

กลวิธีทางภาษากับการสร้างวาทกรรมโคลลาจในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์*

สุทธิลักษณ์ สวรรยาวิสุทธิ¹ และ ฐานพวรรณ รูปหอม²

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม^{1,2}

E-mail: sutthiluck1987@gmail.com¹, thananopp35@gmail.com²

วันที่รับบทความ: 22 กันยายน 2568

วันแก้ไขบทความ: 24 พฤศจิกายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ: 27 พฤศจิกายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษากับการสร้างวาทกรรมเรื่องโคลลาจในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และรายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์ โดยใช้กรอบแนวคิดการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ของ Fairclough ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ขอบเขตและวิธีการวิจัย ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาพร้อมกับการวิเคราะห์ตัวบทและนำเสนอผลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างคือ บทสนทนา ข่าว และถ้อยคำที่ปรากฏในสองรายการดังกล่าว ขอบเขตด้านเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2567 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567 โดยการเลือกแบบเจาะจง ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลรวม 69 วันที่เกี่ยวข้องกับวันกำหนดออกเลขสลากรางวัลของสลากกินแบ่งรัฐบาล ข้อมูลที่นำมาจากรูปแบบออนไลน์บนเว็บไซต์ YouTube เท่านั้น ผลการวิจัยพบว่า ภาษาเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความชอบธรรมให้กับระบบเศรษฐกิจ ศาสนา และสื่อ โดยมีวิถีปฏิบัติ 3 ด้าน ดังนี้ 1) กลวิธีทางภาษา ใช้ศัพท์เฉพาะเจาะจง (เช่น คำยืม/คำใหม่) เพื่อนำเสนอสลากดิจิทัล ในฐานะเทคโนโลยีสมัยใหม่และระบบตลาดที่ชอบธรรม ซึ่งนำไปสู่การยอมรับโครงสร้างระบบเสี่ยงโชคในสังคมไทย 2) วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม ภาษาทำหน้าที่รักษาความชอบธรรมทางศาสนาและความเชื่อพื้นบ้าน โดยการสร้างความเป็นจริงร่วมกันในเรื่องโคลลาจ นอกจากนี้ สื่อยังใช้ภาษาเพื่อยืนยันความชอบธรรมของตนเองในฐานะผู้ผลิตวาทกรรม โดยสร้างพื้นที่อำนาจให้กับผู้พูดและผู้รายงานข่าว และ 3) วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม กลไกทางภาษาดังกล่าวเป็นเครื่องมือสำคัญในการผลิตซ้ำอุดมการณ์ทางเศรษฐกิจ ศาสนา และวัฒนธรรม ซึ่งทำให้ระบบเสี่ยงโชคมีความต่อเนื่อง เข้มแข็ง และได้รับการยอมรับในวิถีคิดของคนไทยในปัจจุบัน

คำสำคัญ: กลวิธีทางภาษา วาทกรรม โคลลาจ สื่อออนไลน์

*งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนครพนม เลขที่ HE0668

The Linguistic Strategies and Construction of Fortune Discourse in Rueng Lao Chao Nee and Rueng Lao Saturday–Sunday Online*

Sutthiluck Sawanyavisuthi¹ and Thanaphan Toophom²

Faculty of Education, Nakhon Phanom University^{1,2}

E-mail: sutthiluck1987@gmail.com¹, thananopp35@gmail.com²

Received: September 22, 2025

Revised: November 24, 2025

Accepted: November 27, 2025

Abstract

This research aims to study linguistic strategies and the construction of discourse on fortune in the programs Rueng Lao Chao Nee and Rueng Lao Saturday–Sunday Online, using Fairclough's critical discourse analysis framework. This is a qualitative study. The scope and methodology involve content and textual analysis, which are presented through descriptive-analytic methods. The sample consists of conversations, news, and utterances from the two programs, collected between January 1 and December 31, 2024. Purposive sampling was used to collect data over 69 days corresponding to the official draw dates. The data was obtained solely from the programs' online broadcasts on YouTube. The research findings reveal that language is a crucial mechanism for legitimizing the economic system, religion, and media through three practices: 1) Linguistic strategies employ specific terms (e.g., borrowings/new words) to present digital lottery tickets as modern technology and a legitimate market system, leading to acceptance of the gambling structure in Thai society; 2) Discursive practices use language to maintain religious legitimacy and folk beliefs by constructing a shared reality about fortune. Moreover, the media use language to affirm their own legitimacy as discourse producers, creating power spaces for speakers and reporters; and 3) Sociocultural practices, in which these linguistic mechanisms acts as vital tools in reproducing economic, religious, and cultural ideologies, sustaining, strengthening, and gaining acceptance of the gambling system in contemporary Thai mindsets.

Keywords: linguistic strategies, discourse, fortune-luck, online media

*This study was approved by the Human Research Ethics Committee of Nakhon Phanom University, approval number HE0668.

บทนำ

สังคมไทยปัจจุบันนิยมบริโภครายการความเชื่อผ่านสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อเรื่องโชคลาภเป็นสิ่งที่ฝังรากลึกและมีบทบาทสำคัญในวิถีชีวิตของผู้คนมาช้านาน ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อในเรื่องการเสี่ยงโชค การทำนายดวงชะตา การขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือการพึ่งพาวัตถุมงคลเพื่อเสริมโชคลาภ ความเชื่อเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน และนำเสนอผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างกว้างขวางในสื่อสมัยใหม่ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ โซเชียลมีเดีย และสื่อโฆษณา ซึ่งมักเน้นถึงความสำคัญของโชคลาภในการสร้างความสำเร็จหรือความล้มเหลวในชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยของเทวการ คำสัตย์ และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่องภาพสะท้อนความเชื่อในสังคมไทยที่ปรากฏในวรรณกรรมเรื่อง “เมื่อคุณตาคุณยายยังเด็ก” ว่าอิทธิพลทางความเชื่อ ขนบธรรมเนียมของคนไทยที่ยึดถือปฏิบัติมาช้านาน และสิ่งสำคัญคือผู้ประพันธ์ได้ถ่ายทอดความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวใหญ่ที่มีความอบอุ่น อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างเป็นสุข มีผู้ใหญ่คอยสั่งสอนอบรมลูกหลานให้เป็นคนดี มีความเคารพสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ มีความกตัญญูต่อบุพการีและครูบาอาจารย์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของความเชื่อและขนบธรรมเนียมที่ปฏิบัติสืบต่อกันมา งานวิจัยดังกล่าวยังเน้นย้ำถึงความสัมพันธ์อันอบอุ่นภายในครอบครัว และการอบรมสั่งสอนให้ลูกหลานเคารพสถาบันหลักของชาติ มีความกตัญญูต่อผู้มีพระคุณ แสดงถึงความเชื่อมโยงระหว่างสื่อ วัฒนธรรม และความเชื่อในบริบทเฉพาะของสังคมไทย

จากบริบทเฉพาะของสังคมไทยข้างต้น แกนหลักสำคัญของการถ่ายทอดเรื่องราวคือ “สื่อ” เนื่องจากสื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางรายงานเรื่องราวต่าง ๆ ในสังคม ให้ผู้รับสารได้รับทราบ ผู้รับสารก็รับข้อมูลดังกล่าวว่าเป็นข้อเท็จจริง เนื่องจากสถาบันสื่อเป็นสถาบันที่ได้รับการยอมรับและมีความชอบธรรมในการถ่ายทอดเรื่องราวของสังคมให้กับผู้บริโภค ผู้อ่านอาจไม่ได้ตระหนักว่าสื่อไม่ได้อยู่ในเหตุการณ์หรือเห็นเรื่องราวทั้งหมดด้วยตัวเอง ดังนั้น ข้อมูลที่นำมารายงานให้ผู้รับสารจึงมาจากการเก็บรวบรวม สอบถามแหล่งข้อมูลหรือผู้คนที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์แล้วนำมากลั่นกรอง และถ่ายทอดเหตุการณ์นั้นเพื่อนำเสนอต่อผู้รับสาร ดังที่สมสุข หินวิมาน (2567) ได้กล่าวไว้ว่า แม้คนเราจะสื่อสารกันได้ในฐานะพื้นฐานแห่งการดำเนินชีวิตเช่นนี้แล้วก็ตาม แต่ในความเป็นภาคปฏิบัติทางสังคม (Social Practices) นั้นการ “สื่อสารได้” อาจจะไม่เพียงพอเท่ากับการ “สื่อสารเป็น” หรืออีกนัยหนึ่ง ยิ่งมนุษย์

ต้องการบรรลุเป้าหมายบางอย่างที่กำหนดไว้ ทั้งต่อปัจเจกบุคคลหรือสังคมด้วยแล้วก็ยิ่งต้องทำความเข้าใจวิธีการสื่อสารและการออกแบบการสื่อสารอย่างมีกลยุทธ์ ตั้งแต่การมีความรู้ ทักษะ การวางแผน การกำหนดเป้าหมาย การเข้าใจผู้รับสารปลายทาง การรู้จักชั้นเชิงการทำงานและอื่น ๆ อันจะนำไปสู่ผลลัพธ์ของการสื่อสารที่จะเกิดประสิทธิภาพ/ประสิทธิผลสูงสุด ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าข้อมูลที่ปรากฏไม่ใช่ข้อเท็จจริงจากเหตุการณ์จริงทั้งหมดแต่เป็นข้อเท็จจริงที่ผ่านมุมมองของผู้ผลิต เนื้อหาข้อมูลในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ จึงมีการแฝงความคิดความเชื่อต่าง ๆ ที่มีผลต่อความรับรู้ของผู้คนในสังคม (Fowler, 1991; Fairclough, 1995) ด้วยเหตุนี้ ผลกระทบดังกล่าวอาจส่งผลให้การถ่ายทอดข้อมูลหรือการนำเสนอข้อมูลมีความบิดเบือนจากความเป็นจริง เนื่องจากอิทธิพลของอำนาจสื่อที่พยายามดัดแปลงข้อมูลให้เป็นที่น่าสนใจของสังคมและมุ่งเน้นไปที่ประเด็นที่กำลังได้รับความนิยมน

