

วจักรกรรมการเชิญชวนเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในรายการ “Foodwork”
Speech Act of Invitation for Community-based Tourism in Foodwork

รับบทความ	09/01/2022
แก้ไขบทความ	18/04/2022
ยอมรับบทความ	25/04/2022

รวีวรรณ จันทร์เกื้อ¹ และเข็มฤทัย บุญวรรณ²
Rawewan Chankua and Khemruthai Boonwan

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวจักรกรรมการเชิญชวนเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในรายการ “Foodwork” ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน 2564 จำนวน 18 ตอน โดยเก็บข้อมูลถ้อยคำ และวิเคราะห์วจักรกรรมด้วยกรอบแนวคิดของ John R. Searle และหาค่าร้อยละของถ้อยคำที่ปรากฏ แต่ละกลุ่มวจักรกรรม ผลการศึกษาพบว่ามามีทั้งหมด 149 ถ้อยคำ กลุ่มวจักรกรรมที่พบมากที่สุด คือ วจักรกรรมกลุ่มกล่าวความจริง จำนวน 90 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 60.40 รองลงมาคือวจักรกรรมกลุ่มชี้แนะ จำนวน 42 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 28.19 และวจักรกรรมกลุ่มกล่าวแสดงออก จำนวน 17 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 11.41 เนื้อหาของถ้อยคำที่พบเป็นการเชิญชวนเพื่อนำเสนอวัตถุดิบในชุมชน ของดีของแต่ละตำบลประจำท้องถิ่น อาหารพื้นบ้าน และภูมิปัญญาเกี่ยวกับการประกอบอาหาร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าถ้อยคำมีส่วนช่วยนำเสนอและสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในชุมชนอันจะนำไปสู่การกระตุ้น การท่องเที่ยวและระบบเศรษฐกิจภายในประเทศต่อไป

คำสำคัญ: วจักรกรรมการเชิญชวน การท่องเที่ยวชุมชน รายการ Foodwork

Abstract

The article aims to study the speech act of invitation for community-based tourism in “Foodwork” program 18 episodes from January to June 2021 by collecting the utterances and analyzing the speech acts by implementing John R. Searle's theory of speech pragmatics and assortment of speech acts and finding percentage of each utterances. The results of the study showed that there were 149 utterances in total. The most found group was the assertives with 90 utterances, accounting for 60.40 % , followed by the directive with 42 utterances, accounting for 28.19%. And the expressives

¹นักศึกษาลัทธิศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
Student, Bachelor of Arts Programs in Thai Language, Faculty of Liberal Arts, Mahidol University
²อาจารย์หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
Lecturer, Bachelor of Arts Programs in Thai Language, Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

17 utterances accounting for 11.41%. The content of the utterances was an invitation to present good raw materials in each local community, local food and cooking wisdom that utterances can be contributed to promote and support of local tourism, which will tourism and the domestic economy further.

Keywords: *Speech act, Invitation Community-based Tourism, Foodwork*

บทนำ

ปัจจุบันมีรายการอาหารที่ออกอากาศทางโทรทัศน์หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นรายการประเภทการแข่งขันทำอาหาร ซึ่งแต่ละรายการจะมีผู้เข้าร่วมแข่งขันที่มีอาชีพและอายุแตกต่างกัน มาประชันฝีมือการทำอาหาร โดยมีเชฟชื่อดังและนักชิมเป็นผู้ตัดสิน เช่น รายการมาสเตอร์เชฟ จูเนียร์ ไทยแลนด์ รายการมาสเตอร์เชฟ ไทยแลนด์ รายการเชฟกระทะเหล็ก ประเทศไทยฯ ส่วนรายการอาหารประเภทรายการชิมที่พาไปชิมอาหารเด็ด ๆ ดัง ๆ ตามสถานที่ต่าง ๆ หรือนำเสนอร้านอาหารดัง ๆ เช่น รายการเปรี้ยวปากเชคอิน รายการครัวคุณต๋อย รายการตลาดสดพระราม 4 รายการประเภทแข่งขันกินอาหารมีเพียง 1 รายการคือ คี๊จ้านักกิน ส่วนรายการประเภททำอาหารนั้นมีหลายรายการ ทั้งรายการทำอาหารที่ถ่ายทำรายการในสตูดิโอ เช่น รายการอร่อยเลิศกับคุณหรีด รายการกินอยู่คือ และรายการทำอาหารที่ไปถ่ายทำรายการถึงแหล่งวัตถุดิบ เช่น รายการภัตตาคารบ้านทุ่ง รายการ Foodwork

รายการ Foodwork เป็นรายการทำอาหารในแบบพิวชั่นที่ทำให้การทำอาหารเป็นเรื่องง่าย และผู้ดำเนินรายการ คือ บุญสมิทธิ์ พุกกะณะสุต (เชฟบุ๊ก) ที่จะไปหาวัตถุดิบท้องถิ่นตามแหล่งต่าง ๆ แล้วนำกลับมาทดลองและคิดค้นเมนูใหม่ ๆ โดยรายการดังกล่าวออกอากาศทางช่อง Thai PBS ทุกวันอาทิตย์ เวลา 17.05-17.30 น. และออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันอาทิตย์ที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2555 จนถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลาเกือบ 9 ปี รายการอาหารดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงกระบวนการในการเตรียมวัตถุดิบท้องถิ่น ที่มีการสาธิตขั้นตอนการทำอาหารท้องถิ่นโดยคนในท้องถิ่น ซึ่งรายการนำเสนอวัตถุดิบท้องถิ่นหรือตามชุมชนมาประกอบอาหารจากแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่นและทำอาหารท้องถิ่นโดยคนท้องถิ่น ทำอาหารจานใหม่โดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น และในปี 2564 นี้ รายการได้มีการปรับรูปแบบและวิธีการนำเสนอ โดยจะพาไปยังชุมชนต่าง ๆ และนำเสนออาหารจากร้านหรือแหล่งต่าง ๆ ที่เป็นรู้จักและขึ้นชื่อในพื้นที่หรือแหล่งชุมชนที่จัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบรายการที่กล่าวมานั้นมีความสอดคล้องกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เกี่ยวกับทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการนี้ด้วยเช่นกัน

เมื่อปี 2563 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำเสนอทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทยด้วยกลยุทธ์หลัก 3 ประการคือ การสร้างความมั่นใจในคุณค่า

