กระบวนการสร้างอัตลักษณ์และการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือบนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

Identification Construction and Identity Communication of Women Dress in Thai Fabric on Facebook

อรอุษา บัวบาน และ บุหงา ชัยสุวรรณ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Onusa Buaban and Bunga Chaisuwan
National Institute of Development Administration, Thailand
Corresponding Author, E-mail: onusa.buab9@gmail.com

****

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์คือ 1)เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ 2)เพื่อศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวคิดการศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยาแนวอรรถปริวรรต (Hermeneutic Phenomenology) มุ่งเน้นการตีความปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับแต่ละบุคคล งานวิจัยนี้ใช้เครื่องมือวิจัย 2 วิธี ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิเคราะห์ตัวบท จากกลุ่มผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ 9 คน

ผลการวิจัยพบว่า การสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม คือ 1)ระบบการสื่อสารและภาษา 2)ลักษณะท่าทางและการแต่งกาย 3)เวลาและสำนึก 4)ความสัมพันธ์ 5)ความรู้สึกเป็นตัวเองและระยะห่าง 6)ความเชื่อและทัศนคติ ส่วนการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ มีการสร้างตัวบทในการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก 2 รูปแบบ 1)การสื่อสารอัตลักษณ์จากการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมที่เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคม 2)การสื่อสารอัตลักษณ์จากการเล่าเรื่องที่เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ส่วนบุคคล

คำสำคัญ: การสร้างอัตลักษณ์; การสื่อสารอัตลักษณ์; การแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ

*วันที่รับบทความ: 28 กรกฎาคม 2565; วันแก้ไขบทความ 24 สิงหาคม 2565; วันตอบรับบทความ: 30 สิงหาคม 2565
Received: July 28, 2022; Revised: August 24, 2022; Accepted: August 30, 2022

Abstracts

The purposes of the research are as follows: 1) To study the process of establishing an identity for a woman dressed in Thai fabrics. 2) To study the communication of identity among women who wear Thai fabrics. This is a qualitative study that uses a Hermeneutic Phenomenological concept to analyze individual phenomena. In-depth interviews and textual analysis from a group of women dress in thai fabric of nine informants served as research tools. Findings:

The Identification Construction of Women Dress in Thai Fabric, which is made up of identity, can be divided into six categories: 1) Communication and Language Systems, 2) Gestures and Dress, 3) Time and Realization, 4) Relationship, 5) Feeling of self and Distance, and 6) Beliefs and Attitudes.

Women Dressed in Thai Fabric Communicate Their Identity Textual identity communication on social media on Facebook can take two forms: 1) Social identity communication is identity communication based on the social construction of reality. 2) Narrative identity communication, which is personal identity communication.

Keywords: Identification Construction; Identity Communication; Women Dress in Thai Fabric

บทนำ

เสื้อผ้าถือเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เพราะเสื้อผ้าเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ มนุษย์รู้จักการใช้เสื้อผ้าเพื่อปกปิดส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย นอกจากจะเป็นประโยชน์ในการป้องกันอันตรายจากสิ่งแวดล้อมภายนอกแล้ว เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มยังช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพแสดงให้เห็นถึงรสนิยม ซึ่งสามารถบ่งบอกถึงภาพลักษณ์และสถานภาพทางสังคมของผู้สวมใส่ได้ด้วย (พิชามญชุ์ มะลิขาว, 2554 : 1) ในอดีตเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มยังเป็นเครื่องบ่งบอกฐานะทางสังคม โดยประชาชนส่วนใหญ่จะใช้ผ้าพื้นเมืองที่มีการทอใช้กันเองอยู่ทั่วทุกภูมิภาค สำหรับผ้าไทยทอมือนั้นเป็นหัตถกรรมที่ได้รับการยอมรับว่ามีความประณีตวิจิตรงดงาม เป็นหลักฐานอย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงอดีตกาลแห่งวิถีชีวิตของผู้คนทั้งในด้านความเป็นอยู่ สิ่งแวดล้อม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณีและพิธีกรรมของแต่ละชุมชนในอดีตว่า “เมื่อว่างจากงานนา ผู้หญิงทอผ้า ผู้ชายตีเหล็ก” (วัฒนะ จูฑะวิภาต, 2555 : 1)

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ประเทศไทยมีการติดต่อสัมพันธ์กับประเทศตะวันตกและได้รับอิทธิพลตะวันตกเข้ามาในสังคมไทยอย่างรวดเร็วและแพร่หลาย จนเกิดการกระจายตัวของวัฒนธรรมในสังคมโดยที่สังคมไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบของการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมนี้ได้ การเปิดกว้างในสังคมไทยทำให้ประชาชนมีการซึมซับทางวัฒนธรรมได้อย่างรวดเร็ว ผลกระทบทางวัฒนธรรมที่เห็นได้ชัดคือการแต่งกายที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน (จงจินต์ จิตร์แจ้ง, 2552 : 65) ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออก สินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นจึงเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและยังมีการออกแบบใหม่ ๆ ในทุกฤดูกาลอีกด้วย (พิชามญชุ์ มะลิขาว, 2554 : 1) ปัจจุบันเสื้อผ้ามีการพัฒนาทั้งคุณภาพและรูปแบบที่ทันสมัยขึ้น มีให้เลือกตามความต้องการของผู้ใช้ มีทั้ง

การสั่งตัดเย็บที่ออกแบบโดยเฉพาะบุคคลและการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป อีกทั้งคนรุ่นใหม่เริ่มมีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนทางด้านวัฒนธรรมไทยมากขึ้น บุคคลที่มีความทันสมัยตามกระแสนิยมจึงได้รับอิทธิพลจากแฟชั่นใหม่ ๆ อยู่เสมอ และมักจะมีความต้องการสวมใส่เสื้อผ้าที่มีรูปแบบตรงตามสมัยนิยม โดยนิยมแต่งกายแบบเปิดเผยร่างกายซึ่งมองว่าเป็นการไม่เหมาะสมอาจทำให้วัฒนธรรมไทยอันดีงามด้านการแต่งกายเปลี่ยนแปลงไป ขณะเดียวกันกลุ่มคนที่สวมใส่ผ้าไทยอันเป็นอัตลักษณ์ไทยกลับกลายเป็นเพียงวัยผู้ใหญ่จนถึงผู้สูงอายุเท่านั้น (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2537 : 4) และเมื่อความเจริญแพร่เข้ามาในสังคมไทย เครื่องจักรเข้ามาแทนที่การทอผ้าด้วยหูกหรือกี่ ผู้สืบทอดภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมผ้าทอจึงเลิกทอผ้าและหันไปประกอบอาชีพอื่นมากขึ้น ทำให้งานหัตถกรรมผ้าทอของไทยซบเซาลงจนเกือบจะสูญหายไปจากสังคมไทย

ต่อมาช่วงระยะเวลาหนึ่งในสังคมไทยได้เกิดปรากฏการณ์ที่คนไทยแห่ใส่ชุดไทยไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ โดยสาเหตุมาจากกระแสความแรงของละครเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” จนทำให้เกิดเหตุการณ์ที่มีความหมายทางสังคมร่วมสมัยในปัจจุบันมากมาย (Marketeer, 2561 : online) ส่งผลให้หน่วยงานหลายภาคส่วนหันมาให้ความสนใจและช่วยรณรงค์การสวมใส่ผ้าไทยและร่วมอนุรักษ์รักษาความเป็นไทย จนเกิดเป็นปรากฏการณ์การแต่งกายชุดไทยฟีเวอร์ขึ้นทั่วทั้งประเทศ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการผ้าไทย (ไทยรัฐออนไลน์, 2561 : ออนไลน์) อีกทั้งยังประจวบเหมาะกับงานอุ่นไอรักที่ถูกจัดขึ้นในระยะเวลาใกล้เคียงกันกับช่วงที่ละครบุพเพสันนิวาธกำลังเป็นกระแสในสังคมพอดิบพอดี ยิ่งทำให้มีผู้ให้ความสนใจและรู้สึกว่าการใส่ชุดไทยกลายเป็นสิ่งที่ทุกคนจับต้องได้ และไม่จำเป็นที่จะต้องสวมใส่เพื่อออกงานสำคัญเพียงอย่างเดียวเหมือนในอดีต จึงทำให้การสวมใส่ผ้าไทยกลับมาเป็นที่นิยมและมีสีสันอีกครั้งในสังคม (Sanook, 2561 : ออนไลน์)