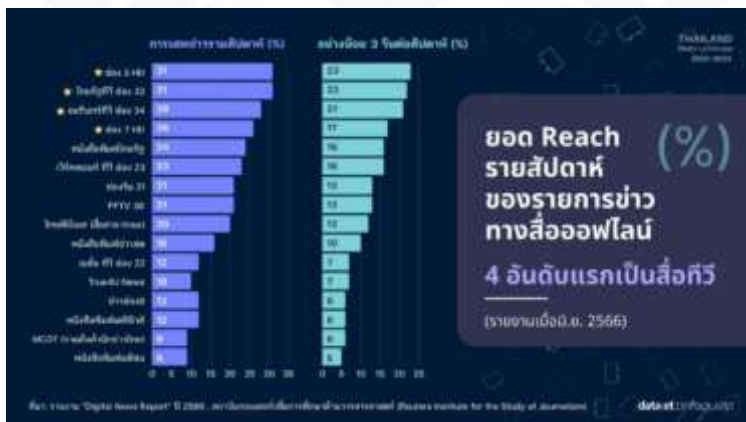
หากมองในฐานะของสื่อมวลชนคือผู้มีอำนาจในการควบคุมความคิดของคนในสังคม หน้าที่ของสื่อมวลชนนอกจากการกลั่นกรองความเป็นจริงทางสังคมแล้วยังมีบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์บุคคล คนในสังคมจะรู้ว่าเราเป็นใครจากสิ่งที่นำเสนอ เพราะสิ่งที่สื่อนำเสนอจะบอกกับเราว่าควรปฏิบัติอย่างไร สื่อจึงกลายเป็นเครื่องมือหนึ่งในการปลูกฝังค่านิยมทางสังคม (กาญจนา แก้วเทพ, 2540) อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมิได้มุ่งหวังจะเปลี่ยนมุมมองความเชื่อเกี่ยวกับโซคลากของผู้รับสารในสังคมร่วมสมัย หากแต่มุ่งหวังที่จะสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อให้คนในสังคมตระหนักว่า “วาทกรรมโซคลาก” ร่วมสมัยในยุคปัจจุบันนั้นเป็นสิ่งที่เกิดจากการประกอบสร้างทางสังคมโดยมีภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญ นอกจากนี้ยังมุ่งหวังให้เกิดการรู้เท่าทันวาทกรรมสื่อมวลชนว่าวาทกรรมเหล่านั้นเป็นเครื่องมือที่กลุ่มผู้มีอำนาจกว่าในสังคม ได้เกิดกระบวนการสร้างและผลิตซ้ำในการสร้างอุดมการณ์หรือชุดความคิดเรื่อง “ความเชื่อโซคลาก” เพื่อควบคุมแบบแผนพฤติกรรมของผู้รับสารในสังคมปัจจุบัน เช่นเดียวกับฉันทา อาจารย์ยุตต์ (2564) ที่ได้กล่าวถึงในงานวิจัยเรื่อง บทบาทสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์กับการผลิตซ้ำความเชื่อเพื่อการเสี่ยงโชค พบว่า การนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องโชคลางที่นำไปสู่การบอกตัวเลขเพื่อการเสี่ยงโชค ถือเป็นบทบาทหนึ่งของสื่อมวลชนในการผลิตซ้ำเพื่อการธำรงรักษาทางวัฒนธรรม ภายใต้โครงสร้างทางสังคมไทยที่ยึดอยู่กับความเชื่อ โชคลาง ปาฏิหาริย์ ฯลฯ นำไปสู่วัฏจักรด้านความเชื่อ

และการเสี่ยงโชคโดยการใช้อำนาจของสื่อ และผู้ใช้สื่อนั้นมีลักษณะแบบ dialectic ทำให้เกิดการกำหนด วาระข่าวสารร่วมกันระหว่างสื่อมวลชนกับประชาชนผู้บริโภค โดยข้ามผ่านข้อจำกัดเรื่องประเภทของสื่อ สื่อมวลชนได้สะสมทุนทางวัฒนธรรม และสื่ออาศัยทุนทางสังคมที่มีอยู่ผลิตซ้ำประเด็นข่าวเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องโชคกลาง และนำเสนอตัวเลขเพื่อการเสี่ยงโชค เพื่อทำให้กลายเป็นสินค้าได้รับผลตอบแทนกลับมาในเชิงเศรษฐกิจ ทั้งยังดำรงรักษาโครงสร้างทางชนชั้นให้กับรัฐและนายทุนไปพร้อมกัน

ความเชื่อเรื่องโชคกลางถือเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตของผู้คน ไม่เพียงแต่ปรากฏในพิธีกรรม ความเชื่อพื้นบ้าน หรือการปฏิบัติทางศาสนาเท่านั้น แต่ยังได้รับการนำเสนอและผลิตซ้ำผ่านสื่อสมัยใหม่ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างการรับรู้และการตีความต่อสาธารณะ (สมชาย ศรีสันต์, 2561) จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยได้เลือกรายการข่าวโทรทัศน์อย่าง เรื่องเล่าเช้านี้ และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์ เนื่องจากช่องทางสื่อที่คนรุ่นใหม่เสพมากที่สุดคือสื่อออนไลน์ 91.1% ขณะที่ทีวีเป็นอันดับสองเพียง 32.7% เท่านั้น (ภูมิทัศน์สื่อไทย, 2566) อีกทั้งการเสพยาวยสัปดาห์จากการรายงานยอด Reach รายสัปดาห์ของรายการข่าวทางสื่อออนไลน์ที่นับรวมทั้งทีวี วิทยู และสื่อสิ่งพิมพ์ จะสังเกตได้ว่า 4 อันดับแรกล้วนเป็นสื่อทีวี โดยช่องที่ได้ยอด Reach สูงสุดคือช่อง 3

ภาพ 1

ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อไทยปี 2566 - 2567



ที่มา: ดัดแปลงจาก Digital News Report 2024 โดย Reuters Institute for the Study of Journalism (2024)

จากภาพ 1 สำหรับรายการเรื่องเล่าเช้านี้ และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์ เป็นรายการข่าวของช่อง 3 โดยการสำรวจของสถาบันสื่อที่เน้นการพัฒนานิเวศสื่อและการจับจ้องมองสื่อในประเทศไทยระหว่างวันที่ 14-22 มิถุนายน 2566 จากประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไป กระจายทุกช่วงอายุและภูมิภาค จำนวน 316 ตัวอย่าง ค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 89.0 บนแพลตฟอร์มของ D-Vote นั้น ผลปรากฏว่าไทยทีวีสีช่อง 3 ยังครองความนิยมในส่วนของการข่าว รวมถึงเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ประชาชนให้ความไว้วางใจมากที่สุดอีกด้วย โดยจากการสำรวจครั้งนี้ช่อง 3 ครองความนิยมเป็นอันดับ 1 ในทุกประเภท อีกทั้งสรยุทธ สุทัศนะจินดา คือพิธีกรข่าวชายที่ชื่นชอบมากที่สุดร้อยละ 33.23 และพิชญทัฬห์ จันทร์พุฒ ซึ่งเป็นพิธีกรร่วมของสรยุทธ สุทัศนะจินดา เป็นพิธีกรข่าวหญิงที่ชื่นชอบมากที่สุดร้อยละ 21.20 และรายการเรื่องเล่าเช้านี้ เป็นรายการข่าวที่ชื่นชอบมากที่สุดถึงร้อยละ 41.52 (ลลิตภักค์ วราพรกิจเสถียร, 2566)

จากการสำรวจที่แสดงความนิยมสูงข้างต้นนั้น จึงทำให้สื่อเหล่านี้ถูกแทนค่าเป็นภาพลักษณ์ของ “สื่อข่าวที่มีความน่าไว้วางใจสูงสุด” ในพื้นที่ออนไลน์ของไทย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำรายการดังกล่าวเข้ามาศึกษาผ่านการเล่าเรื่องและกลวิธีทางภาษาที่ทำให้ความเชื่อเรื่องโชคลาภกลายเป็นส่วนหนึ่งของกระแสสังคมร่วมสมัย การศึกษาวาทกรรมในมิตินี้สามารถอธิบายได้ด้วยกรอบแนวคิดการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis: CDA) ของ Fairclough (1995) ซึ่งมองว่าภาษาไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสาร แต่เป็นกลไกที่เกี่ยวข้องกับอำนาจ อุดมการณ์ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การใช้ถ้อยคำหรือกลวิธีทางภาษาในสื่อจึงสะท้อนการสร้างและผลิตซ้ำอุดมการณ์บางประการที่เชื่อมโยงกับบริบททางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ นักวิชาการไทยร่วมสมัยเห็นตรงกันว่าสื่อออนไลน์ทำหน้าที่ผลิตซ้ำความหมายทางวัฒนธรรมและสร้างพื้นที่ให้วาทกรรมความเชื่อดำรงอยู่ต่อไปในสังคม (ศิริพร ภัคติผาสุข, 2561) ซึ่งจากข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัยมีสมมติฐานว่าการนำเสนอวาทกรรมโชคลาภในสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อของผู้รับสารเกี่ยวกับโชคลาภในชีวิตประจำวันอย่างไร ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

โปรท: หนูน้อยให้โชคคุณยายรับเปิดเทอมหยิบลอตเตอรี่ให้คุณยาย ถูกรางวัลที่ 1 ได้ 6 ล้านบาท

สรุป: เมื่อก่อนพาหลานซื้อน้องวารินดีไปซื้อของที่ตลาด แวะแผงหวย
หลานสาววัย 4 ขวบ หยิบมาใบเดียว ได้หมายเลขท้ายสามตัว 690 บังเอิญตรงกับเลขรถ
มอเตอร์ไซด์พอดิ

ใบรท: แล้วปรากฏว่าถูกรางวัลที่ 1 ได้ไปเลย 6 ล้านบาท

(เรื่องเล่าเช้านี้, 17 พฤษภาคม 2567)

