

การประกอบสร้างชาติไทยในมิติการท่องเที่ยวจากสารคดี: กรณีศึกษา อนุสาร อ.ส.ท.¹
Thai Nation Construction in Non-Fiction Travel Dimension: A Case Study of TOT
Magazine

ชัยเนตร ชนกคุณ I Chainet Chanogkun^{2*}
ธนพร หมูคำ I Thanaporn Mookham³
ภิญญพันธ์ พงนะลาวัณย์ I Pinyapan Potjanalawan⁴
สุพรรณ ทองคล้าย I Suphan Thongkloy⁵

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประกอบสร้างวาทกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างชาติไทยจากงานสารคดีในอนุสาร อ.ส.ท. โดยใช้กรอบคิดวาทกรรมของมิเชล ฟูกูต์ (Michel Foucault) เป็นเครื่องมือหลักในการศึกษารวมทั้งแนวคิดสัญญาของแฟร์ดีนันด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) แนวคิดภาพแทนของสจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Hall) และมายาคติของโรแลนด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) ศึกษากลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จากอนุสาร อ.ส.ท. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2506 ถึง 2560 รวม 680 ฉบับ ผลการศึกษาพบว่าอนุสาร อ.ส.ท. มีการประกอบสร้างวาทกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 6 ชุด คือ 1.) วาทกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย 2.) วาทกรรมส่งเสริมเยาวชนกับการท่องเที่ยว 3.) วาทกรรมส่งเสริมท้องถิ่นในการตั้งรับการท่องเที่ยว 4.) การประกอบสร้างวาทกรรมด้วยการนำคำชื่นชมจากต่างชาติมาเสนอ 5.) วาทกรรมสร้างคุณค่า มูลค่า ของดีและความเป็นไทย ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 6.) วาทกรรมความเจริญตามแนวคิดของรัฐ ชุดวาทกรรมที่พบมีการผลิตซ้ำมายาคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เน้นส่งเสริมท้องถิ่นตามวลี “ของดีท้องถิ่น” เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อนุสาร อ.ส.ท. ผลิตซ้ำวาทกรรมเพื่อตอบสนองแนวคิดของรัฐตามวาทกรรมที่พัฒนามากที่สุดด้วยสัญญาณการใช้ความศิวิไลซ์แทนความเจริญของเมืองท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองหลวง มีการใช้รถม้าและช้างเป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ในจังหวัด ด้านมายาคติที่พบคือการนำเสนอการท่องเที่ยวแบบชนไทยเที่ยวไทยตามนโยบายของประเทศไทยที่พัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นการเน้นย้ำความสำคัญของคนไทยที่ต้องสร้างชาติด้วยการส่งเสริมนโยบายท่องเที่ยวของภาครัฐ และภาพแทน “ของดี” ที่ปรากฏในการนำเสนอมุมมองแต่ละพื้นที่ในท้องถิ่น อนุสาร อ.ส.ท. ได้ตอกย้ำให้เห็นความสำคัญของการประกอบสร้างชาติไทยด้วยวาทกรรมการท่องเที่ยวและเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างชาติไทยด้วยการใช้สารคดี

คำสำคัญ: การประกอบสร้าง, ชาติไทย, อนุสาร อ.ส.ท., การท่องเที่ยว, สารคดี

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การประกอบสร้างชาติไทย จากบทสารคดี: กรณีศึกษา อนุสาร อ.ส.ท. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ปีการศึกษา 2560

^{2*} ผู้ประพันธ์อันดับแรก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี (นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย/ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์/ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี/ chanogkun@gmail.com.)

³ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร. / คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ /มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี/ warmraw@yahoo.com.)

⁴ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี (รองศาสตราจารย์, ดร. / คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ /มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี/ thanapornnai@gmail.com.)

⁵ ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (รองศาสตราจารย์/ คณะมนุษยศาสตร์/ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่/ chanogkun@gmail.com.)

Abstract

The goal of this article is to investigate the construction of tourist discourse for the building of the Thai nation from non-fictions in TOT magazine using Michael Foucault's discourse concepts, Ferdinand de Saussure's sign, Stuart Hall's representation, and Roland Barthes' myth. The sample is TOT magazine from 1963–2017. The total was 680 copies. The result found that TOT magazine constructed six sets of discourses: 1. tourism promotion of Thailand; 2. youth and travel promotion; 3. the local area as a tourism hub; 4. foreigners' admiration; 5. values, cost, good products, and Thainess as seen through tourism promotion; and 6. the government's concept of civilization. The discourses discovered produce the myth of tourism by focusing on local tourism with a "local good product" campaign in accordance with the National Economic and Social Development Plan. The TOT magazine used signs to support the government's policy by reproducing the civilization discourse the most. The civilization represents the growth of tourism in the town when compared to the capital city. The provincial symbols were a horse carriage and an elephant. Myth was persuaded to travel with the campaign "Thai Travels in Thailand" as the way of a developed country such as Japan. This was an emphasis for Thais to build the nation through tourism policy, including having representations of "good products" from local areas. TOT magazine emphasized the importance of tourism discourse in the construction of the Thai nation, and it was part of the non-fiction construction of the Thai nation.

