทนบุคคลประเภทเดียวกันไม่ว่าจะอยู่ในสถานะผู้กระทำหรือผู้ถูกกระทำ และ 3) จากรูปภาษาที่ต่างกันตามเพศผู้กระทำและผู้ถูกกระทำในข้อ 1) และ 2) สะท้อนให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ยังทำหน้าที่ตอกย้ำ ผลิตซ้ำอุดมการณ์ทางเพศสภาพในพาดหัวข่าวอาชญากรรมเช่น การตอกย้ำเรื่องคุณลักษณะพฤติกรรม บทบาททางเพศ และอำนาจที่ไม่เท่าเทียมระหว่างผู้ชายและผู้หญิง

**วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2553)** ศึกษาเรื่อง “อุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย” ในงานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษาและอุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย โดยใช้ข้อมูลจากนิตยสารผู้ชายจำนวน 4 รายชื่อ ได้แก่ GM , FHM, Men’s health และ Crush ที่วางจำหน่ายระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคมปีพ.ศ. 2552 ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (CDA) มาใช้ในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า วาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชายมีรูปแบบการนำเสนอ 2 รูปแบบ ได้แก่ โฆษณาที่สื่อความทางธุรกิจโดยตรงและบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ส่วนกลวิธีทางภาษาที่วาทกรรมโฆษณาใช้เพื่อสื่ออุดมการณ์ความเป็นชายมี 2 กลวิธีคือ 1) กลวิธีทางวัจนภาษา ได้แก่ การเลือกใช้คำหรือกลุ่มคำ การอ้างถึง การใช้อุปลักษณ์ การใช้มูลบท การใช้คำถามวาทศิลป์ การกล่าวเกินจริง การใช้สัทพยางค์ และการยืนยันด้วยคำสัมภาษณ์ของดาราหรือผู้มีชื่อเสียง 2) กลวิธีทางอวัจนภาษา ได้แก่ การใช้ภาพและสีประกอบโฆษณา กลวิธีทางภาษาดังกล่าวมีบทบาทในการประกอบสร้างคุณค่าว่า ผู้ชายต้องมีรูปลักษณะที่ดูดีอย่างไม่มีที่ติ ผู้ชาย

ต้องมีบทบาทในพื้นที่สาธารณะ ผู้ชายต้องเป็นสุภาพบุรุษและเรื่องเพศเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผู้ชาย ทั้งนี้วาทกรรมโฆษณาชวนเชื่อที่ว่า สินค้าและบริการเป็นตัวช่วยที่ดีที่จะทำให้ผู้ชายเป็นชายที่สมบูรณ์แบบได้

**นิตพงษ์ พิเชษฐพันธุ์ (2553)** ศึกษาเรื่อง “วาทกรรมเหตุการณ์พิพาทเขาพระวิหาร พ.ศ. 2551 จากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและอุดมการณ์” งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและอุดมการณ์เกี่ยวกับ “ไทย” และ “เขมร” ในวาทกรรมเหตุการณ์พิพาทเขาพระวิหาร พ.ศ. 2551 จากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยว่า มีการนำเสนอชุดความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” และ “เขมร” ประการใดบ้าง และมีการใช้กลวิธีทางภาษาใดเพื่อนำเสนอชุดความคิดเหล่านั้น โดยศึกษาจากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยจำนวน 9 ชื่อฉบับ ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ คมชัดลึก ไทยรัฐ ไทยโพสต์ เดลินิวส์ แนวหน้า ผู้จัดการรายวัน โพสต์ทูเดย์ และมติชน ตั้งแต่วันอังคารที่ 1 มกราคม-วันพุธที่ 31 ธันวาคม 2551 เป็นเวลา 366 วัน ผลการศึกษาพบว่า มีการใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อนำเสนอชุดความคิดเกี่ยวกับ “ไทย” และ “เขมร” แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลวิธีทางภาษาด้านอรรถศาสตร์และวัจนปฏิบัติศาสตร์ ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การใช้ อุปมาอุปไมย การใช้นามนัย การใช้มูลบท การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การใช้ถ้อยคำนัยแฝง และการกล่าวอ้างเพื่อสร้างสทบท และ 2) กลวิธีทางภาษาด้านการเรียบเรียงความ ได้แก่ การใช้โครงสร้างของเรื่องเล่า กลวิธีทางภาษาข้างต้นนำเสนอชุดความคิดที่สำคัญเกี่ยวกับ “ไทย” และ “เขมร” ได้แก่ “เขมร” มักสร้างปัญหาให้แก่ “ไทย” “เขมร” ใช้เล่ห์เพทุบาย “ไทย” ดำเนินการตามกฎหมาย “ไทย” เพลี่ยงพล้ำให้แก่ “เขมร” ทั้งนี้หากตีความความหมายของคำศัพท์ที่พบในความถี่สูง จะทำให้เห็นความคิดที่ว่า “ไทย” เหนือกว่า “เขมร” กล่าวคือ แม้ว่า “ไทย” เพลี่ยงพล้ำให้แก่ “เขมร” แต่ “ไทย” ก็มีคุณธรรมสูงกว่า “เขมร” เนื่องจาก “ไทย” ดำเนินการตามกฎหมาย ในขณะที่ “เขมร” ใช้เล่ห์เหลี่ยม

**วิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2554)** ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในหนังสือเรียนรายวิชาภาษาไทยตามหลักสูตรประถมศึกษา พ.ศ. 2503-2544 : การศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์” งานวิจัยนี้สนใจศึกษาอุดมการณ์ที่ประกอบสร้างและสื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในหนังสือเรียนรายวิชาภาษาไทยระดับประถมศึกษา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503-2544 จำนวน 4 หลักสูตร ตามแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ โดยอาศัยกรอบมิติทั้งสามของวาทกรรมของ Fairclough (1995) และศึกษาเปรียบเทียบอุดมการณ์ที่สื่อผ่านหนังสือเรียนแต่ละหลักสูตรดังกล่าว ผลการศึกษาค้นพบทบทพบกลวิธีทางภาษาที่หนังสือเรียนใช้สื่ออุดมการณ์ต่าง ๆ ทั้งสิ้น 15 กลวิธี กลวิธีทางภาษาที่ค้นพบหนังสือเรียนใช้เป็นหลักเพื่อสื่ออุดมการณ์ ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การใช้ประโยคแสดงเหตุผล การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลด้วยโครงสร้างประโยค การใช้ความเชื่อที่มีอยู่ก่อน



และการใช้เสียงที่หลากหลาย กลวิธีทางภาษาเหล่านี้สื่ออุดมการณ์ต่าง ๆ ไปสู่ผู้อ่านทั้งสิ้น 10 ชุด ความคิด อุดมการณ์เด่นซึ่งพบในหนังสือเรียนทุกเล่มคือ อุดมการณ์เด็กและอุดมการณ์ ความเป็นหญิงและความเป็นชาย ผลการศึกษาเปรียบเทียบอุดมการณ์ที่สื่อผ่านหนังสือเรียนแต่ละหลักสูตร พบว่า ความคิดย่อยของอุดมการณ์บางชุดเป็นความคิดอุดมการณ์ที่ปรากฏซ้ำอย่างต่อเนื่องในหนังสือเรียนทุกหลักสูตร เช่น ความคิดที่สื่อว่า เด็กดีคือสมาชิกที่ดีของสังคมและพลเมืองดีของชาติ และประเทศไทยคือประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ เจริญรุ่งเรืองและสงบร่มเย็น และความคิดย่อยของอุดมการณ์บางชุดเป็นความคิดที่ปรากฏในหนังสือเรียนบางหลักสูตร เช่น ความคิดย่อยที่สื่อว่า เด็กดีเป็นผู้ใช้ชีวิตอย่างพอเพียง ซึ่งปรากฏในหนังสือเรียนหลักสูตร พ.ศ. 2544 และเจ้าหน้าที่ของรัฐว่าเป็นผู้ที่เปี่ยมมิตรกับประชาชน ซึ่งปรากฏในหนังสือเรียนหลักสูตร พ.ศ. 2521 และพ.ศ. 2544 ผลการศึกษาวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมพบว่า หนังสือเรียนเป็นวาทกรรมที่ผลิตขึ้นโดยการควบคุมของหน่วยงานด้านการศึกษารัฐ เพื่อใช้ในระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานซึ่งประชาชนทุกคนต้องเข้ารับการศึกษา และมีครูซึ่งเป็นบุคคลที่สังคมไทยให้ความเคารพเป็นผู้ถ่ายทอดสู่นักเรียน หนังสือเรียนจึงเป็นวาทกรรมที่มีสถาบันรับรอง ได้รับการตีความในฐานะของความรู้ที่เชื่อว่าถูกต้อง เหมาะสม ทั้งยังสามารถเข้าถึงประชาชนทุกระดับในสังคม อุดมการณ์ที่อยู่ในหนังสือเรียนจึงสามารถส่งผลกระทบต่อสังคมได้ในวงกว้างผลการศึกษาวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม พบว่า อุดมการณ์ต่าง ๆ ที่สื่อผ่านหนังสือเรียนนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับความคิดและค่านิยมในสังคมหลายประการ ได้แก่ ความคิดเรื่อง ความอาวุโส ความคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์ ความคิดทางพระพุทธศาสนา ความคิดเรื่องชายเป็นใหญ่รวมถึงแนวคิดและนโยบายของรัฐที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละสมัยขณะเดียวกันอุดมการณ์ต่างๆ ที่สื่อผ่านหนังสือเรียนนั้นก็อาจส่งผลกระทบต่อระบบความคิด ความเชื่อของผู้อ่านรวมถึงสังคมในด้านต่างๆ ด้วยเช่นกัน ได้แก่ การนิยามความหมายของสมาชิกที่ดีที่พึงประสงค์ของสังคมไทย การนำเสนอภาพอุดมคติของบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ ในสังคม และการกำหนดแบบแผนความสัมพันธ์ของคนในสังคม งานวิจัยนี้จึงแสดงให้เห็นว่า หนังสือเรียนนั้นเป็นวาทกรรมที่ผลิตซ้ำอุดมการณ์ของรัฐและผู้มีอำนาจในสังคม เพื่อเตรียมเด็กให้เป็นสมาชิกที่ดีของสังคมตามที่รัฐและผู้มีอำนาจในสังคมเห็นว่าเหมาะสม แต่บางครั้งอุดมการณ์เหล่านั้นอาจสื่อภาพที่ไม่เป็นกลางของบุคคลและสิ่งต่าง ๆ ในสังคมไปสู่ผู้อ่าน จนอาจสร้างความไม่เท่าเทียมกันระหว่างบุคคลในสังคมได้ในที่สุด

วิภาดา รัตนดิถก ณ ภูเก็ต (2554) ศึกษาเรื่อง “ผู้ชายมีระดับ : การสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ผ่านเรื่องเล่าโฆษณาเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของนิตยสารผู้ชายไทย” งานวิจัยนี้ศึกษาการสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ให้แก่เครื่องตีมแอลกอฮอล์ผ่านการเลือกใช้เรื่องเล่าของผู้นำเสนอสินค้า ในโฆษณาเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของนิตยสารผู้ชายไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตโฆษณาอาศัยภาพลักษณ์ของผู้นำเสนอสินค้าซึ่งมักเป็นบุคคลที่สังคมเรียกว่าเซเลบริตี้ เพียบพร้อมทั้งรูปลักษณะภายนอก

การศึกษาชาติกำเนิด สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หน้าที่การงาน ทั้งยังมีรูปแบบการดำเนินชีวิต และมีกิจกรรมหรืองานอดิเรกเป็นที่น่าใฝ่ฝันประกอบกับการเลือกใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ให้เครื่องตีแม่เหล็กกลายเป็นสินค้าที่มีระดับ

จากการสำรวจงานวิจัยที่ใช้แนวทางการศึกษาในแนวทฤษฎีวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) ในภาษาไทยพบว่า มีการศึกษาหลายประเด็น และกลุ่มข้อมูลที่นำมาศึกษานั้นก็น่าสนใจอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการนำข้อมูลที่มาจากสื่อสาธารณะต่างๆ มาเป็นกลุ่มข้อมูล ในการนำเสนอทิศทางการวิจัยเกี่ยวกับด้านนี้ผู้วิจัยจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ประเด็นการศึกษา 2) กลุ่มข้อมูลที่นำมาศึกษา และ 3) วิธีการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1) ประเด็นการศึกษา

จากการสำรวจงานวิจัย พบว่า มีประเด็นในการศึกษาตามแนวทางทฤษฎีวิเคราะห์เชิงวิพากษ์คือ งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาในเรื่องเพศสภาพ ทั้งที่เกี่ยวกับผู้หญิง ผู้ชาย และเพศที่สาม นอกจากนี้งานวิจัยเกี่ยวกับ “ความเป็นผู้หญิง” ค่อนข้างมาก และศึกษาในหลายมุม ได้แก่ “ความเป็นแม่” “ความเป็นผู้หญิงมีสุขภาพดี” หรือแม้กระทั่งผู้หญิงในข่าวอาชญากรรม ซึ่งประเด็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับผู้หญิงนี้ ผลการวิจัยที่เกี่ยววอดุมการณ์ที่ปรากฏส่วนใหญ่จะมีวอดุมการณ์ปีศาจปีศาจปรากฏอยู่ แม้กระทั่งในงานวิจัยที่ศึกษาทฤษฎีในแบบเรียนภาษาไทย ยังมีชุดความคิดเกี่ยวกับผู้หญิง-ผู้ชายปรากฏอยู่ด้วย ซึ่งมีงานวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งที่ศึกษาในประเด็นของผู้ชายด้วยเช่นกัน ทั้งที่ศึกษา “ความเป็นชาย” และ “ผู้ชายมีระดับ” ส่วนประเด็นเกี่ยวกับการถกเถียงในสังคมและเหตุการณ์สำคัญ เป็นเรื่องรองลงมาที่มีคนให้ความสนใจศึกษา นอกจากนี้มีผู้สนใจศึกษาประเด็นการถกเถียงในสังคมและเหตุการณ์สำคัญ ในช่วงปีพ.ศ. 2543-2548 คือ ประเด็นข่าวเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยและเขมรซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญในเมืองไทย และในช่วงปีพ.ศ. 2553 ได้มีงานวิจัยอีกหนึ่งเล่มที่ขยายการศึกษาเกี่ยวกับเขมรให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงสมัยนั้น ส่วนประเด็นทางด้านศาสนาจะพบเพียงเรื่องเดียว และไม่ปรากฏว่ามีการศึกษาในลักษณะเช่นนี้อีก แต่สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับประเด็นการศึกษาตามแนวทางทฤษฎีวิเคราะห์เชิงวิพากษ์นี้คือ ทิศทางการศึกษาที่มีแนวโน้มจะสัมพันธ์กันกับศาสตร์อื่น ๆ เช่น การนำแบบเรียนมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวอดุมการณ์ เป็นต้น

### 2) กลุ่มข้อมูลที่นำมาศึกษา

กลุ่มข้อมูลที่นำมาศึกษานั้น พบว่า กลุ่มข้อมูลที่นิยมนำมาใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มข้อมูลจากนิตยสารทั้งที่เป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิง และสำหรับผู้ชาย จากการรายงานข่าวใน

หนังสือพิมพ์/ข่าวหน้าหนึ่ง ในอินเทอร์เน็ต หนังสือแบบเรียน หนังสือสำหรับเด็ก รวมไปถึงรายการโทรทัศน์ด้วย อย่างไรก็ตามเมื่อศึกษาจากวิวัฒนาการของการศึกษาตามแนวทฤษฎีวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในภาษาไทยแล้วจะพบว่า การนำข้อมูลในนิตยสารมาใช้นั้นจะได้รับความนิยมมาก รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้ในยุคแรกจะนิยมนำข้อมูลจากหนังสือพิมพ์มาศึกษา จะเห็นได้ว่าการเลือกกลุ่มข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานั้นเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะกลุ่มข้อมูลเหล่านี้สามารถสื่อให้เห็นอุดมการณ์ของคนในสังคมได้อย่างชัดเจน ดังที่ ฟาน ไคค ( 2008) ได้เสนอไว้ว่า การศึกษาอุดมการณ์เกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาตินั้นสามารถศึกษาได้จาก สื่อสิ่งพิมพ์ แบบเรียน การรายงานข่าว บทสนทนาในชีวิตประจำวัน เป็นต้น ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าแนวโน้มของการเลือกกลุ่มข้อมูลมาศึกษาตามแนวทางนี้จะเป็นกลุ่มข้อมูลที่มาจากสื่อสาธารณะ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมในสังคมยุคสมัยนั้น ๆ

### 3 ) แนวทางการศึกษา

แนวทางการศึกษาที่นำมาศึกษานั้นสามารถจัดกลุ่มได้ 4 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ 1) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ 2) การศึกษาอัตลักษณ์ หรือภาพตัวแทน 3) การศึกษาการสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ และ 4) การศึกษาปฏิสัมพันธ์วิเคราะห์ งานวิจัยที่เกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ และจะเลือกศึกษากลุ่มหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจในสังคม เช่น เหตุการณ์พิพาทระหว่างเขมรกับไทย มุมมองทางลบเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย กลุ่มเกย์ออนไลน์ เป็นต้น หรือการผลิตและบริโภคซ้ำของสื่อโฆษณาที่ทำให้ความคิดของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป เช่น การมองว่ารูปร่างหน้าตาที่ผิดไปจากต้นแบบที่โฆษณาได้กำหนดไว้ทำให้เกิดเป็นโรคร้ายที่ต้องได้รับการรักษา

จากงานวิจัยที่เกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ จะเห็นได้ว่า งานวิจัยส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์และจะเลือกศึกษากลุ่มหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจในสังคม เช่น เรื่องของชนกลุ่มน้อย มุมมองทางลบเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย กลุ่มเกย์ออนไลน์ การค้ายาเสพติดของกลุ่ม 5T เป็นต้น หรือการผลิตและบริโภคซ้ำของสื่อโฆษณาก็ทำให้ความคิดของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้งานวิจัยในประเทศไทยและต่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาวาทกรรมหลัก เช่น ในงานวิจัยของกาญจนา เจริญเกียรติบวร, รัชนิทา พงศ์อุดม, ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, John Oddo, Geraint O. Edwards ส่วนในงานของธีระบุษบกแก้ว จะเป็นการศึกษาวาทกรรมต่อต้าน ในงานของกฤษดาวรรณ หงส์ดารมภ์ เป็นการศึกษาทั้งวาทกรรมหลักและวาทกรรมต่อต้าน กล่าวคือ เป็นการศึกษาวาทกรรมที่แข่งขันกัน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ทิศทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในภาษาไทย น่าจะมีแนวโน้มไปในทิศทางที่หลากหลายมากขึ้น มีการขยายขอบเขตการศึกษาจากเดิมที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ ในระยะหลังได้มีการศึกษาในลักษณะของภาพแทนหรืออัตลักษณ์มากขึ้น รวมไปถึงเรื่องของการนำกรอบแนวคิดอื่น ๆ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ด้วย ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนคนอีสาน ทั้งทางด้านวิธีการศึกษา กลุ่มข้อมูล และประเด็นการศึกษา

### 2.3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคนอีสาน

จากการศึกษารวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคนอีสานพบว่า มีงานวิจัยด้านต่าง ๆ ได้ศึกษาเกี่ยวกับคนอีสานไว้อย่างกว้างขวาง ได้แก่ ทางด้านรัฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภาษาศาสตร์ ครุศาสตร์ นิเทศศาสตร์ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะเน้นงานวิจัยเกี่ยวกับคนอีสานในมุมมองทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ดังนี้

**อัฐมา โภคาพานิชวงษ์ (2552)** ศึกษาเรื่อง “วาทกรรมเรื่องโรคจิตเวชและการต่อรองความหมายทางสังคมของผู้ป่วยทางจิตในท้องถิ่นอีสาน” งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจการดำรงอยู่ของความบ้ำหรือการป่วยทางจิตในฐานะวาทกรรมที่อยู่ท่ามกลางการปะทะ ประสาน และต่อรอง ระหว่างความรู้แบบวิทยาศาสตร์การแพทย์กับความรู้ท้องถิ่นในชนบทอีสาน ซึ่งสัมพันธ์กับการกำหนดหรือให้ความหมายแก่ตัวตน/อัตลักษณ์ของผู้ป่วยทางจิตและชุมชน โดยใช้แนวคิดเรื่องวาทกรรม อำนาจ-ความรู้และตัวตนเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ผู้ศึกษาได้ใช้กรอบความคิดของ Michel Foucault ที่กล่าวถึง อำนาจ-ความรู้และตัวตนซึ่งแสดงปฏิบัติการผ่าน วาทกรรมและเป็นส่วนหนึ่งของวาทกรรมด้วย นอกจากนี้ผู้ศึกษาได้ให้ความสำคัญกับแนวทางที่ฟูโกต์แนะนำให้พิจารณา 5 ประเด็นหลัก คือ 1) ระบบของการจำแนกแยกย่อยความแตกต่าง 2) ลักษณะวัตถุประสงค 3) วิธีที่ความสัมพันธ์เชิงอำนาจนั้นถูกจัดวางลงไปในโครงสร้าง 4) รูปแบบของการทำให้เป็นสถาบัน และ 5) ระดับของการทำให้เป็นเหตุเป็นผล และผู้ศึกษาได้ทดลองนำแนวคิดหลังโครงสร้างนิยมของ Jacques Derrida มาพิจารณาร่วมด้วย โดยเฉพาะประเด็นเรื่องความเป็นศูนย์กลางและการเล่นภายในโครงสร้าง และได้ปรับแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการศึกษานี้เป็นการนำมาใช้ในฐานะกรอบคิด เพื่อวิเคราะห์กระบวนการหรือปฏิบัติการที่วาทกรรมเรื่องโรคจิตเวชได้กระทำลงบนโครงสร้างทางสังคมชุมชน โดยพิจารณาว่ากระบวนการที่วาทกรรมเรื่องโรคจิตเวชได้แทรกตัวลงปักฐานในชุมชน นำไปสู่การพยายามจัดประเภทและนิยามโรคอย่างมีอำนาจเบ็ดเสร็จ

แทนที่ความรู้ในโลกทัศน์แบบพื้นบ้าน รวมทั้งวิถีคิดและการจัดการต่อความเจ็บป่วยทางจิตที่สังคมอนุญาติให้ใช้ความเข้มงวด รุนแรงบนฐานของเหตุผลในระบบการแพทย์สมัยใหม่ การให้ความชอบธรรมต่อการประเมินคุณค่าตัวตนของผู้ป่วยทางจิตบนบรรทัดฐานของความแตกต่างและวิถีคิดแบบคู่ตรงข้าม ในทางกลับกันการพยายามมองให้พ้นจากกรอบของความเป็นศูนย์กลางหรือแหล่งของอำนาจเดียวแสดงให้เห็นถึงการประสานทางวาทกรรมของความรู้ระบบการแพทย์สมัยใหม่กับความรู้ท้องถิ่น การวิเคราะห์หรือการต่อรองความหมายและอำนาจภายในโครงสร้างระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ทั้งผู้ป่วยทางจิต-ชุมชน ตลอดจนการช่วงชิงการกำหนดความหมายและการเลื่อนไหลทางอำนาจของวาทกรรมหลัก-วาทกรรมย่อยที่เกิดขึ้นด้วย

ในการศึกษานี้ผู้ศึกษาใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบมีส่วนร่วมในชุมชน ได้แก่ การเข้าไปใช้ชีวิตอยู่ร่วมภายในชุมชนเป็นระยะเวลาหนึ่ง การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบไม่เป็นทางการ การสังเกตการณ์และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน อย่างไรก็ตามด้วยข้อจำกัดต่าง ๆ ผู้ศึกษามีได้ไปสังเกตการณ์ในระยะยาว แต่ใช้วิธีเข้าไปพักอาศัยเป็นระยะอย่างต่อเนื่องในช่วง 6-7 เดือน หมู่บ้านที่ผู้ศึกษาได้ทำการวิจัยนั้นเป็นหมู่บ้านชนบทแห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แต่รายละเอียดของหมู่บ้านและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลนั้นผู้ศึกษาได้ใช้นามสมมติในหมู่บ้านมีผู้ป่วยอาการทางจิตจำนวน 14 คน และมี 10 คนที่ยอมรับในการป่วยของตนเองและปัจจุบันอยู่ระหว่างการรับยาจิตเวชอย่างเปิดเผย ส่วนที่เหลือไม่เชื่อว่าตนเองจึงไม่เข้ารับการรักษา ซึ่งชุมชนนี้มีผู้ป่วยทางจิตซึ่งภาษาชาวบ้านเรียกว่า “ผีบ้า”

#### จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการศึกษาพบว่า การจัดจำแนกและการกีดกันผู้ป่วยออกจากโลกของคนปกตินี้ยังมีมิติของการต่อต้าน ต่อรองที่ผู้ป่วยทางจิตเรียนรู้ที่จะใช้เป็นยุทธวิธีในการดึงอำนาจบางส่วนกลับมาหรือเพื่อเปิดที่ทางให้ตนเองสามารถอยู่ได้อย่างมีคุณค่า มีความหมายหรือไม่คุกคามเกินไปนัก รูปแบบการต่อต้าน ต่อรองนี้ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างเป็นกระบวนการหรือกิจจะลักษณะ หากเป็นการต่อต้านเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของผู้ป่วย ซึ่งอาจดูไม่มีความหมายสำหรับคนทั่วไป แต่การต่อต้าน ต่อรองเหล่านี้มีความหมายและความสำคัญกับผู้ป่วยทางจิตและครอบครัว ในแง่ที่เป็นการแสดงตัวตนและพลังอำนาจที่มีอยู่จำกัดบนพื้นที่ชีวิตที่พวกเขาต้องปฏิสัมพันธ์อยู่ด้วยตลอดเวลาท่ามกลางการลงหลักปักฐานของระบบแพทย์สมัยใหม่วาทกรรมเรื่อง “โรคจิตเวช” ได้เข้ามาครอบครองปริณทลของความหมายและกำหนดความรู้ต่อการเจ็บป่วยทางจิตด้วยระเบียบวินัยแบบสถาบัน (discipline) ที่ก่อให้เกิดการตีตราทางสังคมรุนแรงขึ้น ในทางกลับกันผู้ป่วยทางจิตก็มีกลไกการตอบโต้ ต่อรองเชิงอำนาจด้วยการ “เล่น” กับนิยามที่สังคมกำหนด ส่งผลให้กฎเกณฑ์ทาง

สังคมของคนดีเกิดความสับสน วุ่นวาย ขณะที่ความบ้าหรือการป่วยทางจิตกลับดูกำกวม เลื่อนไหลไปมาได้

**บุญทิวา พ่วงกลัด (2554)** ศึกษาเรื่อง “วาทกรรม”บุญนิยม” : กรณีศึกษาชุมชนราชธานีโอศก จังหวัดอุบลราชธานี” งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของภาษาในการสร้างอุดมการณ์ และวาทกรรมบุญนิยม ให้เกิดขึ้นในกลุ่มของชาวชุมชนราชธานีโอศก และเพื่อศึกษานิภาพของชาวชุมชนที่ทำให้เกิดภาคปฏิบัติทางวาทกรรม “บุญนิยม” ของชาวชุมชนราชธานีโอศก ตามแนวคิดนิภาพของปีแอร์ บูร์ดิเยอ วิธีศึกษาประกอบด้วยการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ในการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่สัมภาษณ์ ได้แก่ สมณะ นักบวชหญิง ผู้นำชุมชน และชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนราชธานี

ผลการศึกษาพบว่า ภาษาเข้ามามีบทบาทในการสร้างและคงไว้ซึ่งอุดมการณ์และวาทกรรม “บุญนิยม” คำศัพท์ที่เกี่ยวกับอุดมการณ์ “บุญนิยม” ได้ถูกสร้างขึ้นใน 3 ด้าน คือ 1) คำศัพท์เกี่ยวกับแนวคิดหลัก 2) คำศัพท์ด้านเศรษฐกิจ และ 3) คำศัพท์ด้านสังคม คำศัพท์ต่าง ๆ นี้ถูกนำไปใช้ภายในชุมชนในการสื่อสารแบบทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ได้แก่ การเทศน์ของสมณะโพธิรักษ์ รวมถึงสมณะและสิกขมาตุ การประชุมต่าง ๆ ของชาวชุมชน และการสื่อสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น เอกสารและวารสารของชาวโอศก สื่อโทรทัศน์และวิทยุของชาวโอศก และ การสนทนาแบบไม่เป็นทางการ ด้วยภาษาและคำศัพท์ต่าง ๆ ที่ถูกนำมาใช้นี้ทำให้เกิดนิภาพ (Habitus) ขึ้นสองลักษณะภายในกลุ่มชาวชุมชนราชธานีโอศกคือ 1) นิภาพระดับปัจเจกบุคคล ประกอบด้วย ลักษณะการบริโภค ลักษณะการแต่งกายและรูปลักษณ์ และการทำงานและการปฏิบัติธรรม 2) นิภาพระดับสังคม ได้แก่ การเข้าร่วมงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของชาวโอศกและของชุมชน ซึ่งเป็นการผลิตซ้ำอุดมการณ์ และวาทกรรม “บุญนิยม” ให้ดำรงอยู่

**บุญณิศา สิโรตมาภรณ์ (2552)** ศึกษาเรื่อง “การถ่ายทอดวัฒนธรรมอีสานผ่านหนังสือการ์ตูนหนูหิ้นอินเตอร์ในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย” งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปริมาณและประเภท เนื้อหาเชิงวัฒนธรรมอีสานที่นำเสนอในหนังสือการ์ตูนหนูหิ้นอินเตอร์ ศึกษาการถ่ายทอดวัฒนธรรมอีสานที่นำเสนอในหนังสือการ์ตูน และศึกษาการตีความของผู้อ่านการ์ตูนที่อยู่ในวัฒนธรรมอีสานกับผู้อยู่นอกวัฒนธรรมอีสาน ข้อมูลที่นำมาศึกษาคือ หนังสือการ์ตูนหนูหิ้นอินเตอร์โนนหิ้นแห่ ซึ่งเป็นการรวบรวมเรื่องราวจากหนูหิ้นว่าไรดีวิถีแห่งตะวันออกเฉียงเหนือที่ตีพิมพ์ในหนังสือการ์ตูนหนูหิ้นอินเตอร์ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2533 – 2550 รวม 5 เล่ม ทั้งหมด 84 ตอน และศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม กลุ่มละ 4 คน คือ กลุ่มตัวอย่างจากนักเรียนที่กำลังศึกษาในชั้นมัธยมศึกษา

ตอนปลายที่เคยอ่านหนังสือหนูหิ้นอินเทอร์เน็ต และเป็นคนในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งถือเป็นเจ้าของวัฒนธรรม โดยมีความรู้และความเข้าใจวัฒนธรรมอีสานอย่างดี กลุ่มที่สองคือนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่เคยอ่านหนังสือหนูหิ้นอินเทอร์เน็ต และเป็นคนที่มิถุนมีลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นคนในวัฒนธรรมหลัก ในการศึกษาวิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ทฤษฎีสัญญะวิทยา (Semiology) และแนวคิดเรื่องผู้รับสารของสจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Hall) เป็นแนวทางในการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า หนังสือการ์ตูนเรื่องหนูหิ้นอินเทอร์เน็ตมีการนำเสนอเนื้อหาประเภทวัฒนธรรมอีสาน โดยมีเนื้อหาประเภททัศนศิลป์มากที่สุด ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าและการแต่งกาย รองลงมาคือประเภทศิลปะ ได้แก่ ด้านภาษา ประเภทช่างฝีมือ ได้แก่ ด้านการจัดสวน ประเภทกีฬา และนันทนาการ ได้แก่ ด้านการละเล่น และประเภทมนุษยศาสตร์ ได้แก่ ด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี ส่วนภาพรวมของการถ่ายทอดวัฒนธรรมอีสานพบว่า มีการปรากฏเนื้อหาและภาพที่สื่อให้เห็นวัฒนธรรมอีสานได้อย่างชัดเจน ได้แก่ การใช้ภาษา การแต่งกาย วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตัวละคร ในการหาอาหารจากแหล่งธรรมชาติและการกินอยู่ด้วยความเรียบง่าย ส่วนความหมายแฝงเร้นที่ปรากฏอยู่ในองค์ประกอบของการ์ตูนผ่านตัวละครเรื่องนี้ ได้แก่ ตัวละคร ฉาก และการแต่งกาย พบว่า มีการกำหนดลักษณะของตัวละครที่แสดงให้เห็นสถานภาพทางสังคม ชนชั้น และฐานะทางการเงินที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยตัวละครหนูหิ้นจะมีลักษณะทางวัฒนธรรมและค่านิยมที่ด้อยกว่า หรือตกเป็นรองคุณมิลค์ทั้งหมด ได้แก่ การศึกษาที่จบเพียงระดับประถมศึกษา การประกอบอาชีพผู้ดูแลบ้าน ลักษณะการแต่งตัวที่ธรรมดา ฐานะทางบ้านที่ยากจน อีกทั้งมีรูปร่างหน้าตาที่ไม่สวยงาม ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสื่อออกมาได้จากภาษาภาพในองค์ประกอบของการ์ตูนเรื่องนี้

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าเนื้อหาของการ์ตูนได้สะท้อนความคิดของคนในวัฒนธรรมหลักโดยผ่านตัวแทนตัวละครคุณมิลค์ ซึ่งจะมีเกณฑ์ของตนเองมาตัดสินรูปแบบวัฒนธรรมการกินของหนูหิ้นว่าแปลกและแตกต่างออกไป ในขณะที่หนูหิ้นก็แสดงเหตุผลของรูปแบบแผนในการดำรงชีวิตของตนให้คุณมิลค์ทราบว่าการดำรงชีวิตในชนบทเป็นการกินเพื่ออยู่ ไม่ได้อยู่เพื่อกิน ดังเช่นกลุ่มตัวอย่างจากภาคอีสานต่างก็ยอมรับรูปแบบการกินของหนูหิ้นว่าสอดคล้องกับพวกตนและถือว่าเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน

สิ่งที่น่าสนใจในงานวิจัยนี้คือ นอกจากจะมีการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับวัฒนธรรมหลักแล้ว ยังให้ความสนใจเรื่องสถานภาพทางสังคม ชนชั้น และฐานะทางการเงินที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ได้แก่ การกำหนดตัวละคร “คุณมิลค์” ที่แสดงให้เห็น

ภาพเหมารวมของคนที่อยู่ในสังคมสมัยใหม่ที่มีความเพียบพร้อมทุกอย่าง กล่าวคือ มีรูปร่างหน้าตา สวยงาม มีฐานะและการศึกษาที่ดี แต่งตัวตามสมัยนิยม อีกทั้งฉากที่พบในเรื่องก็ได้แสดงให้เห็น ค่านิยมของคนที่มีฐานะทางการเงิน ในขณะที่การแสดงให้เห็นภาพเหมารวมของ “หนูหิน” ทำให้ ผู้อ่านสามารถรับรู้และเข้าใจตรงกันได้ว่า ตัวละครตัวนี้มีถิ่นฐานบ้านเกิดจากท้องถิ่นในภาคอีสาน มีการแต่งกายแบบชาวบ้าน ในขณะที่เดียวกันการแต่งกายดังกล่าวหากปรากฏอยู่ในฉากของบ้าน คุณมิลค์ก็จะสามารถสื่อให้เข้าใจได้ว่าเป็นลักษณะของชุดคนใช้ซึ่งถือเป็นสถานภาพทางสังคมอีก ชั้นหนึ่งในสังคมไทย

### รัตนา จันทาว์ (2553) ศึกษาเรื่อง “อุปลักษณ์เกี่ยวกับแหล่งน้ำของคนขอนแก่น”

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอุปลักษณ์เกี่ยวกับแหล่งน้ำของคนขอนแก่นว่ามีการใช้คำอุปลักษณ์ ลักษณะอย่างไร คำว่า แหล่งน้ำ ในงานวิจัยนี้หมายถึง แหล่งน้ำสาธารณะประโยชน์ ได้แก่ แม่น้ำ หนองน้ำ และอ่างเก็บน้ำในอำเภอเมือง อำเภอบ้านอุบลรัตน์ และอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น เครื่องมือในการศึกษาได้แก่ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ที่อาศัยอยู่ใน 3 อำเภอ โดยทุกคนต้องเคยใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำสาธารณะมาก่อน ผู้วิจัยกำหนด กรอบคำถามเป็นประโยคปลายเปิดว่า “ท่านคิดว่า ‘แหล่งน้ำ’ เป็น....” การวิจัยนี้เป็นการประยุกต์ แนวคิดเรื่อง อุปลักษณ์ (Metaphor) ของ George Lakoff และ Mark Johnson (1998) เพื่อนำมา ศึกษาทัศนคติของคนขอนแก่นเกี่ยวกับแหล่งน้ำสาธารณะประโยชน์

ผลการศึกษาพบว่า อุปลักษณ์เกี่ยวกับแหล่งน้ำที่พบมีทั้งหมด 4 ประเภท ได้แก่ สถานที่ คน นามธรรม และสิ่งของ อุปลักษณ์แหล่งน้ำถูกนำมาเปรียบเทียบกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และพ่อแม่ มากที่สุด การใช้อุปลักษณ์ดังกล่าวแสดงถึงทัศนคติเกี่ยวกับแหล่งน้ำของคนในสังคมเมืองปัจจุบัน กล่าวคือ มีทัศนคติว่าแหล่งน้ำเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ควรให้ความเคารพและใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำ เฉพาะที่จำเป็นและไม่ทำสิ่งที่ไม่เหมาะสมกับแหล่งน้ำ ทั้งนี้สัมพันธ์กับรูปอุปลักษณ์ เทวดา และผี ซึ่งเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คุ้มครองและมีอำนาจในการให้คุณโทษต่อผู้ที่ใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำ นอกจากนี้ แหล่งน้ำเป็นสวนสาธารณะเนื่องจากสัมพันธ์กับการพัฒนาแหล่งน้ำทุกแห่งในพื้นที่ศึกษาให้เป็น สวนสาธารณะที่มีประโยชน์ด้านการพักผ่อน การออกกำลังกาย รวมถึงเป็นสถานที่ทำกิจกรรมทั้งของ ชุมชนและของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งรูปอุปลักษณ์ สวนสาธารณะนี้สะท้อนให้เห็นบทบาทของแหล่งน้ำ ในสังคมสมัยใหม่ในฐานะที่เป็นสถานที่ที่ภาครัฐมีอำนาจในการจัดการอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งแตกต่าง จากอดีตที่การจัดการพื้นที่บริเวณแหล่งน้ำนั้นเป็นสิทธิ์และอำนาจของประชาชนผู้อยู่อาศัยอยู่บริเวณ แหล่งน้ำหรือผู้ที่ใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำ



**ยุทธาทะ โทมิโอะกะ (2552)** ศึกษาเรื่อง “**ทัศนคติต่อภาษาและการเลือกภาษาของคนไทยอีสานที่มีอายุต่างกัน**” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติต่อภาษาไทยถิ่นอีสาน และภาษาไทยมาตรฐานของคนไทยอีสาน 3 กลุ่มอายุ ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มอายุน้อย (15-30 ปี) กลุ่มอายุกลาง (31-45 ปี) และกลุ่มอายุมาก (46-60 ปี) จำนวน 849 คน และวิเคราะห์การเลือกภาษาของคนไทยอีสาน รวมถึงการตีความเรื่องการอ้างภาษาและการเปลี่ยนภาษาในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากนักศึกษาและเจ้าหน้าที่ที่มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้วิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แบบสามส่วน ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ และคำถามเกี่ยวกับการเลือกภาษา

ผลการวิเคราะห์พบว่า ทัศนคติต่อภาษาแตกต่างกันตามอายุ ไม่ว่าจะกลุ่มอายุใดก็ตาม คนไทยอีสานมีทัศนคติทางบวกต่อภาษาไทยถิ่นอีสาน และภาษาไทยมาตรฐาน แต่กลุ่มอายุน้อยมีทัศนคติทางบวกต่อภาษาไทยมาตรฐานมากกว่าภาษาไทยถิ่นอีสาน และกลุ่มอายุมากมีทัศนคติทางบวกต่อภาษาไทยถิ่นอีสานมากกว่าภาษาไทยมาตรฐาน ด้านการเลือกภาษา ผลการวิเคราะห์แสดงว่า มีความแตกต่างกันตามอายุเช่นกัน คือ ไม่ว่าจะกลุ่มใดอายุใดก็ตาม คนไทยอีสานเลือกใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานในสถานการณ์ไม่เป็นทางการ และเลือกใช้ภาษาไทยมาตรฐานในสถานการณ์ทางการ แต่กลุ่มอายุน้อยเลือกใช้ภาษาไทยมาตรฐานมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และกลุ่มอายุมากเลือกใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ดังนั้นสรุปได้ว่า ภาษาไทยถิ่นอีสานอยู่ในภาวะการเปลี่ยนแปลงภาษา แต่ภาษาไทยถิ่นอีสานคงยังไม่สูญหายไปในวันของอายุน้อย เพราะกลุ่มอายุน้อยยังมีทัศนคติทางบวกต่อภาษาไทยถิ่นอีสาน และยังมีแวดวงที่เลือกใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานด้วย

#### CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากงานวิจัยเกี่ยวกับคนอีสานข้างต้น จะเห็นได้ว่างานวิจัยมีแนวทางการศึกษา 3 ลักษณะด้วยกันคือ กลุ่มแรกที่มีแนวทางการศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยที่ศึกษาวาทกรรมที่สื่อให้เห็นแนวคิดและความเชื่อของคนในสังคมหนึ่งที่มีต่อสิ่งนั้น ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยเรื่อง “วาทกรรม “บุญนิยม” : กรณีศึกษาชุมชนราชธานีโศก จังหวัดอุบลราชธานี” หรือในด้านการต่อรองความหมายของคนในสังคมของผู้ป่วยโรคจิตที่มีการสื่อให้เห็นถึงความเข้าใจของคนในสังคมที่มีต่อผู้ป่วยโรคจิต การต่อสู่วาทกรรมระหว่างวาทกรรมของคนในชุมชน กับวาทกรรมที่การแพทย์สมัยใหม่พยายามที่จะแปรเปลี่ยนความคิด ความเชื่อของคนในชุมชนในงานวิจัยเรื่อง “วาทกรรมเรื่องโรคจิตเวชและการต่อรองความหมายทางสังคมของผู้ป่วยทางจิตในท้องถิ่นอีสาน” นอกจากนี้งานทางด้านอุปลักษณ์กับมโนทัศน์เป็นงานวิจัยอีกเรื่อง ที่ให้ความสำคัญกับความคิดความเชื่อของคนในชุมชน รวมถึงวัฒนธรรมของคนในชุมชนนั้น กลุ่มที่สองศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของคนอีสานที่มีต่อการใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานกับภาษาไทยมาตรฐาน ดังจะ

เห็นได้จากงานวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและการเลือกใช้ภาษาของคนไทยอีสานที่มีอายุต่างกัน” และกลุ่มที่สามศึกษาเกี่ยวกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอีสานผ่านหนังสือการ์ตูน โดยเน้นที่ผู้รับสารว่ามีการทำความเข้าใจและรับสารจากหนังสือการ์ตูนได้ดีเพียงไร ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยเรื่อง “การถ่ายทอดวัฒนธรรมอีสานผ่านหนังสือการ์ตูนบนอินเทอร์เน็ตในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย”

ทางด้านกลุ่มข้อมูลพบว่า มีการใช้กลุ่มข้อมูลที่ต่างกัน มีทั้งการใช้กลุ่มข้อมูลที่เป็น การสัมภาษณ์ เอกสาร บทความ การ์ตูน แบบสอบถาม การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ข้อมูลทางสถิติ และที่น่าสนใจคือการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต โดยที่ผู้วิจัยใช้การติดต่อสื่อสารแบบส่วนตัว ข้อมูลส่วนใหญ่ถ้าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ล่อแหลมในงานวิจัยก็จะใช้นามสมมติในการนำเสนอ เช่น ในเรื่องของวาทกรรมโรคจิตเวชที่มีการใช้ชื่อหมู่บ้านสมมติ

นอกจากนี้ทางด้านวิธีการศึกษาจะเห็นได้ว่า จะเป็นงานวิจัยที่ศึกษาตามกรอบทฤษฎีต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยสนใจที่จะนำมาศึกษา เช่น แนวคิดเรื่องวาทกรรมกับอำนาจในงานวิจัย “วาทกรรมเรื่องโรคจิตเวชและการต่อรองความหมายทางสังคมของผู้ป่วยทางจิตในท้องถิ่นอีสาน” และ “วาทกรรม “บุญนิยม” : กรณีศึกษาชุมชนราชธานีอโศก จังหวัดอุบลราชธานี” แนวคิดเรื่องอุปลักษณ์ในงานวิจัยเรื่อง “อุปลักษณ์เกี่ยวกับแหล่งน้ำของคนขอนแก่น” แนวคิดเรื่องผู้รับสารและการใช้ทฤษฎีสัญญาวิทยาในการศึกษา “การถ่ายทอดวัฒนธรรมอีสานผ่านหนังสือการ์ตูนบนอินเทอร์เน็ตในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย”

#### จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการศึกษาบทความงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับคนอีสาน หากพิจารณาบทความและงานวิจัยในมิติของสังคมวัฒนธรรมอีสานที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามพลวัตทางสังคมนั้นจะพบว่า สังคมคนอีสานได้มีการเลื่อนไหลไปตามกระแสสังคมและมีการต่อสู้ทางความคิดของคนในชุมชนกับคนนอกกลุ่มในบางเรื่อง จากตัวอย่างงานวิจัยทั้งในภาษาไทยและภาษาอื่นที่กล่าวมาทั้งหมด ย่อมเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่าแนวคิดเกี่ยวกับคนอีสานมีหลากหลายมิติ

จากงานวิจัยข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า แนวคิดและการศึกษาวิจัยดังกล่าวนี้ช่วยทำให้เข้าใจแนวคิดพื้นฐาน กรอบการวิเคราะห์ และลักษณะของกลวิธีทางภาษาและแนวคิดชัดเจนมากยิ่งขึ้นซึ่งผู้วิจัยจะได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับภาพตัวแทนคนอีสาน โดยพิจารณาการนำเสนอภาพคนอีสานจากวาทกรรมสื่อต่างชนิดกัน ได้แก่ วาทกรรมสื่อส่วนกลางและวาทกรรมสื่อท้องถิ่น การนำเสนอภาพนั้นผู้ผลิตตัวบทได้มีชุดความคิดใดแฝงอยู่หรือไม่ และชุดความคิดนั้นส่งผลให้เกิดสิ่งใดบ้างในสังคม รวมถึงภาษามีผลต่อการสื่อความคิดอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ยังเป็น

แนวทางในการค้นคว้าข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาваทกรรมแบบต่าง ๆ ต่อไป อีกทั้งวิธีการศึกษาข้อมูลที่น่าสนใจทั้งแบบสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมที่ช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น และเป็นประโยชน์ในการนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยต่อไป



### บทที่ 3

#### ภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ

บทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงผลการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทน คนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติทั้งหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ในช่วงปี พ.ศ. 2547 – 2556 โดยศึกษาจากมิติความหมายของคนอีสานที่สื่อออกมาในข้อมูลที่นำมาศึกษา จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย ได้แก่ คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น คนอีสานอดทน และคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 2) คนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ คนอีสานการศึกษาน้อยและด้อยโอกาส คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม และคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น และ 3) คนอีสานในแง่การเมือง ได้แก่ คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง และคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ

กลุ่มภาพตัวแทนคนอีสาน	ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ
คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย	คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น
	คนอีสานอดทน
	คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ
คนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ	คนอีสานมีความรู้ต่ำและด้อยโอกาส
	คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน
	คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม
	คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น
คนอีสานในแง่การเมือง	คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง
	คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง

จากตารางข้างต้นนี้จะเห็นได้ว่า ชุดความคิดที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานแต่ละชุดประกอบไปด้วยภาพตัวแทนย่อยที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาที่หลากหลาย ได้แก่ การใช้คำ/กลุ่มคำ การใช้อุปมาอุปไมย การเน้นความ การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบมีเงื่อนไข การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุ-ผล การใช้คำถามเชิงวาทิลิป การใช้โครงสร้างประโยคกรรม และการใช้สหบท เป็นต้น โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงชุดความคิดที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในดับทก่อน จากนั้นจึงสรุปกลวิธีทางภาษาที่พบ และสรุปให้เห็นภาพรวมของความคิดย่อยที่ประกอบกันเป็นภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านหนังสือพิมพ์ระดับชาติต่อไป ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

### 3.1 คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย

จากการวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสานพบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย ประกอบไปด้วยภาพตัวแทน 3 ภาพ คือ

- 1) คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น
- 2) คนอีสานอดทน
- 3) คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ

ในแต่ละภาพตัวแทนมีการใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 3.1.1 คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า คนอีสานคือกลุ่มคนที่รักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น ภาพตัวแทนที่ได้นั้น คือ ภาพที่คนอีสานภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เห็นได้จากการใช้คำ/กลุ่มคำ ผู้วิจัยพบว่าเป็นกลวิธีที่มีความสำคัญมากที่สุดในการประกอบสร้างชุดความคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทนคนอีสาน นอกจากนี้ยังมีกลวิธีทางภาษาต่างๆในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่บ่งบอกว่า คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่นตน ได้แก่ การเน้นความ การใช้คำถามวาทศิลป์ การใช้สำนวน และการใช้สทบท ดังรายละเอียดต่อไปนี้

##### 3.1.1.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

##### 3.1.1.1.1 การใช้คำเรียก

ตารางที่ 2 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น

คำเรียก	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
รักศักดิ์ศรี	- ศักดิ์ศรีอีสาน
ภูมิใจในท้องถิ่น /ชาติพันธุ์	- ลูกข้าวเหนียวแท้ - ลูกข้าวเหนียว - ลูกอีสานทั้งตระกูล - เลือดอีสาน - เลือดอีสานเต็มตัว - คนอีสานแท้ - คนอีสานโดยกำเนิด - คนอีสานร้อยเปอร์เซ็นต์

การใช้คำ/กลุ่มคำ เพื่อเรียกหรืออ้างถึงคนอีสานซึ่งนำเสนอภาพคนอีสานว่าเป็นกลุ่ม

คนที่ภูมิใจในท้องถิ่นของตน คือ การใช้ถ้อยคำที่ระบุว่าตนเองเป็นคนอีสานโดยกำเนิด เช่น “คนอีสานโดยกำเนิด” “คนอีสานร้อยเปอร์เซ็นต์” “คนอีสานล้านเปอร์เซ็นต์” “เลือดอีสาน” “คนอีสานทั้งตระกูล” “ลูกอีสาน 100%” “ลูกข้าวเหนียว” การเลือกใช้คำเหล่านี้นำเสนอภาพคนอีสานภูมิใจที่จะแสดงตนหรืออัตลักษณ์ว่าเป็นคนอีสาน นอกจากนี้เป็นการเน้นย้ำความบริสุทธิ์สมบูรณ์ มักจะพบในการขยายสิ่งที่ผู้พูดเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดีควรแก่การภูมิใจ

ตัวอย่าง (4) “วันนี้ขอนำเสนอจดหมายจาก **“ลูกอีสาน 100%”** ชมรมวิทยุเสียงชุมชนอีสานที่เสนอโครงการผันน้ำจากลำน้ำโขงมาใช้ประโยชน์ ซึ่งจะช่วยให้ภาคอีสานมีความอุดมสมบูรณ์ไม่แห้งแล้งกันดารดังที่เป็นอยู่” (ไทยรัฐ, 8 เม.ย. 2556)

ตัวอย่าง (5) “รายการ “พราว ไนท์” เคนได้-เกรียงไกรมาศ พจนสุนทร **หนุ่มลูกอีสานร้อยเปอร์เซ็นต์** และจะทำเพื่อคนอีสานไปจนตายจ้า...?” (ไทยรัฐ, 25 ม.ค. 2556)

ตัวอย่าง (6) “หนูเป็น**คนเลือดอีสานเต็มเหนียว**” (เดลินิวส์, 15 ธ.ค. 2553)

จากตัวอย่างข้างต้น เห็นได้ว่า การที่เรียกคนอีสานในลักษณะนี้ไม่ใช่ผู้สื่อข่าว แต่เป็นคนที่เขียนแสดงความคิดเห็นที่เป็นคนอีสานแล้วพยายามแสดงตัวตนให้ผู้อื่นได้รับทราบว่าตนเป็นคนอีสานและภูมิใจในความเป็นคนอีสานของตนดังเช่นคำว่า “คนเลือดอีสานเต็มเหนียว” และ “ลูกอีสาน 100%” นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าในตัวอย่าง(6) คนอีสานมีการนำเสนอตนเองโดยตรงว่า “หนูเป็น**คนเลือดอีสานเต็มเหนียว**” เพื่อสื่อถึงความภูมิใจในสายเลือดของตน ดังนั้นการเลือกใช้คำเรียกที่ปรากฏในกลุ่มข้อมูลที่น่ามาศึกษานี้จะพบว่ามีทั้งคำเรียกที่สื่อนำเสนอคนอีสาน และคำเรียกที่คนอีสานเรียกตนเอง ดังที่กล่าวมาข้างต้น

### 3.1.1.1.2 การใช้คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”

ตารางที่ 3 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
รักศักดิ์ศรี	- รักศักดิ์ศรี - ศักดิ์ศรีคือเรื่องสำคัญ - กู้ศักดิ์ศรี - ไม่ชอบให้ใครมาดูถูก

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
	- <u>ไม่ค่อยศักดิ์ศรี</u>
ภูมิใจในท้องถิ่น / ชาติพันธุ์	- <u>ภูมิใจในท้องถิ่น</u> - <u>รักท้องถิ่น</u> - <u>รักแผ่นดินเกิด</u>
ภูมิใจในท้องถิ่น / ชาติพันธุ์	- <u>รักเกียรติภูมิบ้านเกิด</u> - <u>กตัญญูรู้คุณแผ่นดิน</u> - <u>ภาคภูมิใจ</u> - <u>ภูมิใจในชาติกำเนิด</u>

การใช้คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน” หรือ “พื้นที่อีสาน” ที่นำเสนอภาพคนอีสาน รักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่นมักจะมี ความหมายเกี่ยวกับรักศักดิ์ศรี เช่น รักศักดิ์ศรี ศักดิ์ศรีคือเรื่องสำคัญ และภูมิใจในท้องถิ่น เช่น รักท้องถิ่น รักแผ่นดินเกิด นอกจากนี้การใช้คำ/กลุ่มคำที่มักปรากฏร่วมในการนำเสนอภาพคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักศักดิ์ศรีและไม่ชอบให้ใครมาดูหมิ่น จะเห็นได้จากการใช้คำว่า “หมิ่นศักดิ์ศรี” เช่น

ตัวอย่าง (7) “คนอีสานแท้บอกว่า จงใจดูถูกน้ำใจ ถากถางย่ำยี หรือถึงขั้นหมิ่นศักดิ์ศรีกันผ่านรายการบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นคนพื้นเพภาคไหน ..เหนือ อีสาน กลาง ใต้ ก็คือคนไทยที่รักศักดิ์ศรีรักแผ่นดินเกิดเท่าเทียมกัน” (ไทยรัฐ, 7 ธ.ค. 2552)

ตัวอย่างข้างต้น นำเสนอภาพตัวแทนอีสานว่า คนอีสานพยายามที่จะแสดงความเห็นและเรียกร้องให้ผู้อ่านเห็นถึงความเท่าเทียมกันในสังคม คนอีสานมีสิทธิเท่าเทียมกับคนในภูมิภาคอื่น ๆ ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างที่มีการกล่าวถึงคนอีสานที่ถูกดูหมิ่นศักดิ์ศรีผ่านสื่อโทรทัศน์ แสดงให้เห็นว่าคนอีสานต้องการที่จะปกป้องศักดิ์ศรีของตนไม่ยอมให้ผู้ใดมาดูหมิ่นหรือทำลายได้แม้แต่คนในชาติเดียวกัน ประเด็นที่น่าสนใจในตัวอย่างนี้คือ การที่ผู้เขียนนำภูมิภาคต่างๆของประเทศไทยมาอ้างถึงการถูกหมิ่นศักดิ์ศรีว่าเป็นคนไทยเหมือนกันมีศักดิ์ศรีเท่าเทียมกัน แสดงให้เห็นว่าในความจริงแล้วคนอีสานถูกจัดให้อยู่คนละกลุ่มกับคนในภูมิภาคอื่น และรู้สึกว่าจะไม่ได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกับคนกลุ่มอื่น

ตัวอย่าง (8) กระผมคนอีสาน ซึ่งไม่เกี่ยวกับเสือเหลือง เสือแดง มิเลียดรักเกียรติภูมิบ้านเกิดรวมทั้งคนอื่น ๆ ที่อยู่ภาคอีสานยอมรับไม่ได้กับคำว่า เหยียบจมูก หรือคุณดาวประกายพริกรับได้กับคำนี้ มันเป็นคำพูดที่สับสนประมาท และดูถูกคนทั้งภาคอีสาน ถึงจะเป็นคนโง่ แต่ก็ไม่ชอบให้คนมาดูถูกนะครับ (เดลินิวส์, 21 เม.ย. 2552)

**ตัวอย่าง (9) คนอีสานไม่ได้โง่อย่างที่ถูกล่ามทา** พวกเรายากจนด้อยความรู้ก็จริงแต่เรามี**คุณธรรมและความดีงาม** **กตัญญูรู้คุณค่าแผ่นดินเกิด** (เดลินิวส์, 6 ก.ย. 2550)