ของแบรนด์ไทยโดยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ทั้งการดำเนินการและการสื่อสาร การนำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และสินค้า และการขยายกลุ่มเป้าหมายคนไทยให้หันมาสนใจประสบการณ์การท่องเที่ยวและคุณค่าจากการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และนอกจากกลยุทธ์หลักที่กล่าวมานั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังมีแนวทางในการส่งเสริมการตลาด 5 แนวทาง หรือ “5 Go” ได้แก่ Go High คือ กลุ่มตลาดที่สนใจคุณค่ามากกว่าราคา Go New Customer คือหากกลุ่มลูกค้าใหม่ในพื้นที่เดิมและในพื้นที่ใหม่ Go Local คือ การท่องเที่ยววิถีถิ่นเพื่อให้เข้าถึงชุมชนทั้งเมืองหลักและเมืองรอง Go Low Season คือ การชูความเป็นไทยที่เป็นประเทศแห่งการเกษตรกรรม ที่มีความสำคัญต่อความเป็นอยู่โดยเชื่อมโยงกับ Gastronomy ที่เป็นสินค้าหลัก และสุดท้าย Go Digital คือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในวงกว้างมากขึ้น (TAT Review Magazine, 2563: ออนไลน์)

สิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงวิถีถิ่น คือ อาหารท้องถิ่น เนื่องจากอาหารดังกล่าวเป็นอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่นนั้น ๆ เนื่องด้วยเป็นอาหารที่คนในท้องถิ่นได้นำเอาวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาประกอบอาหาร โดยอาศัยภูมิปัญญาของคนที่ได้จากการเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อมรอบตัวในการได้มาซึ่งวัตถุดิบเหล่านั้น แต่ไม่ได้เป็นการทำลายระบบนิเวศของชุมชน นอกจากวัตถุดิบที่มีเฉพาะถิ่นแล้ว การปรุงรสชาติอาหารของแต่ละถิ่นก็แตกต่างกันออกไป จึงทำให้เราได้เห็นถึงวัฒนธรรมด้านอาหารที่โดดเด่นเฉพาะของคนในท้องถิ่นหรือชุมชนนั้น ๆ

เมื่อเป็นเช่นนี้การเชิญชวนให้เยี่ยมชมวิถีถิ่นโดยใช้อาหารท้องถิ่นจึงเป็นส่วนสำคัญในการเชิญชวนให้ไปท่องเที่ยวในชุมชน ประกอบกับสถานการณ์ในปัจจุบันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ส่งผลให้นักท่องเที่ยวในชุมชนต่าง ๆ ลดน้อยลง การมุ่งเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวในชุมชน และให้มาทำกิจกรรมในชุมชน การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนผ่านวัตถุดิบและอาหารในท้องถิ่น จึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจระดับชุมชนได้ อีกทั้งการนำวจนกรรมซึ่ง John Austin ได้ให้สาระสำคัญว่าผู้พูดไม่ได้เพียงใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมายแต่ยังใช้ภาษาเพื่อกระทำการต่าง ๆ วจนกรรมเป็นเรื่องการใช้ภาษาไม่ใช่เรื่องของการพิสูจน์ความเป็นจริงเท็จ และได้แบ่งถ้อยคำออกเป็น 2 ประเภท คือ ถ้อยคำแสดงความเป็นจริงเท็จ (constatives) เป็นถ้อยคำที่ตัดสินค่าความจริงเท็จได้ และใช้พรรณนาหรือบอกเล่า และถ้อยคำบ่งการกระทำ (performatives) เป็นถ้อยคำที่ตัดสินค่าความจริงเท็จไม่ได้ และไม่ใช่เพียงพรรณนา แต่การกล่าวถ้อยคำถือเป็นการกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับถ้อยคำการเชิญชวนเพื่อให้ไปเที่ยวชุมชนในรายการดังกล่าว จึงจะแสดงให้เห็นถึงการสื่อความหมายหรือแนวคิดที่บ่งบอกถึงเจตนาที่แสดงถึงความรู้สึกนึกคิดและทัศนคติของผู้พูดที่มีต่อเรื่องราวต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสารที่เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยถ้อยคำที่ใช้สื่อสารถูกกระทำหรือสื่อออกมาด้วยความตั้งใจหรือกระทำด้วยเจตนาที่ต้องการสื่อความหมายบางอย่างออกมา โดยเกิดความเข้าใจในความหมายของคำพูดที่ผู้พูดกล่าวออกไป (กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และธีรบุษ โชคสุวณิช, 2551: 94)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัย พบว่า มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับรายการอาหาร เช่น งานวิจัยของศิวพร เรื่องขนานบ (2547) ศึกษาเรื่องการศึกษาวเคราะห์รายการทำอาหารทางโทรทัศน์: รายการ "หมึกแดง 'ส เวิลด์" งานวิจัยของเอื้องอริน สายจันทร์ (2553) ศึกษาเรื่อง บทบาทของรายการอาหารทางโทรทัศน์ในการสืบทอดวัฒนธรรมอาหาร งานวิจัยของกฤษฎี สุรนครินทร์ (2557) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สัมพันธสารของรายการโทรทัศน์ ภัตตาคารบ้านทุ่ง งานวิจัยของ MengWei และ จันท์สุดา ไชยประเสริฐ (2564) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สารคดีโทรทัศน์ “ตามอำเภอจาน” พ.ศ. 2563 งานวิจัยของพัฒน์นรี นกชัยภูมิ และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง การศึกษาวัฒนธรรมในพาดหัวโฆษณาสินค้าประเภทอาหารในประเทศฝรั่งเศส จะเห็นได้ว่างานวิจัยวัฒนธรรมเกี่ยวกับรายการอาหารยังไม่มีผู้ใดศึกษาด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาวงจรกรรมกรการเชิญชวนเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชนในรายการ Foodwork ว่ามีการใช้วงจรกรรมอย่างไรที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับเจตนาในการสื่อสารเพื่อเป็นการแนะนำหรือโปรโมทชุมชนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นอีกทางหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาวงจรกรรมกรการเชิญชวนเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในรายการ “Foodwork”

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยในนำกรอบแนวคิดวัจนกรรม (speech acts) ของจอห์น อาร์ เซอร์ล (John R. Searle) ซึ่งเซอร์ลได้จำแนกกลุ่มวัจนกรรมตามเจตนาของผู้พูด โดยยึดกริยาบ่งการกระทำเป็นหลัก วิธีทำให้แบ่งการกระทำได้โดยใช้การพูดออกเป็น 5 ประเภท (สุจริตลักษณ์ ดิผดุง, 2549) ได้แก่