จากตัวอย่างที่ 1 สื่อนั้นความเป็น “เรื่องราวพิเศษ” ที่เกิดจากเด็กหรือบุคคล
มีความเกี่ยวข้องกับความบังเอิญ เช่น หนูน้อยเลือกสลากให้คุณยายโดยไม่ตั้งใจ
เสริมความน่าเชื่อถือและความสมจริงต่อโซคลากการใช้ถ้อยคำเชิงพรรณนา
“ถูกรางวัลที่ 1 ได้ 6 ล้านบาท” และการระบุเลขรางวัล-เลขมอเตอร์ไซด์อย่างละเอียด
คือกระบวนการ lexicalization ที่ติดตามตามทฤษฎี Fairclough ในการเน้น
ความสำคัญหรือ value ของเหตุการณ์ นอกจากนี้ สื่อสร้าง framing ว่าโซคลากอยู่
ใกล้ตัวทุกคนและเกิดขึ้นได้ในชีวิตจริง ไม่ใช่เรื่องเหนือธรรมชาติหรือห่างไกล ด้วยการ
เชื่อมโยงกับประสบการณ์ชีวิตของผู้คนธรรมดา ในส่วนของผลกระทบต่อความเชื่อของ
ผู้รับสารนั้น ทำให้ผู้รับสารเกิดระบบความเชื่อใหม่ที่มองว่า “ทุกคนมีโอกาสถูกลอตเตอรี่”
หรือโซคลากเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาีเหตุการณ์เล็ก ๆ ในชีวิต เช่น เด็กหยิบหวย หรือมี
เลขที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน (เลขรถ เลขที่บ้าน ฯลฯ) อาจจะกระตุ้นพฤติกรรม
แสวงหาโซคลากในชีวิตประจำวันมากขึ้น ผู้รับสารอาจรู้สึกว่าการตามหา “สัญญาณ”
หรือ “ความบังเอิญ” ที่จะนำไปสู่โซคลากในแบบเดียวกับกรณีตัวอย่างนี้ ดังนั้น
การนำเสนอเนื้อหาซ้ำ ๆ และการใช้ภาษาที่มีน้ำหนักส่งผลให้เกิดการ internalization
คือผู้รับสารรับวาทกรรมเข้าไปในระบบความคิดของตนและเกิดการเปลี่ยนความเชื่อ
อย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาวาทกรรมความเชื่อเรื่องโซคลากที่ปรากฏในบริบท
สังคมไทยร่วมสมัย ผ่านรายการเรื่องเล่าเช้านี้ และรายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์
ออนไลน์ โดยมุ่งวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ถูกใช้เพื่อสร้างและผลิตซ้ำวาทกรรม
โซคลาก การศึกษานี้ไม่เพียงช่วยให้เข้าใจรูปแบบการใช้ภาษาในสื่อ แต่ยังสะท้อน
บทบาทของสื่อในการกำหนดกรอบความคิดและการรับรู้ของสังคมไทยในยุคดิจิทัล

จุดประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษากับการสร้างวาทกรรมเรื่องโซคลากในรายการ
เรื่องเล่าเช้านี้ และรายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์

แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวคิดของการวิจัย

แนวคิดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและเลือกใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการสร้างความหมายหรือความคิดต่าง ๆ ที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมุ่งศึกษาวิถีทางการใช้อำนาจ การครอบงำ อุดมการณ์ อัตลักษณ์ และความไม่เท่าเทียมกันที่มีการตอกย้ำและผลิตซ้ำในสังคม (Fairclough, 1995) ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดดังกล่าวพบในงานวิจัยของภพ สวัสดิ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องวาทกรรมคำทำนายจากการร้อยเรียงตัวเลขการศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการทำนายดวงชะตาจากการร้อยเรียงตัวเลขโทรศัพท์มือถือโดยใช้กรอบแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (CDA) ของแฟร์คลาฟ เพื่อวิเคราะห์วาทกรรมดังกล่าวในสื่อต่าง ๆ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็นสี่ส่วนหลัก ได้แก่ กลวิธีทางภาษา ที่ใช้ในการสื่ออุดมการณ์ ซึ่งรวมถึงกลวิธีทางอรรถศาสตร์และวัจนปฏิบัติศาสตร์, อุดมการณ์ ที่ถูกสื่อสารผ่านภาษา เช่น อุดมการณ์ชะตานิยมและความสุข, วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม ที่เน้นบริบททางสังคมและเศรษฐกิจที่ทำให้การทำนายเป็นที่ต้องการ, และวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งชี้ให้เห็นว่าวาทกรรมนี้ช่วยธำรงรักษาความเชื่อและค่านิยมบางประการในสังคมไทย โดยสรุปงานวิจัยนี้มุ่งเน้น “การทำนาย” “การจัดกลุ่ม” และเน้นการวิเคราะห์กระบวนการทำนายดวงชะตา โดยเฉพาะจากการร้อยเรียงตัวเลขโทรศัพท์มือถือ วาทกรรมที่ศึกษาจึงเป็นคำทำนายและผลกระทบต่อผู้รับการทำนายที่ต้องยอมรับอำนาจของผู้ทำนายและเงื่อนไขต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังพบงานวิจัยที่น่าเสนอรายการเรื่องเล่าชาตินี้ และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์ ของลลิตภักค์ วราพรกิจเสถียร (2566) ได้ศึกษาเรื่องการสร้างและการสื่อสารคุณลักษณะเฉพาะตัวของพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าชาตินี้และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์ลักษณะและกลยุทธ์การสื่อสารของบุคคลสำคัญในรายการข่าวที่เป็นที่นิยม ซึ่งผู้วิจัยได้มองเห็นถึงช่องว่างของกลุ่มตัวอย่างที่น่าสนใจและเป็นรายการที่อยู่ในความนิยมของผู้รับสาร จึงได้นำรายการเรื่องเล่าชาตินี้ และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์เข้ามาศึกษาโดยใช้กรอบแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (CDA) ของแฟร์คลาฟ กล่าวคือ งานวิจัยของลลิตภักค์ วราพรกิจเสถียร (2566) เน้นที่ผู้พูดและวิธีการพูด ในขณะที่งานวิจัยของผู้วิจัยมุ่งเน้นสิ่งที่ถูกพูดและผลกระทบทางสังคม

ดังนั้น สำหรับงานวิจัยนี้จึงได้ทำกรอบแนวคิดตามการศึกษาทฤษฎีทางภาษากับการสร้างวาทกรรมโฆษณาในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์ เพื่อศึกษาวาทกรรมความเชื่อเรื่องโฆษณาที่ปรากฏในบริบททางสังคมร่วมสมัยในรายการดังกล่าว โดยนำกรอบมิติของวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาศึกษาข้อมูลเนื้อหาในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ เพื่อแสดงให้เห็นว่ารายการสนทนาข่าวสารนั้นได้สื่อถึงบริบททางสังคมใดบ้างผ่านภาษาที่เป็นตัวบ่งบอกการสนทนา รวมทั้งได้สร้างวาทกรรมโฆษณาในรูปแบบใด โดยเขียนเป็นแผนภูมิกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

ภาพ 2

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยเรื่องนี้มุ่งศึกษาศึกษาวาทกรรมความเชื่อเรื่องโฆษณาในเนื้อหาข่าวของรายการเรื่องเล่าเช้านี้และรายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์ โดยคัดเลือกเฉพาะข่าวที่มีเนื้อหาและวาทะภาษาเกี่ยวกับโฆษณาในช่วงเวลาที่กำหนด โดยตัดเนื้อหาที่เป็นโฆษณาหรือเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องออก เพื่อความชัดเจนและความสอดคล้องของชุดข้อมูล เน้นการวิเคราะห์เชิงลึกในมิติของวาทกรรมที่สะท้อนความเชื่อและบทบาทของโฆษณาในสังคมไทย

2. ขอบเขตด้านประชากร

ข้อมูลข่าวจากรายการข่าวช่อง 3 ที่เป็นสื่อมวลชนมีอิทธิพลในสังคมไทย เน้นช่วงเวลาที่มีการพูดถึงโฆษณาในรายการดังกล่าว

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

เน้นการศึกษาข่าวจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ของประเทศไทยในบริบทสังคมไทย ผ่านช่องทาง YouTube เท่านั้น

4. ขอบเขตด้านเวลา

เก็บข้อมูลย้อนหลังตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม–31 ธันวาคม พ.ศ. 2567 รวมช่วงเวลา 1 ปีที่สื่อมีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเรื่องโศกนาฏกรรม โดยเน้นวันออกสลากกินแบ่งรัฐบาล รวม 69 วัน โดยเลือกวันในช่วงสิ้นเดือนก่อนวันออกสลาก และวันหลังออกสลากในแต่ละงวด เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนรอบการออกรางวัลจริง เหตุผลคือ

4.1 สลากกินแบ่งรัฐบาลจะออกเป็นงวด เดือนละ 2 ครั้ง คือวันที่ 1 และวันที่ 16 ของทุกเดือน ซึ่งในบางปีอาจมีการเลื่อนวันออกสลากตามวันหยุดหรือวันพระใหญ่

4.2 การเก็บข้อมูลในช่วงวันดังกล่าว คือ ตั้งแต่วันที่ก่อนวันที่ 1 และ 16 รวมถึงวันหลังออกสลาก ช่วยให้ครอบคลุมเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวข้องกับโศกนาฏกรรมอย่างเต็มที่ รวมทั้งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในรอบงวดนั้น

4.3 จำนวน 69 วัน ได้มาจากการรวมวันสำคัญเหล่านี้ตลอดทั้งปี เพื่อให้สอดคล้องกับรอบการออกรางวัลและปริมาณข้อมูลข่าวที่เกิดขึ้นจริงในช่วงเวลาสำคัญของวาทกรรมโศกนาฏกรรม อีกทั้งยังเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทสังคมและวัฒนธรรม เพื่อให้การวิเคราะห์วาทกรรมเกิดความสมบูรณ์และตรงประเด็นกับกรอบวิจัยที่ตั้งไว้

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ ข่าวที่นำเสนอเกี่ยวกับโศกนาฏกรรมในช่วงเวลาที่กำหนดจากรายการเรื่องเล่าเช้านี้ และรายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์ ผ่านการกรองเนื้อหาและวิจยภาษาโดยเฉพาะ โดยเลือกเฉพาะหน่วยวิเคราะห์หรือข้อมูลที่ตอบโจทย์คำถามวิจัยโดยตรง เช่น ข้อมูลข่าวเกี่ยวกับโศกนาฏกรรม ช่วงเวลาที่สำคัญ (วันออกสลากกินแบ่งรัฐบาล) และรายการข่าวที่มีอิทธิพลสูง และการเลือกตัวอย่างโดยอาศัยเกณฑ์และวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องและเหมาะสมกับกรอบการวิจัยเพื่อให้

สอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องการวิเคราะห์อย่างละเอียดโดยเน้นความลึกและความครอบคลุมในตัวอย่างที่เลือก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยอิงตามกรอบแนวคิดของวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) ของ Fairclough เพื่อการวิเคราะห์ถ้อยคำ กลวิธีทางภาษา และอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ในข่าวอย่างละเอียดและชัดเจน ทั้งในระดับกลวิธีทางศัพท์ กลวิธีทางวาทศิลป์ และวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม ซึ่งสอดคล้องกับคุณภาพของงานวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นความลึกและการตีความที่มีความหมายเชิงสังคม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ศึกษาและรวบรวมข้อมูลข่าวจากคลิปวิดีโอและข้อความข่าวจากรายการที่กำหนดในช่วงเวลา 69 วัน โดยมีการบันทึกและจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับวาทกรรมโซคลาอย่างเป็นระบบและครบถ้วน เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกตามกรอบแนวคิดที่กำหนดได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์เนื้อหาข่าวโดยมุ่งเจาะลึกที่วาทภาษาในข่าวโดยเฉพาะ โดยใช้เทคนิค กลวิธีทางศัพท์ เพื่อการเลือกถ้อยคำและการสร้างความหมายเพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงความหมาย และกลวิธีทางวาทศิลป์ เพื่อเข้าใจวิธีการโน้มน้าวทางภาษา ผลงานวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดของ Fairclough ในการเชื่อมโยงระหว่างภาษาอำนาจ และสังคมอย่างครบถ้วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) ของงานวิจัยนี้อ้างอิงตามแนวคิดของ Lincoln และ Guba (1985) โดยเน้นการสร้างหลักฐานความรอบคอบในกระบวนการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ (CDA) ของ Fairclough เพื่อให้เกิดความเชื่อถือได้ (Credibility) ผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) สองมิติ ได้แก่ Triangulation ของแหล่งข้อมูล โดยใช้ข้อมูลข่าว/คลิปวิดีโอจากช่วงเวลาสำคัญ 69 วัน และ Triangulation ของทฤษฎี โดยวิเคราะห์วาทกรรมใน 3 ระดับตามกรอบ CDA (กลวิธีทางศัพท์ วากยสัมพันธ์ และวาทศิลป์) นอกจากนี้ยังใช้การตรวจสอบโดยผู้ให้ข้อมูล (Member Checking) โดยนำผลการตีความหลัก

เกี่ยวกับวาทกรรมโซคลากลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องและ
ลดอคติส่วนตัว (ชาย โพธิ์สิตา, 2552)

สำหรับการสร้างความไว้วางใจได้ (Dependability) และความยืนยันได้
(Confirmability) ผู้วิจัยได้ใช้กลไกที่เน้นความโปร่งใสของกระบวนการวิเคราะห์ ดังนี้
ผู้วิจัยดำเนินการให้เพื่อนนักวิจัยช่วยตรวจสอบ (Peer Debriefing) โดยนำรหัส
(Codes) และข้อสรุปการตีความวาทกรรมไปปรึกษาหารือกับผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อยืนยัน
ความสม่ำเสมอในการใช้เกณฑ์วิเคราะห์ (สุภางค์ จันทวานิช, 2549) พร้อมกันนี้ ผู้วิจัย
ได้จัดทำ การตรวจสอบเส้นทาง (Audit Trail) อย่างเป็นระบบ (Guba & Lincoln,
1989) ซึ่งประกอบด้วย การบันทึกข้อมูลดิบ บันทึกการเข้ารหัสกลวิธีทางภาษา
และบันทึกการตัดสินใจเชิงระเบียบวิธี เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับและรับรอง
ความเป็นกลางของการตีความได้

การวิจัยเชิงวาทกรรมในลักษณะนี้สอดคล้องกับระเบียบวิธีวิจัยของนักวิชาการ
ท่านอื่นที่มุ่งเน้นการเปิดเผยความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับโครงสร้างทางสังคมและ
อุดมการณ์ ดังที่ดวงกมล สารการ และอินธิสาร ไชยสุข (2567) ได้ใช้วาทกรรม
วิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (CDA) และทฤษฎีไวยากรณ์หน้าที่เชิงระบบ (SFL) ของ Halliday
ในการวิเคราะห์พาดหัวข่าวคติความ โดยมีเป้าหมายเพื่อเปิดเผยว่าภาษาในวาทกรรม
สื่อสะท้อนและสืบสานพลังอำนาจและโครงสร้างทางสังคมเช่นเดียวกัน

สุดท้าย เพื่อให้งานวิจัยมีความสามารถในการ ถ่ายโอน (Transferability)
ผู้วิจัยได้นำเสนอ คำอธิบายบริบทที่หนาแน่น (Thick Description) เพื่อระบุขอบเขต
ของข้อมูลอย่างชัดเจน โดยจำกัดอยู่เฉพาะข้อมูลข่าวจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ผ่าน
YouTube ในช่วงเวลาที่กำหนด และเน้นการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive
Sampling) ที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมโซคลาอย่างแท้จริงเท่านั้น (นิศา ชูโต, 2548)
ซึ่งรายละเอียดเหล่านี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้อ่านในการประเมินความสอดคล้อง
กับบริบทอื่น ๆ

5. การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอผลการวิเคราะห์ในลักษณะของการบรรยายเชิงวิเคราะห์ พร้อม
ตัวอย่างข้อความและคำอธิบายการใช้กลวิธีวาทกรรมต่าง ๆ ในข่าว ตลอดจน
การสังเคราะห์ผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงความเชื่อและพฤติกรรมของผู้รับสาร
ที่ได้รับอิทธิพลจากวาทกรรมในสังคมไทยอย่างชัดเจนและครอบคลุม

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์รายการเล่าข่าวออนไลน์จะแสดงให้เห็นถึงการประกอบสร้างของวาทกรรมโซคลาจากชุดวาทกรรมต่าง ๆ เนื่องจากวาทกรรมแต่ละชุดประกอบด้วยความคิดย่อยที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการศึกษาแต่ละวาทกรรมโดยเริ่มต้นด้วยการกล่าวถึงกลวิธีทางภาษาที่รายการเล่าข่าวใช้สื่อวาทกรรมนั้น ๆ จากนั้นจึงกล่าวถึงวาทกรรมที่สะท้อนผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมโซคลา เมื่อพิจารณาตัวบท (text) รายการเรื่องเล่าเช้านี้และรายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์ พบว่า สามารถจำแนกการวิเคราะห์ตัวบทตามกลวิธีทางภาษาศาสตร์ได้ 2 กลวิธีคือ กลวิธีทางศัพท์ (Lexicalization) และกลวิธีทางวาทศิลป์ (Rhetorical Strategies)

ในการศึกษาวาทกรรมเชิงวิพากษ์ที่มุ่งวิเคราะห์กลวิธีทางภาษากับการสร้าง ความหมาย การนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative data) ให้สอดคล้องกับ คุณสมบัติของข้อมูลเชิงคุณภาพ (qualitative data) เป็นสิ่งสำคัญ การใช้ความถี่ และร้อยละนั้นไม่ใช่เพียงการสรุปสถิติธรรมดา แต่เป็นการแสดงให้เห็นถึงแบบแผนการ ใช้กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในข้อมูล ซึ่งสะท้อนการสร้างวาทกรรมในบริบทสังคม เฉพาะ โดยเฉพาะในขั้นตอนการนับจำนวนและคำนวณร้อยละ ผู้วิจัยไม่เพียงแต่นับการปรากฏตัวของหน่วยภาษา แต่ยังต้องพิจารณาว่าการปรากฏตัวนั้นสะท้อนถึงระบบการสร้างความหมายใด และเกี่ยวข้องกับโครงสร้างอำนาจและสังคมอย่างไร ด้วยการดาวน์โหลดคลิปวิดีโอทั้ง 69 วัน และถอดเสียงจากรายการข่าวเป็นข้อความที่แม่นยำ บันทึกข้อพิพาท เวลา วันที่ และส่วนที่เกี่ยวข้องกับโซคลา พร้อมทั้งตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อความถอดเสียง โดยเปรียบเทียบกับวิดีโอต้นฉบับ ด้วยการจำแนกประเภท (Coding) การนับจำนวน การคำนวณร้อยละด้วยสูตร และการนำเสนอในตาราง ดังรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

ตาราง 1

กลวิธีทางภาษาที่พบในรายการข่าวออนไลน์เรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์

กลวิธีทางภาษา	คำศัพท์	จำนวน	ร้อยละ
กลวิธีทางศัพท์			
การยืมคำจากภาษาอื่น	ห่วย ลอตเตอรี่ เก็ง ดิจิตอล แชนด์บ็อกซ์ แบงก์ เปิ้ล แจ็กพ็อต	45	28.12