Keywords: construction, Thai nation, TOT magazine, tourism, non-fiction

บทนำ

งานสารคดีเป็นงานเขียนที่ไม่มีตัวละครสมมุติ จึงมีเจตนาเบื้องต้นเพื่อรายงานเรื่องที่เป็นจริง มิใช่เกิดจากจินตนาการ เรียบเรียงอย่างสละสลวย โดยเน้นองค์ประกอบ ที่เกิดจากความสนใจมนุษย์เป็นหลักและมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข่าวสารความรู้ ความผ่อนคลาย แก่ผู้อ่านในเวลาเดียวกัน (มาลี บุญศิริพันธ์, 2535 : 10) ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงสารคดี มักได้รับการพิจารณาจากผู้พิมพ์และผู้เผยแพร่วรรณกรรมรองจากรวรรณกรรมประเภทอื่นเสมอ เช่น เรื่องสั้น นวนิยาย กวีนิพนธ์ เป็นต้น แต่ก็มีพยายามและความมุ่งหมายที่จะต้องการยกระดับจากสารคดีทั่วไปเป็นงานสารคดีเชิงสร้างสรรค์ที่อยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง ให้มีความนิยมทัดเทียมกับงานเขียนประเภทอื่นตลอดมา (สมรม สหิงพระ, 2537 : 36-38) ทำให้ปัจจุบันสารคดีกลับเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง นิตยสารส่วนใหญ่จะต้องมีสารคดีเพื่อเพิ่มสีสันให้กับหนังสือและเมื่อนำไปตีพิมพ์รวมเล่มก็ได้รับการตอบรับอย่างดี (ยุร กมลเสรีรัตน์, 2541: 87) จึงทำให้งานสารคดีเป็นที่สนใจ นอกจากสื่อสิ่งพิมพ์แล้วงานสร้างสรรค์ประเภทอื่นมักจะหยิบยกเอาเนื้อหาหรือวรรณกรรมประเภทสารคดีไปถ่ายทอดในรูปแบบอื่น ๆ ประกอบด้วยเช่นกัน เช่น หนังสือการ์ตูน ภาพยนตร์สารคดี รายการโทรทัศน์และเพลง สอดคล้องกับข้อมูลปัจจุบันที่เป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม ข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา สื่อต่าง ๆ ล้วนมีอิทธิพลกับผู้เผยแพร่วรรณกรรม จึงเป็นเหตุให้ผู้เผยแพร่ต้องการได้สารที่ให้ทั้งความรู้ ข้อมูล ข่าวสารไปพร้อม ๆ กันกับความบันเทิง งานเขียนแนวสารคดีจึงเป็นอีกแนวหนึ่งที่ได้รับการนิยมนิยมอย่างแพร่หลาย

จะเห็นได้ว่าสารคดีนั้นได้พัฒนาทั้งด้านรูปแบบและกลวิธีในการนำเสนอให้ตรงกับความต้องการของผู้เผยแพร่วรรณกรรมในรูปแบบใหม่ ดังที่ ธัญญา สังขพันธานนท์ (2553 : 7) นิยามความหมายและขอบข่ายของสารคดีตามแนวทัศนะใหม่ว่า “สารคดีคือรอยต่อระหว่างวิชาการกับวรรณกรรม และสารคดีคือความบันเทิงที่ได้สาระ” สารคดีจึงเป็นงานเขียนที่มีชีวิตชีวา มีสีสัน มีการปรุงแต่งจินตนาการประกอบด้วยการให้เหตุผล หลักฐาน

ความรู้สึกและข้อมูลที่มีรอบด้าน มีรูปแบบการนำเสนอใหม่ ๆ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม อาจใช้วิธีการเขียนบันเทิงคดีเข้ามาช่วย สารคดีแนวใหม่จึงอยู่กึ่งกลางระหว่างบันเทิงกับสาระทางวิชาการ (บุญยงค์ เกศเทศ, 2536 : 80) กล่าวโดยสรุป งานเขียนประเภทสารคดี นับเป็นงานที่นำเสนอความจริงประกอบสีสัน ทำให้เกิดเรื่องราวแบบใหม่ที่มีความรู้สึก อารมณ์และความรู้เป็นองค์ประกอบและสารคดีนั้น ก็มีแนวโน้มที่จะสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดในการสร้างสื่อรูปแบบใหม่ที่ตอบสนองเป้าหมายองค์กรได้นั่นเอง