**ตัวอย่าง (10)** เทศบาลฯ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชน จัดงานประเพณีบุญบั้งไฟแสน บั้งไฟล้าน เพื่อ**อนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนอีสาน** **ให้อนุชนรุ่นหลังได้รักษาไว้.....** (เดลินิวส์, 1 มิ.ย. 2555)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า คนอีสานพยายามที่จะแสดงความคิดเห็นและเรียกร้องให้ผู้อ่านเห็นถึงความเท่าเทียมกันในสังคม คนอีสานมีสิทธิเท่าเทียมกับคนในภูมิภาคอื่น ๆ ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างที่มีการกล่าวถึงคนอีสานที่ถูกดูหมิ่นศักดิ์ศรีผ่านสื่อโทรทัศน์ แสดงให้เห็นว่าคนอีสานต้องการที่จะปกป้องศักดิ์ศรีของตนไม่ยอมให้ผู้ใดมาดูหมิ่นหรือทำลายได้แม้แต่คนในชาติเดียวกัน ประเด็นที่น่าสนใจในตัวอย่างนี้คือ การที่ผู้เขียนนำภูมิภาคต่างๆของประเทศไทยมาอ้างถึงการถูกหมิ่นศักดิ์ศรีว่าเป็นคนไทยเหมือนกันมีศักดิ์ศรีเท่าเทียมกัน แสดงให้เห็นว่าในความจริงแล้วคนอีสานถูกจัดให้อยู่คนละกลุ่มกับคนในภูมิภาคอื่นจึงต้องเรียกร้องความเท่าเทียมกันผ่านการนำเสนอของสื่อระดับประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้คำหรือกลุ่มคำจะเห็นได้ว่า มีการใช้คำศัพท์ที่อ้างถึงบุคลิกลักษณะในแง่กลุ่มคนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น เช่น การเลือกใช้ร้อยละเอียดในการเน้นย้ำความเข้มข้นของสายเลือดอีสาน ซึ่งเมื่อนำไปพิจารณาประกอบกับกลวิธีภาษาอื่นก็จะช่วยให้เห็นภาพคนอีสานที่รักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่นตนมากขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

**ตัวอย่าง (11)** นักการเมืองมัน**ถูกคนบ้านเดียวกัน**ได้ถึงขั้นนี้ ถ้ามีตัวเล็กใหม่ๆ ก็เลือกเอาไว้ใช้เถิด คนสะอาดมักมามีมือเปล่า แต่หัวใจเต็มไปด้วยการให้ คบไว้อบอุ่นกว่ากันแยะ (ไทยรัฐ, 3 พ.ค. 2550)

**ตัวอย่าง (12)** ป้าเขียนมาให้กำลังใจเวียร์-ศุกลวัฒน์ **ไม่รู้จักเค้าหอรอก แต่เป็นคนอีสานด้วยกัน** เห็นข่าวแล้วสงสาร ไม่เฉพาะป้าหอรอกนะที่พูดแบบนี้ ทุกๆ คนที่รู้จักกันก็พูดแบบนี้ (ไทยรัฐ, 24 ม.ค. 2554)

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า การใช้คำ/กลุ่มคำในการเรียกคนอีสานหรือนำเสนอภาพคน



อีสานนั้นมี 2 ลักษณะด้วยกัน กล่าวคือ “เสียง” ที่นำเสนอโดยสื่อจะมีลักษณะที่คนอีสานรักศักดิ์ศรี และภูมิใจในท้องถิ่น และ “เสียง” ที่นำเสนอโดยคนอีสานจะมีลักษณะแย้งกับภาพที่สื่อนำเสนอ เช่น การที่สื่อเสนอภาพคนอีสานถูกคนกลุ่มอื่นดูถูกจึงต้องเรียกร้องศักดิ์ศรีของตนคืนมา อย่างไรก็ตาม ยังมีการใช้คำ/กลุ่มคำที่น่าสนใจในการนำเสนอภาพคนอีสานรักศักดิ์ศรี กล่าวคือ การใช้รูปปฏิเสธเพื่อสื่อให้เห็นว่า คนอีสานไม่ชอบให้ใครมาดูถูก ดังตัวอย่างคำว่า “ไม่ชอบให้ใครมาดูถูก” “ไม่ด้อยศักดิ์ศรี” เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าคนอีสานกำลังถูกดูหมิ่นและดูถูกจึงต้องนำเสนอใน “เสียง” ของคนอีสานที่แย้งความคิดที่สื่อและสังคมนำเสนอภาพเหล่านั้น เป็นการปฏิเสธคำกล่าวถึงจากผู้อื่น

### 3.1.1.2 การแนะนำความ

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง ( 2559: 80-82) ได้กล่าวถึงการแนะนำความไว้อย่างน่าสนใจว่า นักภาษาศาสตร์หลายท่านได้กล่าวถึงการนำความคิดวัจนปฏิบัติศาสตร์มาเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ วัจนปฏิบัติศาสตร์ คือ ภาษาศาสตร์สาขาที่ว่าด้วยความหมายในบริบทการใช้ หรือความหมายของผู้พูด ( meaning in use / meaning in context / Speaker’s meaning ) จึงเหมาะสมอย่างยิ่งที่นำมาใช้วิเคราะห์ความหมายที่สื่อในวาทกรรม ประเด็นสำคัญที่นักวัจนปฏิบัติศาสตร์ชี้ให้เห็นคือ ในการสื่อสารโดยทั่วไปนั้น ความหมายที่ผู้พูดต้องการสื่อไม่จำเป็นต้องตรงกับสิ่งที่พูด หรือสิ่งที่เรียกว่าความหมายตามรูปภาษา ผู้พูดมักจะแนะนำความอื่น ๆ ด้วยหรือในบางกรณีก็อาจหมายตรงข้ามกับสิ่งที่พูดก็ได้ ในการสื่อสารมักมีได้หมายตรงตามรูปภาษา ทั้งนี้การไม่พูดตรงแต่ใช้การแนะนำความแบบต่างๆ ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสารได้หลายประการ เช่น การใช้คำถามที่ไม่ต้องการคำตอบช่วยเรียกร้องความสนใจจากผู้ฟัง ช่วยกระตุ้นให้ผู้ฟังติดตามหรือบางกรณีเราอาจรู้สึกว่าการบอกผู้ฟังอย่างตรงไปตรงมาไม่สุภาพ จึงให้คำถามที่ไม่ต้องการคำตอบเพื่อแนะนำความ นอกจากนี้นักวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์และนักวัจนปฏิบัติศาสตร์ยังชี้ให้เห็นด้วยว่า มูลบทและอุปลักษณ์ทำหน้าที่สื่ออุดมการณ์ได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติมีการแนะนำความเพื่อสื่อให้เห็นว่าคนอีสานรักและภูมิใจในท้องถิ่น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (13) ผมคงไม่ต้องอธิบายอะไรมาก เพราะมีความรู้สึกว่าการเลือกตั้งครั้งนี้ ประชาชนชาวอีสานนี้แหละที่จะเป็นคนชี้ชะตาว่าพรรคการเมืองชั่วไหนจะเข้ามาเป็นรัฐบาล เชื่อว่าคนอีสานจะให้บทเรียนนักการเมืองและ**ลบค่าสบประมาทว่าแค่หอบกระเป๋ามาไบเตียวก็ได้เป็นผู้แทนฯ ถึงเวลาที่จะถูกศักดิ์ศรีซะที** (ไทยรัฐ, 18 ก.ย. 2550)

ตัวอย่าง (14) พระครูปลัดชูชีพ ชันติสาโร เป็นผู้ริเริ่มจัดขบวนแห่ผีตาโขนมาแล้ว 5 ปี **มุ่งหวังให้พี่น้องประชาชนโดยเฉพาะชาวอีสานในพื้นที่ร่วม**

**सानต่อชนบประเพณีที่มีการสืบทอดตั้งแต่ครั้งอดีต** แต่ไม่นิยมจัดกันใน จ.สมุทรปราการ เพื่อสร้างความสามัคคี ดึงชาวบ้านมาร่วมทำกิจกรรม (ไทยรัฐ, 27 ต.ค. 2555)

จากตัวอย่าง (13) จะเห็นได้ว่าการแนะนำความว่า มีคำสพบประมาทคนอีสาน และคนอีสานมีศักดิ์ศรีแต่ถูกทำลายไป จึงต้องการกอบกู้ศักดิ์ศรีกลับมา แสดงให้เห็นว่า ภาพคนอีสานในสายตาคนในสังคมคือคนอีสานสามารถซื้อเสียงได้จึงถูกดูถูก มีการใช้รูปภาพเพื่อสื่อความว่าถึงเวลาที่คนอีสานต้องกู้ศักดิ์ศรีคืนมาเพื่อลบคำสพบประมาทจากคนกลุ่มอื่น และในตัวอย่าง(14) ที่มีการแนะนำความเกี่ยวกับคนอีสานภูมิใจในท้องถิ่นโดยมีการสืบสานประเพณีท้องถิ่นตนให้ลูกหลานได้สืบทอดต่อกันไป

### 3.1.1.3 การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

คำถามเชิงวาทศิลป์ หมายถึง คำถามที่ไม่ต้องการคำตอบ แต่เว้นที่ว่างและกระตุ้นให้ผู้อ่านได้คิดหาคำตอบเอง และผู้เขียนก็คาดหวังให้ผู้อ่านตอบให้ได้อย่างถูกต้องตรงกับที่ผู้เขียนต้องการ (Fowler , 1991 : 40) ดังนั้นการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์จึงเป็นกลวิธีหนึ่งซึ่งช่วยให้ผู้ส่งสารไม่ต้องแสดงความคิดเห็นของตนเองออกมาตรง ๆ แต่ใช้วิธีตั้งคำถามพร้อมทั้งแสดงผลสนับสนุนเพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับสารเห็นด้วยกับความคิดของตน

จากการศึกษาพบว่า มีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์เพื่อสื่อให้เห็นภาพคนอีสานที่ยังคงรักและผูกพันกับท้องถิ่นของตน พยายามที่จะรักษาวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมไว้ไม่ให้สูญหาย โดยการเลือกใช้คำถามปลายเปิดให้ผู้รับสารได้ตระหนักกว่าจะทำเช่นไรต่อไปกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

**ตัวอย่าง (15)** อยากจะปิดตำนานวงเสียงอีสานแต่ใจหนึ่งก็แย้งว่าปิดไม่ได้ ลูกน้องจะอยู่อย่างไร อยู่ที่ไหน **วัฒนธรรมอีสานจะเป็นอย่างไร ใครจะสืบสานต่อ** (ไทยรัฐ, 5 มิ.ย. 2554)

**ตัวอย่าง (16)** ลองดูว่าหนังวัยรุ่นรุ่นใหม่ที่ดาราร**พระเอกที่มีดีเอ็นเอเป็นคนอีสาน** แท้ๆ แต่หน้าเกาหลี เวลาบอกรักเป็นฮักจะน่ารักขนาดไหน และถ้าอยากรู้ซึ่เป็นจิ้งใต้หนอความฮัก ต้องมาดูฮักนะ สารคาม 10 มิ.ค. ม่วนอีหลีคักคัก (ไทยรัฐ, 23 ก.พ. 2554)

**ตัวอย่าง (17)** การที่ให้นักแสดงระดับพระเอก-นางเอก ซึ่งมีโฉนอีสานมาพูดภาษาท้องถิ่น มันกลับทำลายสำเนียงภาษาอีสานที่ไพเราะให้เป็นที่ตลกขบขันของคนดูซะมากกว่า!! แม้แต่คนภาคอื่นที่ได้ฟัง

### ก็ยังรับไม่ได้ แล้วคนอีสานแท้ ๆ จะมีความภาคภูมิใจหรือ??

(ไทยรัฐ, 7 ม.ค. 2554)

#### 3.1.2 คนอีสานอดทน

ภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกและอุปนิสัยโดดเด่นอีกภาพหนึ่งคือ คนอีสานมีความอดทน อุปนิสัยนี้ปรากฏในลักษณะที่คนอีสานต้องอดทนต่อสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง โดยจะพบว่าคนอีสานต้องอดทนต่อความยากลำบาก ความยากจน สภาพภูมิอากาศ ความแห้งแล้ง

##### 3.1.2.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

###### 3.1.2.1.1 การใช้คำเรียก

ตารางที่ 4 แสดงการเลือกใช้คำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่อดทนและมีน้ำใจ

คำเรียก “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
สู้ชีวิต / ต่อสู้	- นักสู้ - นักสู้พันธุ์ข้าวเหนียว - นักสู้จากแดนอีสาน - นักต่อสู้

จากการศึกษาพบว่ามี การเลือกใช้คำศัพท์ที่น่าเสนอภาพตัวแทนคนอีสานว่า คนอีสานเป็นคนอดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค จะเห็นได้จากการเลือกใช้ใช้คำ / กลุ่มคำ น่าเสนอภาพคนอีสานว่าคนอีสานเป็นคนอดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค เช่น อดทน นักสู้ แข็งแกร่ง เผชิญปัญหา เป็นต้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (18) ผมพูดถึง พล.อ. ชวลิต ผมก็ขอพูดถึงคนอีสานซักหน่อย ต้องยอมรับอย่างหนึ่งว่า คนอีสานเป็นคนที่มีความอดทนสูงทั้งร่างกายและจิตใจ คล้ายๆกับคนเหนือ เพียงแต่ว่าคนเหนือจะใจเย็นกว่าหน่อยเท่านั้น (ไทยรัฐ, 18 ก.ย. 2550)

ตัวอย่าง (19) เด็กอีสานสุดยอดของความอดทน ไม่ย่อท้อในความยากลำบาก และเป็นคนซื่อสัตย์ ในหนังเรื่องนี้จะสะท้อนให้คนดูได้เห็น ความมุ่งมั่นของเด็กอีสาน (เดลินิวส์, 2 ก.พ. 2553)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า การเลือกใช้คำ/กลุ่มคำ เพื่อสื่อถึงความมีน้ำใจ และความอดทนของคนอีสาน เป็นการสื่อถึงภาพคนอีสานที่มีความอดทนในเชิงบวกกว่าอุปนิสัยเช่นนี้ คือสิ่งที่ดีและความภูมิใจ เช่น “คนอีสานเป็นคนที่มีความอดทนสูงทั้งร่างกายและจิตใจ” และในถ้อยคำที่ว่า “ความมุ่งมั่นของเด็กอีสาน”

นอกจากนี้มีการใช้คำ/กลุ่มคำ เพื่อสื่อให้เห็นว่าคนอีสานถูกกระทำจากกลุ่มคนที่มีอำนาจในสังคม และการที่ต้องอดทนนั้นเป็นสิ่งที่ต้องจำยอม เช่น “เราต้องอดทน” “ให้คนอีสานอดทน” และมีการบรรยายอารมณ์ความรู้สึกของคนอีสานที่มีต่อสิ่งที่เกิดขึ้นโดยเลือกใช้คำว่า “น้อยใจ” ซึ่งจะเห็นได้ว่าการที่ถูกกระทำเช่นนั้นคนอีสานไม่ได้ “โกรธ” แต่กลับเป็นเพียงอารมณ์น้อยใจที่ถูกมองข้ามความสำคัญไป เช่น

ตัวอย่าง (20) ขณะที่ประชาชนทั้งภาคเหนือ ภาคกลางและภาคอีสานกำลังเดือดร้อนแสนสาหัส แต่รัฐบาลไม่ยอมรับว่ามีภัยแล้ง และให้คนอีสานอดทน (ไทยรัฐ, 29 มี.ค. 2556)

ตัวอย่าง (21) เมื่อคนอีสานทุ่มเทให้พรรคเพื่อไทย กรรมการบริหารพรรคต้องให้เกียรติ ส.ส.อีสานเป็นรัฐมนตรีในสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อสะดวกในการแก้ปัญหาให้คนอีสาน ถ้าได้โควตารัฐมนตรีเพิ่มก็เป็นเรื่องดี จะเป็นการตอบแทนคนอีสานที่ถูกต้องที่สุด ส.ส.ภาคอีสานหลายคนคิดเหมือนตน แต่ไม่กล้าพูด แต่หากไม่ได้เพิ่ม คงไม่ไปกดดัน ผู้บริหารพรรค เราคงต้องอดทน แต่คงน้อยใจว่าทำไมจึงเป็นแบบนี้อีกแล้ว (ไทยรัฐ, 5 ต.ค. 2555)

จากตัวอย่างข้างต้นพบว่า การเลือกใช้คำที่เกี่ยวข้องกับภาพคนอีสานที่มีความอดทน นอกจากจะมีการใช้คำ/ในการนำเสนอภาพความอดทนแล้ว ยังมีการเลือกใช้มุขลบทในการนำเสนอภาพนี้ด้วย ดังเช่นตัวอย่างข้างต้นที่มีการเลือกใช้ถ้อยคำว่า “คงไม่ไปกดดันผู้บริหารพรรค เราคงต้องอดทน แต่คงน้อยใจว่าทำไมจึงเป็นแบบนี้อีกแล้ว” คำว่า “อีกแล้ว” สื่อให้เห็นถึงเหตุการณ์หรือความคิดนี้ได้เกิดขึ้นซ้ำ ๆ อีก และได้เกิดการตั้งคำถามกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นว่าเหตุสิ่งเหล่านี้จึงได้เกิดขึ้นซ้ำเดิมอีกครั้ง

## 3.1.2.1.2 การใช้คำที่ปรากฏร่วม

ตารางที่ 5 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่อดทนและมีน้ำใจ

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
อดทน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อดทน</li> <li>- ต้องอดทน</li> <li>- มีความอดทนสูงทั้งร่างกายและจิตใจ</li> <li>- สูดยอดของความอึด</li> <li>- มุมนานะ</li> <li>- มุ่งมั่น</li> <li>- สู้ทน</li> <li>- บึกบึน</li> <li>- ดันรน</li> <li>- บากบั่น</li> <li>- พยายาม</li> <li>- ไม่ยอม</li> <li>- ไม่ย่อท้อ</li> <li>- ไม่ย่อท้อต่อความยากลำบาก</li> </ul>
ต้องสู้	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สู้</li> <li>- สู้ชีวิต</li> <li>- ฝ่าฟันอุปสรรค</li> <li>- ต้องชนะ</li> </ul>

จากการศึกษาพบว่าการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานว่า คนอีสานเป็นคนอดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค เช่น อดทน นักสู้ แข็งแกร่ง เผชิญปัญหา เป็นต้น

**ตัวอย่าง (22)** ขณะที่ประชาชนทั้งภาคเหนือ ภาคกลางและภาคอีสานกำลังเดือดร้อนแสนสาหัส แต่รัฐบาลไม่ยอมรับว่ามีภัยแล้ง และ**ให้คนอีสานอดทน** (ไทยรัฐ, 29 มี.ค. 2556)

**ตัวอย่าง (23)** ถ้าเปรียบเทียบภาคของประเทศไทย 4 ภาค ผมชอบภาคอีสานมากที่สุด ไม่ใช่เพราะมีที่เที่ยวยะนะ แต่คนอีสานเป็นคนที่ผมชอบ เพราะเขาซื่อสัตย์สุจริตและ**ทำงานหนักหนา**ด้วย (ไทยรัฐ, 23 ก.ย. 2550 )

ตัวอย่าง (24) เด็กอีसानมีความน่ารัก เป็นตัวของเขาเอง อาจจะมีอะไรจะเป็นอะไรก็แล้วแต่ แต่เด็กอีसान**สุดยอดของความอดทน** **ไม่ย่อท้อในความยากลำบาก**และเป็นคนซื่อสัตย์ ในหนังสือเรื่องนี้จะสะท้อนให้คนดูได้เห็นความมุ่งมั่นของเด็กอีसान (เดลินิวส์, 2 ก.พ. 2553)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า การเลือกใช้คำ/กลุ่มคำ เพื่อสื่อถึงความมีน้ำใจและความอดทนของคนอีसानนั้นมีสองลักษณะ กล่าวคือ **ลักษณะแรก**เป็นการสื่อถึงภาพคนอีसानที่มีความอดทนและมีน้ำใจในเชิงบวกกว่าอุปนิสัยเช่นนี้คือสิ่งที่ดีและความภูมิใจ เช่น “คนอีसानเป็นคนที่มีความอดทนสูงทั้งร่างกายและจิตใจ” “คนอีसानเป็นคนมีน้ำใจ เป็นมิตรไมตรีต่อผู้ไปเยือน” ส่วน**ลักษณะที่สอง**คือ การใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อให้เห็นว่าคนอีसानถูกกระทำจากกลุ่มคนที่มีอำนาจในสังคม และการที่ต้องอดทนนั้นเป็นสิ่งที่ต้องจำยอม เช่น “เราต้องอดทน” “ให้คนอีसानอดทน”

### 3.1.2.2 การใช้อุปลักษณ์

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง (2556: 82) ได้กล่าวว่า อุปลักษณ์มีหน้าที่สำคัญคือ ช่วยให้เห็นภาพชัดเจน เพราะอุปลักษณ์เป็นการมองสิ่งที่เป็นนามธรรมผ่านสิ่งที่ยกมาเปรียบเทียบกับซึ่งเป็นรูปธรรมหรือมองเห็นได้ชัดกว่า อุปลักษณ์ยังช่วยโน้มน้าวให้ผู้รับสารเห็นคล้อยตามด้วย

จากการศึกษาจะพบว่า อุปลักษณ์ที่พบในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีसानมีความอดทนและมีน้ำใจ คือ การเลือกใช้อุปลักษณ์การต่อสู้ จากข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์พบว่ามีการใช้วงคำศัพท์ที่เกี่ยวกับการต่อสู้ ได้แก่ คำว่า “สู้” “นักสู้” “ดิ้นรนต่อสู้” “ต้องสู้” “อย่ายอมแพ้” “ยอมแพ้” มาใช้กับการดำเนินชีวิตของคนอีसान การเลือกใช้คำศัพท์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นมโนทัศน์ว่าเปรียบชีวิตคนอีसानกับการต่อสู้ การพยายามที่จะเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ คนอีसानต้องอดทนและไม่ยอมแพ้

ตัวอย่าง (25) แม้สถานการณ์จะรู้สึกขึ้น ๆ ลง ๆ ก็ตามในช่วงนี้ ตนก็มีความรู้สึกอย่างหนึ่งว่า ยังมีความสุขอยู่เหมือนเดิม พร้อมเชิญชวนให้ทุกคนต้องเป็น**นักสู้**ไม่ว่าปัญหาอะไรจะเกิดขึ้น **ต้องสู้และอย่าไปยอมแพ้มัน** ถ้าเราไปยอมแพ้กับปัญหา เราก็จะอยู่บนโลกไม่ได้ และก็จะอยู่แบบไม่มีความสุข โดยเฉพาะคนอีसानบ้านเรา” (ไทยรัฐ, 10 ธ.ค. 2554)

ตัวอย่าง (26) พื้นที่ภาคอีสานเป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญทางการเมืองของประเทศ เป็นแผ่นดินที่สร้าง**นักต่อสู้**ทางการเมืองหลายคน (เดลินิวส์, 7 พ.ย. 2550)

จะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์ระดับชาติได้นำเสนอภาพคนอีสานที่มีความอดทนอดกลั้น ทั้งที่นำเสนอในลักษณะดีที่กล่าวถึงอุปนิสัยนี้เป็นข้อดีของคนอีสาน และมีการกล่าวถึงในลักษณะลบ ด้วยเช่นกัน กล่าวคือ คนอีสานต้องอดทนอดกลั้นต่อสภาพสังคม การเมือง และภูมิประเทศ นอกจากนี้ภาพคนอีสานในเรื่องของความอดทนได้เปลี่ยนแปลงไป จากอดีตที่คนอีสานมีนิสัยอดทน แต่ในปัจจุบันมีการนำเสนอภาพคนอีสานที่ต้องอดทนต่อการกระทำและการแสวงหาผลประโยชน์ของ นักการเมือง หรือกลุ่มคนที่มีอำนาจในสังคม การอดทนนี้มีลักษณะจำยอมที่จะต้องอดทนและสู้ต่อไป เพื่อคนของกลุ่มตน นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าการต่อสู้ของคนอีสานที่พบจากข้อมูลที่น่ามาศึกษามี 2 ลักษณะ กล่าวคือ จะเป็นการต่อสู้กับความยากลำบาก และการต่อสู้ทางด้านการเมืองของ นักการเมืองอีสานเพื่อมีฐานเสียงที่สำคัญในการเลือกตั้ง

### 3.1.3 คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ

#### 3.1.3.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

##### 3.1.3.1.1 การใช้คำเรียกคนอีสาน

ตารางที่ 6 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องและมีน้ำใจ

คำเรียก “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
รักพวกพ้อง, กลุ่มและพวกเดียวกัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คนบ้านเดียวกัน</li> <li>- คนอีสานเหมือนกัน</li> <li>- คนอีสานบ้านเรา</li> <li>- คนอีสานด้วยกัน</li> <li>- คนกันเอง</li> <li>- อีสานหมู่เฮา</li> <li>- หมู่เฮาชาวอีสาน</li> <li>- พวกเราคนอีสาน</li> <li>- พี่น้องอีสาน</li> </ul>
มีน้ำใจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คนมีน้ำใจ</li> </ul>

การที่หนังสือพิมพ์ระดับชาติเลือกใช้คำหรือกลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้อง ได้แก่ การใช้คำเรียก การใช้คำเรียกคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ พบว่า ใช้คำเรียกคนอีสานว่า คนบ้านเดียวกัน อีสานหมู่เฮา หมู่เฮาชาวอีสาน พวกเราคนอีสาน คนอีสานเหมือนกัน คนอีสานบ้านเรา พี่น้องอีสาน เป็นต้น

### 3.1.3.1.2 การใช้คำที่ปรากฏรวม

ตารางที่ 7 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏรวมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องและมีน้ำใจ

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
รักพวกพ้อง	- เอาใจใส่กัน - ไม่ทิ้งกัน - มีความรักและสามัคคีกัน
เป็นกลุ่ม, หมู่	- พวกเดียวกัน - หมู่เฮา - พวกพ้อง - กลุ่มเรา - ไทเดียวกัน - พี่น้อง - กินข้าวหม้อเดียวกัน
มีน้ำใจ	- มีน้ำใจ - เอื้อเฟื้อ - แบ่งปัน - เป็นมิตรไมตรี - เอื้ออาทร - ร่วมใจ - ไม่มีหวงกัน - ยินดีช่วยเหลือทุกคน
ให้อภัย	- ไม่ถือโทษโกรธเคือง - อภัย - ให้อภัย - ไม่อยากเอาเรื่อง

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่ามี การใช้คำ/กลุ่มคำ เพื่อสื่อให้เห็นว่า คนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องและมีน้ำใจ เช่น เอื้อเฟื้อ มีน้ำใจ แบ่งปัน พวกเดียวกัน พวกพ้อง บ้านเรา เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (27) ต้องการให้รัฐบาลทำหน้าที่เพื่อแก้ไขปัญหาของบ้านเมือง โดยไม่มีการขัดขวาง โดยปกติที่เป็นมาแต่โบราณคนอีสานเป็นคนมีน้ำใจ เป็นมิตรไมตรีต่อผู้ไปเยือน (ไทยรัฐ, 15 ก.ค. 2552)



- ตัวอย่าง (28) รายการ "พราว ไนท์" เคนโด้-เกรียงไกรมาศ พจนสุนทร หนู่มลูก อีสานร้อยเปอร์เซ็นต์และ**จะทำเพื่อคนอีสานไปจนตายจ้า...?** (ไทยรัฐ, 25 ม.ค. 2556)
- ตัวอย่าง (29) อาหารการกินก็ทำกินกันง่าย ๆ ครบทั้ง 3 มื้อ **ใครจะมาขอแบ่งอาหารก็ไม่มีหวงกัน ยินดีช่วยเหลือทุกคน** (เดลินิวส์, 15 มี.ค. 2553)
- ตัวอย่าง (30) **ตนไม่ถึงโทษโกรธเคือง** ยิ่งเป็นคนอีสานเหมือนกันก็ไม่อยากเอาเรื่อง **ที่ทำไปคงเพราะมีเหตุจำเป็นที่ต้องดูแลหาเลี้ยงครอบครัวเพียงคนเดียว**" (ไทยรัฐ, 10 ส.ค. 2555)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า การเลือกใช้คำว่า "คนอีสานเหมือนกัน" แสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่ม พวกพ้องเดียวกัน เมื่อเกิดปัญหาคนอีสานก็ช่วยเหลือและให้อภัยกันไม่ว่าเรื่องที่เกิดขึ้นจะเป็นเรื่องเล็กหรือใหญ่ หากเป็นคนกลุ่มเดียวกันก็ยอมให้อภัยกัน และในตัวอย่าง "จะทำเพื่อคนอีสานไปจนตายจ้า...?" สะท้อนให้เห็นว่าคนอีสานรักพวกพ้องของตนมากจนสามารถยอมกระทำบางสิ่งได้แม้จะต้องแลกกับชีวิตของตน ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างที่สามารถทุ่มเทและรักเผ่าพันธุ์ของตนมากจนปวารณาตนจะทำเพื่อคนอีสานตลอดชีวิตของตนเอง นอกจากนี้มีการใช้ถ้อยคำที่แสดงให้เห็นถึงการรักพวกพ้องและเห็นอกเห็นใจคนกลุ่มเดียวกันกับตน

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่ามี การใช้กลุ่มคำที่มักปรากฏร่วม เพื่อสื่อให้เห็นว่า คนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้อง เช่น จากการใช้กลุ่มคำว่า "กินข้าวหม้อเดียวกัน" ดังตัวอย่าง

- ตัวอย่าง (31) ทำไมแกนนำ 5-6 คนไม่ไปนั่งคุยกับนายกฯ **กินข้าวหม้อเดียวกัน** เคยสู้กันมาไม่น่าเลยอยู่ดีๆ เอาเผือกร้อนมาโยนใส่มือรัฐบาลทำไม (ไทยรัฐ, 31 ม.ค. 2556)
- ตัวอย่าง (32) ต้องการให้รัฐบาลทำหน้าที่เพื่อแก้ไขปัญหาของบ้านเมือง โดยไม่มีการชดเชย โดยปกติที่เป็นมาแต่โบราณ**คนอีสานเป็นคนมีน้ำใจ เป็นมิตรไมตรีต่อผู้ไปเยือน** (ไทยรัฐ, 15 ก.ค. 2552)
- ตัวอย่าง (33) นายวรเทพกล่าวว่า ถึงแม้ตนจะไม่ใช่คนอีสาน แต่เมื่อได้มาเห็นกระบวนการทำงานแล้ว เป็นการบ่งบอกถึง**ความรักความสามัคคีในหมู่คณะ** รู้สึกชื่นชมและภาคภูมิใจแทนลูกหลานบ้านเกิดกาสร (เดลินิวส์, 8 ก.พ. 2555)

ผลการศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย พบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัยนั้นต่างจากอดีตที่ผ่านมา กล่าวคือ คนอีสานถูกนำเสนอว่าภูมิใจในท้องถิ่นและรักศักดิ์ศรีของตน เป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของคนอีสาน จะเห็นได้ว่าเมื่อใดก็ตามที่มีการกล่าวถึงคนอีสานในลักษณะที่ไม่พึงประสงค์ คนอีสานจะออกมาแสดงความเห็นและเรียกร้องให้สังคมรับผิดชอบ และพยายามเปลี่ยนทัศนคติของคนเหล่านั้นใหม่ ดังจะเห็นได้จากกรณีของสถานีโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอภาพคนอีสานในเชิงดูถูก หรือในกรณีที่นักแสดงกล่าวดูหมิ่นคนอีสานผ่านการสัมภาษณ์ทางสื่อโทรทัศน์ และคนอีสานเลือกที่จะใช้พื้นที่สื่อสิ่งพิมพ์ในการแสดงความคิดเห็น พยายามทักท้วงและตำหนิกลุ่มคนที่ดูหมิ่นคนอีสานทั้งทางด้านคำพูดและการแสดงออก นอกจากนี้ยังจะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์ระดับชาติได้นำเสนอภาพคนอีสานที่มีความอดทนและมีน้ำใจ แต่ภาพคนอีสานในเรื่องของความอดทนได้เปลี่ยนแปลงไป จากอดีตที่คนอีสานมีนิสัยอดทนเป็นเรื่องที่ดี แต่ในปัจจุบันมีการนำเสนอภาพคนอีสานที่ต้องอดทนต่อการกระทำและการแสวงหาผลประโยชน์ของนักการเมือง หรือกลุ่มคนที่มีอำนาจในสังคม การอดทนนี้มีลักษณะจำยอมที่จะต้องอดทนและสู้ต่อไปเพื่อคนของกลุ่มตน นอกจากนี้จากผลการศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัยพบว่า คนอีสานนั้นไม่ต่างจากอดีตที่ผ่านมา คนอีสานยังคงภูมิใจในท้องถิ่นและรักศักดิ์ศรีของตนซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญของคนอีสาน ดังที่ ปรีชา พิณทอง (2534) กล่าวถึง อัตลักษณ์ของคนอีสานไว้ว่า “..คนอีสาน..มีลักษณะพิเศษอยู่อย่างหนึ่ง คือรักพี่น้อง รักเผ่าพันธุ์ รักบ้านเกิดเมืองนอนของตนเอง และไม่แล้งน้ำใจ” นอกจากนี้ยังมีภาพตัวแทนที่ปรากฏเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะที่น่าสนใจอีกภาพหนึ่งคือ ภาพเด็กอีสานที่มีความน่ารัก เชย และเป็น น่าเอ็นดูต่อผู้พบเห็น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (34) **เด็กอีสานมีความน่ารัก เป็นตัวของเขาเอง อาจจะไม่จะเป็น** อดทนอะไรก็แล้วแต่ แต่เด็กอีสานสุดยอดของความอดทนอดทนอดทน ไม่ย่อท้อในความยากลำบากและเป็นคนซื่อสัตย์ ในหนังสือเรื่องนี้จะสะท้อนให้เห็นความมุ่งมั่นของเด็กอีสาน (เตลินิวส์, 2 ก.พ. 2553)

### 3.2 คนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสาน มีการกล่าวถึงคนอีสานกับสังคม ภาพคนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่สื่อระดับชาติได้นำเสนอตลอดระยะเวลา 10 ปี พบว่า มีการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญ ได้แก่

- 1) คนอีสานมีความรู้ต่ำและด้อยโอกาส
- 2) คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน
- 3) คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม
- 4) คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะดีขึ้น

ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในสื่อระดับชาติมีการใช้กลวิธีทางภาษาที่สำคัญในการนำเสนอภาพตัวแทน ดังที่จะนำเสนอต่อไปนี้

### 3.2.1 คนอีสานมีความรู้น้อยและด้อยโอกาส

จากการศึกษาพบว่า ภาพคนอีสานที่ถูกนำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ระดับชาติ คือ ภาพคนอีสานขาดโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร ทำให้คนอีสานด้อยโอกาสทั้งทางด้านการศึกษา และเศรษฐกิจ จากข้อมูลพบว่าภาพคนอีสานด้อยโอกาสมี 2 มิติ ด้วยกัน ได้แก่ คนอีสานยากจน และคนอีสานการศึกษาน้อย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 3.2.1.1 คนอีสานยากจน

##### 3.2.1.1.1 การใช้คำ /กลุ่มคำ

###### 3.2.1.1.1.1 การใช้คำเรียก

ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานคือกลุ่มคนยากจน มีทั้งการใช้คำเรียกและการใช้คำที่มักปรากฏร่วมกัน เช่น *คนจน อีสานยากจน ชาวรากหญ้า คนยากจน ชาวบ้านระดับล่าง ประชาชนคนยากจน กลุ่มคนมีรายได้น้อย* นอกจากนี้ยังมีการใช้คำ/กลุ่มคำกริยา ในการกล่าวถึงภาพคนอีสานคือคนจนด้วย เช่น *ยากจนขั้นแค้น ขาดแคลน อดอยาก* เป็นต้น

การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานยากจน ผ่านการเลือกใช้คำเรียก เช่น *คนจน คนยากจน ชาวรากหญ้า ชาวบ้านระดับล่าง ประชาชนคนยากจน กลุ่มคนมีรายได้น้อย* การเลือกใช้คำเรียกเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงภาพที่คนอื่น ๆ มองคนอีสานว่ามีภาวะทางเศรษฐกิจที่ต่ำกว่า และเป็นกลุ่มคนที่มีชนชั้นต่ำกว่า เป็นต้น

###### 3.2.1.1.1.2 การใช้คำปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”

ตารางที่ 8 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนยากจน

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
ยากลำบาก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความลำบาก</li> <li>- ยากเข็ญ</li> <li>- ทุกข์ยาก</li> <li>- ลำบาก</li> <li>- ผจญกับความยากลำบาก</li> <li>- ยากไร้</li> <li>- ขาดแคลน</li> </ul>
ยากจน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัดคัดขัดสน</li> <li>- อดๆยากๆ</li> <li>- อดอยาก</li> </ul>

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีเงินไม่พอยังชีพ</li> <li>- รายได้ต่ำ</li> <li>- รายได้น้อย</li> <li>- ไม่เพียงพอ</li> <li>- ไม่พอใช้</li> <li>- ยากจนขั้นแค้น</li> </ul>
มีหนี้สิน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หนี้สินนอกระบบ</li> <li>- หนี้สินรายวัน</li> <li>- เงินกู้, ดอกเบี้ย</li> <li>- ไม่พอใช้หนี้</li> <li>- เป็นหนี้</li> <li>- เงินกู้นอกระบบ</li> </ul>

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วม ในการกล่าวถึงภาพคนอีสานคือคนจน เช่น *ขาดแคลน ยากจน หนี้สิน ค่าครองชีพสูง หนี้สินนอกระบบ เป็นต้น* ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (35) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่ใหญ่ที่สุด มีประชากรมากที่สุด ยากจนที่สุด (ไทยรัฐ, 11 ต.ค. 2555)

อย่างไรก็ตามในข้อมูลกลุ่มนี้ยังพบว่ามีการใช้กลุ่มคำ “*ยากจนขั้นแค้น*” เพื่อต้องการเน้นย้ำให้เห็นถึงความยากจนและความลำบากของคนอีสาน และการสะท้อนให้เห็นภาพความยากจนของคนอีสานที่ต้องดิ้นรนไปทำงานที่อื่นเพื่อให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (36) คนอีสานเป็นพวกไม่มีความรู้ ยากจนขั้นแค้น ไม่มีอะไรจะกิน กินได้แม้กระทั่งดิน (ไทยรัฐ, 22 ส.ค. 2550)

ตัวอย่าง (37) การหนีความยากจนและดิ้นรนไปหางานทำในต่างประเทศของ แรงงานในภาคอีสานในยุคต้นๆ ได้กลายเป็นตำนานที่เล่าขานกัน ในเรื่อง “ไปเสียนา มาเสียมีย” (ไทยรัฐ, 3 ต.ค. 2552)

จากตัวอย่างข้างต้นข้อความที่ขีดเส้นใต้ “ได้กลายเป็นตำนานที่เล่าขานกันในเรื่อง “ไปเสียนา มาเสียมีย” แสดงให้เห็นถึงภาพคนอีสานที่มีชีวิตลำเค็ญ และสิ่งนี้เป็นสิ่งที่รับรู้กับ

โดยทั่วไปมานานแล้วจนกลายเป็นตำนานที่มีคนกล่าวถึงและเข้าใจร่วมกันว่าคนอีสานยากจนมาเป็นเวลานาน

นอกจากนี้ยังมีการใช้กลุ่มคำเพื่อสื่อให้เห็นว่า คนอีสานคือกลุ่มคนยากจน เช่น จากการใช้คำซ้อน คำว่า “ลืมนตาอ้าปาก” เพื่อต้องการเน้นย้ำให้เห็นถึงความยากจนและความลำบากของคนอีสาน แสดงให้เห็นได้ว่า คนอีสานพอที่จะ “ลืมนตาอ้าปากได้” แต่ตอนนี้ยังไม่สามารถทำได้ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (38) รัฐบาลไม่ถึงกับต้อง “กำจัดความจนให้สิ้นซาก” ดังที่บางคนเคยสัญญา เพียงแต่ขอให้แก้ปัญหาทั่วทั้งประเทศและฝนแล้งในภาคอีสาน ให้เบ็ดเสร็จเด็ดขาด คนอีสานจะลืมนตาอ้าปากไปได้เอง (ไทยรัฐ, 11 ต.ค. 2555)

### 3.2.1.1.2 การแนะนำ

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติมีการเลือกใช้กลวิธีการแนะนำ เพื่อสื่อให้เห็นว่า ความยากจนของคนอีสานมีมานานแล้วและสภาพในปัจจุบันก็ยังเป็นเช่นเดิม รวมทั้งรัฐบาลไม่ได้ตั้งใจแก้ปัญหาอย่างจริงจัง ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (39) ที่เลือกเอา จ.อำนาจเจริญ เป็นที่แจกจ่ายให้คนนำไปเลี้ยงก็เห็นว่า คนอีสานยังยากจน ไม่มีทุนที่จะไปซื้อหามาเลี้ยงได้อีกทั้งปัจจุบันวัวควายในภาคอีสานเริ่มหมดไปทุกวัน (เดลินิวส์, 30 พ.ย. 2555)

จากตัวอย่าง (39) แนะนำความว่า คนอีสานยากจนมานานแล้ว และสภาพในปัจจุบันก็เป็นเช่นนั้น ดังจะเห็นได้จากการใช้คำว่า “คนอีสานยังยากจน”

ตัวอย่าง (40) การแก้ปัญหาให้คนอีสานน่าจะมีตั้งนานแล้ว พวกเราได้รับรู้เรื่องการศึกษาน้ำของภาคอีสานมายาวนาน ตั้งแต่ “โครงการอีสานเขียว” ของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ จนถึง “โครงการโขงชีมูล” ของนายประจวบ ไชยสาส์น ถ้ารัฐบาลตั้งใจทำจริง ๆ ป่านนี้คนอีสานคงลืมนตาอ้าปากได้แล้ว (ไทยรัฐ, 19 ก.ค. 2555)

จากตัวอย่าง (40) ทำให้เห็นว่าคนอีสานยังไม่สามารถลืมนตาอ้าปากได้ โดยผู้สื่อข่าวเลือกใช้กลวิธีการแนะนำเพื่อให้ผู้อ่านได้เข้าใจว่า คนอีสานยังยากจน ไม่สามารถลืมนตาอ้าปากได้ เพราะรัฐบาลไม่ได้ตั้งใจแก้ปัญหอย่างจริงจัง

### 3.2.1.1.3 การใช้สหบท

การใช้สหบทที่ปรากฏในที่นี้จะเป็นการใช้สหบทโดยการอ้างเหตุผลเพื่อเป็นหลักฐานข้อสรุป หรือข้อพิสูจน์เกี่ยวกับคนอีสานว่า คนอีสานยากจน เช่น การอ้างผลสำรวจ ผลโพล อ้างถึงบุคคลหรือคำพูดของบุคคลที่มีชื่อเสียง หรืออ้างเหตุการณ์ในอดีตที่ผ่านมา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- ตัวอย่าง (41) **สำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้เผยแพร่ผลการพัฒนาตามเป้าหมายแห่งสหประชาชาติของประเทศไทย ฉบับที่ 2** ระบุว่า ที่ผ่านมามีไทยบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาในหลายด้าน โดยเฉพาะการลดสัดส่วนประชากรที่ยากจนลงครึ่งหนึ่งในช่วงปี 2533-2558 ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ แต่ยังมีภาวะความยากจนสูงในภาคอีสาน (เดลินิวส์, 25 ต.ค. 2553)
- ตัวอย่าง (42) **จากการศึกษาวิจัยและตรวจสอบพฤติกรรมทางการเงินของคนอีสาน** พบว่า ยังคงประสบปัญหาในเรื่องของเงินกู้ยืมอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะยังคงพบเห็นกลุ่มบุคคลที่นำป้ายโฆษณาหรือนามบัตรโฆษณามาติดหรือเสียบตามเสาไฟฟ้า (เดลินิวส์, 10 ก.ย. 2551)

จากตัวอย่างข้างต้นพบว่า มีการนำสหบทมาใช้เพื่อสนับสนุนความคิดของผู้เขียนให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น โดยการอ้างผลสำรวจจากสำนักงานที่ได้มาตรฐานและเป็นที่น่าเชื่อถือของคนในสังคม เช่น “สำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)” หรือการยกตัวอย่างผลการวิจัยมาสนับสนุน เช่น “การศึกษาวิจัยและตรวจสอบพฤติกรรมทางการเงินของคนอีสาน” สหบทเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของกลวิธีทางภาษาที่ใช้สื่อภาพคนอีสานที่ยังคงยากจนและเป็นปัญหาที่รัฐบาลควรเร่งแก้ไข

### 3.2.1.2 คนอีสานการศึกษาน้อย

#### 3.2.1.2.1 การใช้คำ / กลุ่มคำ

##### 3.2.1.2.1.1 การใช้คำเรียก

หนังสือพิมพ์ระดับชาติได้นำเสนอภาพคนอีสานมีการศึกษาน้อยผ่านการใช้คำ/กลุ่มคำที่บอกว่าคนอีสานมีการศึกษาน้อย จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า ภาพคนอีสานที่ถูกกล่าวถึงเกี่ยวกับการศึกษาจะมีลักษณะลบผ่านการใช้คำเรียก โดยมีการเลือกใช้คำว่า “คนอีสานโง่” “คนอีสานขาดความรู้” “กลุ่มคนที่มีการศึกษาน้อย” เพื่อแสดงให้เห็นว่าคนอีสานมีการศึกษาน้อยขาดความรู้

## 3.2.1.2.1.2 การใช้คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”

ตารางที่ 9 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานการศึกษาน้อย

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
โง่	- โง่ - โง่เง่าเต่าตุ่น
ความรู้้น้อย	- ความรู้ต่ำ - ไม่มีความรู้ - ขาดความรู้ - การศึกษาน้อย - ยกระดับการศึกษาให้สูงขึ้น,
ไม่ทันคนอื่น	- ยกระดับการศึกษาให้ทัดเทียมกับ เด็กในเมืองใหญ่
ขาดโอกาส	- ไม่มีโอกาส - ขาดโอกาส - ไร้โอกาส

การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานการศึกษาน้อย มีการใช้คำ/กลุ่มคำที่มักปรากฏร่วมกัน เช่น โง่ โง่เง่าเต่าตุ่น ขาดความรู้ ความรู้ต่ำ การศึกษาต่ำ ยกระดับการศึกษา เป็นต้น และมีการใช้กลุ่มคำที่บ่งบอกว่าสิ่งนี้ได้เกิดขึ้นมานานแล้ว ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง(43) การเลือกตั้งที่ผ่าน ๆ มา มีการโทษว่าเพราะคนอีสานโง่ ขาดความรู้ ชื้อได้ จึงเลือกรัฐบาลเลว ๆ มาบริหารประเทศ (เดลินิวส์, 21 เม.ย. 2552)

ตัวอย่าง(44) การสอนให้เด็กอีสานที่เป็น ลูกตาสีตาสา มีโอกาส ยกระดับทางการศึกษา และความรู้ให้ทัดเทียมกับ เด็กในเมืองใหญ่ ....เป็นเรื่องที่ ไกลเกินฝัน ของเด็กเหล่านี้มานานแสนนาน (เดลินิวส์, 13 มิ.ย. 2552)

ตัวอย่าง (45) ใครเคยดูถูกคนอีสานว่าโง่ ขายตัวซื้อได้ คงรู้แล้วว่า คนอีสาน นี้แหละ ที่มีจิตสำนึก “เสรีชน” อย่างแท้จริง เป็น เสาหลัก ประชาธิปไตย กี่ว่าได้ (เดลินิวส์, 25 มิ.ย. 2552)

ตัวอย่าง (46) ใครจะดูถูกว่าคนอีสานงี้ก็ปล่อยเค้าไป ใครจะดูถูกคนอื่นว่างี้ตัวเองนั้นแหละ งี้ตัวเอง (เดลินิวส์, 21 เม.ย. 2552)

จากตัวอย่างข้างต้นเห็นได้ว่าการกล่าวถึงคนอีสานในภาพที่คนอีสานการศึกษา น้อย ขาดความรู้ ด้วยโอกาสทางการศึกษา หากพิจารณาภาพที่ปรากฏนี้จะพบว่าประเด็นที่กล่าวถึงคนอีสานอยู่ 2 ลักษณะ กล่าวคือ คนอีสานงี้ การศึกษาน้อย และคนอีสานไม่ได้งี้ จากภาพที่ปรากฏนี้จะเห็นได้ว่าเป็นการต่อสู้กันระหว่างการนำเสนอภาพ “คนอีสานงี้” ของสื่อและสังคมทั่วไปที่รับรู้ กับ ภาพ “คนอีสานไม่ได้งี้” ที่คนอีสานได้นำเสนอตนเองในสื่อระดับชาติ สิ่งที่น่าสนใจคือภาพที่ปรากฏนี้เป็นภาพที่ผ่านสื่อระดับชาติซึ่งแสดงให้เห็นว่าในการนำเสนอภาพคนอีสานนั้นสื่อได้นำเสนอทั้งสองมุมและให้ผู้อ่านได้ตัดสินใจ คิดพิจารณาเลือกที่จะบริโภคข้อมูลในมุมใด

### 3.2.1.2.2 การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

การเลือกใช้คำถามเชิงวาทศิลป์นี้ช่วยให้ผู้เขียนสามารถแสดงทัศนะและโน้มน้าวให้ผู้อ่านคิดเห็นคล้อยตามกับตนเอง โดยไม่ต้องกล่าวอย่างตรงไปตรงมา ช่วยลดความรุนแรงของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ให้เบาบาง นอกจากนี้ยังเสนอแนวทางให้ผู้อ่านตัดสินใจอย่างที่คุณเขียนต้องการ การที่เลือกใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ในการสื่อภาพคนอีสานมีความรู้ น้อย มีลักษณะการตั้งคำถามที่ไม่ต้องการคำตอบแต่ต้องการให้ผู้อ่านได้หยุดคิดและเห็นด้วยกับสิ่งที่ผู้เขียนต้องการเสนอ รวมถึงต้องการที่จะประชดประชันหรือถากถางกลุ่มคนที่ผู้เขียนกล่าวถึงโดยเลือกใช้กลวิธีอ้อมเพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (47) คนเป็นแสน ๆ มาหลอมรวมกันได้ ไม่ใช่พวกกินหญ้าหรกออย่า ดูถูกคนรากหญ้านัก ไปถามเถอะ ส.ส.ภาคไหน เหนื่อยสุด ส.ส.อีสาน นี่ละ ทำงานตัวเป็นเกลียวเพราะคนอีสานรู้ว่า ตัวเองต้องการอะไร อย่างนี้งี้หรือ (เดลินิวส์, 13 มี.ค. 2553)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีประเด็นที่น่าสนใจคือ มีการใช้คำถามวาทศิลป์เพื่อนำเสนอคนอีสาน 2 ภาพด้วยกันคือ คนอีสานงี้ และคนอีสานไม่ได้งี้ เป็นการใช้การปฏิเสธความคิดของคนในสังคมว่าคนอีสานไม่ได้งี้ จากข้อความที่ว่า “อย่างนี้งี้หรือ”

### 3.2.1.2.3 การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุ-ผล

ในการแสดงความสัมพันธ์ของเนื้อหาแบบมีเหตุและผล การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเป็นเหตุเป็นผลนี้เป็นการกล่าวโดยให้เหตุผลในการสนับสนุนความคิดของตนเอง โดยไม่ได้กล่าวขึ้นลอย ๆ โดยจะแสดงให้เห็นว่าสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบนั้นมีที่มาที่ไปและเป็นเหตุเป็นผลเกี่ยวเนื่องกัน



ตัวอย่าง (48) นายสนอง เทพอักษรณรงค์ ส.ส.บุรีรัมย์ พรรคพลังประชาชน ที่ให้ความเห็นว่า ที่มีรายชื่อของภาคอีสานอยู่ในจำนวนน้อยนั้น เป็นธรรมดาเพราะคนชอบมองว่าคนอีสานมีความรู้น้อย (เดลินิวส์, 14 ก.พ. 2551)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุ-ผลนั้นช่วยสื่อให้เห็นภาพคนอีสานมีความรู้<sup>น้อย</sup> มีการอธิบายสาเหตุที่ทำให้คนอีสานไม่ได้รับความสนใจในด้านการคัดเลือกเข้ามาเป็นผู้นำรัฐบาล หรือตำแหน่งสำคัญทางการเมือง เพราะว่าคนชอบมองว่าคนอีสานมีความรู้<sup>น้อย</sup> ข้อสังเกตบางประการคือ การที่ผู้เขียนเลือกใช้คำว่า “คนชอบมองว่า.....” ชี้ให้เห็นว่าคนอีสานอาจจะไม่ได้มีความรู้<sup>น้อย</sup> แต่ข้อมูลที่คนส่วนใหญ่ได้รับรู้คือคนอีสานมีความรู้<sup>น้อย</sup> ดังนั้นการที่ผู้เขียนเลือกใช้กลวิธีนี้ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในแง่ภูมิความรู้<sup>น้อย</sup>และด้อยโอกาสนั้นเป็นการพยายามอธิบายปรากฏการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น

### 3.2.2 คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน

#### 3.2.2.1 การใช้คำ /กลุ่มคำ

##### 3.2.2.1.1 การใช้คำเรียก

ตารางที่ 10 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน

คำเรียก “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
ชนชั้นแรงงาน	- แรงงานจากภาคอีสาน - แรงงานต่างถิ่น - แรงงานพลัดถิ่น - ตึกตึกอีสาน
ชนชั้นล่าง	- รากหญ้าอีสาน - ชาวรากหญ้า - พลเมืองชั้นสอง - ลูกน้อง

ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานกับสังคมมีการใช้คำเรียกเพื่อแสดงให้เห็นภาพคนอีสานที่เป็นชนชั้นแรงงาน เช่น แรงงานจากภาคอีสาน แรงงานไทย ทาส คนงาน คนขับแท็กซี่ ตึกตึกอีสาน ชาวรากหญ้า รากหญ้าอีสาน พลเมืองชั้นสอง ลูกน้อง เกษตรกร เป็นต้น

- ตัวอย่าง (49) เจริญ คันธวงศ์ บอก ปชป.ไม่หวังฐานเสียงต่างจังหวัดเพราะ**คนอีสานเป็นลูกจ้างให้คนกรุงเทพฯ คนรับใช้**ของผมก็มาจากภาคอีสาน **ลูกจ้างปั้มน้ำมัน**กรุงเทพฯ ก็มาจากอีสาน (เดลินิวส์, 30 ธ.ค. 2551)
- ตัวอย่าง (50) มีรายงานข่าวว่า ในปีหนึ่งๆ มี**แรงงานไทย**ซึ่งเป็นผู้ชาย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 80 มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือถูกหลอกลวงเอาไปขายเป็น**แรงงานทาส** บังคับให้ทำงานในเรือประมง” (ไทยรัฐ.8 ส.ค.2554)
- ตัวอย่าง (51) “**บางคนขับแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์รับจ้างและรถตุ๊กตุ๊ก** มีระดับหัวหน้าอยู่ประมาณ 2 คน ส่วนคนถูกล่อลวงส่วนใหญ่เป็นคนอีสาน” (ไทยรัฐ.28 ส.ค.2554)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า มีการเลือกใช้คำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มชนชั้นแรงงาน โดยการใช้คำ/กลุ่มคำที่เกี่ยวข้องกับอาชีพที่ใช้แรงงาน เช่น “**ขับแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์รับจ้าง และรถตุ๊กตุ๊ก**” “**แรงงานไทย**” นอกจากจะใช้คำที่กล่าวถึงชนชั้นแรงงานโดยตรงแล้ว ยังมีการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อมาขยายอธิบายเพิ่มเติมว่า คนอีสานไม่ใช่แรงงานทั่วไป แต่เป็นแรงงานทาส แรงงานที่ถูกเอาเปรียบจากคนที่มีอำนาจมากกว่าและถูกระบุชนชั้นทางสังคมอย่างชัดเจน เช่น คำว่า “**แรงงานทาส**” จะเห็นได้ว่าการใช้คำที่ปรากฏในข่าวนั้นจะเป็นในกรณีที่คนอีสานถูกล่อลวงให้เป็นแรงงานในรูปแบบต่าง ๆ

### 3.2.2.1.2 การใช้คำที่ปรากฏร่วม

ตารางที่ 11 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
อาชีพขายแรงงาน	- คนขับแท็กซี่ - คนรับใช้ - คนงาน - ลูกจ้าง - รับจ้าง
อาชีพขายแรงงาน	- รับใช้ - มอเตอร์ไซด์รับจ้าง - ลูกจ้างปั้มน้ำมัน

จากตารางข้างต้นมีการใช้คำปรากฏร่วมกับคนอีสานเพื่อนำเสนอภาพคนอีสานเป็น  
ชนชั้นแรงงาน คำที่ปรากฏนี้มักปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน” และอาชีพที่นำเสนอคือ อาชีพใช้  
แรงงาน และรายได้ต่ำ ต้องหาเช้ากินค่ำ เป็นลูกจ้าง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (52) คนอีสานเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ **ก็มักจะเป็นแต่ลูกจ้าง**  
( เติลินิวส์. 30 ธ.ค. 2551)