ปัจจุบันการนำผ้าไทยมาใช้นุ่งห่มในชีวิตประจำวันที่มิใช่การสวมใส่เพื่อการออกงานหรือพิธีการต่าง ๆ ไม่ได้เป็นเรื่องแปลกในสังคมอีกต่อไป รวมถึงการมีเทคนิควิธีการนุ่งห่มและเครื่องประดับตกแต่งที่ทำให้ผู้สวมใส่เกิดความโดดเด่นที่แตกต่างกัน จนกลายเป็นทางเลือกหนึ่งที่บุคคลใช้เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนจนนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลได้ อีกหนึ่งผู้ที่หันมาใช้ผ้าไทยและปลุกกระแสชุดไทยที่เห็นได้ชัดจากสื่อสังคมอออนไลน์ คือ “แพร อมตา จิตตะเสนีย์” เมคอัพอาร์ทิสต์หรือบิวตี้อินฟลูเอนเซอร์ชื่อดัง แม้จะมีลุคสุดอินเตอร์แต่เธอยังให้ความสนใจในแฟชั่นผ้าไทยกับสไตล์ที่ห่างไกลคำว่าเชย โดยได้นำผ้าไทยมาประยุกต์ให้เข้ากับแฟชั่นในสไตล์ที่มีความเป็นตนเองและมีความร่วมสมัยจนเกิดเป็นอัตลักษณ์ส่วนบุคคลที่เป็นภาพจำต่อบุคคลภายนอกได้อย่างชัดเจน อีกทั้งเธอยังสวมใส่ผ้าไทยท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ผู้ที่ติดตามเธอนั่นชื่นชมในตัวเธอและได้รับอิทธิพลการใส่ชุดไทยไปแบบเต็ม ๆ (Sanook, 2561 : ออนไลน์) โดยกระบวนการของการสร้างอัตลักษณ์นั้นไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแค่มีปัจจัยเข้ามากระทบต่อบุคคลและสะท้อนให้เห็นผ่านพฤติกรรมที่แสดงออกเท่านั้น หากแต่ “อัตลักษณ์” ยังแสดงถึงเรื่องราวที่มีความซับซ้อนเป็นอย่างมาก เพราะทั้งหมดมีการแสดงออกผ่านระบบความคิดของบุคคลที่พยายามหาความเป็นตัวตนและความเข้าใจว่า “เขาคือใคร” ภายใต้กรอบการกระทำและการแสดงออกที่บุคคลนั้นได้แสดงออกมา

รวมถึงการตีความ การให้ความหมาย และการให้คุณค่า อีกทั้งมุมมองที่ซ่อนอยู่ภายในตัวตนของบุคคลอันนำมาเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลนั้นเอง

ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของบุคคลที่มีความต้องการจะกำหนดอัตลักษณ์ของตนเอง เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะตนของตนเองให้ผู้อื่นได้รับรู้ โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเองของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยว่าเป็นอย่างไร และมีวิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ทั้งภายในตนเองและภายนอกตนเองอย่างไร เพื่อแสดงออกความเป็นอัตลักษณ์ของตนให้ผู้อื่นได้รับรู้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ
2. เพื่อศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แนวคิดการศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยาแนวอรรถปริวรรต (Hermeneutic Phenomenology) ซึ่งมุ่งเน้นการตีความปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับแต่ละบุคคล โดยใช้เครื่องมือวิจัย 2 วิธี ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลจากการเลือกเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือมีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป โดยไม่จำกัดอาชีพ สถานภาพ และจะต้องเป็นผู้ที่สวมใส่ผ้าไทยทอมือในชีวิตประจำวันมาไม่น้อยกว่า 1 ปีและจะต้องเป็นผู้ที่สามารถบอกเล่าและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือของตนเองได้ อีกทั้งยังเป็นผู้นำเสนอการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือของตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ในกลุ่มสนทนาบนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก “บ้านชวนนุ่งซิ่น” ซึ่งสมาชิกภายในกลุ่มต้องเป็นผู้สวมผ้าไทยในชีวิตประจำวันทั้งแบบพิธีการและแบบลำลองส่วนตัวอยู่เป็นประจำ ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลประมาณ 1 – 1.5 ชั่วโมงต่อผู้ให้ข้อมูล 1 ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิดและเก็บรวบรวมโพสต์บนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้ให้ข้อมูลตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2562 - กันยายน 2564 โดยเลือกเก็บข้อมูลจากโพสต์ของผู้ให้ข้อมูลอย่างน้อยคนละ 10 โพสต์ โดยผู้วิจัยจะเลือกโพสต์ที่แสดงถึงการสวมใส่ผ้าไทยเพื่อนำภาพและข้อความมาทำการวิเคราะห์ตัวบทต่อไป โดยมีจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 9 ท่าน

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) มาถอดบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ แล้วอ่านบทสัมภาษณ์ดังกล่าวซ้ำๆ เพื่อนำมาใช้ในการตีความตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในเชิงเหตุผลนำไปสู่แนวคิดและทฤษฎีที่ทำการศึกษา โดยสรุปผลข้อมูลแบบการบรรยายเชิงพรรณนา และผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) เพื่อหาข้อสรุปแบบอุปนัยถึงสิ่งที่ผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือต้องการจะสื่อสารออกไปให้ผู้อื่นได้รับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

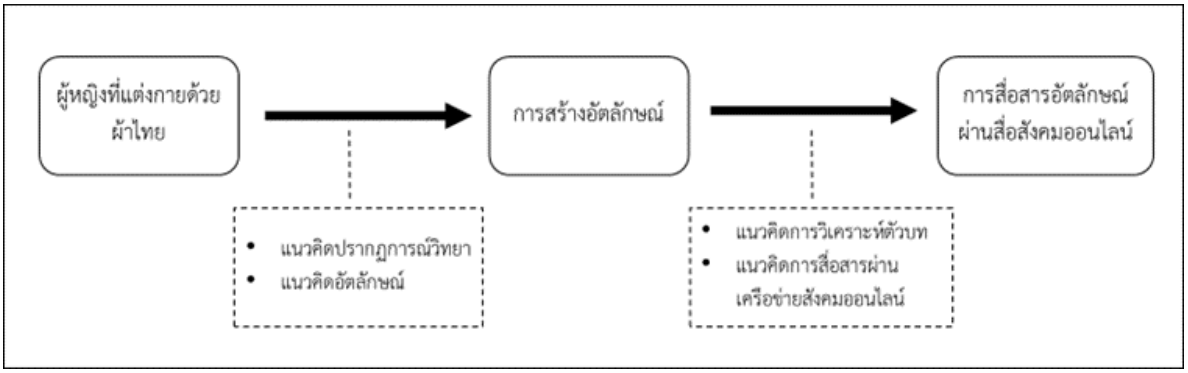
โดยจะทำการตีความจากคำและข้อความที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยเชื่อมโยงกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้นถึงความตั้งใจในการสื่อสารที่อยู่เบื้องหลังภาพและคำบรรยายต่างๆ เหล่านั้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องกระบวนการสร้างและการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ ผู้วิจัยนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

1. การศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ ผู้วิจัยใช้แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา Littlejohn & Foss (2008 : 57) และแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ Hall and Du Gay (1996 : 65) ในการอธิบายการสื่อสารภายในตัวเองเพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทย

2. การศึกษาเกี่ยวกับวิธีการสื่อสารอัตลักษ์ผ่านสื่อของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทย ผู้วิจัยใช้แนวคิดการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และแนวคิดการวิเคราะห์ตัวบท โดยแยกเป็นสองส่วนคือ 1.การสร้างความเป็นจริงทางสังคม กาญจนา แก้วเทพ (2557 : 107) 2.การเล่าเรื่อง Lucaites & Condit (2006 : 90-108) เพื่อวิเคราะห์ความคิด วิธีการในการสื่อสาร รวมถึงการเลือกรูปภาพและการใช้ภาษา ที่ใช้ในการเล่าเรื่องเพื่อสร้างความหมายของตัวตนและอัตลักษณ์ ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยต้องการสื่อออกไปให้ผู้อื่นในสังคมได้รับรู้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 9 ท่าน ซึ่งเป็นผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือมีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป โดยไม่จำกัดอาชีพ สถานภาพ และจะต้องเป็นผู้ที่สวมใส่ผ้าไทยทอมือในชีวิตประจำวันมาไม่น้อยกว่า 1 ปีและจะต้องเป็นผู้ที่สามารถบอกเล่าและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือของตนเองได้ อีกทั้งยังเป็นผู้นำเสนอการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือของตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีอายุน้อยที่สุดคือ 34 ปี และมีอายุมากที่สุดคือ 68 ปี ทุกคนจบการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่จบการศึกษาขั้นปริญญาโทและบางส่วนจบการศึกษาขั้นปริญญาเอก มีฐานะทางเศรษฐกิจปานกลางถึงขั้นดี กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีทั้งผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย

ที่มาของการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ

1) จุดเริ่มต้นในการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ

ผู้ให้ข้อมูลแสดงถึงจุดเริ่มต้นในการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือเกิดจากการเห็นบุคคลในครอบครัวและสังคมรอบข้างใช้ผ้าไทยทอมือในการแต่งกายมาตั้งแต่เยาว์วัย ซึ่งเป็นปัจจัยที่สร้างให้เกิดความเคยชินและซึมซับการใช้ผ้าไทยโดยไม่รู้ตัว ทำให้เกิดการรับรู้และผสมผสานกลมกลืนจนเป็นนิสัยส่วนบุคคลในการสวมใส่ผ้าไทยในชีวิตประจำวันและในโอกาสต่าง ๆ อีกทั้งยังเกิดจากหน้าที่การงานที่ได้มีโอกาสเดินทางไปทำงานในจังหวัดต่าง ๆ ทำให้เห็นผ้าพื้นเมืองซึ่งเป็นผ้าที่ทอใช้กันเองภายในชุมชนและจัดจำหน่ายในศูนย์วิสาหกิจชุมชน ทำให้เกิดความรู้สึกชอบจึงตัดสินใจซื้อและสะสม จนเกิดการนำมาใช้ในชีวิตประจำวันและในโอกาสต่าง ๆ

2) งานอดิเรกที่เป็นกิจกรรมยามว่าง

ผู้ให้ข้อมูลมีการใช้เวลาว่างในการทำงานฝีมือ เช่น เครื่องประดับลงยา เพ้นท์ลายไทย งานประดิษฐ์ต่าง ๆ เช่น ทำกระเป๋า ทำบายศรี ร้อยพวงมาลัย การถักโครเชต์ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ในกับตนเอง อย่างไรก็ดีกิจกรรมยามว่างเหล่านี้สำหรับบุคคลอื่นอาจจะไม่ได้มีความหมายแฝงไว้เช่นเดียวกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล หากแต่กิจรรมเหล่านี้สามารถสะท้อนตัวตนถึงพื้นฐานที่รักและชื่นชอบความเป็นไทย และยังมีงานกิจกรรมอีกลักษณะหนึ่งที่มีจุดร่วมสำคัญของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เหมือนกันคือ การศึกษาความรู้เพิ่มเติมเรื่องผ้าชิ่นจากแหล่งต่าง ๆ รวมถึงศึกษาด้านประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาการทอผ้า

3) งานศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีความชื่นชอบ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยพบว่า งานศิลปวัฒนธรรมที่ผู้ให้ข้อมูลมีความชื่นชอบที่เหมือนกัน งานเหล่านั้นมักมีความเกี่ยวเนื่องกับศิลปวัฒนธรรมไทย อาทิ การฟ้อน รำไทย ดนตรีไทย และจิตรกรรมฝาผนัง สิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนการสร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคลได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องวงจรแห่งวัฒนธรรม (Circuit of Culture) ของ Hall and Du Gay และแนวคิดวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์โดย Edward T. Hall ใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้ดังนี้

การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ

1) ระบบการสื่อสารและภาษา ผู้ให้ข้อมูลมีการใช้ภาษาเป็นภาษาท้องถิ่นกับคนในพื้นที่เดียวกัน และใช้ภาษากลางกับคนต่างพื้นที่ เพื่อให้ง่ายต่อการสื่อสารและทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ เกิดความเข้าใจที่ตรงกันอย่างถูกต้อง โดยขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและบริบทที่ได้มีการปฏิสัมพันธ์กันในช่วงเวลานั้น ๆ

2) ลักษณะท่าทางและการแต่งกาย ผู้ให้ข้อมูลมีการใช้ผ้าไทยทอมือมาเป็นเวลานานแล้ว โดยการสวมใส่เพื่อร่วมงานบุญประเพณีหรือใช้ในชีวิตประจำวัน เพียงแต่การแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือเป็นการแต่งกายเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความชื่นชอบในผ้าไทยเท่านั้นไม่ได้เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย รูปแบบและวิธีการสวมใส่ผ้าไทยนั้นจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความชอบและไลฟ์สไตล์ของแต่ละบุคคล โดยในชีวิตประจำวันส่วนใหญ่จะเลือกใช้เป็นผ้าฝ้ายเพราะผ้าฝ้ายเป็นผ้าที่สวมใส่สบาย และหากในโอกาสพิเศษจะเลือกเป็นผ้าไหมเพราะให้ความรู้สึกที่หรูหรา โดยวิธีการแต่งกายนั้นขึ้นอยู่กับความเหมาะสม และกาลเทศะในแต่ละโอกาส

3) เวลาและความสำนึก ผู้ให้ข้อมูลมีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาไทยของการทอผ้า ไม่อยากให้ผ้าไทยทอมือเป็นตำนานอยากให้อยู่กับสตรีไทยรุ่นต่อรุ่น และไม่ได้คาดหวังให้นำผ้าไทยมาใส่แบบเดิมในทุก ๆ วัน หากแต่อยากให้มีการปรับใช้ผ้าไทยให้ดูทันสมัยขึ้นตามยุคสมัย เพื่อที่จะให้ผ้าไทยเป็นชุดหนึ่งที่อยู่ในตู้เสื้อผ้าที่สามารถหยิบมาใช้ได้ในทุกโอกาส เป็นการอนุรักษณ์และรักษาวัฒนธรรมการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือเอาไว้และช่วยสร้างรายได้ให้กับคนทอ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจวิสาหกิจชุมชน

4) ความสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ของบุคคลที่ชอบในการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือเหมือนกัน เมื่ออยู่ร่วมกันในสังคมจะมีมุมมองความคิด ความรู้สึก ที่ไปในทิศทางเดียวกัน จะไม่มีความขัดแย้งกันเรื่องของผ้าไทย มีแต่ช่วยกันแนะนำและแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันเกี่ยวกับการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือของแต่ละบุคคล

5) ความรู้สึกเป็นตัวเองและระยะห่าง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีกิจกรรมยามว่างเป็นงานฝีมือ งานประดิษฐ์ อ่านความรู้เกี่ยวกับผ้าซิ่น และมีความชอบในงานศิลปวัฒนธรรมไทยด้านดนตรีไทย นาฏศิลป์ และงานจิตรกรรมฝาผนัง และขณะที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือจะมีความรู้สึกต่อตนเองว่า สวย ดูดี และมีความมั่นใจในตนเองเป็นอย่างมาก เพราะมีการแต่งกายด้วยผ้าไทยในชีวิตประจำวันเป็นปกติจนให้ความรู้สึกเคยชินและรู้สึกกลมกลืนไปกับตัวตน โดยการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือจะแต่งตามสไตล์ความชอบส่วนบุคคล ซึ่งสามารถสะท้อนความเป็นตัวตนออกมาได้และไม่รู้สึกว่าขัดกับตัวตนที่แท้จริง อีกทั้งไม่ได้มีความคิดว่าคนอื่นจะมองหรือคิดกับตนอย่างไรเพราะสิ่งนี้เป็นความชอบส่วนบุคคลที่สามารถตัดสินใจด้วยตนเอง

6) ความเชื่อและทัศนคติ ผู้ให้ข้อมูลเชื่อว่าการสวมใส่ผ้าไทยในโอกาสต่าง ๆ และในชีวิตประจำวันทำให้ตนเองดูโดดเด่นสวยงาม เพราะผ้าไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนกับผ้าอื่น ๆ และเชื่อว่าการแต่งกายด้วยผ้าไทยช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพให้ดูดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการบ่งบอกถึงรสนิยมและความภาคภูมิใจในความ

เป็นไทย ในอดีตผ้าไทยถูกมองว่าเชยไม่ทันสมัย ต้องเป็นผู้ใหญ่หรือเจ้าขุนมูลนายเท่านั้นที่จะสวมใส่ได้ หากแต่ปัจจุบันผ้าไทยถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษณ์ไว้ซึ่งภูมิปัญญาไทย ยิ่งเป็นผ้าเก่าแก่โบราณที่มีระยะเวลาการเก็บสะสมมานานยิ่งทำให้ผ้าผืนนั้นมีคุณค่าในตัวเองมากขึ้น ปัจจุบันจึงมีการนำผ้าไทยมาปรับใช้ให้ทันสมัยและเป็นที่แพร่หลายในสังคม โดยมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละช่วงวัยของเจนเนอเรชั่น

