



กลวิธีทางภาษาการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาวัตถุมงคลเทพเจ้าหั่งเจียใน กลุ่มเฟซบุ๊กศรัทธา เจ้าพ่อหั่งเจีย ไต่เสี้ยฮุกโจ้ว 大聖佛祖

[ลูกหลานอาวกง]

The presentation method and content of the format of the
sacred object of the deity Heng Jia in the Facebook group
Faith, the Godfather of Heng Jia Tai Seng Huk Zu
(Descendants of Heng Jia)

¹Jiaxin Tan, ²สมบัติ สมศรีพลอย, ³อัศวิทธิ์ เรืองรอง

¹Jiaxin Tan, ² Sombat Somsriploy, ³Akhawit Ruengrong

^{1,2,3} คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

^{1,2,3} Faculty of Humanities and Social science,

Bansomdejchoaphraya RajabhatUniversity

¹Corresponding author, e-mail: 821074005@qq.com

Received April 11, 2024; Revised December 30, 2024; Accepted: December 31, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าหั่งเจียในกลุ่มเฟซบุ๊ก ศรัทธา เจ้าพ่อหั่งเจีย ไต่เสี้ยฮุกโจ้ว 大聖佛祖 [ลูกหลานอาวกง] โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการเก็บข้อมูลโพสต์เกี่ยวกับเทพเจ้าหั่งเจีย 2 ปี 6 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 ใช้แนวคิดเรื่องเล่า และแนวคิดการวิเคราะห์ข้อความ ผลการศึกษาพบว่า 1. กลวิธีการใช้เรื่องเล่าจะใช้องค์ประกอบของเรื่องเล่าเพื่อกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจตลอดการนำเสนอวัตถุมงคล 2. กลวิธีทางศัพท์ ได้แก่ 1) การใช้ชื่อและการเรียกชื่อ 2) การเรียกขาน 3) กลวิธีการอ้างถึง 4) การใช้คำกริยา และ 5) การใช้คำวิเศษณ์ 3. กลวิธีการขยายความ ได้แก่ 1) การขยายความรูปแบบ 2) การขยายความเนื้อหาวัตถุมงคลเทพเจ้าหั่งเจีย และ 3) การขยายความโดยใช้คำนามและคำบอกลำดับ 4. กลวิธีทางวาทศิลป์และวาทกรรม ได้แก่ 1) วาทกรรมแสดงความรู้สึก และ 2) สหบท 5. กลวิธีทางวาทศิลป์ ได้แก่ 1) การใช้คำขวัญ และ 2) การใช้โวหาร และ 6. กลวิธีการใช้ตัวเลข ได้แก่ 1) การใช้ตัวเลขระบุปีที่สร้าง 2) การใช้ตัวเลขระบุจำนวน และ 3) การใช้ตัวเลขระบุราคา ซึ่งกลวิธีที่ปรากฏทั้งหมดมีความสัมพันธ์และมุ่งเน้นการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าหั่งเจียในด้านรูปแบบและเนื้อหาเพื่อแสดงถึงความเข้มแข็งและศักดิ์สิทธิ์

คำสำคัญ: กลวิธีทางภาษา; รูปแบบและเนื้อหา; วัตถุมงคล; เทพเจ้าหั่งเจีย



Abstract

This research aims to analyze the presentation method and content of the format of the sacred object of the deity Heng Jia in the Facebook group Faith, the Godfather of Heng Jia Tai Seng Huk Zu (Descendants of Heng Jia). Employing a qualitative research methodology, the study collected data from posts related to the deity Heng Jia over a period of 2 years and 6 months, from July 2020 to December 2022. It utilized narrative and text analysis approaches. The study findings revealed that 1. The storytelling technique is employed to utilize narrative elements to stimulate interest throughout the presentation of sacred objects. 2. Linguistic techniques include: 1) Using names and appellations, 2) Pronoun usage, 3) Referencing methods, 4) Verb usage, and 5) Adjective usage. 3. Expansion techniques include: 1) Expanding the format, 2) Expanding the content of the sacred objects of the deity Heng Jia, and 3) Expansion using nouns and sequence markers. 4. Practical speech and rhetoric techniques include: 1) Expressing emotions through speech acts, and 2) Employing rhetoric. 5. Artistic speech techniques include: 1) Utilizing slogans, and 2) Employing metaphors. 6. Numerical techniques include: 1) Using specific years for reference, 2) Indicating quantities with numbers, and 3) Specifying prices with numbers. These techniques, collectively, aim to emphasize the strength, sanctity, and significance of presenting the sacred objects of the deity Heng Jia in both format and content.

Keywords: Language techniques; the Format and content; Sacred objects; Deity Heng Jia

บทนำ

เทพเจ้าแห่งเจีย “ฉีเทียนต้าเล้ง” หรือที่รู้จักกันกันอย่างแพร่หลายในชื่อ “หงอคง” หรือ “ซุนหงอคง” หนึ่งในตัวละครหลักของวรรณกรรมจีนเรื่อง “ไซอิ๋ว” ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่สมัยราชวงศ์ซ่ง เป็นการเดินทางของพระถังซำจั๋งไปยังชมพูทวีป (ประเทศอินเดีย) (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2564) กล่าวไว้ว่า “เทพเจ้าแห่งเจีย” เดิมเป็นหินที่อาบแสงสุริยันจันทรามานานนับพันปีจนวันหนึ่งหินปริแตกและมีลิงตัวหนึ่งกระโดดออกมาเอง ลิงตัวนั้นได้ไปอาศัยอยู่กับฝูงลิงที่เขาสวยก้วยซัว (เขาผลไม้) และตั้งตัวเป็นหัวหน้าฝูงมีฉายาว่า “ม้ายเกาอ่อง” (พญาวานรโสภะ) ต่อมาได้ออกเดินทางไปหาวิชาเพราะไม่ยอมแก่ตายอย่างลิงในฝูง เนื่องจากเป็นลิงวิเศษที่เกิดจากธรรมชาติ มีรูปร่างหน้าตาตามกำเนิดเป็นลิง เมื่อได้ศึกษาวิชาธรรมมโหทธิฤทธิ์แล้ว สามารถแปลงกายได้ 72 ร่าง และเป็นอมตะ ในประวัติศาสตร์จีนมีการปรากฏพฤติกรรมการบูชาลิงมาก่อน เนื่องจากลิงเป็นสัตว์ที่มีรูปร่างคล้ายมนุษย์ คนยุคโบราณจึงกราบไหว้ลิงเป็นเทพเจ้า เรื่องเล่าเช่นนี้ทำให้ชาวจีนบางส่วนไม่กล้าทำร้ายลิง และอาจมีการเรียกลิงว่า “ซือฟู” (อาจารย์) (จรัสศรี จิราภาส, 2547) แม้ในวรรณกรรม



เรื่องไขว้จะมีตัวละครที่เป็นเทพเจ้า ได้แก่ ตี๋อโป๊ยก่าย และซัวเจ๋ง แต่ก็ไม่เป็นที่นิยมเท่าที่ควรอาจเพราะอนุภาคของตัวละครไม่เด่นชัดเหมือนกับหึงเจีย

หึงเจีย หรือ ไต่เสี่ยฮุกโจ้ว ถือเป็นเทพเจ้าจีนที่ได้รับความนิยมนับถือศรัทธาจากคนไทยเชื้อสายจีน จึงมีการใช้สรรพนามว่า “อาทง” เสมือนญาติผู้ใหญ่ที่นับถือ เหตุผลเหล่านี้ จึงทำให้มีการสร้างศาลเจ้าตามสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศไทย เช่น ศาลเจ้าพ่อหึงเจีย วัดสามจีน เขาวราช ศาลเจ้าพ่อเฮ้งเจียพระบาทน้อย สวนผัก 19 และ ศาลเจ้าพ่อหึงเจีย เทียนเต้าพังไล่ตัว ซอยเพชรบุรี 36 เป็นต้น ทำให้ศาลเจ้าบางศาลเจ้าได้มีการจัดสร้างวัดถุมงคลเกี่ยวกับเทพเจ้าหึงเจีย ซึ่งวัดถุมงคลเทพเจ้าหึงเจียจะมีกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาวัดถุมงคลเทพเจ้าหึงเจียเพื่อแสดงให้เห็นถึงเทพคุณและเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจแก่ผู้ศรัทธาในระดับปัจเจกชนได้อย่างดี

เพจสาธารณะที่เผยแพร่เรื่องราววัดถุมงคลเทพเจ้าหึงเจียจำนวนมาก ได้แก่ กลุ่มเฟซบุ๊กชื่อ “ศรัทธา เจ้าพ่อหึงเจีย ไต่เสี่ยฮุกโจ้ว 大聖佛祖 [ลูกหลานอาทง]” ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกมากที่สุด จำนวน 46,200 คน ซึ่งแอดมินเพจผู้เปิดเฟซบุ๊กเพื่อรวบรวมผู้ที่ศรัทธาเทพเจ้าหึงเจียไว้ในที่เดียวกันโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเผยแพร่ความรู้ ความศรัทธารวมไปถึงชักชวนให้ผู้อื่นนั้นมาร่วมศรัทธาในองค์ไต่เสี่ยฮุกโจ้วหรือเทพเจ้าหึงเจียด้วยกัน โดยการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของวัดถุมงคลเทพเจ้าหึงเจีย ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญดังกล่าวและสนใจที่จะวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาของวัดถุมงคลเทพเจ้าหึงเจียในรูปแบบต่าง ๆ ในกลุ่มเฟซบุ๊ก ศรัทธา เจ้าพ่อหึงเจีย ไต่เสี่ยฮุกโจ้ว 大聖佛祖 [ลูกหลานอาทง]

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาของวัดถุมงคลเทพเจ้าหึงเจีย ในกลุ่มเฟซบุ๊ก ศรัทธา เจ้าพ่อหึงเจีย ไต่เสี่ยฮุกโจ้ว 大聖佛祖 [ลูกหลานอาทง]

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษากลวิธีทางภาษานำเสนอรูปแบบและเนื้อหาวัดถุมงคลเทพเจ้าหึงเจียในกลุ่มเฟซบุ๊ก ศรัทธา เจ้าพ่อหึงเจีย ไต่เสี่ยฮุกโจ้ว 大聖佛祖 [ลูกหลานอาทง] โดยจำแนกได้ 2 ประเด็นดังนี้