ตัวอย่าง (53) ตามที่บอกไปว่าไม่ได้แบ่งแต่อย่างใด เพียงแต่เป็นเรื่องที่ควรสร้าง  
ความเข้าใจ อย่างตนเป็นคนภาคเหนือแต่ก็มาเรียนและทำงานอยู่  
ในกรุงเทพฯ เช่นเดียวกับคนอีสานที่ใครที่มีเงินมากก็เป็นนักธุรกิจ  
ส่วนใครที่มีเงินน้อยก็เป็นลูกจ้าง ซึ่งไม่ใช่เรื่องแปลก ( เติลินิวส์,  
30 ธ.ค. 2551)

จากตัวอย่างข้างต้นได้นำเสนอภาพคนอีสานที่เข้ามาทำงานกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่จะ  
ประกอบอาชีพขายแรงงาน เป็นลูกจ้าง ดังตัวอย่างที่ใช้คำว่า “มักจะเป็น” แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่ที่เข้า  
มาทำงานทำในกรุงเทพฯ ต้องมาขายแรงงานรับจ้าง

### 3.2.2.2 การใช้โครงสร้างประโยคกรรม

การใช้ประโยคกรรมสามารถสื่อให้เห็นมุมมองของผู้ผลิตตัวบทได้ชัดเจน โดยการเน้น  
ย้ำว่าคนอีสานเป็นผู้ถูกกระทำ จากการศึกษาข้อมูลพบว่า มีการใช้ประโยคกรรมที่ใช้สื่อความหมาย  
เกี่ยวกับคนอีสาน เช่น “ถูกภาคอื่นดูถูก” หรือ “ถูกคนอื่นชักจูงได้ง่าย” “ถูกหลอก” “ถูกลอยแพ”  
“ถูกล่อลวง” “ถูกกดขี่” “ถูกดูแคลน”

ตัวอย่าง (54) มีรายงานข่าวว่า ในปีหนึ่ง ๆ มีแรงงานไทยซึ่งเป็นผู้ชาย ส่วนใหญ่  
ร้อยละ 80 มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ **ถูกหลอกลวงเอาไป  
ขายเป็นแรงงานทาส บังคับให้ทำงานในเรือประมง** (ไทยรัฐ, 8  
ส.ค. 2554)

ตัวอย่าง (55) **บางคนขับแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์รับจ้างและรถตุ๊กตุ๊ก** มีระดับ  
หัวหน้าอยู่ประมาณ 2 คน **ส่วนคนถูกล่อลวงส่วนใหญ่เป็นคน  
อีสาน** (ไทยรัฐ, 28 ส.ค. 2554)

### 3.2.2.3 การใช้สัทพ

การใช้สัทพในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานคือชนชั้นแรงงานโดยการอ้าง  
เหตุผลเพื่อเป็นหลักฐาน ข้อสรุป หรือข้อพิสูจน์เกี่ยวกับคนอีสานว่า คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน หลัก

หนีความยากจน และถูกคนต่างกลุ่มหลอกลวง เช่น การอ้างผลสำรวจ ผลโพล อ้างถึงตัวเลขทางสถิติของสถาบันที่น่าเชื่อถือ หรืออ้างเหตุการณ์ในอดีตที่ผ่านมา เพื่อสื่อให้เห็นว่าภาพที่ถูกกล่าวถึงนั้นมีความน่าเชื่อถือ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

**ตัวอย่าง (56) ตั้งแต่ปี 2518 เป็นต้นมา มีแรงงานไทยเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ โดยผ่านกระทรวงแรงงานกว่า 3.8 ล้านคน แต่เชื่อว่าจะมีแรงงานไปต่างประเทศ โดยไม่ผ่านกระทรวงแรงงานอีกถึง 2 เท่า ส่วนใหญ่เป็นคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือราว 70 % ที่ต้องดิ้นรนหนีความยากจนไปขุดทองในต่างแดน แต่ก็มีทั้งประสบความสำเร็จและล้มเหลว (ไทยรัฐ, 3 ต.ค. 2552)**

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า กลวิธีทางภาษาที่สื่อภาพคนอีสานคือกลุ่มคนชนชั้นแรงงานผ่านการใช้สททโดยการกล่าวอ้างสถิติที่น่าเชื่อถือของหน่วยงานของรัฐ โดยตัวอย่างข้างต้นชี้ให้เห็นว่าคนอีสานได้พยายามหลีกเลี่ยงหนีความยากจน และพยายามดิ้นรนต่อสู้เพื่อที่จะสามารถลืมตาอ้าปากได้บ้าง ถึงแม้จะต้องทิ้งอาชีพเกษตรกรรมและลงทุนกู้หนี้ยืมสินเพื่อไปขายแรงงานในต่างประเทศก็ตาม

### 3.2.3 คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม

#### 3.2.3.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่มมีทั้ง**การใช้คำเรียก** เช่น **เหยื่อการค้าทาส** **เหยื่อ** **เหยื่อการค้ามนุษย์** นอกจากนี้ยังมี**การใช้คำ/กลุ่มคำ** ในการกล่าวถึงภาพคนอีสานคือกลุ่มคนที่ถูกกระทำด้วย เช่น **หลอก** **ถูก** **โดน** **ลวง** **รับใช้** **ถูกหลอกลวง** **ตกขัง** **ย่ำยี** **ตกเป็นเหยื่อ** **แต่มีสี** **ล่าเหยื่อ** **ถูกล่า** เป็นต้น ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 12** แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน” เพื่อสื่อถึงคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
ตกเป็นเหยื่อ, เหยื่อ	- เหยื่อ - เหยื่อการค้าทาส - เหยื่อมนุษย์ - เหยื่อการค้าทาส - เหยื่อการค้ามนุษย์

การเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่สื่อถึงภาพคนอีสานที่ถูกคนต่างกลุ่มกระทำนั้นอ้างถึงพฤติกรรมหรือการกระทำของคนกลุ่มอื่นที่กระทำต่อคนอีสาน ทั้งการหลอกลวง การล่า และการแถมสี่ คนอีสานถูกนำเสนอในภาพที่ไม่มีอำนาจต่อรองและไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้จึงต้อง “ตกเป็นเหยื่อ” ของกลุ่มคนที่แข็งแรงมากกว่า

**ตัวอย่าง (57)** ชาวบ้านมีหนี้สินนอกระบบซึ่งเกิดจากไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนของภาครัฐ จึงทำให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากนายทุนเงินกู้นอกระบบ โดยทุกวันนี้ชาวบ้านได้ถูกเรียกเก็บดอกเบี้ยในอัตราที่สูง (ไทยรัฐ, 10 ต.ค. 2552)

**ตัวอย่าง (58)** ขณะเดียวกันภาคอีสานก็เป็นภาคที่มี ส.ส.มากที่สุด น่าจะให้ความสนใจในสวัสดิภาพของคนอีสานให้มากกว่าที่เป็นอยู่ นั่นก็คือ การให้การศึกษและการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ประชาชนเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดตกเป็นเหยื่อการค้าทาส และช่วยเหลือเมื่อประสบเคราะห์กรรม (ไทยรัฐ, 3 ก.ค. 2552)

กล่าวได้ว่า การเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่สื่อถึงภาพคนอีสานที่ถูกคนต่างกลุ่มเอาเปรียบนั้นอ้างถึงพฤติกรรมหรือการกระทำของคนกลุ่มอื่นที่กระทำต่อคนอีสาน ทั้งการหลอกลวง การล่า และการแถมสี่ คนอีสานถูกนำเสนอในภาพที่ไม่มีอำนาจต่อรองและไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้จึงต้อง “ตกเป็นเหยื่อ” ของกลุ่มคนที่แข็งแรงกว่า นอกจากนี้ยังมีการใช้คำซ้อนเพื่อสื่อให้เห็นว่า คนอีสานถูกเอาเปรียบจากคนต่างกลุ่ม เช่น จากการใช้คำว่า “เอารัดเอาเปรียบ”

**ตัวอย่าง (59)** ชาวบ้านมีหนี้สินนอกระบบซึ่งเกิดจากไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนของภาครัฐ จึงทำให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากนายทุนเงินกู้นอกระบบ โดยทุกวันนี้ชาวบ้านได้ถูกเรียกเก็บดอกเบี้ยในอัตราที่สูง (ไทยรัฐ, 10 ต.ค. 2552)

### 3.2.3.2 การใช้โครงสร้างประโยคกรรม

การใช้ประโยคกรรมสามารถสื่อให้เห็นถึงมุมมองของผู้ผลิตตัวบทได้ชัดเจน โดยการเน้นย้ำว่าคนอีสานเป็นผู้ถูกกระทำ จากการศึกษาข้อมูลพบว่า มีการใช้ประโยคกรรมที่ใช้สื่อความหมายเกี่ยวกับคนอีสาน เช่น ถูกภาคอื่นดูถูก ถูกคนอื่นชักจูงได้ง่าย ถูกหลอก ถูกลอบแพ ถูกล่อลวง ถูกกดขี่ ถูกดูแคลน ถูกเอารัดเอาเปรียบ ถูกเรียกเก็บดอกเบี้ย เป็นต้น

**ตัวอย่าง (60)** บางคนขับแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์รับจ้างและรถตุ๊กตุ๊ก มีระดับหัวหน้าอยู่ประมาณ 2 คน ส่วนคนถูกล่อลวงส่วนใหญ่เป็นคนอีสาน (ไทยรัฐ, 18 ส.ค. 2554)

- ตัวอย่าง (61) ถ้ารัฐบาลตั้งใจทำจริง ๆ ป่านนี้คนอีสานคงลืมตาอ้าปากได้แล้ว แต่คนอีสานก็ถูกหลอกและถูกทอดทิ้งเรื่อยมาจนถึง... (ไทยรัฐ, 19 ก.ค. 2556)
- ตัวอย่าง (62) ประเทศยอคนิยมในขณะนั้นคือ ซาอุดีอาระเบีย แต่บางคนถูกหลอกบินไปลง “ซาอุดร” ....แต่แรงงานไทยก็ต้องยอมกู้หนี้ยืมสินมาจ่าย ช้ำยังถูกหลอกหลวงต้มตุ๋น ถูกลอยแพ เป็นอาชญากรรม การปล้นคนจนซ้ำซาก (ไทยรัฐ, 3 ต.ค. 2552)
- ตัวอย่าง (63) ส่วนใหญ่ร้อยละ 80 มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือถูกหลอกหลวงเอาไปขายเป็นแรงงานทาส บังคับให้ทำงานใน... ถูกกดขี่บังคับเยี่ยงทาส นับเป็นเหตุการณ์ที่ซ้ำรอยกับเมื่อหลายทศวรรษก่อน ที่แรงงานจากภาคอีสานถูกส่งไปเป็นแรงงานทาส ในไร่อ้อย ในภาคตะวันออก (ไทยรัฐ, 3 ก.ค. 2552)
- ตัวอย่าง (64) ผมเป็นคนอีสาน เห็นความทุกข์ยากลำบากของพี่น้องอีสาน (ตัวอย่าง คำเรียก) มากมาย ทั้งถูกกดขี่ข่มเหงรังแก เอาไรต์เอาเปรียบ ถูกดูแคลนจากคนกรุงเทพฯ (ไทยรัฐ, 4 เม.ย. 2550)

จากตัวอย่างที่ยกมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า คนอีสานเป็นผู้ถูกระทำดังจะเห็นได้จากการเลือกใช้ประโยคโครงสร้างกรรม เพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นภาพอย่างชัดเจนว่าคนอีสานเป็นผู้ถูกระทำจากคนต่างกลุ่ม และการที่ถูกระทำนี้สะท้อนให้เห็นว่า คนอีสานชื่อจริงใจ จึงทำให้ถูกหลอกถูกเอาเปรียบจากคนต่างกลุ่ม นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าลักษณะสำคัญของการใช้ประโยคกรรมนั้นมีวัตถุประสงค์บางอย่างที่น่าสนใจ คือ จะใช้ในความหมายเชิงลบ และในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาตินี้มีการใช้ประโยคกรรมในการนำเสนอคนอีสานถูกระทำจากคนต่างกลุ่มจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงนัยบางอย่างในเรื่องความไม่เท่าเทียมกันและนำเสนอว่าคนอีสานเป็นคนละกลุ่มจึงถูกระทำ

จากการศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจพบว่า สิ่งที่น่าสนใจในการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ระดับชาตินั้นเป็นภาพคนอีสานที่ไม่ต่างจากอดีตที่ผ่านมา คนอีสานยังคงเป็นกลุ่มคนจนในสังคมไทย และมักประกอบอาชีพขายแรงงานทั้งในและต่างประเทศ รวมไปถึงคนอีสานก็ยังถูกเอาเปรียบจากคนคนต่างกลุ่ม ทั้งนี้สื่อระดับชาติได้นำเสนอภาพเหล่านี้ผ่านกลวิธีทางภาษาโดยเฉพาะการเลือกใช้โครงสร้างประโยคกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงการถูกระทำของคนอีสาน คนอีสานได้กลายเป็นกลุ่มคนที่ไม่มีความหวังและต้องยอมรับสภาพที่เกิดขึ้นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

### 3.2.4 คนอีสานในหัวเมืองใหญ่ที่มีฐานะดีขึ้น

#### 3.2.4.1 การเลือกใช้คำ / กลุ่มคำ

##### 3.2.4.1.1 การใช้คำเรียก

ตารางที่ 13 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานในหัวเมืองใหญ่ที่มีฐานะดีขึ้น

คำเรียกคนอีสาน	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
ร่ำรวย, เศรษฐี	- เศรษฐีใหม่ - เศรษฐีอย่างพารา - เศรษฐีอย่าง - new rich

การที่หนังสือพิมพ์ระดับชาติเลือกใช้คำหรือกลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานในหัวเมืองใหญ่ที่มีฐานะดีขึ้น ได้แก่ การใช้คำเรียก การใช้คำเรียกคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ พบว่า ใช้คำเรียกคนอีสานที่มีฐานะดีขึ้นว่า เศรษฐีใหม่ เศรษฐีอย่าง เศรษฐีอย่างพารา เช่น

ตัวอย่าง (65) อีสานทุกวันนี้กำลังเป็น New Rich(เศรษฐีใหม่) วันนี้สถานการณ์เศรษฐกิจเปลี่ยนไปเยอะ เมื่อก่อนเกษตรส่วนใหญ่คือความยากจน แต่ตอนนี้เกษตรส่วนใหญ่คือความร่ำรวยของประเทศ (ไทยรัฐ, 24 ส.ค. 2554)

##### 3.2.4.1.2 การใช้คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”

ตารางที่ 14 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมกับเพื่อสื่อถึงคนอีสานในหัวเมืองใหญ่ที่มีฐานะดีขึ้น

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
เศรษฐกิจดีขึ้น	- กำลังซื้อมากขึ้น - รวยขึ้น - รวยกันถ้วนหน้า - กระตุ้นเศรษฐกิจ - เศรษฐกิจคึกคัก - กระเป๋าตุง - การเงินการลงทุน - พลิกโฉม

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
ดีขึ้น, เพิ่มขึ้น	- <u>อู่ฝู</u> - <u>เพิ่มขึ้นเท่าตัว</u> - <u>ดีขึ้น</u> - <u>บูม</u> - <u>ผุด</u>
ดีขึ้น, เพิ่มขึ้น	- <u>ผุดขึ้นเป็นดอกเห็ด</u> - <u>ขยายตัวเมือง</u> - <u>เติบโต</u>

การใช้คำ/กลุ่มคำที่มักปรากฏร่วมกัน ในการนำเสนอภาพคนอีสานในหัวเมืองใหญ่ที่กำลังได้รับการพัฒนาและมีฐานะดีขึ้น เช่น

ตัวอย่าง (66) จัดมันนี่ เอ็กซ์โป โคราช กระตุ้นเศรษฐกิจอีสาน ล่าง วันนี้ผมมีข่าวดีสำหรับพี่น้องชาวอีสานมาแล้วสู่กันฟัง 9-11 สิงหาคมนี้ 32 ธนาคารและสถาบันการเงินจะยกทัพไปร่วมงานมหกรรมการเงิน Money Expo โคราช ครั้งที่ 7 ที่เอ็มซีซี ฮอลล์ เดอะมอลล์ นครราชสีมา นำบริการทางการเงินการลงทุนครบวงจร ไปให้บริการ ชาวโคราชและจังหวัดใกล้เคียงใน "อีสานล่าง" ให้เข้าถึงบริการทางการเงินการลงทุนอย่างเท่าเทียมกัน สินเชื่อบ้านสินเชื่อเอสเอ็มอีเริ่มต้นด้วยดอกเบี้ย 0% เพื่อช่วย กระตุ้นเศรษฐกิจภาคอีสานให้คึกคัก (ไทยรัฐ, 7 ส.ค. 2556)

ตัวอย่าง (67) "อีสานโพล" มหาวิทยาลัยขอนแก่น สํารวจเมื่อเดือนที่แล้วพบว่า คนอีสานมีทองเป็นสมบัติส่วนตัวและเครื่องประดับสูงถึง 63.4% เมื่อถามว่าครึ่งปีหลังปีนี้จะซื้อทองเพิ่มอีกหรือไม่ คำตอบที่ออกมา 53.3% ตอบว่าจะ ซื้อทองเพิ่ม โดยไม่สนใจว่าราคาทองคำจะขาขึ้น หรือขาลง แสดงว่าเศรษฐกิจชาวบ้านอีสานส่วนใหญ่วันนี้ดีขึ้นมาก (ไทยรัฐ, 7 ส.ค. 2556)

ตัวอย่าง (68) ด้วยความมุ่งมั่นที่จะเจาะภาคอีสานซึ่งเป็นฐานสำคัญของพรรคไทยรักไทย พรรคประชาธิปัตย์จึงได้ประกาศนโยบายเกี่ยวกับภาคอีสาน โดยเฉพาะ เช่น การจัดหาที่ดินให้ประชาชน การยกหนี้เงินกู้ของรัฐ การให้สิทธิพิเศษทางเศรษฐกิจ การยกฐานะนครราชสีมา ขอนแก่น และอุบลราชธานี เป็นมหานคร



**จัดตั้งเขตพัฒนาพิเศษ** การตั้งเขตผลิตข้าวในทุ่งกุลาร้องไห้และส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น (ไทยรัฐ, 18 ต.ค. 2550)

- ตัวอย่าง (69) ชาวสวนยางทั้งภาคอีสาน อีสานตอนบน และภาคใต้ ส่วนแต่ **กระเป๋าดุง หน้าใส เดินยิ้มไปยิ้มมาทั้งวัน เพราะกรีดยางแล้ว รวยกันถ้วนหน้า** (ไทยรัฐ, 12 ม.ค. 2554)
- ตัวอย่าง (70) คนอีสานที่มีฝีมือยิ่งจบจากสารพัดช่างทำได้ตั้งแต่สร้างบ้าน ยันแล่ปลาดิบ **แห่กลับบ้านกันเพียบ เงินออมกองทุนสหกรณ์เพิ่มเท่าตัว** ขณะที่ยอดจองรถยนต์โตโยต้ามีเส้นยังต้องรอเดือนสองเดือน (ไทยรัฐ, 12 ม.ค. 2554)
- ตัวอย่าง (71) ธุรกิจบ้านจัดสรร-รับสร้างบ้านในอีสาน**บูมสุดๆเติบโตปีละไม่ต่ำกว่า 20%** โคราช**มาแรง**เปิดตัว 100 โครงการรับอานิสงส์ยางพารา ทั้งเจ้าของสวน-คนกรีดยาง**อู้ฟู่** (ไทยรัฐ, 4 ก.ย. 2555)
- ตัวอย่าง (72) ภาคตะวันออกเฉยงเหนือมีประชากรมาก และที่สำคัญ**มีการปรับเปลี่ยน**การปลูกพืชเศรษฐกิจมาเป็นยางพารา ทำให้เกษตรกร**มีรายได้เพิ่มขึ้นมาก** ขณะที่คนที่มาลงทุนปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉยงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นคนจากจังหวัดภาคใต้ที่ย้ายถิ่นฐานมาปลูกยางพาราและได้ว่าจ้างคนในพื้นที่รับจ้างกรีดยาง โดยมีการแบ่งสัดส่วนรายได้ระหว่างกัน ทำให้ทั้งเจ้าของสวนยางและผู้กรีดยางต่าง**มีรายได้เพิ่มขึ้น** (ไทยรัฐ, 4 ก.ย. 2555)

จากตัวอย่างข้างต้นเห็นได้ว่า ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติที่คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้นมีการใช้คำที่มักปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน” ที่อาศัยในหัวเมืองใหญ่ ในที่นี้ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดอุดรธานี มีการใช้คำเพื่อสื่อให้เห็นว่าเศรษฐกิจในจังหวัดเหล่านี้กำลังดีขึ้น เจริญเติบโตขึ้น เช่น ใช้คำว่า **เพิ่มขึ้นเท่าตัว ดีขึ้น บูม ผุดผุดขึ้นเป็นดอกเห็ด ขยายตัวเมือง เต็มโต กระตุ้นเศรษฐกิจ เศรษฐกิจคึกคัก** นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าการนำเสนอภาพคนอีสานในมิตินี้มีการกล่าวถึงการทำสวนยางพาราที่ส่งผลให้คนอีสานมีฐานะดีขึ้น ดังเช่น **“กระเป๋าดุง หน้าใส เดินยิ้มไปยิ้มมาทั้งวัน เพราะกรีดยางแล้วรวยกันถ้วนหน้า”**

### 3.2.4.2 การใช้สทบท

สทบท คือ การที่ตัวบทหนึ่งมีการอ้างอิงหรือแทรกตัวบทอื่นซึ่งส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบทที่กำลังกล่าวถึงและตัวบทอื่นที่อ้างอิงหรือแทรกมา จากข้อมูลที่น่ามาศึกษา

พบว่า มีการแทรกตัวบทอื่นเข้ามาในตัวบทหลักของเนื้อข่าวด้วย ตัวบทที่แทรกเข้ามานี้มีบทบาทในการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ข้อมูลหรือความคิดในตัวบทหลัก ดังตัวอย่าง

**ตัวอย่าง (73)** โคราชถือเป็นประตูสู่ภาคอีสาน และอีสานเป็นประตูสู่นโคนจีนสู่อาเซียน โดยมี พล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ อดีตนายกฯ เป็นผู้ริเริ่มสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้จังหวัดนครราชสีมา โดยนำนิคมอุตสาหกรรมไปไว้ที่โคราช ตัดถนน 304 เชื่อมโยงโคราชไปท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง สร้างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจในพื้นที่ ปัจจุบันรัฐบาลกำลังจะช่วยเพิ่มความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของโคราชขึ้นไปอีก (ไทยรัฐ, 27 ส.ค. 2555 )

จากตัวอย่างพบว่า มีการใช้สหบทเพื่อสื่อให้เห็นว่าคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะดีขึ้นมานานแล้ว โดยการยกนโยบายพัฒนาภาคอีสานในสมัย พล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ เป็นนายกรัฐมนตรี ที่มีการสร้างถนนหนทางและขยายฐานเศรษฐกิจในภาคอีสานให้กว้างขึ้น มีข้อสังเกตบางประการว่ามีการยกโครงการพัฒนาท้องถิ่นอีสานมาเป็นระยะเวลายาวนาน แต่ความเจริญรุ่งเรืองของท้องถิ่นอีสานยังเหมือนเดิม เพราะการพัฒนาของรัฐบาลในสมัยต่าง ๆ นั้นเร่งพัฒนาหัวเมืองใหญ่ในภาคอีสาน เช่น นครราชสีมา ดังตัวอย่างข้างต้นทำให้ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์คือภาพคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะดีขึ้น แต่ยังคงมีภาพตัวแทนคนอีสานที่ยากจนและด้อยโอกาสอยู่

### 3.2.4.3 การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบมีเงื่อนไข

ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบมีเงื่อนไข หมายถึง ประโยคที่มีเนื้อความแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งคือเงื่อนไขให้เลือกทำหรือไม่ทำ อีกส่วนหนึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นตามมาจากการกระทำนั้น มักใช้คำว่า *หรือมีฉะนั้น ไม่ควรทำ.....มีฉะนั้นจะ.... หาก แม้ว่า ถ้า...จะ....ถ้า* การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบมีเงื่อนไขเป็นกลวิธีหนึ่งที่โน้มน้าวให้ผู้อ่านเลือกที่จะทำตามหรือคล้อยตามความคิดนั้นโดยแสดงผลของการกระทำให้เห็นก่อน เช่น

**ตัวอย่าง (74)** ขณะนี้มันสำปะหลังในภาคอีสานก็ได้คุณภาพดี ปลูกอ้อยก็ได้ คนอีสานพูดเองว่า ถ้าเป็นอยู่อย่างนี้ไปอีกซัก 10 ปี ครอบครัวยุคใหม่จะแข่งขันได้ในภาคอีสาน จะมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น และถ้าลูกหลานของเขามีการศึกษาที่ดีในเบื้องต้นแล้ว ผมเชื่อว่าจะในอนาคต ประเทศไทยเราดีแน่ๆ (ไทยรัฐ, 12 ก.ค. 2554)

จากตัวอย่างข้างต้นเห็นได้ว่านัยสำคัญของการเลือกใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบมีเงื่อนไขคือ การแสดงให้เห็นว่าคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีสิทธิ์ที่จะร่ำรวยและมีโอกาสทางการศึกษามากขึ้น หากพืชเศรษฐกิจสามารถสร้างรายได้มากขึ้นทั้งมันสำปะหลังและอ้อย การใช้

ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบมีเงื่อนไขนั้นนอกจากจะสื่อให้เห็นสิ่งที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังสะท้อนให้เห็นว่าสิ่งที่เงื่อนไขนั้นในความเป็นจริงอาจเกิดขึ้นได้ยาก หรือยังไม่ได้เกิดขึ้นเลยซึ่งสื่อให้เห็นภาพคนอีสานที่ยังคงยากจนและด้อยโอกาส นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าเศรษฐกิจของภาคอีสานมีแนวโน้มที่จะพัฒนาขึ้น แต่ในปัจจุบันภาคอีสานยังไม่เป็นเช่นนั้น

#### 3.2.4.4 การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล

จากข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์พบว่า ในตัวบทมักใช้คำว่า *ทำให้*, *สาเหตุที่*, *เป็นเหตุให้*, ในการแสดงความสัมพันธ์ของเนื้อความแบบมีเหตุและผล การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเป็นเหตุเป็นผลนี้เป็นการกล่าวโดยให้เหตุผลในการสนับสนุนความคิดของตนโดยไม่ได้กล่าวขึ้นลอย ๆ โดยจะแสดงให้เห็นว่าสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบนั้นมีที่มาที่ไปและเป็นเหตุเป็นผลเกี่ยวเนื่องกัน

**ตัวอย่าง (75)** สาเหตุที่ความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นมากในช่วงนี้ เกิดจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีประชากรมาก และที่สำคัญมีการปรับเปลี่ยนการปลูกพืชเศรษฐกิจมาเป็นยางพารา ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นมาก (ไทยรัฐ, 4 ก.ย. 2555)

**ตัวอย่าง (76)** ขณะที่คนที่มีมาลงทุนปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นคนจากจังหวัดภาคใต้ที่ย้ายถิ่นฐานมาปลูกยางพารา และได้ว่าจ้างคนในพื้นที่รับจ้างกรีดยาง โดยมีการแบ่งสัดส่วนรายได้ระหว่างกัน ทำให้ทั้งเจ้าของสวนยางและผู้กรีดยางต่างมีรายได้เพิ่มขึ้น (ไทยรัฐ, 4 ก.ย. 2555)

จากการศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานในแง่เศรษฐกิจและสังคมที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติพบว่า ภาพตัวแทนที่ปรากฏมีทั้งภาพที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์ ได้แก่ คนอีสานความรู้น้อยและด้อยโอกาส คนอีสานคือชนชั้นแรงงานคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม แต่อย่างไรก็ตามคนอีสานในหัวเมืองใหญ่ได้มีการนำเสนอในมุมมอง กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ได้นำเสนอคนอีสานในมุมที่มีฐานะดีขึ้นเนื่องมาจากการขายยางพารา แต่อย่างไรก็ตามความเจริญทางด้านเศรษฐกิจที่ปรากฏนั้นยังเป็นเพียงคนอีสานเฉพาะกลุ่มเท่านั้น มิใช่ภาพรวมของคนอีสานทั้งหมด

### 3.3 คนอีสานในแง่การเมือง

ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสาน มีการกล่าวถึงคนอีสานกับเรื่องการเมืองเป็นจำนวนมาก จากเนื้อหาข่าวทั้งหมดพบว่า ร้อยละ 80 เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการเมืองโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มีการเคลื่อนไหวทางการเมืองในช่วงปี พ.ศ. 2551 ถึง พ.ศ. 2553 มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการเลือกตั้งและการเปลี่ยนรัฐบาลหรือการเปลี่ยนอำนาจทางการเมือง ภาพคนอีสาน

เกี่ยวกับการเมืองที่สื่อระดับชาติได้นำเสนอตลอดระยะเวลา 10 ปี ภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญได้แก่

- 1) คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง
- 2) คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง

ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในสื่อระดับชาตินี้มีการใช้กลวิธีทางภาษาที่สำคัญในการนำเสนอภาพตัวแทนดังที่จะนำเสนอต่อไปนี้

### 3.3.1 คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง

#### 3.3.1.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

จากการศึกษาข้อมูลพบว่ามีการใช้คำ/กลุ่มคำ ใน 2 ลักษณะ คือ การใช้คำเรียกและการใช้คำที่มีกปรากฏร่วม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

##### 3.3.1.1.1 การใช้คำเรียก

ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานคือกลุ่มคนเสื้อแดง กลุ่มคนสนับสนุนพรรคการเมืองที่ต่อต้านรัฐบาลโดยการใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง ได้แก่ แดงโคราช แดงอีสาน แดงรากหญ้า แดงทั้งแผ่นดินอีสาน มวลชนคนเสื้อแดงอีสาน ชมรมคนเสื้อแดงโคราช แดงอุดร เป็นต้น โดยมีบทบาททางการเมืองคือ เป็นกลุ่มคนที่เลือกรัฐบาล เช่น ใช้คำเรียกว่า *คนเลือกรัฐบาล* ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 15** แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง

คำเรียกคนอีสาน	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
ฐานเสียงสำคัญ	- ฐาน - ฐานเสียงสำคัญ - ฐานการเมือง
บทบาททางการเมือง	- คนเลือกรัฐบาล
กลุ่มคนสนับสนุนพรรคการเมืองที่ต่อต้านรัฐบาล	- แดงโคราช - แดงอุดร - แดงอีสาน - แดงรากหญ้า - มวลชนคนเสื้อแดงอีสาน - ชมรมคนเสื้อแดงโคราช - ประชาชนเสื้อแดงภาคอีสาน

- ตัวอย่าง (77) หลังจากที่พรรคเพื่อไทยชนะเลือกตั้งซ่อมที่สกลนครและศรีสะเกษ ที่ดูเหมือนเป็นการจุดประกายและแปรเปลี่ยนเป็นการเดินทางเพื่อชนะทางการเมือง เพราะเป็นการวัดกระแสความนิยมจาก **มวลชนรากหญ้าภาคอีสาน** (ไทยรัฐ, 9 ก.ค. 2552)
- ตัวอย่าง (78) นายขวัญชัย ไพรพนา ประธานชมรมคนรักภาคอีสาน 20 จังหวัด แถลงว่า ถ้า พ.ต.ท.ทักษิณอยากกลับมาประเทศไทย ก็ให้กลับมาเลย **ประชาชนเสื้อแดงภาคอีสาน 20 จังหวัด** กว่า 10 ล้านคน จะไปรอรับ (เดลินิวส์, 20 มี.ค. 2555)
- ตัวอย่าง (79) **กลุ่มมวลชนคนโคราช**ต่อต้านคนโกงจำนวนมากถือธงชาติคัล่อง นกหวีด ถือมือตบ รวมตัวขึ้นรถบัสกว่า 20 คน จัดแรลลี่ใช้รถยนต์ส่วนตัว รถตู้ รถเก๋ง รถปิกอัพกว่า 20 คัน...ขณะที่เวลา 16.00 น. **มวลชนคนเสื้อแดง ชมรมคนเสื้อแดง** จ.นครราชสีมานัดรวมพลล้างปกป้อง น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกฯ ที่วัดบูรพ์ หลักเมือง จัดเดินรณรงค์ให้มีการเลือกตั้งวันที่ 2 ก.พ.57 (ไทยรัฐ, 23 ธ.ค.2556)
- ตัวอย่าง (80) คุณสุวัจน์ บอกว่า ภาคอีสานมีประชากรมากที่สุดในประเทศ 1 ใน 3 ของคนไทย ความสำคัญได้จากการเลือกตั้ง ใครชนะที่**ภาคอีสานมักได้เป็นรัฐบาล** เพราะภาคอีสานมี ส.ส.ถึง 120 คน ทุกครั้งที่จัดตั้งรัฐบาล **คนอีสานก็เป็นคนเลือกรัฐบาล** (ไทยรัฐ, 24 ส.ค. 2554)
- ตัวอย่าง (81) จะไปอ้างนโยบายประชานิยม ผมว่าก็น่าเกลียด เข้าตำราเกลียดตัวกินไข่เกลียดปลาไหลกินน้ำแกง ผมคงไม่ต้องอธิบายอะไรมาก เพราะมีความรู้สึกว่าการเลือกตั้งครั้งนี้ **ประชาชนชาวอีสานนี้แหละที่จะเป็นคนชี้ชะตาว่าพรรคการเมืองขั้วไหนจะเข้ามาเป็นรัฐบาล** (ไทยรัฐ, 18 ก.ย. 2550)
- จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า “คนเสื้อแดง” หรือ “กลุ่มคนเสื้อแดง” นั้น มีพื้นฐานมาจากกลุ่มคนที่รักและศรัทธานาย ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรีและหัวหน้าพรรคไทยรักไทย และคนกลุ่มนี้พยายามต่อสู้ทางการเมืองเพื่อที่ช่วยเหลือนายทักษิณให้กลับมามีอำนาจทางการเมืองดังเดิม
- ตัวอย่าง (82) ภาคอีสานที่เปรียบเหมือน**เมืองหลวงของพรรคเพื่อไทย** มีหลายพรรคที่อยากมาแย่งชิงพื้นที่ (ไทยรัฐ, 20 ก.ค. 2553)

ตัวอย่าง (83) พรรคเพื่อไทยมีศูนย์กลางอยู่ที่ภาคอีสาน คนอีสาน เป็นฐานการเมืองใหญ่สุดของพรรคเพื่อไทย (ไทยรัฐ, 5 ต.ค. 2555)

### 3.3.1.1.2 การใช้คำที่ปรากฏร่วม

จากการใช้กลุ่มคำนี้นำเสนอภาพคนอีสาน ไม่ว่าจะ เป็น แดง+อีสาน/อุดร แสดงว่าเสื้อแดงยังมีกลุ่มอื่นอีก แต่ความถี่และการปรากฏที่พบว่า แดง+อีสาน/จังหวัดในภาคอีสาน ทำให้ภาพการเป็นมวลชนเสื้อแดงกลายเป็นภาพแทนที่เด่นของคนอีสาน นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า “มวลชนคนเสื้อแดง” หรือ “กลุ่มคนเสื้อแดง” มีพื้นฐานมาจากกลุ่มคนที่รักและศรัทธานาย ทักษิณ ชินวัตรอดีตนายกรัฐมนตรีและหัวหน้าพรรคไทยรักไทย และคนกลุ่มนี้พยายามต่อสู้ทางการเมืองเพื่อที่ช่วยเหลือนายทักษิณให้กลับมาใช้อำนาจทางการเมืองดังเดิม

ตัวอย่าง (84) เวลา 16.00 น. **มวลชนคนเสื้อแดง ชมรมคนเสื้อแดง จ. นครราชสีมานัดรวมพลังปกป้อง** น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีที่วัดบูรณ หลักเมือง จัดเดินรณรงค์ให้มีการเลือกตั้งวันที่ 2 ก.พ. 57 (ไทยรัฐ, 23 ต.ค. 2556)

นอกจากนี้มีการใช้คำ/กลุ่มคำ ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง ได้แก่ *คนเลือกรัฐบาล ฐานเสียง ฐาน* กลุ่มคำเหล่านี้แสดงให้เห็นอำนาจในการต่อรองของคนอีสาน โดยที่คนอีสานเรียกร้องสิทธิความยุติธรรม ความเท่าเทียม

### 3.3.1.2 การใช้อุปลักษณ์

อุปลักษณ์ (metaphor) หมายถึง ถ้อยคำที่แสดงการเปรียบเทียบของสองสิ่งซึ่งอยู่ต่างกลุ่มกัน สิ่งหนึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบ ส่วนอีกสิ่งหนึ่งเป็นแบบเปรียบเทียบ (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2542 : 250) Lakoff and Johnson (1980) กล่าวว่า “การใช้อุปลักษณ์ไม่เพียงแต่เป็นกลวิธีทางวรรณศิลป์ที่ช่วยสร้างจินตภาพเท่านั้นแต่อุปลักษณ์ยังเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคิดและวิธีการมองโลกของคนในสังคมซึ่งมีลักษณะเป็นความเปรียบเทียบที่อยู่ในระบบการเรียนรู้ของผู้ใช้ภาษาในแต่ละสังคมวัฒนธรรมที่เรียกว่า “มโนอุปลักษณ์” (conceptual metaphor) มโนอุปลักษณ์เป็นวิธีคิดและการมองโลกของเราที่เรียนรู้จากประสบการณ์ เราเรียนรู้สิ่งที่เป็นนามธรรมโดยเปรียบเทียบและเชื่อมโยงกับสิ่งที่เป็นรูปธรรม มีการถ่ายโยงความหมาย (mapping) จากวงความหมายต้นทาง (source domain) ที่เป็นรูปธรรมไปยังวงความหมายปลายทาง (target domain) ซึ่งเป็นนามธรรม ตัวอย่างเช่น การเปรียบเวลากับเงินว่ามีคุณลักษณะบางอย่างที่คล้ายกัน มีการใช้คำกริยาชุดเดียวกัน เช่น ใช้เงิน – ใช้เวลา เสียเงิน – เสียเวลา ประหยัดเงิน – ประหยัดเวลา เป็นต้น (Lakoff and Johnson, 1980 : 7-8)

จากการศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติพบว่า เมื่อพิจารณาลักษณะเด่นทางความหมายของแบบเปรียบเทียบที่หนังสือพิมพ์ระดับชาติเลือกใช้ในการนำเสนอภาพคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมืองนั้น ทำให้พบว่า ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่

เลือกใช้นั้นมีส่วนอย่างยิ่งในการสื่อถึงภาพตัวแทนคนอีสานในแง่มุมนี้ กล่าวคือ การเลือกใช้ถ้อยคำที่เกี่ยวข้องกับการต่อสู้เพื่อแย่งชิงพื้นที่ในการเป็นฐานเสียงของการหาเสียงเพื่อการเลือกตั้งเป็นรัฐบาล ในที่นี้มีการใช้ถ้อยคำที่ให้พื้นที่ภาคอีสานเป็นฐานกำลังสำคัญในการเลือกตั้ง โดยหนังสือพิมพ์ได้เลือกใช้กลวิธีในการสื่อให้เห็นความสำคัญทางการเมืองของคนอีสาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**อุปสรรคการต่อสู้** [การเลือกตั้ง คือ การต่อสู้] จากข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์พบว่า มีการใช้วงคำศัพท์ที่เกี่ยวกับสงคราม/การต่อสู้ ได้แก่ คำว่า “สู้” “ฐาน” “อุโถม” “เจาะ” “ต่อสู้” “ตั้งป้อม” “ยึด” “ยุทธศาสตร์” “ชิง” “ป้องกัน” “สนามการเมือง” “ฐานที่มั่น” “ฐานเสียง” “ตัวประกัน” “ทัพหน้า” “ทัพหลัง” มาใช้กับการเลือกตั้งในภาคอีสานที่มีสิทธิในการเลือกตั้งมากที่สุดในประเทศ การเลือกใช้คำศัพท์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นมโนทัศน์ซึ่งเปรียบการเลือกตั้งในภาคอีสานกับการต่อสู้/การทำสงคราม การพยายามที่จะเอาชนะการเลือกตั้งของนักการเมืองแต่ละพรรค โดยที่คนอีสานคือเป้าหมายและเป็นฐานเสียงสำคัญของพรรคการเมือง ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (85) ด้วยความมุ่งมั่นที่จะ**เจาะภาคอีสาน** ซึ่งเป็น**ฐานสำคัญ**ของพรรคไทยรักไทยพรรคประชาธิปัตย์จึงได้ประกาศนโยบายเกี่ยวกับภาคอีสานโดยเฉพาะ (ไทยรัฐ, 18 ต.ค. 2550)

ตัวอย่าง (86) ต้องติดตามดูกันไป พรรคประชาธิปัตย์จะ**เจาะภาคอีสาน**ได้บ้างไหม? ในยุคที่**ต่อสู้**กับนายสมัคร สุนทรเวช (ไทยรัฐ, 18 ต.ค. 2550)

ตัวอย่าง (87) ประชาธิปัตย์วาง**ยุทธศาสตร์ชิงภาคอีสาน** ผู้สื่อข่าวถามว่าใน**พื้นที่สีแดง**ตอนทำประชามติร่างรัฐธรรมนูญจะมีผลต่อการพิจารณาตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือไม่ นายสุเทพกล่าวว่า ตนไม่คิดว่าพื้นที่ไหนเป็นสีแดง เพราะในการเลือกตั้งนั้นแต่ละพื้นที่มีความยากง่ายต่างกัน (ไทยรัฐ, 29 ส.ค. 2549)

ตัวอย่าง (88) การร่วมมือกับพรรคภูมิใจไทยเพื่อ**ชิงพื้นที่อีสานและผาแดง** “ทักษิณ” ในการเลือกตั้งใหญ่ แค่นี้คงไม่พอที่จะดึงใจคนอีสานได้ ...ถ้ายังไม่รู้ว่า “คนอีสาน” ต้องการอะไรแล้วจะไป**ชนะ**ได้อย่างไร (ไทยรัฐ, 16 ก.ค. 2552)

ตัวอย่าง (89) ในภาคอีสานวันนี้ต้องถือว่า พ.ต.ท.ทักษิณ ยังมีต้นทุนที่สูงมาก ดูได้จาก**กองกำลัง “คนเสื้อแดง”** ที่แม้จะมีแกนนำ “คนเสื้อแดง” บางส่วนแยกออกไปเดินคนละทางหรือ ส.ส. ในนามกลุ่ม “เพื่อนเน

วิน” ซึ่งเป็น ส.ส. อีสานบางส่วนแยกตัวออกไปแต่ก็ต้องถือว่า พ.ต.ท.ทักษิณ ยังมีต้นทุนสูงอยู่ (เดลินิวส์, 8 ก.พ. 2552)

จากการศึกษาภาพตัวแทนในมิติทางการเมืองพบว่า ภาพแทนที่เด่น คือ คนอีสาน เป็นที่ต้องการของนักการเมือง เพราะเป็นฐานเสียงสำคัญของประเทศมีบทบาทในการเลือกรัฐบาล แต่มักจะไม่ได้รับการตอบแทนที่เท่าเทียมและควรจะเป็น เมื่อการเลือกตั้งผ่านพ้นไป คนอีสานยังคงขาดการดูแลและเอาใจใส่จากรัฐบาลดังจะเห็นได้จากการนำเสนอภาพคนอีสานที่พยายามเรียกร้อง สิทธิ ความยุติธรรม และความเท่าเทียมกันผ่านสื่อต่างๆ นอกจากนี้จะสังเกตว่า “คนอีสาน” ในหัวข้อนี้จะหมายถึง “พื้นที่” มากกว่า “คนอีสาน” คนอีสานเป็นคนที่อยู่ในพื้นที่นี้ เป็นพื้นที่แห่งการช่วงชิง นักการเมืองให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่หาเสียง และพยายามที่จะโน้มน้าวให้คนอีสานได้รับรู้ว่าตนมีความสามารถในการต่อรองได้ ดังนั้นการแย่งชิงพื้นที่ของนักการเมืองจึงเป็นสิ่งที่นักการเมืองให้ความสำคัญ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (90) มาวันนี้ สนามการเมืองมุ่งไปที่ภาคอีสาน แต่ละพรรคก็จะ ขับเคี่ยวเอาเป็นเอาตาย (ไทยรัฐ, 18 ก.ย. 2550)

หากพิจารณาการใช้อุปลักษณ์ข้างต้นจะเห็นว่า มโนอุปลักษณ์ [การเลือกตั้ง คือ การต่อสู้] นั้นเป็นการสร้างความคิดให้ผู้อ่านได้เห็นว่า คนอีสานมีบทบาทสำคัญและพื้นที่ภาคอีสานเป็นสนามรบที่พรรคการเมืองต่างๆ ต้องช่วงชิงพื้นที่นี้ โดยการเลือกใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดการจินตนาการและเห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

### 3.3.1.3 การแฉความ

จากการศึกษาข้อมูลจะพบว่า ในบางครั้งผู้ใช้ภาษา/สื่ออาจไม่ได้ตระหนักถึงถ้อยคำที่แฝงอยู่ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน การตีความในวาทกรรมนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะช่วยให้ทราบได้ว่าหนังสือพิมพ์ระดับชาติได้ผลิตซ้ำและถ่ายทอดชุดความคิดใดบ้าง อาจจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และการที่ผู้อ่านยอมรับชุดความคิดที่ปรากฏนั้น แสดงว่าได้ยอมรับข้อมูลที่แฝงมากับเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ โดยที่ยังไม่ทันได้ตระหนักหรือเกิดการตั้งคำถามว่าข้อมูลนั้นเป็นเรื่องจริงหรือไม่ โดยในการสื่อสารทั่วไปแล้ว ความหมายที่ผู้พูดต้องการสื่อ่นั้นไม่จำเป็นต้องตรงกับรูปภาษาที่ปรากฏ ผู้พูดมักแฉความอื่นๆ ด้วย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (91) เชื่อว่าจะมีคนเสื้อแดงไปร่วมเล่นสงกรานต์ที่ลาวกับ พ.ต.ท. ทักษิณ จำนวนมาก “เปลอ ๆ พ.ต.ท.ทักษิณ อาจข้ามมาฝั่งไทยเลยก็ได้ เพราะมีคนอีสานเป็นล้าน ๆ ปกป้องอยู่” (เดลินิวส์, 18 มี.ค. 2555)



จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอภาพคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมืองโดยใช้กลวิธีการแนะนำความเพื่อสื่อให้เห็นว่าคนอีสานจำนวนมากให้ความสำคัญกับการกลับมาของอดีตนายกรัฐมนตรีและพร้อมที่จะปกป้องหากอดีตนายกไม่ได้รับความปลอดภัยจากรัฐบาลในสมัยนั้น แสดงให้เห็นว่าคนอีสานมีบทบาทสำคัญทางการเมือง

### 3.3.1.4 การใช้สหบท

สหบทมีความสำคัญมากในการที่จะวิเคราะห์วาทกรรม โดยเฉพาะในเรื่องของตัวบทและการสร้างวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสังคมที่เปลี่ยนไป สหบทถูกประกอบสร้างขึ้นจากตัวบทต่าง ๆ ที่มีการตีความและวิเคราะห์ความหมาย เมื่อมีการนำเอาตัวบทต่าง ๆ มารวมกัน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเชื่อมโยงแนวคิดของตัวบทต่าง ๆ ให้เป็นหนึ่งเดียว สิ่งที่ถูกตีความนั้นจะต้องตีความจากตัวบททั้งปัจจัยภายในตัวบทและภายนอกตัวบท เช่นเดียวกันกับ Intertextuality ที่จะต้องพิจารณาจากตัวบทต่าง ๆ ที่รวมไว้ด้วยกันทั้งภายในและภายนอกของสหบท การที่ตัวบทหนึ่งมีการอ้างอิงหรือแทรกตัวบทอื่นซึ่งส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบทที่กำลังกล่าวถึงและตัวบทอื่นที่อ้างอิงหรือแทรกมา

จากข้อมูลที่น่ามาศึกษาพบว่า มีการแทรกตัวบทอื่นเข้ามาในตัวบทหลักของเนื้อข่าวตัวบทที่แทรกเข้ามานี้มีบทบาทในการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ข้อมูลหรือความคิดในตัวบทหลัก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

**ตัวอย่าง (92)** เมื่อถามถึงความนิยมในพรรคการเมือง โดยแยกเป็นภาค พบว่า **กลุ่มตัวอย่างคนอีสาน 57% นิยมพรรคเพื่อไทย (ไทยรัฐ, 29 ก.ค. 2552)**

**ตัวอย่าง (93)** **ผลการสำรวจครั้งล่าสุด** ในปลายเดือนกรกฎาคม เป็นการถามถึงความนิยมต่ออิทธิพลกับตัวทักษิณแบบตัวต่อตัว ไม่ใช่ถามถึงความนิยมในพรรค พบว่า ทักษิณมีคะแนนนิยมในภาคเหนือและภาคอีสาน ส่วนอิทธิพลมีคะแนนนำในภาคกลาง ภาคใต้ และ กทม. (ไทยรัฐ, 29 ก.ค. 2552)

**ตัวอย่าง (94)** **เสียงสะท้อนชาวอีสานกับผลงานรัฐบาลยิ่งลักษณ์ จากกลุ่มตัวอย่าง 1,033 คน พบว่า แม้คะแนนโดยภาพรวมรัฐบาลยังสอบผ่านในสายตาคนอีสาน** ซึ่งคาดว่าจะเป็ผลพวงมาจากความชื่นชอบส่วนตัวของคนอีสานที่มีต่อพรรคเพื่อไทย แต่มีประเด็นหนึ่งที่รัฐบาลต้องตระหนักคือด้านเศรษฐกิจและความอยู่ดีกินดีที่รัฐบาลสอบตก (เดลินิวส์, 11 พ.ค. 2555)

จากตัวอย่างข้างต้นเห็นได้ว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติได้เลือกใช้สหพทมาเป็นอีก กลวิธีหนึ่งในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในแง่การเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำเสนอภาพ ตัวแทนคนอีสานเป็นฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง การที่เลือกสหพทมาใช้ประกอบการ นำเสนอภาพนั้นมีทั้งการใช้ตัวอย่างที่เป็นข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูล และโน้มน้าวให้ผู้อ่านเชื่อว่าสิ่งที่กำลังกล่าวถึงนั้นเป็นเรื่องจริง ดังเช่น การยกตัวอย่างผลสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง เป็นต้น

### 3.1.1.5 การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุ-ผล

การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุ-ผลเป็นกลวิธีหนึ่งที่ใช้ในการโน้มน้าวใจผู้อ่านให้ คล้อยตามความคิดที่ผู้เขียนเสนอ ประโยคแสดงเหตุผลจะประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกสื่อเนื้อความ กล่าวถึงเหตุและส่วนที่มีเนื้อความกล่าวถึงผล อาจจะมีหรือไม่มีคำเชื่อมระหว่างประโยคทั้งสองส่วนก็ได้ คำเชื่อมที่ใช้ในประโยคแสดงเหตุผล เช่น คำว่า *เพราะ* *เนื่องจาก* *เนื่องด้วย* *ด้วย* *ทำให้* (ชนกพร พัวพัฒนกุล, 2556 : 112)

จากข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์พบว่า ในข่าวมักใช้คำว่า *เพราะ* *เพราะฉะนั้น* *เนื่องจาก* *ทำให้* เป็นเหตุให้ *ด้วย* ในการแสดงความสัมพันธ์ของเนื้อความแบบมีเหตุและผล การใช้ประโยค แสดงความสัมพันธ์แบบเป็นเหตุเป็นผลนี้เป็นการกล่าวโดยให้เหตุผลในการสนับสนุนความคิดของตนเองโดยไม่ได้กล่าวขึ้นลอย ๆ โดยจะแสดงให้เห็นว่าสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบนั้นมีที่มาที่ไปและเป็นเหตุเป็นผลเกี่ยวเนื่องกัน

การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุ-ผล เพื่อสื่อภาพตัวแทนคนอีสานเกี่ยวกับคนอีสาน คือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมืองนั้นพบว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติมีการใช้โครงสร้าง ประโยคแบบเหตุ-ผล ในการสื่อให้เห็นว่า การที่คนอีสานเป็นฐานเสียงสำคัญและมีบทบาทต่อการ เคลื่อนไหวทางการเมือง โดยเฉพาะในสมัยรัฐบาลยิ่งลักษณ์ที่คนอีสานบางกลุ่มมีการเคลื่อนไหวทาง การเมืองเพื่อที่จะช่วยเหลือและเรียกร้องความเป็นธรรมให้แก่ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร มีการเลือกใช้ โครงสร้างแบบเหตุ-ผล เพื่อให้เนื้อความในข่าวนั้นมีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น ดังตัวอย่าง

**ตัวอย่าง (95)** เชื่อว่าคนจะมารวมชุมนุมไม่มาก เดิมประเมินว่าจะมีประชาชน จากภาคอีสานมาร่วม แต่**เนื่องจาก**คนอีสาน รัก พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี และ น.ส.ยิ่งลักษณ์เขา**จึง**ไม่ได้มาร่วม ชุมนุม (เดลินิวส์, 29 ต.ค. 2555)

**ตัวอย่าง (96)** ในส่วนรัฐมนตรีของอีสานซึ่งมี ส.ส.มาก แต่กลับมีรัฐมนตรีน้อย พรรคเพื่อไทย**ต้อง**ให้ความจริงจัง ทุ่มเทให้คนอีสานมากกว่านี้ 10 เท่า **จึง**จะได้ใจพวกตน (เดลินิวส์, 31 พ.ค. 2555)

การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุ-ผล ดังตัวอย่างที่ยกมานี้จึงแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ระดับชาติเลือกใช้กลวิธีนี้เพื่อนำเสนอภาพคนอีสานให้เป็นกลุ่มคนที่สำคัญและนักการเมืองต้องอาศัยฐานเสียงจากคนอีสาน หากนักการเมืองยังต้องการที่จะเป็นผู้ตั้งรัฐบาลต้องให้ความสำคัญกับคนอีสานมากกว่านี้

### 3.3.2 คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง

#### 3.3.2.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานคือเหยื่อทางการเมืองมี**การใช้คำที่มักปรากฏร่วมกันกับ “คนอีสาน”** เช่น **รับใช้การเมือง ตอกย้ำ อัดอั้นตันใจ ใส่ร้ายป้ายสี ไม่ได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย ต้องยอมรับ รับเงินรับทอง ซื่อใจ ซื่อตัว ถูกกล่าวหา กล่อม เป็นต้น** กล่าวได้ว่า การเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ไม่ว่าจะเป็น การเลือกตั้ง นักการเมือง ฐานเสียง ซื่อสิทธิขายเสียง กลุ่มคำเหล่านี้ช่วยสื่อให้เห็นกระบวนการทางการเมืองว่า คนอีสานรับบทบาทเป็นผู้ถูกกระทำ และนักการเมืองเป็นผู้กระทำ เช่น ถูกซื้อเสียง ถูกหลอกหาเสียง โดยการกระทำเช่นนี้เป็นผลเนื่องมาจากการเลือกตั้งที่นักการเมืองพยายามทำผิดกฎการเลือกตั้งเพื่อให้กลุ่มตนได้รับชัยชนะจึงทำทุกวิถีทางเพื่อจะได้คะแนนเสียง นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าคนอีสานถูกใช้ประโยชน์ทางการเมือง แต่ไม่ได้รับความยุติธรรม และถูกทอดทิ้งเมื่อหมดผลประโยชน์ การเลือกใช้คำ/กลุ่มคำในการนำเสนอภาพคนอีสานคือเหยื่อทางการเมือง ดังรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 16** แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเรียกและการใช้คำที่มักปรากฏร่วมกันเพื่อสื่อถึงคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
ถูกกระทำ	- ถูกกล่าวหา - ถูกซื้อด้วยเงิน - ถูกหลอกง่าย
ซื้อเสียง	- ซื้อเสียงขายเสียง - ซื่อใจ - ซื่อตัว - ซื้อเสียง - รับเงินรับทอง
ไม่ได้รับความสนใจ	- ถูกทอดทิ้ง - ทอดทิ้ง - ปล่อยปละละเลย - ไม่สนใจ

คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
	- ไม่ใส่ใจ - ไม่เหลียวแล - ไม่จริงใจ

ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานคือเหยื่อทางการเมืองมีทั้งการใช้คำเรียกและการใช้คำที่มักปรากฏร่วมกัน เช่น *คนเลื่อกรัฐบาล* *ฐานเสียง* *ฐาน* *ตาลีตาสา* นอกจากนี้ยังมีการใช้คำ/กลุ่มคำกริยา ในการกล่าวถึงภาพคนอีสานคือเหยื่อทางการเมืองด้วย เช่น *ซื้อเสียงขายเสียง* *รับใช้การเมือง* *รับเงินรับทอง* *ซื้อใจ* *ซื้อตัว* *ถูกกล่าวหา* *กล่อม* เป็นต้น กล่าวได้ว่าการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่เกี่ยวข้องกับการเมืองสื่อให้เห็นกระบวนการทางการเมืองว่า คนอีสานเป็นผู้ถูกกระทำ และนักการเมืองเป็นผู้กระทำ

ตัวอย่าง (97) สิ่งที่ต้องยอมรับก็คือ ที่ผ่านมามาดูเหมือนว่าประชาธิปไตยปล่อยปละ  
ละเลยอีสานมานาน (ไทยรัฐ, 7 ก.ค. 2552)

ตัวอย่าง (98) ดิฉันรู้สึกเสียใจเจ็บใจ แค้นใจแทนคนอีสานทุกคนที่ถูกรัฐบาลและ  
คมช. หว่าพวกเขาโง่ ไม่เข้าใจรัฐธรรมนูญที่ลงมติ ไม่รับร่าง  
เพราะเห็นแก่เงิน ถูกจูงจุมูกให้ซื้อเสียง (เดลินิวส์, 6 ก.ย. 2550)