การวิเคราะห์ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ ผู้วิจัยสามารถหาข้อสรุปออกมาได้ 6 กลุ่มดังที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งสามารถอธิบายถึงการสร้างอัตลักษณ์ได้ว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งและถูกสั่งสมจนเกิดเป็นภูมิหลังที่ก่อตัวให้เกิดอัตลักษณ์ด้านใดด้านหนึ่ง อีกทั้งบุคคลมีการจัดระเบียบอัตลักษณ์ในแต่ละด้านผ่านระบบต่าง ๆ ของการสร้างความหมายและการสร้างภาพตัวแทน โดยที่บุคคลมีการเลือกอัตลักษณ์บางส่วนที่มีความโดดเด่นในการแสดงความเป็นตัวตนออกมาแสดงให้ผู้อื่นได้เห็นเป็นอัตลักษณ์ของบุคคลนั้นเอง

จากผลการวิจัยตามแนวทางวงจรแห่งวัฒนธรรมที่กล่าวมาข้างต้นสามารถตีความและทำความเข้าใจประสบการณ์การแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ โดยสามารถแยกอธิบายการสร้างอัตลักษณ์ได้ออกเป็น 2 ลักษณะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity)

ผู้ให้ข้อมูลมีการสร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคลในการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือโดยเริ่มต้นจากการชื่นชอบในงานหัตถกรรม งานภูมิปัญญาชาวบ้านจนเกิดการเลือกนำสิ่งเหล่ามาประกอบสร้างเป็นการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์และรูปแบบที่บ่งบอกความเป็นตัวตนได้ไม่เหมือนใคร ผู้ให้ข้อมูลมีความภูมิใจในภูมิปัญญาไทยของการทอผ้าและรู้สึกดีต่อตนเองเมื่อได้สวมใส่ผ้าไทยที่มีเอกลักษณ์ของความสวยงามและเรื่องราวของผ้าไทยในแต่ละผืน โดยมีการปรับรูปแบบการแต่งกายให้สามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้เป็นเรื่องปกติเหมือนการใส่เสื้อผ้าตามสมัยนิยมของผู้คนในปัจจุบัน อีกทั้งทัศนคติที่มีต่อการนำผ้าไทยมาแต่งกายนั้นทำให้รู้สึกโดดเด่นสวยงาม รวมถึงมองว่าการแต่งกายด้วยผ้าไทยช่วยส่งเสริมบุคคลิกภาพให้ดูสุภาพเรียบร้อยและมีภูมิฐานมากยิ่งขึ้น ซึ่งนั้นเป็นการสร้างบุคลิกภาพที่ดีให้แก่บุคคลและบ่งบอกถึงการมีรสนิยมที่ดีอีกด้วย

2. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity)

ผู้ให้ข้อมูลมีการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมในการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือที่มีภูมิหลังจากประสบการณ์ต่าง ๆ โดยตัวบุคคลมีความใกล้ชิดกับสภาพแวดล้อมที่มีขนบธรรมเนียบวัฒนธรรมและภูมิปัญญาความเป็นไทยในพื้นถิ่นที่อยู่อาศัยตั้งแต่เยาว์วัย มักพบเห็นและสัมผัสกับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ผู้หลักผู้ใหญ่ พ่อแม่ คุณครู หรือบุคคลที่มีความใกล้ชิดใช้ผ้าไทยทอมือเป็นการแต่งกายในชีวิตประจำวัน หรือแม้กระทั่งการสวมใส่ผ้าไทยไปร่วมงานพิธีกรรม ประเพณีงานบุญ และพิธีการที่มีความเกี่ยวเนื่องกับพระพุทธศาสนา หรือในโอกาสพิเศษต่าง ๆ อีกทั้งบุคคลใกล้ชิดของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลบางท่านยังเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการทอผ้าที่ถูกส่งต่อกันมายังรุ่นสู่รุ่น เหตุนี้จึงทำให้เกิดการสั่งสมอัตลักษณ์ทางด้านผ้าไทยเป็นทุนเดิมจนเกิดการประกอบสร้างอัตลักษณ์ด้านการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมาจนถึงปัจจุบัน

จากที่มาของการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือผ่านกระบวนการคิดตามแบบวงจรแห่งวัฒนธรรมสู่การสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือพบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 9 ท่าน มีช่วงเวลาหนึ่งในการก้าวเข้าสู่วงจรแห่งวัฒนธรรมในการสร้างอัตลักษณ์ที่ไม่สามารถระบุได้แน่ชัดว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีการเริ่มต้นเป็นผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือในระยะใดของการก่อตัวอัตลักษณ์ หากแต่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีการประกอบสร้างอัตลักษณ์ทั้งแบบอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่นำไปสู่การสื่อสารอัตลักษณ์การแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ

จากการวิเคราะห์ตัวบทในส่วนของการโพสต์นำเสนอการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือนั้น ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีการสื่อสารอัตลักษณ์บนสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับเรื่องการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือทั้งสิ้น 10 ลักษณะดังต่อไปนี้

1) อัตลักษณ์การเป็นผู้ใช้ภาษาท้องถิ่น
2) อัตลักษณ์ของการเป็นบุคคลที่ชื่นชอบและรักในการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ
3) อัตลักษณ์ของการเป็นผู้เปิดมุมมองใหม่ในการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ
4) อัตลักษณ์ของการเป็นผู้อนุรักษ์และสืบสานความเป็นไทย
5) อัตลักษณ์ของการเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจให้บุคคลอื่นหันมาสวมใส่ผ้าไทยทอมือ
6) อัตลักษณ์ของการเป็นผู้ที่มีสภาพแวดล้อมใกล้ชิดกับงานหัตถกรรมผ้าไทยทอมือ
7) อัตลักษณ์ของการเป็นผู้สะท้อนภาพลักษณ์ความเป็นตัวตน
8) อัตลักษณ์ของการเป็นผู้มีงานอดิเรกเป็นงานทำมือและงานประดิษฐ์ประดอย
9) อัตลักษณ์ของการเป็นผู้สนใจในงานหัตถกรรมผ้าทอไทยและเครื่องประดับลงยา
10. อัตลักษณ์การเป็นผู้มีความเชื่อในภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรมและศาสนา ตามแบบฉบับความเป็นไทย

ผู้วิจัยพบว่าอัตลักษณ์ที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่พบจากการวิเคราะห์ตัวบทนั้น ส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับการสร้างอัตลักษณ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกันของแต่ละด้านทำให้ทราบถึงลักษณะอัตลักษณ์ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยสามารถอธิบายอัตลักษณ์ได้ว่าการเป็นผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ เป็นผู้รักอิสระในความชื่นชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นผู้ที่ใช้ภาษาท้องถิ่นและมีวิถีดำเนินชีวิตแบบคนท้องที่ เป็นผู้ที่รักในการนุ่งผ้าซิ่นทั้งรูปแบบดั้งเดิมและทันสมัย เป็นผู้ร่วมอนุรักษ์รักษาความเป็นไทยให้คงอยู่และเข้ากับยุคสมัยได้อย่างลงตัว เป็นผู้เปิดรับและเปิดมุมมองการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือออกสู่สังคมให้ผู้อื่นได้มีประสบการณ์ร่วมและอาจเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้อื่นหันกลับมาสวมใส่ผ้าไทยเพิ่มขึ้น และที่สำคัญเป็นประสบการณ์ที่สร้างความประทับใจและสร้างคุณค่า

ให้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ยังคงร่วมอนุรักษ์และทำให้ผ้าไทยกลับมาเป็นที่นิยมและสามารถเปิดมุมมองใหม่ให้ผู้อื่นหันมาเลือกใช้ผ้าไทยในชีวิตประจำวันได้จนเป็นเรื่องปกติและมีรูปแบบที่เข้ากับยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากการอธิบายการสื่อสารอัตลักษณ์ข้างต้นพบว่าการสื่อสารอัตลักษณ์มีความสอดคล้องกันกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ 6 ด้าน คือ

1) ด้านระบบการสื่อสารและภาษา
2) ด้านลักษณะท่าทางและการแต่งกาย
3) ด้านเวลาและสำนึก
4) ด้านความสัมพันธ์
5) ด้านความรู้สึกเป็นตัวเองและระยะห่าง
6) ด้านความเชื่อและทัศนคติ