1) การศึกษารวบรวมแนวคิด ทฤษฎีวิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลวิธีการใช้ภาษา แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องเล่า และแนวคิดการวิเคราะห์ข้อความ

2) กลุ่มข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเฟซบุ๊ก จำนวน 1 กลุ่ม คือ กลุ่มเฟซบุ๊ก “ศรัทธา เจ้าพ่อหึงเจีย ไต่เสี่ยฮุกโจ้ว 大聖佛祖 [ลูกหลานอาทง]” ซึ่งผู้สร้างกลุ่มเฟซบุ๊ก คือ 王德安 สร้างขึ้นเมื่อ 2 กรกฎาคม ปี 2563 มีสมาชิก จำนวน 46,200 คน ผู้วิจัยได้คัดเลือกโพสต์โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ของสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มเฟซบุ๊กที่มีเรื่องเล่าและข้อความเกี่ยวกับวัดถุมงคลเทพเจ้าหึงเจียเพื่อมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้



2. การวิเคราะห์ข้อมูล 1) การวิเคราะห์ข้อมูลกลวิธีทางภาษาการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียในกลุ่มเฟซบุ๊ก ศรัทธา เจ้าพ่อแห่งเจีย ไต้เสี่ยฮุกโจ้ว **大聖佛祖** [ลูกหลานอาวอง] ใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องเล่า โดยผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดองค์ประกอบเรื่องเล่าของยูวพาส์ ชัยศิลป์วัฒนา และแนวคิดการวิเคราะห์ข้อความของ จันทิมา อังคณชกิจ มาประยุกต์เพื่อตีความและทำความเข้าใจความหมายหรือสิ่งที่แฝงอยู่ในตัวบท 2) สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

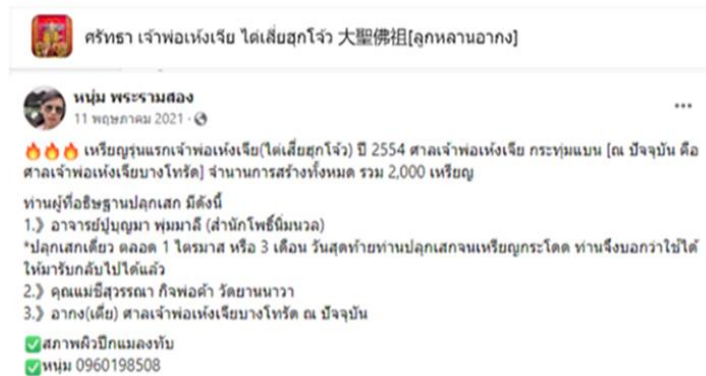
การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียเป็นการนำข้อความที่ปรากฏในโพสต์ของสมาชิกในกลุ่ม“ศรัทธาเจ้าพ่อแห่งเจีย ไต้เสี่ยฮุกโจ้ว **大聖佛祖** [ลูกหลานอาวอง]” มาตีความและทำความเข้าใจความหมายหรือสิ่งที่แฝงอยู่ในตัวบท จากการศึกษาพบกลวิธีการใช้ภาษา ดังนี้

1. กลวิธีการใช้เรื่องเล่า การใช้เรื่องเล่าเป็นการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นการบอกเล่าแบบเรียงตามลำดับเวลา เพื่อแสดงรายละเอียดของเหตุการณ์ (จันทิมา อังคณชกิจ, 2557) นอกจากการแสดงรายละเอียดของเวลาสิ่งสำคัญของเรื่องเล่า คือ องค์ประกอบของเรื่องเล่า เพราะองค์ประกอบของเรื่องเล่ามีส่วนสำคัญที่ช่วยให้กลวิธีการนำเสนอโดยใช้เรื่องเล่าประสบผลสำเร็จ ซึ่งองค์ประกอบของเรื่องเล่า) กล่าวถึง องค์ประกอบของเรื่องเล่าไว้ ดังนี้ 1) โครงเรื่อง 2) องค์ประกอบหรือโครงสร้างของโครงเรื่อง ได้แก่ การเปิดเรื่อง การผูกปม จุดหักเห การแก้ปม การคลี่คลายเรื่อง 3) ตัวละคร 4) ฉาก 5) สัญลักษณ์ 6) แก่นเรื่อง และ 7) บทสนทนา (ยูวพาส์ ชัยศิลป์วัฒนา, 2552)

การใช้เรื่องเล่าที่ปรากฏในข้อความของผู้โพสต์ที่เป็นสมาชิกในกลุ่มเฟซบุ๊ก ศรัทธาเจ้าพ่อแห่งเจีย ไต้เสี่ยฮุกโจ้ว **大聖佛祖** [ลูกหลานอาวอง] ซึ่งโพสต์ข้อความเกี่ยวกับวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย พบว่าผู้เล่าได้บอกรายละเอียดเหตุการณ์การปลุกเสกวัตถุมงคลโดยลำดับเหตุการณ์ว่า ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร และใช้องค์ประกอบของเรื่องเล่าเพื่อนำเสนอความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียในรูปแบบต่าง ๆ

การใช้เรื่องเล่านั้นเริ่มจากการกล่าวถึงการขยายเหรียญว่ามีลักษณะพิเศษคือเป็นเหรียญรุ่นแรกของเจ้าพ่อแห่งเจีย การเปิดเรื่องดังกล่าวมีความสำคัญที่เราให้ผู้อ่านเกิดความต้องการที่จะครอบครองวัตถุมงคล ส่วนฉากที่ปรากฏในโพสต์เป็นการใช้ฉากของศาลเจ้าพ่อแห่งเจียกระทุ่มแบนปัจจุบันคือศาลเจ้าพ่อแห่งเจียบางโหนด ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1

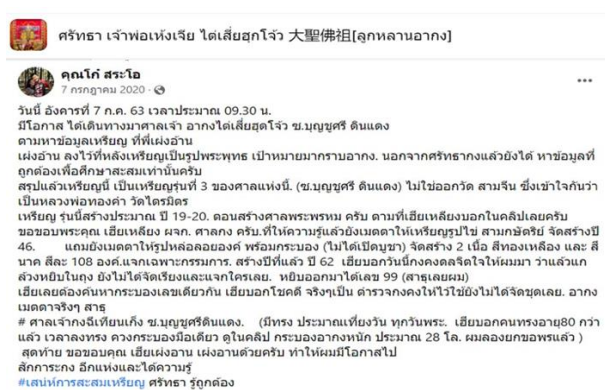


ภาพที่ 1 เรื่องเล่าเหรียญเทพเจ้าแห่งเจีย

ที่มา: หนุ่ม พระรามสอง (2564, ออนไลน์)

นอกจากนั้นตัวละครสำคัญที่พบในโพสต์เป็นการอ้างถึงผู้ปลุกเสก 3 บุคคล ได้แก่ อาจารย์ปู่บุญมา พุมมาลี คุณแม่ชีสุวรรณ กิจพ่อคำ และอาวแกง (เจีย) ที่ได้กระทำพิธีปลุกเสกโดยบอกเวลา “ตลอด 1 ไตรมาส หรือ 3 เดือน” ขณะปลุกเสก “วันสุดท้าย” เหรียญได้ “กระโดด” จึงถือเป็นการแล้วเสร็จพิธีกรรม ผู้เล่าได้ใช้องค์ประกอบด้านเรื่องเล่าเชื่อมโยงกับการบ่งบอกเวลาเพื่อเพิ่มความศักดิ์สิทธิ์และความขลังของเหรียญซึ่งเป็นรุ่นแรก และเนื้อหาสถานที่ คือ ศาลเจ้าเพื่อให้เกิดความศรัทธาได้อย่างแยบยล ส่วนตัวอย่างที่ 2 พบกลวิธีการเปิดเรื่องโดยการลำดับเวลา ผู้โพสต์ในฐานะผู้ใช้ภาษาในการเล่าได้ส่งข้อมูลโดยใช้คำบอกเวลาคือ “วันนี้” เป็นการบ่งชี้การเกิดขึ้นของเหตุการณ์ว่าผ่านไปไม่นาน ต่อด้วยการบอกวัน เดือน ปี และสิ่งสำคัญที่สุดการบอกเวลา คือ “ประมาณ 09.30 น.” กลวิธีดังกล่าวเป็นการเล่าเพื่อบ่งลำดับเวลา เสมือนการเกริ่นนำก่อนเข้าสู่เรื่องราว ซึ่งฉากหรือสถานที่กล่าวถึง คือ ศาลเจ้าอาวแกง ไตเสี้ยฮุกโจ้ว ซอยบุญชูศรี ดินแดง การใช้สถานที่โดยมีจุดประสงค์เพื่อช่วยให้การเดินทางมาของผู้โพสต์มีความมีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 2



ภาพที่ 2 เรื่องเล่าเหรียญแผ่นอ่านเทพเจ้าแห่งเจีย

ที่มา: คุณโก๋ สระโอ (2563, ออนไลน์)



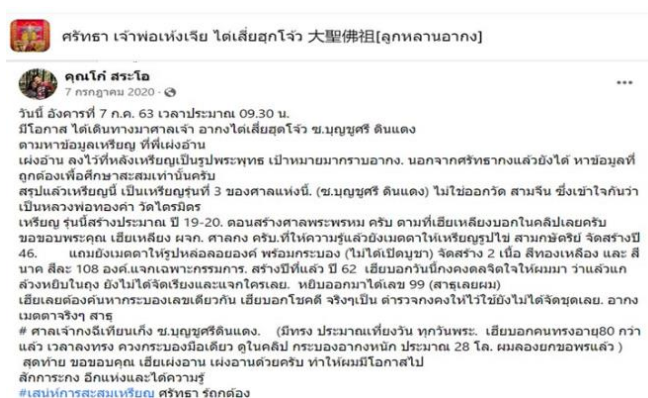
การเดินทางครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายตามที่โพสต์กล่าวคือมา “ตามหาข้อมูลเหรียญ” เป็นการผูกปมให้ผู้เล่าได้มีโอกาสในการเล่าเรื่องราวเหตุการณ์หลังจากนั้น ดังนั้นเมื่อมาถึงจึงต้องตามหาผู้มีความรู้มาให้ความรู้เกี่ยวกับวัตถุมงคล จึงมีการอ้างถึง “เฮียเหลียง” ในฐานะตัวละคร เฮียเหลียงเป็นตัวละครที่บทบาทมาก เพราะเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเหรียญว่าสร้างขึ้นราว “ปี 19-20” คือ พ.ศ. 2519-2520 เป็นการใช้เรื่องเล่าเล่าถึงเหตุการณ์ ตลอดจนอ้างอิงถึงผู้มีส่วนสำคัญนี้แสดงให้เห็นถึงการช่วยให้วัตถุมงคลมีความเด่นชัดและศักดิ์สิทธิ์มากขึ้น กล่าวคือ การกล่าวถึงปีที่ผู้โพสต์เดินทางไปคือ พ.ศ. 2563 เป็นปีปัจจุบันในขณะนั้น ส่วนปีที่สร้างเหรียญ คือ ประมาณ พ.ศ. 2519-2520 ช่วงเวลาที่ห่างกัน 43 ปี โดยประมาณจึงเป็นเครื่องบ่งชี้ความนิยมและความศักดิ์สิทธิ์ของเหรียญรุ่นนี้ เพราะระยะเวลาการสร้างที่ผ่านมายาวนาน