ตัวอย่าง (99) ตอนลงประชามติคนไม่เอารัฐธรรมนูญถูกตราหน้าว่าเป็นพวก  
อำนาจเก่าพวกทักษิณ ส่วนคนอีสานถูกหยามหนักสุด ตั้งแต่หัว  
เงิน ขายตัว ซื้อได้ จนถึงไม่รักชาติ ตอนนั้นคงซัดแล้ว คนอีสานนั้น  
ไม่โง่ คนที่ด่ามันแหละสมควรทบทวนตัวเอง เพราะอคติในใจ  
ต่างหาก (เดลินิวส์, 9 ก.ย. 2550)

ตัวอย่าง (100) ข้อสำคัญ อย่าดูถูกประชาชน โดยเฉพาะคนอีสานว่าโง่ ขายตัว  
เงินซื้อได้ ประชาชนชาวบ้านมากมายก็คนอีสานทั้งนั้น คนอีสานเป็น  
ผู้ที่รู้ดีว่า ตัวเองต้องการอะไรมากที่สุดต่างหาก (เดลินิวส์, 20 ธ.ค.  
2550)

ตัวอย่าง (101) สถานการณ์ปัจจุบันเปลี่ยนไปแล้ว คนอีสานหุดาสว่างขึ้นเพราะ  
ได้รับรู้ข่าวสารรับทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร  
อดีตนายกรัฐมนตรี โดยเฉพาะในคดีที่มีคำพิพากษาของศาลไป  
แล้วและเมื่อผลการตัดสินเป็นยุติหมดทุกคดี ก็เชื่อว่าประชาชนจะ  
เปลี่ยนความคิด (เดลินิวส์, 11 ส.ค. 2551)

### 3.3.2.2 การใช้อุปลักษณ์

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า อุปลักษณ์เป็นกลวิธีการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน กลวิธีหนึ่ง เพราะผู้อ่านต้องเชื่อมโยงคุณลักษณะของแบบเปรียบกับสิ่งที่ถูกเปรียบโดยใช้ความคิดหรือประสบการณ์รับรู้ของตนที่มีอยู่ ทำให้เกิดมุมมองและสามารถกำหนดความคิดของผู้อ่านได้ และจากการศึกษาข้อมูล พบว่าคนอีสานมีการใช้อุปลักษณ์เกี่ยวกับการเดินทาง นอกจากนี้คู่เปรียบของ อุปลักษณ์ที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานกับการเมืองนั้นจะเน้นให้ “คนอีสาน” เป็นผู้ถูกกระทำ ในขณะที่ “นักการเมือง” เป็นผู้กระทำ เช่น

**อุปลักษณ์การเดินทาง** [การเลือกตั้ง คือ การเดินทาง] จากข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ พบว่ามีการใช้วงคำศัพท์ที่เกี่ยวกับการเดินทาง ได้แก่ คำว่า “เส้นทาง” “เป้าหมาย” “เดินหน้า” “ทาง” “อุปสรรค” “ก้าวเดิน” “เดินหน้า” “การเดินทาง” “ทาง” “ทางผ่าน” มาใช้กับคนอีสาน การเลือกใช้คำศัพท์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นมโนทัศน์ว่าเปรียบการเลือกตั้งในภาคอีสานกับการเดินทาง มีการเริ่มต้นเดินทาง และมีเป้าหมายคือการชนะการเลือกตั้ง ในระหว่างการเดินทางอาจพบอุปสรรคต่างๆ แต่ก็ต้องพยายามฝ่าฟันไปให้ถึงจุดหมาย โดยที่คนอีสานเป็นเพียง “ทางผ่าน” ไปสู่อำนาจของนักการเมือง

**ตัวอย่าง (102)** ต้องถือว่าเป็นการเดินทางที่ถูกทางแล้ว เพราะคนอีสานชอบนโยบายที่เป็นรูปธรรม ประเภทลดแลกแจกแถม เห็นผลทันตา มิใช่แค่สัญญาลมๆ แล้งๆ เกี่ยวกับความมั่งคั่งร่ำรวย (ไทยรัฐ, 18 ต.ค. 2550)

**ตัวอย่าง (103)** บอกว่ารักคนอีสานเสียเต็มประดา โดยไม่ได้มีสิ่งที่ยั่งยืนแม้แต่น้อย เป็นเพียงแค่ทางผ่านไปสู่อำนาจและผลประโยชน์เท่านั้น (ไทยรัฐ, 11 มิ.ย. 2552)

### 3.3.2.3 การแนะนำความ

การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานมีการแนะนำความหมายต่าง ๆ ในมุมมองของผู้เขียน เพื่อสื่อความหมายว่า คนอีสานไม่ได้เป็นอย่างที่ได้กล่าวไว้ เป็นการกล่าวแย้งกับความคิด เหตุการณ์ หรือข้อมูลที่มีก่อนหน้าหรือผู้พูดเชื่อว่ามีมาก่อน ข้อความที่มีการกล่าวแย้งหรือปฏิเสธ มักจะสื่อให้เข้าใจได้ว่ามีอะไรเกิดขึ้นมาก่อน เช่น การที่คนอีสานแสดงความเห็นว่า “ข้อกล่าวหาที่ว่า คนเหนือและคนอีสานใช้เงินฟาดหัวได้ ก็ถือว่าเป็นความจริง” แสดงว่าก่อนหน้านี้มีความคิดเห็นว่าคนอีสานสามารถซื้อเสียงได้ด้วยเงิน ดังตัวอย่าง

**ตัวอย่าง (104)** หากเชื่อว่าคนอีสานกับคนเหนือชอบขายเสียง ก็ให้พรรคการเมืองที่เลือกตั้งในอีสานสามารถจ่ายเงินได้อย่างเต็มที่ แล้วไปทดสอบกัน

ดูว่าได้รับเลือกตั้งมาทั้งหมดหรือไม่ หากได้รับเลือกตั้งมาจริง ข้อกล่าวหาที่ว่า คนเหนือและคนอีสานใช้เงินพาดหัวได้ ก็ถือว่าเป็นความจริง (ไทยรัฐ, 2 มิ.ย. 2553)

ตัวอย่าง (105) จัดเอาคำพูดของหนึ่งในลูกทีม “อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ” ที่เคยพูดเมื่อครั้งโหวตลงประชามติรัฐธรรมนูญว่า คนภาคใต้เก่งมีการศึกษา ในขณะที่คนอีสานที่ไม่รับร่างรัฐธรรมนูญเป็นคนโง่ ถูกซื้อเสียง (ไทยรัฐ, 16 พ.ย. 2550)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการแนะนำความเกี่ยวกับคนอีสานว่าเป็นเหยื่อของนักการเมือง นักการเมืองสามารถซื้อเสียงได้ ดังตัวอย่าง (104) ได้มีการแนะนำความว่า เคยมีการกล่าวหาว่าคนเหนือและคนอีสานสามารถใช้เงินซื้อได้ และในตัวอย่าง (105) ส่วนที่ขีดเส้นใต้ข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า เคยมีการกล่าวหาหรือกล่าวถึงคนอีสานว่า การที่คนอีสานไม่เห็นด้วยกับการร่างรัฐธรรมนูญได้กลายเป็นคนโง่และถูกซื้อเสียง ไม่เข้าใจประชาธิปไตยอย่างถ่องแท้

ตัวอย่าง (106) กรณีที่คนอีสานและเหนือ มักถูกกล่าวหาอยู่เสมอว่าเห็นแก่เงินไปเลือกตั้งเพราะเงิน พรรคการเมืองบางพรรคแพ้เลือกตั้งก็กล่าวหาว่าแพ้เงิน หากฝ่ายตรงข้ามไม่แจกเงิน ไม่มีทางชนะเลือกตั้งเด็ดขาด (ไทยรัฐ, 2 มิ.ย. 2553)

ตัวอย่าง (107) ใครที่กล่าวหาเช่นนั้นก็ขอให้เงินไปพุ่มที่ภาคเหนือและภาคอีสานได้เลย ถ้าทำแล้วชนะเลือกตั้งกลมกลาย ก็ถือว่า ชาวเหนือกับชาวอีสานไร้ศักดิ์ศรีเป็นไปตามข้อกล่าวหา (ไทยรัฐ, 2 มิ.ย. 2553)

จากตัวอย่าง (106) ได้มีการแนะนำความว่า มีการกล่าวหาว่าคนอีสานเห็นแก่เงินยอมขายเสียง นักการเมืองสามารถซื้อเสียงได้ และการกล่าวหาดังกล่าวมีมานานแล้ว ดังข้อความที่กล่าวหาว่า “มักถูกกล่าวอยู่เสมอ” และตัวอย่าง(107) มีการแนะนำความว่า มีข้อกล่าวหาว่า คนเหนือกับคนอีสานไร้ศักดิ์ศรี ซื้อได้ด้วยเงิน

จากตัวอย่างที่ขีดเส้นใต้ข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า มีการกล่าวหาว่าคนอีสานเห็นแก่เงินและไม่ฉลาดจึงถูกซื้อเสียง และมีการกล่าวหาว่ามีมาเป็นเวลานาน และมักจะได้รับ การเน้นย้ำอยู่เสมอ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีการเลือกตั้ง

### 3.3.2.4 การใช้สหบท

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ามีการใช้สหบทในการอ้างเหตุผลเพื่อเป็นหลักฐานข้อสรุป หรือข้อพิสูจน์เกี่ยวกับคนอีสานว่า คนอีสานคือเหยื่อทางการเมือง และถูกนักการเมืองนำไปใช้ประโยชน์ในทางมิชอบ เช่น การอ้างผลสำรวจ ผลโพล อ้างถึงบุคคลหรือคำพูดของบุคคลที่มีชื่อเสียง หรืออ้างเหตุการณ์ในอดีตที่ผ่านมา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (108) ผมจำได้ **ช่วง 2500 แถวอีสานเคยมีข่าว ส.ส.แจกปลาเค็ม มีข่าวกระทั่งแจกรองเท้า...ไม่ใช่การให้รองเท้าทั่วไป แต่เป็นการให้ไว้ข้างหนึ่ง...อีกข้างหนึ่งไปปรับได้ในกรณีที่ชนะเลือกตั้ง** ผมฟังแล้วเจ็บหัวใจแทนคนอีสาน ซ้อกันด้วยเงิน ด้วยของแจกว่าย่ายี้ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์กันอย่างสุดเลวร้ายแล้ว...ไม่ยากเชื่อว่ากรณีให้รองเท้าหนึ่งข้าง ยังเลวร้ายยิ่งกว่า (ไทยรัฐ, 3 พ.ย. 2550)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า การที่ผู้เขียนเลือกใช้สหบทในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานเกี่ยวกับการเมืองนั้น เป็นการใช้กลวิธีทางภาษาที่แยบยล เพราะผู้เขียนได้นำข้อความหรือเหตุการณ์ครั้งอดีตที่เป็นที่สลดใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งของคนอีสานมาโยงเข้ากับข้อมูลที่ต้องการนำเสนอว่า แม้ว่าเวลาจะผ่านไปนานเท่าใด คนอีสานก็ยังถูกนำมาใช้ประโยชน์ในเกมการเมือง โดยจะเห็นได้จากการเลือกใช้คำว่า “ช่วง 2500...” เพื่อเน้นให้เห็นถึงช่วงเวลาที่ผ่านมา และข้อความที่ขีดเส้นใต้ที่ได้บอกรายละเอียดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นว่าคนอีสานถูกนักการเมืองใช้ประโยชน์อย่างไร

ตัวอย่าง (109) **พรรคกิจสังคมยุค พล.ต.ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช เคยได้รับความนิยมจากชาวอีสานเพราะนโยบายเงินผัน ประกันราคาพืชผลคนจนรักษาฟรี** ต่อมาเปลี่ยนเป็นพรรคความหวังใหม่ เพราะนโยบายอีสานเขียว และพรรคไทยรักไทย เพราะนโยบายลดแลกแจกแถมมากมาย จึงต้องติดตามดูกันไป พรรคประชาธิปัตย์จะเจาะภาคอีสานได้บ้างไหม? ในยุคที่ต่อสู้กับนายสมัคร สุนทรเวช (ไทยรัฐ, 18 ต.ค. 2550)

ตัวอย่าง (110) ย้อนเกล็ดพรรคประชาธิปัตย์ในเรื่องของภาคนิยม **จัดเอาคำพูดของหนึ่งในลูกทีม “อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ” ที่เคยพูดเมื่อครั้งไหวตลงประชามติรัฐธรรมนูญว่า คนภาคใต้เก่งมีการศึกษา ในขณะที่คนอีสานที่ไม่รับร่างรัฐธรรมนูญเป็นคนโง่ ถูกซื้อเสียง** (ไทยรัฐ, 16 พ.ย. 2550)

ตัวอย่าง (111) มีการพูดกันว่าทำไมผู้คนยังนิยมชมชื่นกับ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร โดยเฉพาะคนอีสาน ทั้งๆที่รู้กันดีว่าไม่ได้มีอะไรแตกต่างกัน การเมืองอื่น ๆ เพียงแต่สามารถซื้อใจชาวบ้านระดับล่างได้มากกว่ากันเท่านั้น "รัฐบาลทักษิณแม้จะโกงกิน แต่ชาวบ้านยังได้รัฐบาลชุดนี้ก็โกงกิน แต่ชาวบ้านไม่ได้อะไรเลย" ซึ่งมันคงเป็นคำตอบอย่างหนึ่งที่ทำให้เห็นความจริงของประเทศนี้ (ไทยรัฐ, 18 เม.ย. 2554)

ตัวอย่าง (112) สงสารก็แต่คนอีสานเท่านั้น ที่ต้องถูกนักการเมืองทั้งหน้าใหม่หน้าเก่าแอบอ้างและลวงด้วยนโยบายประชานิยม แต่ในความเป็นจริงแล้ว ไม่มีใครจริงจังและจริงใจ เป็นเพียงแต่ภาพลวงตาเท่านั้น (ไทยรัฐ, 11 มิ.ย. 2552)

### 3.3.2.5 การใช้โครงสร้างประโยคกรรม

การใช้ประโยคกรรมสามารถสื่อให้เห็นถึงความคิดที่แฝงมากับตัวบทได้ดี โดยการเน้นย้ำว่าคนอีสานเป็นผู้ถูกกระทำ ประโยคกรรม หมายถึง ประโยคที่เอากรรมการก (ผู้ถูกกระทำ) มาไว้หน้าประโยค (พระยาอุปกิตศิลปสาร , 2548 : 211-222) ในการนำเสนอภาพที่คนอีสานตกเป็นเหยื่อทางการเมือง ซึ่งการเลือกใช้โครงสร้างประโยคกรรมนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า คนอีสานถูกกระทำมากกว่าเป็นผู้กระทำ เช่น

ตัวอย่าง (113) กรณีที่คนอีสานและเหนือ มักถูกกล่าวหาอยู่เสมอว่าเห็นแก่เงิน ไปเลือกตั้งเพราะเงิน พรรคการเมืองบางพรรคแพ้เลือกตั้งก็กล่าวหาว่าแพ้เงิน หากฝ่ายตรงข้ามไม่แจกเงิน ไม่มีทางชนะเลือกตั้งเด็ดขาด (ไทยรัฐ, 2 มิ.ย. 2553)

ตัวอย่าง (114) คนอีสานมีปมอีสานอยู่ คือ ถูกดูถูกเอาเรื่องหน้าตามาล้อเลียนเป็น ตัวตลก พอเรื่องการเมืองก็ถูกมองว่าโง่ ไม่รู้ประชาธิปไตย ถูกซื้อด้วยเงิน ก็มีความรู้สึกว่าถูกดูถูก (ไทยรัฐ, 28 ม.ค. 2558)

ตัวอย่าง (115) สงสารก็แต่คนอีสานเท่านั้น ที่ต้องถูกนักการเมืองทั้งหน้าใหม่หน้าเก่าแอบอ้างและลวงด้วยนโยบายประชานิยม แต่ในความเป็นจริงแล้ว ไม่มีใครจริงจังและจริงใจ เป็นเพียงแต่ภาพลวงตาเท่านั้น ว่ารักคนอีสานเสียเต็มประดาเท่านั้น (ไทยรัฐ, 11 มิ.ย.2552)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า คนอีสานถูกกระทำ ไม่ว่าจะเป็นการใช้กลุ่มคำว่า “ถูกกล่าวหาอยู่เสมอว่าเห็นแก่เงิน” “ถูกซื้อด้วยเงิน” และ “ถูกนักการเมืองทั้งหน้าใหม่หน้าเก่าแอบ



อ้างและลงด้วยนโยบายประชานิยม” ในรูปโครงสร้างประโยคกรรม โดยเฉพาะในตัวอย่างนี้จะเห็นได้ว่าคนอีสานถูกนักการเมืองใช้ประโยชน์ เมื่อหมดผลประโยชน์ก็เพิกเฉยที่จะทำตามสัญญาที่ให้ไว้ “แต่ในความเป็นจริงแล้ว ไม่มีใครจริงจังและจริงใจ เป็นเพียงแต่ภาพลวงตาเท่านั้นว่ารักคนอีสานเสียเต็มประดาเท่านั้น” จากถ้อยคำที่ขีดเส้นใต้จะเห็นได้ว่า คนอีสานมีความรู้สึกคับแค้น เสียใจที่นักการเมืองหลอกใช้และไม่สามารถตอบโต้ได้จึงต้องยอมรับสภาพที่เกิดขึ้น

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า คนอีสานในแง่การเมืองนั้นเป็นภาพตัวแทนที่น่าสนใจมาก เพราะทั้งภาพตัวแทนคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง และคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมืองนั้นมีความหมายสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง ทั้งสองภาพตัวแทนที่สื่อระดับชาตินำเสนอในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีการเคลื่อนไหวทางการเมืองและการเปลี่ยนแปลงพรรคการเมืองหลายครั้ง ภาคอีสานได้กลายเป็นพื้นที่สำคัญต่อนักการเมืองในการหาเสียง และนักการเมืองได้ใช้ประโยชน์จากบุคลิกลักษณะและอุปนิสัยของคนอีสานที่เป็นกลุ่มคนรักพวกพ้อง อดทนมีน้ำใจ และภูมิใจในท้องถิ่น โดยที่คนอีสานไม่รู้ตัวว่ากำลังถูกใช้ประโยชน์ การนำเสนอภาพเหล่านี้สื่อระดับชาติได้นำเสนอผ่านกลวิธีทางภาษาอย่างแนบเนียน โดยเลือกใช้ประโยคกรรม การใช้คำ/กลุ่มคำ การใช้อุปลักษณ์ ในการนำเสนอภาพคนอีสานซึ่งเป็นกลวิธีที่เด่นมากในการนำเสนอภาพคนอีสานในแง่การเมือง

### 3.4 บทสรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจะเห็นได้ว่า ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติพบว่า ผลของการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติสะท้อนให้เห็นมุมมองของผู้เขียนที่มองคนอีสานในแง่มุมต่าง ๆ ภาพของคนอีสานที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ สรุปภาพตัวแทนที่ได้ 9 ภาพ ได้แก่ 1) คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น 2) คนอีสานอดทน 3) คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 4) คนอีสานความรู้น้อยและด้อยโอกาส 5) คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน 6) คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม 7) คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น 8) คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง และ 9) คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง จากการจัดกลุ่มนี้จะเห็นได้ว่า ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏมีความสัมพันธ์กับกลวิธีทางภาษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 17 แสดงสรุปความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ

ภาพตัวแทนคนอีสาน กลวิธีทางภาษา	บุคลิกลักษณะ และอุปนิสัย	สถานะทาง สังคมและ เศรษฐกิจ	การเมือง
การใช้คำ/กลุ่มคำ	√√ <sup>10</sup>	√√	√√
การแนะนำ	√√	√√	√√
การใช้โครงสร้างประโยคกรรม	√ <sup>11</sup>	√√	√√
การใช้อุปสรรค	√	√	√
การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุ-ผล	√	√	√
การใช้คำถามทางวาทศิลป์	√	√	√
การใช้สหพท	√	√	√
การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบมี เงื่อนไข	- <sup>12</sup>	√	-

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า คนอีสานในแง่การเมืองนั้นเป็นภาพตัวแทนที่น่าสนใจมาก เพราะทั้งภาพตัวแทนคนอีสานคือกลุ่มคนเสื้อแดง และคนอีสานคือเหยื่อทางการเมืองนั้นมีความหมายสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง ทั้งสองภาพตัวแทนที่สื่อระดับชาตินำเสนอในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีการเคลื่อนไหวทางการเมืองและการเปลี่ยนแปลงพรรคการเมืองหลายครั้ง ภาคอีสานได้กลายเป็นสถานที่สำคัญต่อนักการเมืองในการหาเสียงและนักการเมืองได้ใช้ประโยชน์จากบุคลิกลักษณะและอุปนิสัยของคนอีสานที่เป็นกลุ่มคนรักพวกพ้อง อุดหนุนน้ำใจ และภูมิใจในท้องถิ่น โดยที่คนอีสานไม่รู้ตัวว่ากำลังถูกใช้ประโยชน์ การนำเสนอภาพเหล่านี้สื่อระดับชาติได้นำเสนอผ่านกลวิธีทางภาษาอย่างแนบเนียนและแยบยล โดยเลือกใช้อุปสรรคในการนำเสนอภาพคนอีสานซึ่งเป็นกลวิธีที่เด่นมากในการนำเสนอภาพคนอีสานในแง่การเมือง นอกจากนี้ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติการเมืองมีผลกระทบต่อชาติ และความมั่นคงของชาติจึงเป็นภาพที่มีความโดดเด่นและมีการนำเสนอบ่อยครั้ง

ผลการวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสานและกลวิธีนำเสนอภาพตัวแทนในหนังสือพิมพ์ระดับชาตินั้น จะเห็นได้ว่าภาพตัวแทนทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย 2) คนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ และ 3) คนอีสานในแง่การเมือง มีการใช้กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่เหมือนและคล้ายกัน จากการศึกษาพบว่า การเลือกใช้กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานนั้นในแต่ละแง่ของภาพตัวแทนนั้นมีการเลือกใช้

<sup>10</sup> หมายถึงมีการปรากฏบ่อย

<sup>11</sup> หมายถึงมีการปรากฏ

<sup>12</sup> หมายถึงไม่ปรากฏ

กลวิธีทางภาษาที่เด่นโดยพิจารณาจากการปรากฏซ้ำ ดังนี้ 1) คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย กลวิธีทางภาษาที่เด่นคือ การใช้คำ/กลุ่มคำ โดยเฉพาะการใช้คำเรียก 2) คนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ กลวิธีทางภาษาที่เด่นคือ การใช้โครงสร้างประโยคกรรม และ 3) คนอีสานในแง่การเมือง กลวิธีทางภาษาที่เด่นคือ การใช้อุปลักษณ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในเนื้อหาข่าว 1 ข่าวนั้นมีการใช้กลวิธีนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานมากกว่า 1 กลวิธี โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมือง หรือเนื้อหาข่าวที่คนอีสานถูกเอาเปรียบจากสังคมและนักการเมือง แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่น่าสนใจและสำคัญต่อสังคมในช่วงนั้น ๆ การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานจึงต้องมีความระมัดระวังมากขึ้น และนำเสนอโดยแฝงชุดความคิดที่มีต่อคนอีสานให้แยบยลที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐและหนังสือพิมพ์เดลินิวส์) ทำให้เห็นถึงพลังของสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อระดับชาติที่มีอำนาจในการนำเสนอภาพคนอีสานผ่านกลวิธีภาษาที่สื่อมวลชนโดยแฝงชุดความคิดบางอย่างเกี่ยวกับคนอีสานและนำเสนอผ่านรูปภาพได้อย่างธรรมชาติโดยที่ผู้รับสารรับรู้หรืออาจไม่รู้ไม่เท่าทันสื่อก็เป็นได้

การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติสะท้อนให้เห็นมุมมองของผู้เขียนที่มองคนอีสานในแง่มุมต่าง ๆ ภาพของคนอีสานที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ สรุปรูปภาพตัวแทนที่ได้ 3 มิติ ภาพที่นำเสนอสะท้อนให้เห็นว่า ในมิติทางการเมือง คนอีสานมีความสำคัญ ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานที่เป็นกลุ่มคนที่มีฐานเสียงสำคัญในการเลือกพรรคการเมือง แต่ในมิติทางสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ คนอีสานถูกละเลย ถูกกระทำยังไม่ได้รับสิทธิและการดูแลเท่าที่ควรจะเป็น ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่มเป็นต้น

ภาพตัวแทนที่ได้นี้สะท้อนให้เห็นถึงภาพที่คนส่วนใหญ่มองคนอีสานในแง่ไม่พึงประสงค์กล่าวคือ ด้อยกว่า ถูกกระทำ ไม่ได้รับความยุติธรรม คนอีสานได้กลายเป็นเหยื่อทางการเมืองและตกเป็นเหยื่อของสังคมอันเนื่องมาจากการถูกเอาเปรียบจากกลุ่มคนที่มีอำนาจ และการถูกใช้อำนาจไปในทางมิชอบ นักการเมืองพยายามโน้มน้าวคนอีสานโดยการนำพื้นฐานความคิดและความเชื่อของคนอีสานมาเป็นฐานอำนาจเพื่อก้าวไปสู่ภาวะผู้นำทางการเมือง การใช้อำนาจในทางมิชอบนี้เป็นสิ่งสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง ดังจะเห็นได้จากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีแกนนำกลุ่มคนเสื้อแดงที่ส่วนใหญ่จะเป็นคนอีสานมาชุมนุมประท้วงรัฐบาลเพื่อขัดขวางการทำงานของคณะรัฐบาล หรือเหตุการณ์นายอภิสิทธิ์กับยายเนียมแห่งเมืองอุบล เหตุการณ์เหล่านี้ทำให้ “คนอีสาน” ได้รับความสนใจจากสังคมมากขึ้น นอกจากนี้ Pravit Rojanaphruk (2010) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของ วิลเลียม เคลาส์เนอร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาวัฒนธรรมไทยที่ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ชาวบ้านไม่ได้โง่เง่าหรือล้าหลังทางการเมืองอีกต่อไป ความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองกับชนบท อีสาน

ได้กลายเป็นตัวแทนของชนบทและถูกสร้างให้เป็นคู่ขัดแย้งกับเมือง เป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ชนบทไทยโดยเฉพาะในภาคอีสานและภาคเหนือได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมหาศาล ในขณะที่คนในเมืองยังยึดติดอยู่กับภาพลักษณ์แบบเหมารวมที่ว่าคนชนบทไม่มีการศึกษาและบ้านนอก ชาวชนบทตื่นรู้กับความจริงที่ว่าตัวเองถูกคนเมืองและชนชั้นนำดูถูกดูแคลนมานาน พวกเขาต้องการการยอมรับอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรี ไม่ใช่ถูกมองว่า “โง่งงเป็นควาย” ดังนั้นภาพแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติก็ยังคงตอกย้ำภาพเหมารวมแบบเดิมนั้นอยู่

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าการที่คนอีสานเป็นกลุ่มคนจนทำให้ขาดโอกาสในการศึกษาและการเข้าถึงเทคโนโลยีจึงส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆตามมา เช่น การถูกเอารัดเอาเปรียบจากคนต่างกลุ่มตกเป็นเหยื่อทางการเมืองโดยที่นักการเมืองใช้ประโยชน์จากความเชื่อและจิตใจของคนอีสานและการที่ไม่มีความรู้จึงต้องกลายเป็นกลุ่มคนชนชั้นแรงงานและถูกล่อลวงได้ง่าย ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ภาพคนอีสานที่ยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง คือ ภาพคนอีสานที่ด้อยโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร ด้อยการศึกษา ยากจน รู้ไม่เท่าทันคนอื่น ชนชั้นแรงงาน ดังที่ อภิศักดิ์ โสมอินทร์ (2537) กล่าวว่า ในอดีตคนอีสานถูกมองว่าเป็นคนต่ำต้อยล้าหลัง เป็นบักเสี้ยว บักสีเต๋อ หรือเป็นพลเมืองชั้นสองของประเทศ ซึ่งอย่างดีก็เป็นได้แค่แรงงานขั้นต่ำของชาติเท่านั้น

จากการศึกษาพบว่า ภาพคนอีสานที่ถูกนำเสนอเป็น 2 ภาพคู่กัน กล่าวคือ เป็นภาพที่สังคมมองคนอีสานในด้านไม่พึงประสงค์ แต่ “เสียง” ของคนอีสานปฏิเสธภาพเหล่านั้นและมีการนำเสนอภาพคนอีสานที่น่าเห็นใจ ในขณะที่ภาพคนอีสานน่าจะมีลักษณะอื่นที่หลากหลายน่าสนใจ แต่ไม่ปรากฏการนำเสนอในสื่อระดับชาติ ดังเช่นที่ปรากฏภาพคนอีสานที่ถูกจัดให้เป็นพลเมืองชั้นสองของสังคม กลุ่มคนยากจน เป็นชนชั้นแรงงาน และสื่อมวลชนได้นำเสนอภาพเหล่านี้สู่สาธารณชน และตอกย้ำความคิดความเชื่อเกี่ยวกับคนอีสานว่ามีลักษณะดังที่กล่าวไว้ นอกจากนี้การที่คนอีสานถูกมองว่าเป็นกลุ่มคนยากจนและด้อยโอกาสนั้นสื่อให้เห็นว่า คนอีสานขาดโอกาสทางการศึกษา การเข้าถึงเทคโนโลยี และทรัพยากรธรรมชาติ โดยที่ “ความเป็นคนจน” ได้ถูกกำหนดจากหลายปัจจัย เช่น ขาดโอกาสทางการศึกษา ไม่ได้รับการดูแลด้านสุขภาพ รวมถึงการไม่มีสิทธิไม่มีเสียง และไม่มีอำนาจในการตัดสินใจในเชิงนโยบาย ทั้งนี้ความต้องการของคนไร้สิทธิไร้เสียงจะไม่ถูกนำไปสู่นโยบาย ไม่มีใครได้ยินเสียงเรียกร้องของคนจน พวกเขาจึงไม่ได้รับการตอบสนองสิ่งที่พวกเขาควรจะได้ (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ , 2546) ดังนั้นสิ่งที่คนอีสานได้รับจากสังคมจึงไม่แตกต่างต่างจากอดีตที่ผ่านมา

ในการนำเสนอภาพเกี่ยวกับคนอีสานนี้ เมื่อมีการนำเสนอภาพใดภาพหนึ่งซ้ำ ๆ จนทำให้ภาพนั้นกลายเป็นภาพตัวแทนคนอีสานซึ่งภาพที่ได้อาจมิใช่ความจริงทั้งหมด แต่เป็นภาพที่ได้จากการถูกสร้างขึ้นมาจากมุมมองใดมุมมองหนึ่งที่ผู้ผลิตได้เลือกหรือคัดสรรที่จะนำเสนอให้แก่ผู้อ่านได้รับรู้ ดังนั้นสื่อระดับชาติจึงมีบทบาทและอำนาจมากในการผลิตตัวบทเพื่อกระจายภาพของคนอีสานไปสู่สาธารณะ การใช้รูปภาพในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคนอีสานจึงเป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน ผู้นำเสนอข่าวจึงต้องระมัดระวังในการนำเสนอข่าวให้เป็นกลางที่สุด แต่จะเห็นได้ว่าการรายงานข่าวเกี่ยวกับคนอีสานก็ยังมีภาพที่แฝงนัยบางอย่างมากับรูปภาพที่ใช้อย่างแนบเนียนโดยที่

ผู้อ่านไม่รู้ตัว นอกจากนี้ จารุภา พานิชักดิ์ (2552) ชี้ให้เห็นความคิดของ Hall เกี่ยวกับเรื่องภาพตัวแทนว่า การสร้างภาพตัวแทนจะเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพเหมารวม (stereotype) ซึ่งจะลดทอนคนลงไปเป็นคนที่มีความสัมพันธ์เชิงลบที่ไม่ดีอย่าง ประการแรกทำให้คุณสมบัติเหล่านั้นสุดขีดเกินจริงเพื่อให้เข้าใจง่าย ประการที่สองคือ การแบ่งแยกความแตกต่างแบบคู่ตรงข้าม ประการที่สาม คู่ตรงข้ามที่ถูกสร้างขึ้นนั้นมีการให้ค่าที่ไม่เท่ากัน ภาพตัวแทนจึงถูกใช้ในการให้ความหมาย “ตัวตน” “ตัวฉัน” “ฉัน” “เขา” และในขณะเดียวกันก็อธิบายว่า “คนอื่น” เป็นอย่างไร ภาพตัวแทนจึงเป็นเหมือนกับ “กลไก” ที่ทำให้เราสามารถแบ่งแยกเขาแบ่งแยกเราได้อย่างชัดเจน ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติจึงมิใช่ภาพคนอีสานทั้งหมดที่ปรากฏในสังคมไทย แต่เป็นเพียงภาพบางส่วนบางมุมที่สื่อคัดเลือกมานำเสนอให้แก่มวลชนได้รับรู้และเข้าใจคนอีสานในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งเท่านั้น ในขณะเดียวกันหากมองในมุมมองของคนอีสานที่สื่อผ่านหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น<sup>13</sup> แล้วจะพบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานจะต่างจากภาพที่สื่อระดับชาตินำเสนอ ดังจะเห็นได้จากภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัยพบว่า มีภาพที่เหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันคือในแง่ของรายละเอียดที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนำเสนอในลักษณะบวก เช่น คนอีสานรักและภูมิใจในท้องถิ่นของตน ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับชาตินำเสนอในภาพที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์ เช่น คนอีสานอดทนและมีน้ำใจ แต่ภาพของความอดทนนั้นจะเป็นภาพที่คนอีสานต้องอดทนต่อการถูกผู้อื่นกระทำ มิใช่ภาพที่คนอีสานมีความพยายามและอดทนดังที่ปรากฏในสื่อระดับท้องถิ่น นอกจากนี้ภาพที่คนอีสานถูกนำเสนอในสื่อระดับชาติว่ามีความรู้และด้อยโอกาส แต่ที่ปรากฏในสื่อระดับท้องถิ่นคือคนอีสานมีโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ มากขึ้นและพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้ดีขึ้น

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ความคิดความเชื่ออย่างเป็นระบบที่แฝงอยู่เบื้องหลังการใช้ภาษาของหนังสือพิมพ์ระดับชาติในรอบทศวรรษนี้คือ ภาพตัวแทน/ความหมายของคนอีสานมีหลากหลาย แต่นัยที่แฝงอยู่มักจะเป็นความไม่เท่าเทียมกับคนอื่น ความด้อยกว่า โดยจะเห็นได้ว่า คนอีสานด้อยโอกาส (ยากจน การศึกษาน้อย ชนชั้นแรงงาน ) จึงถูกคนต่างกลุ่มที่มีสถานภาพและอำนาจเหนือกว่ากระทำ เอาเปรียบ และตกเป็นเหยื่อทางการเมือง ยิ่งไปกว่านั้นการนำเสนอภาพคนอีสานผ่านสื่อระดับประเทศยังเป็นการตอกย้ำภาพตัวแทนเหล่านี้ให้ชัดมากขึ้น แม้จะผ่านไปอีกหลายทศวรรษหากสื่อยังคงนำเสนอภาพคนอีสานในแง่มุมนี้ต่อไป ภาพคนอีสานที่ปรากฏก็มีแตกต่างจากอดีตที่ผ่านมา ซึ่งอาจจะมิได้นำเสนอโดยตรง และเป็นการแฝงอคติผ่านรูปภาพที่สะท้อนภาพคนอีสานเป็นกลุ่มคนด้อยโอกาส และเรียกร่องสิทธิ์ความเท่าเทียมกันในสังคม

ในบทต่อไป ผู้วิจัยจะวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น เพื่อให้เห็นว่าภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ต่างระดับนั้นมีกลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างกันในด้านใดบ้าง และใช้กลวิธีทางภาษาแบบใดในการนำเสนอภาพตัวแทนนั้น

<sup>13</sup> ที่มา : ข้อมูลจากผลการวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น. ส่วนหนึ่งในวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น : การศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์” สุภัทร แก้วพัตร .2556

## บทที่ 4

### กลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

บทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงผลการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยเสรี หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล และหนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ ในช่วงปี พ.ศ. 2547 - 2556 จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย ได้แก่ คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ และคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 2) คนอีสานในแง่เศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ คนอีสานมีความรู้น้อยและด้อยโอกาส คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน และคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น และ 3) คนอีสานในแง่การเมือง ได้แก่ คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย และคนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล

ตารางที่ 18 แสดงภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

กลุ่มภาพตัวแทนคนอีสาน	ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น
คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย	คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ
	คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์
	คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ
คนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ	คนอีสานมีความรู้น้อยและด้อยโอกาส
	คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน
	คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น
คนอีสานในแง่การเมือง	คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง
	คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย
	คนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล

ชุดความคิดที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานแต่ละชุดประกอบไปด้วยภาพตัวแทนย่อยที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาที่หลากหลาย ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การแนะนำความ การใช้อุปลักษณ์ การใช้โครงสร้างประโยคกรรม การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ การใช้สทบท เป็นต้น ผู้วิจัยจะนำผลการวิเคราะห์โดยกล่าวถึงชุดความคิดที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในต้วบทก่อน จากนั้นจึงสรุปกลวิธีทางภาษาที่พบ และสรุปให้เห็นภาพรวมของชุดความคิดย่อยที่ประกอบกันเป็นภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นต่อไป ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย

จากการวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นพบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย ประกอบไปด้วยภาพตัวแทน 3 ภาพ คือ

- 1) คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ
- 2) คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์
- 3) คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ

ในแต่ละภาพตัวแทนมีการใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

##### 4.1.1 คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า คนอีสานคือกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ ภาพตัวแทนที่ได้ นั่น คือ ภาพที่คนอีสานภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เห็นได้จากการใช้คำ/กลุ่มคำ ผู้วิจัยพบว่าเป็นกลวิธีที่มีความสำคัญในการประกอบสร้างชุดความคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทนคนอีสานว่าคนอีสานภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น นอกจากนี้ยังพบการใช้กลวิธีการแนะนำความเพื่อนำเสนอภาพตัวแทนดังกล่าวด้วย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

##### 4.1.1.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

การใช้คำ/กลุ่มคำ เป็นกลวิธีที่มีความสำคัญในการประกอบสร้างชุดความคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทนคนอีสาน หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นได้เลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อนำเสนอภาพคนอีสานมีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นของตน จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่ามีการใช้คำศัพท์ที่เกี่ยวกับ “คนอีสาน” เพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ ดังนี้

**ตารางที่ 19** แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ

คำศัพท์ที่เกี่ยวกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
ภูมิใจในท้องถิ่น /ชาติพันธุ์	-ภาคภูมิใจ -ภูมิใจ -ภาคภูมิใจ -อัตลักษณ์ท้องถิ่น -เอกลักษณ์อีสาน -รักท้องถิ่น -รักแผ่นดินอีสาน -รักอีสาน

คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
	-รักบ้านเกิด
อนุรักษ์ประเพณี	-สืบสาน -อนุรักษ์ -ร่วมกันอนุรักษ์ -ฟื้นฟู -รณรงค์ -ดูแล

การใช้คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน” ที่นำเสนอภาพคนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจมักจะมี ความหมายเกี่ยวกับความภาคภูมิใจ เช่น ภาคภูมิใจ เอกลักษณ์อีสาน รักท้องถิ่น รักแผ่นดินเกิด และมีความหมายเกี่ยวกับการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น เช่น สืบสาน อนุรักษ์ ร่วมกันอนุรักษ์ ฟื้นฟู รณรงค์ ดูแล ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- ตัวอย่าง (116) เทศกาลแห่เทียนพรรษาที่เป็นความภาคภูมิใจของชาวจังหวัดอุบลราชธานี (ท้องถิ่นรักอุบล, สิงหาคม, 2555)
- ตัวอย่าง (117) โครงการตกกล้าแปลงรวม เป็นอีกหนึ่งโครงการในยุทธศาสตร์ที่จะช่วยฟื้นฟูให้ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นคงอยู่ และก่อให้เกิดความรักสามัคคีในหมู่คณะในชุมชนด้วย(ท้องถิ่นรักอุบล, สิงหาคม, 2553)
- ตัวอย่าง (118) งานนี้จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เยาวชนและประชาชน ร่วมกันอนุรักษ์และสืบสานขนบธรรมเนียมประเพณีไทย (ท้องถิ่นรักอุบล, ธันวาคม, 2549)
- ตัวอย่าง (119) เชิญประชาชนทุกท่าน ร่วมสืบสานภูมิปัญญาชาวบ้าน ตำนาน “จากเมล็ดฝ้ายสู่ไตรจักร” และร่วมเป็นเจ้าของภาพงานทอฝ้ายเป็นสายบุญจุลกฐินวัดไชยมงคลประจำปี 2556 (มุกดาหารนิวส์, พฤศจิกายน, 2556)
- ตัวอย่าง (120) อุบลฯ แกลงข่าวการจัดงานประเพณีเข้าพรรษาปี 2555 เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมการประดิษฐ์แกะสลักต้นเทียนและเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของเมืองอุบล(ท้องถิ่นรักอุบล, กรกฎาคม, 2555)



ตัวอย่าง (121) มาช่วยกันสร้างบรรยากาศของอัตลักษณ์พลังการนวดไทยอีสานให้ยิ่งใหญ่ตระการตาไปด้วยผู้นวดและผู้ถูกนวดทั้งหมด 5,398 คน สร้างความประทับใจและปลุกกระแสการนวดแบบไทยออกมาให้ชาวไทยและชาวโลกได้เห็นคุณค่าและความสำคัญของการนวดไทยเพื่อสุขภาพ โดยจะมีการบรรเลงสดดนตรีพื้นเมืองอีสานกองทัพมด ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของภาคอีสานไปพร้อมกับอัตลักษณ์การนวดไทยอีสานของชาวจังหวัดอุบลราชธานี (ท้องถิ่นรักอุบล,กรกฎาคม,2554)

ตัวอย่าง (122) จังหวัดอุบลราชธานี มีชื่อเสียงในด้านการทอผ้าพื้นเมืองมาช้านาน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดอุบลราชธานี ได้ปรากฏให้เห็นเด่นชัดถึงความประณีตสวยงาม แสดงออกถึงภูมิปัญญาของผู้ทอผ้าที่ได้รับสรรค้บรรจงด้วยจิตวิญญาณ ออกมาเป็นลวดลายอันวิจิตร สืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน (ท้องถิ่นรักอุบล,มิถุนายน,2554)

ตัวอย่าง (123) กำหนดจัดงานประเพณีแห่เทียนพรรษาอุบลราชธานี “สูงเฮืองเมืองธรรม บุญล้ำเทียนพรรษา ประชาพอเพียง” ปี 2552 เพื่ออนุรักษ์สืบสานประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ถาวรสืบไป และยังเป็น การช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้แก่พี่น้องประชาชนในจังหวัดอุบลราชธานี (ท้องถิ่นรักอุบล,มิถุนายน,2552)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้คำและกลุ่มคำศัพท์ที่เกี่ยวกับคนอีสานคนอีสานมีอัตลักษณ์ลักษณะและภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจเพื่อสื่อว่าคนอีสานภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น ดังจะเห็นได้จากการที่เลือกใช้คำว่า “ฟื้นฟู” “ส่งเสริม” เพื่อต้องการสื่อให้เห็นถึงประเพณีท้องถิ่นที่กำลังจะหายไปควรเร่งที่จะอนุรักษ์หรือช่วยกันส่งเสริม ดูแลให้ประเพณีต่างๆอยู่คู่กับท้องถิ่นต่อไป โดยเฉพาะเยาวชนรุ่นใหม่ ดังข้อความที่ว่า “งานนี้จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เยาวชนและประชาชนร่วมกันอนุรักษ์และสืบสานขนบธรรมเนียมประเพณีไทย” นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอภาพคนอีสานที่พยายามเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่คนกลุ่มอื่นได้เรียนรู้และเห็นถึงความสำคัญของวัฒนธรรมนั้นด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (124) ผู้ว่าฯแถลงข่าวการจัดงานประเพณีเข้าพรรษาปี 2555 เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมการประดิษฐ์แกะสลักต้นเทียนและเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น(มุกดาหารนิวส์,กรกฎาคม,2555)

จากตัวอย่างข้างต้นเห็นได้ว่าการจัดงานประเพณีเข้าพรรษาซึ่งเป็นประเพณีที่สำคัญสำหรับพุทธศาสนิกชนและเป็นประเพณีท้องถิ่นที่มีการจัดงานทุกปี ในงานนี้มีการแกะสลักต้นเทียนพรรษาเพื่อนำถวายแด่พระสงฆ์ในช่วงเข้าพรรษา และเมื่อมีการแกะสลักต้นเทียนซึ่งเป็นงานที่ต้องอาศัยความประณีตและวิจิตรศิลป์ของผู้แกะสลักจึงจะได้ต้นเทียนที่งดงาม ดังนั้นวัฒนธรรมและประเพณีนี้จึงควรค่าที่จะเผยแพร่แก่คนกลุ่มอื่นได้ตระหนักถึงความสำคัญของประเพณีท้องถิ่นนี้รวมทั้งยังช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกด้วย

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าภาพตัวแทนนี้เป็นที่มี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ ภาพที่คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ กับภาพที่คนอีสานต้องการจะสืบสานประเพณีต่อไปให้แก่ลูกหลาน

#### 4.1.1.2 การแนะนำความ

จากข้อมูลที่น่ามาศึกษาพบว่า มีการแนะนำความในการสื่อถึงภาพตัวแทนคนอีสานคือกลุ่มคนที่ภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่นเพื่อนำเสนอภาพว่าคนอีสานรู้สึกภาคภูมิใจในกลุ่มชาติพันธุ์ของตนเอง การมีประเพณีท้องถิ่นที่งดงามและคนในท้องถิ่นพยายามสืบสานประเพณีเหล่านี้ให้คงอยู่กับท้องถิ่นต่อไป โดยมีการใช้รูปภาพเพื่อแนะนำความว่ามีความเชื่อหรือความรู้บางอย่างที่เกี่ยวข้องกับถ้อยคำนั้นๆ โดยไม่ต้องกล่าวถึงความเชื่อหรือความรู้นั้นโดยตรง ในข้อมูลหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ผู้วิจัยพบว่ามีการแนะนำความว่าคนอีสานคือกลุ่มคนที่ภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่นตน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (125) *นายกเทศมนตรี* ได้นำผู้บริหารสมาชิกสภาเทศบาล และประชาชนชาวเมืองวารินชำราบทำบุญตักบาตรเทโวโรหณะเนื่องในวันออกพรรษาประจำปี 2556 โดยได้นิมนต์พระและสามเณรจากวัดในเขตอำเภอวารินชำราบมารับบิณฑบาต เพื่อเป็นการรำลึกถึงพุทธจริยางปางสมเด็จเจ้าพระสัมมาสัมพุทธเจ้าเสด็จโปรดพุทธมารดา ณ สวรรค์ชั้นดาวดึงส์ในสมัยพุทธกาล และเพื่อเป็นการ **รักษาประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น** (ท้องถิ่นรักอุบล, พุศคจิกายน, 2556)

จากตัวอย่างข้างต้นมีการแนะนำความว่า คนอีสาน“ประชาชนชาวเมืองวารินชำราบ” มีประเพณีอันดีงามในท้องถิ่น ดังข้อความว่า “**รักษาประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น**” และชาวเมืองวารินชำราบได้รักษาประเพณีอันดีงามของท้องถิ่นไว้ ประเพณีดังกล่าวนี้คือประเพณีที่สำคัญทางพุทธศาสนา มีการทำบุญตักบาตรในวันออกพรรษา

**ตัวอย่าง (126)** กิจกรรมการประกวดโปงลางसानฉันทน์ ผูกสัมพันธ์หมู่เฮาคนไทย เทิดไท่องค์ราชินี **เพื่อส่งเสริมศิลปะพื้นบ้าน วัฒนธรรมของชาวอีสาน** เสริมสร้างความสมานฉันท์ ความรักความสามัคคีสร้างความสงบสุขให้เกิดขึ้นในสังคมไทย และเพื่อเป็นการเทิดพระเกียรติฯ(มุกดาหารนิวส์,สิงหาคม,2555)

**ตัวอย่าง (127)** กำหนดจัดงานประเพณีแห่เทียนพรรษา “อุ้งเฮืองเมืองธรรม บุญล้ำเทียนพรรษา ประชาพอเพียง” ปี 2552 **เพื่ออนุรักษ์สืบสานประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ถาวรสืบไป** และยังเป็น การช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้แก่พี่น้องประชาชนอีกด้วย (ท้องถิ่นรักอุบล,มิถุนายน,2552)

จากตัวอย่างข้างต้นน่าจะเห็นว่าชาวอีสานมีวัฒนธรรมและศิลปะพื้นบ้านท้องถิ่นดังจะเห็นได้จากข้อความที่ว่า “**เพื่อส่งเสริมศิลปะพื้นบ้าน วัฒนธรรมของชาวอีสาน**” และอีสานมีประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น

**ตัวอย่าง (128)** มาช่วยกันสร้างบรรยากาศของ**อัตลักษณ์พลังการนวดไทยอีสาน** ให้ยิ่งใหญ่ตระการตาไปด้วยผู้นวดและผู้ถูกนวดทั้งหมด 5,398 คน สร้างความประทับใจและปลุกกระแสการนวดแบบไทยออกมาให้**ชาวไทยและชาวโลกได้เห็นคุณค่าและความสำคัญของการนวดไทยเพื่อสุขภาพ** โดยจะมีการบรรเลงสดดนตรีพื้นเมืองอีสาน กองต๋ม ซึ่งเป็น**เอกลักษณ์ของภาคอีสาน** (ท้องถิ่นรักอุบล, กรกฎาคม,2554)

จากตัวอย่าง(128) มีการแนะนำความว่าชาวจังหวัดอุบลราชธานีมีการนวดแสดงให้ เห็นอัตลักษณ์ของการนวดแบบไทยอีสานไปพร้อมกับอัตลักษณ์การนวดไทยอีสานของชาวจังหวัดอุบลราชธานี มีการแนะนำความว่าการนวดของคนอีสานมีคุณค่าและความสำคัญ นอกจากนี้จะเห็นได้ ว่า การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในด้านคนอีสานภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่นนี้ จะเห็นได้ ว่ามีการใช้การแนะนำความว่า “**อัตลักษณ์พลังการนวดไทยอีสาน**” “**เอกลักษณ์ของภาคอีสาน**” เป็นสิ่ง ที่น่าเชิดชูและคนอีสานรู้สึกภูมิใจในสิ่งนี้ดังจะเห็นได้จากการใช้คำว่า “**ให้เห็นคุณค่าและความสำคัญ**” เพื่อแนะนำว่าประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นนี้เป็นสิ่งที่ตีงามควรค่าแก่การอนุรักษ์และดำรงไว้

**ตัวอย่าง (129)** การจัดงาน**บุญมหาจัน ถิ่นนักปราชญ์ จ.อุบลราชธานี** ที่จัด ต่อเนื่องกันมาทุกปี นอกจากเป็นการ**สืบทอดพุทธศาสนาให้เจริญรุ่งเรือง** โดยร่วมก่อสร้างปฏิสังขรณ์ต่าง ๆ ภายในวัดที่ไม่มีผู้ จองกฐินแล้ว (ท้องถิ่นรักอุบล,พฤศจิกายน,2556)

จากตัวอย่างข้างต้นนี้แสดงความว่าในท้องถิ่นอีสานมีการทำบุญกฐินและนับถือพุทธศาสนาและได้สืบทอดพุทธศาสนาให้เจริญรุ่งเรืองและมีการจัดทำต่อเนื่องมาทุกปี นอกจากนี้จะเห็นว่าสังคมอีสานกับพุทธศาสนาเป็นสิ่งที่คู่กันมาตลอดตั้งแต่เห็นได้จากประเพณีต่างๆที่เป็นประเพณีสำคัญของท้องถิ่นจะเป็นประเพณีที่มีความสัมพันธ์กับพุทธศาสนา แสดงให้เห็นว่าผู้สื่อข่าวต้องการนำเสนอให้เห็นภาพคนอีสานส่วนใหญ่เป็นพุทธศาสนิกชนและประพฤติปฏิบัติตามหลักธรรมคำสอน

ดังนั้นภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัยในด้านคนอีสานภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่นเป็นภาพตัวแทนที่สื่อให้เห็นว่าคนอีสานมีความภาคภูมิใจกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เมื่อมีเทศกาลหรืองานพิธีต่างๆ คนอีสานก็จะรวมใจเป็นหนึ่งเข้ามามีบทบาทและช่วยกันอนุรักษ์ส่งเสริมประเพณีดั้งเดิมให้คงอยู่กับท้องถิ่นต่อไป ความภาคภูมิใจที่ปรากฏนี้จะเห็นได้จากคนอีสานพยายามที่จะเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นต่างๆให้แก่คนนอกกลุ่มและชาวต่างชาติได้เรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม จนผลักดันให้กลายเป็นประเพณีประจำจังหวัดดังเช่นประเพณีแห่เทียนพรรษาในวันเข้าพรรษาของจังหวัดอุบลราชธานี

#### 4.1.2 คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์

##### 4.1.2.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่ามีการใช้คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน” เพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่ยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์

ตารางที่ 20 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่ยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์

การใช้คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
ให้ความเคารพ	-แสดงความจงรักภักดี -เทิดพระเกียรติ -ถวายพระพร
สำนึกในบุญคุณ	-รำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณ -สำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ -สนองพระราชเสาวนีย์ -ความภาคภูมิใจ

การใช้คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน” ที่นำเสนอภาพคนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์มักจะมี ความหมายเกี่ยวกับการให้ความเคารพ เช่น *แสดงความจงรักภักดี* *ความเป็นสิริมงคล* ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (130) ประชาชนรู้สึกเป็น **ความภาคภูมิใจและความเป็นสิริมงคลอย่างยิ่งของชาวจังหวัดอุบลราชธานี ที่พระบรมวงศานุวงศ์ เสด็จประทับแรม ณ** เชื้อนสิรินธรแห่งนี้ (ท้องถิ่นรักอุบล, ธันวาคม, 2549)

ตัวอย่าง (131) จัดการแข่งขันวิ่ง ยิงสงวนอุบลฯ มินิมาราธอน ครั้งที่ 8 ประจำปี 2549 วัตถุประสงค์เพื่อ **แสดงความจงรักภักดีต่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เนื่องในวันคล้ายวันพระราชสมภพ 5 ธันวาคมมหาราช และการครองราชย์ ครบ 60 ปี** (ท้องถิ่นรักอุบล ธันวาคม, 2549)

ตัวอย่าง (132) งานประเพณีแห่เทียนพรรษาอุบลราชธานี ปี 2549 “60 ปี พระบารมีแผ่ไพศาล งามตระการเทียนพรรษา **เทิดราชัน**” ระหว่าง 3-11 กรกฎาคม 2549 เพื่อ **แสดงความจงรักภักดี พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี** โดยจัดยิ่งใหญ่และสมพระเกียรติ เป้าหมายดึงนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีในงาน และปรารถนาอยากกลับมาเที่ยวอุบลฯ อย่างต่อเนื่อง (ท้องถิ่นรักอุบล, พฤษภาคม, 2549)

นอกจากนี้มีการใช้คำที่เกี่ยวกับคนอีสานในการสื่อถึงคนอีสานว่า คนอีสานสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ ได้แก่ *รำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณ เทิดพระเกียรติ ถวายพระพร สำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ สนองพระราชเสาวนีย์* ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (133) อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน เป็นประธานเปิดงาน อลังการโอท็อปภูมิภาคม่วนอีหลี เพื่อสนองนโยบายรัฐบาลที่มุ่งเน้นให้ชุมชนนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโอท็อป และ **สนองพระราชเสาวนีย์สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถรวมทั้งส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ เพิ่มช่องทางการตลาด (มุกดาหารนิวส์, กรกฎาคม, 2555)**

- ตัวอย่าง (134) มหาบุญกฐิน ถิ่นนักปราชญ์ถวายเป็นพระราชกุศล เนื่องในวโรกาสทรงครองสิริราชย์สมบัติครบ 60 ปี (ท้องถื่นรักอุบล, พุศจิกายน,2549)
- ตัวอย่าง (135) จังหวัดอำนาจเจริญจัดกิจกรรมเลี้ยงอาหารกลางวันนักเรียนในโอกาสโครงการน้ำพระทัยพระราชทาน ครบรอบ 15 ปี สภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย ร่วมกับจังหวัดอำนาจเจริญจัดกิจกรรมเลี้ยงอาหารกลางวันเด็กนักเรียน ถวายเป็นพระราชกุศลแต่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯและสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ในโอกาสที่โครงการน้ำพระทัยพระราชทาน ครบรอบ 15 ปี ในปี 2556 (มุกดาหารนิวส์,กรกฎาคม,2556)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าคนอีสานรักและเคารพสถาบันพระมหากษัตริย์ พระบรมวงศานุวงศ์ การได้รับใช้ใต้เบื้องพระยุคลบาทจึงเป็นสิ่งที่มีความเกียรติสูงสุดของครอบครัว ดังจะเห็นได้จากข้อความที่ว่า “ประชาชนรู้สึกเป็นความภาคภูมิใจและความเป็นสิริมงคลอย่างยิ่ง” มีการใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อให้เห็นว่าคนอีสานภาคภูมิใจและการได้รับเสด็จฯเป็นสิริมงคลเป็นสิ่งล้ำค่าของประชาชนอย่างยิ่ง นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า การทำกิจกรรมหรือพิธีการต่างๆที่มีความสำคัญสูงสุดของคนอีสานจะเป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อถวายเป็นพระราชกุศล เช่น การทำบุญมหาบุญกฐิน ซึ่งเป็นประเพณีทำบุญที่ยิ่งใหญ่ของคนอีสานเปรียบกับคนอิสานมีความยึดมั่นและศรัทธาในสถาบันพระมหากษัตริย์ ดังนั้นคนอีสานจึงเชื่อว่าผลบุญใดที่ได้ทำนั้นจะก่อเกิดกุศลอันยิ่งใหญ่เพื่อถวายแด่พระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ ดังเช่นใช้ถ้อยคำที่ว่าที่ “ถวายเป็นพระราชกุศล เนื่องในวโรกาสทรงครองสิริราชย์สมบัติครบ 60 ปี”