1. การกล่าวความจริง (Representative) เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดทำให้ตนเองถูกผูกมัดอยู่กับความเป็นจริง (truth) ของประพจน์ (asserting) การสรุป (concluding) การบรรยายหรือการพรรณนา (describing) การคาดการณ์ (anticipating) ฯลฯ ผมขออธิบายเรื่องนี้ด้วยตัวเอง
2. การกล่าวชี้แนะ (Directive) เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดพยายามกำหนดให้ผู้รับสารกระทำบางสิ่งบางอย่าง เช่น การสั่ง (ordering) การขอร้อง (requesting) การถาม (questioning)
3. การกล่าวผูกพัน (Commissive) เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดผูกมัดตัวเองต่อการกระทำในอนาคต เช่น การสัญญา (promising) การข่มขู่ (threatening) การยื่นข้อเสนอหรือการเสนอตัว (offering)
4. การกล่าวแสดงออก (Expressive) เป็นวัจนกรรมที่ผู้พูดกล่าวแสดงความรู้สึกหรือทัศนคติบางอย่างหรือบางเรื่อง เช่น การขอบคุณ (thanking) การขอโทษหรือการขอภัย (apologizing) การต้อนรับ (welcoming) การแสดงความยินดี (congratulating)
5. การกล่าวประกาศ (Declaration) เป็นวัจนกรรมซึ่งผู้พูดกล่าวถ้อยคำที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่าง จัดเป็นการกระทำที่ผู้พูดต้องการให้ผู้อื่นได้รับรู้ เช่น การขับไล่ออกจาก

ศาสนา หรือสังคมของชุมชน หรือการคว่ำบาตร (excommunicating) การประกาศสงคราม (declaring war) การตั้งชื่อ (christening) การไล่ออกจากงาน (firing from employment) การคัดค้าน (objecting) การแต่งตั้ง (appointing)

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับวัจนกรรม รายการอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผู้วิจัยได้นำวรรณกรรมดังกล่าวมาเป็นแนวทางวิเคราะห์ผลการวิจัย ดังนี้

พัฒน์นรี นกชัยภูมิ และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง การศึกษาวัจนกรรมในพาดหัวโฆษณาสินค้าประเภทอาหารในประเทศฝรั่งเศส จากเว็บไซต์ www.lillil.fr จำนวน 33 ข้อความ จาก 21 รายการสินค้า ระหว่างวันที่ 1 เมษายน ถึง 31 สิงหาคม 2560 โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีวัจนกรรมของ John R. Searle ผลการศึกษาพบว่าวัจนกรรมที่ใช้มากที่สุด คือ วัจนกรรมบรรยายเหตุการณ์เชิงยืนยัน รองลงมาคือวัจนกรรมกำหนดเหตุการณ์เชิงสั่ง เพราะการโฆษณาสินค้าเชิงอาหารสามารถใช้ประโยคบอกเล่าความจริงที่เป็นข้อมูลในเชิงยืนยันหรือคาดการณ์ เพื่อโน้มน้าวหรือกระตุ้นผู้บริโภคโดยไม่ต้องเป็นการชี้แนะเสมอไป และการใช้วัจนกรรมเพื่อนำเสนอและเผยแพร่ออกสู่ผู้บริโภคนั้นมีความสำคัญต่องานโฆษณาเนื่องจากการสื่อสารผ่านถ้อยคำเพื่อให้เกิดการกระทำบางอย่าง

เอื้องอริน สายจันทร์ (2553) ศึกษาเรื่อง บทบาทของรายการอาหารทางโทรทัศน์ในการสืบทอดวัฒนธรรมอาหาร โดยใช้ทฤษฎีหน้าที่นิยม แนวคิดการสื่อสารและวัฒนธรรม แนวคิดสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาแห่งอาหาร และแนวคิดการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ จำนวน 25 รายการ ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอของรายการโทรทัศน์มี 9 องค์ประกอบ คือ เนื้อหารายการ รูปแบบรายการ รูปแบบการนำเสนอ ผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ อาหาร อุปกรณ์เครื่องครัว โฆษณาแฝง และสถานที่ถ่ายทำที่มีความสอดคล้องกับทุกบทบาทของรายการอาหารทางโทรทัศน์ที่พบทั้งหมด 9 บทบาท คือ นำเสนอความรู้เกี่ยวกับอาหาร ให้ความบันเทิง สอนวิธีการทำอาหาร ยกย่องสถานภาพบุคคลในสังคม โฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า แนะนำร้านอาหารและแหล่งขายอาหาร ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบอาหาร แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และส่งเสริมอาชีพเกี่ยวกับอาหาร ส่วนบทบาทที่พบในทุกรายการคือ นำเสนอความรู้เกี่ยวกับอาหารในหลายมิติ และเกี่ยวพันกับวัจนกรรมวัฒนธรรมอาหาร และสัญชาติของอาหาร ทำให้มีการสืบทอดวัฒนธรรมอาหารไทย เผยแพร่ไปสู่คนอื่น ๆ ทั่วประเทศ และทำให้วัฒนธรรมอาหารต่างชาติเผยแพร่มายังประเทศไทย

กฤษฎี สุรนนครินทร์ (2557) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สัมพันธสารของรายการโทรทัศน์ ภัตตาคารบ้านทุ่ง โดยใช้แนวคิดองค์ประกอบเหตุการณ์สื่อสาร ตามแนวชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารของ มูเรียล ซาวิลล์-ทรอยก์ จำนวน 3 ตอน ได้แก่ ตอน “กระเจี๊ยบเขียว” ตอน “ไก่ดำ” และตอน “กล้วยตานี” ผลการศึกษาพบว่า รายการโทรทัศน์ภัตตาคารบ้านทุ่งเป็นรายการประเภทสารคดีที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องวัตถุดิบพื้นบ้าน และนำวัตถุดิบนั้นมาประกอบอาหารในบรรยากาศที่เป็นกันเอง เพื่อให้ผู้ชมรายการที่อาศัยอยู่ในเมืองทราบถึงคุณค่าของวัตถุดิบพื้นบ้าน และที่มาของอาหาร แซกกับเชิญ