นอกจากนั้นผู้เล่ายังอ้างถึงเฮียเหลียงผู้มีบทบาทสำคัญในการทำให้เหรียญวัตถุมงคลแห่งเจียศักดิ์สิทธิ์มากยิ่งขึ้น โดยการอ้างถึงอากง (เฮ้งเจีย) ว่าตกลงใจให้ผู้เล่าเดินทางมา ซึ่งการเล่านี้ช่วยให้เฮ้งเจียในฐานะที่เป็นอากงและเทพเจ้ามีความน่าเชื่อถือและศรัทธาเป็นอย่างมาก ส่วนตัวละครต่อมาที่ถูกอ้างถึงคือ ร่างทรงอากงที่อายุ 80 ปี โดยการเล่าว่า ผู้ทรงสามารถยกกระบองที่หนักราว 28 กิโลกรัมได้ ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากอิทธิฤทธิ์ของเทพเจ้าเฮ้งเจีย การใช้เรื่องเล่าดังกล่าวจึงมีบทบาทสำคัญที่ทำให้วัตถุมงคลเทพเจ้าเฮ้งเจียมีความศักดิ์สิทธิ์มากขึ้น

2. กลวิธีทางศัพท์ กลวิธีทางศัพท์ เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้คำศัพท์ เพื่อสื่อแทนความคิดหรือประสบการณ์ของ ผู้ส่งสารเป็นการแสดงความคิดและสื่อแทนความคิดของผู้ส่งสาร (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2562) ซึ่งผู้ส่งสารในบทความนี้หมายถึงผู้โพสต์ข้อความในกลุ่มกลุ่มเฟซบุ๊ก ศรัทธา เจ้าพ่อเฮ้งเจีย ไต่เสี้ยฮุกโจ้ว 大聖佛祖 [ลูกหลานอากง] จากการวิเคราะห์พบดังนี้

การใช้ชื่อเป็นกลวิธีการใช้คำศัพท์ที่พบ 1) การใช้ชื่อและการเรียกชื่อ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นมุมมองและความคิดเกี่ยวกับสิ่งที่กล่าวถึงได้เป็นอย่างดีและมักจะเกี่ยวพันกับบริบททางสังคมวัฒนธรรม การเลือกหรือไม่เลือกใช้ชื่อยกอย่างใดอย่างหนึ่งสะท้อนทัศนคติที่เป็นด้านลบหรือด้านบวก (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2562) จากการวิเคราะห์พบดังนี้

ตัวอย่าง



ภาพที่ 3 การใช้ชื่อและการเรียกชื่อวัตถุมงคลเทพเจ้าเฮ้งเจีย

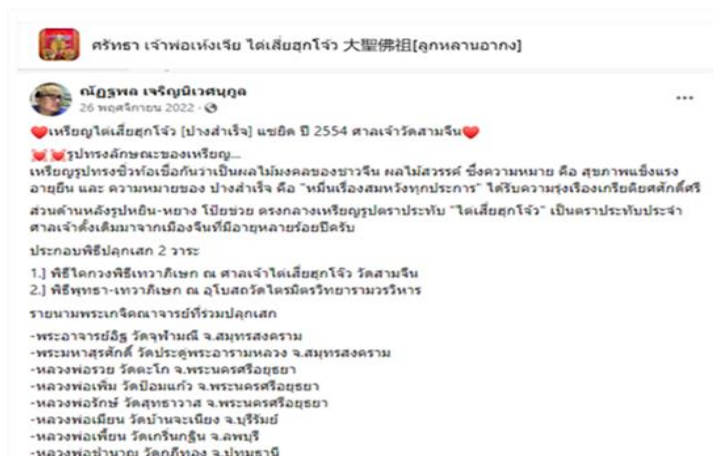
ที่มา: คุณโก๋ สระโอ (2563, ออนไลน์)



กลวิธีการเรียกชื่อที่ปรากฏในตัวอย่าง พบว่า การเรียกชื่อวัดอุโมงค์จะขึ้นต้นด้วยรูปแบบของวัดอุโมงค์ เช่น เจริญ รูปหล่อ ฝ้ายนั้ เป็นต้น โดยจากภาพผู้โพสต์ได้กล่าวถึงการเดินทางมาศาลเพื่อ “ตามหา” คำกริยาที่ปรากฏแสดงให้เห็นถึง การกระทำของผู้โพสต์ที่ต้องการหา “ข้อมูลเจริญ” ข้อความดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากลวิธีการใช้คำเรียกวัดอุโมงค์จาก สื่อถึงรูปแบบการนำเสนอได้อย่างดี อีกประการสำคัญนอกจากจะเรียกชื่อวัดอุโมงค์ตามรูปแบบแล้ว ชื่อของสิ่งที่ได้รับการสร้างขึ้นมาก็คือ เจริญ ที่เรียกว่า “ไต่เสี่ยสุกใจ” หมายถึง พุทธะผู้มีชัยในการยุทธชื่อเรียกดังกล่าวเป็นการแสดงทัศนคติทางบวกของผู้โพสต์ กล่าวคือ คำเรียกชื่อดังกล่าวเป็นเหมือนการยกย่องเจริญ ที่เปลี่ยนแปลงสถานภาพดั้งเดิมของเจริญที่เป็นเพียงตัวละครในนิยายจีนแต่ปัจจุบันเปลี่ยนสถานภาพจากตัวละครเป็นเทพเจ้าและเป็นที่เคารพในฐานะวัดอุโมงค์ การเน้นย้ำให้เห็นว่าการเรียกชื่อวัดอุโมงค์เจริญที่มักจะขึ้นต้นหรือมีคำนามบ่งบอกรูปแบบของวัดอุโมงค์ เช่น กล่าวถึง “เจริญ” เพื่อบ่งบอกรูปแบบวัดอุโมงค์ว่าสร้างขึ้นในรูปแบบประติมากรรมนูนต่ำ ต่อมาจะตามด้วยลักษณะชื่อ คือ เจริญ เป็นชื่อที่เรียกตามการกำเนิด เพราะกำเนิดจากหิน แม้จะเป็นคำเรียกที่สื่อถึงการเกิดจากหินที่มีลักษณะเป็นของแข็งหรือไม่ค่อยมีมูลค่า แต่การเรียกนี้มีนัยให้นักถึงการเกิดที่มหัศจรรย์มากกว่าสิ่งทั่วไป

2) การเรียกขาน จันธิมา อังคพนิชกิจ (2562) กล่าวว่า เป็นกลวิธีใช้เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสื่อสารแบบต่อหน้า ในแต่ละสังคมวัฒนธรรมหรือแม้แต่ในบางสถานการณ์ของการสื่อสารก็อาจใช้การเรียกขานต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับว่าผู้พูดต้องการแสดงความสัมพันธ์ผู้พูดในลักษณะใด มีความสัมพันธ์ ความใกล้ชิด เคารพยกย่องกันมากน้อยเพียงใด คำเรียกขานที่พบเป็นคำนามในหมวดเครือญาติ คือ “อาภ” หมายถึง ปู่ ซึ่งคำว่า อาภ คำเรียกนี้ใช้แทนเจริญซึ่งในกลวิธีการเรียกชื่อที่กล่าวมาพบว่าสถานภาพเปลี่ยนจากตัวละครในวรรณกรรมจีนเป็นเทพเจ้า แต่ในกลวิธีการเรียกขานพบการแสดงสถานภาพที่เปลี่ยนเป็นเครือญาติซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด และความเมตตาต่อลูกหลาน คือ ผู้ศรัทธาเทพเจ้าเจริญ 3) กลวิธีการอ้างถึง เป็นกลไกการเชื่อมโยงบางส่วนของ การอ้างถึงอาจเป็นชื่อบุคคล หรือคำสรรพนาม ซึ่งคำเหล่านี้แสดงมุมมองของผู้พูดที่มีต่อสิ่งที่กล่าวถึงไม่เหมือนกัน ดังนั้น ในการวิเคราะห์ข้อความ การอ้างถึงจัดเป็นตัวบ่งชี้ที่กำหนดสถานภาพ และบ่งบอกอัตลักษณ์เฉพาะของสิ่งที่กล่าวถึงได้ รวมทั้งมุมมองและการกำหนดตำแหน่งความสัมพันธ์ของผู้พูดกับสิ่งที่ตนกำลังกล่าวอ้างถึงได้ (จันธิมา อังคพนิชกิจ, 2562) ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง



ภาพที่ 4 การอ้างอิงบุคคลและพิธีกรรมการปลุกเสกวัตถุมงคล
ที่มา: อนุสรณ์ เจริญนิเวศบุญ (2565, ออนไลน์)