#### 4.1.2.2 การแนะนำความ

จากการศึกษาข้อมูลผู้วิจัยพบว่ามีการใช้รูปภาพเพื่อแนะนำความว่าคนอิสานยึดมั่นและให้ความเคารพสถาบันพระมหากษัตริย์ เช่น “การลงนามถวายพระพร” “การถวายเครื่องราชสักการะ” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- ตัวอย่าง (136) เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความกตัญญูตเวทิตา และรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระองค์ท่านจึงขอเชิญชวนข้าราชการ พนักงานภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ และประชาชนได้นำพวงมาลาไปร่วมพิธีถวายบังคม ณ บริเวณพระบรมราชานุสาวรีย์ รัชกาลที่ 5 หน้าศาลากลาง ตั้งแต่เวลา 06.30 น. เป็นต้นไป (ท้องถื่นรักอุบล, พุศจิกายน,2549)

จากตัวอย่าง(136) มีการแนะนำความว่า ประชาชนมีความกตัญญูทเวทิตาและรำลึกถึงพระมหากษัตริย์คุณ ดังจะเห็นได้จากข้อความที่กล่าวว่า “เป็นการแสดงออกถึงความกตัญญูทเวทิตา และรำลึกถึงพระมหากษัตริย์คุณของพระองค์ท่าน”

ตัวอย่าง (137) งานประเพณีแห่เทียนพรรษา ปี 2549 “60 ปี พระบารมีแผ่ไพศาลงามตระการเทียนพรรษา เทิดราชัน” ระหว่าง 3-11 กรกฎาคม 2549 เพื่อแสดงความจงรักภักดี พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี โดยจัดยิ่งใหญ่และสมพระเกียรติ (ท้องถิ่นรักอุบล, พฤษภาคม, 2549)

จากตัวอย่างข้างต้นแนะนำความว่ามีความกตัญญูทเวทิตาต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ จากตัวอย่างนี้แนะนำให้เห็นว่า คนอีสานมีความจงรักภักดีต่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ เมื่อถึงงานราชพิธีต่างๆคนอีสานก็ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐเพื่อแสดงออกถึงความจงรักภักดีในรูปแบบต่างๆ เช่น การถวายความเคารพ การจุดเทียนชัยถวายพระพร เป็นต้น

#### 4.1.3 คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ

##### 4.1.3.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

การใช้คำ/กลุ่มคำ เป็นกลวิธีที่มีความสำคัญในการประกอบสร้างชุดความคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทนคนอีสาน จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่ามีการใช้คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน” เพื่อสื่อถึงความอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องและมีน้ำใจ ดังนี้

##### 4.1.3.1.1 การใช้คำเรียก

ตารางที่ 21 แสดงการเลือกใช้คำเรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องและมีน้ำใจ

การใช้คำเรียก “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
รักพวกพ้อง, กลุ่มและพวกเดียวกัน	- หมู่เฮา - พวกเรา - พี่น้องอีสาน - คนอีสานด้วยกัน - คนกันเอง

จากตารางข้างต้นพบว่า การที่หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นเลือกใช้คำหรือกลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องมี**การใช้คำเรียก** การใช้คำเรียกคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น พบว่า ใช้คำเรียกคนอีสานว่า *หมู่เฮา พวกเรา พี่น้องอีสาน คนอีสานด้วยกัน คนกันเอง* เป็นต้น

#### 4.1.3.1.2 การใช้คำที่ปรากฏร่วมกับคนอีสาน

ตารางที่ 22 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องและมีน้ำใจ

การใช้คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
มีน้ำใจ	-ช่วยเหลือกัน -ช่วยเหลือเผื่อแม่ -แบ่งปัน -เอื้อเพื่อเผื่อแม่ -จิตใจดี -ไม่ได้หวังสิ่งตอบแทนใด ๆ -รวมน้ำใจ

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่ามี**การใช้คำ/กลุ่มคำ** เพื่อสื่อให้เห็นว่า คนอีสานคือกลุ่มคนที่มีน้ำใจ เช่น *มีน้ำใจ ช่วยเหลือกัน ช่วยเหลือเผื่อแม่ แบ่งปัน เอื้อเพื่อเผื่อแม่ ไม่ได้หวังสิ่งตอบแทนใด ๆ รวมน้ำใจ* เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (138) การทำงานร่วมกันในครั้งนี้ **ทุกฝ่าย**เล็งเห็นความเดือดร้อนของประชาชนเป็นสำคัญ ณ ศูนย์ช่วยเหลืออุทกภัยภาคประชาชน เมื่อถึงเวลาเดือดร้อน**คนไทยช่วยเหลือกัน**อยู่แล้วครับ (ท้องถิ่นรักอุบล, พศจิกายน, 2553)

#### 4.1.3.2 การแนะนำความ

จากการศึกษาข้อมูลผู้วิจัยพบว่ามีการใช้ภาษาในรูปปฏิเสธเพื่อแนะนำความว่าคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ เช่น “*ไม่ได้หวังสิ่งตอบแทนใด ๆ*” “*ไม่หวังเรียกร้องใด ๆ*” “*ไม่ทิ้งกัน*” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (139) ถึงจะประสบภัย**แต่น้ำใจไม่เหือดแห้ง** พี่น้องชาวอีสานได้ตั้งศูนย์รับบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัย (ท้องถิ่นรักอุบล, มกราคม, 2548)



จากตัวอย่างทำให้ทราบว่า คนอีสานมีน้ำใจคอยช่วยเหลือกันดังจะเห็นได้จากการใช้กลวิธีการแนะนำความเพื่อแนะนำความหมายว่าคนอีสานมีน้ำใจไม่ทอดทิ้งกันผ่านรูปภาพที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นอกจากนี้จากกลุ่มข้อมูลผู้วิจัยพบว่า ภาพคนอีสานมีน้ำใจนั้นนอกจากคนอีสานจะมีน้ำใจเอื้อเพื่อแก่คนในกลุ่มตนแล้ว ยังได้รับน้ำใจจากหน่วยงานของรัฐอีกด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

**ตัวอย่าง (140)** โครงการ อบจ.**รวมน้ำใจ**ต้านภัยหนาว ประจำปี 2553 โดยความร่วมมือระหว่างองค์การบริหารส่วนจังหวัด สื่อมวลชนทั้งวิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและสื่อสิ่งพิมพ์ร่วมจัดโครงการนี้เพื่อประชาชนสัมพันธ์ให้ประชาชนที่มีจิตศรัทธา ร่วมบริจาคเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เพื่อช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนของพี่น้องชาวอุบลราชธานีและประชาชนที่ประสบภัยหนาวในถิ่นทุรกันดาร (ท้องถิ่นรักอุบล, ธันวาคม, 2552)

**ตัวอย่าง (141)** และในโอกาสเดียวกันได้**รวบรวมน้ำใจ** นักเรียน และโรงเรียน เป็นเงินสดเพื่อโครงการอาหารกลางวัน ข้าวสาร เครื่องอุปโภคบริโภค เครื่องนุ่งห่ม และเครื่องใช้ต่าง ๆ ในโรงเรียน จากบุคลากรของสำนักงานฯ และสหกรณ์ต่าง ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง (ท้องถิ่นรักอุบล, กันยายน, 2556)

ผลการศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย พบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัยนั้นคล้ายกับอดีตที่ผ่านมา กล่าวคือ คนอีสานนำเสนอตนเองว่าภูมิใจในท้องถิ่นและรักศักดิ์ศรีของตน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของคนอีสาน นอกจากนี้ยังจะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นได้นำเสนอภาพคนอีสานที่มีความรักและศรัทธาในสถาบัน ทั้งสถาบันศาสนาและพระมหากษัตริย์ เมื่อถึงพระราชพิธีต่างๆที่สำคัญ ชุมชนก็จะมีส่วนสำคัญในการถวายความเคารพในรูปแบบต่างๆ จากผลการศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัยพบว่า คนอีสานนั้นไม่ต่างจากอดีตที่ผ่านมา คนอีสานยังคงภูมิใจในท้องถิ่นและรักศักดิ์ศรีของตนซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญของคนอีสาน อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าการที่คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจคอยช่วยเหลือกันนั้น จากการศึกษาพบว่าภาพคนอีสานในมิตินี้มี 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรก คนอีสานมีน้ำใจช่วยเหลือพวกพ้องเดียวกัน และกลุ่มที่สองคือคนอีสานที่เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือจะเป็นกลุ่มคนที่มีอำนาจในสังคม เช่น ข้าราชการ นักการเมือง พ่อค้า หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง ที่ให้ความช่วยเหลือแก่คนอีสานอีกกลุ่มที่ด้อยกว่า

## 4.2 คนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสาน มีการกล่าวถึงคนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ภาพที่สื่อระดับท้องถิ่นได้นำเสนอตลอดระยะเวลา 10 ปี มีการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญ 3 ภาพตัวแทน ได้แก่

- 1) คนอีสานมีความรู้ต่ำและด้อยโอกาส
- 2) คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน
- 3) คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น

ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในสื่อระดับท้องถิ่นนี้มีการใช้กลวิธีทางภาษาที่สำคัญในการนำเสนอภาพตัวแทน ดังที่จะนำเสนอต่อไปนี้

### 4.2.1 คนอีสานมีความรู้ต่ำและด้อยโอกาส

จากการศึกษาพบว่า ภาพคนอีสานที่ถูกนำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ระดับท้องถิ่น คือ ภาพคนอีสานขาดโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร ทำให้คนอีสานด้อยโอกาสทั้งทางด้านการศึกษาและเศรษฐกิจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 4.2.1.1 การใช้คำ / กลุ่มคำ

ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานคือ การใช้คำ/กลุ่มคำ ที่สื่อให้เห็นว่าคนอีสานด้อยโอกาสในการใช้คำเรียก เช่น *ผู้ด้อยโอกาส ผู้ยากไร้*

ตารางที่ 23 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่มีความรู้ต่ำและด้อยโอกาส

คำที่ปรากฏรวม “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	ตัวอย่าง
ยากลำบาก	-ทุกข์ยาก -ลำบาก -ผจญกับความยากลำบาก -ยากไร้ -ทุรกันดาร
ความจน	-ยากจน -จน -อดอยาก -ฝืดเคือง -มีเงินไม่พอยังชีพ -ไม่เพียงพอ

คำที่ปรากฏร่วม “คนอีสาน”	
กลุ่มความหมาย	ตัวอย่าง
	-ยากจนขั้นแค้น
ขาดแคลน , ขาดโอกาส	-ขาดแคลน -สร้างโอกาส -ขอโอกาส -ด้อยโอกาส
ขาดแคลนทางด้าน สาธารณูปโภค	-น้ำประปาขาดแคลน -น้ำประปาไม่เพียงพอ -น้ำไม่สะอาด -น้ำไหลบ้างไม่ไหลบ้าง -ถนนลูกรัง -ไม่มีไฟฟ้าใช้
ขาดแคลนทางด้านสาธารณสุข	-ส่งเสริมสุขภาพ -รณรงค์โรคนี้หนู -การป้องกันโรค -ระมัดระวังโรค

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้คำ/ กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมกับคนอีสานในการกล่าวถึงภาพคนอีสานคือคนจนและพยายามหลีกเลี่ยงความยากจน ความจนเป็นปัญหาสำคัญที่รัฐบาลต้องช่วยเร่งแก้ไขปัญหานี้ เช่น *ขาดแคลน* เป็นต้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (142) ท่านทูตยินดีที่ได้ทราบว่าชาวบ้านมีกำไรจากการขายผลผลิตที่ได้จากการเพาะปลูกของชาวบ้านเองในช่วงหลายปีมานี้ ซึ่งทำให้เขามีเงินเลี้ยงชีพและบางคนสามารถสร้างบ้านให้ดีขึ้นกว่าเดิมได้เช่นกัน **แม้ชาวบ้านจะรู้สึกว่ามีรายได้เลี้ยงชีพดีขึ้น แต่ก็ยังมีความกังวลอยู่หลายด้าน โดยเฉพาะเรื่องคุณภาพของการศึกษา และการรักษาพยาบาล** (ไทยเสรี, พฤษภาคม, 2554)

ตัวอย่าง (143) เชิญร่วมสมทบทุนบริจาคทรัพย์สินบูชาวัตถุมงคลตั้งกองทุนให้ **นักศึกษายากจน** (ท้องถิ่นรักอุบล, พฤศจิกายน, 2553)

นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าการใช้คำ/ กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมกับคนอีสานในการกล่าวถึงภาพคนอีสานขาดแคลนในด้านสาธารณสุขโรค และรัฐบาลควรต้องช่วยเร่งแก้ไขปัญหานี้ เช่น น้ำประปาขาดแคลน น้ำประปาไม่เพียงพอ น้ำไม่สะอาด น้ำไหลบ้างไม่ไหลบ้าง ถนนลูกรัง ไม่มีไฟฟ้าใช้ เป็นต้น และคนอีสานขาดแคลนในด้านสาธารณสุข เช่น รณรงค์โรคฉี่หนู การป้องกันโรค ระบาด ระวังโรค ส่งเสริมสุขภาพ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (144) อีสานเป็นภูมิภาคที่มีประชาชนจำนวนมากป่วยเป็นโรคนี้อาระบอบปีศาจ ทำให้ควรรีบบริการกำจัดนี้ออกจากระบบยาวนานมาก (ไทยเสรี,มกราคม,2554)

ตัวอย่าง (145) ชาวบ้านบอกว่าเดิมพากันใช้น้ำประปาภายในหมู่บ้านในการอุปโภค บริโภค แต่ในช่วงอาทิตย์ที่ผ่านมา น้ำประปาขาดแคลน น้ำไหลบ้างไม่ไหลบ้าง ส่งผลทำให้ชาวบ้านต้องไปเข็นน้ำจากสระน้ำในนา เพื่อมาใช้ในการดำเนินชีวิต ซึ่งต้องใช้ระยะทางไปกลับกว่า 1 กิโลเมตร ทำให้ลำบากมาก และในการรับน้ำในครั้งนี้ ชาวบ้านต่างพากัน นำรถเข็นพร้อมถังน้ำใส่น้ำมาเข้าแถวรอรับน้ำกันเป็นจำนวนมาก (ท้องถิ่นรักอุบล,มีนาคม,2553)

#### 4.2.1.2 การแนะนำ

หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการใช้กลวิธีการแนะนำเพื่อสื่อให้เห็นภาพคนอีสานด้วยโอกาสทางการศึกษาและเศรษฐกิจ ขาดแคลนทางด้านสาธารณสุขและสาธารณสุข ภาพที่ปรากฏเป็นภาพที่คนอีสานยากไร้ ยากจน ได้รับความเดือดร้อนและมีหน่วยงานของรัฐเข้ามาช่วยเหลือ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (146) เหล่ากาชาดจังหวัดอุบลฯ จัดหาบริการโลหิตช่วยชีวิตเพื่อนมนุษย์ช่วยเหลือผู้ประสบความทุกข์จากภัยต่าง ๆ สงเคราะห์ผู้ยากไร้ ผู้ด้อยโอกาส พัฒนาระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัด และสนับสนุนกิจการสาธารณกุศลในด้านต่าง ๆ (ท้องถิ่นรักอุบล,มกราคม,2548)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าการใช้การแนะนำว่าคนในพื้นที่มีส่วนที่เป็นคนยากไร้ ด้อยโอกาส ต้องได้รับการพัฒนาระดับคุณภาพชีวิต

ตัวอย่าง (147) เอกราช ช่างเหลา ผู้จัดการสหกรณ์ออมทรัพย์ครูขอนแก่น ภาพ “ครูก็ไม่เลือก” สร้างสวัสดิการครูขอนแก่น เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (ไทยเสรี,มีนาคม,2554)

ตัวอย่าง (148) ผู้ว่าราชการจังหวัดอุบลราชธานี เป็นประธานการสัมมนาความยากจนด้านการพัฒนาฝีมือแรงงานให้กับผู้ใหญ่บ้านจากทุกหมู่บ้าน พร้อมกล่าวว่า ขณะนี้ได้มอบหมายให้ศูนย์ต่อสู้เพื่อ **เอาชนะความยากจน**ระดับอำเภอ แต่งตั้งคณะทำงานลงสู่ทุกระดับของพื้นที่ โดยเฉพาะกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน จะเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนเพื่อ**แก้ไขปัญหาคความยากจน**ให้หมดไป (ท้องถิ่นรักอุบล, พฤษภาคม, 2549)

ตัวอย่าง (149) สมยศ สมวิวัฒน์ชัย อดีตผู้ว่าการไลออนส์สากลภาค 310 อี พร้อมด้วยคณะ ได้มอบรถจักรยานสองล้อ ให้กับโรงเรียนในพื้นที่ จ.อุบลฯ จำนวน 270 คัน ตามโครงการ “ส่งน้อง ไปโรงเรียน” ทั้งนี้ เพื่อเป็นการ**ช่วยเหลือ**นักเรียนที่**อยู่ในถิ่นทุรกันดาร** (ท้องถิ่นรักอุบล, กุมภาพันธ์, 2554)

ตัวอย่าง (150) ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำชุมชนจะลงไปช่วยจำแนกข้อมูล**การจดทะเบียนปัญหาความยากจนเป็นรายครัวเรือน** จากนั้นหน่วยงานภาครัฐจะส่งเสริมอาชีพให้แก่แต่ละรายกลุ่มปัญหา ซึ่งจะทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นและทำให้**ปัญหาความยากจน**หมดไป (ท้องถิ่นรักอุบล, พฤษภาคม, 2549)

จากข้อมูลที่น่ามาศึกษาพบว่า ภาพคนอีสานที่ปรากฏคือ ภาพคนอีสานบางส่วนยังขาดแคลน ยากจน และหน่วยงานของรัฐได้เข้ามาช่วยเหลือ พยายามนำปัญหาที่เกิดขึ้นไปแก้ไขทำให้เห็นภาพของการพึ่งพารัฐของคนอีสาน หน่วยงานของรัฐเป็นผู้ช่วยเหลือ และชาวบ้าน / คนอีสาน ได้รับความช่วยเหลือ ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างข้างต้นที่มีการเน้นความว่า การแก้ปัญหาคความเดือดร้อนต่างๆ รัฐเป็นผู้เข้ามาช่วยเหลือและแก้ไขให้ เช่น “ผู้ว่าราชการจังหวัดอุบลราชธานี” “ผู้จัดการสหกรณ์ออมทรัพย์” เป็นต้น

นอกจากนี้ภาพ “ครูก็ไม่เลือก” ที่สื่อนำเสนอให้สังคมได้รับรู้สื่อให้เห็นว่าการใช้รูปภาษาโดยการใช้รูปปฏิเสธเพื่อให้เห็นภาพว่า “ครู” มีความลำบากมาก ยอมกู้เงินในทุกระบบเพื่อมาใช้จ่ายในครอบครัว แสดงให้เห็นว่า “ภาพครู” ของคนอีสานนั้นเป็นภาพที่สื่อนำเสนอเป็นภาพจำสำหรับสังคมแล้ว จึงจำเป็นต้องเปลี่ยนภาพนั้นให้ดียิ่งขึ้น จะเห็นได้จากจากใช้คำว่า “ลบภาพ” ในตัวอย่าง(147) “ผู้จัดการสหกรณ์ออมทรัพย์ครูขอนแก่นลบภาพ**“ครูก็ไม่เลือก”**สร้างสวัสดิการครูขอนแก่น เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น”

### 4.2.1.3 การใช้อุปลักษณ์

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า อุปลักษณ์เป็นกลวิธีการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน กลวิธีหนึ่ง เพราะผู้อ่านต้องเชื่อมโยงคุณลักษณะของแบบเปรียบกับสิ่งที่ถูกเปรียบโดยใช้ความคิด หรือประสบการณ์รับรู้ของตนที่มีอยู่ ทำให้เกิดมุมมองและสามารถกำหนดความคิดของผู้อ่านได้ และจากการศึกษาข้อมูล พบว่าคนอีสานมีการใช้อุปลักษณ์เกี่ยวกับการแข่งขัน นอกจากนี้คู่เปรียบของอุปลักษณ์ที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานกับความยากจนนั้นจะเน้นให้ “คนอีสาน” เป็นผู้กระทำ ในขณะที่ “ความยากจน” เป็นผู้กระทำ เช่น

**อุปลักษณ์การแข่งขัน** [ ความยากจน คือ ศัตรู] จากข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์พบว่า มีการใช้วงคำศัพท์ที่เกี่ยวกับศัตรู คนอีสานต้องเอาชนะ “ความยากจน” ให้ได้ ได้แก่ คำว่า “ชัยชนะ” “เป้าหมาย” “เดินหน้า” “ทาง” “อุปสรรค” “แก้ไข” “ปัญหา” “ต่อสู้” “ดิ้นรน” “ทางผ่าน” มาใช้กับคนอีสาน การเลือกใช้คำศัพท์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงมโนทัศน์ว่าเปรียบเทียบความยากจนของคนอีสานกับการแข่งขัน มีการต่อสู้ และมีเป้าหมายคือการเอาชนะความยากจน ในระหว่างการแข่งขันอาจพบอุปสรรคต่างๆ แต่ก็ต้องพยายามฝ่าฟันไปถึงจุดหมาย

**ตัวอย่าง (151)** ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานการสัมมนา**ความยากจน**ด้านการพัฒนาฝีมือแรงงานให้กับผู้ใหญ่บ้านจากทุกหมู่บ้าน พร้อมกล่าวว่า ขณะนี้ได้มอบหมายให้ศูนย์**ต่อสู้เพื่อเอาชนะความยากจน**ระดับอำเภอ แต่งตั้งคณะทำงานลงสู่ทุกระดับของพื้นที่ โดยเฉพาะกำนันผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน จะเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนเพื่อ**แก้ไข****ปัญหาความยากจนให้หมดไป** (ท้องถิ่นรักอุบล, พฤษภาคม, 2549)

**ตัวอย่าง (152)** ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำชุมชนจะลงไปช่วยจำแนกข้อมูล**การจดทะเบียนปัญหาความยากจนเป็นรายครัวเรือน** จากนั้นหน่วยงานภาครัฐจะส่งเสริมอาชีพให้แต่ละรายกลุ่มปัญหา **ซึ่งจะทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น**และทำให้**ปัญหาความยากจนหมดไป** (ท้องถิ่นรักอุบล, พฤษภาคม, 2549)

**ตัวอย่าง (153)** ความร่วมมือ**แก้ไขปัญหาความยากจน**ฯ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงฯ (ไทยเสรี, กุมภาพันธ์, 2554)

อย่างไรก็ตามในข้อมูลกลุ่มนี้ยังพบว่ามีการใช้กลุ่มคำ “ยากจนขั้นแค้น” เพื่อต้องการเน้นย้ำให้เห็นถึงความยากจนและความลำบากของคนอีสาน และการสะท้อนให้เห็นภาพความยากจนของคนอีสานที่ต้องดิ้นรนและมีภาพของหน่วยงานของรัฐที่เป็นส่วนสำคัญคอยช่วยเหลือและแก้ไขความยากจนนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าภาพของการแก้ไขความยากจนของคนอีสานที่ปรากฏในข้อมูลที่น่ามาศึกษานี้ไม่ใช่ภาพที่คนอีสานหลีกเลี่ยงปัญหาโดยการเข้ามาทำงานที่กรุงเทพฯหรือหัวเมืองใหญ่

แต่เป็นภาพที่คนอีสานพยายามที่จะช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเองโดยมีรัฐเข้ามาให้ความช่วยเหลือ แม้ปัญหาที่เกิดขึ้นอาจแก้ไขได้เพียงบางส่วน

#### 4.2.1.4 การใช้สหบท

สหบทคือการที่ตำบลหนึ่งมีการอ้างอิงหรือแทรกตำบลอื่นซึ่งส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างตำบลที่กล่าวถึงและตำบลอื่นที่อ้างอิงหรือแทรกมา( แฟร์คลัฟ 1992b) การใช้สหบทที่ปรากฏในที่นี้เกิดจากการแทรกตำบลอื่นเข้ามาในตำบลหลักของเนื้อหาสำคัญในข่าว ตำบลที่นิยมแทรกเข้ามามีสองกลุ่มด้วยกันคือ เรื่องประสบการณ์ส่วนบุคคล และข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ ตำบลที่แทรกเข้ามามีบทบาทในการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ข้อมูลหรือความคิดในตำบลหลัก ในบางกรณีตำบลที่แทรกเข้ามาทำหน้าที่เป็นตัวอย่างซึ่งทำให้ประเด็นความคิดที่น่าเสนอในตำบลหลักให้ความกระจ่างชัดขึ้น เช่น การแทรกเรื่องเล่าประสบการณ์ส่วนบุคคล การแทรกข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ การแทรกข้อมูลทางประวัติศาสตร์ การแทรกข้อมูลทางสถิติ การอ้างคำพูดของบุคคล การแทรกข่าวประเภทอื่น การแทรกนิทานหรือตำนาน เป็นต้น

จากข้อมูลที่น่ามาศึกษาพบว่า มีการแทรกตำบลอื่นเข้ามาในตำบลหลักของเนื้อหาข่าวด้วย ตำบลที่แทรกเข้ามามีบทบาทในการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ข้อมูลหรือความคิดในตำบลหลัก ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (154) นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัด ออกตรวจเยี่ยมพื้นที่ที่ประสบอุทกภัย เพื่อให้กำลังใจตลอดจนให้ความช่วยเหลือประชาชนที่ประสบอุทกภัยและได้รับผลกระทบจากเหตุดังกล่าว โดยสนับสนุน ชุดบรรเทาทุกข์ อาทิตยสามัญประจำบ้านเสื่อกันหนาว ผ้าห่ม พร้อมทั้งกำชับเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในพื้นที่ให้ดำเนินงาน มาตรการเข้มในการดูแลรักษาพยาบาลผู้ที่ได้รับผลกระทบทั้งทางร่างกายและทางสุขภาพจิต ตลอดจนให้สุขศึกษาแก่ประชาชนในการป้องกันอันตรายที่เกิดจากโรคที่มากับน้ำ ไม่ว่าจะเป็นโรคฉี่หนู น้ำกัดเท้า ไข้หวัดและภาวะโรคเครียด (มุกดาหารนิวส์,ตุลาคม,2556)

#### 4.2.1.5 การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล

การใช้ประโยคที่แสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล ที่ปรากฏในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานนี้เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นความเดือดร้อนของคนอีสาน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (155) **สืบเนื่องจาก**สภาวะน้ำท่วมในหลายพื้นที่ **ส่งผลให้**ชาวบ้านในหลายพื้นที่กำลังได้รับความเดือดร้อนอย่างหนัก **เนื่องจาก**ต้องทนในสภาพน้ำท่วมซึ่งเป็นเวลานาน และระดับน้ำก็สูงจนต้องอพยพขึ้นมาอาศัยอยู่ตามริมถนน บางรายเกิด**ความเครียดจนเจ็บป่วย** (มุกดาหารนิวส์, พฤศจิกายน, 2554)

จากตัวอย่างข้างต้นพบว่ามีกรเลือกใช้กลวิธีทางภาษาโดยการใช้ประโยคที่แสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล เพื่อเป็นการนำเสนอภาพคนอีสานขาดแคลนในด้านสาธารณสุขและสุขศึกษาต้องมีการเตรียมการให้พร้อมเพื่อรับมือกับอุทกภัยที่เกิดขึ้น และประชาชนเดือดร้อนมากจนเกิดความเครียดและเจ็บป่วยตาม

#### 4.2.2 คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน

##### 4.2.2.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

จากการศึกษาข้อมูลพบว่ามีกรใช้คำเรียกคนอีสานว่าคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน และมีการใช้คำและกลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 24 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏร่วมเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน

การใช้คำเรียก	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
อาชีพขายแรงงาน	-แรงงานไทย -แรงงานจากภาคอีสาน -แรงงานอีสาน -แรงงานหญิงไทย -นายจ้าง -ลูกจ้าง

ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานกับสังคมมีการใช้คำเรียกเพื่อแสดงให้เห็นถึงภาพคนอีสานที่เป็นชนชั้นแรงงาน เช่น *แรงงานจากภาคอีสาน แรงงานไทย แรงงานหญิงไทย เป็นต้น*



ตัวอย่าง (156) โดยสถาบันพัฒนา**ฝีมือแรงงาน**ภาค 7 ได้เปิดบริการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานครอบคลุมทุกสาขาดังกล่าวแล้ว ซึ่งการทดสอบมาตรฐาน**ฝีมือแรงงานแห่งชาติ** เป็นการทดสอบฝีมือ ความรู้ ความสามารถ และทัศนคติในการทำงานของผู้ประกอบอาชีพ ตามเกณฑ์กำหนดของมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ (ท้องถิ่นรักอุบล,มิถุนายน,2554)

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า นอกจากนี่ยังมีการนำเสนอภาพคนอีสานคือชนชั้นแรงงานแล้ว ยังมีการนำเสนอภาพของแรงงานต่างชาติ แรงงานข้ามชาติด้วย จึงน่าสนใจว่าในขณะที่หนังสือพิมพ์ระดับชาตินำเสนอภาพคนอีสานคือชนชั้นแรงงานที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพฯหรือหัวเมืองใหญ่ แต่ในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นคนอีสานต้องรับมือกับแรงงานต่างชาติแทน และแรงงานอีสานส่วนหนึ่งถูกนำเสนอเป็นภาพที่คนอีสานไปขายแรงงานในต่างประเทศแทน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (157) ผู้ว่าฯเตรียมประชุมนายจ้าง เพื่อควบคุมและกวดขันการจ้าง**แรงงานต่างด้าว**สัญชาติพม่า ลาว และกัมพูชา จำนวนหลายพันคน ให้ต่าง**แรงงานต่างด้าว**เป็นไปตามกฎหมาย โดยเข้มงวดและระดมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดประชุม**นายจ้าง**ให้ความรู้ เกี่ยวกับระเบียบกฎหมาย และบทลงโทษหากฝ่าฝืนกฎหมาย การทำงานของ**คนต่างด้าว**และกฎหมายอื่น ตลอดจนการรับทราบข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน (ท้องถิ่นรักอุบล,พฤษภาคม,2549)

ตัวอย่าง (158) รองผู้บัญชาการตำรวจตรวจคนเข้าเมืองมอบของให้ผู้ต้องขังชาวโรฮิงญาในเทศกาลเดือนรอมฎอนเพื่อใช้ปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลาม พร้อมสอบถามเส้นทางและขบวนการนำเข้า**แรงงานต่างด้าวชาวลาว** ระบุแรงงานที่ถูกจับได้จะไม่มีโอกาสกลับเข้ามาในไทยได้อีก (ท้องถิ่นรักอุบล,กรกฎาคม,2556)

ตัวอย่าง (159) อุบลฯ จัดสัมมนาแนวทางการปฏิบัติงานขอบเขตและข้อจำกัดในการคัดแยกผู้เสียหายจาก**การค้ามนุษย์** (ท้องถิ่นรักอุบล,มกราคม,2554)

ตัวอย่าง (160) จ.อุบลฯ ลงนามความร่วมมือในการต่อต้าน**การค้ามนุษย์**กับแขวงจำปาสัก สปป.ลาว (ท้องถิ่นรักอุบล,พฤศจิกายน,2553)

#### 4.2.2.2 การแนะนำ

หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการกลวิธีแนะนำความเพื่อสื่อความหมายว่าคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต้องใช้แรง เป็นการแนะนำความโดยการใช้คำศัพท์เพื่อแนะนำคนอีสานมีอาชีพขายแรงงาน และทำงานตามโรงงานต่างๆ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (161) ชาวบ้านหวังว่าจะมี**โรงงาน**จำนวนมากเกิดขึ้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งจะเกิด**การสร้างงานมากขึ้น** และ**นำประชากรอีสานกลับเข้ามาทำงานยังถิ่นฐานของพวกเขา** (ไทยเสรี, พฤษภาคม, 2554)

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นการแนะนำความว่าคนอีสานได้เข้าไปประกอบอาชีพที่ต่างถิ่นเป็นจำนวนมาก มีการแนะนำความเพื่อสื่อความหมายว่า คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน และทำงานในโรงงาน

#### 4.2.2.3 การใช้โครงสร้างประโยคกรรม

การใช้ประโยคกรรมสามารถสื่อให้เห็นถึงมุมมองของผู้ผลิต ตัวบทได้ชัดเจน โดยการเน้นย้ำว่าคนอีสานเป็นผู้ถูกกระทำ จากการศึกษาข้อมูลพบว่า มีการใช้ประโยคกรรมที่ใช้สื่อความหมายเกี่ยวกับคนอีสาน เช่น

ตัวอย่าง (162) จัดหางานจังหวัดอุบลฯเตือน **แรงงานหญิงไทย** ระวัง**ถูกหลอกลวงไปค้าประเวณี**ที่สวิสเซอร์แลนด์ (ท้องถิ่นรักอุบล, พฤษภาคม, 2549)

ตัวอย่าง (163) ปัจจุบัน**แรงงานหญิงไทยถูกหลอกลวงไปค้าประเวณี**ที่ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ จำนวนมาก ซึ่งมีกระบวนการค้าประเวณีข้ามชาติ **หลอกลวงหญิงไทย** โดยวิธีการสมรสอำพราง ชาวสวิสเซอร์แลนด์ที่มีพฤติกรรมรับจ้างแต่งงานส่วนใหญ่ไม่มีการศึกษา ตกงานยาวนาน ติดสุราและยาเสพติด มีหนี้สินจำนวนมาก รวมทั้งมีปัญหาด้านสุขภาพจิต (ท้องถิ่นรักอุบล, พฤษภาคม, 2549)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้ประโยคกรรมเพื่อนำเสนอภาพคนอีสานที่เป็นแรงงานถูกหลอกลวง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิงอีสานที่ถูกหลอกลวงไปค้าประเวณีที่ต่างแดน ดังจะเห็นได้จากข้อความที่ว่า “ถูกหลอกลวงไปค้าประเวณี”

### 4.2.3 คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น

#### 4.2.3.1 การเลือกใช้คำ / กลุ่มคำ

ตารางที่ 25 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่ปรากฏรวมเพื่อสื่อถึงคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น

คำที่เกี่ยวข้องกับคนอีสาน	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
เศรษฐกิจดีขึ้น	-กำลังซื้อมากขึ้น -รวยขึ้น, -กระตุ้นเศรษฐกิจ, -เศรษฐกิจคึกคัก,
ดีขึ้น, เพิ่มขึ้น	-เพิ่มขึ้นเท่าตัว -ดีขึ้น -ขยายตัวเมือง -เติบโต -เจริญเติบโตแบบต่อเนื่อง -สร้างงาน สร้างอาชีพ -รายได้ดีขึ้น -รายได้เพิ่มขึ้น

การที่หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นเลือกใช้คำหรือกลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะดีขึ้น ได้แก่ เพิ่มขึ้นเท่าตัว ดีขึ้น ขยายตัวเมือง เติบโต เจริญเติบโตแบบต่อเนื่อง รายได้ดีขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง (164) ทั้งนี้เพื่อให้เกษตรกรในพื้นที่ได้ สร้างงาน สร้างอาชีพ ที่ได้เปลี่ยนแปลงมาจากการทำไร่ทำนา หันมาทำการเพาะปลูกมันสำปะหลัง ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเอทานอลโดยตรง ปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าประชาชนในพื้นที่ไม่ต้องจากบ้านเกิดไปทำงานต่างจังหวัด และ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีความอยู่ดีกินดีขึ้น (ไทยเสรี, เมษายน, 2554)

ตัวอย่าง (165) นายสุรพล สายพันธ์ รอง ผวจ.อุบลฯ นายพชาติ สารสิน ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายการบินนกแอร์ คุณเพ็ญพักตร์ ศรีทอง ประธานหอการค้าจังหวัดอุบลฯ ในงาน ฉลองการขยายเส้นทางบินในประเทศสู่อุบลฯ ในงานฉลองการขยายเส้นทางบินใน

ประเทศอุบลฯ ณ ตลาดนิกรธานีคุณตี๋ขอให้การจัดงานครั้งนี้ **ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวมาอุบลฯ เยอะครับ** เศรษฐกิจการท่องเที่ยวจะได้เติบโตขึ้นนะครับ (ท้องถิ่นรักอุบล,มีนาคม,2553)

**ตัวอย่าง (166)** แมคโดนัลด์ เปิดให้บริการแบบครบวงจร สาขาแรกในจังหวัดอุบลราชธานี ที่อุบลสแควร์ ด้วยเล็งเห็น **ศักยภาพทางเศรษฐกิจ** สังคม วิถีชีวิต รวมถึง **ความเป็นอยู่ที่เจริญเติบโตแบบต่อเนื่อง** อีกทั้งยังเป็นประตูการค้าการท่องเที่ยวเพราะมีชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างราชอาณาจักรกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่จะเป็นเส้นทางทางการค้าที่สำคัญในอนาคต เชื่อมโยงไปสู่เวียดนาม พม่า และจีน นอกจากนี้ อุบลสแควร์ยังมี **คอมมูนิตีมอลล์แห่งใหม่** ใจกลางเมืองอุบลราชธานีที่ **หรูหราทันสมัย และใหญ่ที่สุดในอีสานใต้** ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนอุบลได้อย่างลงตัว(ท้องถิ่นรักอุบล,ธันวาคม, 2555)

#### 4.2.3.2 การแนะนำ

จากการศึกษาข้อมูลผู้วิจัยพบว่ามีการใช้รูปภาพเพื่อแนะนำว่าคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะดีขึ้น เช่น **“การเจริญก้าวหน้าของเศรษฐกิจ” “ก้าวรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว”** ดังตัวอย่างต่อไปนี้

**ตัวอย่าง (167)** ในรอบเดือนมีการเปิดธนาคารถึงสองค่าย **บ่งบอกถึงความเจริญก้าวหน้าของเศรษฐกิจอุบลที่ก้าวรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว** (ท้องถิ่นรักอุบล,สิงหาคม,2555)

จากตัวอย่างนี้ มีการแนะนำว่า เศรษฐกิจของจังหวัดอุบลราชธานีมีความเจริญก้าวหน้า และก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วดังข้อความที่ว่า **“บ่งบอกถึงความเจริญก้าวหน้าของเศรษฐกิจอุบลที่ก้าวรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว”**

**ตัวอย่าง (168)** **พันธเศรษฐกิจปี54 สดใสมั่นใจปัจจัยบวกรอบด้าน**เช่นต์มอลล์ ทุ่มอีกกว่า 100 ล้าน **รุกตลาดวัสดุก่อสร้างขอนแก่น** (ไทยเสรี, มกราคม 2554)

จากตัวอย่างข้างต้นเห็นได้ว่า มีการใช้กลวิธีการแนะนำความเพื่อแนะนำให้เห็นว่าคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น และเป็นพื้นที่สำคัญในการพัฒนาฐานเศรษฐกิจและเป็นที่ต้องการของนักลงทุนชาวต่างชาติ มีการแนะนำความว่า มีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจของอีสานดี และจังหวัดขอนแก่นเป็นเป้าหมายของธุรกิจก่อสร้าง ดังข้อความที่ว่า “*รุกตลาดวัสดุก่อสร้างขอนแก่น*”

จากการศึกษาข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอภาพแทนในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะปรากฏในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล และหนังสือพิมพ์ไทยเสรี ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ของจังหวัดใหญ่และเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญ ข่างที่ปรากฏจึงสัมพันธ์กับภาพตัวแทนที่พบคือ คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น

#### 4.2.3.3 การใช้สหบท

จากข้อมูลที่น่ามาศึกษาพบว่า มีการแทรกตัวบทอื่นเข้ามาในตัวบทหลักของเนื้อข่าวด้วย ตัวบทที่แทรกเข้ามานี้มีบทบาทในการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ข้อมูลหรือความคิดในตัวบทหลักในการนำเสนอภาพแทนคนอีสานที่สื่อถึงคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น ดังตัวอย่าง

**ตัวอย่าง (169)** อุบลฯ จัดแสดงสินค้า โอท็อป อินโดจีนเงินสะพัด 100 ล้าน ในการจัดงานที่จะมีขึ้นดังกล่าวซึ่งนอกจากจะเป็นการสนองนโยบายของรัฐบาลด้านการส่งเสริมการค้าชายแดน และนำกรอบปฏิญญาพหุภาคีตลอดจนยุทธศาสตร์การจัดระบบเศรษฐกิจตามแนวชายแดน :ECS ของรัฐบาลมาปฏิบัติให้เกิดผลในรูปธรรมในภาคปฏิบัติแล้ว ยังเป็นการทำตามวิสัยทัศน์ของ จ.อุบลฯและกลุ่มจังหวัดที่ว่าด้วย “เป็นต้นแบบเมืองชายแดนที่สมบูรณ์” และเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านด้วย ขณะที่ผลที่จะได้รับจะเป็นการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์และขยายตลาดสินค้าโอท็อป การยกระดับคุณภาพจากระดับท้องถิ่นสู่ประเทศจนถึงการส่งออก สร้างโอกาสและเชื่อมโยงตลาดให้กับสินค้าโอท็อปเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน การพัฒนาให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้ทั้งด้านการบริหารจัดการตลาด เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยให้สามารถแข่งขันกันได้อย่างมั่นคงที่สำคัญยังเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อเกิดการขยายตัว กระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดและการค้าชายแดน การส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในกรอบโครงการพัฒนาร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภาครุ่มน้ำโขง และการยกระดับชีวิตและฐานะทางเศรษฐกิจในระดับรากหญ้าทั้งในส่วนของประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านตามไปด้วย (ท้องถิ่นรักอุบล, พฤษภาคม, 2547)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้สหพทในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน ในด้านคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น ดังจะเห็นได้จากการแทรก *นโยบายของรัฐ กรอบ ปณิญาพุกาม และ วิสัยทัศน์ของจังหวัดอุบลราชธานี* มาอ้างเพื่อให้ผู้อ่านได้เข้าใจเนื้อหาของข่าว และสิ่งที่ผู้สื่อข่าวต้องการนำเสนอ ในที่นี้คือการนำเสนอว่าเศรษฐกิจในจังหวัดอุบลราชธานีกำลัง ได้รับการพัฒนาและก้าวกระโดด การที่สื่อเลือกใช้สหพทมาแทรกการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ของคนอีสานในหัวเมืองใหญ่นี้ เพื่อต้องการให้ผู้อ่านได้เชื่อมั่น และมั่นใจในการนำเสนอข่าวนี้ว่า กิจกรรมหรือโครงการนี้จะเกิดขึ้นจริงเพื่อให้นักธุรกิจท้องถิ่นและประชาชนเตรียมรับมือกับการลงทุน ที่จะมาในอนาคต

### 4.3 คนอีสานในแง่การเมือง

ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสาน มีการกล่าวถึงคนอีสานกับเรื่องการเมืองเป็น จำนวนน้อยเมื่อเทียบกับคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย และในแง่เศรษฐกิจและสังคม จาก เนื้อหาข่าวทั้งหมดพบว่า การนำเสนอเกี่ยวกับการเมืองโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มีการเคลื่อนไหว ทางการเมืองในช่วงปี พ.ศ. 2551 ถึง พ.ศ. 2553 มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการเลือกตั้งและการ เปลี่ยนรัฐบาลหรือการเปลี่ยนหัวหน้าทางทางการเมืองค่อนข้างน้อย การนำเสนอข่าวในมิตินี้เป็น เพียงการรายงานข่าวว่ามีเหตุการณ์ใดเกิดขึ้นในช่วงนั้นๆ จากการศึกษาพบว่าเนื้อหาข่าวใน หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นที่นำเสนอภาพคนอีสานเกี่ยวกับการเมืองตลอดระยะเวลา 10 ปี พบว่ามี ภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญ ได้แก่

- 1) คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง
- 2) คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย
- 3) คนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล

ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในสื่อระดับท้องถิ่นนี้มีการใช้กลวิธีทางภาษาที่สำคัญ ในการนำเสนอภาพตัวแทนดังที่จะนำเสนอต่อไปนี้

#### 4.3.1 คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง

##### 4.3.1.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

การใช้คำ/กลุ่มคำ เป็นกลวิธีที่มีความสำคัญในการประกอบสร้างชุดความคิด เกี่ยวกับภาพตัวแทนคนอีสาน จากการศึกษาข้อมูลพบว่าการใช้คำเรียกคนอีสานที่เกี่ยวข้องกับคน อีสานเป็นฐานเสียงและมีบทบาทสำคัญทางการเมือง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 26 แสดงการเลือกใช้เรียกเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง

คำที่ปรากฏรวม	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
ฐานเสียงสำคัญ	-ฐาน -ฐานเสียงสำคัญ -ฐานการเมือง
บทบาททางการเมือง	-คนเล็กรัฐบาล -แรงหนุนสำคัญ -แกนนำจัดตั้งรัฐบาล

#### 4.3.1.2 การแนะนำ

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า มีการใช้กลวิธีการแนะนำในการนำเสนอภาพคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง โดยอาจจะไม่ใช่รูปภาษาที่สื่อโดยตรงแต่จะเป็นการแฝงนัยบางอย่างผ่านรูปภาษา เนื่องจากบางครั้งผู้ใช้ภาษาไม่ได้ตระหนักถึงถ้อยคำที่แฝงอยู่ การตีความในวาทกรรมนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะช่วยให้ทราบได้ว่าหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นได้ผลิตซ้ำและถ่ายทอดชุดความคิดใดบ้างโดยผู้นำเสนออาจจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และการที่ผู้อ่านยอมรับชุดความคิดที่ปรากฏนั้น แสดงว่าได้ยอมรับตัวบทที่แฝงมากับเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ โดยที่ยังไม่ทันได้ตระหนักหรือเกิดการตั้งคำถามว่าตัวบทนั้นเป็นเรื่องจริงหรือไม่ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง (170) ในช่วงการเลือกตั้ง ปี 2544 กระแสไทยรักไทย พีเวอร์นั้น **กวาดที่นั่ง ส.ส.ได้ 9-10 เขตจาก 11 เขต** ดังนั้น นักการเมืองระดับท้องถิ่น หรือระดับชาติ จึงมีความเชื่อมโยงและสัมพันธ์ เพราะใช้ฐานเสียงคะแนนเดียวกัน และ**รายชื่อว่าที่ ส.ส.ในครั้งนี จะไม่ต่างจากผู้สมัคร ที่อยู่ในกลุ่มการเมืองที่ว่านี้** (ท้องถิ่นรักอุบล, มิถุนายน 2554)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการแนะนำว่า พรรคไทยรักไทยได้รับคะแนนเสียงส่วนใหญ่มาจากภาคอีสาน มีการแนะนำว่าคนอีสานเป็นฐานเสียงสำคัญของประเทศสามารถมีสิทธิต่อรองและสร้างอำนาจให้แก่คนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และการที่สื่อเลือกใช้รูปประโยคว่า “กวาดที่นั่ง ส.ส.ได้ 9-10 เขตจาก 11 เขต” เพื่อเป็นการแนะนำว่าคนอีสานเป็นฐานเสียงสำคัญให้แก่ นักการเมืองกลุ่มนี้ นอกจากนี้การเลือกใช้คำว่า “กระแสไทยรักไทยพีเวอร์” เป็นการแนะนำให้เห็นว่า พรรคการเมืองนี้ได้รับความนิยมจากคนอีสานมากในช่วงปี 2544 และในตอนนี้น่าจะได้รับความนิยมเช่นเดิม

#### 4.3.1.3 การใช้สหพ

ตัวอย่าง (171) ก่อนเสียชีวิต ยายเนียมได้สั่งให้ญาติสี่ข้างสารไว้ฝากนายรัฐมนตรี ในการจัดงานฌาปนกิจศพยายเนียม มีเจ้าภาพมาร่วมงานหลาย ฝ่าย จดหมายนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี เขียนถึงยายเนียมจากทำเนียบรัฐบาลเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2551 ใจความสำคัญตอนหนึ่งว่า คุณยายเนียมที่เคารพรัก ผมได้รับทราบว่าคุณรัฐมนตรีวิฑูรย์ นามบุตร ซึ่งเป็นผู้แทนของชาวอุบลราชธานี ได้มีโอกาสเยี่ยมคุณยายที่โรงพยาบาล อวยพรให้คุณยายหายป่วย และสุขภาพแข็งแรง ผมยังระลึกถึงเสมอ ผมจึงได้บอกกับพี่น้องทั้งประเทศในวันที่ผมได้รับพระบรมราชโองการ โปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ผมยังระลึกถึงคุณยายเสมอ (ท้องถิ่นรักอุบล, กุมภาพันธ์, 2552)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า มีการใช้สหพโดยการแทรกเรื่องเล่า ประสบการณ์ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของถ้อยความที่ผู้พูดต้องการนำเสนอ ในที่นี้มีการยกตัวอย่างเรื่องเล่าของ “ยายเนียม” เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสนับสนุนความคิดบางประการของผู้พูดโดยยก “จดหมาย” ที่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีในสมัยนั้นได้เขียนจดหมายถึง “ยายเนียม” ว่าตนยังระลึกถึงความสำคัญของ “ยายเนียม” เสมอ จากเหตุการณ์นี้เป็นที่น่าสังเกตได้ว่า “ยายเนียม” ได้กลายเป็นภาพจำของคนในภูมิภาคอื่นว่าเป็นบุคคลตัวอย่างในการต่อสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิให้กับตนเองและพวกพ้อง แต่การที่นักการเมืองได้พยายามนำเสนอภาพของตนเองที่คอยช่วยเหลือและสนับสนุนการเรียกร้องสิทธิของพี่น้องชาวอีสานนี้เป็นการใช้ประโยชน์จากเหตุการณ์นี้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าภาพตัวแทนคนอีสานในแง่การเมืองนั้น คนอีสานยังคงมีบทบาทสำคัญต่อนักการเมืองถึงแม้ว่าความสำคัญนั้นจะเป็นไปในลักษณะการแสวงหาผลประโยชน์มากกว่าการที่จะมีส่วนสำคัญในการต่อรองทางด้านการเมือง

#### 4.3.2 คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย

##### 4.3.2.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

ตารางที่ 27 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย

คำที่ปรากฏรวม	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
ไม่ต้องการแบ่งฝ่าย, ไม่ชอบความขัดแย้ง	-ขอให้ยุติความรุนแรง -ช่วยกันปรองดอง -สามัคคีกันไว้ -เบื้อหน้า



คำที่ปรากฏร่วม	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
	-สลดหดหู่ -เสียใจ -ต่อต้านความรุนแรง -ยุติความรุนแรง

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่ามี **การใช้คำ/กลุ่มคำ** เพื่อสื่อให้เห็นว่า คนอีสานคือ กลุ่มคนที่ไม่ต้องการแบ่งฝ่าย เช่น **เบื่อหน่าย สลดหดหู่ เสียใจ ต่อต้านความรุนแรง ยุติความรุนแรง** เป็นต้น จากรูปภาษาที่ปรากฏจะเห็นได้ว่าคนอีสานได้แสดงความรู้สึกว่าเหตุการณ์บ้านเมืองที่เกิดขึ้นที่มีการแบ่งฝ่าย แบ่งพรรคแบ่งพวกและนำความเดือดร้อนมาสู่ท้องถิ่น ดังตัวอย่าง

**ตัวอย่าง (172)** ชาวอุบลฯ ร่วมแกลง**ยุติความรุนแรง** กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และ ประชาชนชาวอุบลราชธานีกว่า5พันคนปราศรัย**โจมตีกลุ่มต่างๆ ที่สร้าง ความรุนแรง** พร้อมอ่านแถลงการณ์ **ร่วมยุติความรุนแรง** ต่อประเทศไทย (ท้องถิ่นรักอุบล,มีนาคม,2553)

#### 4.3.2.2 การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

การเลือกใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ในการสื่อภาพคนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย มีลักษณะการตั้งคำถามที่ไม่ต้องการคำตอบแต่ต้องการให้ผู้อ่านได้หยุดคิดและเห็นด้วยกับสิ่งที่ผู้เขียนต้องการเสนอ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

**ตัวอย่าง (173)** จากปัญหาความขัดแย้งของสังคมจนนำมาสู่การเผาศาลากลาง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดฯ ประชาชน**เกิดความสลดหดหู่ เสียใจ** จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นว่า **ทำไมเมืองอุบล เมืองนักปราชญ์ จึงมี เหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นได้** (ท้องถิ่นรักอุบล,เมษายน,2554)

จากตัวอย่างนี้พบว่า การใช้รูปภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่ายผ่านการใช้คำถามทางวาทศิลป์นั้น มีความน่าสนใจมากคือ ผู้สื่อข่าวไม่ได้สื่อโดยตรงว่าไม่ต้องการแบ่งฝ่าย แต่เลือกที่จะใช้การตั้งคำถามแทน โดยให้ผู้อ่านตระหนักถึงผลที่เกิดขึ้นหากเราไม่แบ่งฝักแบ่งฝ่าย จะเห็นได้จากการเลือกใช้ข้อความว่า **“ทำไมเมืองอุบล เมืองนักปราชญ์ จึงมี เหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นได้”** เพื่อให้ผู้อ่านซึ่งเป็น”ชาวอุบล” ได้ตระหนักร่วมกันถึงผลเสียของการแบ่งฝ่ายดังจะเห็นได้จากการเผาศาลากลางซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด นอกจากนี้ยังมีการเลือกใช้ ถ้อยคำที่แสดงความรู้สึกเสียใจกับการแบ่งฝ่ายที่เกิดขึ้น ดังจะเห็นได้จากการใช้คำว่า **“ประชาชนเกิดความสลดหดหู่ เสียใจ”**

### 4.3.3 คนอีสานสนองนโยบายของรัฐ

#### 4.3.3.1 การใช้คำ/กลุ่มคำ

การใช้คำ/กลุ่มคำ เป็นกลวิธีในการประกอบสร้างชุดความคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทนคนอีสาน จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่ามีการใช้คำที่ปรากฏร่วมกับ “คนอีสาน” เพื่อสื่อถึงความอีสานคือกลุ่มคนที่สนองนโยบายของรัฐ เป็นการสนองนโยบายทางการปกครองเชื้อฟุ้ง และปฏิบัติตามที่รัฐสั่งดังต่อไปนี้

ตารางที่ 28 แสดงการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่มักปรากฏร่วมกันเพื่อสื่อถึงคนอีสานสนองนโยบายของรัฐ

คำที่ปรากฏร่วม	
กลุ่มความหมาย	คำ/กลุ่มคำ
สนองนโยบายของรัฐ	-ตามใจรัฐบาล -ทำตามที่รัฐบาลสั่ง -สนองนโยบายของรัฐ -ประกาศนโยบายรัฐ -ตามแนวทางของรัฐ

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่ามี **การใช้คำ/กลุ่มคำ** เพื่อสื่อให้เห็นว่า คนอีสานคือกลุ่มคนที่สนองนโยบายของรัฐ เช่น **ตามใจรัฐบาล** **ทำตามที่รัฐบาลสั่ง** **สนองนโยบายของรัฐ** **ประกาศนโยบายรัฐ** **ตามแนวทางของรัฐ** เป็นต้น

**ตัวอย่าง (174)** จังหวัดอุบลราชธานี ได้**ประกาศนโยบาย**อุบลเมืองสะอาด ราชธานีอีสาน ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาที่เป็นองค์รวมยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง อาศัยความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นและประชาคมเป็นรากฐานการพัฒนา มุ่งให้เกิดความปลอดภัย ความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย (ท้องถิ่นรักอุบล,มิถุนายน,2552)

**ตัวอย่าง (175)** โครงการประชาคมเพื่อการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ.2552 นอกจากจะก่อให้เกิดการทำงานร่วมกันแล้ว ยังเป็นการทราบถึงปัญหาความต้องการของชุมชนเพื่อจะเป็น**แนวทางในการพัฒนาแผน** ให้สอดคล้องกับการแก้ไขปัญหาของชุมชน ซึ่ง อบจ.พร้อมขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาของพี่น้องประชาชน ตาม**นโยบายการแก้ไขปัญหาภัยแล้ง** แก้ปัญหาการเจ็บไข้ได้ป่วย แก้ไขปัญหาความยากจน เพื่อส่งเสริมให้พี่น้องมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (ท้องถิ่นรักอุบล,มิถุนายน,2552)