กลวิธีทางภาษา	คำศัพท์	จำนวน	ร้อยละ
การสร้างคำใหม่	แอปเป้ตัง แม่ค้า แก่บน สลากติจี๊ทัล ตาร้อน ประตูดวง สลากกินแบ่ง เศรษฐีใหม่ สลากออมสิน เศรษฐีข้ามคืน เศรษฐีร้อยล้าน เจ้ามือ หว่ยใต้ดิน นักเสี่ยงโชค	45	28.12
การใช้ชื่อและ การเรียกชื่อ	คุณทักษิณ รัฐบาลประยุทธ์ คุณยิ่งลักษณ์ คุณพิธา ปู่โม่ง ศาลพระภูมิ พญานาค ปู่ด้วงยาดี หลวงปู่ศุลา เกจิอาจารย์ดัง สำนักงานกินแบ่ง รัฐบาล	13	8.12
การเรียกขาน	คนโชคดี หนูน้อยให้โชค อดีตนายก สาวโรงพยาบาล พ่อหม้าย หนูมยุทูปเบอร์ ท่านผู้ชม เศรษฐีใหม่ เศรษฐีข้ามคืน เศรษฐีร้อย ล้าน ลูกศิษย์วัด คนกวาดถนน	3	1.87
การอ้างอิง	ปรากฏว่ารายคนเดียว ผันว่าเจ้าที่ศาลพระภูมิ มาบอกเลข ดูทะเบียนรถยนต์ เลขรถ นายกรัฐมนตรีประจำตำแหน่ง ตัวเลข ในนิ้วก้อย เลขที่บ้านตัวเอง แรงงานชาวกัมพูชา ถูกลอตเตอรี่ แม่บ้านโรงเรียนเอกชนถูกรางวัล เชื่อเรื่องความฝัน ท่านที่ถูกรางวัล มีคนโชคดี สาว อ.บ.ต. สองคน ชาวสุพรรณบุรีถูกรางวัล	27	16.87
รวม		133	83.10
กลวิธีทางวาทศิลป์			
การใช้คำแสดง ทัศนภาวะ	- เงินที่ได้มาก็จะให้ลูกและหลานส่วนหนึ่ง จะแบ่งไปทำบุญค่ะ - มันก็เป็นดวงนะ - แสดงความยินดีด้วยจริง ๆ นะครับ - มีคนถูกมากที่สุดคนเดียว 36 ล้านบาท - แสดงความยินดีกับคนที่ถูกลอตเตอรี่ - มันมีปรากฏการณ์ - ขอแสดงความยินดีด้วยแล้วกัน - ปรากฏว่าถูก	27	16.87
รวม		27	16.87
รวมทั้งหมด		160	100

จากตาราง 1 พบว่ากลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์นั้น พบการยืมคำจากภาษาอื่นและการสร้างคำใหม่มากที่สุดจำนวน 45 คำ คิดเป็นร้อยละ 28.12 รองลงมา พบการอ้างอิงและการใช้คำแสดงทัศนภาวะ จำนวน 27 คำ คิดเป็นร้อยละ 16.87 และพบการใช้ชื่อและการเรียกชื่อตามลำดับ

จากกลวิธีทางภาษาที่พบข้างต้น ผู้วิจัยขอนำเสนอข้อมูลตามตัวอย่างโดยนำข้อมูลตัวบทมาวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Fairclough, 1995) ตามประเด็นที่ศึกษา ประกอบด้วย กลวิธีทางภาษาที่พบและชุดความคิดวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม และวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่างที่ 1)

สรยุทธ: มันจะสู้กับห่วยได้ดินได้หรือไม่ อันนี้มันผันแปรตามจำนวนคนซื้อ แต่มีคนถูกแจ็กพ็อต 3 ตัวตรง คนเดียว

หมวย: ได้ไป 240,782 บาท ค่ะ

สรยุทธ: เราตามดูกันต่อท่านผู้ชม แต่ผมจะบอกว่าผมติดตามอะไรที่สำคัญกว่า คือการสร้างอาชีพ การเปิดโอกาสให้มีคนเข้าไปขาย จะเป็นคนกลุ่มไหน อย่างไร อันนี้ตามดูกันต่อท่านผู้ชม

(เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์, 2 พฤศจิกายน 2567)

จากตัวอย่างคำว่า “แจ็กพ็อต” เป็นคำยืมตรงจากภาษาอังกฤษ jackpot ที่เข้าสู่ภาษาไทยผ่านสื่อบันเทิงและการพนันสมัยใหม่ โดยถูกถ่ายเสียงให้ใกล้เคียงต้นฉบับ แต่ปรับการสะกดเป็นอักษรไทย (“แจ็ก” + “พ็อต”) เพื่อให้สอดคล้องกับระบบอักษรวิธและการออกเสียงของไทย คำนี้สื่อถึง รางวัลใหญ่พิเศษ ซึ่งในบริบทข่าวของสรยุทธ การใช้ “แจ็กพ็อต 3 ตัวตรง” แสดงให้เห็นการทำให้คำยืมที่เป็นศัพท์การพนันสากลถูกนำมาใช้ในวาทกรรมไทยเชิงกึ่งทางการ เพื่ออธิบายการถูกรางวัลจำนวนมากให้เข้าใจง่ายและเร้าอารมณ์ผู้ชม นอกจากนี้ “แจ็กพ็อต” ยังสะท้อนอิทธิพลทางวัฒนธรรมตะวันตกที่แทรกซึมเข้ามาผ่านระบบเศรษฐกิจการเสี่ยงโชคและสื่อ จนกลายเป็นคำที่สังคมไทยใช้สื่อถึงความหวัง ความฝัน และโชคลาภครั้งใหญ่ โดยไม่รู้สึกรู้สีกแปลกแยกจากวัฒนธรรมท้องถิ่น

สะท้อนให้เห็นชุดความคิดที่สื่อถึงความหวังสู่รางวัลใหญ่พิเศษที่อาจเปลี่ยนชีวิต การเล่นเกมเสี่ยงโชคถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมดิจิทัลและการเข้าถึงโอกาส

ของทุกคน การใช้คำภาษาต่างประเทศจะเสริมสร้างความชอบธรรมทางวัฒนธรรมและทำให้ระบบสลากคู้ทันสมัย เพื่อหลีกเลี่ยงการมองว่าเป็นการพนันแบบดั้งเดิม

ในส่วนของวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม สรยุทธ์ (พิธิกร) ใช้การตั้งคำถามให้ผู้ขมคิดตามว่า “สลากคู้ทันเป็นการแข่งขันกับห่วยใต้ดิน” การตั้งคำถามนี้มีวิถีปฏิบัติสำคัญสองประการ คือ 1) การสร้างศรัทธาร่วม โดยนำเสนอว่าห่วยใต้ดินเป็นศัตรูต่อระบบสลากคู้ทัน ซึ่งเป็นระบบที่ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้ และ 2) การสร้างความคาดหวังเพื่อให้ผู้ขมสนับสนุนระบบสลากคู้ทัน เพราะเป็นเรื่องของความถูกต้องและถูกกฎหมาย

วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม สะท้อนให้เห็นว่า วัฒนธรรมของสังคมไทยยอมรับว่าผลประโยชน์ส่วนรวมมีความสำคัญกว่า สิ่งนี้สะท้อนจากการที่พิธิกรกล่าวว่า “ผมจะบอกว่าผมติดตามอะไรที่สำคัญกว่า คือการสร้างอาชีพ” การนำเสนอนี้เป็น การปรับทิศทางของสังคมให้มองเห็นว่าระบบลอตเตอรี่คู้ทันคือเรื่องของการสร้างสังคม ไม่ใช่เรื่องของการถูกรางวัล สิ่งนี้สะท้อนว่าสังคมไทยยอมรับนโยบายเศรษฐกิจที่เชื่อว่า ระบบการพนันสามารถสร้างอาชีพได้

(ตัวอย่างที่ 2)

สรยุทธ์: เอ่อ เมื่อวานนี้ เนื่องจากสลากคู้ทันเหลือเยอะตั้ง 60,000 กว่าฉบับท่านผู้ชม เจ้ามือเมื่อวานนี้ดีใจกันยกใหญ่

ไพรท์: เพราะว่าเก็บ 00 นี้ไว้ ไม่ได้ขายอะคะ คือเลขที่จะขายได้ยากที่สุด

สรยุทธ์: ครับ

(เรื่องเล่าเช้านี้, 17 ตุลาคม 2567)

ภายใต้กรอบวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ คำว่า “เจ้ามือ” ในบริบทการสนทนานี้เป็นการสร้างคำใหม่เชิงสังคม-เศรษฐกิจ ที่สื่อถึงบทบาทผู้จัดการหรือผู้ควบคุมการจำหน่ายสลาก โดยไม่จำกัดเฉพาะการเล่นพนันแบบดั้งเดิม แต่ขยายความหมายมาสู่ผู้มีอำนาจจัดการและบริหารการขายสลากคู้ทัน และการใช้คำว่า “ดีใจกันยกใหญ่” เป็นกลวิธีทางวาทศิลป์ที่สะท้อนชุดความคิดที่สำคัญสองชั้นคือ ความดีใจของ “เจ้ามือ” เป็นสิ่งที่ปกติและสมควร การใช้ “ดีใจ” ซึ่งเป็นคำที่อ่อนโยน และเป็นกลาง (ไม่เป็นคำที่มีอารมณ์ร้ายหรือไม่เป็นธรรม) ทำให้การนำเสนอความดีใจของผู้ขายเมื่อตลาดขายดีและไม่ดีก็ตามจะกลายเป็นเรื่องปกติของธุรกิจไม่ใช่เรื่องไม่ยุติธรรม

วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม สรยุทธ (พิธีกร) ใช้วิถีปฏิบัติการนำเสนอข่าวอย่างปกติและเป็นกลางเกี่ยวกับความดีใจของเจ้ามือซึ่งเป็นการผลิตซ้ำของความเป็นจริงตัวอย่างของวิถีปฏิบัตินี้ประกอบด้วย การใช้ “เอ่อ” ทำให้การนำเสนอดูเหมือนถ้อยคำที่ใช้ขึ้นเกิดจากการคิดตามธรรมชาติไม่ใช่การนำเสนอที่มีจุดประสงค์อื่น หรือเป็นการปกปิดความเป็นจริงของการเลือกคำและการนำเสนอ อีกทั้งการใช้คำว่าท่านผู้ชมก็เป็นการอ้างถึง ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่พวกเรากำลังสนทนากันและฉันกำลังบอกข้อเท็จจริงไม่ใช่กำลังอธิบายประเด็น

วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม การนำเสนอเรื่องที่ว่าสลากเหลือเยอะเจ้ามือดีใจ สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมตลาดที่ทำให้ความดีใจของเจ้ามือดูเหมือน “กำไร” ที่คาดหวัง ไม่ใช่ผลประโยชน์ที่มาจากความเสี่ยงโชคของผู้อื่น ส่งผลให้เกิดการยอมรับว่าเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมทุนนิยมที่ยอมรับความเสี่ยงและกำไรเป็นเรื่องปกติ

(ตัวอย่างที่ 3)