ตัวอย่างข้างต้นเป็นการอ้างอิงชื่อบุคคลสำคัญทั้งหมด 8 บุคคล ซึ่งกลุ่มบุคคลที่ได้รับการอ้างอิงนี้มีสถานภาพเป็นภิกษุทั้งหมด ดังนั้นการอ้างอิงจึงใช้คำที่แสดงความเคารพนับถือ ซึ่งการอ้างอิงดังกล่าวแสดงให้เห็นมุมมองของผู้อ้างอิงที่ต้องการอ้างอิงด้วย กล่าวคือ มีการนำกลุ่มคำมามาประกอบกัน ได้แก่ “**พระ-อาจารย์ พระ-มหา หลวง-พ่อ**” เป็นการยกย่องทั้งหมด โดยคำว่า **พระอาจารย์** แสดงให้เห็นถึงการบ่งชี้พระผู้มีความรู้ความสามารถ ส่วน **พระมหา** เป็นการอ้างอิงที่บ่งชี้ให้เห็นว่าพระรูปนี้สำเร็จการศึกษาเปรียญธรรม 3 ประโยค และคำว่า **หลวงพ่อ** ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าเป็นพระที่ได้รับความเคารพนับถือในฐานะพ่อ และมีอายุมากกว่าผู้อ้างอิง การอ้างอิงนี้ นำมาสู่การทำให้วัตถุมงคล คือ “**เหรียญแห่งเจีย**” มีความศักดิ์สิทธิ์มากขึ้น เพราะได้รับการอ้างอิงทั้งหมดเป็นผู้มีความสามารถ และได้รับการยกย่องจากผู้อ้างอิง

นอกจากการอ้างอิงบุคคลแล้วสิ่งปรากฏอีกประการหนึ่งคือ การอ้างอิงพิธีกรรม เนื่องจากพิธีกรรมเป็นแบบอย่างหรือแบบแผนที่ปฏิบัติในทางศาสนา (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2554, 2556) ดังนั้น การอ้างอิงการทำพิธีกรรมมีส่วนให้วัตถุมงคลมีความเข้มแข็งมากขึ้น ซึ่ง พบการอ้างอิงพิธีกรรมโคกวง หรือพิธีเบิกเนตร เป็นพิธีปลุกเสกวัตถุมงคล และพิธีเทวาภิเษกซึ่งพิธีนี้จะใช้ฆราวาสในการปลุกเสก แต่จากการอ้างอิงพบว่า ผู้ปลุกเสกเป็นพระสงฆ์ทั้งหมด จึงชี้ให้เห็นว่าการอ้างอิงนี้เป็นการอ้างอิงที่ทำให้วัตถุมงคลแห่งเจียเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นการปลุกเสกเพื่อเสริมอำนาจพลังของวัตถุมงคลที่มีพระเกจิอาจารย์มาร่วมกระทำพิธี ส่วน 4) การใช้คำกริยาเป็นการวิเคราะห์การปรากฏของคำกริยาในประโยคที่ไม่เพียงพิจารณารูปคำกริยาเท่านั้น แต่จะต้องหมายรวมไปถึงคำที่สัมพันธ์กับกริยาด้วยเพราะมีส่วนในการสื่อความหมายเกี่ยวกับเหตุการณ์และสิ่งที่ต้องการ (จันทิมา อังคพณิกิจ, 2562) พบว่ากลวิธีการใช้กริยาในข้อความเป็นการชักจูงให้เกิดความ

เลื่อมใสศรัทธา ดังตัวอย่าง



ครุฑา เจ้าพ่อเห้งเจีย ไตเสี่ยสุกโจ้ว 大聖佛祖[ลูกหลานอาวอง]

ฟาร์ม ในตู้
23 มกราคม 2021 · 🌐

เหรียญลูกท้อเทพเจ้าเห้งเจีย ผู้ยิ่งใหญ่เสมอฟ้า หลวงพ่อสาคร ไตรมาสแรก #เบ็อะโหล่ทอง หลวงพ่อสาคร วัดหนองกรับ ปี2551 รุ่น ปกป้อง ๓ ภพ สยบมาร ปลุกเสกตั้งแต่ไตรมาส ปี51 หลวงพ่อสาคร วัดหนองกรับ ปลุกเสก (กันลุดหงพรายกุมาร) ปกป้องคุ้มครอง ป้องกันภัยพิบัติภัย หนุนดวงชะตาราศี แก่ปชช สร้างอาคารพระ ขจัดอุปสรรค โชคลาภทางค้าขาย แคล้วคลาดจากภัยอันตราย สบายพร้อมกลองเค็มๆจากวัด สร้างน้อยหายากมากครับ

"หลวงพ่อบุญ" เป็นพระเกจิอาจารย์ ที่มีลูกศิษย์ให้ความเลื่อมใสศรัทธา ชาวเมืองระยองและจังหวัดใกล้เคียง รำลึกถึงความประพฤติปฏิบัติในพระธรรมวินัย และยังเป็นพระเถระที่ใฝ่เรียนรู้ แสวงหาความรู้จากพระอาจารย์ ต่างๆทั้งฝ่ายของหลวงปู่ทิม อิสริโก แห่งวัดละหารไร่ หลวงพ่อคุณ วัดบ้านไร่ อ.ด่านขุนทด จ.นครราชสีมา โดยเฉพาะการลงอักขระเขียนยันต์ที่สวยงาม

ภาพที่ 5 การใช้คำกริยาบ่งบอกเทพคุณเทพวัตถุมงคลเทพเจ้าเห้งเจีย
ที่มา: ฟาร์ม ในตู้ (2564, ออนไลน์)

ข้อความจากภาพข้างต้น พบคำกริยาที่ใช้ บ่งบอกสถานภาพของวัตถุมงคลแห่งเจียในฐานะสิ่งศักดิ์สิทธิ์จึงมีเทพคุณในการ “ปกป้องคุ้มครอง, ป้องกันภัยพิบัติ, แก่ปชช, สร้างอาคารพระ, ขจัดอุปสรรค, แคล้วคลาดจากภัยอันตราย” คำกริยาที่ปรากฏทั้งหมดบ่งชี้ให้เห็นว่าวัตถุมงคลเทพเจ้าเห้งเจียมีบทบาทในการเป็นผู้กระทำ คือ ช่วยให้ผู้ศรัทธาและถือครองไม่ประสบกับอันตรายต่าง ๆ นอกจากจะช่วยป้องกันแล้วยังพบคำกริยาที่เป็นคำบ่งชี้ในการช่วยส่งเสริม คือ “หนุนดวงชะตาราศี” การใช้คำกริยาดังกล่าวจึงเป็นการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอให้ความเชื่อด้านเนื้อหาเด่นชัดมากขึ้น 5) การใช้คำวิเศษณ์ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554, 2556) ให้ความหมายว่า คำวิเศษณ์ น. คำจำพวกหนึ่งที่แต่งหรือขยายคำนาม คำกริยาหรือคำวิเศษณ์เพื่อบอกคุณภาพหรือปริมาณเป็นต้น ซึ่งการใช้คำวิเศษณ์เป็นการเลือกคำศัพท์เพื่อนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของวัตถุมงคลให้มีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งการใช้คำวิเศษณ์จะใช้คำว่า “หายาก” เพื่อต้องการบอกปริมาณของวัตถุมงคลว่ามีจำนวนไม่มากและเป็นที่เคารพศรัทธาของกลุ่มคน นอกจากการใช้คำวิเศษณ์ว่า “ยาก” มาขยายคำกริยาว่า “หา” เพื่อแสดงให้เห็นว่าวัตถุมงคลแต่ละประเภทเป็นที่นิยมและเคารพศรัทธาแล้วยังพบกลวิธีการใช้คำวิเศษณ์ว่า “น้อย” ซึ่งตรงข้ามกับมาก, ไม่มาก (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2554, 2556) มาขยายคำว่า “สร้าง” เพื่อบอกปริมาณของวัตถุมงคลว่ามีจำนวนจำกัด หรือจำนวนน้อยอีกด้วย ดังนั้น การนำเสนอโดยใช้คำวิเศษณ์จึงช่วยกระตุ้นให้ผู้ศรัทธาในระดับปัจเจกชนต้องการครอบครองวัตถุมงคลชิ้นนั้น

กลวิธีสุดท้าย 6) การตั้งชื่อรุ่น เป็นกลวิธีทางศัพท์ที่สำคัญมากสำหรับวัตถุมงคลเพราะชื่อรุ่นย่อมเป็นภาพแทนของความศักดิ์สิทธิ์และแสดงความเชื่อของวัตถุมงคลที่มีเนื้อหาปรากฏอยู่ภายในรูปแบบ โดยการตั้งชื่อรุ่นวัตถุมงคลเทพเจ้าเห้งเจียตั้งขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้อง การของผู้ศรัทธา เช่น การตั้งชื่อรุ่นว่า “ปกป้อง 3 ภพ สยบมาร” ชื่อรุ่นดังกล่าวนี้มีความสำคัญเพราะแสดงให้เห็นถึงเทพคุณด้านการ “ปกป้อง” หรือคุ้มครองผู้ศรัทธาเทพเจ้าเห้งเจีย นอกจากนั้นยังมีการขยายความหรือเทพคุณของวัตถุมงคลให้ชัดเจนว่า “ปกป้องคุ้มครอง, ป้องกันภัยพิบัติ” ดังนั้น ชื่อรุ่นจึงเป็นการนำเสนอโดยการเลือกคำเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาด้านความแคล้วคลาดปลอดภัยของวัตถุมงคล

3. กลวิธีการขยายความ กลวิธีการขยายความ (Modification) หมายถึง การใช้ถ้อยคำที่เป็นส่วนขยาย อาจเป็นคำ วลี หรืออนุพยางค์ก็ได้ เพื่อเน้นส่วนที่ต้องการขยายให้มีความหมายเด่นชัด เกิดภาพหรือความคิดบางอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งความเด่นชัดอาจมีความหมายในทางที่ดี หรือความหมายทางลบก็ได้ ส่วนพื้นหลังก็มักจะเป็นส่วนประกอบที่ช่วยสนับสนุนการปรากฏตัวของสิ่งที่ต้องการเน้นก็ได้ (จันทิมา อังคพณิกิจ, 2562) ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่ากลวิธีการขยายความส่วนใหญ่จะขยายคำนาม คือ รูปแบบและเนื้อหาของวัตถุมงคลแห่งเจียเพื่อให้ความหมายเด่นชัดขึ้น