จากการวิเคราะห์ตัวบทตามแนวคิดปรากฏการณ์วิทยาแนวอรรถปริวรรต ของ **Martin Heidegger** ในการตีความและการทำความเข้าใจการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือพบว่าผู้ให้ข้อมูลทั้ง 9 ท่าน มีการสร้างตัวบทเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กด้วยวิธีการนำเสนอรูปภาพประกอบข้อความ ผ่านการบรรยายโวหาร พรรณนาโวหาร และเทศนาโวหารร่วมกัน รวมถึงการใช้อิโมติคอนในการแสดงอารมณ์ความรู้สึกร่วมด้วย เพื่อให้การสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกิดความชัดเจนมากขึ้นและสร้างความเข้าใจที่ตรงกันของผู้ให้ข้อมูลและผู้รับสารถึงอารมณ์ความรู้สึกในขณะที่นำเสนอการสื่อสารอัตลักษณ์นั้น ๆ โดยสามารถจำแนกรายละเอียดการสื่อสารอัตลักษณ์ได้ดังนี้

1. การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม

จากการวิเคราะห์ตัวบทพบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีการสื่อสารอัตลักษณ์ด้วยการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมผ่านโพสต์บนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ที่แสดงถึงการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมด้วยการประกอบสร้าง “ความเป็นจริง” จากการที่บุคคลเป็นผู้แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือและการแต่งกายด้วยชุดไทยพระราชนิยม รวมถึงการเป็นผู้ที่ชื่นชอบในงานหัตถกรรมผ้าไทย ประกอบกับการมีกลุ่มสังคมที่มีความคิดความชื่นชอบ และรูปแบบการแต่งกายด้วยผ้าไทยที่เหมือนกันมาร่วมกันสร้าง “โลกทางสังคม” โดยการให้ความหมายและคุณค่าของการเลือกใช้ผ้าไทยในการแต่งกายและร่วมกันเปิดมุมมองใหม่ ๆ ออกสู่สาธารณะ

2. การเล่าเรื่อง

จากการวิเคราะห์ตัวบทพบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีการสื่อสารอัตลักษณ์ด้วยการเล่าเรื่องผ่านโพสต์บนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก มีการเล่าเรื่องด้วยการบรรยายและร้อยเรียงเหตุการณ์ต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนในด้านต่าง ๆ และสะท้อนถึงมุมมอง ความเชื่อ ทัศนคติ ที่สามารถนำไปสู่การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมได้

จากการวิเคราะห์ตัวบทของการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยกัน 2 รูปแบบคือ การสื่อสารอัตลักษณ์จากการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมที่เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคม และการสื่อสารอัตลักษณ์จากการเล่าเรื่องที่เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ส่วนบุคคล โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลใช้รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ทั้งสอง 2 แบบไปพร้อม ๆ กัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลตามแนวคิดปรากฏการณ์วิทยาแนวอรรถปริวรรต (Hermeneutic Phenomenology) ของ Martin Heidegger ในการตีความและการทำความเข้าใจประสบการณ์การแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือที่มีผลต่อการประกอบสร้างอัตลักษณ์ใหม่ขึ้น การสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือพบว่า

1.1 ระบบการสื่อสารและภาษา

ผู้ให้ข้อมูลมีระบบการสื่อสารและภาษาที่ใช้ภาษาท้องถิ่นในชีวิตประจำวันกับคนในพื้นที่เดียวกันและใช้ภาษากลางกับคนต่างพื้นที่ สอดคล้องกับ (Littlejohn and Foss, 200 8 : 45) ได้อธิบายเอาไว้ว่าการที่เรากำลังค้นหาภาพที่ประกอบขึ้นเป็นตัวเรา หรือที่เราเรียกว่า อัตลักษณ์บุคคล (Personal Identity) ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์มีความหมายกว้างไปถึงเรื่องของวัฒนธรรมด้วยลิตเติ้ลจอห์นและฟอสส์ กล่าวไว้ว่า ไมเคิล เฮชต์ และคณะ ได้นำเสนอทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ไว้ โดยมีการอธิบายว่า อัตลักษณ์เป็นจุดเชื่อมกันระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual) และสังคม (Societal) ส่วนการสื่อสารนั้นเป็นเพียงการเชื่อมโยงกันระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม ความจริงนั้นอัตลักษณ์เป็นรหัสที่อธิบายความเป็นสมาชิกของชุมชนของตัวเรา รหัสเหล่านี้จะประกอบไปด้วยสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้า ภาษา คำพูด เป็นต้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับ (อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2546 : 63) ที่ว่าการแสดงตัวตนภายในตัวบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงไปมาได้ภายในบริบทสังคมที่แตกต่างกัน มนุษย์คนหนึ่งจึงเป็นเพียงผลรวมของวาทกรรมหลากหลายชุดที่อาจจะขัดแย้งกันหรือส่งเสริมกัน ลักษณะเฉพาะตัวของบลุคคลนั้นก็เกิดจากการที่วาทกรรมมีการผสมผสานกันไปในทิศทางที่แตกต่างกันออกไปของแต่ละบุคคล ทำให้คนเราสามารถสร้างอัตลักษณ์ที่มีความแตกต่างกันออกไปได้ในหลากหลายสถานการณ์ เห็นได้ว่าเมื่อบริบทหรือสถานการณ์มีการเปลี่ยนแปลงไปคำนิยามของอัตลักษณ์ก็สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ด้วย ตลอดจนที่ว่าสัญลักษณ์สามารถสื่อออกมาได้หลายรูปแบบ เช่น เป็นเครื่องหมาย รูป การเขียน (สามารถเห็นได้ด้วยตา) ภาษา ดนตรี (สามารถได้ยินด้วยเสียง) และกิริยาท่าทาง (body language)

1.2 ลักษณะท่าทางและการแต่งกาย

ผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ มีการใช้ผ้าไทยทอมือในการแต่งกายมานานแล้ว โดยเริ่มต้นจากอดีตที่ได้เห็นผู้หลักผู้ใหญ่ พ่อแม่ คุณครู หรือบุคคลใกล้ชิด ใช้ผ้าไทยทอมือมาสวมใส่เป็นเครื่องนุ่งห่มไปร่วมงานพิธีกรรม ประเพณีงานบุญต่าง ๆ หรือใช้กันในชีวิตประจำวันอยู่เสมอ รวมถึงสภาพแวดล้อมทางสังคม ซึ่งมีผ้าไทยทอมือเป็นผ้าพื้นเมืองของพื้นถิ่นที่อาศัยอยู่ จนเกิดการนำผ้าไทยทอมือมาใช้กับตนเองในชีวิตประจำวันให้เหมือนเป็นชุดปกติทั่วไป ก่อให้เกิดเป็นความรู้สึกชื่นชอบและหลงรักผ้าไทยมากขึ้น เพียงแต่การแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือเป็นการแต่งกายเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความชื่นชอบผ้าไทยเท่านั้น ไม่ได้เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มสังคม ซึ่งรูปแบบและวิธีการสวมใส่ผ้าไทยนั้นจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความชอบ ลักษณะการแต่งตัว และไลฟ์สไตล์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคล ซึ่งมีความสอดคล้องกับสจ๊วต ฮอลล์ (Stuart Hall) เพ็ญนภา วัยเวก (2560 : 80) ที่เชื่อว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ประกอบสร้าง กล่าวคือ ตัวตน เป็นเพียงชิ้นส่วนหลาย ๆ ชิ้นส่วนถูกประกอบรวมกันขึ้นมาจนทำให้เป็นตัวตนนั้นเอง การเชื่อมต่อของชิ้นส่วนต่าง ๆ เข้าด้วยกันภายใต้บริบทของสถานการณ์หนึ่ง ๆ นั้น ส่งผลต่อการแสดงออกของบุคคลแต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงบริบทที่แตกต่างออกไปอาจจะทำให้ชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่ประกอบกันส่งผลกระทบต่อการแสดงออกของบุคคลในอีกรูปแบบหนึ่งได้ และไปในทิศทางเดียวกันกับ เฮชต์และคณะ Littlejohn and Foss (2008 : 75) ที่กล่าวว่า อัตลักษณ์ประกอบด้วยมิติของอารมณ์ การเรียนรู้หรือปัญญา การกระทำหรือพฤติกรรม และมิติทางจิตวิญญาณ ผสมผสานกัน และเป็นแหล่งของแรงบันดาลใจและความเป็นความคาดหวังของชีวิต โดยทั่วไปแล้วนั้นบุคคลจะมีอัตลักษณ์หลัก (Core Identity) ที่คงที่อยู่แล้ว แต่อัตลักษณ์ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอเพราะอัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่ตายตัว และสอดคล้องกับการศึกษาของ (อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2546 : 63) ที่ว่าอัตลักษณ์เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลในสังคมและภายในตัวบุคคลเองในแต่ละบุคคล บุคคลอาจมีอัตลักษณ์ที่ความหลากหลาย แต่บุคคลจะเลือกเพียงบางอัตลักษณ์ที่ตนเองยอมรับ และนำอัตลักษณ์นั้นมาใช้ในการแสดงออกในช่วงเวลาและพื้นที่หนึ่ง ๆ ภายใต้เงื่อนไขของบริบท อัตลักษณ์อาจถูกกำหนดขึ้นได้จากทั้งที่ตัวบุคคลเป็นผู้กำหนดตนเองหรือถูกกำหนดจากสังคมก็ได้ การกำหนดอัตลักษณ์เกิดขึ้นบนกระบวนการคิดที่มีความเกี่ยวข้องกันกับระบบของความแตกต่างและระบบของความหลากหลาย ทำให้อัตลักษณ์กับสังคมเป็นเรื่องที่ไม่สามารถแยกออกกันได้ เนื่องจากการนิยามความเป็นตัวตนของอัตลักษณ์ต้องอ้างอิงกับสังคม เพราะต้องมีการนิยามว่าตนเองมีบทบาทอย่างไรในสังคมที่บุคคลอาศัยอยู่