ในแต่ละตอน คือผู้ที่มีความรู้ในวัตถุดิบพื้นบ้านเป็นอย่างดีเนื่องจากเป็นผู้ปลูกพืชหรือเลี้ยงสัตว์ด้วยตนเอง และสถานที่ถ่ายทำรายการเป็นสถานที่จริงที่มีการเพาะปลูกหรือเลี้ยงสัตว์ เนื้อหาในแต่ละตอน จะให้ความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบและวิธีการประกอบอาหาร ลำดับวัน-อวัจนกรรมในรายการจึงแบ่งได้เป็น 2 ช่วงคือ ช่วงให้ความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบ และช่วงให้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหาร ระหว่างที่ให้ความรู้จะมีชุดวัน-อวัจนกรรมพูดคุยนอกประเด็นแทรกอยู่เสมอ เพื่อสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง ในรายการ นอกจากนี้รายการโทรทัศน์ภัตตาคารบ้านทุ่งมีการกำหนดบทบาทของผู้ร่วมเหตุการณ์ที่ชัดเจน คือผู้ดำเนินรายการจะมีหน้าที่ในการกล่าวเปิดและปิดรายการ และถามคำถามในประเด็นต่าง ๆ แล้ว แกรับเชิญจะเป็นผู้ตอบคำถามในส่วนดำเนินรายการ ลักษณะผลัดที่พบมีทั้งผลัดเดี่ยวและกลุ่มของผลัด ตามหลักของคู่ถ้อยคำ ลักษณะในการดำเนินรายการจะมีชุดวัน-อวัจนกรรมพูดคุยนอกประเด็นแทรกอยู่ ทั้งทั้งรายการ อีกทั้งผู้ดำเนินรายการมีการใช้ภาษาที่เรียบง่ายเป็นกันเองและใช้คำที่สัมผัสคล้องจองกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัจนกรรม
2. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัจนกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรายการอาหาร และกำหนดกลุ่มข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและคัดเลือกข้อมูล
 - 3.1 การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลรายการ Foodwork ซึ่งเป็นรายการย้อนหลัง ช่อง Thai PBS จาก <https://program.thaipbs.or.th/Foodwork> ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน 2564
 - 3.2 การคัดเลือกข้อมูล ผู้วิจัยคัดเลือกข้อมูลจากรายการ Food work จำนวน 18 ตอน โดยจะคัดเลือกข้อมูลเฉพาะตอนที่มีการถ่ายทำที่มีการลงพื้นที่หรือชุมชนเท่านั้น
4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจัดหมวดหมู่กลุ่มข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้านวัจนกรรมตามกรอบแนวคิดของ John R. Searle และหาค่าร้อยละของถ้อยคำที่ปรากฏว่ามีถ้อยคำประเภทใดปรากฏมากและน้อยตามลำดับ
5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจึงได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ดังนี้

เชิญชวน หมายถึง จูงใจให้เกิดความสนใจในสิ่งที่นำเสนอและต้องการให้ทำตามที่นำเสนอ

ชุมชน หมายถึง สถานที่ถ่ายทำรายการที่คนในท้องถิ่นร่วมกันนำวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นมาเป็นส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน

หน่วยของถ้อยคำ หมายถึง กลุ่มคำที่เป็นส่วนหนึ่งของถ้อยคำสามารถสื่อสารเจตนาสารได้

โดยใช้บริบทช่วยในการตีความสาร มีโครงสร้างประกอบด้วยภาคประธานที่บางครั้งอาจละไว้ และภาคแสดง

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยวัจนกรรมการเชิญชวนเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชนในรายการ “Foodwork” พบว่า มีการใช้วัจนกรรมการเชิญชวนเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชนทั้งหมด 149 ถ้อยคำ และจำแนกถ้อยคำ ตามกลุ่มวัจนกรรมตามแบบของ John R. Searle ได้ 3 กลุ่ม โดยเรียงลำดับกลุ่มวัจนกรรมตามความถี่ที่ปรากฏ ได้แก่ กลุ่มกล่าวความจริง กลุ่มกล่าวชี้แนะ และกลุ่มกล่าวแสดงออก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. วัจนกรรมกลุ่มกล่าวความจริง (Assertives)

วัจนกรรมกลุ่มบอกกล่าวความจริง เป็นกลุ่มถ้อยคำที่ผู้พูดต้องการบอกรายละเอียดของสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่มีความน่าสนใจ พบลักษณะของถ้อยคำที่ใช้ในวัจนกรรมกลุ่มกล่าวความจริง จำนวน 90 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 60.40 ได้แก่ การบรรยาย การยืนยัน และการเปรียบเทียบ ดังนี้

วัจนกรรมกลุ่มกล่าวความจริง	จำนวน (ถ้อยคำ)	ร้อยละ
1.1 การบรรยาย	65	72.22
1.2 การยืนยัน	13	14.45
1.3 การเปรียบเทียบ	12	13.33
รวม	90	100

1.1 การบรรยาย เป็นถ้อยคำที่พิธีกรกล่าวถึงรายละเอียดโดยรอบ และประสบการณ์ของตัวผู้พูดเอง ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงและต้องการให้ผู้ชมรายการได้ทราบถึงรายละเอียดและมุมมองความคิดของผู้พูดที่มีต่อสิ่งเหล่านั้น พบวัจนกรรมการบรรยาย จำนวน 65 ถ้อยคำ ดังตัวอย่าง

พิธีกร: “ความอร่อยจริง ๆ มันอยู่ที่กันคุณผู้ชมคือ ลักษณะของน้ำตาลมันใหม่ แล้วมันเลยกลายเป็นเกรียม และหอมที่กันอร่อยมาก ที่มะทำไม่หวาน เนื้อถั่วแน่นมากจริง ๆ”

(คอยรุดติน บ้านลำต้นกล้วย: 2 พฤษภาคม 2564)

จากตัวอย่างถ้อยคำข้างต้น คือ ถ้อยคำของพิธีกรที่กล่าวบรรยายถึงความอร่อยของขนมหม้อแกงเผาอบมะพร้าวหรือขนมหม้อแกงถั่วหนองจอก พิธีกรได้กล่าวว่าความอร่อยของขนมหม้อแกงโบราณอยู่ที่กันขนมที่ได้จากการอบด้วยเตาอบแบบสมัยโบราณ โดยใช้กาบมะพร้าวเป็นเชื้อเพลิงแทนเตาอบ แบบสมัยใหม่ จึงทำให้น้ำตาลที่อยู่กันขนมมีความเกรียมเกิดเป็นกลิ่นหอมของน้ำตาล และทำให้ขนมอร่อยมากยิ่งขึ้น ส่วนตัวขนมก็ไม่ได้หวานมากเกินไป อีกทั้งเนื้อขนมที่ทำจากถั่ว

นั้นก็มีความแน่นมากกว่าขนมหม้อแกงทั่วไป ขนมหม้อแกงโบราณนี้เป็นของชาวมุสลิม ที่อาศัยอยู่ที่ชุมชนคอยรุคติน เขตหนองจอก จังหวัดกรุงเทพมหานคร

1.2 การยืนยัน เป็นถ้อยคำที่พิธีกรกล่าวอย่างตั้งใจเพื่อให้ผู้ชมรายการมั่นใจได้ว่าสิ่งที่กล่าวไปนั้นเป็นความจริง เป็นสิ่งที่ผู้ชมรายการจะได้มาสัมผัส รู้สึก หรือได้รับประสบการณ์เช่นเดียวกันกับประสบการณ์ของผู้พูดที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ พบว่าจนกรรมการยืนยัน จำนวน 13 ถ้อยคำ ดังตัวอย่าง