การขยายความรูปแบบมักจะกล่าวขึ้นต้นข้อความโดยกล่าวถึงรูปแบบ เช่น เมื่อกล่าวถึงรูปแบบเหรียญแล้ว จะอ้างถึงแห่งเจียในสถานภาพ “อากง” ส่วนคำว่า “ท่วน” เป็นสรรพนามเงา มีการใช้คำคุณศัพท์ คือ “ใจดี” ขยาย อากง ซึ่งหากมีจิตศรัทธาผู้บูชาจะขอพรได้ในทุกด้าน การใช้คำคุณศัพท์ดังกล่าวนี้เป็นการเสริมความหมายทางบวกให้กับวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย นอกจากนั้นยังพบการขยายคำกริยา “น่าสะสมบูชา” คือ “อย่างยิ่ง” คำนี้สนับสนุนความเชื่อของกลุ่มผู้ศรัทธาวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียในฐานะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้ดี ส่วนการขยายเนื้อหาความศักดิ์สิทธิ์นั้นมักอ้างถึงพระเกจิชื่อดังที่มาปลุกเสกวัตถุมงคลแห่งเจีย ซึ่งการขยายความโดยนี้จึงทำให้เกิดภาพเทพคุณ เนื่องจากผู้ปลุกเสกมีสถานภาพเป็นพระต่างกับประชาชนทั่วไป ดังนั้น เนื้อหาของวัตถุมงคลจึงเข้มข้นด้วย และการขยายโดยอ้างถึงนี้ช่วยให้เนื้อหาวัตถุมงคลเด่นชัดขึ้นในด้านดี

นอกจากกลวิธีการขยายความรูปแบบและเนื้อหาของวัตถุมงคล เทพเจ้าแห่งเจีย ยังพบกลวิธีการใช้ภาษาขยายความวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียโดยใช้คำนามแล้วตามด้วยคำบอกจำนวน ถือเป็นกลวิธีสำคัญ เพื่อขยายความวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียให้มีความศักดิ์สิทธิ์และสร้างความศรัทธาให้กับผู้ครอบครอง ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง



ภาพที่ 6 การขยายความโดยใช้คำนามและคำบอกลำดับ

ที่มา: 王德安 (2563, ออนไลน์)

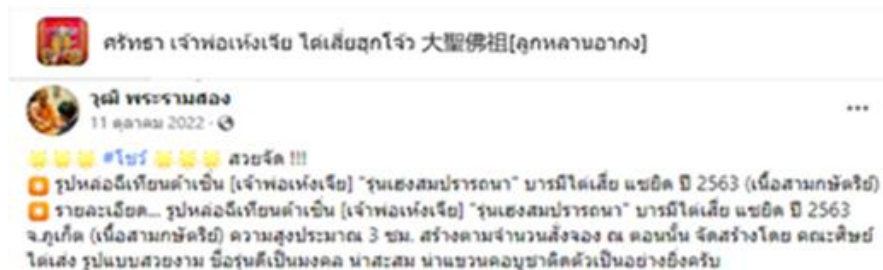
การขยายความโดยใช้คำนามและตามด้วยคำบอกลำดับจากตัวอย่างที่ปรากฏคือคำว่า “รุ่นแรก” ซึ่งเป็นคำนามและคำบอกลำดับ โดยการใช้คำว่ารุ่นแรกนี้เป็นการขยายความวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียให้มีความหมายที่เด่นชัดในกระบวนการของการสร้างวัตถุมงคลเพื่อแสดงให้เห็นถึงความหลังของวัตถุมงคลที่สร้างขึ้นมาก่อน ซึ่งกลวิธีการขยายความจากตัวอย่างที่ปรากฏจะมุ่งเน้นให้เกิดความหมายในทางที่ดีของวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย เนื่องจากกลวิธีนี้จะเป็นกลวิธีที่โน้มน้าวความน่าสนใจให้ผู้ร่วมสื่อสารหรือผู้รับสารได้ โดยคำที่ใช้ขยายส่วนใหญ่มักจะเป็นคำวิเศษณ์ คำคุณศัพท์ หรือคำบอกลำดับเพราะคำเหล่านี้มีหน้าที่แสดงสภาพของวัตถุมงคลแห่งเจียให้เด่นชัดขึ้น เพราะช่วยเน้นให้เห็นว่าลำดับการสร้างก่อนย่อมมีอายุมากและศักดิ์สิทธิ์มากขึ้น



4. กลวิธีทางวจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม

กลวิธีทางวจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม (จันทิมา อังคพณชกิจ, 2557) เป็นการวิเคราะห์โดยอาศัยบริบทภายนอกตัวบท จึงจะต้องสัมพันธ์กับความรู้ ความคิด และข้อมูลทางสถานการณ์และด้านสังคมวัฒนธรรมประกอบ จากการศึกษาพบการใช้วจนกรรมและการใช้สหบท ดังนี้ 1) **วจนกรรม** เป็นถ้อยคำที่บ่งบอกเจตนา กล่าวคือ ถ้อยคำที่คนเราใช้สื่อสารกันนั้นมันจะต้องมีเจตนาบางอย่างอยู่ด้วย เราสามารถตีความถ้อยคำที่สื่อสารออกมาเหล่านั้น และทำให้ทราบเจตนาของผู้ส่งสารได้ว่าต้องการบ่งบอกการกระทำอะไร การใช้วจนกรรมเป็นการใช้ภาษาที่แสดงเจตนาบางอย่างที่ผู้เขียน/ผู้พูดแสดงการปฏิสัมพันธ์โดยตรงต่อผู้อ่าน/ผู้ฟังให้เพื่อให้เกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง พบว่าแห่งเจียในฐานะวัตถุมงคลจะใช้กลวิธีวจนกรรมแสดงความรู้สึก (Expressive) กล่าวคือ เป็นวจนกรรมที่แสดงถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้โพสต์ รวมไปถึงการแสดงความคิดเห็นของผู้โพสต์ต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งความรู้สึกที่ปรากฏในโพสต์เป็นความรู้สึกยกย่อง เชิดชู ศรัทธาในฐานะวัตถุมงคล ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง



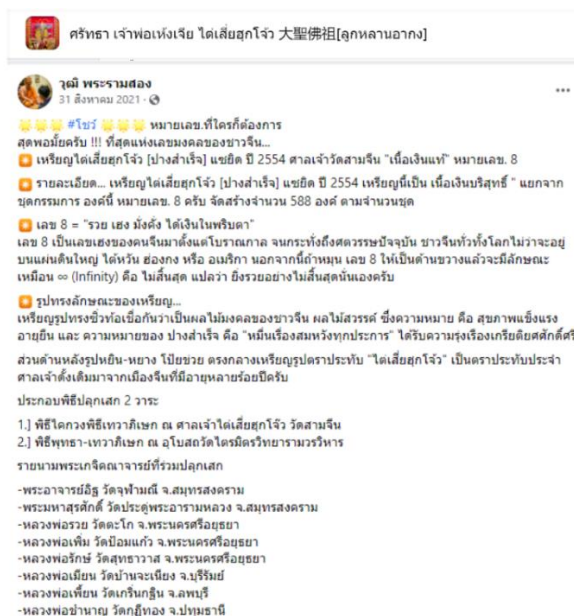
ภาพที่ 7 การใช้วจนกรรมแสดงความรู้สึก

ที่มา: วุฒิ พระรามสอง (2565, ออนไลน์)

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้โพสต์ได้ชูถ้อยคำที่แสดงให้เห็นถึงการยกย่องเชิดชูวัตถุมงคลแห่งเจียได้เป็นอย่างดี โดยแสดงความรู้สึกว่าเหรียญวัตถุมงคลเหรียญนี้ “น่าสะสม, น่าแขวนคอบูชา” ข้อความทั้ง 2 ข้อพบ พบคำนำหน้ากริยา คือ “น่า” เป็นการใช้นำแสดงความรู้สึกให้ผู้รับสาร หรือผู้อ่านเกิดความประสงค์ที่จะรับหรือบูชาวัตถุมงคล ซึ่งการใช้วจนกรรมแสดงความรู้สึกนี้จะเน้นใช้ข้อความในความทางบวกทั้งหมด เพื่อสร้างเน้นย้ำให้เห็นถึงความเชื่อและความศรัทธาที่มีต่อแห่งเจียในฐานะเทพเจ้า 2) สหบท เป็นลักษณะของตัวบทที่สื่อให้รู้ว่ามีความคิดเห็นหรือตัวบทอื่นที่มีอยู่ก่อนแล้ว ปรากฏอยู่ด้วย ข้อความปัจจุบันได้มีความสัมพันธ์ในเชิงตอบสนอง ตอบโต้ หรือปฏิสัมพันธ์กับตัวบทที่มีอยู่ก่อนหน้าแล้ว ซึ่ง แฟร์คลาฟ (Fairclough, 1999, อ้างถึงใน จันทิมา อังคพณชกิจ, 2557) แบ่งสหบท 2 ระดับ ได้แก่ 1) สหบทปรากฏรูป จะอ้างอิงคำพูดของผู้อื่นแบบที่มีเครื่องหมายคำพูดหรืออัญประกาศที่เรียกว่าถ้อยคำแบบรายงานตรง โดยอาจมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลตัวบทที่มีอยู่ก่อนแล้วอย่างชัดเจน และ 2) สหบทแบบแฝง เป็นการนำคำศัพท์มานำเสนอและเรียบเรียงอยู่ในตัวบทของตนอย่างแนบเนียน การปรากฏแบบเรียงร้อยกันไปเป็นเนื้อหาเดียวกันแบบสอดคล้องกัน เช่นนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนตั้งใจใช้เพื่อให้ตัวบทชัดเจนขึ้น ความแตกต่างระหว่างสหบทปรากฏรูปกับสหบทแบบแฝง คือ สหบทปรากฏรูปจะนำข้อความมาไม่ดัดแปลงและใส่ในเครื่องหมายอัญประกาศ (“...”) ส่วนสหบทแบบแฝงจะนำคำมาเรียงร้อยให้เข้ากับข้อความในบริบทของผู้เขียน

ดังตัวอย่างต่อไปนี้ ซึ่งสหพที่ปรากฏในข้อความของผู้โพสต์พบว่ามีสหพทั้งสองแบบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง



ภาพที่ 8 การใช้วจนกรรมและสหพเพื่อนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย

ที่มา: วุดฒิ พระรามสอง (2564, ออนไลน์)