1.3 เวลาและความสำนึก

ผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและความเป็นภูมิปัญญาไทยของการทอผ้า และอยากช่วยอนุรักษ์ผ้าไทยทอมือไม่ให้เป็นตำนานและเป็นการสร้างรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชนด้วยการแต่งกายผ้าไทยทอมือและการปรับใช้ให้เข้ากับยุคสมัยทำให้ผ้าไทยสามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้

1.4 ความสัมพันธ์

ผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือกับบุคคลที่มีความชอบในการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือเหมือนกัน มีการรวมตัวกันในกลุ่มที่มีการจัดตั้งบนสื่อออนไลน์ ภายในกลุ่มจะดำเนินกิจกรรมเพื่อให้สมาชิกได้บอกเล่าเรื่องราวผ่านข้อความ รูปภาพ อิโมติคอน เกี่ยวกับการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือของแต่ละบุคคล สมาชิกในกลุ่มต่างร่วมกันแสดงความคิดเห็น ชื่นชม สอบถามพูดคุยในเรื่องของผ้าไทยเป็นไปอย่างด้วยดีโดยไม่มีการขัดแย้งกันภายในกลุ่ม หากแต่ความชอบส่วนบุคคลนั้นเป็นเรื่องส่วนตัวที่แต่ละคนมีความชอบผ้าไทยที่ไม่เหมือนกัน เนื่องจากผ้าไทยทอมือมีหลาย ความแตกต่างในความชอบประเภทของผ้าไทยไม่ได้นำมาซึ่งเป็นการวิจารณ์หรือข้อโต้เถียงใดใด อีกทั้งยังช่วยกันแนะนำและแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม สำหรับบุคคลที่ไม่ได้ชอบการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือผู้ให้ข้อมูลก็ไม่ได้แสดงทีท่าที่ไม่ชอบหรือตำหนิแต่อย่างใด ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ จอร์จ เฮอร์เบิร์ต มี้ด (Littlejohn, S. W., Foss, K. A. & Oetzel J. G. , 2017 : 76-77).ในเรื่อง สังคม (Society) ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับสังคมว่า เป็นแบบแผนของการปฏิสัมพันธ์ (Patterns of Interaction) กล่าวคือ “สังคมที่เราเป็นส่วนหนึ่ง มีการจัดระเบียบแล้วจำนวนหนึ่งที่มีต่อสถานการณ์ที่ปัจเจกชนเข้าไปเกี่ยวข้อง” และสอดคล้องกับ (รุ้งนภา ยรรยงเกษมสุข, 2556 : 69-89) ที่กล่าว่า การกระทำทางสังคม คือการที่ปัจเจกบุคคลกระทำหรือแสดงออกต่อบุคคลอื่น ๆ โดยประเมินถึงผลกระทบต่อคนอื่น ๆ ที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องพร้อม ๆ กัน ถึงแม้ว่าบ่อยครั้งที่จะเข้าไปเกี่ยวพันด้วยโดยไม่ได้ตั้งใจหรือเป็นไปโดยนิสัย แต่ปัจเจกบุคคลก็สามารถที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องร่วมกับการกระทำทางสังคมนั้นได้

1.5 ความรู้สึกเป็นตัวเองและระยะห่าง

ผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือส่วนใหญ่มีกิจกรรมยามว่างที่ชอบทำเป็นงานฝีมือ งานประดิษฐ์ อ่านความรู้เกี่ยวกับผ้าชิ่นและปลูกต้นไม้ และมีความชื่นชอบในงานศิลปวัฒนธรรมไทยด้านดนตรีไทย นาฏศิลป์ และงานจิตรกรรมฝาผนัง ในขณะที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือจะมีความรู้สึกต่อตนเองว่า สวย ดูดี และมีความมั่นใจในตนเองเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีการแต่งกายด้วยผ้าไทยในชีวิตประจำวันเป็นปกติ จนมีความรู้สึกเคยชินและรู้สึกว่ากลมกลืนไปกับตัวตนของบุคคลแล้ว ซึ่งการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือของแต่ละบุคคลก็จะแต่งตามสไตล์ความชอบแต่ละของบุคคล จึงสามารถสะท้อนความเป็นตัวตนออกมาได้จริงเป็นอย่างดี และไม่รู้สึกว่าขัดกับตัวตนที่แท้จริง และไม่ได้มีความคิดว่าคนอื่นจะมองหรือคิดกับเราเป็นอย่างไร เพราะสิ่งนี้เป็นความชอบส่วนบุคคลที่และตัดสินใจด้วยตัวเอง ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ จอร์จ เฮอร์เบิร์ต มี้ด (Littlejohn, S. W., Foss, K. A. & Oetzel J. G. , 2017 : 76-77). ในเรื่อง อัตตา (Self) ได้กล่าวว่าองค์ประกอบพื้นฐานของตัวตน 2 ประการได้แก่ “ฉันที่เป็นประธาน” (I) และ “ฉันที่เป็นกรรม” (Me) ที่เป็นกรรม โดยฉันที่เป็นกรรมเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในการสนทนา ที่อยู่ภายในเกี่ยวข้องกับการคิดในการรับหรือแสดงบทบาทจากผู้อื่น ปัจเจกบุคคลจึงรับเอาความคิดหรือทัศนคติของคนอื่น ที่ต้องการกำหนดรูปแบบการตอบแสนองเข้ามากำหนดการกระทำของตัวเรา โดยสิ่งที่สำคัญสำหรับตัวเองคือจิตใจ มี้ดมองว่า จิตใจเป็น

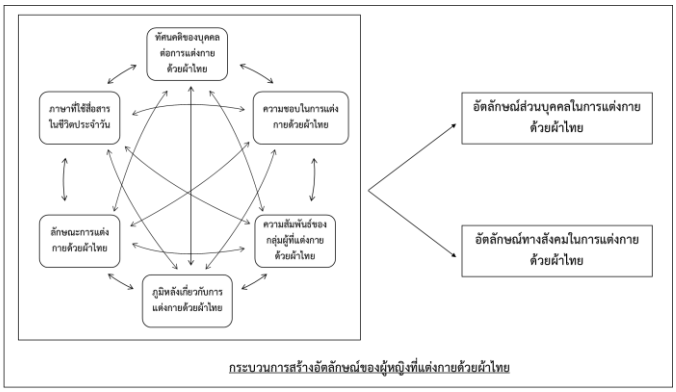
เหมือนกระบวนกานเชิงพฤติกรรมที่ประกอบไปด้วยชุดของการสนทนาของกริยาท่าทางที่สำคัญ หรือเป็นบทสนทนาของคำและการกระทำทางสังคมของปัจเจกบุคคล