- ตัวอย่าง (176)** นอกเหนือจากนั้นยังเป็นการ **สนับสนุนส่งเสริมนโยบาย** การท่องเที่ยวของจังหวัดอีกด้วย และหวังว่านักเรียนเยาวชนที่เข้ารับการอบรมจะทราบถึงบทบาทและหน้าที่การให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นการรณรงค์สร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีอีกด้วย (มุกดาหารนิวส์, กันยายน, 2554)
- ตัวอย่าง (177)** **บริการของรัฐ** เข้าไปช่วยเหลือประชาชน โดยเน้นการฝึกอาชีพ พัฒนาส่งเสริมอาชีพ และแก้ไขปัญหาของชาวบ้าน รวมทั้งได้บรรยายสรุปภาพทั่วไปและข้อมูลตาม **นโยบายเร่งด่วน** ในการดำเนินการแก้ไขปัญหาความยากจนเชิงบูรณาการ (ท้องถิ่นรักอุบล, มกราคม, 2548)
- ตัวอย่าง (178)** อธิปไตยการพัฒนาชุมชน เป็นประธานเปิดงาน อลังการโอท็อป ภูมิภาคม่วนอีหลี เพื่อ **สนองนโยบายรัฐบาล** ที่มุ่งเน้นให้ชุมชนนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโอท็อป (มุกดาหารนิวส์, กรกฎาคม, 2555)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้คำ/กลุ่มคำ เพื่อนำเสนอภาพคนอีสานสนองนโยบายของรัฐ เช่น สนับสนุนนโยบายรัฐ ส่งเสริมนโยบายรัฐ สนองนโยบายรัฐ การใช้คำเหล่านี้สื่อให้เห็นว่าคนอีสานต้องทำตามคำสั่งหรือแผนการดำเนินงานของรัฐ เป็นที่นาสนใจว่า ชาวในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการกล่าวถึงประเด็นนี้ค่อนข้างมาก อาจเป็นเพราะหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีจุดประสงค์หลักคือการนำเสนอข่าวในท้องถิ่น และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการต่างๆของรัฐ

#### 4.4 บทสรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจะเห็นได้ว่า ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นพบว่า ผลของการวิเคราะห์กวีวิธีทางภาษาที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นสะท้อนให้เห็นมุมมองของผู้เขียนที่มองคนอีสานในแง่มุมต่างๆ ภาพของคนอีสานที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น สรุปภาพตัวแทนที่ได้ 9 ภาพ ได้แก่ 1) คนอีสานมีอัตลักษณ์และมีภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ 2) คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ 3) คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 4) คนอีสานมีความรู้รอบรู้และด้อยโอกาส 5) คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน 6) คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น 7) คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง 8) คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย และ 9) คนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล จากการจัดกลุ่มนี้จะเห็นได้ว่า ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏมีความสัมพันธ์กับกวีวิธีทางภาษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 29 แสดงสรุปความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

ภาพตัวแทนคนอีสาน กลวิธีทางภาษา	บุคลิกลักษณะ และอุปนิสัย	เศรษฐกิจและ สังคม	การเมือง
การใช้คำ/กลุ่มคำ	√ <sup>14</sup>	√	√
การใช้โครงสร้างประโยคกรรม	√ <sup>15</sup>	√	√
การใช้อุปสรรค	√	√	√
การเน้นความ	√	√	√
การใช้สัทพ	√	√	√
การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์	- <sup>16</sup>	√	-

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยเสรี หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล และหนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ ในช่วงปี พ.ศ. 2547 - 2556 ทำให้เห็นพลังของสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อระดับท้องถิ่นที่มีอำนาจในการนำเสนอภาพคนอีสานผ่านกลวิธีภาษาที่สื่อมวลชนโดยแฝงชุดความคิดบางอย่างเกี่ยวกับคนอีสานและนำเสนอผ่านรูปภาพได้อย่างธรรมชาติ โดยที่ผู้รับสารรับรู้หรืออาจรู้ไม่เท่าทันสื่อก็เป็นได้

การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นสะท้อนให้เห็นมุมมองของผู้เขียนที่มองคนอีสานในแง่มุมต่างๆ ภาพของคนอีสานที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น สรุปภาพตัวแทนที่ได้ 3 มิติ ภาพที่นำเสนอสะท้อนให้เห็นว่าในมิติทางด้านบุคลิกภาพและอุปนิสัย คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานที่เป็นกลุ่มคนที่ภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่นตน รักและเคารพสถาบันพระมหากษัตริย์ ส่วนในมิติทางเศรษฐกิจและสังคม ถึงแม้คนอีสานถูกละเลย และไม่ได้รับสิทธิ์และการดูแลเท่าที่ควรจะเป็น ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานด้อยโอกาสทางการศึกษาและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะขาดแคลนในด้านสาธารณูปโภคและสาธารณสุข แต่ยังมีคนอีสานบางส่วนในจังหวัดใหญ่ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นซึ่งคนกลุ่มนี้ได้มีส่วนสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น เป็นต้น และในมิติทางการเมืองคนอีสานยังคงมีบทบาททางการเมืองในฐานะที่เป็นฐานเสียงสำคัญให้แก่รัฐบาล แต่ในขณะเดียวกันคนอีสานก็ถูกละเลยไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่จากรัฐบาลเท่าที่ควรจะเป็น ทั้งๆที่คนอีสานรับและสนองนโยบายของรัฐบาลมาโดยตลอด

<sup>14</sup> หมายถึงมีการปรากฏบ่อย

<sup>15</sup> หมายถึงมีการปรากฏ

<sup>16</sup> หมายถึงไม่มีการปรากฏ

การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการใช้กลวิธีทางภาษาที่ไม่ซับซ้อน และค่อนข้างน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเนื้อหาข่าวที่นำเสนอเป็นการข่าวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ทั่วไปที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือน เน้นการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐ และธุรกิจของกลุ่มพ่อค้าในจังหวัด ดังนั้นรูปภาพที่ใช้จึงมีการใช้รูปศัพท์ คำ/กลุ่มคำโดยทั่วไป และรูปประโยคไม่มีความซับซ้อน ทั้งนี้อาจเพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในกลุ่มข้อมูลนี้จะเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดอุบลราชธานีเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูลในงานวิจัยนี้ แต่หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยพบข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับกลุ่มภาพตัวแทนที่สัมพันธ์กับกลุ่มข้อมูลที่ปรากฏ กล่าวคือ ภาพตัวแทนที่สื่อถึงคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะดีขึ้นโดยปรากฏในกลุ่มข้อมูลหนังสือพิมพ์ไทยเสรี ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ของจังหวัดขอนแก่น และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบลซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ของจังหวัดอุบลราชธานี จึงน่าสนใจว่าการที่ปรากฏภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ทั้งสองฉบับนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของพื้นที่ในการนำเสนอข่าวว่า พื้นที่ที่เป็นเมืองใหญ่และเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจทั้งอีสานตอนกลาง ( จังหวัดขอนแก่น) และอีสานตอนล่าง ( จังหวัดอุบลราชธานี) มีเศรษฐกิจดีขึ้น ส่วนพื้นที่อีสานตอนบน ( จังหวัดมุกดาหาร) เป็นพื้นที่กำลังพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ

จากผลการศึกษาข้อมูลที่เสนอมาจะเห็นได้ว่า หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นเน้นการนำเสนอภาพคนอีสานภาคภูมิใจและมีความสุขในท้องถิ่นตน ไม่ต้องการแบ่งฝ่าย ไม่ชอบความขัดแย้ง และสนองนโยบายของรัฐบาล แต่คนอีสานเองก็ยังไม่ได้รับการเอาใจใส่จากรัฐบาล ดังจะเห็นได้จากมิติทางด้านสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่คนอีสานยังขาดแคลนและด้อยโอกาสในหลายด้าน

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า ภาพตัวแทนคนอีสานที่มีการนำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นเป็นภาพที่ปฏิเสธหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่นำเสนอว่าคนอีสานคือเหยื่อทางการเมือง กล่าวคือสื่อระดับท้องถิ่นนำเสนอภาพคนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย และภาพที่นำเสนอว่าคนอีสานไม่ได้เป็นอื่น แต่เป็นคนไทยเหมือนกับภูมิภาคอื่น ดังจะเห็นได้จากคนอีสานรักและศรัทธาในสถาบันพระมหากษัตริย์ การนำเสนอภาพตัวแทนในลักษณะดังกล่าวเป็นการแสดงให้เห็นว่าคนอีสานมีกษัตริย์พระองค์เดียวกับคนไทยทั้งประเทศ และปฏิบัติตามและเชื่อฟังรัฐ และคนอีสานเป็นส่วนหนึ่งของรัฐไทย ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานสนองนโยบายรัฐ

ในบทต่อไป ผู้วิจัยจะเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น เพื่อให้เห็นว่าภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ต่างระดับนั้นมีกลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนอย่างไร และวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมว่ามีกระบวนการผลิตและกระจายตัวบท และกระบวนการบริโภคและตีความตัวบทอย่างไร หลังจากนั้นจะวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมของคนอีสานเพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของสังคมที่มีต่อภาพตัวแทนคนอีสานและผลของภาพตัวแทนคนอีสานที่อาจมีต่อสังคม

## บทที่ 5

### การเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ และหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอการเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น วิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเริ่มจากการเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น ตามลำดับ การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น ตามกรอบการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของ แฟร์คลัฟ(1995) ที่ได้เสนอว่า นอกจากจะศึกษาตัวบทแล้ว ก็ควรที่จะศึกษาควบคู่ไปกับบริบทด้วย ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (discourse practice) และระดับวิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (social-cultural practice) ดังนั้นในการศึกษานี้ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ระดับวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม เพื่อให้เห็นถึงกระบวนการผลิตและบริบทตัวบท และการตีความตัวบท ตามทฤษฎีชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารมาวิเคราะห์วาทกรรม นอกจากนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นในบทนี้ผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 1) การเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น
- 2) การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอภาพคนอีสาน
- 3) การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 5.1 การเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

จากการเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับที่ส่งไปยังผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผ่านกลวิธีทางภาษาพบภาพตัวแทนคนอีสานและความคิดต่างๆที่แฝงมากับรูปภาพรวมทั้งสิ้น 3 มิติด้วยกัน ภาพตัวแทนดังกล่าวประกอบด้วยภาพความคิดย่อยต่างๆที่ปรากฏในตัวบทหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 30 แสดงการสรุปภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น

กลุ่มภาพตัวแทนคนอีสาน	หนังสือพิมพ์ระดับชาติ	หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น
<b>คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย</b>		
- คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ	√	√
- คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น	√	-
- คนอีสานอดทน	√	-
- คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ	-	√
- คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์	-	√
<b>คนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ</b>		
- คนอีสานมีความรู้ร้น้อยและด้อยโอกาส	√	√
- คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน	√	√
- คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น	√	√
- คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม	√	-
<b>คนอีสานในแง่การเมือง</b>		
- คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง	√	√
- คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง	√	-
- คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย	-	√
- คนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล	-	√

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นนั้น บางส่วนเป็นภาพที่ปรากฏซ้ำทั้งในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น บางส่วนเป็นภาพที่ปรากฏแตกต่างกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 5.1.1 ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏซ้ำในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น

จากการศึกษาเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับ คือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น พบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานบางภาพเป็นภาพที่ปรากฏร่วมกันในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะร่วมกันบางประการของภาพตัวแทนที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในตัวบทหนังสือพิมพ์ ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในกลุ่มนี้ได้แก่

- 1) ภาพตัวแทนคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ
- 2) คนอีสานมีความรู้ร้น้อยและด้อยโอกาส

- 3) ภาพตัวแทนคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน
- 4) ภาพตัวแทนคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น
- 5) ภาพตัวแทนคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง

จากการปรากฏภาพตัวแทนคนอีสานทั้ง 5 ภาพซ้ำกันในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับ แสดงให้เห็นว่า ภาพทั้ง 5 ภาพของคนอีสานดังกล่าวนั้นอยู่ในการรับรู้ของคนในทุกระดับ ภาพที่ปรากฏนั้นมีทั้งภาพที่ดีและพึงประสงค์และภาพในด้านที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์ โดยภาพในด้านบวก เช่น ภาพคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ ภาพที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์ เช่น ภาพคนอีสานมีความรู้น้อยและด้อยโอกาส ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ภาพตัวแทนทั้งสองชุดดังกล่าวเป็นภาพตัวแทนที่โดดเด่นและน่าจะมีผลต่อการรับรู้และทัศนคติของคนในสังคมที่มีต่อคนอีสาน

### 5.1.2 ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏแตกต่างกันในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น

จากการศึกษาเปรียบเทียบภาพที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับ พบว่า มีภาพตัวแทนในมิติต่างๆ บางประการเป็นภาพตัวแทนย่อยที่ปรากฏแตกต่างกันในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่แตกต่างกันในการสื่อภาพตัวแทนต่างๆ ไปยังผู้อ่านดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1) ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏเฉพาะในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ ได้แก่

- ภาพตัวแทนคนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น
- ภาพตัวแทนคนอีสานอดทน
- ภาพตัวแทนคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม
- ภาพตัวแทนคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง

#### 2) ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏเฉพาะในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ได้แก่

- ภาพตัวแทนคนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ
- ภาพตัวแทนคนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์
- ภาพตัวแทนคนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย
- ภาพตัวแทนคนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล

เมื่อพิจารณาภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นทั้ง 3 มิติแล้ว จะเห็นได้ว่า ภาพตัวแทนย่อยที่ปรากฏแตกต่างกันในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับนี้มีการแย้งกันอยู่ 2 ประเด็นสำคัญ ดังนี้



1. ประเด็นทางการเมือง จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาตินำเสนอว่า คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง ในขณะที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนำเสนอว่า คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย ซึ่งหากพิจารณาภาพตัวแทนทั้งสองภาพดังกล่าวจะเห็นว่าเป็นภาพที่แย้งกันอยู่ กล่าวคือ ภาพคนอีสานในระดับประเทศถูกนักการเมืองนำไปใช้ประโยชน์ทางการเมือง เช่น ถูกหลอกใช้ ถูกเอาเปรียบจากนักการเมือง ถูกลวงให้สนับสนุนพรรคการเมืองของตน ส่วนภาพคนอีสานในระดับท้องถิ่นคือภาพที่คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่ายไม่ต้องการเลือกข้าง พรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่ง ทำให้เห็นว่าประเด็นทางการเมืองนี้เป็นสิ่งที่คนในประเทศมองคนอีสานแตกต่างจากภาพที่คนอีสานมองตัวเอง

2. ประเด็นด้านอุปนิสัย ผลการวิเคราะห์พบว่า ถึงแม้ภาพคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับประเทศและระดับท้องถิ่นจะกล่าวถึงคนอีสานในแง่มุมที่คนอีสานรู้สึกภูมิใจในท้องถิ่นเช่นกัน แต่ประเด็นที่แตกต่างกันคือ ในหนังสือพิมพ์ระดับชาตินำเสนอภาพคนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่นเป็นเพราะคนอีสานถูกดูถูกจากคนต่างถิ่นจึงต้องรวมกลุ่มกันเพื่อปกป้องศักดิ์ศรีของกลุ่มตน ในขณะที่หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น นำเสนอภาพคนอีสานที่พยายามอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่นเพื่อสืบทอดให้แก่ลูกหลานได้ภูมิใจในท้องถิ่นตน นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าภาพที่ปรากฏนี้มี 2 ด้าน กล่าวคือ คนอีสานรุ่นใหม่ไม่สนใจประเพณีท้องถิ่นตนจึงต้องมีภาพอีกด้านหนึ่งที่นำเสนอภาพคนอีสานพยายามอนุรักษ์ประเพณีของตนให้คงอยู่ต่อไป

การแย้งกันของการนำเสนอภาพคนอีสานในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับพบว่า มีลักษณะ “แย้งกัน” กันอยู่ หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นปฏิเสธภาพของหนังสือพิมพ์ระดับชาติหรือที่คนภาคอื่นมองคนอีสาน นอกจากนี้ภาพคนอีสานที่ “ด้อยกว่า” หรือ “เป็นอื่น” จะไม่ได้มีการนำเสนอในมุมที่เกี่ยวกับชาติพันธุ์ แต่จะนำเสนอในเชิงเศรษฐศาสตร์มากกว่า นอกจากนี้จะพบว่าในการนำเสนอภาพของสื่อทั้งสองระดับจะเห็นว่าในแต่ละภาพจะมีคู่ขัดแย้งกันเช่น ภาพคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง ในมิตินี้พบว่าคู่ขัดแย้งของคนอีสานคือนักการเมือง และเป็นนักการเมืองต่างถิ่น ไม่ใช่คนอีสาน หรือคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม คู่ขัดแย้งของคนอีสานก็คนกลุ่มอื่นเช่นเดียวกัน ดังนั้นคู่ขัดแย้งที่ปรากฏนี้สื่อให้เห็นว่าคนอีสานถูกนำเสนอว่า “เป็นอื่น” ถูกกระทำและเป็นเหยื่อของคนภาคอื่น

## 5.2 การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอภาพคนอีสาน

จากการศึกษาแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์พบว่า แนวคิดที่ช่วยในการวิเคราะห์ปริบทในงานวิพากษ์ได้เป็นอย่างดี คือ แนวคิดชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารบลอร์และบลอร์ (Bloor and Bloor .2007 อ้างถึงใน ญัฐพร พานโพธิ์ทอง.2556:121) ได้เสนอรายการส่วนประกอบของปริบทให้นักวาทกรรมวิเคราะห์ใช้เป็น “checklist” เมื่อศึกษาปริบทรายการดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบ SPEAKING ของ Hymes (1974) ที่ได้เสนอกรอบที่ใช้วิเคราะห์ปริบทแวดล้อมภาษาตามแนวชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารไว้ มีองค์ประกอบ 8 ประการ ได้แก่

1. ฉาก ( Setting/ Scene )
2. ผู้ร่วมเหตุการณ์ ( Participants)
3. จุดมุ่งหมาย (Ends)
4. การลำดับวัจนกรรม ( Act Sequence )
5. น้ำเสียง ( Key)
6. เครื่องมือ ( Instrumentalities)
7. บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์และการตีความ ( Norms of Interaction and Interpretation )
8. ประเภทการสื่อสาร ( Genre)

สามารถสรุปเป็นคำย่อว่า SPEAKING กรอบแนวคิดนี้มุ่งวิเคราะห์ภาษาในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม การใช้ภาษาต่างหน้าที่ ต่างเหตุการณ์ ต่างสังคม ดังนั้นการที่จะเข้าใจการสื่อสารได้อย่างชัดเจนจึงต้องทำความเข้าใจพฤติกรรมโดยรวมของการสื่อสารและองค์ประกอบในการสื่อสารด้วย

ในส่วนบทนี้ผู้วิจัยจะการวิเคราะห์มิติทางด้านวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับในการนำเสนอภาพคนอีสาน โดยผู้วิจัยจะนำเสนอผลวิเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสารตามกรอบแนวคิดชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสารตามองค์ประกอบทั้ง 8 ประการของหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 5.2.1 ฉาก

ฉาก (Setting/Scene ) หมายถึง เวลาและสถานที่ ซึ่งเป็นสภาวะแวดล้อม ทางกายภาพของเหตุการณ์การสื่อสาร ในการศึกษาผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยจะแบ่งออกเป็น 2 มิติ กล่าวคือ 1) ฉากในมิติสื่อหนังสือพิมพ์ และ 2) ฉากในมิติบริบทสังคม ดังนี้

#### 1) ฉากในมิติสื่อหนังสือพิมพ์

##### 1.1) ฉากในมิติสื่อหนังสือพิมพ์ระดับชาติ

ฉากในมิติสื่อหนังสือพิมพ์ในที่นี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ลักษณะของหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่มีผลต่อการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากหนังสือพิมพ์จากสื่อระดับชาติ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ โดยทั้งสองชื่อฉบับนี้มีลักษณะเด่นคือ กลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ระดับชาติมีเป็นจำนวนมากและหลากหลายระดับ จึงทำให้ต้องมีการนำเสนอเนื้อหาสาระสำคัญของข่าวต่างๆไปอย่างหลากหลาย และมีทิศทางในการนำเสนอข่าวในหลายแง่มุม รูปแบบและเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ระดับชาติจึงเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นรายวัน ทั้งทางด้านสังคม การเมือง ศาสนา บันเทิง เศรษฐกิจ ต่างประเทศ กีฬา การศึกษา และอื่นๆ

## 1.2) ฉากในมิติสื่อหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

ฉากในมิติสื่อหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น คือ รูปแบบและเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาเป็นหนังสือพิมพ์รายเดือน เนื่องจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอีสานจะเป็นหนังสือพิมพ์ที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในภาคอีสาน และจำหน่ายในภาคอีสานเท่านั้น หนังสือพิมพ์จากสื่อท้องถิ่นที่นำมาศึกษา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยเสรี หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล และหนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ หนังสือพิมพ์ทั้งสามชื่อฉบับเป็นหนังสือพิมพ์รายเดือนในท้องถิ่นอีสานที่มีการวางจำหน่ายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีระยะเวลาในการจำหน่ายมาเป็นระยะเวลานาน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 จำนวน 118 ฉบับ ในการเก็บข้อมูลนั้นผู้วิจัยจะเก็บจากข้อความพาดหัวข่าว ข่าว บทความ บทวิเคราะห์ คำบรรยายใต้ภาพ และข้อเขียนอื่นๆที่มีการกล่าวถึงคนอีสานในหนังสือพิมพ์รายเดือนภาษาไทยจากสื่อท้องถิ่นที่ผลิตจากกลุ่มคนคนอีสานที่นำเสนอตัวตนและข่าวสารที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นให้แก่กลุ่มคนอีสานด้วยกัน

เนื่องจากหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นที่นำมาศึกษา ได้แก่ หนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ หนังสือพิมพ์ไทยเสรี และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล หนังสือพิมพ์ทั้งสามชื่อฉบับนี้เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือน ดังนั้นจึงมีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์รายวัน กล่าวคือ เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือนจะเป็นการสรุปเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือน สถานการณ์ที่เด่นในรอบเดือน และเป็นการวิจารณ์ แสดงความคิดเห็นของผู้เขียนบทความค่อนข้างมาก และการแสดงการคาดการณ์ของผู้เขียนที่มีต่อสถานการณ์หรือบุคคลหนึ่งๆ ทำให้คนหรือสถานการณ์ที่ตกเป็นข่าวในหนังสือพิมพ์รายเดือนนั้นจะต้องมีบทบาทที่โดดเด่นในช่วงเวลานั้น

### หนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์

หนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือนที่มีศูนย์ข่าวอยู่ที่จังหวัดมุกดาหาร มีระยะเวลาจำหน่าย 7 ปี 79 ฉบับ ราคาฉบับละ 10 บาท ออกทุกวันที่ 1 ของเดือน มีจำนวน 12-14 หน้า จำหน่ายทั่วภาคอีสาน และกลุ่มเป้าหมายคือ บริเวณจังหวัดแถบอีสานตอนบน ได้แก่ หนองคาย เลย หนองบัวลำภู อุดรธานี นครพนม มุกดาหาร สกลนคร และในการวิจัยนี้กลุ่มข้อมูลที่นำมาศึกษา คือ หนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ที่ตีพิมพ์ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2554 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีเนื้อหาเกี่ยวกับคนอีสานจากหนังสือพิมพ์ 28 ฉบับ

### หนังสือพิมพ์ไทยเสรี

หนังสือพิมพ์ไทยเสรี เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือนที่มีศูนย์ข่าวอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น มีระยะเวลาจำหน่าย 11 ปี 115 ฉบับ ราคาฉบับละ 10 บาท ออกทุกวันที่ 1 ของเดือน มีจำนวน 12-14 หน้า จำหน่ายบริเวณอีสานตอนกลาง และกลุ่มเป้าหมายคือ บริเวณจังหวัดแถบอีสานตอนกลาง ได้แก่ ร้อยเอ็ด มหาสารคาม กาฬสินธุ์ ขอนแก่น และในการวิจัยนี้กลุ่มข้อมูลที่นำมาศึกษา คือ หนังสือพิมพ์ไทยเสรีที่ตีพิมพ์ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีเนื้อหาเกี่ยวกับคนอีสานจากหนังสือพิมพ์ 36 ฉบับ

### หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือนที่มีศูนย์ข่าวอยู่ที่จังหวัดอุบลราชธานี มีระยะเวลาจำหน่าย 17 ปี ราคาฉบับละ 10 บาท ออกทุกวันที่ 1 ของเดือน มีจำนวน 12-14 หน้า จำหน่ายบริเวณอีสานตอนล่าง และกลุ่มเป้าหมายคือ บริเวณจังหวัดแถบอีสานตอนล่าง ได้แก่ อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร อุบลราชธานี สุรินทร์ นครราชสีมา บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และในการวิจัยนี้กลุ่มข้อมูลที่นำมาศึกษา คือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบลที่ตีพิมพ์ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีเนื้อหาเกี่ยวกับคนอีสานจากหนังสือพิมพ์ 54 ฉบับ

ดังนั้น “ฉาก” ในมิติของสื่อสิ่งพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นพบว่า รูปแบบและเนื้อหาจะมีเอกลักษณ์การนำเสนอข่าวที่ชัดเจน กล่าวคือ มุ่งนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับท้องถิ่นของตน และเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข้อมูลจากส่วนกลางของประเทศสู่ชุมชน รวมถึงเป็นพื้นที่สำคัญในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นปัญหาสำคัญของท้องถิ่น และเป็นกระบอกเสียงเพื่อให้รัฐบาลได้รับรู้ถึงปัญหานั้นด้วย

### 2) ฉากในมิติปริบทสังคม

ในช่วงระยะเวลา 10 ปีตั้งแต่ปี 2547 ถึง 2556 ที่ผ่านมาจะพบว่าในสังคมไทยมีการเปลี่ยนรัฐบาลในการบริหารประเทศหลายครั้ง และมีเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะในช่วงปี 2547 รัฐบาลที่มาจากพรรคไทยรักไทยได้ให้ความสำคัญแก่คนอีสานมาก เพราะคนอีสานเป็นฐานเสียงสำคัญในการเลือกรัฐบาล เหตุการณ์เหล่านี้เชื่อมโยงกับคนอีสานที่มีบทบาทสำคัญกับประเทศ ดังจะเห็นได้จากการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับคนอีสานจะมีปริมาณมากในช่วงที่มีการถ่ายโอนอำนาจในการบริหารประเทศของรัฐบาลที่ต่างชั่วคราวในปี 2552 ถึง 2556 จากข้อมูลที่นำมาศึกษาพบว่าการนำเสนอเกี่ยวกับคนอีสานมากในช่วงปี พ.ศ. 2552 ถึง 2556 โดยเฉพาะในช่วงปี 2552 มีการกล่าวถึงคนอีสานมากที่สุด จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจำนวน 183 ข่าว และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ 180 ข่าว จากตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นความน่าสนใจว่า ฉากหรือเหตุการณ์ในปีนั้นมีเหตุการณ์ใดที่สำคัญ จึงทำให้หนังสือพิมพ์ระดับชาตินำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสานมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีเหตุการณ์ที่สำคัญในรอบ 10 ปี กล่าวคือ การเปลี่ยนรัฐบาลในการบริหารประเทศจากพรรคการเมืองหลายพรรคทำให้ประชาชนมีทั้งกลุ่มที่สนับสนุนและไม่สนับสนุนพรรคการเมืองที่มีเสียงข้างมาก และการเปลี่ยนผู้นำประเทศในลักษณะที่ไม่ปกติ กล่าวคือไม่ได้มาจากการเลือกตั้ง และมีการปฏิรูปการปกครอง ส่งผลให้เกิดความขัดแย้งทางการเมืองขึ้น อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากปริบททางด้านการเมืองแล้วพบว่า มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับมิติทางด้านสังคมวัฒนธรรมด้วย ในทศวรรษที่ผ่านมาพบว่าข่าวที่เกี่ยวข้องกับคนอีสานมีลักษณะบรรยายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบวัน เช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม เศรษฐกิจ กีฬา การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม ความเดือดร้อนของคนอีสาน การร้องทุกข์ เป็นต้น และในส่วนของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการเมืองใช้ช่วงเวลาดังกล่าวเช่นเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากปริมาณของกลุ่มข้อมูลที่พบมากในช่วงปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา

นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าเมื่อพื้นที่ในการนำเสนอข้อมูลต่างกันและการให้ความสำคัญกับคนอีสานแตกต่างกัน กล่าวคือหนังสือพิมพ์ระดับชาติจะให้ความสำคัญกับคนอีสานก็ต่อเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญที่มีผลกระทบต่อคนในสังคมในวงกว้าง ดังเช่นเหตุการณ์ทางการเมืองในช่วงปี 2552-2554 การนำเสนอภาพคนอีสานในช่วงเหตุการณ์นี้จึงมีจำนวนมาก ในขณะที่หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสานโดยตรงเพราะเป็นหนังสือของท้องถิ่น คนอีสานคือกลุ่มคนสำคัญในการนำเสนอภาพเพื่อสื่อให้สังคมได้รับรู้

## 5.2.2 ผู้ร่วมเหตุการณ์

ผู้ร่วมเหตุการณ์ (Participants) หมายถึง ผู้พูด-ผู้ฟัง หรือผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร ในบางครั้งอาจหมายถึงผู้อื่นที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารนั้นๆด้วย หากบุคคลดังกล่าวมีอิทธิพลต่อสถานการณ์การสื่อสารนั้น

### 1) ผู้ร่วมเหตุการณ์ในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ

ในที่นี้ผู้ร่วมเหตุการณ์ในการผลิตตัวของหนังสือพิมพ์ระดับชาติ คือ ผู้ส่งสาร ได้แก่ ผู้เขียนข่าว ผู้เขียนบทความ ผู้เขียนบทวิเคราะห์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ กลุ่มคนเหล่านี้ อาจเป็นทั้งคนอีสานและคนต่างถิ่น คนกลุ่มนี้ได้ใช้พื้นที่ทางสื่อสิ่งพิมพ์ระดับชาติเพื่อสื่อสารความคิดเห็นของตนเองต่อกลุ่มคนอีสาน และในบางครั้งมีการนำเสนอข้อเขียนหรือคำพูดของคนอีสานในตัวเอง แต่สื่อเป็นผู้ประกอบสร้างตัวบทและเลือกที่จะยอมให้มีการนำเสนอเสียงของคนอีสานปรากฏในตัวบทด้วย เสียงของคนอีสานที่ปรากฏส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอตนเองในฐานะที่ถูกกระทำ เสียเปรียบ ไม่เท่าเทียมกับคนกลุ่มอื่น หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่นำเสนอข่าว มีการเลือกสรรข้อมูลที่จะนำเสนอ แนวคิดนี้เรียกว่า “นายประตูข่าวสาร” (Gatekeeper) แนวคิดนี้กล่าวว่าเหตุการณ์ที่นำเสนอจะต้องผ่านจุดคัดกรองว่าจะให้เนื้อหาใดบ้างที่ผ่านออกไปหรือข่าวไหนต้องตัดทิ้ง ผู้ที่คัดกรองข่าวนี้คือ สื่อมวลชน ( ชญานุช วีรสาร ,2543) ดังนั้นสื่อจึงเป็นตัวแปรสำคัญในการคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอสู่มวลชนและมีบทบาทสำคัญในการประกอบสร้างตัวบท ผู้ร่วมเหตุการณ์ (Participants) ผู้ร่วมเหตุการณ์ในกลุ่มข้อมูลนี้ได้แก่ สำนักพิมพ์ที่เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของเนื้อหาในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสาน และรัฐบาลที่สามารถกำหนดทิศทางทางสังคมและการเมืองได้ เช่น การกำหนดทิศทางของสื่อสิ่งพิมพ์ ข้อห้ามการนำเสนอข่าวบางประการ หรือข้อกำหนดของการให้ข่าวสารแก่สื่อ เช่น การให้สัมภาษณ์

### 2) ผู้ร่วมเหตุการณ์ในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

ในที่นี้ผู้ร่วมเหตุการณ์ในการผลิตตัวของหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น คือ ผู้ส่งสาร ได้แก่ ผู้เขียนข่าว บทความ บทวิเคราะห์ ผู้รับสาร ได้แก่ ผู้อ่าน คือ คนอีสาน และประชาชนชาวไทย และ ผู้ร่วมเหตุการณ์ ได้แก่ สำนักพิมพ์ที่เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของเนื้อหาในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสาน

นอกจากนี้ผู้ส่งสารและผู้รับสารในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นโดยหลักแล้วเป็นคนในท้องถิ่นเดียวกัน จึงมีความเป็นกลุ่มเดียวกัน เป็นคนที่สื่อสารกันในพื้นที่ของตน หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นจะนำเสนอเรื่องของ “พวกเรา” ให้แก่ “พวกเรา” ได้รับรู้ ลักษณะนี้ต่างจากหนังสือพิมพ์ระดับชาติซึ่งโดยหลักแล้วเน้นการนำเสนอของคนอีสานในฐานะ “คนอื่น”

### 5.2.3 จุดมุ่งหมาย

จุดมุ่งหมาย (Ends) หมายถึง เป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่ผู้ร่วมเหตุการณ์ในการสื่อสารต้องการ หรือคาดหวังว่าจะได้รับจากการสื่อสารนั้น ๆ

#### 1) จุดหมายในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ

พิชารภรณ์ ครุฑเมือง (2552 : 1) ได้กล่าวไว้ว่า บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์คือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติหรือหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง เป็นหนังสือพิมพ์ที่รับใช้ประชาชนทั้งประเทศ ดังนั้นจุดหมายของหนังสือพิมพ์ระดับชาติคือ การนำเสนอข่าวที่เป็นจริงและทันสมัยให้แก่สังคมได้รับรู้ในทุกด้าน นอกจากนี้ยังเป็นการนำเสนอเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนทั้งประเทศ

#### 2) จุดหมายในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช (2542) ได้กล่าวถึงหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นว่า “เป็นหนังสือพิมพ์ที่เกิดขึ้นตามความต้องการของคนท้องถิ่นนั้นๆ ไม่ใช่เกิดขึ้นตามเจตจำนงของใครคนใดคนหนึ่ง สะท้อนให้เห็นถึงเหตุการณ์ ปัญหา ความต้องการของคนในท้องถิ่นโดยรวม เป็นส่วนรวมของปรากฏการณ์ทางสังคมและทางธรรมชาติของท้องถิ่นนั้นโดยแท้ ตระหนักถึงภาระหน้าที่ประหนึ่งเป็นสถาบันสาธารณะสำหรับท้องถิ่น รักษาและปกป้องขนบธรรมเนียม ตลอดจนวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ เรียกร้องให้รัฐบาลตระหนักถึงปัญหาท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเศรษฐกิจ การบริหารราชการส่วนท้องถิ่น การพัฒนาท้องถิ่น ความไม่ชอบธรรมจากข้าราชการที่มีต่อท้องถิ่น ไม่ว่าจะในระดับจังหวัด เมือง ตำบล หมู่บ้าน และเสนอความคิดเห็นอย่างเป็นกลางต่อสังคม และรัฐบาลในอันที่จะร่วมกันแก้ปัญหา และสร้างสังคมท้องถิ่นให้น่าอยู่อาศัย นอกจากนี้จุดมุ่งหมายหลักของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นคือเน้นการประชาสัมพันธ์เหตุการณ์ ความเป็นไปของท้องถิ่นให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ร่วมกัน

### 5.2.4 การลำดับวignกรรม

การลำดับวignกรรม (Act Sequence) หมายถึง การลำดับของวignกรรมว่ามีการเรียงลำดับวignกรรมในสถานการณ์การสื่อสารนั้นๆ อย่างไร จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ประเภทข่าวที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น ได้แก่ ข่าวประเภทต่างๆ บทความ บทบรรณาธิการ จดหมายร้องทุกข์ และรายงานพิเศษ

จากข้อมูลที่น่าสนใจมาศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น มีการเรียงลำดับวignกรรมที่เหมือนกันตามรูปแบบโครงสร้างของข่าว ผู้วิจัยจะแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ข่าวประเภทต่างๆ และ 2) บทความ/รายงานพิเศษ ทั้งสองกลุ่มนี้สามารถวิเคราะห์การลำดับวignกรรมได้ดังนี้

### 1) ข่าวประเภทต่างๆ

นรินทร์ นำเจริญ (2549:195-235) ได้อธิบายโครงสร้างทั่วไปของข่าวไว้ว่า ในหนังสือพิมพ์มีโครงสร้างทั่วไปของข่าวซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ส่วน ได้แก่ พาดหัว ความนำ ส่วนเชื่อม และเนื้อหา เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของข่าวในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นพบว่า มีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1.1) พาดหัว ( Headline ) คือ ส่วนแรกที่คุณอ่านจะเห็นเมื่ออ่านข่าว

การพาดหัวมักบอกเรื่องราวข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นแบบสั้นๆ โดยทั่วไปพาดหัวข่าวมักใช้คำที่ดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านมากที่สุด จากข้อมูลที่น่าสนใจมาศึกษาพบว่าข่าวประเภทต่างๆ ได้แก่ ข่าวสังคม ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ข่าวภูมิภาค เป็นต้น ข่าวเหล่านี้จะ **เปิดประเด็น** ด้วยการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบวันสำหรับข่าวในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ และในรอบเดือนสำหรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ผู้เขียนใช้วignกรรมการโน้มน้าวใจเพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านสนใจในเรื่องที่เกิดขึ้น และติดตามอ่านในรายละเอียดของข่าว

#### 1.2) ความนำ (Lead ) คือ ย่อหน้าแรกที่ต่อมาจากพาดหัวข่าวลักษณะ

ของความนำคือสาระสำคัญทั้งหมดของเหตุการณ์มาเขียน ปกติจะมีลักษณะเหมือนการขยายความพาดหัว ในข้อมูลที่น่าสนใจมาศึกษาพบว่าในส่วนนี้ทั้งหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นมีการขยายรายละเอียดของพาดหัวข่าว มีการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความสนใจมากขึ้น

#### 1.3) ส่วนเชื่อม (Neck ) คือ ข้อความที่เชื่อมจากความนำไปสู่ตัวเนื้อหา

ข่าว เพื่อให้เกิดการดำเนินเรื่องอย่างต่อเนื่อง นักวิชาการทางวารสารศาสตร์หลายท่านจัดส่วนเชื่อมเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหา ส่วนเชื่อมมักปรากฏในข่าวบางประเภท เช่น ข่าวต่อเนื่องหรือข่าวที่มีความซับซ้อน ในส่วนนี้มักปรากฏกับข่าวในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ โดยเฉพาะข่าวที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2552 เป็นการเชื่อมต่อจากเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นและเกิดผลสืบเนื่องต่อมาอย่างไร ส่วนในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมักจะเป็นข่าวที่เกิดขึ้นแล้วจบลงในครั้งเดียวเพราะเป็นการรายงานข่าวโดยทั่วไปในรอบหนึ่งเดือน

#### 1.4) เนื้อหา (Body/Detail ) คือ ส่วนสำคัญที่ให้รายละเอียดของ

ข้อเท็จจริงที่ผู้สื่อข่าวรวบรวมมาได้ เนื้อหาข่าวอาจมีการแทรกบทสัมภาษณ์และนำเสนอเรื่องราวโดยละเอียดมีการ **อธิบายรายละเอียด** เมื่อเขียนเปิดเรื่องให้ผู้อ่านทราบแล้วในการดำเนินการสื่อสาร ผู้เขียนจะใช้วignกรรมการอธิบายประเด็นปัญหาหรือเหตุการณ์เหล่านั้นในรายละเอียดต่างๆ เพิ่มเติม

ทั้งความเป็นมาของเหตุการณ์ และการเพิ่มเติมข้อมูลต่างๆ ให้รายละเอียด ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เมื่อไหร่ ตามหลักการรายงานข่าว

## 2) บทความ/รายงานพิเศษ

**การเปิดประเด็น** การเปิดประเด็นจะประกอบไปด้วย การเปรียบเทียบ การตั้งคำถาม กล่าวถึงประเด็นหรือเหตุการณ์ที่สำคัญในห้วงเวลาดังกล่าว และการบอกวัตถุประสงค์ของการเขียนบทความ/รายงานพิเศษ

**การอธิบายรายละเอียด** เมื่อเขียนเปิดเรื่องให้ผู้อ่านทราบแล้วในการดำเนินการสื่อสารผู้เขียนจะใช้วิธีการการอธิบายประเด็นปัญหาหรือเหตุการณ์เหล่านั้นในรายละเอียดต่างๆ เพิ่มเติม ทั้งความเป็นมาของเหตุการณ์ และการเพิ่มเติมข้อมูลต่างๆ

**การแสดงความคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์** ผู้เขียนจะมีการแสดงความคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์เพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นถึงทัศนะ และมุมมองของผู้เขียนที่มีต่อประเด็นปัญหานั้นๆ ในบางบทความจะมีการแสดงความเห็นอย่างเดียว แต่บางบทความมีทั้งการแสดงความคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์ประกอบด้วย มีทั้งการติชมและประเมินว่าสิ่งนั้นดีหรือไม่ดีอย่างไร

**การให้เหตุผลสนับสนุน** ผู้เขียนจะให้เหตุผลหรือข้อมูลเพื่อสนับสนุนความคิดของตนเอง เช่น การยกตัวอย่างหรือเหตุการณ์ประกอบ

**การปิดประเด็น** การปิดประเด็นจะประกอบไปด้วยการตั้งคำถาม การโน้มน้าวใจ การปลุกใจ และการสรุปเรื่องด้วยข้อคิดหรือคำคม

### 5.2.5 กุญแจ / น้ำเสียง

กุญแจ / น้ำเสียง ( Key) จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่น่ามาศึกษาพบว่า ทั้งหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการใช้น้ำเสียงแบบจริงจัง การใช้น้ำเสียงแบบประชดประชัน การใช้น้ำเสียงแบบเป็นกันเอง และการใช้น้ำเสียงที่เล่นที่จริง นอกจากนี้จะพบว่าในหนึ่งชิ้นงานจะพบวิธีการใช้น้ำเสียงหลายลักษณะด้วยกัน ทั้งแบบที่เล่นที่จริง ประชดประชัน และเป็นกันเอง มีการใช้อารมณ์ขันแทรก เช่น ในคอลัมน์บันเทิง หรือบทบรรณาธิการในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ที่มีการกล่าวถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นในรอบเดือนที่ผ่านมา มีการใช้น้ำเสียงที่เล่นที่จริงเพื่อหยอกเย้าผู้อ่าน และผู้เขียนได้เลือกใช้ถ้อยคำสำนวนท้องถิ่นเพื่อเพิ่มอรรถรสในการอ่านมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ห้วงค์ประการสื่อสารในเรื่อง “น้ำเสียง” พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับมีการใช้น้ำเสียงที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ มีการใช้น้ำเสียงแบบจริงจัง ที่เล่นที่จริง ประชดประชัน และแบบเป็นกันเอง แต่เนื้อหาสาระที่ปรากฏในชิ้นงานนั้นจะแตกต่างกัน และวัตถุประสงค์ที่ใช้น้ำเสียงนั้นก็แตกต่างกันด้วย ดังเช่นที่ได้กล่าวมาแล้วในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการ



สื่อสารที่หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับมีวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน เนื้อหาที่ปรากฏจึงแตกต่างกัน น้ำเสียงที่ใช้จึงมีวัตถุประสงค์ต่างกันด้วย

นอกจากนี้เสียงที่ใช้ในการนำเสนอของสื่อทั้งสองระดับจะพบว่า ในการนำเสนอข่าว 1 ข่าวนั้น “เสียง” ที่ปรากฏมากกว่า 1 เสียง กล่าวคือ มีการใช้เสียงของสื่อเองและการใช้เสียงของคนอื่นด้วย เช่น ในการเขียนบทความเกี่ยวกับคนอีสานในช่วงเหตุการณ์ทางการเมืองปี 2552 มีการกล่าวถึงคนอีสานในแง่การเมืองค่อนข้างมาก สื่อได้เขียนแสดงความคิดเห็นวิพากษ์เหตุการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น มีการนำเสนอภาพคนอีสานที่ตกเป็นเหยื่อทางการเมือง ในขณะที่เดียวกันในบทความนั้นได้นำเสนอเสียงคนอีสานผ่านการเล่าเรื่อง หรือบทสัมภาษณ์ว่าคนอีสานที่มีความคิดเห็นต่างจากสื่อที่นำเสนอ

### 5.2.6 เครื่องมือ

เครื่องมือ (Instrumentalities) หมายถึง การเลือกวิธีการสื่อสาร เช่น การพูดปากเปล่า เขียนโทรเลข โทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ อีเมล เป็นต้น ในกลุ่มข้อมูลที่นำมาศึกษา ผู้วิจัยจะพิจารณาช่องทางในการสื่อสาร และรูปแบบของถ้อยคำที่สื่อสาร ดังนี้

1) ช่องทางในการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งในที่นี้คือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติ (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์) และหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น (หนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ หนังสือพิมพ์ไทยเสรี และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล) นอกจากนี้หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมีการเผยแพร่ข่าวสารผ่านเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับด้วย โดยให้ผู้อ่านสามารถรับข่าวสารได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น

2) รูปแบบของถ้อยคำที่สื่อสาร หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับมีการใช้รูปแบบของถ้อยคำที่สื่อสารเป็นรูปเขียนเพื่อสื่อให้ผู้อ่านเข้าใจ และมีรูปภาพประกอบ นอกจากนี้ในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการใช้ภาษาถิ่นอีสานในการนำเสนอข่าวด้วย ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มเดียวกันกับผู้อ่าน และกระตุ้นให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมและเข้าถึงเนื้อหาของข่าวได้มากขึ้น

### 5.2.7 บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์และการตีความ

บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์และการตีความ (Norms of Interaction and interpretation) หมายถึง ลักษณะเฉพาะของการพูดหรือการสื่อสารที่ผู้พูดใช้เพื่อมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้ฟัง บรรทัดฐานในการปฏิสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ หมายถึง ความรู้ทางวัฒนธรรมที่กำกับกับการสื่อสารในการปฏิสัมพันธ์ของการสื่อสารในรูปของข่าว มีทั้งการสื่อสารแบบทางเดียว และการสื่อสารแบบสองทาง

#### 1) บรรทัดฐานในการปฏิสัมพันธ์

บรรทัดฐานในการปฏิสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ หมายถึง ความรู้ทางวัฒนธรรม ที่กำกับการสื่อสาร ในการปฏิสัมพันธ์ของการสื่อสารในรูปของข่าว ในการศึกษาข้อมูลพบว่าในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีทั้งการสื่อสารแบบทางเดียว และการสื่อสารแบบสองทาง 1) การสื่อสารแบบทางเดียว ได้แก่ ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ได้พบหน้ากัน แต่ส่งสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความรู้ มีการศึกษา มีอำนาจในการเขียนข่าว คัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอข้อมูลต่างๆให้แก่ผู้รับสารได้รู้ และ 2) การสื่อสารแบบสองทางผู้รับสารแสดงความคิดเห็นตอบโต้ความคิดของข่าวหรือบทความผ่านคอลัมน์ จดหมายถึงบรรณาธิการ ซึ่งมีทั้งการโต้แย้งความคิดเห็นของผู้เขียนข่าว และสนับสนุน ให้กำลังใจผู้เขียนข่าวเมื่อเกิดข้อวิพากษ์ในประเด็นที่ได้รับความสนใจมากในช่วงเวลานั้นๆ

## 2) บรรทัดฐานของการตีความ

ผู้รับสารเชื่อว่าสิ่งที่แสดงความคิดเห็นนั้นเป็นเรื่องจริง ไม่ใช่สิ่งที่สมมติขึ้น เพราะเรื่องราวและความเห็นต่างๆ เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในสภาพสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเป็นเรื่องที่แสดงความคิดเห็นจากสื่อระดับชาติที่มีกระบวนการคัดกรองข่าวสารอย่างเข้มข้น และสื่อระดับท้องถิ่นที่มีการนำเสนอตัวตนคนอีสานได้อย่างลึกซึ้งผ่านผู้ส่งสารที่เป็นส่วนหนึ่งในท้องถิ่นนั้น ทำให้ผู้รับสารเชื่อว่าสิ่งที่เขียนลงในบทความจึงน่าจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง และประชาชนที่รับสารได้ตระหนักและปฏิบัติตาม

## 5.2.8 ประเภทการสื่อสาร

ประเภทการสื่อสาร (Genre) หมายถึง ประเภทของถ้อยคำที่สื่อสาร ซึ่งมักมีชื่อเรียกเฉพาะ เช่น ร้อยกรอง ปริศนาคำทาย บทสวดมนต์ เป็นต้น ในกลุ่มข้อมูลนี้ทั้งหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นจะเป็นประเภทข่าวสารที่ให้ข้อเท็จจริง บทความแสดงความคิดเห็น เพราะมีลักษณะเป็นปริศนาคำทายที่ผู้เขียนต้องการสื่อสาร หรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งแก่ผู้อ่าน มีองค์ประกอบบางส่วนที่ต่างกันและเนื้อหาต่างกัน แต่มีลักษณะสำคัญร่วมกันคือเป็นวาทกรรมที่คนอ่านเชื่อว่าการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริง มีน้ำหนัก น่าเชื่อถือ มีการเปิดประเด็น การอธิบายรายละเอียด การแสดงความคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์ การให้เหตุผลสนับสนุน และการปิดประเด็น นอกจากนี้การแสดงความคิดเห็นนี้ยังมีลักษณะเป็น วาทกรรมสาธารณะ เพราะมีการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งสามารถมีการแพร่กระจายสู่กลุ่มผู้อ่านในวงกว้าง เป็นวาทกรรมที่เน้นคนกลุ่มใหญ่ในสังคม ดังนั้นความคิดต่างๆของคนในสมัยนั้นๆ จึงสามารถสะท้อนได้จากวาทกรรมสาธารณะด้วย

จากการวิเคราะห์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า จุดมุ่งหมายที่สำคัญของหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีความสำคัญยิ่งต่อการนำเสนอข้อมูลให้แก่ประชาชนได้รับรู้ ดังนั้น ”ข่าว” ที่ถูกนำเสนอขึ้นนอกจากมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนแล้ว ยังแฝงไว้ด้วยทัศนคติ อคติ ความเห็นต่างๆที่ซ่อนไว้ในเนื้อหาของข่าวนั้นๆด้วย ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้ให้ข้อคิด

เกี่ยวกับการนำเสนอข่าวไว้ว่า 1) ข่าวจะทำหน้าที่ซ่อนเร้นปิดบังความเป็นจริงบางด้านเอาไว้ เช่น ด้านการเอาเปรียบเอาเปรียบกันในสังคม (ระหว่างคนจน คนรวย ชาย หญิง เด็ก ผู้ใหญ่ ฯลฯ) และนำเสนอให้ดูเหมือนว่า การเอาเปรียบกันนั้นเป็นเรื่องปกติตามธรรมชาติ 2) ข่าวจะปั่นความสนใจของประชาชนให้กระจัดกระจายเป็นเสี่ยงๆ ทำให้คนส่วนใหญ่มีความสนใจแตกต่างกันไปคนละทิศคนละทาง และไม่สามารถรวมศูนย์ความสนใจให้เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันได้ และ 3) ข่าวจะสร้าง เอกลักษณ์จอมปลอมหรือความสามัคคีแบบจินตนาการ” ขึ้นมา เช่น ปลุกใจให้คนรวมกันด้วยแนวคิดเรื่อง ชุมชน ชาติ ฯลฯ เพื่อให้รังเกียจเดียดฉันท์หรือมีความรู้สึกเป็นศัตรูต่อคนอื่นที่แตกต่างออกไป ทั้งๆ ที่เป็นคนที่อยู่ในชนชั้นเดียวกัน เช่น คนไทยรังเกียจแรงงานพม่าที่มาแย่งงานทำ (ใช้เกณฑ์เรื่องชาติ) เป็นต้น

ดังนั้นรูปแบบและเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นนี้ จึงเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นรายวัน ทั้งทางด้านสังคม การเมือง ศาสนา บันเทิง เศรษฐกิจ ต่างประเทศ กีฬา การศึกษา และอื่นๆ ทั้งนี้สำนักพิมพ์จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ผลิตขึ้นมา เพราะเป็นการนำเสนอข้อมูลที่สังคมให้การยอมรับว่าถูกต้องและเป็นจริง ดังนั้นจรรยาบรรณของผู้สื่อข่าวจึงเป็นสิ่งสำคัญและต้องตระหนักอยู่เสมอ

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการสื่อสารที่สำคัญของการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน ผ่านหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น คือ **ฉาก จุดมุ่งหมาย และผู้ร่วมเหตุการณ์** เพราะภาพตัวแทนคนอีสานนี้ มีจุดมุ่งหมายหลัก คือการนำเสนอภาพคนอีสาน โดยมีการนำเสนอของคนสองกลุ่มคือ กลุ่มคนอีสานที่นำเสนอตนเองผ่านสื่อระดับท้องถิ่น และกลุ่มคนส่วนใหญ่ในประเทศที่นำเสนอคนอีสานผ่านสื่อระดับประเทศ มีทั้งการนำเสนอในลักษณะที่ดี และลักษณะที่ไม่ดี นอกจากนี้ผู้ร่วมเหตุการณ์เป็นสิ่งที่สำคัญมากในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน เพราะกลุ่มผู้รับสารนั้นแตกต่างกัน ถึงแม้หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นจะพยายามนำเสนอภาพคนอีสานผ่านเว็บไซต์ เพื่อให้คนต่างถิ่นได้รับรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับคนอีสานมากขึ้น แต่จะพบว่าเว็บไซต์ต่างๆนั้นได้รับความนิยมไม่มากนัก ผู้ที่รับข่าวสารจึงยังคงเป็นเฉพาะกลุ่มเช่นเดิม ซึ่งจะแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่ได้รับความนิยมจากประชาชนส่วนใหญ่ผ่านยอดจำหน่ายสูงสุดแล้ว การนำเสนอข่าวผ่านเว็บไซต์ก็ยังคงได้รับความนิยมเช่นเดียวกัน นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าจุดมุ่งหมายของการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับจะแตกต่างกันคือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติจะเน้นนำเสนอข่าวที่มีผลกระทบต่อคนทั่วประเทศ ภาพคนอีสานที่นำเสนอจึงเป็นภาพที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์สำคัญที่คนทั่วประเทศให้ความสนใจ ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีจุดประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์เหตุการณ์ความเป็นไปของท้องถิ่นให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ ในการนำเสนอข่าวนั้นจะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์ระดับชาตินั้น นักข่าวจากส่วนกลางจะมองจากมุมคนนอกไปหาคนอีสาน แล้วมองว่าคนอีสานเป็นคนกลุ่มน้อย ในขณะที่ในระดับท้องถิ่นนักข่าวเป็นคนในพื้นที่ ผู้สื่อข่าวสำนักพิมพ์ พ่อค้า คนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของ เป็นคนกลุ่มเดียวกัน จากการวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารของภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 31 ภาพรวมขององค์ประกอบการสื่อสารของภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ และหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

อักษรย่อ	องค์ประกอบ	หนังสือพิมพ์ระดับชาติ	หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น
S	ฉาก/กาลเทศะ	หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	หนังสือพิมพ์ภาคการนิเวศ หนังสือพิมพ์ไทยเสรี หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล
P	ผู้ร่วมการสื่อสาร	ผู้ส่งสาร- ผู้เขียนข่าว ผู้รับสาร- ผู้อ่าน / คนไทยทั้งประเทศและคนต่างชาติที่รู้ภาษาไทย ผู้ร่วมเหตุการณ์- สำนักพิมพ์	ผู้ส่งสาร- ผู้เขียนข่าว ผู้รับสาร- ผู้อ่าน / คนไทยทั้งประเทศ โดยเฉพาะคนอีสาน ผู้ร่วมเหตุการณ์- สำนักพิมพ์
E	จุดมุ่งหมาย	ให้ข่าวสารข้อมูลที่ทันเหตุการณ์	-ให้ข่าวสารข้อมูลที่ทันเหตุการณ์ -อนุรักษ์วัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น -ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น -สะท้อนวิถีชีวิตของคนอีสาน -ประชาสัมพันธ์งานของหน่วยงานรัฐ
A	การลำดับกิจกรรม	1) ข่าวประเภทต่างๆ -การเปิดประเด็น -การอธิบายรายละเอียด 2) บทความ / รายงานพิเศษ -การเปิดประเด็น -การอธิบายรายละเอียด -การแสดงความคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์ -การให้เหตุผลสนับสนุน -การปิดประเด็น	1) ข่าวประเภทต่างๆ -การเปิดประเด็น -การอธิบายรายละเอียด 2) บทความ / รายงานพิเศษ -การเปิดประเด็น -การอธิบายรายละเอียด -การแสดงความคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์ -การให้เหตุผลสนับสนุน -การปิดประเด็น
K	น้ำเสียง	ทางการ / กึ่งทางการ เป็นจริงจัง เป็นกันเอง	ทางการ / กึ่งทางการ เป็นจริงจัง เป็นกันเอง ( ใช้ภาษาถิ่น)
I	เครื่องมือ	สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์รายวัน	สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์รายเดือน
N	บรรทัดฐานการปฏิบัติสัมพันธ์และการตีความ	การปฏิบัติสัมพันธ์ - การสื่อสารทางเดียว และสองทางในบทบาทการที่มีการตอบจดหมายผู้อ่านด้วย การตีความ - การให้ความรู้และการรายงานข่าวมีความน่าเชื่อถือเพราะเป็นสื่อที่มาจากส่วนกลาง	การปฏิบัติสัมพันธ์ - การสื่อสารทางเดียว และสองทางในบทบาทการที่มีการตอบจดหมายผู้อ่านด้วย - ผู้อ่านสามารถประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับท้องถิ่นตนได้ การตีความ - การให้ความรู้และการรายงานข่าวมีความน่าเชื่อถือเพราะเชื่อว่าผู้รายงานข่าวเป็นส่วนหนึ่งของคนในท้องถิ่นนั้น
G	ประเภทการสื่อสาร	วาทกรรมสาธารณะ ประเภทข่าวสารที่ให้ข้อเท็จจริง --ข่าวประเภทต่างๆ	วาทกรรมสาธารณะ ประเภทข่าวสารที่ให้ข้อเท็จจริง -ข่าวประเภทต่างๆ