พิธีกร: “มาสัมผัสวิถีชีวิตแบบชุมชนนะครั้บ ประมงพื้นบ้าน อาหารพื้นถิ่น ในแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวนะครั้บ และรับประกันว่าคุณจะประทับใจกลับไปอย่างแน่นอนครั้บ”

(ชาชิมิกกลางทะเล: 10 มกราคม 2564)

จากตัวอย่างถ้อยคำข้างต้น คือ ถ้อยคำของพิธีกรที่ต้องการกล่าวยืนยันว่าหากผู้ชมรายการได้มาสัมผัสบรรยากาศ วิถีชีวิตของชาวเลที่ประกอบอาชีพประมงแบบพื้นบ้าน รับประทานอาหารพื้นถิ่นอร่อย ๆ ที่ได้วัตถุดิบสด ๆ จากทะเล ได้แก่ ปลาหมึกกะตอย ปลาหมึกหอม ปลาหลังเขียว ปลาข้างเหลือง ปลาสากหรือปลาน้ำดอกไม้ และปลานกกระจอกหรือปลาบิน อีกทั้งมีกรรมวิธีการปรุงอาหารแบบพื้นบ้าน ที่ถือว่าเป็นวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนกับที่ไหน ซึ่งผู้ชมรายการจะได้รับความประทับใจเหมือนกับประสบการณ์ที่พิธีกรได้สัมผัสจากการท่องเที่ยว เรียนรู้ และรับประทานอาหารแบบชาวเลที่เกาะช้างได้ อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

1.3 การเปรียบเทียบ เป็นถ้อยคำที่พิธีกรกล่าวเปรียบเทียบรสชาติ กลิ่น ลักษณะ และส่วนผสมของอาหารที่ได้รับประทานในแต่ละท้องถิ่นว่ามีความเหมือนหรือความแตกต่างจากอาหารอื่น ๆ หรือท้องถิ่นอื่น ๆ อย่างไร โดยเป็นการเปรียบเทียบจากประสบการณ์ของตัวเอง เพื่อให้ผู้ชมรายการได้มีความรู้สึกร่วมหรือจินตนาการลักษณะและรสชาติของอาหารในท้องถิ่นตามได้ พบว่าจนกรรมการเปรียบเทียบ จำนวน 12 ถ้อยคำ ดังตัวอย่าง

พิธีกร: “หือ อร่อยเหมือนน้ำพริกคลุกข้าวหอม ๆ หอมกลิ่นกะลามะพร้าวนะครั้บ แล้วก็มะพร้าว แล้วก็มันมีความเค็ม ความมันที่ได้จากกะปิ แล้วรสหวานมันทำให้เข้ากับมะพร้าวได้ดีนะครั้บแม่ อร่อยมากครั้บคุณผู้ชม ยังไงต้องมาลองชิมกันให้ได้นะครั้บ”

(วาวะ...ใต้เดือนทะเล : 18 เมษายน 2564)

จากตัวอย่างถ้อยคำข้างต้น คือ ถ้อยคำของพิธีกรที่กล่าวเปรียบเทียบเคจที่เป็นอาหารของชาวประมงพื้นบ้าน กับน้ำพริกอื่น ๆ ว่าเวลารับประทานเคจคลุกกับข้าวสวยร้อน ๆ นั้นมีกลิ่นหอมอร่อยเหมือนกับเวลารับประทานน้ำพริกคลุกข้าว และได้เสริมอีกว่าเคจมีกลิ่นหอมของกะลามะพร้าว

ที่ได้จากการนำเคยเจไปทาบบาง ๆ ที่ด้านในของกะลามะพร้าวแล้วนำไปย่างไฟอ่อน ๆ เวลารับประทาน
ได้ความเค็ม ความมันจากกะปิ และมีความหวานที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีกับเนื้อมะพร้าวขูดที่เป็นส่วนผสม
หากใครที่ชอบรับประทานน้ำพริกคลุกข้าวสวยร้อน ๆ ก็สามารไปลองรับประทานกันได้ที่ชุมชน
บ้านมตะนอย อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง

2. วจนกรรมกลุ่มชี้้นำ (Directives)

วจนกรรมกลุ่มชี้ นำ เป็นกลุ่มถ้อยคำที่ผู้พูดต้องการให้ผู้ชมรายการกระทำการบางอย่างด้วย
ผู้พูด พบลักษณะของถ้อยคำที่ใช้ในวจนกรรมกลุ่มชี้ นำ จำนวน 42 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 28.19 ได้แก่
การแนะนำ การขอร้อง และการเตือน ดังนี้

วจนกรรมกลุ่มชี้ นำ	จำนวน (ถ้อยคำ)	ร้อยละ
1. การแนะนำ	32	76.20
2. การขอร้อง	5	11.90
3. การเตือน	5	11.90
รวม	42	100

2.1 การแนะนำ เป็นถ้อยคำที่แสดงเจตนาของพิธีกรที่ต้องการกล่าวกำหนดให้ผู้ชมรายการมา
ลิ้มลองอาหารพื้นบ้านของคนในชุมชน หรือมาเที่ยวในชุมชน เพื่อให้ผู้ชมรายการจะได้รับประโยชน์จาก
การกระทำนั้น ๆ โดยส่วนใหญ่จะใช้คำว่า “ต้อง” หรือ “ต้องมา...เลย” ประกอบในถ้อยคำเพื่อเพิ่ม
น้ำหนักของถ้อยคำและความต้องการของผู้พูด พบวจนกรรมการแนะนำ จำนวน 32 ถ้อยคำ ดังตัวอย่าง

พิธีกร: “ที่เกาะช้างที่จังหวัดตราด เป็นแหล่งปูทะเลที่สดและเยอะมาก และที่สำคัญ
เขาบอกว่า ราคาถูกมาก ที่นี้ถ้าใครชอบกินปูทะเล **ต้องมาที่นี่เลย**”

(เที่ยวเกาะช้างใต้: 17 มกราคม 2564)

จากตัวอย่างถ้อยคำข้างต้น คือ ถ้อยคำของพิธีกรที่กล่าวแนะนำผู้ชมรายการให้มาเที่ยว
ที่เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยได้กล่าวว่าเป็นที่ที่เหมาะกับผู้ที่ชอบทานปูทะเล เพราะที่เกาะแห่งนี้มีระบบ
นิเวศที่มีความอุดมสมบูรณ์ และเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของปูทะเลจำนวนมาก จึงทำให้ปูทะเลราคาถูก
มากกว่าที่อื่น ๆ พิธีกรจึงอยากให้ผู้ชมรายการได้มาที่เกาะช้าง จังหวัดตราด