1.6 ความเชื่อและทัศนคติ

ผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือเชื่อว่าการสวมใส่ผ้าไทยในโอกาสต่าง ๆ และในชีวิตประจำวันทำให้ตนเองดูสวยงามและโดดเด่นยิ่งขึ้น และเชื่อว่าการแต่งกายด้วยผ้าไทยช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพให้ตนเองดูดียิ่งขึ้น สุภาพเรียบร้อย งามสง่า อีกทั้งยังเป็นการบ่งบอกถึงรสนิยมและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตน ในอดีตผ้าไทยถูกมองว่าเชย ไม่ทันสมัย บุคคลที่สวมใส่จะต้องเป็นผู้ใหญ่หรือเจ้าขุนมูลนายเท่านั้น และเมื่อสังคมไทยมีการรับวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาจึงทำให้ค่านิยมในการใช้ผ้าไทยไม่เป็นที่แพร่หลายในสังคมอย่างที่ควร แต่ความจริงแล้วค่านิยมของผ้าไทยไม่ได้ด้อยค่าลงเลยแม้แต่น้อยหากแต่ยิ่งทวีค่าสูงขึ้น ยิ่งเป็นผ้าเก่าแก่โบราณที่มีการเก็บสะสมมานานยิ่งทำให้ผ้าผืนนั้นมีคุณค่าในตัวเองมากยิ่งขึ้น อีกทั้งปัจจุบันการเปิดกว้างของสังคมทำให้ผ้าไทยมีการปรับใช้ให้เข้ายุคสมัยได้เป็นอย่างดี รวมถึงปัจจุบันภาครัฐได้ให้การสนับสนุนรณรงค์และอนุรักษ์ผ้าไทยทอมือไม่ให้สูญหายลืมเลือนไปจากสังคมไทย ทำให้คนในสังคมและคนรุ่นใหม่เริ่มหันกลับมาสนใจใช้ผ้าไทยทอมืออีกครั้งเพิ่มมากขึ้น ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละช่วงวัยของเจนเนอเรชั่น

จากข้อสรุปการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือออกมาได้ 6 กลุ่มดังที่กล่าวมาข้างต้น สามารถอธิบายถึงการสร้างอัตลักษณ์ได้ว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งและถูกสั่งสมจนเกิดเป็นภูมิหลังที่ก่อตัวให้เกิดอัตลักษณ์ด้านใดด้านหนึ่ง อีกทั้งบุคคลมีการจัดระเบียบอัตลักษณ์ในแต่ละด้านผ่านระบบต่าง ๆ ของการสร้างความหมายและการสร้างภาพตัวแทน โดยที่บุคคลมีการเลือกหรือหยิบนำอัตลักษณ์บางส่วนที่มีความโดดเด่นในการแสดงความเป็นตัวตนออกมาแสดงให้ผู้อื่นได้เห็นเป็นอัตลักษณ์ของบุคคลนั้นเอง

ดังนั้นการเกิดอัตลักษณ์เป็นการก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรมหรือสถาบันทางสังคมที่เกิดจากเรียนรู้และเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ๆ หรือเกิดจากการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาเพิ่มเติมจากความรู้เดิม ๆ ของบุคคล ซึ่งวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งหนึ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นทางสังคม โดยอัตลักษณ์ไม่สามารถเป็นสิ่งที่หยุดนิ่งหรือหาข้อจำกัดที่สามารถระบุได้ตายตัว และไม่สามารถระบุได้ว่าการเกิดอัตลักษณ์นั้นจำเป็นจะต้องมีการเริ่มต้นหรือจบลงในระยะใดของวงจรแห่งวัฒนธรรมนั้น ๆ หากแต่สามารถเกิดขึ้นในช่วงระยะใดก็ได้ภายในวงจรแห่งวัฒนธรรม สอดคล้องกับ (Hall, S., & Du Gay, P., 1996 : 65) ที่อธิบายถึงลักษณะของอัตลักษณ์ไว้ว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่มีการก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นทางสังคม (Social Construct) และอัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่จะหยุดนิ่ง แต่เป็นวงจรซึ่งเรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture)



แผนภาพที่ 2 แผนภาพกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ

2. การสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ

จากการวิเคราะห์ตัวบทตามแนวคิดปรากฏการณ์วิทยาแนวอรรถปริวรรต (Hermeneutic Phenomenology) ตามแนวคิดของ Martin Heidegger ในการตีความและการทำความเข้าใจการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือพบว่าผู้ให้ข้อมูลทั้ง 9 ท่าน มีการสร้างตัวบทเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กด้วยวิธีการนำเสนอรูปภาพประกอบข้อความ ผ่านการบรรยายโวหาร พรรณนาโวหาร และเทศนาโวหารร่วมกัน รวมถึงการใช้อิโมติคอนในการแสดงอารมณ์ความรู้สึกร่วมด้วย เพื่อให้การสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกิดความชัดเจนมากขึ้นและสร้างความเข้าใจที่ตรงกันของผู้ให้ข้อมูลและผู้รับสารถึงอารมณ์ความรู้สึกในขณะที่นำเสนอการสื่อสารอัตลักษณ์นั้น ๆ โดยสามารถจำแนกรายละเอียดการสื่อสารอัตลักษณ์ได้ดังนี้

2.1 การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม

จากการวิเคราะห์ตัวบทพบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีการสื่อสารอัตลักษณ์ด้วยการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมผ่านโพสต์บนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ที่แสดงถึงการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม ด้วยการประกอบสร้าง “ความเป็นจริง” จากการที่บุคคลแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือและแต่งกายด้วยชุดไทยพระราชนิยม รวมถึงการเป็นผู้ที่ชื่นชอบในงานหัตถกรรมผ้าไทยและสะสมผ้าไทยรูปแบบต่าง ๆ ประกอบกับการมีกลุ่มสังคมที่มีความคิด ความชื่นชอบ และรูปแบบการแต่งกายด้วยผ้าไทยที่เหมือนกัน มาร่วมกันสร้าง “โลกทางสังคม” โดยการให้ความหมายและคุณค่าของการเลือกใช้ผ้าไทยในการแต่งกายและร่วมกันเปิดมุมมองใหม่ ๆ ออกสู่สาธารณะ สอดคล้องกับ (กาญจนา แก้วเทพ, 2557 : 107) ที่ได้อธิบายแนวคิดการสร้างความเป็นจริงทางสังคมไว้ว่า “โลกที่แวดล้อมตัวบุคคลนั้นมีอยู่ 2 โลก โลกแรกเป็นโลกทางกายภาพ (Physical World) ได้แก่ วัตถุ สิ่งของ บุคคล บรรยากาศด้านกายภาพทั้งหลายที่แวดล้อมบุคคล โลกนี้เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ส่วนอีกโลกหนึ่งมีชื่อเรียกหลายอย่าง เช่น โลกทางสังคม (Social World) สิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Environment) หรือความเป็นจริงทางสังคม (Social Reality) โลกนี้เกิดจากการประกอบสร้างของสถาบัน

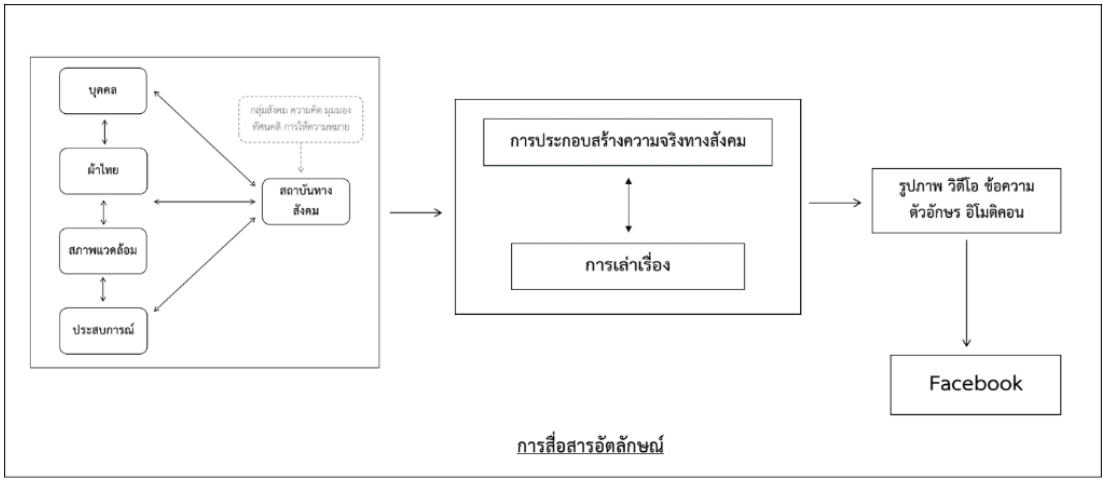
ต่าง ๆ ในสังคม โดยเกิดจากการให้คำนิยามหรือการให้ความหมาย (definition of meaning) แก่สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นโลกกายภาพรอบ ๆ ตัวบุคคล