อักษรย่อ	องค์ประกอบ	หนังสือพิมพ์ระดับชาติ	หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น
		- จัดหมายร้องทุกข์ ประเภทแสดงความคิดเห็น - บทความ/รายงานพิเศษ	- จัดหมายร้องทุกข์ --การประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมของหน่วยงานรัฐ ประเภทแสดงความคิดเห็น - บทความ/รายงานพิเศษ

จากการศึกษาของ แฟร์คลัฟ(1995) พบว่าการวิเคราะห์วาทกรรมหนึ่งๆนั้น มีประเด็นมุ่งเน้นอยู่ 2 ประการ คือ 1) กระบวนการผลิตและกระจายตัวบท และ 2) กระบวนการบริโภาคและตีความตัวบท ดังนั้นในการวิเคราะห์วาทกรรมในบทความนี้ผู้วิจัยจะประมวลผลการวิเคราะห์เพื่อสรุปให้เห็นวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมทั้งสองส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### การผลิตและกระจายตัวบท

ในแง่การผลิตและกระจายตัวบท พบว่าภาพตัวแทนคนอีสานที่นำเสนอผ่านหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นถูกผลิตขึ้นโดย “ผู้สื่อข่าว” ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกนำเสนอข่าว เพราะคนในสังคมรับรู้ข่าวเกี่ยวกับคนอีสานผ่านสื่อต่างๆ ดังนั้นการที่ “ภาพตัวแทนคนอีสาน” ถูกนำเสนอจึงอาจจะมีที่แฝงอารมณ์ ความรู้สึก ทศนคติ และตัวตนของผู้สื่อข่าวในการเลือกนำเสนอในด้านใดด้านหนึ่งและถ่ายทอดผ่านสื่อหนังสือพิมพ์โดยสังคมได้ให้การยอมรับว่าเป็นสื่อแขนงหนึ่งที่น่าเสนอความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคมโดยมิทันได้ตระหนักถึงอคติหรือสิ่งที่แฝงมากับการนำเสนอข่าวนั้นๆ และภาพคนอีสานได้ถูกผลิตซ้ำและแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว การผลิตตัวบทที่สำคัญ คือ ฉาก ผู้ร่วมเหตุการณ์ และบรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์ ส่วนการกระจายตัวบท คือ เครื่องมือ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**การผลิตตัวบท** ในการศึกษาที่ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยจะแบ่งออกเป็น 2 มิติ กล่าวคือ 1) ฉากในมิติสื่อหนังสือพิมพ์ และ 2) ฉากในมิติบริบทสังคม และผู้ส่งสาร ในกระบวนการผลิตตัวบทนี้ทั้งฉากและผู้ส่งสารมีความสำคัญ กล่าวคือ ผู้ส่งสารเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้การนำเสนอภาพคนอีสานแตกต่างกัน ทั้งฉากและผู้ส่งสารมีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวเนื่องกัน ในที่นี้คือหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น

**การกระจายตัวบท** ได้แก่ เครื่องมือ (Instrumentalities) ในกลุ่มข้อมูลที่นำมาศึกษา ช่องทางในการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งในที่นี้คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ (หนังสือพิมพ์ระดับชาติ) หนังสือพิมพ์ไทยเสรี หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล และหนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ ( หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ) นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นแต่ละชื่อฉบับมีการเผยแพร่ข่าวสารผ่านเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับด้วยซึ่งมีเนื้อหาเดียวกันกับหนังสือพิมพ์ โดยให้ผู้อ่านสามารถรับข่าวสารได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น ส่วนรูปแบบของถ้อยคำที่สื่อสารพบว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติมีการใช้รูปแบบของถ้อยคำที่

สื่อสารเป็นรูปเขียนเพื่อสื่อให้ผู้อ่านเข้าใจ และมีรูปภาพประกอบ นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ทั่วประเทศ และการที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะเด่นคือ เป็นข้อมูลลายลักษณ์อักษร ทำให้สามารถเก็บข้อมูลได้เป็นระยะเวลาอนาน ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการใช้รูปแบบของถ้อยคำที่คล้ายคลึงกันแต่จะเน้นไปที่การตลาดโดยการนำเสนอภาพโฆษณาค่อนข้างมาก และไม่นิยมเก็บข้อมูลเก่าไว้เป็นลายลักษณ์อักษร จะเก็บข้อมูลไว้เพียง 3 ปีเท่านั้น

### การบริโภครูปและตีความตัวบท

ในแง่การบริโภครูปและตีความตัวบท พบว่า จุดมุ่งหมายหลักในการบริโภครูปตัวบทเกี่ยวกับคนอีสานคือ เพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหวและเหตุการณ์ต่างๆเกี่ยวกับคนอีสานในรอบวัน ผู้อ่านให้การยอมรับข่าวที่เกิดขึ้นเพราะเชื่อว่าหนังสือพิมพ์เป็นสถาบันที่สำคัญในการนำเสนอเหตุการณ์และข้อมูลเกี่ยวกับคนอีสานให้แก่ประชาชนได้รับรู้ “ข่าว” ที่ถูกนำเสนอขึ้นนอกจากมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนแล้ว ยังแฝงไว้ด้วยทัศนคติ อคติ ความเห็นต่างๆที่ซ่อนไว้ในเนื้อหาของข่าวนั้นๆ ด้วย การบริโภครูปตัวบทที่สำคัญ คือ ผู้ร่วมเหตุการณ์ ส่วนการตีความตัวบท คือ บรรทัดฐานของการตีความ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**การบริโภครูปตัวบท** ได้แก่ ผู้ร่วมเหตุการณ์ (Participants) ผู้ร่วมเหตุการณ์ หมายถึง ผู้ฟัง หรือผู้รับสาร ในที่นี้ผู้ร่วมเหตุการณ์ในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับนี้ คือ ผู้รับสาร ได้แก่ ผู้อ่าน คือ ประชาชนชาวไทยทั้งในและต่างประเทศ และชาวต่างชาติที่รู้ภาษาไทย มีทั้งกลุ่มคนอีสาน และกลุ่มคนต่างถิ่น เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติทั้งสองซีกฉบับได้เปิดให้ผู้อ่านได้เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น ไม่ได้จำกัดเพศ วัย อายุ หรือกลุ่มชาติพันธุ์ ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นกลุ่มผู้อ่านคือ คนไทยทั่วประเทศ โดยเฉพาะคนอีสาน แต่กลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่จะเป็นบุคลากรของรัฐ เพราะมีการแจกฟรีให้ตามหน่วยงานที่สำคัญของจังหวัดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์จังหวัดด้วย

**การตีความตัวบท** ได้แก่ บรรทัดฐานของการตีความ (Norms of Interpretation) ผู้รับสารเชื่อว่าสิ่งที่แสดงความคิดเห็นนั้นเป็นเรื่องจริง ไม่ใช่สิ่งที่สมมติขึ้น เพราะเรื่องราวและความเห็นต่างๆ เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในสภาพสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเป็นเรื่องที่แสดงความคิดเห็นจากสื่อระดับชาติที่มีกระบวนการคัดกรองข่าวสารอย่างเข้มข้น และมีการนำเสนอตัวตนคนอีสานได้อย่างลึกซึ้งผ่านผู้ส่งสารที่เป็นส่วนหนึ่งในท้องถิ่นนั้น ทำให้ผู้รับสารเชื่อว่าสิ่งที่เขียนลงในบทความจึงน่าจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง มีความน่าเชื่อถือ และประชาชนที่รับสารได้ตระหนักและปฏิบัติตาม

การตีความตัวบทในลักษณะดังกล่าวมีผลทำให้สื่อที่นำเสนอในตัวบท น่าจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความคิดและทัศนคติของผู้รับสาร เมื่อหนังสือพิมพ์เป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือสูง ซึ่งน่าจะมีพลังในการโน้มน้าวใจหรือถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และความคิดทัศนคติต่างๆ ภาพตัวแทนคนอีสานที่นำเสนอผ่านสื่อ วาทกรรมสาธารณะนี้น่าจะได้รับความน่าเชื่อถือ และน่าจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ และทัศนคติของคนในสังคมที่มีต่อคนอีสาน

### 5.3 วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

#### 5.3.1 อิทธิพลของปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน

จากการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่สื่อภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติบทที่ 3 และหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นในบทที่ 4 แล้ว จะเห็นว่า ภาพตัวแทนคนอีสานที่ได้ทั้ง 13 ภาพ คือ 1) คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น 2) คนอีสานอดทน 3) คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 4) คนอีสานความรู้น้อยและด้อยโอกาส 5) คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน 6) คนอีสานถูกรังแกจากคนต่างกลุ่ม 7) คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น 8) คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง 9) คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง 10) คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ 11) คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ 12) คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย และ 13) คนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเห็นว่าอิทธิพลของปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในการศึกษาข้อมูลกลุ่มนี้พบว่ามีอิทธิพลและปัจจัยอยู่ 4 ประการ ได้แก่ 1) ประวัติศาสตร์ 2) สภาพภูมิประเทศและทรัพยากรธรรมชาติ 3) จำนวนประชากร และ 4) ภาษาและวัฒนธรรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

##### 5.3.1.1 ประวัติศาสตร์

เดิม วิชาคหฬจนกิจ (2557) กล่าวถึงประวัติศาสตร์คนอีสานไว้อย่างน่าสนใจว่า เมื่อ พ.ศ.2436 คนลาวสองฝั่งโขงได้ถูกแยกเป็นสองส่วน ส่วนฝั่งขวาแม่น้ำโขงอยู่กับสยาม แต่ส่วนฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขง ได้ตกเป็นเมืองขึ้น(อาณานิคม)ของฝรั่งเศส( รัตนโกสินทร์ศกราช 112) และใน ปี พ.ศ.2446 ( รัตนโกสินทร์ศกราช 122) สืบเนื่องจากวิกฤตการณ์ ร.ศ.112 ทำให้ฝรั่งเศสยึดดินแดนจันทบุรี ซึ่งนับว่าเป็นเมืองยุทธศาสตร์เมืองหนึ่งของสยาม ไว้เป็นประกันถึง 10 ปี สยามจึงหาทางแลกเปลี่ยนโดยยอมยกเมืองมโนไพรและจำปาศักดิ์ ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับเมืองปากเซ และดินแดนฝั่งขวาของแม่น้ำโขง ตรงข้ามกับเมืองหลวงพระบาง (แขวงไซยบุรีในปัจจุบัน) ให้กับฝรั่งเศสไป การปกครองหัวเมืองลาว ในระยะแรกตั้งแต่สมัย ร. 1 เป็นการปกครองในรูปแบบ ประเทศราช มี 3 เมือง ประเทศราช คือ เวียงจันทน์ นครพนม และจำปาศักดิ์ (ในระยะแรกมีหลวงพระบางต่อมาหลวงพระบางขึ้นกับเวียงจันทน์ และต่อมาได้ยกฐานะเมืองอุบลเป็น “เมืองอุบลราชธานีศรีวนาลัยประเทศราช” ในปี พ.ศ. 2335 ด้วย)

นอกจากนี้ ในปี พ.ศ.2436 หลังจากเสียดินแดนลาวทางฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงให้ฝรั่งเศสแล้ว 1 ปี ทางสยามได้มีการเปลี่ยนแปลงระเบียบการปกครองภายในประเทศเสียใหม่ โดยจัดแบ่งเป็น “มณฑล” ทั้งหมดทั่วประเทศสยามจัดเป็น 8 มณฑล ในจำนวนนั้นเป็นมณฑลหัวเมืองลาวทางฝั่งขวาแม่น้ำโขงที่อยู่กับราชอาณาจักรสยามรวม 3 มณฑล คือ

1. มณฑลลาวพวน ประกอบด้วย 12 หัวเมือง คือเมืองหนองคาย เมืองโพนพิสัย

เมืองท่าอุเทน เมืองนครพนม เมืองมุกดาหาร เมืองสกลนคร เมืองหนองหาน เมือง กมูทาสัย (หนองบัวลำภู) เมืองขอนแก่น เมืองชนบท เมืองหล่มสัก และเมืองชัยบุรี (ปัจจุบันเป็นตำบลอยู่ในอำเภอท่าอุเทน) รวมทั้งเมืองขึ้นของเมืองเหล่านี้

2. มณฑลลาวกาว ประกอบด้วย 13 หัวเมืองและเมืองขึ้นของเมืองเหล่านี้  
หัวเมืองทั้ง 13 คือ เมืองนครจำปาสัก เมืองอุบลราชธานี เมืองเขมราฐ เมืองยโสธร เมืองสุวรรณภูมิ เมืองศรีสะเกษ เมืองสุรินทร์ เมืองสังขะ เมืองขุขันธ์ เมืองกมลาลัย เมืองกาฬสินธุ์ เมืองภูแล่นช้าง และเมืองมหาสารคาม

3. มณฑลลาวกลาง ประกอบด้วยเมืองนครราชสีมา เมืองพิมาย เมืองปักธงชัย เมืองจันทัก เมืองนางรอง เมืองบุรีรัมย์ เมืองประโคนชัย เมืองพุทไธสง เมืองรัตนบุรี เมืองชัยภูมิ เมืองภูเขียว เมืองเกษตรสมบูรณ์ และเมืองจตุรัส (เดิม วิชาคย์พจนกิจ .2557)

เมื่อพิจารณามณฑลดังกล่าวพบว่า มีพื้นที่อยู่ในเขตภาคอีสานและตั้งชื่อมณฑลโดยมีคำว่า “ลาว” เป็นคำนำหน้า การแบ่งการปกครองในเขตภาคอีสานในสมัยรัชกาลที่ 5 ดังกล่าวจึงส่งผลให้คนภายนอกมองว่าคนอีสานเป็นคนต่างกลุ่ม มีวัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างจากคนไทยกลุ่มอื่น และในขณะเดียวกันก็ส่งผลให้คนในพื้นที่มีความรู้สึกถึงความเป็นพวกเดียวกัน ภูมิใจและรักกลุ่มของตนมากขึ้น

จากข้อมูลทางประวัติศาสตร์นี้ส่งผลให้ภาพคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นเป็นภาพที่คนอีสานเป็นคนต่างกลุ่ม มีวัฒนธรรมและประเพณีต่างจากคนไทยกลุ่มอื่น คนไทยมองว่าคนอีสานเป็นคนละกลุ่มกับตน ส่วนคนอีสานเองมองว่าตนเองเป็นกลุ่มคนเดียวกัน เป็นพวกเดียวกัน จึงเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในท้องถิ่นตน

นอกจากนี้ สุวิทย์ ชีรสาควัต (2549) ได้กล่าวถึงกบฏในภาคอีสานไว้ว่า ภาคอีสานเป็นภาคที่มีกบฏผู้มีบุญมากกว่าทุกภาคของประเทศไทย นับตั้งแต่กบฏผู้มีบุญครั้งแรกใน พ.ศ. 2242 รัชสมัยสมเด็จพระเพทราชา จนถึง พ.ศ. 2502 มีกบฏผู้มีบุญเกิดขึ้นในภาคอีสานถึง 9 ครั้ง ในช่วงเวลา 260 ปี คือ

1. กบฏบุญกว้าง พ.ศ. 2242
2. กบฏเชียงแก้ว พ.ศ. 2334 (รัชกาลที่ 1)
3. กบฏสาเกียดโง้ง พ.ศ. 2360(รัชกาลที่ 2)
4. กบฏสามโบก ประมาณ พ.ศ. 2442-44 (รัชกาลที่ 5)
5. กบฏผู้มีบุญอีสาน พ.ศ. 2444-45(รัชกาลที่ 5)
6. กบฏหนองหมากแก้ว พ.ศ. 2467 (รัชกาลที่ 6)
7. กบฏหมอลำน้อยซาดา พ.ศ. 2479 (รัชกาลที่ 8)



8. กฎหมายอสังหาริมทรัพย์ พ.ศ. 2483 (รัชกาลที่ 8)

9. กฎวิธีพิจารณาความอาชญา พ.ศ. 2502 (รัชกาลที่ 9)

จากเหตุการณ์กบฏดังกล่าวทำให้เห็นว่า ภาคอีสานได้กลายเป็นพื้นที่อันตรายต่อรัฐ ทำให้เกิดการควบคุมคนอีสานให้อยู่ภายใต้การดูแลของรัฐ คนในพื้นที่ต้องให้ความเคารพและเชื่อฟังรัฐเพื่อไม่ให้เกิดการกบฏเกิดขึ้นอีก เหตุการณ์เหล่านี้ส่งผลให้ภาพคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์คือ คนอีสานสนองนโยบายของรัฐ คนอีสานต้องพึ่งพารัฐ และการที่คนอีสานถูกมองว่าเป็นกบฏมาเป็นระยะเวลานานนั้นได้กลายเป็นภาพที่ตอกย้ำว่าคนอีสานเป็นคนละกลุ่มกับคนไทย คนอีสานจึงต้องหาวิธีแสดงออกถึงความเชื่อมั่น ศรัทธา และเป็นคนกลุ่มเดียวกับคนไทย โดยการนำเสนอภาพว่าคนอีสานก็มีความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์เช่นเดียวกับคนไทย มีผู้ปกครองกลุ่มคนเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากการนำเสนอภาพคนอีสานยืนดื่มน้ำและศรัทธาในสถาบันพระมหากษัตริย์ในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

นอกจากนี้ ชาร์ลส์ เอฟ คายส์ (2556:42) ได้กล่าวถึงปมหลังประวัติศาสตร์อีสานไว้ว่า สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย การปฏิรูปการบริหารราชการแผ่นดินซึ่งนำไปสู่การรวมศูนย์ของระบบราชการและการบริหารการปกครองซึ่งมีผลต่อพัฒนาการของแนวคิดท้องถิ่นอีสานนิยมในเวลาต่อมา แม้ว่าจะมีหลักฐานไม่มากนัก แต่ก็มีความเป็นไปได้สูงที่ว่าเจ้าเมืองท้องถิ่นที่เป็นผู้มีรากฐานทางวัฒนธรรมและฐานทางอำนาจอยู่ในท้องถิ่นหลายตนถูกแทนที่โดยข้าราชการที่มาจากภาคกลางและมีความผูกพันกับกรุงเทพฯ มากกว่าจังหวัดและอำเภอที่พวกเขาได้รับการแต่งตั้งให้ไปประจำการ

จากลักษณะการปกครองดังกล่าวน่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและทัศนคติของคนอีสานและน่าจะสัมพันธ์กับภาพคนอีสานที่ปรากฏนั้นเป็นภาพคนอีสานที่อยู่ภายใต้การดูแลของรัฐ เชื่อฟัง และปฏิบัติตาม นอกจากนี้การที่คนอีสานอยู่ภายใต้การปกครองของคนที่มาจากกรุงเทพฯ และเป็นข้าราชการ ประพฤติปฏิบัติตามคำสั่งของรัฐไทยมากกว่าท้องถิ่น และมีวัฒนธรรมที่ต่างกลุ่มกัน คนอีสานจึงถูกมองว่า “เป็นอื่น” และกลายเป็นผู้ถูกปกครองโดยมีผู้ปกครองที่มาจากส่วนกลางคือคนกรุงเทพฯ ดังจะเห็นได้จากคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม คนอีสานตกเป็นเหยื่อทางการเมือง คนอีสานสนองนโยบายของรัฐ และคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน

### 5.3.1.2 สภาพภูมิประเทศและทรัพยากรธรรมชาติ

ภาคอีสานเป็นภาคที่แห้งแล้ง ดังจะเห็นได้จาก สมศรี ชัยวงษ์ ( 2548) ได้ศึกษา นโยบายการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือของรัฐบาลไทยระหว่างปี พ.ศ. 2494-2519 พบว่า ตลอดระยะเวลาดังกล่าว ภาคอีสานประสบปัญหาทุพภิกขภัยที่เกิดจากลักษณะของที่ตั้งและภูมิศาสตร์ของภาค รวมถึงการขาดการพัฒนาาระบบชลประทาน จนส่งผลให้ประสบปัญหา การเพาะปลูกข้าวและพืชไร่ไม่ได้ผลอันสร้างความเดือดร้อนแก่ประชาชนมาโดยตลอด ถึงในปัจจุบันปัญหาดังกล่าวก็ยังคงอยู่ ดังจะเห็นได้จากการศึกษาปัญหาของพื้นที่เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ของ สุธียา จันทระจ่าง ( 2557) พบว่า จุดอ่อนของพื้นที่ภาคอีสานนั้นคือ เป็นพื้นที่ 1 ใน 4 ของภาคประสบภัยแล้งซ้ำซาก ระบบชลประทานไม่ครอบคลุม ทรัพยากรป่าเสื่อมโทรม ดินและน้ำไม่เอื้ออำนวย

จากสภาพของพื้นที่ภาคอีสานดังกล่าวส่งผลให้ภาพคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นเป็นภาพของคนอีสานที่ยากจน ด้อยโอกาส คนอีสาน หัวเมืองมีฐานะดีขึ้น อดทน เป็น ขนชั้นแรงงาน และเมื่อภาพเหล่านี้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ทางการเมือง คนอีสานจึงมีภาพเป็นเหยื่อทางการเมืองต่อไปอีกด้วย

### 5.3.1.3 จำนวนประชากร

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานมีพื้นที่มากที่สุดของประเทศไทย ประมาณ 168,854 ตารางกิโลเมตร หรือมีเนื้อที่ร้อยละ 33.17 หรือเทียบได้กับหนึ่งในสามของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศไทยจัดได้ว่ามีพื้นที่ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย<sup>17</sup> นอกจากนี้คนอีสานยังเป็นประชากรที่มีเป็นจำนวนมากที่สุดของประเทศ ประมาณ 18,666,00 คน จากจำนวนคนไทยทั้งหมด 64,871,000 คน<sup>18</sup> และมีจังหวัดทั้งหมด 20 จังหวัดจาก 76 จังหวัดในประเทศไทย

จากจำนวนประชากรดังกล่าวส่งผลให้คนอีสานมีสิทธิในการออกเสียงเลือกตั้งมากกว่าคนในภาคอื่น จึงทำให้หนังสือพิมพ์นำเสนอภาพคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมืองซึ่งปรากฏทั้งในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น นอกจากนี้ในระบอบประชาธิปไตย ประชาชนน่าจะมีส่วนร่วมในการเลือกตั้งเสมอกัน ดังนั้นจำนวนประชากรมีอิทธิพลสำคัญต่อผลการเลือกตั้งและโอกาสในการได้เป็นฝ่ายจัดตั้งรัฐบาล ดังนั้นกล่าวได้ว่า จำนวนประชากรส่งผลให้ภาคอีสานมีบทบาทและความสำคัญยิ่งในมิตินการเมือง

### 5.3.1.4 ภาษาและวัฒนธรรม

ภาษาไทยอีสาน ทั่วไปเรียกว่า “ภาษาลาว” หรือไม่กี่ “ภาษาอีสาน” นอกจากนี้ยังอาจมีการเรียกพร้อมชื่อท้องถิ่น หรือจังหวัดที่พูด เช่น ลาวอุบลฯ ลาวศรีสะเกษ ฯลฯ เป็นภาษากลุ่มลาว เนื่องจากมีระบบเสียงพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ใกล้เคียงกับภาษาลาวที่ใช้ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว บริเวณที่มีผู้ใช้ภาษาไทยอีสานอย่างหนาแน่นคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ( Brown,1965 ;Akharawathanakun ,2002)

ภาษาอีสานเป็นภาษาที่มีความใกล้เคียงกับภาษาลาวเพราะมีพื้นที่ทางวัฒนธรรม

<sup>17</sup> ที่มา : ข้อมูลจากกรมการปกครอง : ออนไลน์

<sup>18</sup> ที่มา : ข้อมูลจากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล .2556

ใกล้เคียงกัน จะเห็นได้ว่าคนอีสานมีการเรียกตนเองหลากหลาย ดังเช่น ในงานวิจัยของ Duncan MaCargo and Krisadawan Hongladarom (MaCargo and Hongladarom : 2004) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ความเป็นคนอีสานที่สะท้อนจากการเรียกชื่อกลุ่มคน โดยผลการวิจัยได้สรุปไว้ที่น่าสนใจว่า คำเรียกชื่อกลุ่มคนที่มีเชื้อสายลาวมีหลายคำ เช่น ลาว ลาวฝั่งนี้ ลาวอีสาน ลาว+ชื่อจังหวัด/สถานที่ ไทยอีสาน กลุ่มคนสูงอายุยังยอมรับว่าตนเองเป็น “ลาว” หรือ “อีสาน” ในขณะที่กลุ่มวัยรุ่นมองว่าตนเป็น “ไทย” และเลือกที่จะใช้คำเรียกตนเองโดยคำนึงถึงผู้ที่สื่อสารด้วย หากเป็นคนกลุ่มเดียวกันเลือกที่จะสื่อสารด้วยภาษาถิ่น และเมื่อมีคนกลุ่มอื่น( ภาคกลาง) มาร่วมสนทนา จะสลับภาษาเป็นภาษาไทยทันที จะเห็นได้ว่า การใช้คำเรียกตนเองของคนอีสานก็พบว่าเป็นปัญหาต้องพิจารณาว่าจะสื่อสารกับใคร ปรับทใด จึงจะเรียกตนว่า ไทยอีสาน คนอีสาน ลาวอีสาน นอกจากนี้กลุ่มผู้สูงอายุมีความภูมิใจในอัตลักษณ์ความเป็นคนอีสาน ในขณะที่คนรุ่นใหม่มักใช้ภาษาลาวเมื่ออยู่ท่ามกลางกลุ่มของตน แต่จะใช้ภาษาไทยเมื่อติดต่อกับสื่อสารกับคนต่างกลุ่ม ดังนั้นภาษาก็มีความสำคัญและน่าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดภาพตัวตนคนอีสานในมิติด้านบุคลิกลักษณะและอุปนิสัย ภาพคนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น และภาพคนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ

อีสานหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นชุมชนทางวัฒนธรรมที่เต็มไปด้วยความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรม มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน มีผู้คนหลายเผ่าพันธุ์ สังคมอีสานเป็นแหล่งรวมของกลุ่มชนหลายวัฒนธรรมที่ตั้งภูมิลำเนา สอดแทรกผสมผสานกัน ต่างก็ยึดมั่นในจารีตของสังคม เผ่าพันธุ์ส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งปรับวิถีชีวิตเข้าหากันอย่างประนีประนอม สังคมอีสานส่วนมากเป็นสังคมชนบท ยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณี โดยเฉพาะฮีตสิบสอง หรือประเพณีสิบสองเดือน ปรีชา พิณทอง ( 2534: 49) กล่าวว่า “ฮีต” แปลว่า จารีตที่จะต้องปฏิบัติ คำว่า “ฮีตสิบสอง” คือประเพณีสิบสองเดือนเป็นเสมือนธรรมนูญประจำชีวิตของคนอีสานที่ถูกกำหนดโดยเน้นกิจกรรมที่สังคมจะต้องประกอบร่วมกันตามฤดูกาลต่างๆ ในรอบสิบสองเดือน ได้แก่ เดือนหนึ่ง บุญเข้ากรรม ,เดือนสอง บุญคุณสถาน ,เดือนสาม บุญข้าวจี่ ,เดือนสี่ บุญพระเวส, เดือนห้า บุญสงกรานต์ , เดือนหก บุญบั้งไฟ ,เดือนเจ็ด บุญซำฮะบะเป็ก , เดือนแปด บุญเข้าพรรษา , เดือนเก้า บุญข้าวประดับดิน , เดือนสิบ บุญข้าวสาก ,เดือนสิบเอ็ด บุญออกพรรษา , เดือนสิบสอง บุญทอดกฐินนอกจากนี้ ประเพณีที่สำคัญของชาวอีสานนอกเหนือจากนี้ ได้แก่ การสู่วัฒน การไหว้ผีปอบตา การผูกเสี่ยว คือการทำสัญญาว่าจะเป็นเพื่อนรัก เพื่อนสนิทกัน

นอกจากนี้การที่รัฐบาลไทยดำเนินนโยบายพัฒนาการศึกษาอย่างต่อเนื่องทำให้คนอีสานได้เรียนรู้และรับรู้ถึง “ความเป็นสยาม” ที่มีภาษา วัฒนธรรม และความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ร่วมกับคนกลุ่มอื่นๆที่อยู่ภายใน “ชาติ” แต่ความเป็นสยามของคนอีสานนี้ดูเหมือนว่าจะผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมรวมอยู่ด้วย เนื่องจากการจัดการศึกษาของรัฐที่สอนภาษาถิ่นควบคู่ไปกับภาษาไทย ทำให้กระบวนการเรียนรู้ธรรมเนียมนิยมประเพณีท้องถิ่นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

จากลักษณะสำคัญทางด้านภาษาและวัฒนธรรมนี้ส่งผลให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของคน



กลุ่มภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	การปรากฏภาพตัวแทนคนอีสาน (ปี 2547-2556)									
	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56
คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น	-	-	√	√	√	√	√	√	√	√
คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง	-	-	-	-	-	√	√	√	√	√
คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย	-	-	-	-	-	√	√	√	√	√

จากตารางข้างต้นพบว่า ภาพคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- กลุ่มที่ 1 ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏต่อเนื่องกันตลอดระยะเวลา 10 ปีในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น ได้แก่ ภาพตัวแทนคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ คนอีสานมีการศึกษาน้อยและด้อยโอกาส และคนอีสานเป็นชนชั้นแรงงาน

ภาพตัวแทนกลุ่มนี้เป็นภาพเด่นของคนอีสานที่มีผลต่อการรับรู้ของคนในสังคมเนื่องจากการปรากฏอย่างต่อเนื่องในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับ โดยภาพคนอีสานมีการศึกษาน้อยและด้อยโอกาส และคนอีสานเป็นชนชั้นแรงงาน เป็นการตอกย้ำความไม่เท่าเทียมที่เกิดขึ้น การเลือกนำเสนอภาพลบเป็นหลักในหนังสือพิมพ์ระดับชาติทำให้ตอกย้ำอคติที่มีอยู่เดิม แต่อย่างไรก็ตามยังมีการนำเสนอภาพคนอีสานในด้านบวก คือ ภาพตัวแทนคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจปรากฏร่วมด้วย

- กลุ่มที่ 2 ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏต่อเนื่องกันตลอดระยะเวลา 10 ปี ในหนังสือพิมพ์ระดับใดระดับหนึ่ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ระดับชาติ คือ ภาพคนอีสานอดทน และในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น คือ ภาพคนอีสานภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ และคนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล

ภาพตัวแทนกลุ่มนี้เป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงจุดที่หนังสือพิมพ์ต้องเน้นย้ำให้ผู้อ่านได้รับรู้เกี่ยวกับคนอีสานในมุมที่ต่างกัน กล่าวคือ ในหนังสือพิมพ์ระดับชาติต้องการเน้นย้ำภาพคนอีสานที่อดทน แต่การนำเสนออันเป็นภาพที่คนอีสานต้องอดทนต่อการกระทำจากคนต่างกลุ่มและความยากจน ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นเน้นย้ำภาพคนอีสานภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ และคนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล ซึ่งเป็นภาพด้านบที่ดีและพึงประสงค์

- กลุ่มที่ 3 ภาพตัวแทนคนอีสานที่ไม่ปรากฏต่อเนื่องกันในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น ได้แก่ คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง

ภาพตัวแทนกลุ่มนี้เป็นภาพเกิดขึ้นจากเหตุการณ์ทางการเมืองในช่วงปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา จึงทำให้ภาพที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ในกลุ่มนี้ไม่ปรากฏต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่เก็บข้อมูล แต่เมื่อพิจารณาการปรากฏแล้วพบว่า ภาพคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมืองปรากฏขึ้นพร้อมกันตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา จึงอาจกล่าวได้ว่าเมื่อพูดถึงคนอีสานในบริบททางการเมืองภาพเด่นที่ถูกนำเสนอคือ ภาพดังกล่าวนั่นเอง

- กลุ่มที่ 4 ภาพตัวแทนคนอีสานที่ไม่ปรากฏต่อเนื่องกันในหนังสือพิมพ์ระดับใดระดับหนึ่ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ระดับชาติ คือ ภาพคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น คือ คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย

ภาพตัวแทนกลุ่มนี้เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ทางการเมืองเช่นเดียวกับกลุ่มที่ 3 แต่หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับนำเสนอภาพคนอีสานในบริบททางการเมืองที่แตกต่างกัน กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติย้ำภาพคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นย้ำภาพคนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย ซึ่งเป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงจุดยืนที่แตกต่างกันของหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับ

เมื่อเปรียบเทียบภาพตัวแทนที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น เห็นได้ว่า ภาพตัวแทนที่ในหนังสือพิมพ์ระดับชาติสื่อออกมาอย่างต่อเนื่องเป็นภาพที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์ที่ตอกย้ำความไม่เท่าเทียมกัน ตลอดจนอดีตที่มีอยู่เดิมระหว่างคนอีสานกับคนกลุ่มอื่นให้ยังคงอยู่ แม้เวลาจะผ่านไป 10 ปี ภาพเหล่านี้ก็ยังคงปรากฏอยู่เช่นเดิม ในขณะที่ภาพตัวแทนในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสื่อออกมาอย่างต่อเนื่องเป็นภาพด้านบวกที่ขัดแย้งกับภาพด้านลบที่คนกลุ่มอื่นมักมีต่อคนอีสาน

หากพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างภาพตัวแทนคนอีสานที่ได้จากการศึกษานี้กับอุดมการณ์ต่างๆ ที่มีในสังคมไทยอาจจะกล่าวได้ว่าภาพตัวแทนเหล่านี้มีส่วนสัมพันธ์กับอุดมการณ์ในสังคมไทย ได้แก่

- 1) ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติการเมืองสัมพันธ์กับอุดมการณ์ประชาธิปไตย
- 2) ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจกับอุดมการณ์ชนชั้น
- 3) ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติทางบุคลิกภาพและอุปนิสัยนั้นสัมพันธ์กับแนวคิดเรื่องสังคมแบบเน้นการรวมกลุ่ม (collectivism)

### 1) ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติการเมืองสัมพันธ์กับอุดมการณ์ประชาธิปไตย

ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติการเมืองนั้นสัมพันธ์กับอุดมการณ์ประชาธิปไตย เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ (2553) อธิบายว่า คำว่า “ประชาธิปไตย” หรือ democracy หมายถึงการปกครองของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน ประชาธิปไตยเชื่อมการปกครองเข้ากับประชาชน การเชื่อมทั้ง 3 ทาง คือ “ของ” “โดย” และ “เพื่อ” ประชาชน ซึ่งจะสื่อให้เห็นถึงการปกครองของประเทศไทยที่เป็นการปกครองแบบระบอบประชาธิปไตย มีการเลือกตั้งผู้แทนราษฎรเพื่อทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้แก่ประชาชน และประชาชนมีส่วนร่วมสำคัญในการเลือกผู้นำประเทศ ในการปกครองระบอบประชาธิปไตย สมพงษ์ ไหมวิจิตร (2534) อธิบายว่า ประชาธิปไตยนั้นจะเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริงในสังคมที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานแห่งการดรภาพ ไม่มีความแตกต่างระหว่างชนชั้น วรรณะ และเพศ มนุษย์ทุกคนมีเกียรติเท่าเทียมกันในแง่จริยธรรม แต่สังคมไทยปัจจุบันซึ่งเป็นสังคม “ประชาธิปไตย” ก็ยังปรากฏแนวคิดเรื่องชนชั้นทางสังคมผ่านวาทกรรมต่างๆ ประชาชนมีความสำคัญเพราะอำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชนชาวไทย และประชาชนทุกคนมีสิทธิ์เสมอภาคเท่าเทียมกัน ในมุมมองตามอุดมการณ์ประชาธิปไตย คนอีสานมีสิทธิ์เสมอภาคเท่าเทียมกับคนอื่นๆ ในสังคมไทย นอกจากนี้ด้วยจำนวนประชากรที่มากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ คนอีสานจึงเป็นฐานเสียงสำคัญที่มีผลต่อการได้มาซึ่งอำนาจในการปกครองประเทศ ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานเป็นฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง

## 2) ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจสัมพันธ์กับอุดมการณ์ชนชั้น

ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติเศรษฐกิจและสังคมสัมพันธ์กับอุดมการณ์ชนชั้น ชนชั้นทางสังคม ( social class ) หรือชนชั้น ชนชั้นทางสังคม หมายถึง กลุ่มคนที่มีสถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจหรือการศึกษาแตกต่างกัน แต่ละสังคมอาจจะมีวิธีการแบ่งลำดับชั้นที่ต่างกันไป เช่น ฐานันดร ยศ เป็นต้น (ชนกพร พัวพัฒนกุล ,2556) ตำแหน่ง ( position) ของบุคคลเมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่นโดยใช้ตัวแปรที่สังคมนั้นๆ พิจารณามีความสำคัญในการจัดแบ่ง ชนชั้นในสังคมไทยเกิดจากปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมต่างๆ เช่น ชชาติกำเนิด ตำแหน่งทางการเมือง อำนาจทางเศรษฐกิจ ความมั่งคั่ง ระดับการศึกษาและอาชีพ จากผลการวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสาน

จากผลการวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสาน จะเห็นได้ว่าแม้ในมิติทางการเมือง คนอีสานจะมีความเท่าเทียมกับคนอื่น แต่ในมิติทางสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ สภาพความเป็นอยู่ของคนอีสานอาจจะทำให้ถูกมองว่าต่างจากคนอื่น และด้อยกว่าคนอื่นในสังคมที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่า ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วไม่ว่าคนชนชั้นใดก็มีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานยากจนและเป็นชนชั้นแรงงานและมักถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม จะเห็นได้ว่าแม้ในมิติทางการเมือง คนอีสานจะมีความเท่าเทียมกับคนอื่น แต่ในมิติทางเศรษฐกิจและสังคม สภาพความเป็นอยู่ของคนอีสานอาจจะทำให้ถูกมองว่าต่างจากคนอื่น และ ด้อยกว่าคนอื่นในสังคมที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่า ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วไม่ว่าคนชนชั้นใดก็มีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานยากจนและเป็นชนชั้นแรงงานและมักถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม

## 3) ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติทางบุคลิกภาพและอุปนิสัยนั้นสัมพันธ์กับแนวคิด

### เรื่องสังคมแบบเน้นการรวมกลุ่ม (collectivism)

มิติทางบุคลิกภาพและอุปนิสัยนั้นสัมพันธ์กับแนวคิดเรื่องสังคมแบบเน้นการรวมกลุ่ม (collectivism) กล่าวคือ เป็นสังคมที่คนถูกรวมเป็นส่วนหนึ่งตั้งแต่เกิด สังคมลักษณะนี้将使 ความสำคัญกับครอบครัวและพวกพ้อง ตลอดจนชีวิตของคนกลุ่มนี้จะรักดีและคอยปกป้องกลุ่มของตน ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจคอยช่วยเหลือกัน เมื่อคนในกลุ่มได้รับความเดือดร้อนก็ช่วยเหลือกัน รวมถึงภาพคนอีสานที่รักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่นของตน ไม่พอใจเมื่อคนกลุ่มอื่นมาดูหมิ่นกลุ่มตน

แนวคิดเรื่องสังคมแบบอิงกลุ่ม ( collectivism ) เป็นแนวคิดของ Hofstede ที่ได้เสนอทฤษฎีเรื่อง มิติวัฒนธรรมนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการจำแนกลักษณะของสังคมไว้ 4 มิติ ได้แก่ 1) การเป็นปัจเจกนิยมและคตินิยม 2) อำนาจและระยะห่าง 3) ความเป็นชายและความเป็นหญิง และ 4) ความไม่แน่นอนและหลักการหลีกเลี่ยง มิติวัฒนธรรมที่มีความสำคัญและมีผู้สนใจอย่างกว้างขวางคือ มิติของความเป็นปัจเจกนิยมและคตินิยม มิติดังกล่าวนี้จำแนกลักษณะของสังคมออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกคือ สังคมแบบปัจเจกนิยม ( individualism ) ส่วนกลุ่มที่สอง คือ สังคมแบบอิงกลุ่ม ( collectivism ) ซึ่งประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่มของสังคมแบบอิงกลุ่ม คนในสังคมจะให้ความสำคัญแก่กลุ่มและต้องการการยอมรับจากสังคม เนื่องจากการอยู่ร่วมกันและพึ่งพาอาศัยกันเป็นสิ่งสำคัญ การแสดงพฤติกรรมของคนในสังคมแบบอิงกลุ่มมักจะคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่นมากกว่าความรู้สึกของตนเอง ( Jandt,2010 อ้างถึงใน พรรณธร ครุชนตร ,2557: 218)

Markus & Kitayama (อ้างถึงใน พรรณธร ครุชนตร ,2557: 220)ชี้ให้เห็นว่าคนในสังคมที่มีมุมมองตัวตนแบบพึ่งพาจะได้รับการปลูกฝังให้ประพฤติปฏิบัติตนตามที่สังคมหรือกลุ่มกำหนด มีความสอดคล้องกับผู้อื่น และคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่นเป็นสำคัญ นอกจากนี้แล้วการมีมุมมองตัวตนแบบพึ่งพายังส่งผลให้คนในสังคมมีวิธีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างสุภาพอ่อนน้อม ไม่แสดงความขัดแย้งหรือแสดงความรู้สึกที่ไม่ดีต่อผู้อื่นอย่างตรงไปตรงมา ทั้งนี้เพื่อรักษาความเป็นกลุ่มหรือความเป็นหนึ่งเดียวเอาไว้ จากการศึกษาข้อมูลภาพคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ และระดับท้องถิ่นสามารถสื่อให้เห็นความคิดในเรื่องสังคมแบบเน้นการรวมกลุ่มได้อย่างชัดเจน ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานรักพวกพ้องมีน้ำใจและคอยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า เบื้องหลังการใช้ภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานผ่านหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นนั้น มีภาพตัวแทนบางภาพมีส่วนที่แฝงอคติและนัยเรื่องความไม่เท่าเทียมกันในสังคม เนื่องจากภาพที่ปรากฏในกลุ่มข้อมูลที่นำมาศึกษานั้นพบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานมีลักษณะที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์มากกว่าภาพที่ดีและพึงประสงค์ ได้แก่ ภาพคนอีสานยากจนและการศึกษาน้อยด้อยโอกาส และภาพคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน ภาพที่ถูกนำเสนอ คือ ภาพของความด้อยกว่า เสียโอกาส ถูกเอาเปรียบ ถูกหลอกลวง ไม่ได้ได้รับความยุติธรรม ได้แก่ ภาพคนอีสานที่ถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าแม้ในทางการเมืองคนอีสานจะถูกนำเสนอว่าเป็นฐานเสียงสำคัญ แต่ก็ยังมีภาพที่ถูกหลอกหรือใช้เป็นเครื่องมือทางการเมือง จากผลการวิเคราะห์



จะเห็นได้ว่าความรู้ความเข้าใจในภาพตัวแทนคนอีสานผ่านสื่อระดับชาติและระดับท้องถิ่นที่นำเสนอในงานวิจัยนี้น่าจะช่วยให้เกิดความเข้าใจและตระหนักรู้เท่าทันสื่อเพราะว่าสื่อมวลชนมีบทบาทโดยตรงในการนำเสนอภาพคนอีสานในแง่มุมต่างๆผ่านการเลือกสรรเฉพาะบางภาพมานำเสนอให้แก่สังคมได้รับรู้

#### 5.4 สรุป

จากการศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาของหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับคือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับนั้นมุ่งเน้นการนำเสนอภาพตัวแทนของคนอีสานในมุมมองที่ต่างกัน กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติจะมุ่งเน้นการนำเสนอภาพของคนอีสานที่ไม่ดีนัก ทั้งในแง่ของบุคลิกลักษณะและอุปนิสัย เศรษฐกิจและสังคม และการเมือง ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นกลับมุ่งนำเสนอภาพของคนอีสานทั้ง 3 มิติในด้านบวกมากกว่า แต่กระนั้นก็ยังพบภาพตัวแทนของคนอีสานที่หนังสือพิมพ์ทั้งสองฉบับที่นำเสนอเช่นเดียวกัน ได้แก่ 1) ภาพตัวแทนคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 2) คนอีสานมีความรู้่น้อยและด้อยโอกาส 3) ภาพตัวแทนคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน 4) ภาพตัวแทนคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น และ 5) ภาพตัวแทนคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง ซึ่งหากพิจารณาแล้วจะพบว่า ภาพตัวแทนของคนอีสานที่ถูกนำเสนอเช่นเดียวกันนี้ หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับกลับนำไปเพื่อสนับสนุนภาพตัวแทนคนอีสานที่หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับมุ่งนำเสนอแตกต่างกันดังกล่าว กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ระดับชาตินำภาพของคนอีสานทั้ง 5 ภาพนั้นเพื่อสนับสนุนภาพของคนอีสานที่เป็นเหยื่อทางการเมือง ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นนำภาพคนอีสานดังกล่าวมาเพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีของคนอีสาน และเรียกร้องความเท่าเทียมจากภาครัฐ รวมทั้งแสดงความเป็นกลางทางการเมือง

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาการปรากฏของภาพตัวแทนคนอีสานในรอบระยะเวลา 10 ปี ยังแสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับมีมุมมองต่อการนำเสนอภาพของคนอีสานที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นการตอกย้ำความไม่เท่าเทียมและอคติที่มีอยู่เดิมในการมองคนอีสานจากคนนอกกลุ่ม ภาพของคนอีสานที่แตกต่างกันนี้เป็นผลมาจากการที่หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับมีฉากจุดมุ่งหมาย และผู้ร่วมเหตุการณ์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติมุ่งนำเสนอข่าวที่เป็นประเด็นสนใจของคนทั้งประเทศ เพื่อให้คนทั้งประเทศได้รับรู้ โดยผู้เขียนมีทั้งคนอีสานเองและผู้ที่ไม่ใช่คนอีสาน แต่ก็ผ่านกระบวนการคัดเลือกและผลิตโดยคนนอกที่ไม่ใช่คนอีสาน ในขณะที่หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมุ่งนำเสนอข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ภาคอีสานให้คนในท้องถิ่นรวมถึงคนนอกท้องถิ่นได้รับรู้ โดยเขียนขึ้นจากมุมมองของคนในซึ่งเป็นคนอีสานนั่นเอง

## บทที่ 6

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 6.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านภาษาในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นระหว่างปี พ.ศ. 2547 ถึง พ.ศ. 2556 ตามแนวการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ และศึกษาเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติกับหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นในช่วงเวลาดังกล่าว ศึกษาข้อมูลในช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 รวมเป็นระยะเวลา 10 ปี

ผลการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติมีการใช้กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญทั้งสิ้น 8 กลวิธี ได้แก่ 1) การใช้คำ/กลุ่มคำ 2) การใช้อุปลักษณ์ 3) การเน้นความ 4) การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบมีเงื่อนไข 5) การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุ-ผล 6) การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ 7) การใช้โครงสร้างประโยคกรรม และ 8) การใช้สหบท กลวิธีทางภาษาทั้งหมดนี้ได้นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย คือ คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น คนอีสานอดทนและคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 2) ในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ คือ คนอีสานมีความรู้ น้อยและด้อยโอกาส คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม และคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น 3) ในแง่การเมือง คือ คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง และคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง

ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการใช้กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญทั้งสิ้น 6 กลวิธี ได้แก่ 1) การใช้คำ/กลุ่มคำ 2) การใช้อุปลักษณ์ 3) การเน้นความ 4) การใช้โครงสร้างประโยคกรรม 5) การใช้สหบท และ 6) การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ กลวิธีทางภาษาทั้งหมดนี้ได้นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น 3 กลุ่ม 1) ในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย คือ คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 2) ในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ คือ คนอีสานมีความรู้ น้อยและด้อยโอกาส คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน และคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น 3) ในแง่การเมือง คือ คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย และคนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏสัมพันธ์กับบริบททางสังคม วัฒนธรรมและสื่อเรื่องความไม่เท่าเทียมกันในสังคม ภาพตัวแทนนี้ถูกสร้างขึ้นผ่านภาษาที่สะท้อนสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมและเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของผู้ต้องการส่งสารนั้น

นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นจะมีจำนวนภาพตัวแทนที่เท่ากัน แต่จะเห็นได้ว่าในความเท่ากันนั้นมีความหลากหลายในการนำเสนอภาพ มีทั้งภาพที่ดีและพึงประสงค์และด้านที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์ จะพบว่าในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ มีการนำเสนอภาพในด้านที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์มากกว่าภาพด้านบวก ในขณะที่เดียวกัน หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในด้านบวกมากกว่าด้านที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ ฟาน ไค์ (2006) ที่ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์วาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติไว้ว่า หากเป็นการกระทำหรือวาทกรรมที่เน้นความเป็น “พวกเรา” จะมีลักษณะที่เป็นบวก หากเป็น “พวกเขา” จะมีลักษณะเป็นลบ หรือหากต้องการนำเสนอเกี่ยวกับการกระทำหรือแนวคิดที่ไม่ถูกต้องของ “พวกเรา” ถ้อยคำต่าง ๆ นั้นจะมีลักษณะปิดบังหรือลดความรุนแรงของเหตุการณ์ลง จากแนวคิดนี้สื่อให้เห็นภาพตัวแทนคนอีสานที่ถูกเสนอผ่านหนังสือพิมพ์สองระดับ คนอีสานถูกนำเสนอในฐานะความเป็นอื่น

### 6.1.1 กลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติพบว่า ผลของการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติสะท้อนให้เห็นมุมมองของผู้เขียนที่มองคนอีสานในแง่มุมต่างๆ ภาพของคนอีสานที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ สรุปภาพตัวแทนที่ได้ 9 ภาพ ได้แก่ 1) คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น 2) คนอีสานอดทน 3) คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 4) คนอีสานความรู้น้อยและด้อยโอกาส 5) คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน 6) คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม 7) คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น 8) คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง และ 9) คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า คนอีสานในแง่การเมืองนั้นเป็นภาพตัวแทนที่น่าสนใจมาก เพราะทั้งภาพตัวแทนคนอีสานคือกลุ่มคนเสื้อแดง และคนอีสานคือเหยื่อทางการเมืองนั้นมีความหมายสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง ทั้งสองภาพตัวแทนที่สื่อระดับชาตินำเสนอในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีการเคลื่อนไหวทางการเมืองและการเปลี่ยนแปลงพรรคการเมืองหลายครั้ง ภาคอีสานได้กลายเป็นสถานที่สำคัญต่อนักการเมืองในการหาเสียง และนักการเมืองได้ใช้ประโยชน์จากบุคลิกลักษณะและอุปนิสัยของคนอีสานที่เป็นกลุ่มคนรักพวกพ้อง อดทนมีน้ำใจ และภูมิใจในท้องถิ่น โดยที่คนอีสานไม่รู้ตัวว่ากำลังถูกใช้ประโยชน์ ซึ่งการนำเสนอภาพเหล่านี้สื่อระดับชาติได้นำเสนอผ่านกลวิธีทางภาษาอย่างแนบเนียนและแยบยล โดยเลือกใช้อุปลักษณะในการนำเสนอภาพคนอีสาน ซึ่งเป็นกลวิธีที่เด่นมากในการนำเสนอภาพคนอีสานในแง่การเมือง

ผลการวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสานและกลวิธีนำเสนอภาพตัวแทนในหนังสือพิมพ์ระดับชาตินั้น จะเห็นได้ว่าภาพตัวแทนทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) คนอีสานในแง่การเมือง 2) คนอีสานในแง่เศรษฐกิจและสังคม และ 3) คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย มีการใช้กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่เหมือนและคล้ายกัน จากการศึกษพบว่า การเลือกใช้กลวิธี

ทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานนั้นในแต่ละแง่ของภาพตัวแทนนั้นมีการเลือกใช้กลวิธีทางภาษาที่เด่น ดังนี้ 1) คนอีสานในแง่การเมือง กลวิธีทางภาษาที่เด่นคือ การใช้อุปมาอุปไมย 2) คนอีสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ กลวิธีทางภาษาที่เด่นคือ การใช้โครงสร้างประโยคกรรม และ 3) คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย กลวิธีทางภาษาที่เด่นคือ การใช้คำ/กลุ่มคำ โดยเฉพาะการใช้คำเรียก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ ( หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์) ทำให้เห็นถึงบทบาทของสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อระดับชาติที่มีอำนาจในการนำเสนอภาพคนอีสานผ่านกลวิธีภาษาที่สื่อมวลชนโดยแฝงชุดความคิดบางอย่างเกี่ยวกับคนอีสานและนำเสนอผ่านรูปภาพได้อย่างธรรมชาติ โดยที่ผู้รับสารรับรู้หรืออาจรู้ไม่เท่าทันสื่อก็เป็นได้

การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติสะท้อนให้เห็นมุมมองของผู้เขียนที่มองคนอีสานในแง่มุมมองต่างๆ ภาพของคนอีสานที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ สรุปรูปภาพตัวแทนที่ได้ 3 มิติ ภาพที่นำเสนอสะท้อนให้เห็นว่า ในมิติทางการเมือง คนอีสานมีความสำคัญในฐานะฐานเสียงที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดว่าพรรคการเมืองใดจะได้มีโอกาสเป็นรัฐบาลมาบริหารประเทศ ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานที่เป็นกลุ่มคนที่มีฐานเสียงสำคัญในการเลือกพรรคการเมือง แต่ในมิติทางสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ คนอีสานถูกละเลย ถูกกระทำ ยังไม่ได้รับสิทธิและการดูแลเท่าที่ควรจะเป็น ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม เป็นต้น

ภาพตัวแทนที่ได้นี้สะท้อนให้เห็นถึงภาพที่คนส่วนใหญ่มองคนอีสานในด้านที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์ กล่าวคือ ด้อยกว่า ถูกกระทำ ไม่ได้รับความยุติธรรม คนอีสานได้กลายเป็นเหยื่อทางการเมือง และตกเป็นเหยื่อของสังคมอันเนื่องมาจากการถูกเอาเปรียบจากกลุ่มคนที่มีอำนาจ และการถูกใช้อำนาจไปในทางมิชอบ นักการเมืองพยายามโน้มน้าวคนอีสานโดยการนำพื้นฐานความคิดและความเชื่อของคนอีสานมาเป็นฐานอำนาจเพื่อก้าวไปสู่ภาวะผู้นำทางการเมือง การใช้อำนาจในทางมิชอบนี้เป็นสิ่งสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง ดังจะเห็นได้จากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีแกนนำกลุ่มคนเสื้อแดงที่ส่วนใหญ่จะเป็นคนอีสานมาชุมนุมประท้วงรัฐบาลเพื่อขัดขวางการทำงานของคณะรัฐบาล หรือเหตุการณ์นายอภิสิทธิ์กับ “ยายเนียม”<sup>19</sup> แห่งเมืองอุบล เหตุการณ์เหล่านี้ทำให้ “คนอีสาน” ได้รับความสนใจจากสังคมมากขึ้น

นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าการที่คนอีสานเป็นกลุ่มคนจนทำให้ขาดโอกาสในการศึกษา

<sup>19</sup> “นางเนียม พันธุ์มณี หรือยายเนียม” อายุ 84 ปี อดีตหมอลำชาว.ม่วงสามสิบ จ.อุบลราชธานี “ผู้มอบแหวนทองเหลืองนำโชค” ให้นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ และในฐานะนายกรัฐมนตรี เพื่อหมั้นหมายให้เป็นเหยื่ออีสาน ระหว่างเดินทางไปช่วยลูกพรรคหาเสียงที่ จ.อุบลราชธานี (ที่มา : ศาสตราจารย์ ดร.ดิเรกขุฑู , ตำนานยายเนียม & อภิสิทธิ์ ปิดฉากอำนาจแห่งแหวนแดนอีสาน.2009 )

และการเข้าถึงเทคโนโลยีจึงส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆตามมา เช่น การถูกเอารัดเอาเปรียบจากคนต่างกลุ่มตกเป็นเหยื่อทางการเมืองโดยที่นักการเมืองใช้ประโยชน์จากความเชื่อและจิตใจของคนอีสาน และการที่ไม่มีความรู้จึงต้องกลายเป็นกลุ่มคนชนชั้นแรงงานและถูกกล่อลวงได้ง่าย ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ภาพคนอีสานที่ยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง คือ ภาพคนอีสานที่ด้อยโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร ด้อยการศึกษา ยากจน รู้ไม่เท่าทันคนอื่น ชนชั้นแรงงาน