2.2 การขอร้อง เป็นถ้อยคำที่แสดงเจตนาของพิธีกรที่ต้องการกล่าวโน้มน้าวให้ผู้ชมรายการ
กระทำการบางอย่าง เพื่อให้ผู้ชมรายการจะได้รับประโยชน์จากสิ่ง ๆ นั้นหรือสถานที่นั้น ๆ ใช้ถ้อยคำว่า
“อยากให้มา หรือ อยากให้...มา” และคำลงท้ายประโยคประกอบในถ้อยคำเพื่อโน้มน้าว พบวจนกรรม
การขอร้อง จำนวน 5 ถ้อยคำ ดังตัวอย่าง

พิธีกร: “ไม่น่าเชื่อว่าจากกรุงเทพฯ มาไม่ถึง 1 ชั่วโมง มาถึงที่อำเภอสองพี่น้อง นะครับ ที่นี้มีวิถีชีวิตที่เป็นธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นท้องทุ่งนาสวย ๆ หรือว่าปลาธรรมชาติ ที่ยังมีให้จับเยอะมาก แล้วก็มีอาหารอร่อย ๆ ให้ชิม โดยเฉพาะปลาหมำ ซึ่งมีที่เดียวในโลกนะครับ อย่างไรก็ตามอยากให้ลองมาเที่ยวกันนะครับ ที่บ้านแม่พระประจักษ์นะครับ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี”

(ปลาหมำ: 11 เมษายน 2564)

จากตัวอย่างถ้อยคำข้างต้น คือ ถ้อยคำของพิธีกรที่กล่าวขอร้องผู้ชมรายการให้มาลองเที่ยวที่บ้านแม่พระประจักษ์ เพราะต้องการให้ผู้ชมรายการได้มาเห็นทุ่งนาสวย ๆ ปลาในธรรมชาติที่มีมากมายและสามารถจับมาประกอบอาหารได้ อีกทั้งยังมีอาหารอร่อย ๆ ให้ได้ชิมกัน โดยเฉพาะปลาหมำที่ได้จากการนำปลามาหมักด้วยเกลือและสับปะรด เป็นวิธีการนำปลามาแปรรูปด้วยภูมิปัญญาของชาวบ้าน ซึ่งมีที่เดียวในโลกมาลองรับประทานได้ที่บ้านแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

2.3 การเตือน เป็นถ้อยคำที่พิธีกรกล่าวถึงสิ่งที่ผู้ชมรายการไม่ควรพลาด ทั้งอาหารที่เป็นของดีของเด็ด หรือของประจำท้องถิ่น หรือสถานที่ที่เป็นจุดเด่น เมื่อได้มาท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ พบว่าจรรยาบรรณการเตือน จำนวน 5 ถ้อยคำ ดังตัวอย่าง

พิธีกร: “ได้เส้นมาเป็นที่เรียบร้อยแล้วนะครับ ผมก็พร้อมไปเจอกับสุดยอดมือวางอันดับหนึ่ง ที่ทำขนมจีนมากกว่า 65 ปี ที่บอกเลยว่า สูตรนี้ห้ามพลาดครับ เห็นเขาบอกว่า แม่เป็นมือวางอันดับหนึ่งเรื่องขนมจีนน้ำยา”

(ขนมจีนน้ำยาใต้: 9 พฤษภาคม 2564)

จากตัวอย่างถ้อยคำข้างต้น คือ ถ้อยคำของพิธีกรที่ต้องการกล่าวเตือนผู้ชมรายการว่าขนมจีนน้ำยาปลาสูตรของภาคใต้ของแม่ศรีนางนี้ห้ามพลาด เพราะหลาย ๆ คนบอกว่าแม่ศรีนางเป็นสุดยอดมือวางอันดับหนึ่งในเรื่องการทำขนมจีน ที่ทำมานานมากกว่า 65 ปีแล้ว เพราะชายขนมจีนน้ำยามาตั้งแต่อายุ 15 ปี ซึ่งสามารถรับประทานกันได้ที่ศูนย์ศิลปะวิถี อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

3. วจนกรรณกลุ่มกล่าวแสดงออก (Expressives)

วจนกรรณกลุ่มกล่าวแสดงออก เป็นกลุ่มถ้อยคำที่บ่งบอกอารมณ์ความรู้สึกและทัศนคติของผู้พูดที่มีต่ออาหาร พบลักษณะของถ้อยคำที่ใช้ในวจนกรรณกลุ่มกล่าวแสดงออก คือ การชื่นชมเป็นถ้อยคำที่พิธีกรกล่าวถึงอาหาร หรือสถานที่ โดยเป็นการกล่าวแสดงความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้นว่ามีความดีอย่างไรหรือน้อยเพียงใด พบวจนกรรณการเปรียบเทียบ จำนวน 12 ถ้อยคำ ดังนี้

วัจนกรรมกลุ่มกล่าวแสดงออก	จำนวน (ถ้อยคำ)	ร้อยละ
การชื่นชม	17	100
รวม	17	100

พิธีกร: “ไม่หวานมาก ข้าวเม่ากรอบจนไม่รู้เลยว่าเอาไปคลุกกับน้ำตาล หรือน้ำเคลือบมาแล้ว เหมือนข้าวเม่าที่คั่วใหม่ ๆ คุณผู้ชม กรอบแล้วหอม เวลากินข้าวเม่ามันเป็นรสหนึ่ง แล้วพอกัดไปโดนเต้าหู้ มันจะไม่มีรสชาติเลยนะ แต่มันจะกรอบมันก็จะไปติดกับรสจัด ๆ ของข้าวเม่า เคี้ยวไปเจอถั่ว มันจะมัน แล้วพอกัดไปเจอกุ้งแห้งมันจะเค็ม คือมันเป็นของว่างที่ดูธรรมดา แต่ถ้าคุณได้กินแล้ว เชื่อเถอะว่ารสชาติมันมหัศจรรย์ สุดยอด คุณผู้ชม หากินยากมาก”

(ของอรร้อย่านบางกอกน้อย: 28 มีนาคม 2564)