2.2 การเล่าเรื่อง

จากการวิเคราะห์ตัวบทของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 9 ท่าน มีการสื่อสารอัตลักษณ์ด้วยการเล่าเรื่องผ่านโพสต์บนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก มีการเล่าเรื่องด้วยการบรรยายและร้อยเรียงเหตุการณ์ต่าง ๆ ด้วยภาษาเขียนเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งเป็นการอธิบายถึงเรื่องราวในช่วงระยะเวลาหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างผ่านการใช้รูปภาพประกอบข้อความที่ได้นำเสนอเรื่องราวและมุมมองต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับนิยามของอาร์เธอร์ อาซา เบอร์เกอร์ (Arthur Asa Berger) ขจิตขวัญ กิจวิสาละ (2564 : 9-85) ที่กล่าวว่าการเล่าเรื่องเป็นเรื่องราวที่บ่งบอกถึงบางสิ่งบางอย่าง ที่อาจจะกำลังเกิดขึ้นและกำลังจะเกิดอะไรต่อไป หรือเกิดขึ้นและจบไปแล้วในอดีต โดยที่เรื่องเล่าเหล่านั้นจะเป็นเรื่องอะไรก็ได้และเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งจะสั้นหรือยาวมากก็ได้เช่นกัน และยังสามารถอยู่สื่อในรูปแบบที่แตกต่างกัน ทั้งยังสอดคล้องกับ อดิสา วงศ์ลักษณพันธ์ (2542 : 22-28) ที่ได้กล่าวไว้ว่าการเล่าเรื่องคือการบรรยายหรือร้อยเรียงเหตุการณ์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และมีความสัมพันธ์กันของเหตุและผลเป็นตัวดำเนินเรื่องในช่วงเวลานั้น โดยอาศัยภาษาพูด ภาษาเขียน หรือแม้แต่สัญลักษณ์ต่าง ๆ ใช้เป็นสื่อในการเล่าเรื่องราวดังกล่าว

อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างมีการเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารถึงกิจกรรมและเหตุการณ์ในแต่ละวันที่กลุ่มตัวอย่างได้ประสบพบเจอหรือมีการวางแผนเพื่อจะกระทำสิ่งนั้น ๆ ไว้ และเพื่อเป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนในด้านต่าง ๆ และสะท้อนถึงมุมมอง ความเชื่อ ทัศนคติ ที่สามารถนำไปสู่การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมได้ซึ่งสอดคล้องกับ (อดิสา วงศ์ลักษณพันธ์, 2542 : 22-28) ที่กล่าวว่า แนวคิดการเล่าเรื่องเป็นแนวคิดที่นิยมใช้กันในสายวาทกรรมเพื่อวิเคราะห์เรื่องเล่าและเนื้อหาประเภทตีความบันเทิงหรือเรื่องแต่ง (Fiction) เช่น นวนิยาย ละครโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ ว่าได้มีการสะท้อนค่านิยม วิถีการดำเนินชีวิตหรือโลกทัศน์ ซึ่งในบริบทที่ผู้วิจัยได้ศึกษาจัดอยู่ในการเล่าเรื่องของวิถีการดำเนินชีวิตหรือโลกทัศน์นั้นเอง ซึ่งสอดคล้องกับ (ตวง ทอง สรประเสริฐ, 2559 : 33-34) ในการศึกษากระบวนการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง จากการกล่าวถึงการศึกษาการเล่าเรื่องในแง่มุมของสำนักวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ทางด้านสื่อสารมวลชนในปัจจุบัน ได้เปลี่ยนผ่านจากการวิเคราะห์วรรณกรรมในรูปแบบเดิม มาสู่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเล่าเรื่อง กับปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของบุคคลในแต่ละกลุ่มว่าเป็นอย่างไร ซึ่งเอกลักษณ์ของการวิเคราะห์การเล่าเรื่อง คือ การวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมาย จากองค์ประกอบต่าง ๆ ที่แต่ละองค์ประกอบมีความหมายในตัวเองและต่างทำงานประสานกัน ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การอธิบายชุดความหมายในแบบใดแบบหนึ่งที่แสดงถึงวิธีคิดและการสื่อสารของผู้เล่าเรื่อง

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ตัวบทของการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยกันทั้ง 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารอัตลักษณ์จากการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมที่เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคม และการสื่อสารอัตลักษณ์จากการเล่าเรื่องที่เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ส่วนบุคคล โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลใช้รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ทั้งสอง 2 แบบในการสื่อสารอัตลักษณ์ออกสู่สาธารณะไปพร้อม ๆ กัน



แผนภาพที่ 3 การสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษางานวิจัยครั้งนี้สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลที่แต่งกายด้วยผ้าไทยว่ามีการประกอบสร้างความแตกต่างเฉพาะตนได้อย่างไร เพื่อทำความเข้าใจและนำไปใช้ในการสื่อสารการตลาด ที่สามารถกระตุ้นการรับรู้ของกลุ่มสังคมทั่วไปเป็นวงกว้าง

2. จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำรูปแบบการศึกษางานวิจัยไปเป็นต้นแบบเพื่อทำความเข้าใจอัตลักษณ์ของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม เพื่อสร้างความเข้าใจและลดช่องว่างระหว่างกลุ่มคนในสังคม

ข้อเสนอแนะวิจัยครั้งถัดไป

1. การศึกษาเรื่องการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือนั้นสามารถขยายความออกไปได้อีกหลายแขนงที่มีความเกี่ยวเนื่องกันในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านการท่องเที่ยว ด้านงานวิสาหกิจชุมชน ด้านผู้ประกอบการ ด้านศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ ซึ่งสามารถนำไปศึกษาต่อยอดในการสร้างการรับรู้และการร่วมส่งเสริมอนุรักษ์ผ้าไทยในด้านต่าง ๆ ได้อีกมายมาย

2. การศึกษาเรื่องการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือสามารถศึกษาลักษณะและรูปแบบการแต่งกายในการสร้างอัตลักษณ์ฉพาะบุคคลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันได้อีก อาทิ Instagram YouTube TikTok เป็นต้น ซึ่งสามารถนำไปศึกษาต่อยอดเพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะและรูปแบบการแต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือในแต่ละแพลตฟอร์มได้

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2557). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.

ขจิตขวัญ กิจวิสาละ. (2564). ศาสตร์การเล่าเรื่องในการสื่อสารศึกษา. *วารสารศาสตร์.* 14 (3), 9-85.

จงจินต จิตร์แจ้ง. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภคบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ตวงทอง สรประเสริฐ. (2559). *กระบวนการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง.* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไทยรัฐออนไลน์. (2561). วธ.ต่อยอดบุพเพสันนิวาส รณรงค์ให้คนสวมใส่ผ้าไทยแบบยั่งยืน. *ออนไลน์.* สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2562. แหล่งที่มา: https://shorturl.asia/HLrCA.

พิชามญชุ์ มะลิขาว. (2554). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ค.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. บัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เพ็ญนภา วัยเวก. (2560). *การสื่อสารและการสร้างอัตลักษณ์ด้านสุขภาพผ่านอินสตาแกรม*. สารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์.

รุ้งนภา ยรรยงเกษมสุข. (2556). ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์กับการอธิบายปรากฏการณ์สังคมจากมุมมองตัวแสดง. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*. 5 (2). 69-89

วัฒนะ จูฑะวิภาต. (2555). *ผ้าทอกับชีวิตคนไทย.* มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2537). *ผ้าไทย*. กรุงเทพมหานคร: คณะอนุกรรมการ.

อดิสา วงศ์ลักษณพันธ์. (2542). *การเล่าเรื่องในข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ไทย.* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการหนังสือพิมพ์. บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ : การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Hall, S., & Du Gay, P. (1996). *Questions of cultural identity*. US: Sage Publications.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of human communication* (9th ed.). Australia : Thomson Wadsworth.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A. & Oetzel J. G. (2017). *Theories of human communication*.(11th ed.). Long Grove, Ill.: Waveland Press.

Lucaites, J. L., and Condit, C. M. (2006). Re-constructing Narrative Theory: A Functional Perspective. *Journal of Communication*. 35 (4), 90-108. doi:10.1111/j.1460-2466.1985.tb02975.x

Marketeer. (2561). คันฉ่องส่อง (ปรากฏการณ์) บุพเพสันนิวาธ. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2562. แหล่งที่มา https://marketeeronline.co/archives/16120.

Sanook. (2561). “แพรี่พาย” สาวลุคอินเตอร์กับ “แฟชั่นผ้าไหมไทย” ที่ห่างไกลคำว่าเชย. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2565. แหล่งที่มา https://www.sanook.com/women/97453/.

Sanook. (2561). จับกระแสแม่การะเกด ปลุกผ้าไทยให้มีชีวิตอีกครั้ง. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2565. แหล่งที่มา https://www.sanook.com/money/551457/.