สรยุทธ: คือท่านผู้ชมต้องเข้าใจสังคมการเมืองไทยเป็นมาตั้งแต่ถ้าผมจำไม่ผิด รัฐบาลประยุทธ์ที่เวลาดูเลขท้ายรถประจำตำแหน่งหรือรถที่ไปตรวจงาน

ปรินดา: คุณยังลักษณะก็มีนะคะ ได้ชื่อว่าแม่นยำ

(เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์, 2 มีนาคม 2567)

การใช้ชื่อ “คุณยังลักษณะ” ในบทสนทนา นี้ ภายใต้กรอบวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ แสดงให้เห็นการสถาปนาอัตลักษณ์และอำนาจทางสังคมการเมืองผ่านภาษา โดยคำนำหน้า “คุณ” เป็นการใช้เชิงให้เกียรติและยอมรับสถานะ ขณะเดียวกันชื่อ “ยังลักษณะ” เป็นกลวิธีการอ้างถึงบุคคลทำให้บุคลาการทางการเมืองมิได้ถูกกล่าวถึงเพียงในฐานะอดีตนายกรัฐมนตรื แต่ยังถูกทำให้เป็น “สัญลักษณ์แห่งโชคลาภและความแม่นยำ” ในจินตภาพของสังคม สะท้อนชุดความคิดว่าการอ้างถึงบุคคลทั้งมิติของอำนาจเชิงการเมืองเป็นการสร้างความนิยมและการผลิตซ้ำความเชื่อเชิงวัฒนธรรมที่สื่อมวลชนช่วยขยายและตอกย้ำในพื้นที่สาธารณะ

วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม สรยุทธ (พิธีกร) ใช้วิถีปฏิบัติการนำเสนอตัวอย่างเพื่อสร้างความเป็นจริงของการเชื่อมโยงระหว่างการเมืองและห่วย โดยการใช้คำว่า “ถ้าผมจำไม่ผิด” ซึ่งเป็นการลดความแน่นอนของคำพูดถือเป็นการปกปิดเพื่อหลีกเลี่ยง

การโต้แย้งแต่ละขณะเดียวกันก็ยืนยันว่าการอ้างถึงรัฐบาลประยุทธ์ ในฐานะรัฐบาลที่เป็นที่รู้จักทำให้ผู้ชมยอมรับว่าเป็นข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ (ไม่ว่าจะเป็นจริงหรือไม่)

วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม บทสนทนาชุดนี้สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมของสังคมไทยที่ยอมรับว่าผู้นำการเมืองและระบบห่วยมีความเชื่อมโยงกัน ถึงแม้ว่าผู้ชมไม่ได้ประหลาดหรือวิจารณ์เรื่องนี้แต่ยอมรับว่าเป็นเรื่องปกติ อีกทั้งสะท้อนให้เห็นว่าผู้คนในสังคมไทยเชื่อว่าผู้นำสามารถอ่านหรือใช้ระบบห่วยเพื่อยืนยันความเชื่อว่าระบบห่วยไม่ใช่ระบบล่มแต่ได้รับอิทธิพลจากอำนาจการเมือง

(ตัวอย่างที่ 4)

สรยุทธ: เจ้าของร้าน คือ เจ้าน้ำ นภาพร อายุ 30 ปี บอกเลขนี้เป็นเลขปูต้นกล้วย
พญานาคตามความเชื่อของแม่ค้า

ไพบรท์: คือเห็นเลข 13 ค่ะ ที่นี้พอคนขายลอตเตอรี่มาเห็นเลข 03 อะ เอา 03 ก็ได้ก็
ซื้อเป็นชุดสองใบ

สรยุทธ: แล้วแบ่งกับลูกน้องร้านกล้วยเดี่ยวคนละ 2 ใบ

ไพบรท์: ค่ะ พอรู้ว่าถูกรางวัลที่ 1 ดีใจแทบช็อค

(เรื่องเล่าเช้านี้, 2 กรกฎาคม 2567)

การใช้ชื่อ “ปูต้นกล้วยพญานาค” ในบทสนทนานี้ ภายใต้กรอบวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ แสดงให้เห็นการประกอบสร้างความเชื่อทางวัฒนธรรมผ่านภาษา โดยคำว่า “ปู” เป็นสรรพนามเครือญาติที่สร้างความใกล้ชิดและความศักดิ์สิทธิ์ ขณะที่ “ต้นกล้วย” และ “พญานาค” เชื่อมโยงสัญลักษณ์จากธรรมชาติและตำนานความเชื่อเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการผลิตซ้ำวาทกรรมเรื่องสิ่งเหนือธรรมชาติที่มีอำนาจดลบันดาลโชคลาภ การเรียกชื่อนี้จึงมิได้เป็นเพียงการบอกเล่า แต่ยังตอกย้ำบทบาทของความเชื่อในวิถีชีวิตประจำวัน และเผยให้เห็นว่าสื่อมวลชนมีส่วนในการขยายความหมายและคงไว้ซึ่งอุดมการณ์เรื่องความศักดิ์สิทธิ์และการเสี่ยงโชคในพื้นที่สาธารณะ การวิเคราะห์ชุดความคิดสะท้อนให้เห็นถึงการเลือกเลขเป็น “กระบวนการสำนึก” เห็นได้จากการใช้คำว่า “เห็น” และ “เอา” ซึ่งบ่งชี้ได้ว่าไม่ใช่การตัดสินใจที่คิดอย่างลึกซึ้ง แต่เป็นความรู้สึกหรือสัญชาตญาณมากกว่า

วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมสะท้อนให้เห็นถึงเส้นทางการตัดสินใจเห็นได้จากการที่สรยุทธและไพบรท์ใช้วิถีปฏิบัติการบรรยายอย่างเป็นขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อหวยในลำดับที่มีเหตุผล ดังนี้ เจ้าน้ำเห็นเลข 13 แสดงถึงความเชื่อพื้นบ้าน คนขายลอตเตอรี่

เห็นเลข 03 แสดงถึงการยืนยัน เงินน้ำซื้อเป็นชุดสองใบแสดงถึงการตัดสินใจ เงินน้ำแบ่งกับลูกน้องเป็นการสร้างชุมชน ผลลัพธ์คือถูกรางวัลที่ 1 แสดงถึงความสำเร็จ ซึ่งวิถีปฏิบัตินี้สร้างลำดับเชิงเหตุผลที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกได้ถึงกระบวนการตัดสินใจแบบนี้เหมาะสมและถูกต้อง

วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม บทสนทนาชุดนี้สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของสังคมไทยที่ยอมรับว่าแม่คำกับความเชื่อพื้นบ้านเป็นสิ่งที่คู่กันด้วยการนำเสนอเลขปูดันกล้วยพญานาคว่าเป็นความเชื่อของแม่คำ ทำให้ผู้ชมยอมรับว่าเป็นความเชื่อที่ถูกต้อง ด้วยความเชื่อทางวัฒนธรรมมีค่าในการตัดสินใจทางเศรษฐกิจ การที่เงินน้ำซื้อห่วยบนพื้นฐานของความเชื่อทางวัฒนธรรม ทำให้ผู้ชมเห็นว่าความรู้สามารถใช้ได้จริงในการทำกำไร อีกทั้งระบบห่วยไม่ใช่ระบบปล้นทรัพย์แต่เป็นระบบสร้างมูลค่าบนพื้นฐานของความรู้และความเชื่อส่วนบุคคล ชุดความคิดนี้จึงเป็นการยกระดับของระบบโซคลากให้ดูเป็นระบบที่ชอบธรรมและเป็นตรรกะ

(ตัวอย่างที่ 5)

สรยุทธ: มันมีปรากฏการณ์ที่น่าสนใจหลายท่านที่ติดตามรายการ แต่คนดูรายการเรื่องเล่าเช้านี้ ผมต้องบอกนะ ท่านมีความโชคตีมามากนะชาววันนี้เรื่องเลข 4 เจ้าของบ้านอายุ 44 อยู่บ้านเลขที่ 444 และอยู่ในหมู่ 4 เกิดเหตุการณ์งูจงอางเข้าบ้านในเดือน 4 เริ่มตั้งแต่วันที่ 4 แล้วก็เข้ามาทั้งหมด 4 วัน 4 ตัว เป็นงูจงอางขนาดยักษ์

(เรื่องเล่าเช้านี้, 17 เมษายน 2567)

จากกรณีนี้ สรยุทธ ใช้กลวิธีการ ย้ำซ้ำตัวเลข (เลข 4, อายุ 44, เลขที่ 444, หมู่ 4, เดือน 4, วันที่ 4, 4 วัน, 4 ตัว) หลายครั้งในประโยคเดียวเพื่อเน้นให้ตัวเลขเหล่านี้ดูมีความหมายเป็นพิเศษต่อเหตุการณ์งูจงอางเข้าบ้าน ซึ่งเป็นสัตว์ และปรากฏการณ์ที่ถูกนำเสนอในเชิง “ลาง” หรือ “สัญญาณ” ในวัฒนธรรมไทย กลวิธีทางภาษานี้สร้างปรากฏการณ์ย้ำความสำคัญของ “ตัวเลข” จนกลายเป็น “แบบแผนลึกลับ” หรือ “pattern” ที่ต้องตีความต่อยอด

วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม ผู้เล่าข่าวใช้วิธี “เล่าเรื่องราวแบบลำดับ” เพื่อนำเสนอ “ความบังเอิญที่ไม่ธรรมดา” ของตัวเลขที่เกี่ยวข้องกันอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ข้อมูลบุคคล (เจ้าของบ้านอายุ 44) สถานที่ (บ้านเลขที่ 444) สถานการณ์ (งูเข้าบ้านในเดือน 4 เริ่มตั้งแต่วันที่ 4) และเหตุการณ์ซ้ำซ้อน (4 วัน 4 ตัว) ประกอบกับการใช้ถ้อยคำอย่าง

“ท่านมีความโชคดีมากนะ” และ “ผมต้องบอกนะ” เป็นการเรียกความสนใจและเชิญชวนให้ผู้ชมรู้สึกเป็น “ผู้โชคดี” จากการได้รับรู้ปรากฏการณ์นี้โดยตรงผ่านรายการ

วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม วาทกรรมนี้สะท้อนวัฒนธรรมไทยที่ให้ “ความหมายลึกลับกับตัวเลข” และเหตุการณ์เหนือธรรมชาติ โดยกลายเป็น “ทุนทางสัญลักษณ์” ให้สังคมหยิบไปใช้ในการเสี่ยงโชค ความเชื่อเรื่อง “สิ่งศักดิ์สิทธิ์” หรือ “พลังเหนือเหตุผล” (เช่น งูจงอางยักษ์) ผสมเข้ากับความเชื่อลงในชีวิตประจำวันจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของอุดมการณ์ร่วมทางสังคม กล่าวคือ “เลข 4” และ “เหตุการณ์ประหลาด” ถูกผลิตซ้ำในสื่อเพื่อให้กลายเป็น “ความจริง” ที่มีอิทธิพลต่อการกระทำและวิถีคิดเกี่ยวกับโชค ดวง และการวางแผนชีวิต

(ตัวอย่างที่ 6)

สรยุทธ: แสดงความยินดีด้วยจริง ๆ อันนี้เท่าไร 30 ล้าน เหมือนกัน ไปที่ศรีสะเกษ สักนิดนึง สาวโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ อันนี้ไม่เคยซื้อหรอกแต่บังเอิญว่าไปช่วยงาน ศพญาติแล้วเกิดไปเห็นตัวเลขในนี้ว่าก้อยของคนเสียชีวิต

ปริญดา: น่าจะไปเห็นตัวเลขนี้ว่าก้อยด้านขวา ซึ่งนี้ว่าก้อยลอก แล้วเธอเห็นตัวเลขขึ้นมาว่าก้อย คือ 03 ก็เลยซื้อเอาไว้สองใบ ทั้งที่ปกติไม่ค่อยซื้อ ถูกเลย 12 ล้าน

สรยุทธ: มันก็จะเป็นดวงนะ แล้วแต่ใครจะเห็น อย่างผมเนี่ย เห็นเงินเป็นตัวเลขมากมายแต่ไม่เคยถูกเลย เพราะไม่เคยซื้อ

(เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์, 2 มีนาคม 2567)

ในตัวอย่างนี้ กลวิธีทางภาษา “แสดงความยินดีด้วยจริง ๆ” และการเน้นยอดเงิน (“30 ล้าน”, “12 ล้าน”) เป็นการส่งเสริมความสำเร็จและสร้างภาพว่ารางวัลมีมูลค่ามหาศาล สื่อเลือกใช้รายละเอียดเชิงเฉพาะ (เช่น “สาวโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ”, “ไม่เคยซื้อหรอก”, “งานศพญาติ”, “เห็นตัวเลขในนี้ว่าก้อยของคนเสียชีวิต”) เพื่อเพิ่มน้ำหนักความน่าเชื่อถือให้ปรากฏการณ์ “โชคดีบังเอิญ” มีความสมจริงในขณะเดียวกันกลวิธีทางวาทศิลป์จากข้อความ “มันก็จะเป็นดวงนะ” ทำหน้าที่ถ่ายทอดชุดความคิดเรื่อง “โชค” หรือ “ดวง” ให้กับผู้ชม สะท้อนความเชื่อว่าการประสบความสำเร็จจากห่วยเป็นเรื่องของกรรมลิขิตหรือโอกาสพิเศษที่ควบคุมไม่ได้

วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมนั้นแสดงถึงรูปแบบการนำเสนอเน้นการบอกเล่าข่าวและให้รายละเอียดแบบเล่าเรื่อง สร้าง “ความตื่นเต้น” และ “ความมหัศจรรย์” ผ่านการใช้ถ้อยคำที่มีมิติอารมณ์ เช่น “น่าจะไปเห็นตัวเลขนี้ว่าก้อยด้านขวา”, “นี้ว่าก้อยลอก แล้วเธอเห็นตัวเลขขึ้นมา...คือ 03”, “ปกติไม่ค่อยซื้อ ถูกเลย 12 ล้าน” ผู้เล่าข่าว

พยายามผูกเรื่องราวธรรมดาให้กลายเป็นปรากฏการณ์เหนือสามัญ โดยเฉพาะการอ้างถึงเหตุการณ์พิเศษ (“บังเอิญ”, “งานศพ”, “ตัวเลขบนร่างกาย”) ชี้นำให้ “เหตุปกติ” กลายเป็นสิ่งเร้นลับและน่าติดตาม

วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม เหตุการณ์นี้สะท้อนวัฒนธรรมไทยที่เชื่อใน “สัจญาณ” และ “โชคชะตา” เช่น การเห็นเลขในนิ้วก็อภัยคนตายกลายเป็น “เลขเด็ด” คุณค่าของประสบการณ์ส่วนบุคคล (personal experience) ถูกรวมเข้าด้วยกันกับโครงสร้างการเล่าเรื่องในสื่อ ทำให้ “เรื่องราวส่วนตัว” ขยายกลายเป็น “แบบอย่างทางสังคม” ขณะเดียวกันถ้อยคำ “มันก็จะเป็นตัวงนะ” สะท้อนการยอมรับในพลังของสิ่งเหนือเหตุผล มินิว่าสังคมไทยยังรับรองพื้นที่ของ “ความบังเอิญ” และ “ปาฏิหาริย์” ให้เป็นเหตุผลร่วมในชีวิตประจำวัน กล่าวอีกนัยหนึ่งวาทกรรมนี้ตอกย้ำแนวโน้มทางสังคมที่เชื่อในโชค มากกว่าการวางแผนหรือทักษะส่วนบุคคล

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษากับการสร้างวาทกรรมโซคลาภในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ และรายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์ พบว่า ภาษาในวาทกรรมนี้ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงกลยุทธ์อันทรงพลังที่สร้างความชอบธรรมและยอมรับในระบบเศรษฐกิจ ศาสนา และสื่อ ผ่านกลวิธีภาษาที่หลากหลาย

ประการแรก กลวิธีทางศัพท์ เช่น การใช้คำยืม การสร้างคำใหม่ และการเลือกใช้คำเฉพาะเจาะจงในบริบทความเชื่อโซคลาภเป็นการผลิตและเสริมสร้างอำนาจของระบบเศรษฐกิจที่อยู่เบื้องหลังการเสี่ยงโชค โดยการนำเสนอภาพลักษณ์ของสลาгодิจิทัลในเชิงเทคโนโลยีสมัยใหม่และระบบตลาดที่ชอบธรรม ทำให้ผู้รับสารเข้าใจและยอมรับถึงโครงสร้างและกลไกของระบบเสี่ยงโชคในสังคมอย่างไร้ข้อโต้แย้ง

ประการที่สอง ภาษาในวาทกรรมโซคลาภทำหน้าที่สร้างและรักษาความชอบธรรมทางศาสนาและความเชื่อพื้นบ้าน เช่น การอ้างถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การใช้ตัวเลขเชิงสัญลักษณ์ หรือการบรรยายเหตุการณ์ธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ เช่น การแสดงเลขบนร่างกายหรือเหตุการณ์ธรรมชาติแปลกประหลาด ซึ่งยกระดับความหมายจากเรื่องปกติให้เป็นปาฏิหาริย์หรือสัจญาณแห่งโซคลาภ ทำให้ความเชื่อเหล่านี้ปรากฏเป็นความจริงที่ผู้รับสารยอมรับร่วมกัน

ประการที่สาม ภาษาในสื่อยังทำหน้าที่ยืนยันความชอบธรรมของสื่อเอง ในฐานะผู้ผลิตวาทกรรมโฆษณา โดยการสร้างพื้นที่อำนาจให้กับผู้พูดและผู้รายงานข่าว ผ่านวิถีปฏิบัติการสร้างความเป็นจริง และสร้างสัมพันธ์กับผู้รับสาร ทำให้สื่อสามารถผลิตและขยายวงกว้างของความเชื่อเรื่องโฆษณาที่สอดคล้องกับอุดมการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมในสังคมไทยได้อย่างต่อเนื่อง

สรุปโดยรวม ภาษาในวาทกรรมโฆษณาเป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อยอดและผลิตซ้ำอุดมการณ์ทางเศรษฐกิจ ศาสนา และวัฒนธรรม โดยทำหน้าที่สร้างความน่าเชื่อถือ ความชอบธรรม และความเป็นจริงที่ผู้รับสารต้องยอมรับในสังคมไทยร่วมสมัย ซึ่งช่วยทำให้ระบบเสียงโซมีความต่อเนื่องและเข้มแข็งในประสบการณ์ชีวิตและวิถีคิดของคนไทยในปัจจุบัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. การผสมผสานระหว่างความเชื่อดั้งเดิมกับเทคโนโลยีใหม่ ศาสนากับทุนนิยม รัฐกับตลาดสื่อ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าวาทกรรมโฆษณาในยุคดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงการย้ายพื้นที่จากออฟไลน์สู่ออนไลน์เท่านั้น แต่เป็นกระบวนการผสมผสานที่ซับซ้อนระหว่างความเชื่อดั้งเดิม เทคโนโลยีดิจิทัล ศาสนา ทุนนิยม และอำนาจรัฐ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของณัฐพร พานโพธิ์ทอง และศิริพร ภักดีผาสุข (2560) ที่แสดงให้เห็นว่าวาทกรรมความเชื่อทางศาสนาในสังคมไทยร่วมสมัยมิได้แยกขาดจากระบบเศรษฐกิจทุนนิยม แต่กลับประสานเข้ากับกลไกการสะสมทุนผ่านการใช้ภาษาและสัญลักษณ์ รายการเรื่องเล่าเช้านี้และรายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ออนไลน์ทำหน้าที่เป็นพื้นที่กลางที่อำนาจหลายฝ่ายบรรจบกัน ดังที่ณัชชา อาจารย์ยุตต์ (2564) ชี้ให้เห็นว่า สื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการผลิตซ้ำความเชื่อเรื่องโฆษณาเพื่อธำรงรักษาทางวัฒนธรรมภายใต้โครงสร้างทางสังคมไทยที่ยึดอยู่กับความเชื่อดั้งกล่าว