จากการศึกษาพบว่า ภาพคนอีสานที่ถูกนำเสนอมักเป็นไปในลักษณะลบและตอกย้ำภาพเหมารวมบางประการเกี่ยวกับคนอีสานดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ในขณะที่ภาพคนอีสานน่าจะมีลักษณะอื่นที่หลากหลายน่าสนใจ แต่ไม่ปรากฏการนำเสนอในสื่อระดับชาติ ดังเช่นที่ปรากฏภาพคนอีสานที่ถูกจัดให้เป็น “พลเมืองชั้นสอง” ของสังคม กลุ่มคนยากจน เป็นชนชั้นแรงงาน และสื่อมวลชนได้นำเสนอภาพเหล่านี้สู่สาธารณชน และตอกย้ำความคิดความเชื่อเกี่ยวกับคนอีสานว่ามีลักษณะดังที่กล่าวไว้ นอกจากนี้การที่คนอีสานถูกมองว่าเป็นกลุ่มคนยากจนและด้อยโอกาสนั้นสื่อให้เห็นว่าคนอีสานขาดโอกาสทางการศึกษา การเข้าถึงเทคโนโลยี และทรัพยากรธรรมชาติ โดยที่ “ความเป็นคนจน” ได้ถูกกำหนดจากหลายปัจจัย เช่น ขาดโอกาสทางการศึกษา ไม่ได้รับการดูแลด้านสุขภาพ รวมถึงการไม่มีสิทธิไม่มีเสียง และไม่มีอำนาจในการตัดสินใจในเชิงนโยบาย

ในการนำเสนอภาพเกี่ยวกับคนอีสานนี้ เมื่อมีการนำเสนอภาพใดภาพหนึ่งซ้ำๆจนทำให้ภาพนั้นกลายเป็นภาพตัวแทนที่โดดเด่นของคนอีสานซึ่งภาพดังกล่าวอาจไม่ได้นำเสนอความเป็นจริงทั้งหมดเกี่ยวกับคนอีสาน แต่เป็นภาพที่ได้จากการถูกสร้างขึ้นมาจากมุมมองใดมุมมองหนึ่งที่ผู้ผลิตได้เลือกหรือคัดสรรที่จะนำเสนอให้แก่ผู้อ่านได้รับรู้ ดังนั้นสื่อระดับชาติจึงมีบทบาทและอำนาจมากในการผลิตตัวบทเพื่อกระจายภาพของคนอีสานไปสู่สาธารณะ การใช้รูปภาพในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคนอีสานจึงเป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน ผู้นำเสนอข่าวจึงต้องระมัดระวังในการนำเสนอข่าวให้เป็นกลางที่สุด แต่จะเห็นได้ว่าการรายงานข่าวเกี่ยวกับคนอีสานก็ยังคงมีการแฝงนัยบางอย่างมาที่รูปภาพที่ใช้อย่างแนบเนียนโดยที่ผู้อ่านไม่รู้ตัว

ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติจึงมิใช่ภาพคนอีสานทั้งหมดที่ปรากฏในสังคมไทย เป็นเพียงภาพบางส่วนบางมุมที่สื่อคัดเลือกมานำเสนอให้แก่มวลชนได้รับรู้และเข้าใจคนอีสานในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งเท่านั้น ในขณะที่หากมองในมุมมองของคนอีสานที่สื่อผ่านหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นแล้วจะพบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานจะต่างจากภาพที่สื่อระดับชาตินำเสนอ ดังจะเห็นได้จากภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัยพบว่า มีภาพที่เหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันคือในแง่ของรายละเอียดที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนำเสนอในลักษณะบวก เช่น คนอีสานรักและภูมิใจในท้องถิ่นของตน ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับชาตินำเสนอในภาพลบ เช่น คนอีสานอดทนและมีน้ำใจ แต่ภาพของความอดทนนั้นจะเป็นภาพที่คนอีสานต้องอดทนต่อการถูกผู้อื่นกระทำ มิใช่ภาพที่คนอีสานมีความมุมานะพยายามและอดทนดังที่ปรากฏในสื่อระดับท้องถิ่น นอกจากนี้ภาพที่คนอีสานถูกนำเสนอในสื่อระดับชาติว่ามีความรู้น้อยและด้อยโอกาส แต่ที่ปรากฏในสื่อระดับท้องถิ่นคือ คนอีสานมีโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีต่างๆมากขึ้นและพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้ดีขึ้น

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ความคิดความเชื่ออย่างเป็นระบบที่แฝงอยู่เบื้องหลังการใช้ภาษาของหนังสือพิมพ์ระดับชาติในรอบทศวรรษนี้คือ ภาพตัวแทน / ความหมายของคนอีสานมีหลากหลาย แต่นัยที่แฝงอยู่มักจะเป็นความไม่เท่าเทียมกับคนอื่น ความด้อยกว่า โดยจะเห็นได้ว่า คนอีสานด้อยโอกาส (ยากจน การศึกษาน้อย ชนชั้นแรงงาน ) จึงถูกคนต่างกลุ่มที่มีสถานภาพและอำนาจเหนือกว่ากระทำ เอาเปรียบ และตกเป็นเหยื่อทางการเมือง ยิ่งไปกว่านั้นการนำเสนอภาพคนอีสานผ่านสื่อระดับประเทศยังเป็นการตอกย้ำภาพตัวแทนเหล่านี้ให้ชัดมากขึ้น แม้จะผ่านไปอีกหลายทศวรรษหากสื่อยังคงนำเสนอภาพคนอีสานในแง่มุมนี้ต่อไป ภาพคนอีสานที่ปรากฏก็มีแตกต่างจากอดีตที่ผ่านมา ซึ่งอาจจะมีได้นำเสนอโดยตรง และเป็นการแฝงอคติผ่านรูปภาพที่สะท้อนภาพคนอีสานเป็นกลุ่มคนด้อยโอกาส และเรียกร่องสิทธิ์ความเท่าเทียมกันในสังคม

### 6.1.2 กลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจะเห็นได้ว่า ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นพบว่า ผลของการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นสะท้อนให้เห็นมุมมองของผู้เขียนที่มองคนอีสานในแง่มุมต่างๆ ภาพของคนอีสานที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น สรุปภาพตัวแทนที่ได้ 9 ภาพ ได้แก่ 1) คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ 2) คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ 3) คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 4) คนอีสานมีความรู้และด้อยโอกาส 5) คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน 6) คนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น 7) คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง 8) คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย และ 9) คนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษา กับ ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยเสรี หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบล และหนังสือพิมพ์มุกดาหารนิวส์ ในช่วงปี พ.ศ. 2547 - 2556 ทำให้เห็นถึงบทบาทของสื่อมวลชน กล่าวคือ สื่อระดับท้องถิ่นที่มีผลต่อการรับรู้ของคนในสังคม โดยเฉพาะคนอีสานที่เป็นผู้รับสารโดยตรง

จากการศึกษาพบว่า การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมีการใช้กลวิธีทางภาษาที่ไม่ซับซ้อน และค่อนข้างน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเนื้อหาข่าวที่นำเสนอเป็นการข่าวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ทั่วไปที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือนเน้นการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐ และธุรกิจของกลุ่มพ่อค้าในจังหวัด ดังนั้นรูปภาพที่ใช้จึงมีลักษณะแนวความใช้รูปศัพท์ คำ/กลุ่มคำโดยทั่วไป และรูปประโยคไม่มีความซับซ้อน ทั้งนี้อาจเพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย นอกจากนี้การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในกลุ่มข้อมูลนี้เป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดอุบลราชธานีเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูลในงานวิจัยนี้

ภาพตัวแทนที่สื่อถึงคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะดีขึ้นโดยปรากฏในกลุ่มข้อมูลหนังสือพิมพ์ไทยเสรี ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ของจังหวัดขอนแก่น และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรักอุบลซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ของจังหวัดอุบลราชธานี จึงน่าสนใจว่าการที่ปรากฏภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ทั้งสองชื่อฉบับนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของพื้นที่ในการนำเสนอข่าวว่า พื้นที่ที่เป็นเมืองใหญ่และเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจทั้งอีสานตอนกลาง ( จังหวัดขอนแก่น) และอีสานตอนล่าง ( จังหวัดอุบลราชธานี) มีเศรษฐกิจดีขึ้น ส่วนพื้นที่อีสานตอนบน ( จังหวัดมุกดาหาร) เป็นพื้นที่กำลังพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ

การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นสะท้อนให้เห็นมุมมองของผู้เขียนที่มองคนอีสานในแง่มุมต่างๆ ภาพของคนอีสานที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น สรุปลักษณะที่ได้ 3 มิติ ภาพที่นำเสนอสะท้อนให้เห็นว่าในมิติทางด้านบุคลิกภาพและอุปนิสัย คนอีสานมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของตน ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานที่เป็นกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ รักและเคารพสถาบันพระมหากษัตริย์ ส่วนในมิติทางสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ถึงแม้คนอีสานถูกละเลย และไม่ได้รับสิทธิ์และการดูแลเท่าที่ควรจะเป็น ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานมีความรู้และด้อยโอกาสขาดแคลนในด้านสาธารณสุขโภชนาการและสาธารณสุข แต่ยังมีคนอีสานบางส่วนในจังหวัดใหญ่ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น คนกลุ่มนี้ได้มีส่วนสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น เป็นต้น และในมิติทางการเมืองคนอีสานยังคงมีบทบาททางการเมืองในฐานะที่เป็นฐานเสียงสำคัญให้แก่รัฐบาล แต่ในขณะที่เดียวกันคนอีสานก็ถูกละเลยไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่จากรัฐบาลเท่าที่ควรจะเป็น ทั้งๆที่คนอีสานรับและสนองนโยบายของรัฐบาลตลอด

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ความคิดความเชื่ออย่างเป็นระบบที่แฝงอยู่เบื้องหลังการใช้ภาษาของหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นในรอบทศวรรษนี้คือ ภาพตัวแทน /ความหมายของคนอีสานมีหลากหลาย โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นพยายามที่จะนำเสนอภาพคนอีสานมีความภาคภูมิใจและมีความสุขในท้องถิ่นตน อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าการที่คนอีสานมีความสุขในท้องถิ่นตนและไม่ต้องการแบ่งฝ่าย ไม่ชอบความขัดแย้ง และพยายามที่จะรับนโยบายของรัฐบาล แต่รัฐบาลกลับไม่ให้ความสำคัญกับคนอีสานดังจะเห็นได้จากมิติทางด้านสังคมและเศรษฐกิจที่คนอีสานยังขาดแคลนและด้อยโอกาสในหลายด้าน

### 6.1.3 การเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น

จากการศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาของหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับคือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับนั้นมุ่งเน้นการนำเสนอภาพตัวแทนของคนอีสานในมุมมองที่ต่างกัน กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติจะมุ่งเน้นการนำเสนอภาพของคนอีสานที่ไม่ดีนัก ทั้งในแง่ของบุคลิกลักษณะและอุปนิสัย เศรษฐกิจและสังคม

และการเมือง ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นกลับมุ่งนำเสนอภาพของคนอีสานทั้ง 3 มิติในด้านบวกมากกว่า แต่กระนั้นก็ยังพบภาพตัวแทนของคนอีสานที่หนังสือพิมพ์ทั้งสองฉบับที่นำเสนอเช่นเดียวกัน ได้แก่ 1) ภาพตัวแทนคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ 2) คนอีสานมีความรู้น้อยและด้อยโอกาส 3) ภาพตัวแทนคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน 4) ภาพตัวแทนคนอีสานในหัวเมืองใหญ่มีฐานะที่ดีขึ้น และ 5) ภาพตัวแทนคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง ซึ่งหากพิจารณาแล้วจะพบว่า ภาพตัวแทนของคนอีสานที่ถูกนำเสนอเช่นเดียวกันนี้ หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับกลับนำไปเพื่อสนับสนุนภาพตัวแทนคนอีสานที่หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับมุ่งนำเสนอแตกต่างกันดังกล่าว กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ระดับชาตินำภาพของคนอีสานทั้ง 5 ภาพนั้นเพื่อสนับสนุนภาพของคนอีสานที่เป็นเหยื่อทางการเมือง ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นนำภาพคนอิสานดังกล่าวมาเพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีของคนอีสาน และเรียกร้องความเท่าเทียมจากภาครัฐ รวมทั้งแสดงความเป็นกลางทางการเมือง

ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏแตกต่างกันในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น ได้แก่ 1) ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏเฉพาะในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ ได้แก่ คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น คนอีสานอดทน คนอีสานถูกระงับจากคนต่างกลุ่ม และคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง 2) ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏเฉพาะในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ได้แก่ คนอีสานมีอัตลักษณ์และภูมิปัญญาที่น่าภูมิใจ คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย และคนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล

ภาพตัวแทนย่อยที่ปรากฏแตกต่างกันในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับนี้มีการแย้งกันอยู่ 2 ประเด็นสำคัญ คือ 1) ประเด็นทางการเมือง จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาตินำเสนอว่า คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง ในขณะที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนำเสนอว่า คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย หากพิจารณาภาพตัวแทนทั้งสองภาพดังกล่าวจะเห็นว่าเป็นภาพที่แย้งกันอยู่ กล่าวคือ ภาพคนอีสานในระดับประเทศถูกนักการเมืองนำไปใช้ประโยชน์ทางการเมือง เช่น ถูกหลอกใช้ ถูกเอาเปรียบจากนักการเมือง ถูกลวงให้สนับสนุนพรรคการเมืองของตน ส่วนภาพคนอีสานในระดับท้องถิ่นคือภาพที่คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่ายไม่ต้องการเลือกข้างพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่ง ทำให้เห็นว่าประเด็นทางการเมืองนี้เป็นสิ่งที่คนในประเทศมองคนอีสานแตกต่างจากภาพที่คนอีสานมองตัวเอง 2) ประเด็นด้านอุปนิสัย ถึงแม้ภาพคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับประเทศและระดับท้องถิ่นจะกล่าวถึงคนอีสานในแง่มุมที่คนอีสานรู้สึกภูมิใจในท้องถิ่นเช่นกัน ประเด็นที่แตกต่างกันคือ ในหนังสือพิมพ์ระดับชาตินำเสนอภาพคนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่นเป็นเพราะคนอีสานถูกดูถูกจากคนต่างถิ่นจึงต้องรวมกลุ่มกันเพื่อปกป้องศักดิ์ศรีของกลุ่มตน ในขณะที่หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น นำเสนอภาพคนอีสานที่พยายามอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่นเพื่อสืบทอดให้แก่ลูกหลานได้ภูมิใจในท้องถิ่นตน



#### 6.1.4 การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอภาพคนอีสาน

ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Hymes (1974) ได้มาวิเคราะห์วิเคราะห์ปริบทแวดล้อมภาษาตามแนวชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารไว้ มีองค์ประกอบ 8 ประการ ได้แก่ ฉาก ผู้ร่วมเหตุการณ์ จุดมุ่งหมาย การลำดับวัจนกรรม น้ำเสียง เครื่องมือ บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์และการตีความ และประเภทการสื่อสาร จากองค์ประกอบทั้ง 8 ตัวนี้พบว่าในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับ องค์ประกอบที่มีความสำคัญได้แก่ ฉาก ผู้ร่วมเหตุการณ์ และจุดมุ่งหมาย

จากการศึกษาของ แฟร์คลัฟ (1995) พบว่าการวิเคราะห์วาทกรรมหนึ่งๆ นั้น มีประเด็นมุ่งเน้นอยู่ 2 ประการ คือ 1) กระบวนการผลิตและกระจายตัวบท 2) กระบวนการบริโภคและตีความตัวบท ผู้วิจัยประมวลผลการวิเคราะห์ให้เห็นวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมทั้งสองส่วน ได้แก่

##### - การผลิตและกระจายตัวบท

ภาพตัวแทนคนอีสานที่นำเสนอผ่านหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นถูกผลิตขึ้นโดย “ผู้สื่อข่าว” ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกนำเสนอข่าว เพราะคนในสังคมรับรู้ข่าวเกี่ยวกับคนอีสานผ่านสื่อต่างๆ ดังนั้นการที่ “ภาพตัวแทนคนอีสาน” ถูกนำเสนอจึงอาจจะมีส่วนที่แฝงอารมณ์ ความรู้สึก ทศนคติ และตัวตนของผู้สื่อข่าวในการเลือกนำเสนอในด้านใดด้านหนึ่งและถ่ายทอดผ่านสื่อหนังสือพิมพ์โดยสังคมได้ให้การยอมรับว่าเป็นสื่อแขนงหนึ่งที่น่าเสนอความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคมโดยมิทันได้ตระหนักถึงอคติหรือสิ่งที่แฝงมากับการนำเสนอข่าวนั้นๆ และภาพคนอีสานได้ถูกผลิตซ้ำและแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว การผลิตตัวบทที่สำคัญ คือ ฉาก ผู้ร่วมเหตุการณ์ และบรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์ ส่วนการกระจายตัวบท คือ เครื่องมือ

##### - การบริโภคและตีความตัวบท

จุดมุ่งหมายหลักในการบริโภคตัวบทเกี่ยวกับคนอีสานคือ เพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหวและเหตุการณ์ต่างๆเกี่ยวกับคนอีสานในรอบวัน ผู้อ่านให้การยอมรับข่าวที่เกิดขึ้นเพราะเชื่อว่าหนังสือพิมพ์เป็นสถาบันที่สำคัญในการนำเสนอเหตุการณ์และข้อมูลเกี่ยวกับคนอีสานให้แก่ประชาชนได้รับรู้ “ข่าว” ที่ถูกนำเสนอขึ้นนอกจากมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนแล้ว ยังแฝงไว้ด้วยทศนคติ อคติ ความเห็นต่างๆที่ซ่อนไว้ในเนื้อหาของข่าวนั้นๆด้วย การบริโภคตัวบทที่สำคัญ คือ ผู้ร่วมเหตุการณ์ การตีความตัวบท คือ บรรทัดฐานของการตีความ

เมื่อวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับแล้วจะเห็นปัจจัยที่ทำให้ภาพตัวแทนคนอีสานแตกต่างกัน ภาพของคนอีสานที่แตกต่างกันนี้เป็นผลมาจากการที่หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับมีฉาก จุดมุ่งหมาย และผู้ร่วมเหตุการณ์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติมุ่งนำเสนอข่าวที่เป็นประเด็นสนใจของคนทั้งประเทศ เพื่อให้คนทั้งประเทศได้รับรู้ โดยผู้เขียนมีทั้งคนอีสานเองและผู้ที่ไม่ใช่คนอีสาน แต่ก็ผ่านกระบวนการคัดเลือกและผลิตโดยคนนอกที่

ไม่ใช่คนอีสาน ในขณะที่หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมุ่งนำเสนอข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ภาคอีสานให้คนในท้องถิ่นรวมถึงคนนอกท้องถิ่นได้รับรู้ โดยเขียนขึ้นจากมุมมองของคนในซึ่งเป็นคนอีสาน

### 6.1.5 การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม

#### 1) อิทธิพลของปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเห็นได้ว่าอิทธิพลของปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในการศึกษาข้อมูลกลุ่มนี้พบว่า มี อิทธิพลและปัจจัยอยู่ 4 ประการ ได้แก่

1) ประวัติศาสตร์ 2) สภาพภูมิประเทศและทรัพยากรธรรมชาติ 3) จำนวนประชากร และ 4) ภาษาและวัฒนธรรม

1) อิทธิพลของปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานทางด้านประวัติศาสตร์ มี 2 กลุ่ม ได้แก่ การปกครอง และการก่อกบฏ

##### - การปกครอง

การแบ่งการปกครองในเขตภาคอีสานในสมัยรัชกาลที่ 5 ส่งผลให้คนภายนอกมองว่าคนอีสานเป็นคนต่างกลุ่ม มีวัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างจากคนไทยกลุ่มอื่น และในขณะเดียวกันก็ส่งผลให้คนในพื้นที่มีความรู้สึกถึงความเป็นพวกเดียวกัน ภูมิใจและรักกลุ่มของตนมากขึ้น จากข้อมูลทางประวัติศาสตร์นี้ส่งผลให้ภาพคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นเป็นภาพที่คนอีสานเป็นคนต่างกลุ่ม มีวัฒนธรรมและประเพณีต่างจากคนไทยกลุ่มอื่น คนไทยมองว่าคนอีสานเป็นคนละกลุ่มกับตน ส่วนคนอีสานเองมองว่าตนเองเป็นกลุ่มคนเดียวกัน เป็นพวกเดียวกัน จึงเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในท้องถิ่นตน

##### - การก่อกบฏ

จากเหตุการณ์กบฏทำให้เห็นว่า ภาคอีสานได้กลายเป็นพื้นที่อันตรายต่อรัฐทำให้เกิดการควบคุมคนอีสานให้อยู่ภายใต้การดูแลของรัฐ คนในพื้นที่ต้องให้ความเคารพและเชื่อฟังรัฐเพื่อไม่ให้เกิดการกบฏเกิดขึ้นอีก เหตุการณ์เหล่านี้ส่งผลให้ภาพคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์คือคนอีสานสนองนโยบายของรัฐ คนอีสานต้องพึ่งพารัฐ และการที่คนอีสานถูกมองว่าเป็นกบฏมาเป็นระยะเวลาอนันต์ได้กลายเป็นภาพที่ตอกย้ำว่าคนอีสานเป็นคนละกลุ่มกับคนไทย คนอีสานจึงต้องหาวิธีแสดงออกถึงความเชื่อมั่น ศรัทธา และเป็นคนกลุ่มเดียวกันกับคนไทย โดยการนำเสนอภาพว่าคนอีสานก็มีความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์เช่นเดียวกับคนไทย มีผู้ปกครองกลุ่มคนเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากการนำเสนอภาพคนอีสานยึดมั่นและศรัทธาในสถาบันพระมหากษัตริย์ในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น

#### 2) สภาพภูมิประเทศและทรัพยากรธรรมชาติ

ภาคอีสานประสบปัญหาทุพภิกขภัยที่เกิดจากลักษณะของที่ตั้งและภูมิศาสตร์ของภาค รวมถึงการขาดการพัฒนาแบบชลประทาน จนส่งผลให้ประสบปัญหา การเพาะปลูกข้าวและพืชไร่ไม่ได้ผลอันสร้างความเดือดร้อนแก่ประชาชนมาโดยตลอด ถึงในปัจจุบันปัญหาดังกล่าวก็ยังคงอยู่

จากสภาพของพื้นที่ภาคอีสานดังกล่าวส่งผลให้ภาพคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นเป็นภาพของคนอีสานที่ยากจน ด้อยโอกาส คนอีสาน หัวเมืองมีฐานะดีขึ้น อดทน เป็นชนชั้นแรงงาน และเมื่อภาพเหล่านี้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ทางการเมือง คนอีสานจึงมีภาพเป็นเหยื่อทางการเมืองต่อไปอีกด้วย

### 3) จำนวนประชากร

“ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานมีพื้นที่มากที่สุดของประเทศไทย ประมาณ 168,854 ตารางกิโลเมตร เทียบได้กับหนึ่งในสามของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศไทยจัดได้ว่ามีพื้นที่ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้คนอีสานยังเป็นประชากรที่มีเป็นจำนวนมากที่สุดของประเทศ ประมาณ 18,666,000 คน จากจำนวนคนไทยทั้งหมด 64,871,000 คน และมีจังหวัดทั้งหมด 20 จังหวัดจาก 76 จังหวัดในประเทศไทย” จากจำนวนประชากรดังกล่าวส่งผลให้คนอีสานมีสิทธิในการออกเสียงเลือกตั้งมากกว่าคนในภาคอื่น จึงทำให้หนังสือพิมพ์นำเสนอภาพคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญ และมีบทบาททางการเมืองซึ่งปรากฏทั้งในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น

### 4) ภาษาและวัฒนธรรม

การที่รัฐบาลไทยดำเนินนโยบายพัฒนาการศึกษาอย่างต่อเนื่องทำให้คนอีสานได้เรียนรู้และรับรู้ถึง “ความเป็นสยาม” ที่มีภาษา วัฒนธรรม และความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ร่วมกับคนกลุ่มอื่นๆที่อยู่ภายใน “ชาติ” แต่ความเป็นสยามของคนอีสานนี้ดูเหมือนว่าจะผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมรวมอยู่ด้วย เนื่องจากการจัดการศึกษาของรัฐที่สอนภาษาถิ่นควบคู่ไปกับภาษาไทย ทำให้กระบวนการเรียนรู้ธรรมเนียมนิยมประเพณีท้องถิ่นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง จากลักษณะสำคัญทางด้านภาษาและวัฒนธรรมนี้ส่งผลให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของคนในภูมิภาคนี้ที่มี “ความเป็น(ลาว)อีสาน” อยู่ภายใต้กรอบของ “ความเป็นไทย” ทางวัฒนธรรม จึงนำไปสู่การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นที่มีการนำเสนอภาพคนอีสานภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่นตน และหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่นำเสนอภาพคนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น

เมื่อเปรียบเทียบภาพตัวแทนที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น เห็นได้ว่า ภาพตัวแทนที่ในหนังสือพิมพ์ระดับชาติสื่อออกมาอย่างต่อเนื่องเป็นภาพที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์ที่ตอกย้ำความไม่เท่าเทียมกัน ตลอดจนอคติที่มีอยู่เดิมระหว่างคนอีสานกับคนกลุ่มอื่นให้ยังคงอยู่ แม้เวลาจะผ่านไป 10 ปี ภาพเหล่านี้ก็ยังคงปรากฏอยู่เช่นเดิม ในขณะที่ภาพตัวแทนในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสื่อออกมาอย่างต่อเนื่องเป็นภาพด้านบวกที่ขัดแย้งกับภาพด้านลบที่คนกลุ่มอื่นมักมีต่อคนอีสาน

### 2) ผลทางอุดมการณ์ของภาพตัวแทนคนอีสานที่อาจมีต่อสังคม

การศึกษาการปรากฏของภาพตัวแทนคนอีสานในรอบ 10 ปีจากหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับพบว่า หากพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างภาพตัวแทนคนอีสานที่ได้จากการศึกษานี้กับ

อุดมการณ์ต่างๆ ที่มีในสังคมไทยอาจจะกล่าวได้ว่าภาพตัวแทนเหล่านี้มีส่วนสัมพันธ์กับอุดมการณ์ในสังคมไทย ได้แก่ ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติการเมืองสัมพันธ์กับอุดมการณ์ประชาธิปไตย ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจสัมพันธ์กับอุดมการณ์ชนชั้น และภาพตัวแทนคนอีสานในมิติทางบุคลิกภาพและอุปนิสัยนั้นสัมพันธ์กับแนวคิดเรื่องสังคมแบบเน้นการรวมกลุ่ม (collectivism) อุดมการณ์ที่พบดังกล่าวอาจส่งผลต่อสังคมผ่านการปรากฏภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับในระยะเวลา 10 ปี โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 : ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏต่อเนื่องกันตลอดระยะเวลา 10 ปี ในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น ได้แก่ คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ คนอีสานมีการศึกษาน้อยและด้อยโอกาส คนอีสานเป็นชนชั้นแรงงาน ภาพตัวแทนกลุ่มนี้เป็นภาพเด่นของคนอีสานที่มีผลต่อการรับรู้ของคนในสังคมเนื่องจากการปรากฏอย่างต่อเนื่องในหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับ โดยภาพคนอีสานมีการศึกษาน้อยและด้อยโอกาส และคนอีสานเป็นชนชั้นแรงงาน เป็นการตอกย้ำความไม่เท่าเทียมที่เกิดขึ้น การเลือกนำเสนอภาพที่น่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์เป็นหลักในหนังสือพิมพ์ระดับชาติทำให้ตอกย้ำอคติที่มีอยู่เดิม แต่อย่างไรก็ตามยังมีการนำเสนอภาพคนอีสานในด้านที่ดีและพึงประสงค์ คือ ภาพตัวแทนคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจปรากฏร่วมด้วย

- กลุ่มที่ 2 : ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏต่อเนื่องกันตลอดระยะเวลา 10 ปี ในหนังสือพิมพ์ระดับใดระดับหนึ่ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ระดับชาติ คือ ภาพคนอีสานอดทน หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น คือ ภาพคนอีสานภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ และคนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล ภาพตัวแทนกลุ่มนี้เป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงจุดที่หนังสือพิมพ์ต้องเน้นย้ำให้ผู้อ่านได้รับรู้เกี่ยวกับคนอีสานในมุมที่ต่างกัน กล่าวคือ ในหนังสือพิมพ์ระดับชาติต้องการเน้นย้ำภาพคนอีสานที่อดทน แต่การนำเสนอเป็นภาพที่คนอีสานต้องอดทนต่อการกระทำจากคนต่างกลุ่มและความยากจน ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นเน้นย้ำภาพคนอีสานภูมิใจและอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น คนอีสานยึดมั่นและให้ความเคารพในสถาบันพระมหากษัตริย์ และคนอีสานสนองนโยบายของรัฐบาล ซึ่งเป็นภาพด้านที่ดีและพึงประสงค์

- กลุ่มที่ 3 : ภาพตัวแทนคนอีสานที่ไม่ปรากฏต่อเนื่องกันในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น ได้แก่ คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง ภาพตัวแทนกลุ่มนี้เป็นภาพเกิดขึ้นจากเหตุการณ์ทางการเมืองในช่วงปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา จึงทำให้ภาพที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ในกลุ่มนี้ไม่ปรากฏต่อเนื่องกันตลอดระยะเวลาที่เก็บข้อมูล เมื่อพิจารณาการปรากฏแล้วพบว่า ภาพคนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมืองปรากฏขึ้นพร้อมกันตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา จึงอาจกล่าวได้ว่าเมื่อพูดถึงคนอีสานในบริบททางการเมืองภาพเด่นที่ถูกนำเสนอคือ ภาพดังกล่าวนั่นเอง

- กลุ่มที่ 4 : ภาพตัวแทนคนอีสานที่ไม่ปรากฏต่อเนื่องกันในหนังสือพิมพ์ระดับใด

ระดับหนึ่ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ระดับชาติ คือ ภาพคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น คือ คนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย ภาพตัวแทนกลุ่มนี้เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ทางการเมือง เช่นเดียวกับกลุ่มที่ 3 แต่หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับนำเสนอภาพคนอีสานในบริบททางการเมืองที่แตกต่างกัน หนังสือพิมพ์ระดับชาติย้ำภาพคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นย้ำภาพคนอีสานไม่ต้องการแบ่งฝ่าย ซึ่งเป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงจุดยืนที่แตกต่างกันของหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับ

## 6.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยที่ได้นำเสนอในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นที่ควรแก่การอภิปรายดังนี้

1) การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในลักษณะน่าเห็นใจและไม่พึงประสงค์ในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น จะเห็นได้ว่าเมื่อเปรียบเทียบภาพตัวแทนที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นพบว่า ภาพตัวแทนที่ในหนังสือพิมพ์ระดับชาติสื่อออกมาอย่างต่อเนื่องเป็นภาพด้านที่ตอกย้ำความไม่เท่าเทียมกัน ตลอดจนอคติที่มีอยู่เดิมระหว่างคนอีสานกับคนกลุ่มอื่นให้ยังคงอยู่ แม้เวลาจะผ่านไป 10 ปี ภาพเหล่านี้ก็ยังคงปรากฏอยู่เช่นเดิม ภาพตัวแทนในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสื่อออกมาอย่างต่อเนื่องเป็นภาพด้านที่ดีและพึงประสงค์ที่ขัดแย้งกับภาพด้านที่น่าเห็นใจที่คนกลุ่มอื่นมักมีต่อคนอีสาน

2) การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า จากการศึกษาข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับเป็นระยะเวลา 10 ปี เมื่อพิจารณาการปรากฏของภาพตัวแทนคนอีสานในรอบระยะเวลา 10 ปี ยิ่งแสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับมีมุมมองต้องการนำเสนอภาพของคนอีสานที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน เป็นการตอกย้ำความไม่เท่าเทียมและอคติที่มีอยู่เดิมในการมองคนอีสานจากคนนอกกลุ่ม ภาพของคนอีสานที่แตกต่างกันนี้เป็นผลมาจากการที่หนังสือพิมพ์ทั้งสองระดับมีฉาก จุดมุ่งหมาย และผู้ร่วมเหตุการณ์ที่แตกต่างกัน โดยที่หนังสือพิมพ์ระดับชาติมุ่งนำเสนอข่าวที่เป็นประเด็นสนใจของคนทั้งประเทศ เพื่อให้คนทั้งประเทศได้รับรู้ โดยผู้เขียนมีทั้งคนอีสานเองและผู้ที่ไม่ใช่คนอีสาน แต่ก็ผ่านกระบวนการคัดเลือกและผลิตโดยคนนอกที่ไม่ใช่คนอีสาน ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นมุ่งนำเสนอข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ภาคอีสานให้คนในท้องถิ่นรวมถึงคนนอกท้องถิ่นได้รับรู้ โดยเขียนขึ้นจากมุมมองของคนในซึ่งเป็นคนอีสานทำให้เห็นจุดยืนของสื่อทั้งสองระดับได้อย่างดี กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นจะยังคงดำรงอยู่ได้นั้นขึ้นอยู่กับการขายโฆษณาจากร้านค้า นักการเมือง และหน่วยงานของรัฐ ดังนั้นเนื้อหาข่าวจึงต้องนำเสนอคนกลุ่มนี้ในด้านที่ดี การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐ และหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นจะมีบริการให้อ่านตามห้องสมุดและหน่วยงานรัฐในพื้นที่นั้นๆ ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับชาติเน้นการขายโฆษณาเช่นเดียวกัน แต่กลุ่มผู้อ่านที่มีกำลังซื้อมากกว่าในระดับท้องถิ่น ผู้อ่านเป็นมวลชน และต้องเป็นข่าวที่มีประเด็นที่สังคมสนใจจึงเป็นสิ่งที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ ดังนั้นองค์ประกอบสำคัญในการที่ทำให้สื่อทั้งสองระดับมีความแตกต่างอย่างชัดเจนและส่งผลให้ภาพตัวแทนคนอีสานที่มีการนำเสนอให้สังคมรับรู้แตกต่างกันคือ ฉาก ผู้ร่วมเหตุการณ์ และจุดมุ่งหมาย

3) ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏ ไม่ใช่ภาพทั้งหมดของคนอีสาน แต่เป็นเพียงภาพบางส่วนที่สื่อนำเสนอให้สังคมได้รับรู้ ทั้งในสื่อระดับชาติ และสื่อในระดับท้องถิ่น ภาพตัวแทนที่ได้ทั้ง 13 ภาพจากสื่อทั้งสองระดับในรอบ 10 ปีนี้ เป็นภาพที่หนังสือพิมพ์ได้ประกอบสร้างและให้ความหมายกับคนอีสานว่าจะมีลักษณะใด กระบวนการนี้ผ่านการให้คุณค่า ตีค่า จากปริบทสังคมและวัฒนธรรมที่สื่อถูกหล่อหลอมและทำความเข้าใจเกี่ยวกับคนอีสาน แล้วนำเสนอออกมาเป็นรูปภาพหรือสัญลักษณ์ ในรูปภาษานั้นแฝงไปด้วยทัศนคติและอคติที่มีต่อคนอีสาน และต่อกำยำภาพเดิมให้แก่สังคมได้รับรู้ ในความเป็นจริงภาพคนอีสานอาจไม่ใช่ดังที่สื่อทั้งสองระดับนำเสนอก็เป็นได้ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า เบื้องหลังการใช้ภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานผ่านหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นนั้น มีภาพตัวแทนบางภาพมีส่วนที่แฝงอคติและนัยเรื่องความไม่เท่าเทียมกันในสังคม ได้แก่ ภาพคนอีสานยากจนและการศึกษาน้อยด้อยโอกาส และภาพคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน ภาพที่ถูกนำเสนอ คือ ภาพของความด้อยกว่า เสียโอกาส ถูกเอาเปรียบ ถูกหลอกลวง ไม่ได้รับความยุติธรรม ได้แก่ ภาพคนอีสานที่ถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม จากการวิจัยจะพบว่า การสร้างภาพตัวแทนนี้จะเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพเหมารวม (stereotype) ดังที่กล่าวไปแล้วในบทที่ 3 ภาพตัวแทนจึงถูกใช้ในการให้ความหมาย “ตัวตน” “ตัวฉัน” ว่า เป็นใครและอย่างไร และในขณะเดียวกันก็อธิบายว่า “คนอื่น” เป็นอย่างไร ภาพตัวแทนจึงเป็นเหมือนกับ “กลไก” ที่ทำให้เราสามารถแบ่งแยกเขาแบ่งแยกเราได้อย่างชัดเจน ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติจึงมิใช่ภาพคนอีสานทั้งหมดที่ปรากฏในสังคมไทย แต่เป็นเพียงภาพบางส่วนบางมุมที่สื่อคัดเลือกมานำเสนอให้แก่มวลชนได้รับรู้และเข้าใจคนอีสานในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งเท่านั้น ในขณะเดียวกันหากมองในมุมของคนอีสานที่สื่อผ่านหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น แล้วจะพบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานจะต่างจากภาพที่สื่อระดับชาตินำเสนอ

4) คนอีสานกับ“ความเป็นอื่น” ในสังคมไทย จะเห็นได้ว่า “ความเป็นอื่น” ที่ปรากฏในการวิจัยนี้สังเกตได้ว่าไม่ได้เกิดเฉพาะกับคนอีสานเท่านั้น แต่เกิดขึ้นกับภาคอื่นๆที่ไม่ใช่ภาคกลาง การนำเสนอภาพตัวแทนที่เป็นอื่นนี้ในแต่ละภาคอาจจะมีโดดเด่นแตกต่างกันไป ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และโสรัจจ์ หงส์ลดารมภ์ (2549) ที่ศึกษาวาทกรรมเกี่ยวกับภาคใต้และความรุนแรงในสังคม ซึ่งงานวิจัยนี้ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของคนกรุงเทพฯเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยได้อย่างน่าสนใจว่า “คนกรุงเทพฯดูเหมือนเหยียดหยามชนกลุ่มน้อยทั่วไปหมดไม่จำกัดเฉพาะคนที่อยู่อาศัยในเขตภาคใต้ตอนล่างที่นับถือศาสนาอิสลามเท่านั้น” จากงานวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า หากเป็นคนภาคอื่นที่ไม่ใช่ภาคกลางก็จะถูกดูหมิ่นเช่นเดียวกัน ดังนั้นในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นนั้น จะเห็นได้ว่าแม้ภาพที่ได้จะเป็นภาพที่คนอีสานมีความเป็นอื่น หากแต่ความเป็นอื่นนั้นมีได้ทำให้เกิดความแตกแยกทางสังคมเพราะ

คนอิสานถือว่าตนเองเป็นคนไทย และเป็นคนกลุ่มเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากภาพที่คนอิสานรักและเคารพสถาบันพระมหากษัตริย์

#### 5) งานวิจัยต่างประเทศกับผลการวิจัยที่ได้ในบริบทสังคมไทย จากการศึกษา

งานวิจัยต่างประเทศที่ศึกษาว่าทฤษฎีการเหยียดเชื้อชาติตามแนวทฤษฎีการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (CDA) หากพิจารณาบทความและงานวิจัยในมิติของอุดมการณ์การเหยียดเชื้อชาติจะพบว่า การสื่ออุดมการณ์การเหยียดเชื้อชาติจะเกิดจากการที่กลุ่มชนชั้นนำในสังคม ไม่ว่าจะเป็นนักการเมือง รัฐบาล ผู้นำประเทศ ใช้อำนาจในการนำเสนอชุดความคิดบางอย่างเกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติทั้งในรูปแบบที่ชัดเจน เช่น วาทกรรมการประกาศของพรรคการเมืองในประเทศอังกฤษ หรือในลักษณะที่แฝงอยู่ในรูปภาษาที่ปรากฏ เช่น ข่าวในหนังสือพิมพ์รายวัน แบบเรียน โดยผ่านกลวิธีทางภาษาเพื่อให้ผู้รับสารยอมรับในสารที่กลุ่มชนชั้นนำในสังคมต้องการ ในแต่ละงานวิจัยจะมีจุดเน้นที่ต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนอ เช่น ในงานของ Peter Teo ที่ศึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับกลุ่ม 5T ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์อื่นที่อาศัยอยู่ในประเทศออสเตรเลีย โดยเน้นไปที่ประเด็นเกี่ยวกับอคติ อำนาจ การครอบครองอำนาจ การปกปิด การกระทำผิดกฎหมาย และการผลิตซ้ำทางอำนาจในการนำเสนอข่าวหนังสือพิมพ์ หากพิจารณากลุ่มข้อมูลที่ศึกษาในมิติของกลุ่มประเทศที่ศึกษาจะพบว่า มีทั้งกลุ่มข้อมูลที่เป็นตะวันตก (อังกฤษ), ออสเตรเลีย และเอเชีย (ไทย) ซึ่งในแต่ละกลุ่มประเทศจะเห็นถึงความแตกต่างทางชาติพันธุ์ที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการเหยียดเชื้อชาติ เช่น กลุ่มคนเวียดนามและเอเชียในประเทศออสเตรเลีย กลุ่มกะเหรี่ยงและม้งในประเทศไทย กลุ่มคนยิวหรืออิสลามในประเทศอังกฤษ นอกจากนี้จะเห็นได้ว่างานวิจัยต่างประเทศนั้นผลที่ได้ทางอุดมการณ์นั้นจะเป็นอุดมการณ์เหยียดเชื้อชาติ มีการแบ่ง "พวกเขา" "พวกเรา" อย่างชัดเจน เมื่อพิจารณาผลการวิจัยภาพตัวแทนคนอิสานแล้วจะพบว่า ในประเทศไทยยังไม่มี การเหยียดเชื้อชาติหรือกลุ่มชาติพันธุ์ ความรุนแรงจะแตกต่างจากต่างประเทศ คนอิสานยังเป็นคนไทย เป็นส่วนหนึ่งของประเทศไทยถึงแม้ผลการวิจัยจะพบว่า "คนอิสาน" มีความเป็นอื่น คนละกลุ่มกับคนไทย แต่ความรุนแรงของความเป็นอื่นนั้นจะต่างกับงานวิจัยต่างประเทศที่มีการเหยียดผิว หรือเหยียดเชื้อชาติ ดังงานวิจัยของ Yasmin Jiwani and John E. Richardson (2011) ที่ศึกษาเรื่อง "Discourse, Ethnicity and racism" และงานวิจัยของ Geraint O. Edwards (2012) ได้ศึกษาเรื่อง "A comparative discourse analysis of the construction of "In-groups" in the 2005 and manifestos of the British National Party"

#### 6) ความสัมพันธ์ของภาพตัวแทนคนอิสานที่ได้ทั้งสามมิติ ภาพตัวแทนคนอิสาน

ที่ได้ทั้งสามมิติ ได้แก่ คนอิสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย คนอิสานในแง่สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ และคนอิสานในแง่การเมือง ภาพตัวแทนคนอิสานทั้งสามกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยสำคัญ กล่าวคือ คนอิสานมีความรู้บ้างและด้อยโอกาส จึงกลายเป็นชนชั้นกลาง ถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม และเป็นเหยื่อทางการเมือง ส่งผลให้คนอิสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น คนอิสานอดทน

จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าความรู้ความเข้าใจในภาพตัวแทนคนอีสานผ่านสื่อระดับชาติและระดับท้องถิ่นที่นำเสนอในงานวิจัยนี้น่าจะช่วยให้เกิดความเข้าใจและตระหนักรู้เท่าทันสื่อเพราะว่าสื่อมวลชนมีบทบาทโดยตรงในการนำเสนอภาพคนอีสานในแง่มุมต่างๆผ่านการเลือกสรรเฉพาะบางภาพมานำเสนอให้แก่สังคมได้รับรู้ เกิดการตอกย้ำความไม่เท่าเทียมกันในสังคม และทำให้เกิดการตอกย้ำอคติที่มีอยู่เดิม

### 6.3 ข้อเสนอแนะ

จากกรวิจัยนี้ ผู้วิจัยสังเกตพบว่าข้อมูลในส่วนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ต่างพื้นที่กันนั้น มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสานที่แตกต่างกันดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ 5 จึงน่าสนใจศึกษาเปรียบเทียบภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งอาจทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานได้ละเอียดมากขึ้น

1) เนื่องจากงานวิจัยนี้ได้เก็บข้อมูลในลักษณะที่แยกรายละเอียดของเนื้อหาข่าว เป็นบทความ จดหมายร้องทุกข์ หรือข่าวทั่วไป แต่เก็บในภาพรวมของคนอีสานทั้งหมดที่ปรากฏ จึงน่าสนใจหากเก็บข้อมูลแบบแยกตามประเภทของข่าว ซึ่งอาจทำให้เห็นความแตกต่างและภาพตัวแทนคนอีสานอาจมีความหลากหลายมากขึ้น

2) ข้อมูลที่นำมาศึกษาเป็นภาพตัวแทนคนอีสานในรอบทศวรรษซึ่งทำให้เห็นพลวัตของภาพคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาภาพตัวแทนจากวาทกรรมอื่น เช่น จากรายการโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือเรียน เป็นต้น

3) ควรศึกษาภาพตัวแทนคนไทยในภูมิภาคอื่น อาทิ คนเหนือ คนใต้ ฯลฯ หรือภาพตัวแทนคนไทยที่อาศัยอยู่ตามแนวชายแดนที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ภาพตัวแทนที่ได้น่าจะมีความแตกต่างและหลากหลายมากขึ้น



## รายการอ้างอิง

- Akharawathanakun, P. (2004). Tonal variations and change in dialect in contact: A case study of Lao. *MANUSAYA:Journal of Humanities*, 7(1),56-95.
- Chouliraki, L. a. F. N. (1999). *Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Duncan Mccrago and Krisadawan Hongladarom. (2004). “Contesting Isan-ness : Discourses of Politics and Identity in Northeast Thailand” *Asian Ethnicity*, Vol. 5(2): 219-234.
- Fowler, R. (1991). *Language in the News Discourse and Ideology in the Press*. London : Routledge.
- Gee and James Paul. (2005 (1999)). *An Introduction to Discourse Analysis:Theory and Method*. 2nd edition. New York : Routledge.
- Geraint O.Edwards. (2012). “A comparative discourse analysis of the construction of “In-groups” in the 2005 and manifestos of the British National Party” *Discourse and Society*, Vol. 23 (23): 245-258.
- Hall, S. (1997, 2003). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practice*. London : SAGE.
- Hymes, D. (1974). *Foundations in sociolinguistics: an ethnographic approach*. London : Tavistock Publications.
- John Oddo. (2011). “War legitimization discourse : Representing “Us” and “Them” in four US presidential addresses” *Discourse and Society*, Vol. 22 (23): 287-314.
- John Flowerdew And David C.S. Li. Sarah Tran. (2002). Discriminatory news discourse : some Hong Kong data” *Discourse and Society*, Vol. 13 (13): 319-345.
- Lakoff, G. a. J., M. (1980). *Metaphor We Live By*. Chicargo:Chicargo University Press.
- Natthaporn Panpothong. (2007). “*Discourse of Plastic Beauty :A Critical Analysis of Cosmetic Surgery Ads in Thai*” paper presented at the International

Symposium on Discourse , Communication and Mordernity , Chulalongkorn University.

Norman Fairclough. (1995). “Section A :Language, ideology and power” *Critical discourse analysis: the critical study of language* (pp. 1-81 ). London and New York : Longman.

Peter Teo. (2000). “Racism in the News : A Critical Discourse Analysis of News Reporting in Two Australian Newspapers” *Discourse and Society*, Vol. 11 (11): 17-49.

Pravit Rojanaphruk. (2010). “Rural Thais are No Longer Ignorant: Klausner” *The Nation on Sunday* (pp. 22 August. 2010).

Reisigl, M. a. W. R. (2001). *Discourse and Discrimination: Rhetorics of Racism and Antisemitism*. London : Routledge.

Teun A.van Dijk. (2008). “Discourse and Manipulation” . *Discourse and Power* London: Sage.

Teun A.van Dijk. (2009). *Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach*. In R Wodak and M.Meyer(eds.) *Methods of Crititcal Discourse Analysis*. London : Sage, 62-86.

Yasmin Jiwani and John E.Richardson. (2011). “Discourse , Ethnicity and racism” *Discourse Studies : A Multidisciplinary Introduction* (pp. 241-260 ). London : Sage.

เจริญวิทย์ ฐิติวรารักษ์. (2549). **การสร้างสารสนเทศและภาพตัวแทนของชายรักชายในเว็บไซต์ไทย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เต็ม วิภาคย์พจนกิจ. (2557). **ประวัติศาสตร์อีสาน**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เพ็ญนภา คล้ายสิงโต. (2553). **อุดมการณ์ทางเพศสภาพในพาดหัวข่าวอาชญากรรมในหนังสือพิมพ์ไทย : การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์**. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2553). **หลักรัฐศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

เสนาะ เจริญพร. (2548). **ผู้หญิงกับสังคมในวรรณกรรมไทยยุคทอง**. กรุงเทพฯ : มติชน.

- แวง พลังธรรม. (2545). **อีสานคดีชุด ลูกทุ่งอีสาน ประวัติศาสตร์อีสานตำนานเพลงลูกทุ่ง**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : เรือนปัญญา.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2543). **วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณะ และความเป็นอื่น**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยผลิตตำรามหาวิทยาลัยเกริก.
- กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์. (2543a). ความเป็น “พวกเรา” และ “พวกเขา” ในสังคมไทย: การรายงานข่าวเกี่ยวกับชาวเขาในวาทกรรมหนังสือพิมพ์ไทย. **วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร**. 19-2003: 2011-2017.
- กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์. (2543b). **ปริศนาเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย:การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์**. รายงานผลการวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และโสรัจจ์ หงส์ลดารมภ์. (2549). **วาทกรรมเกี่ยวกับภาคใต้และความรุนแรงในสังคม. ใน มองสังคมผ่านวาทกรรม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมานนท์. (2549). **มองสังคมผ่านวาทกรรม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กษริน วงศ์กิตติขวลิต. (2553). **ภาพตัวแทนของพระสุริโยทัยในวรรณกรรมไทย**. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา เจริญเกียรติบวร. (2543). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมุมมองในข่าววัดพระธรรมกายที่เสนอในหนังสือพิมพ์ไทย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาศาสตร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). **สื่อและวัฒนธรรมศึกษากับสังคมไทย**. **รัฐศาสตร์สาร**, 23(23): 51-97.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). **การวิเคราะห์สื่อ เทคนิคและแนวคิด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- จันทิมา เอี่ยมานนท์. (2549). **การศึกษาวาทกรรมเกี่ยวกับผู้ติดเชื่อเฮดส์ในสังคมไทยตามแนวปฏิพันธวิเคราะห์**. วิทยานิพนธ์ดุขฎิบัณฑิต, ภาควิชาภาษาศาสตร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จารุภา พานิชภักดิ์. (2552). **การสร้างภาพตัวแทนผู้หญิงของกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์: การต่อสู้เรื่องความหมาย**. สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชญาณุช วีรสาร. (2543). **เนื้อหาต้านบันเทิงในหนังสือพิมพ์รายวัน**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ชนกพร พัวพัฒนกุล. (2548). **อุดมพรรณเกี่ยวกับ “เขมร” ในปริจเฉทหนังสือพิมพ์ไทย:กรณีเหตุจลาจล เผาสถานทูตไทยในกัมพูชา พ.ศ.2545**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนกพร พัวพัฒนกุล. (2556). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในวาทกรรมการพยากรณ์ดวงชะตา : การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์**. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนกพร อังศุวิริยะ. (2551). **"ความเป็นผู้หญิง" ในนิตยสารสตรีสาร (พ.ศ.2491-2539) : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์**. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาร์ลส์ เอฟ คายส์ (เขียน) รัตนา โตสกุล (แปล). (2556). **อีสานนิยม : ท้องถิ่นในสยามประเทศไทย *Isan: Regionalism in Northeastern Thailand***. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2546). **บทสังเคราะห์ภาพรวมการพัฒนาระบบสวัสดิการสำหรับคนจนและคนด้อยโอกาสในสังคมไทย**. กรุงเทพฯ : เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). **วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์ : แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย**. กรุงเทพฯ : โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ.
- ธีระ บุษบกแก้ว. (2553). **กลวิธีทางภาษากับกลวิธีนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่มเกย์ออนไลน์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีระยุทธ สุริยะ. (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนนักโทษประหาร และการประหารชีวิตในหนังสือพิมพ์รายวัน**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรินทร์ นำเจริญ. (2549). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรายงานข่าว**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ. (2555). **2553 อ่านข่าว อ่านสังคมไทย**. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- นิติพงศ์ พิเชษฐพันธ์. (2553). **วาทกรรมเหตุการณ์พิพาทเขาพระวิหาร พ.ศ. 2551 จากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและอุดมการณ์**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2553). **อ่านการเมืองไทย**. กรุงเทพฯ : openbook.
- บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ. (2548). **การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมของผู้หญิงในชนบทอีสาน**. รายงานผลการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม.

- บุญทิวา พ่วงกลัด. (2554). วาทกรรม”บุญนิยม” : กรณีศึกษาชุมชนราชธานีอโศก จังหวัด  
อุบลราชธานี. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 28 (2) พฤษภาคม –สิงหาคม 2554.  
ประกาศ วัชรารภรณ์. (2533). **ทำเนียบคนหนังสือพิมพ์**. กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า.
- ปรีชา พิณทอง. (2534). “คำขมเขย”,ใน **ไพบูลย์ แพงเงิน.กลอนลำ: ภูมิปัญญาของอีสาน**.  
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- บุญณิศา สีโรตมาภรณ์. (2552). **การถ่ายทอดวัฒนธรรมอีสานผ่านหนังสือการ์ตูนหนูหิ้นอินเตอร์  
ในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาวารสารศาสตร์  
คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรารภรณ์ ครูฑเมือง. (2552). **การดำรงอยู่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เอกราช ท่ามกลางกระแส  
การเปลี่ยนแปลงของสังคม**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิณรัตน์ อัครรัตนกุล. (2548). “ลาว” และ “ไท” ความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน. ใน **มองสังคมผ่าน  
วาทกรรม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิศิษฐ์ ขวลาธวัช. (2542). **กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ : ดับเบิ้ลนายน  
พริ้นติ้ง.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2531). **หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยูทากะ โทมิโอกะ. (2552). **ทัศนคติต่อภาษาและการเลือกภาษาของคนไทยอีสานที่มีอายุต่างกัน**.  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย. CHULALONGKORN UNIVERSITY
- รัชนิษฐ์ พงศ์อุดม. (2548). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับค่านิยมเกี่ยวกับความงาม : การศึกษา  
วาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางในภาษาไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชา  
ภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนา จันทาว์. (2553). **อุปลักษณะเกี่ยวกับแหล่งน้ำของคนขอนแก่น**. **วารสารมนุษยศาสตร์และ  
สังคมศาสตร์**, 28 (22) พฤษภาคม –สิงหาคม 2554.
- วันชนะ ทองคำเภา. (2550 ). **ภาพตัวแทนของสมเด็จพระมหาธรรมราชาในวรรณกรรมไทย**.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- วิภาดา รัตนดิถก ณ ภูเก็ต. (2554). **วาทกรรมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อภาษาไทยระหว่าง  
พ.ศ.2551-2553**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิสันต์ สุขวิสิทธิ์. (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในหนังสือเรียนรายวิชาภาษาไทย ตามหลักสูตรประถมศึกษา พ.ศ. 2503-2544 : การศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์**. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกต. (2553). **อุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมในโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร รักดีผาสุข. (2553). **วาทกรรม “ความเป็นผู้หญิง” ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย**. รายงานการวิจัย ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมพงษ์ ใหม่วิจิตร. (2534). **ค่านิยมในสังคมไทย: อุปสรรคต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตย**. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- สมศรี ชัยวงษ์ชยา. (2548). **นโยบายการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือของรัฐบาลไทยระหว่าง พ.ศ. 2494-2519**. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สรณีย์ วงศ์เปี้ยสัจจ์ และคณะ. (2549). **หนังสือสำหรับเด็กที่ได้รับรางวัล: การวิเคราะห์เชิงวาทกรรมและวรรณกรรม ใน กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมานนท์, บรรณาธิการ มองสังคมผ่านวาทกรรม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 189-221.
- สุกรี แมนชัยนิมิต. (2535). **การรายงานข่าวแบบอธิบายความ = Interpretative reporting : ศึกษาเฉพาะกรณีข่าวการร่างรัฐธรรมนูญของหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น**. สาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุคนธ์รัตน์ สร้อยจันดี. (2552). **การนำเสนออุดมการณ์ความเป็นแม่ในวาทกรรมโฆษณาในนิตยสารสำหรับครอบครัว**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนทร สุขสำราญ. (2555). **มายาคติและความรุนแรงของภาพแสดงแทน”ชาวเขา”ในแบบเรียนบทเพลง และภาพยนตร์**. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ .บัณฑิตวิทยาลัย.
- สุริยา จันทระจ่าง. (2557). **ทิศทางการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 และตอนบน 2 ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11**. ขอนแก่น : สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- สุวิทย์ ธีรศาควัด. (2549). **หนังสือศิลปวัฒนธรรม**. พฤศจิกายน(2549). ภาควิชาประวัติศาสตร์และโบราณคดี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

- อภิศักดิ์ โสมอินทร์. (2537). **โลกทัศน์อีสาน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. มหาสารคาม : อภิชาติการพิมพ์.
- อัฐมา โภคาพานิชวงษ์. (2552). วาทกรรมเรื่องโรคจิตเวชและการต่อรองทางความหมายทางสังคมของผู้ป่วยทางจิตในท้องถิ่นอีสาน. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 28 (22) พฤษภาคม - สิงหาคม 2554.
- อุปกิตศิลปสาร, พ. (2548). **หลักภาษาไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