ข้อความจากตัวอย่างข้างต้นพบกลวิธีการใช้สหพปรากฏรูปทั้งหมด 4 จุด ได้แก่ “เนื้อเงินแท้” ซึ่งเป็นการกล่าวถึงเนื้อของวัตถุมงคลรูปแบบเหรียญแม้จะไม่ระบุว่าผู้ใดเป็นผู้กล่าว แต่เมื่ออยู่ภายในเครื่องหมาย “...” จึงแสดงให้เห็นว่ามีผู้กล่าวไว้ โดยอาจเป็นผู้สร้างวัตถุมงคลหรือผู้มีส่วนในการสร้างวัตถุมงคล ส่วนคำต่อมา “รวย เฮ มันคง ในพริบตา” เป็นการอ้างอิงถึงเทพคุณของเทพเจ้าแห่งเจียที่สามารถบันดาลผู้ครอบครองวัตถุมงคล ร่ำรวย มีความโชคดี และมันคงในชีวิตได้ภายในพริบตา นอกจากนั้น คำว่า “หมื่นเรื่องสมหวังทุกประการ” ยังเน้นย้ำข้อความที่อ้างอิงถึงเทพคุณในด้านร่ำรวย โชคดี และมันคงในชีวิตด้วย และข้อความสุดท้ายที่อ้างอิงโดยใช้เครื่องหมายอัฒประกาศ คือ “ได้เลืยสุกใจ” ซึ่งเป็นการอ้างอิงชื่อของเทพเจ้าแห่งเจีย การใส่เครื่องหมายอัฒประกาศ ดังที่พบในข้อความทั้งหมดจึงเป็นกลวิธีการนำเสนอโดยใช้สหพปรากฏรูป

นอกจากการใช้สหพปรากฏรูปแล้ว การใช้สหพแบบแฝงก็พบเช่นกันดังข้อความในตัวอย่าง กลวิธีการใช้สหพแบบแฝง ผู้โพสต์จะไม่ใช้เครื่องหมายอัฒประกาศแต่จะเป็นการนำข้อความดั้งเดิมที่เคยปรากฏมาเรียบเรียงให้เป็นภาษาของผู้เขียนโพสต์โดยในข้อความ เช่น ในข้อความรูปทรงลักษณะของเหรียญ เหรียญรูปทรงชีวิตท้อเชื่อกันว่าเป็นผลไม้ของชาวจีน ... ซึ่งความหมาย คือ สุขภาพแข็งแรง อายุยืน... และ ประกอบพิธีปลุกเสก 2 วาระ ได้แก่ พิธีโคกวงพิธีเทวาภิเษก ณ ศาลเจ้าพ่อได้เลืยสุกใจ วัดสามจีน และพิธีพุทธา-เทวาภิเษก ณ อุโบสถวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร จากข้อความข้างต้น จึงเป็นการใช้สหพแฝง กล่าวคือ นำชุดถ้อยคำหรือข้อมูลที่มีมาเรียบเรียงในสำนวนของตน ข้อสำคัญอีกประการ คือ การที่ผู้โพสต์ได้ใช้ภาษาของตน

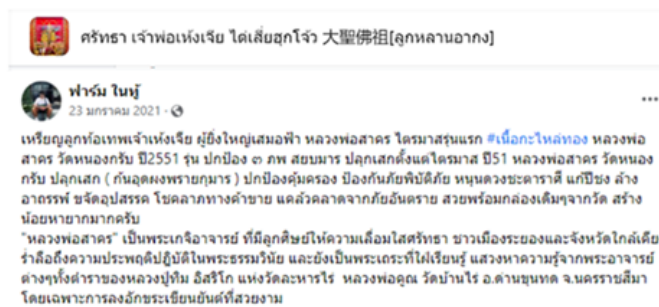


ผ่านข้อความ คือ คำว่า “ครับ” จึงบ่งชี้ให้เห็นว่าเป็นการนำข้อความหรือชุดถ้อยคำที่เคยปรากฏมาเรียบเรียงใหม่ในรูปแบบภาษาของผู้โพสต์เอง แต่กลวิธีทั้งหมดมุ่งอ้างถึงเทพคุณลักษณะของวัตถุมงคล พิธีกรรม ตลอดจนผู้ปลุกเสกเพื่อนำเสนอให้เห็นความเข้มแข็งและความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุมงคลเพื่อสร้างความน่าศรัทธาแก่ผู้ศรัทธาวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย

5. กลวิธีทางวาทศิลป์ กลวิธีทางวาทศิลป์เป็นการใช้ภาษาอย่างมีศิลปะในการสื่อสารหรือสื่อความหมายเกี่ยวกับเรื่องหรือสิ่งที่ต้องการนำเสนอ ศิลปะการใช้ภาษานี้หมายถึงการใช้คุณสมบัติด้านเสียง และความหมายของคำที่มีอยู่ในภาษานำมาสื่อสารเพื่อเกิดความหมายที่ลึกซึ้ง โดยการใช้กลวิธีทางวาทศิลป์จะพบ 2 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำขวัญ และการใช้บทประพันธ์ร้อยกรอง (จันทิมา อังคณชกิจ, 2557) ซึ่งกลวิธีทางวาทศิลป์ในการนำเสนอวัตถุมงคลแห่งเจีย พบการใช้คำขวัญและการใช้โวหาร ดังตัวอย่าง

การใช้คำขวัญเป็นประเภทการสื่อสารด้วยภาษาประเภทหนึ่งประกอบไปด้วยถ้อยคำที่นำมาเรียงร้อยเข้าด้วยกันเป็นข้อความเฉพาะเพื่อสื่อความคิดอย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วนพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554,2556) กล่าวว่า คำขวัญ คือ ถ้อยคำที่แต่งขึ้นเพื่อเตือนใจหรือเพื่อให้เป็นสิริมงคล จิง ลู (Lu,1999 อ้างถึงใน จันทิมา อังคณชกิจ, 2557) กล่าวว่า คำขวัญมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะยึดโยงมวลชนให้เป็นหนึ่ง กระตุ้นและขับเคลื่อนมวลชนให้กระทำหรือมีปฏิกิริยาบางอย่างบางอย่างเกิดขึ้น ส่วน โวหาร พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554, 2556) ให้ความหมายของโวหาร คือ เจริญขึ้นหรือสำนวนหนังสือที่แต่งหรือพูด ซึ่งการใช้โวหารในการนำเสนอวัตถุมงคลแห่งเจียมีความน่าสนใจ เพราะทำให้วัตถุมงคลมีความงดงามและสื่อความหมายเกี่ยวกับความศักดิ์สิทธิ์ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง



ภาพที่ 9 การใช้คำขวัญเพื่อสื่อความหมาย

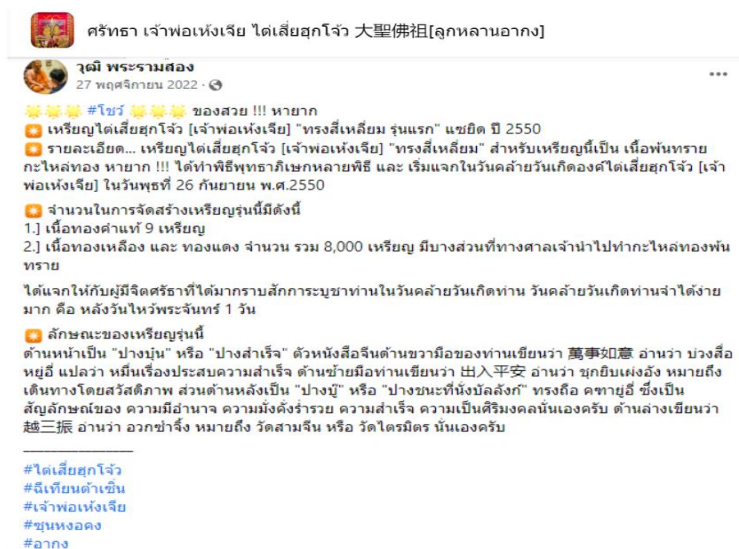
ที่มา: ฟาร์ม ในู (2564, ออนไลน์)

จากข้อความที่ปรากฏ จะพบกลวิธีการใช้คำขวัญที่ใช้คุณสมบัติของเสียงสระ และตัวสะกด คือ “ปกป้อง 3 ภพ สยบมาร” คุณสมบัตินี้ของเสียงที่ปรากฏจะสัมผัสคล้องจองกันคือ “ภพ - สยบ” กลวิธีนี้เป็นการใช้คำขวัญเพื่อบอกชื่อรุ่น แต่มีนัยของการใช้ถ้อยคำเพื่อนำไปสู่ ความเป็นสิริมงคล กล่าวคือ ชื่อรุ่นที่ปรากฏโดยใช้กลวิธีคำขวัญนี้เป็นการตั้งชื่อเป็นการขึ้นนำให้เกิดความเชื่อความศรัทธาในวัตถุมงคลแห่งเจียในฐานะเทพเจ้าที่รักษาคุ้มครองผู้ศรัทธา ทั้งยังช่วยให้ผู้ศรัทธาจดจำชื่อของวัตถุมงคลได้ด้วย ส่วนการใช้โวหารที่ปรากฏเป็นการใช้บุคคลวัต คือ การทำให้สิ่งไม่มีชีวิต มีสภาพ กริยา

อาการ ความรู้สึกเหมือนสิ่งมีชีวิต ซึ่งการใช้โวหารดังกล่าวทำให้วัตถุมงคลมีความศักดิ์สิทธิ์ เพราะใช้คำว่า “เหรียญกระโดด” คำนี้จะนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียได้อย่างดี

6. กลวิธีการใช้ตัวเลข กลวิธีการใช้ตัวเลขเป็นกลวิธีการใช้ภาษาที่พบในการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย และเป็นกลวิธีที่สำคัญมาก เพราะตัวเลขที่ใช้จะบ่งชี้อายุ จำนวน ซึ่งการใช้ตัวเลขในการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียจึงมีส่วนสำคัญในการช่วยขับเน้นให้วัตถุมงคลมีความเข้มแข็ง ตลอดจนเป็นที่เคารพศรัทธา พบ 3 ได้แก่ 1) การใช้ตัวเลขระบุปีที่สร้าง 2) การใช้ตัวเลขระบุราคา และ 3) การใช้ตัวเลขระบุจำนวน ดังภาพ

ตัวอย่าง



ภาพที่ 10 การใช้ตัวเลขเพื่อนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย

ที่มา: วุฒิ พระรามสอง (2563, ออนไลน์)