จากตัวอย่างถ้อยคำข้างต้น คือ ถ้อยคำของพิธีกรที่กล่าวชื่นชมรสชาติของข้าวเม่าหมี่ ซึ่งเป็นอาหารว่างที่หากินได้ยากมากในปัจจุบัน ว่าแม้จะเป็นอาหารว่างธรรมดา ๆ แต่มีรสชาติที่มหัศจรรย์ เพราะเวลารับประทานข้าวเม่าหมี่ เมื่อเคี้ยวไปโดนตัวข้าวเม่าคั่วใหม่ ๆ ที่ถูกเคลือบด้วยน้ำปรุงก็เป็นรสชาติหนึ่ง กัดไปโดนเต้าหู้ที่มีความกรอบแม้จะไม่มีรสชาติซึ่งทั้งสองอย่างนี้สามารถตรัสจัด ๆ ของรสชาติน้ำที่นำมาคลุกได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังได้ความมันจากถั่วคั่วและความเค็มจากกุ้งแห้งสามารถไปปรับประทานสูตรต้นตำรับนี้กันได้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ กรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวัจนกรรมการเชิญชวนเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในรายการ “Foodwork” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัจนกรรมการเชิญชวนเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในรายการ Foodwork โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีวัจนกรรมของ John R. Searle วิเคราะห์และแบ่งกลุ่มประเภทของถ้อยคำ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มวัจนกรรมเพื่อเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวในชุมชนที่พิธีกรใช้มากที่สุด คือ วัจนกรรมกลุ่มกล่าวความจริง รองลงมาคือ วัจนกรรมกลุ่มกล่าวชื่นชม และ น้อยที่สุดคือ วัจนกรรมกลุ่มกล่าวแสดงออก ดังตาราง

กลุ่มวจนกรรม	จำนวน (ถ้อยคำ)	ร้อยละ (ของถ้อยคำ)	ลักษณะ ของถ้อยคำ	จำนวน (ถ้อยคำ)	ร้อยละ (ของกลุ่มวจนกรรม)
กลุ่มกล่าวความจริง	90	60.40	การบรรยาย	65	72.22
			การยืนยัน	13	14.45
			การเปรียบเทียบ	12	13.33
กลุ่มกล่าวชี้แนะ	42	28.19	การแนะนำ	32	76.20
			การขอร้อง	5	11.90
			การเตือน	5	11.90
กลุ่มกล่าวแสดงออก	17	11.41	การชื่นชม	17	77.27

จากตารางแสดงให้เห็นว่า พบวจนกรรมกลุ่มกล่าวความจริง เป็นกลุ่มวจนกรรมที่พบมากที่สุด พบทั้งหมด 90 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 60.40 ได้แก่ วจนกรรมการบรรยาย จำนวน 65 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 72.22 วจนกรรมการยืนยัน จำนวน 13 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 14.45 และวจนกรรมการเปรียบเทียบ จำนวน 12 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 13.33 กลุ่มวจนกรรมที่พบรองลงมา คือ วจนกรรมกลุ่มกล่าวชี้แนะ พบทั้งหมด 42 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 28.19 ได้แก่ วจนกรรมการแนะนำ จำนวน 32 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 76.20 วจนกรรมการขอร้อง จำนวน 5 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 11.90 และวจนกรรมการเตือน จำนวน 5 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 11.90 และกลุ่มวจนกรรมที่พบน้อยที่สุดคือ วจนกรรมกลุ่มกล่าวแสดงออก พบทั้งหมด 17 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 11.41 ได้แก่ วจนกรรมการชื่นชม จำนวน 17 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 100

ผลการศึกษาวจนกรรมการเชิญชวนเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชนในรายการ “Foodwork” ทำให้เห็นว่าการกล่าวเชิญชวนในลักษณะดังกล่าวมีส่วนสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy) ที่ผู้ชมรายการหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชมรายการจะมีแรงจูงใจในการไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ เช่น แหล่งชุมชน งานเทศกาล หรือร้านอาหารที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการไปตามหาวัตถุดิบของดีชุมชน ภูมิปัญญาหรือเคล็ดลับในการประกอบอาหารของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมของผู้คนในท้องถิ่นนั้นได้อย่างชัดเจน

ดังนั้นวจนกรรมที่พิธีกรกล่าวเชิญชวนเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในรายการ “Foodwork” จึงมีเนื้อหาของถ้อยคำที่เป็นการนำเสนอโดยใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชน ของดีของเด่นประจำท้องถิ่น อาหารพื้นบ้าน หรือแม้กระทั่งภูมิปัญญาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประกอบอาหาร ถือว่าเป็นการเชิญชวนให้ผู้ชมรายการมาท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อีกทั้งยังแสดงให้เห็นว่าการใช้วจนกรรมเชิญชวนนี้มีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอและสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชนที่จะช่วยส่งเสริมและกระตุ้น

การท่องเที่ยว รวมถึงยังเป็นการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังชุมชนต่าง ๆ ได้อีกทางหนึ่งด้วย

อภิปรายผล

ผลการศึกษาคำกรใช้วัจนกรรมการเชิญชวนเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในรายการ “Foodwork” พบว่า ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับสมมติฐานกล่าวคือ พบการใช้วัจนกรรมกลุ่มกล่าวความจริง วัจนกรรมกลุ่มกล่าวชื่นชม และวัจนกรรมกลุ่มกล่าวแสดงออก โดยวัจนกรรมกลุ่มกล่าวความจริงที่เป็นถ้อยคำซึ่งใช้ในการบรรยายข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การยืนยันความเป็นจริงของข้อมูลตามความเป็นจริงให้ผู้ชมได้รับรู้ข้อมูลเพิ่มเติมจากฐานความรู้เดิมที่ผู้ชมมีอยู่ ส่วนวัจนกรรมกลุ่มชื่นชมเป็นกลุ่มวัจนกรรมที่แสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่าพิธีกรต้องการให้ผู้ชมกระทำการอะไรกับสิ่งที่พิธีกรกล่าวถึงด้วยการแนะนำ และขอร้องให้ทำ เพื่อประโยชน์ต่อผู้ชมเป็นการโน้มน้าวผู้ชมให้รู้สึกอยากมาท่องเที่ยว เพราะจุดประสงค์ของรายการหนึ่ง คือ เพื่อต้องการสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชนให้มากยิ่งขึ้น โดยใช้อาหารเป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยวตามลักษณะของรายการที่เป็นรายการอาหาร และวัจนกรรมกลุ่มกล่าวแสดงออกเป็นการกล่าวความรู้สึก หรือทัศนคติของผู้พูดที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ทำให้ผู้ชมได้เข้าใจหรือรู้สึกอยากทำสิ่งนั้น เพราะรายการอาหาร เป็นรายการที่ต้องแสดงออกให้ผู้ชมได้รับรู้ว่าอาหารที่รับประทานมีรสชาติเป็นอย่างไร และมีอะไรที่เป็นจุดเด่นของอาหาร