2. กลวิธีทางภาษาในการสร้างวาทกรรมโฆษณา การใช้คำยืมและการสร้างคำใหม่ เป็นกลวิธีที่สำคัญในการสร้างความหมายและอำนาจทางสังคม ทำให้เกิดการสร้างระเบียบภาษาใหม่ที่ผสมผสานระหว่างความทันสมัยกับความเชื่อดั้งเดิม กลวิธีนี้สอดคล้องงานวิจัยของพรณภัส ทองพูล (2565) ที่แสดงให้เห็นว่า การใช้คำภาษาอังกฤษและการสร้างคำใหม่ในสื่อออนไลน์มีหน้าที่ในการเรียกร้องความสนใจ สร้างภาพลักษณ์ และสร้างความเป็นกันเอง การอ้างถึงบุคคล สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และสถาบันเป็นกลวิธีที่สำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือและความชอบธรรมให้กับวาทกรรม

โซคลาก กลวิธีนี้สะท้อนให้เห็นถึงการใช้ทุนทางศาสนาในการสร้างมูลค่า ดังที่ณัฐพร พานโพธิ์ทอง และศิริพร ภักดีผาสุข (2560) ชี้ให้เห็นว่า วาทกรรมความเชื่อทางศาสนา สร้างชุดความคิดที่ทำให้ผู้ศรัทธาเชื่อว่าการทำบุญหรือการขอพรกับสถาบันทางศาสนา ที่มีชื่อเสียงจะได้รับอานิสงส์มากกว่า

3. ชุดความคิดที่พบในวาทกรรมโซคลาก ผลจากการศึกษาสอดคล้องกับเทวากร คำสัตย์ และคณะ (2565) ชี้ให้เห็นว่า ความเชื่อและขนบธรรมเนียมเป็นส่วนสำคัญของการสืบทอดวัฒนธรรมไทย ในการศึกษาครั้งนี้พบชุดความคิดเรื่องความเชื่อเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ไทยซึ่งแสดงให้เห็นว่าชุดความคิดนี้สร้างการตอกย้ำอัตลักษณ์ทางชาติและทำให้การเสี่ยงโชคกลายเป็นวิถีปฏิบัติทางวัฒนธรรม (Cultural Practice) ที่ยอมรับและสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น

4. วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมเกี่ยวกับเรื่องโซคลาก การเผยแพร่วาทกรรมผ่านแพลตฟอร์ม YouTube ทำให้วาทกรรมโซคลากสามารถเข้าถึงผู้ชมที่หลากหลายทั้งในเมืองและชนบท ทั้งคนทำงานและผู้สูงอายุ การเผยแพร่แบบดิจิทัลยังทำให้เกิดการแบ่งปันและการสื่อสารต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งขยายวงกว้างของวาทกรรมออกไปอย่างทวีคูณ ดังที่ศิริพร ภักดีผาสุข (2561) ชี้ให้เห็นว่า สื่อออนไลน์ทำหน้าที่ผลิตซ้ำความหมายทางวัฒนธรรมและสร้างพื้นที่ให้วาทกรรมความเชื่อดำรงอยู่ต่อไป

5. วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีส่วนทำให้เกิดการกระทำของคนในสังคมปัจจุบัน โดยเฉพาะโครงสร้างทางเศรษฐกิจและความเหลื่อมล้ำที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้วาทกรรมโซคลากได้รับการตอบรับในสังคมไทย สังคมทุนนิยมที่มีความเหลื่อมล้ำทางรายได้สูง และโอกาสในการเลื่อนชั้นทางสังคมที่จำกัด ทำให้ผู้คนมองหาทางลัดในการเปลี่ยนแปลงชีวิต สลากกินแบ่งรัฐบาลจึงกลายเป็นกลไกความหวังทางสังคมที่ให้ความหวังกับคนยากจนและคนชั้นกลางล่างว่าพวกเขามีโอกาสได้รับความมั่งคั่งอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับการศึกษาของสมชาย ศรีสันต์ (2561) ที่ชี้ให้เห็นว่าสื่อสมัยใหม่มีบทบาทในการสร้างและผลิตซ้ำความหวังทางเศรษฐกิจในสังคม

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. การศึกษาเปรียบเทียบวาทกรรมในสื่อประเภทต่าง ๆ

การวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบการสร้างและผลิตซ้ำวาทกรรมโซคลากในสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น การเปรียบเทียบระหว่างรายการโทรทัศน์ คอนเทนต์บนโซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชันเฉพาะทาง และสื่อสิ่งพิมพ์

การศึกษาเปรียบเทียบดังกล่าวจะช่วยให้เข้าใจความแตกต่างของกลไกการทำงานของวาทกรรมในสื่อแต่ละประเภท และปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการเผยแพร่วาทกรรม

2. การพัฒนาเครื่องมือวิเคราะห์วาทกรรมสื่อออนไลน์

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการใช้กรอบมิติทั้งสามของแฟร์คลาฟในการวิเคราะห์วาทกรรมสื่อออนไลน์ หน่วยงานวิจัยและสถาบันการศึกษาควรพัฒนาชุดเครื่องมือมาตรฐานสำหรับการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ในบริบทสื่อดิจิทัล ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ และแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยเครื่องมือดังกล่าวควรพิจารณาลักษณะเฉพาะของสื่อออนไลน์ไทยที่มีการโต้ตอบแบบสองทาง และการเข้าถึงที่กว้างขวาง

แหล่งข้อมูลวิจัย

เรื่องเล่าเช้านี้. (2567, 17 พฤษภาคม). ถ่ายทอดสด รายการเรื่องเล่าเช้านี้.

YouTube. <https://www.youtube.com/live/DdY5S-dxGYE?si=fEfjPVMcRfLj-IGM>

เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์. (2567, 2 พฤศจิกายน). ถ่ายทอดสด รายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=CpD7KwkeXMs>

เรื่องเล่าเช้านี้. (2567, 17 ตุลาคม). ถ่ายทอดสด รายการเรื่องเล่าเช้านี้.

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=1lrQ2Jup3EE>

เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์. (2567, 2 มีนาคม). ถ่ายทอดสด รายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์. YouTube. https://www.youtube.com/live/Tq5-VX-hOKE?si=Zjjbw_2xaLUbQe2J

เรื่องเล่าเช้านี้. (2567, 2 กรกฎาคม). ถ่ายทอดสด รายการเรื่องเล่าเช้านี้.

YouTube. <https://www.youtube.com/live/l4cW7JL13cs?si=95KjGs0Oxtz0PYUU>

เรื่องเล่าเช้านี้. (2567, 17 เมษายน). ถ่ายทอดสด รายการเรื่องเล่าเช้านี้.

YouTube. <https://www.youtube.com/live/bJGoHVJ4pHE?si=Wv-Y0reYebO4dJML>

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2540). *มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*. สำนักพิมพ์
เอ็ดดิสันเพรส.
- ชาย โพธิ์ธิดา. (2552). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. อมรินทร์พริ้นติ้ง
แอนด์พับลิชชิ่ง.
- ณัชชา อาจารย์ยุตต์. (2564). บทบาทสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์กับการผลิตซ้ำความเชื่อ
เพื่อการเสี่ยงโชค. *วารสารศาสตร์*, 14(1), 84-121. [https://so06.tci-
thaijo.org/index.php/jcmag/article/view/246613](https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jcmag/article/view/246613).
- ดวงกมล สารการ และ อินธิสาร ไชยสุข. (2567). “การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์
ในหัวข้อข่าวผ่านคติความระหว่างจอห์นนี่ เดปป์ และ แอมเบอร์ เฮิร์ด”.
วารสารมนุษยศาสตร์กับสังคม, 11(1), 7-28. [https://so06.tci-thaijo.org/
index.php/hsocjournal/article/view/277331](https://so06.tci-thaijo.org/index.php/hsocjournal/article/view/277331).
- เทวากร คำสัตย์, หลู ชินฮุย และ จิตารัตน์ งามนิกร. (2565). การสื่อสารภาษาไทย
กับอัตลักษณ์ทางสังคมของนักศึกษาชาวจีน. *วารสารศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 20(1), 117-131. [https://so02.tci-thaijo.org/
index.php/eduthu/article/view/240277](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/eduthu/article/view/240277).
- นภาพรจิน สุขอ่อน. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและอุดมการณ์ความเป็นมนุษย์
เงินเดือนในแฟนเพจเฟซบุ๊ก Group มนุษย์เงินเดือน* [วิทยานิพนธ์ปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี]. Ubon Ratchathani
University Portal site for E-Thesis & E-Research.
<https://www.esanpedia.oar.ubu.ac.th/e-research/?q=node/2111>
- นิตา ชูโต. (2548). *การวิจัยเชิงคุณภาพ*. พรินต์โพร.
- พรนภัส ทองพล. (2565). กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในเฟซบุ๊กเพจ “Maepranom”.
วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
42(4), 532-546. [https://so03.tci-thaijo.org/index.php/
humsujournal/article/view/264350](https://so03.tci-thaijo.org/index.php/humsujournal/article/view/264350)
- ภูมิทัศน์สื่อไทย. (2566, 11 ธันวาคม). *ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อไทยปี 2566 – 2567*.
<https://www.dataxet.co/media-landscape/2024-th/digital-tv>.

- ศิริพร รักดีผาสุข. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอัตลักษณ์และแนวทางการนำมาศึกษาภาษาไทย*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมชาย ศรีสันต์. (2561). *ว่าด้วยการวิเคราะห์วาทกรรมแนววิพากษ์ (On Critical Discourse Analysis)*. สำนักพิมพ์สมมติ.
- สมสุข หินวิมาน. (2567). “สร้างการสื่อสารคืองานของเธอหรือเปล่า...?”. *วารสารศาสตร์*, 17(1), 6. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jcmag/article/view/270067>.
- สมัชชา นิลปัทม์ และ รุ่งรวี เฉลิมศรีภิญโญรัช. (2562). *วาทกรรมสื่อมวลชนในกระบวนการสันติภาพ*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2549). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 14). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Edward Arnold.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. Longman.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. Routledge.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth generation evaluation*. Sage Publications, Inc.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications, Inc. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(85\)90062-8](https://doi.org/10.1016/0147-1767(85)90062-8)
- Van Dijk, T. A. (1995). Discourse semantics and ideology. *Discourse & Society*, 6(2), 243–289. <https://doi.org/10.1177/0957926595006002006>