1) การระบุปีที่สร้าง เป็นกลวิธีการใช้ตัวเลขที่สำคัญเพราะเป็นการขับเน้นให้วัตถุมงคลที่ผ่านการสร้างมานานมีความเข้มแข็งและศักดิ์สิทธิ์ ดังตัวอย่างข้อความจากภาพ คือ วัตถุมงคลรูปแบบเหรียญสร้างขึ้น เมื่อ 2550 หรือ 17 ปีก่อน การใช้ตัวเลขเพื่อระบุระยะเวลาการสร้างจึงเป็นการนำเสนอโดยใช้ตัวเลขเพื่อขับเน้นให้วัตถุมงคลมีความเข้มแข็งมากขึ้นตามที่ผู้ศรัทธาในระดับปัจเจกชนเชื่อ ส่วนกลวิธีการใช้ตัวเลขเพื่อระบุจำนวนการสร้างวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียรูปแบบเหรียญนั้น ผู้โพสต์ได้ระบุจำนวนการสร้างไว้ว่า “เนื้อทองคำ 9 เหรียญ” และ “เนื้อทองเหลือง และทองแดง จำนวน 8,000 เหรียญ” การระบุนี้จึงมีความสำคัญในแง่ของการสื่อสารเพื่อให้ทราบถึงปริมาณการสร้างวัตถุมงคลให้ผู้รับสารรับทราบและหากต้องการครอบครองต้องบูชา เพราะวัตถุมงคลนี้มีจำนวนจำกัด นอกจากรูปแบบเหรียญและรูปหล่อแล้ว รูปแบบพระผง และรูปแบบแกะสลักก็ปรากฏกลวิธีการใช้ตัวเลขเพื่อระบุจำนวนเช่นกัน

2) กลวิธีการใช้ตัวเลขระบุจำนวนการสร้าง เป็นอีกกลวิธีที่สำคัญที่แสดงให้เห็นว่าวัตถุมงคลที่มีจำนวนการสร้างน้อย และประการสำคัญ คือ ใช้คำว่า “หายาก” จึงกระตุ้นให้ผู้ศรัทธาและนักถือเทพเจ้าแห่งเจียประสงค์ครอบครองวัตถุมงคล เพราะหากมีจำนวนการสร้างน้อย เช่น เนื้อทองแท้ที่สร้างเพียง 9 เหรียญเท่านั้น เมื่อมีจำนวนการสร้างน้อยจึงเป็นของหายาก และกระตุ้นให้ผู้ศรัทธา



ต้องการบูชาวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย เพราะจะทำให้รู้สึกว้าวัตุมงคลนั้นเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจได้
 อย่างดี 3) กลวิธีการใช้ตัวเลขระบุราคาวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียพบว่า การใช้ตัวเลขระบุราคาของ
 วัตถุมงคลมีความสำคัญในการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย เช่น ตัวเลขระบุราคา คือ “299”
 บาท การใช้กลวิธีดังกล่าวจะทำให้ว่า หากตั้งราคาที่ 300 จำนวนเลขตัวแรกที่นำหน้าคือเลข 3 มี
 จำนวนที่มากกว่าเลข 2 ดังนั้น แม้จะห่างกันเพียงแค่ 1 บาท ก็นำเสนอวัตถุมงคลให้เป็นที่น่าสนใจได้
 จะจับต้องได้ด้วย กลวิธีการใช้ตัวเลขระบุราคาจึงเป็นกลวิธีที่สำคัญที่มุ่งนำเสนอวัตถุมงคลโดยมีนัย
 แอบแฝงคือเทพพาณิชย์คือการค้าขาย ซึ่งการใช้ตัวเลขเพื่อนำเสนอวัตถุมงคลนั้นจะมีการตั้งราคาหรือ
 ตัวเลขที่อยู่ในราคาจับต้องได้

อภิปรายผลการวิจัย

กลวิธีการใช้ภาษาในการนำเสนอวัตถุมงคล พบว่า มีกลวิธีการใช้เรื่องเล่าที่สอดคล้องกับ
 ยุวพาส์ ชัยศิลป์วัฒนา ที่วิจัยเรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวรรณคดี” เสนอว่า ในด้านองค์ประกอบ
 ของเรื่องเล่า เพราะการนำเสนอปรากฏการเล่าโดยประกอบไปด้วยตัวละคร คือ ผู้ปลูกเสก ส่วนฉาก
 สถานที่ใน การนำเสนอเป็นการกล่าวถึงสถานที่ของการปลูกเสกวัตถุมงคล เช่น วัดสามจีน เป็นต้น
 การใช้เรื่องเล่าดังกล่าวจึงมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอเพื่อถ่ายทอดชุดความเชื่อเกี่ยวกับเทพคุณ
 ของวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย นอกจากนั้นการใช้เรื่องเล่ายังเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอให้เทพเจ้า
 แห่งเจียได้รับ การสร้างสรรค์เป็นวัตถุมงคลอย่างหลายรูปแบบ และเหตุแห่งความนิยมในการสร้าง
 วัตถุเทพเจ้าแห่งเจียนั้น (ยุวพาส์ ชัยศิลป์วัฒนา, 2552) สอดคล้องกับบทความ ของ สุกัญญา สุจนายา
 เรื่อง “การประยุกต์ใช้คติชนในการสร้างวัตถุมงคลในปัจจุบัน” คือ การนำเรื่องเล่าจากนิทานและ
 วรรณคดีถูกนำมาทำเป็นวัตถุมงคล ไม่ว่าจะเป็นสัตว์วิเศษ อาวุธวิเศษและของใช้วิเศษ ดังนั้น การสร้างวัตถุ
 มงคลเทพเจ้าแห่งเจียจึงสร้างขึ้นโดยการนำอนุภาคมาเป็นส่วนในการสร้างวัตถุมงคล สร้างโดยนำ
 แห่งเจียในฐานะสัตว์วิเศษ คือ สิ่งที่เกิดจากหินอาบแสงจันทร์มีฤทธานุภาพมาก ส่วนอาวุธวิเศษที่
 พบคือกระบองสารพัดนึกที่นำมาเป็นอาวุธคู่กาย (สุกัญญา สุจนายา, 2560)

กลวิธีการใช้ภาษาในการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย ยังสอดคล้องกับ “การวิเคราะห์
 ข้อความ” ของ จันทิมา อังคพณิชกิจ ในด้านกลวิธีการใช้ภาษา เพราะมีการใช้กลวิธีทางศัพท์
 เพื่อโดยการใช้ชื่อและการเรียกชื่อ การอ้างถึง ตลอดจนใช้คำกริยาเพื่อนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้า
 แห่งเจียให้มีความเข้มข้น นอกจากนั้นยังมีการขายความรูปแบบและเนื้อหาของวัตถุมงคลให้เกิดความ
 เด่นชัดและศักดิ์สิทธิ์เพิ่มขึ้น ส่วนการใช้วจนกรรมปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรมพบเพียงการใช้วัจกรรม
 และสทบทในการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียเท่านั้น และการใช้วาทศิลป์ที่นำเสนอโดยใช้ภาษา
 ที่งดงามและถ่ายทอดโดยใช้เสียงให้เกิดความน่าสนใจ แต่พบว่ามีการใช้ตัวเลขเพิ่มเติมเพื่อระบุปีที่
 สร้าง จำนวนการสร้าง และราคาวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2561)

การนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียโดยการใช้ภาษาในสื่อสังคมออนไลน์ยิ่งทำให้ความเชื่อ
 และความศรัทธาแพร่กระจาย ในเบื้องต้นการสื่อสารอาจจะจำกัดอยู่เพียงในศาลเจ้าเท่านั้น
 ดังนั้น เมื่อเกิดการนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้วัตถุมงคลกลายเป็นเทพพาณิชย์เพราะมี
 การข้ามสื่อจากเฟซบุ๊ก (FaceBook) ไปสู่เพจสินค้าออนไลน์ทั้งในช้อปปี้ (Shopee) หรือลาซาด้า
 (Lazada) ดังภาพ



ภาพที่ 11 การใช้ภาษาอังกฤษถึงวัดธมฺมมงคลเทพเจ้าหิ้งเจี๋ย
ที่มา: บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด (2566, ออนไลน์)

การนำเสนอวัตถุมงคลหิ้งเจี๋ยจึงไม่ได้จำกัดเพียงแคในกลุ่มเฟซบุ๊กเท่านั้น แต่แพร่กระจายไปในสื่อหรือเพจขายสินค้า โดยการใช้กลวิธีทางภาษาที่โน้มน้าวให้เกิดความน่าเชื่อถือและศรัทธา โดยจากภาพ จะพบการอ้างถึง หลวงพ่ออิฐที่ร่วมปลุกเสก หรือใช้คำกริยา “**แก่ป๊ขง**” ความเชื่อที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือเพจขายสินค้านี้จึงบ่งชี้ให้เห็นว่า เมื่อมนุษย์ไม่มีความมั่นคงทางด้านจิตใจ วัตถุมงคลจึงเป็นทางออกที่ทำให้ “หลีกหนี” จากความไม่มั่นคงและช่วย “บรรเทา” ความไม่คงทางจิตใจ จึงกลายเป็นที่ “ยึดเหนี่ยวจิตใจ” ให้กับผู้ศรัทธาโดยการนำเสนอผ่านกลวิธีด้านการใช้ภาษา

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้จากวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาในการนำวัตถุมงคลเทพเจ้าหิ้งเจี๋ยในกลุ่มเฟซบุ๊กศรัทธา เจ้าพ่อหิ้งเจี๋ย ไต่เสี่ยฮุกโจ้ว **大聖佛祖** [ลูกหลานอาวกง] พบว่า กลวิธีการใช้เรื่องเล่าถือเป็นกลวิธีสำคัญที่จะนำเสนอวัตถุมงคลให้มีความศักดิ์สิทธิ์มากขึ้น โดยเฉพาะการนำตัวละครที่มีอนุภาคเด่นชัดมาสร้างสรรค์ ซึ่งเทพเจ้าหิ้งเจี๋ยเป็นตัวละครสำคัญในวรรณกรรมจีนเรื่องไซอิ๋วที่มีอนุภาค การเกิดจากก้อนหินอาบแสงจันทร์ นอกจากนั้นยังมีอาวุธคู่กายคือกระบองสารพัดนึกที่สามารถยืดและหดได้ตามต้องการ ดังนั้น การนำอนุภาคเหล่านี้มาสร้างสรรค์เป็นวัตถุมงคลจึงมีการนำเสนอโดยใช้เรื่องเล่าบอกเทพคุณได้อย่างชัดเจน ส่วนกลวิธีการใช้ภาษาในการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าหิ้งเจี๋ยแสดงให้เห็นว่า การเลือกสรรถ้อยคำเพื่อนำเสนอเป็นกลวิธีที่โน้มน้าวใจที่สร้างความเชื่อความศรัทธาในระดับปัจเจกบุคคลกระทั่งเป็นกลุ่มได้ โดยเฉพาะการเรียกขานเทพเจ้าหิ้งเจี๋ยในฐานะ อาวกง ซึ่งแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันในฐานะบุคคลในครอบครัว



นอกจากนั้น การใช้คำกริยาก็เป็นอีกกลวิธีที่สำคัญในการสร้างความเชื่อเพราะคำที่เลือกมาทั้งหมด บ่งชี้ให้เห็นเทพคุณและเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจให้แก่ผู้ครอบครองได้ ส่วนกลวิธีการใช้ตัวเลขเป็นการบอกจำนวน จึงมีความสำคัญในการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจีย ซึ่งการใช้ตัวเลขนั้นผู้ โปสต์มี กลวิธีสำคัญในการนำเสนอ โดยเฉพาะการระบุปีที่สร้างวัตถุมงคล เพื่อให้เกิดความศักดิ์สิทธิ์ เพราะผ่านการสร้างมายาวนาน ส่วนการใช้ตัวเลขระบุจำนวนการสร้างมีความสำคัญในแง่ของการนำเสนอ กล่าวคือ เมื่อใช้ตัวเลขระบุจำนวนวัตถุมงคลว่ามีจำนวนจำกัดจะกระตุ้นให้เกิดความต้องการครอบครองมากขึ้นทั้งยังสอดคล้องกับการใช้คำวิเศษณ์ที่บ่งบอกว่า “สร้างน้อย” อีกด้วย นอกจากนี้ การใช้ตัวเลขระบุราคาของวัตถุมงคล พบว่า มีความน่าสนใจเป็นอย่างมากในการตั้งราคาวัตถุมงคล ดังพบราคา 299 บาท ที่ห่างจาก 300 บาท เพียงแค่ 1 บาท แต่เมื่อเลขตัวหน้าเป็นจำนวนที่น้อย คือ 2 น้อยกว่า 3 จึงทำให้โน้มน้าวผู้ศรัทธาได้อย่างแยบยล และราคาที่นำเสนอเพื่อให้บูชาจะเป็นมีราคาที่จับต้องได้ ดังนั้น การนำเสนอวัตถุมงคลจึงจำเป็นที่จะต้องใช้ตัวเลขเพื่อระบุปีที่สร้าง ระบุจำนวน และระบุราคาวัตถุมงคลเพื่อโน้มน้าวและกระตุ้นให้ผู้ศรัทธาครอบครองวัตถุมงคล

สรุป

ผลการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียในกลุ่มเฟซบุ๊ก ศรัทธา เจ้าพ่อแห่งเจีย ไต่เสี่ยฮุกโจ้ว 大聖佛祖 [ลูกหลานอาคง] ใช้แนวคิดเรื่องเล่าของยุวพาส์ ชัยศิลป์วัฒนา และแนวคิดการวิเคราะห์ข้อความของ จันทิมา อังคพนิชกิจ มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อความของผู้โปสต์ กลวิธีที่ 1. การใช้เรื่องเล่าที่ปรากฏในข้อความของผู้โปสต์ พบว่าผู้เล่าได้บอกรายละเอียดเหตุการณ์การปลุกเสกวัตถุมงคลโดยลำดับเหตุการณ์และใช้องค์ประกอบของเรื่องเล่า เพื่อนำเสนอความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียในรูปแบบต่าง ๆ กลวิธีการนำเสนอโดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ข้อความของ จันทิมา อังคพนิชกิจ พบว่า 2. กลวิธีทางศัพท์เป็นกลวิธีสำคัญในการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของวัตถุมงคล ซึ่งกลวิธีทางศัพท์ พบดังนี้ 1) การใช้ชื่อและการเรียกชื่อเป็นการใช้เพื่อบ่งบอกรูปแบบของวัตถุมงคลแห่งเจียแต่ละประเภท เช่น หากเป็นรูปแบบเหรียญจะใช้คำว่า “เหรียญ” เพื่อเรียกชื่อวัตถุมงคลตามรูปแบบ ส่วน 2) การเรียกขานเป็นกลวิธีที่ใช้บ่งบอกความสัมพันธ์ โดยผู้โปสต์จะให้ความสำคัญกับเทพเจ้าแห่งเจียและให้ความสำคัญ เช่น ในฐานะ “อาคง” เพราะเป็นการแสดงความสัมพันธ์ใกล้ชิดและแสดงความเคารพนับถือ 3) กลวิธีการอ้างถึงพบว่า สัมพันธ์และเชื่อมโยงกันระหว่างการอ้างถึงบุคคล และการอ้างถึงพิธีกรรม ซึ่งเป็นการช่วยทำให้เนื้อหาของวัตถุมงคลแห่งเจียมีพลังมากขึ้น เช่น การอ้างถึงผู้ปลุกโดยเฉพาะพระเกจิอาจารย์ ส่วนพิธีกรรมจะเป็นพิธีกรรมพุทธาภิเษก พิธีโคกวง เป็นต้น 4) การใช้คำกริยาใช้เพื่อสื่อความหมายให้กับวัตถุมงคลเกี่ยวกับความเข้มแข็งในด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ เช่น “แคล้วคลาด” “ปกป้องคุ้มครอง” ส่วน กลวิธีทางศัพท์ที่พบเพิ่มเติม คือ 5) กลวิธีการใช้คำวิเศษณ์ เพื่อขยายคำกริยาโดยมีจุดประสงค์สำคัญคือเพื่อบอกประมาณการสร้างวัตถุมงคลว่ามีจำนวนไม่มากขึ้น ซึ่งจะพบคำว่า “น้อย” ต่อท้ายคำว่า “สร้าง” เพื่อบ่งบอกปริมาณของวัตถุมงคล และ 6) กลวิธีการตั้งชื่อรุ่นที่เป็นการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียให้มีความโดดเด่นและศักดิ์สิทธิ์เพื่อแสดงให้เห็นถึงเทพคุณ เช่น “รุ่นสัมฤทธิ์ผล” “รุ่นปราบ 3 ภพ สยบมาร”



3. กลวิธีการขยายความ มุ่งเน้นให้เกิดความหมายในทางที่ดีของวัตถุมงคลแห่งเจีย เนื่องจากกลวิธีนี้จะเป็กลวิธีที่โน้มน้าวความน่าสนใจให้ผู้ร่วมสื่อสารหรือผู้รับสารได้ โดยคำที่ใช้ขยายส่วนใหญ่มักจะเป็นคำวิเศษณ์ คำคุณศัพท์ หรือกริยา เพราะคำเหล่านี้มีหน้าที่ในการแสดงสภาพของวัตถุมงคลแห่งเจียให้เด่นชัดขึ้น ซึ่งคำขยายขยาย 1) ขยายรูปแบบ โดยใช้คำว่า “อย่างย้ง” ขยาย “นำสะสมบูชา” 2) ขยายเนื้อหา เป็นการขยายความที่ต้องการให้เอวที่ปรากฏเข้มขลังขึ้น เช่น ใช้คำว่า “เจิมเลือด” นอกจากนี้ ยังพบว่ามีการขยายความวัตถุมงคลแห่งเจียให้เป็นของหายากเพื่อที่จะสร้างความศรัทธาโดยใช้ 3) การขยายความวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียโดยใช้คำนามและคำบอกลำดับ เช่น รุ่นแรก รุ่นสอง เป็นต้น 4. กลวิธีทางวจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม พบกลวิธีทางวจนปฏิบัติศาสตร์ที่มุ่งเน้นถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกของผู้โพสต์ผ่านการใช้คำช่วยกริยา เช่น “นำบูชา” เป็นต้น 5. กลวิธีทางวาทศิลป์ พบการนำเสนอโดยการใชคำขวัญที่มีสัมผัสคล้องจองเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการครอบครองวัตถุมงคลและการใช้โวหารเพื่อแสดงอภินิหารย์ของวัตถุมงคล เช่น “เหรียญกระโดด” ซึ่งใช้บุคลวัตเพื่อให้เกิดความเข้มขลังของวัตถุมงคล และ 6. การใช้ตัวเลขพบการใช้ตัวเลขเพื่อระบุปีที่สร้าง ระบุราคา และระบุจำนวน เพื่อต้องการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียให้มีความศักดิ์สิทธิ์และน่าศรัทธา ซึ่งราคาที่ระบุจะใช้กลวิธีที่จับต้องได้ เช่น เพียง 299 บาท การใช้ตัวเลขแรกที่น่าด้วยเลข 2 จะน้อยกว่าเลข 3 แม้จะต่างกันเพียง 1 บาท ก็เป็นการนำเสนอให้เกิดความต้องการในการครอบครองวัตถุมงคลได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าแห่งเจียในสื่อการขายสินค้าและบริการ
2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอวัตถุมงคลเทพเจ้าองค์อื่น ๆ ให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2564). เล่าสู่กันฟัง...เรื่อง “แห่งเจีย : พญาวานรผู้กลายเป็นเทพเจ้า”. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2566 จาก www.shorturl.asia/My9OR
- จรัสศรี จิราส. (2557). แห่งเจีย (ผีเทียนต้าเล้ง) ลิงในวรรณกรรมที่กลายเป็นเทพเจ้า. กรุงเทพฯ: มติชน.
- จันทิมา อังคพนิกิจ. (2561). การวิเคราะห์ข้อความ (Discourse Analysis). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุวพาส์ ชัยศิลป์วัฒนา. (2552). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวรรณคดี. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ: บริษัทศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน).



สุกัญญา สุจนายา . (2560). *การประยุกต์ใช้คติชนในการสร้างวัดมุงคลในปัจจุบัน*. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

หนุ่ม พระรามสอง (2564), *ศรัทธา เจ้าพ่อแห่งเจีย ไต่เสี่ยฮุกโจ้ว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2566

จาก https://www.facebook.com/groups/3098644093544862/?locale=th_TH.

บริษัท ช้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด. (2566). *ขายของออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2566

จาก <https://www.dataforthai.com/company/0105558019581/>