จากผลการจำแนกกลุ่มวัจนกรรมดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าวัจนกรรมที่พบมีความสอดคล้องกับลักษณะและเนื้อหาของรายการที่นำเสนอข้อมูลที่เป็นจริงให้แก่ผู้ชมรายการ เนื่องจากรายการดังกล่าวเป็นรายการอาหารที่พิธีกรต้องการมุ่งเน้นการนำเสนอลักษณะอาหารที่โดดเด่น ทั้งยังมีความน่าสนใจด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร รูปลักษณ์ของอาหาร และรสชาติของอาหารที่ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละท้องถิ่นหรือชุมชน เพราะวัตถุดิบ รูปลักษณ์อาหาร และรสชาติของอาหารนั้นสามารถสื่อสารความเป็นชุมชน วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในชุมชนได้ด้วย จึงทำให้ผู้ชมรายการดังกล่าวรู้สึกอยากลองทำอาหาร หรือลองมาสัมผัสบรรยากาศวิถีชีวิต และความเป็นกันเองของคนในชุมชน

นอกจากนี้ผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของพัฒน์นรี นกชัยภูมิ และคณะ (2562) ที่พบวัจนกรรมบรรยายเหตุการณ์ และวัจนกรรมกำหนดในงานโฆษณา เนื่องจากในการโน้มน้าวหรือกระตุ้นผู้บริโภคในงานโฆษณาประเภทอาหารสามารถใช้การบอกเล่าข้อมูลจริงให้กับผู้บริโภคโดยไม่จำเป็นต้องโฆษณาในเชิงชื่นชมหรือใช้วัจนกรรมการชื่นชม เพื่อเชิญชวนหรือโน้มน้าวผู้บริโภคเสมอไป อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเอื้องอริน สายจันทร์ (2553) ที่ได้กล่าวถึงประเด็นบทบาทของรายการอาหารทางโทรทัศน์ว่ามีบทบาทในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ แนะนำร้านอาหารและแหล่งขายอาหาร ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบอาหาร แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมอาชีพเกี่ยวกับอาหาร และนำเสนอความรู้เกี่ยวกับอาหาร และงานวิจัยของกฤษฎี สุรนครินทร์ (2557) ยังได้กล่าวถึงรูปแบบรายการอาหารทางโทรทัศน์ว่า ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องวัตถุดิบพื้นบ้าน และนำวัตถุดิบนั้นมาประกอบอาหาร

ในบรรยากาศที่เป็นกันเอง เพื่อให้ผู้ชมรายการที่อาศัยอยู่ในเมืองทราบถึงคุณค่าของวัตถุดิบพื้นบ้าน และที่มาของอาหารท้องถิ่น ซึ่งรูปแบบรายการอาหารทางโทรทัศน์นี้ ทำให้เกิดการสืบทอดและเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นไปสู่ผู้คนทั่วประเทศได้

วัฒนธรรมเชิงชุมชนที่พบมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับเนื้อหาและรูปแบบของรายการ โดยมีการนำเสนอแหล่งวัตถุดิบท้องถิ่น วิธีการปรุงอาหาร และร้านอาหารดั้งเดิมประจำท้องถิ่น อีกทั้งยังมีการนำเสนอบรรยากาศการรับประทานอาหารแบบดั้งเดิมและบรรยากาศแบบย้อนยุค ที่ทำให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ ของคนในท้องถิ่นและชุมชน ซึ่งเป็นส่วนที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อีกทั้งยังโน้มน้าวและดึงดูดความสนใจให้กับผู้ชมรายการได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

ศึกษารายการอาหารโดยใช้มุมมองหรือกรอบแนวคิดด้านคติชนวิทยา มานุษยวิทยาหรือศาสตร์อื่น ๆ เพื่อมีมิติครอบคลุมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎี สุรนัยครินทร์. (2557). **การวิเคราะห์สัมพันธสารของรายการโทรทัศน์ ภัตตาคารบ้านทุ่ง**.

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และธีรนุช โชคสุวณิช. (2551). **วิจัยปฏิบัติการศาสตร์**. กรุงเทพฯ: โครงการ

เผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

TAT Review Magazine. (2563). **การนำเสนอทิศทาง การส่งเสริมการท่องเที่ยว ของ ททท. ปี 2563**.

ค้นเมื่อ กันยายน 14, 2564 จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/tourism-direction-2020/>

พัฒน์นรี นกชัยภูมิ และคณะ. (2562). **การศึกษาวัฒนธรรมในพาดหัวโฆษณาสินค้าประเภทอาหารใน**

ประเทศฝรั่งเศส. ใน การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ สรรพศาสตร์ สรรพศิลป์

ประจำปี 2562 (27-28 มิถุนายน หน้า 496-507). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Meng Wei และจันทร์สุดา ไชยประเสริฐ. (2564). **การวิเคราะห์สารคดีโทรทัศน์ “ตามอำเภอจาน”**

พ.ศ. 2563. ใน การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ

ครั้งที่ 12 (15 มกราคม หน้า 424-433). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ

สวนสุนันทา.

รายการ Foodwork. (2564). **ขนมจีนน้ำยาใต้**. ค้นเมื่อ ตุลาคม 5, 2564, จาก

<https://program.thaipbs.or.th/Foodwork/episodes/78234>

_____. (2564). **ของอร่อยย่านบางกอกน้อย**. ค้นเมื่อ ตุลาคม 5, 2564, จาก [https://program.](https://program.thaipbs.or.th/Foodwork/episodes/77150)

[thaipbs.or.th/Foodwork/episodes/77150](https://program.thaipbs.or.th/Foodwork/episodes/77150)

- รายการ Foodwork. (2564). **คอยรูดตีน บ้านลำต้นกล้วย**. ค้นเมื่อ ตุลาคม 5, 2564, จาก <https://program.thaipbs.or.th/Foodwork/episodes/78070>
- _____. (2564). **ซาซิมิกกลางทะเล**. ค้นเมื่อ ตุลาคม 5, 2564, จาก <https://program.thaipbs.or.th/Foodwork/episodes/75103>
- _____. (2564). **เที่ยวเกาะข้างใต้**. ค้นเมื่อ ตุลาคม 5, 2564, จาก <https://program.thaipbs.or.th/Foodwork/episodes/75275>
- _____. (2564). **ปลาหมึก**. ค้นเมื่อ ตุลาคม 5, 2564, จาก <https://program.thaipbs.or.th/Foodwork/episodes/77512>
- _____. (2564). **วาระ...ไล่เดือนทะเล**. ค้นเมื่อ ตุลาคม 5, 2564, จาก <https://program.thaipbs.or.th/Foodwork/episodes/77515>
- ศิวพร เรืองขนาบ. (2547). **การศึกษาวิเคราะห์รายการทำอาหารทางโทรทัศน์: รายการ "หมึกแดง" ส เวิลด์**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุจริตลักษณ์ ดีผดุง. (2549). **วิจัยปฏิบัติการศาสตร์เบื้องต้น**. นครปฐม: สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เอื้องอริน สายจันทร์. (2553). **บทบาทของรายการอาหารทางโทรทัศน์ในการสืบทอดวัฒนธรรมอาหาร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