เมื่อสารคดีเป็นงานเขียนที่ได้ “รส” และ “อารมณ์” จึงทำให้ปัจจุบันสารคดี เป็นงานเขียนที่ได้รับการยอมรับอย่างหลากหลาย และกลายเป็นเครื่องมือที่ดีและมีประสิทธิภาพในการสื่อสาร และ “สอดสาร” เพื่อเป้าหมายด้านต่าง ๆ จากบุคคลหรือกลุ่มคนที่หลากหลาย โดยเฉพาะผู้ปกครองหรือนักการเมือง ที่ต้องการที่จะกระจายแนวคิดของตนออกสู่สังคม การพยายามประดิษฐ์วาทกรรมต่าง ๆ แล้วแทรกเข้าไปในบทสารคดีจึงทำได้ อย่างแนบเนียน ดังเช่นวารสาร อ.ส.ท. เป็นงานเขียนประเภทสารคดีที่ได้รับความนิยมมาเป็นเวลานานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 กระทั่งทุกวันนี้ แม้จะอยู่ในวิกฤตการณ์ของความนิยมอ่านที่ลดลง วารสาร นิตยสารหนังสือพิมพ์ทยอยปิดตัวลง แต่อนุสาร อ.ส.ท. ก็ยังคงอยู่และสามารถพบเห็นได้ตามแผงหนังสือทั่วไป

ความน่าสนใจอีกประการหนึ่งของอนุสาร อ.ส.ท. คือ นอกจากความเป็นวารสารที่นำเสนองานเขียนประเภทสารคดีอย่างเดียวแล้ว ยังเป็นวารสารที่รัฐหรือกระทรวงการส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นผู้สนับสนุนการตีพิมพ์ ดังนั้นเนื้อหาที่นำเสนอสู่สายตาผู้อ่านจึงเป็นเนื้อหาที่นับว่าผ่านการกลั่นกรองโดยผู้เขียนที่ถูกกำหนดผ่านอำนาจของรัฐทั้งเชิงการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่อีกชั้น ดังนั้นอนุสาร อ.ส.ท. จึงเป็นงานที่น่าสนใจที่เหมาะกับการนำเสนอและการศึกษาวิจัยในประเด็นต่าง ๆ อันรื่นซ่อนอยู่ภายใน โดยเฉพาะวาทกรรมของรัฐที่ผู้เขียนประกอบสร้างในกลวิธีนำเสนอและกระบวนการสื่อสารในสารคดี โดยเฉพาะการนำเสนอภาพเมืองไทยตามแผนการพัฒนาประเทศ เช่น การสร้างภาพแทนสตรีชาวเหนือเป็นคนที่พูดช้า ชุ่มชื้นและท้องถิ่นภาคเหนือเต็มไปด้วยวัฒนธรรมล้านนาหรือท้องถิ่นภาคอีสานมีความงดงามและสื่อความหมายท่ามกลาง ความเชื่อเกี่ยวกับผี เป็นต้น ตัวอย่างงานเขียนที่กล่าวถึงผู้หญิงชาวล้านนาว่า

... คนงามป่าซาง...แน่นอนที่เด็กสาวรุ่นไหนก็ไม่เคยทำให้ป่าซางเสียชื่อ ไม่ว่าจะเป็นสาวบ้านกองงามสาวบ้านเหมืองจี้ กิริยาที่อ่อนโยนละมุนละไมและน้ำเสียงที่เอื่อยเอื้อนเชิญชวนให้ซื้อของ...ดูจะเป็นแม่เหล็กที่ดึงดูดให้หนุ่มต่างถิ่นเกิดความสั่นสะเทือนในหัวใจและเดินทางกลับไปด้วยจิตใจไม่สู้เป็นปกติเท่าไรนัก (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 23 ฉบับที่ 25. 2526 : 1)

จะเห็นได้ว่าภาพแทนดังกล่าวเป็นการประกอบสร้างและผลิตซ้ำความเป็นล้านนา และความเป็นอีสานจากการผลิตซ้ำความเชื่อเดิมที่สืบทอดมา โดยละเลยความเป็นจริง หรือภาพรวมของสังคมและท้องถื่น ภาพหญิงสาวล้านนาที่เข้มข้อยและอ่อนหวานจึงเป็นภาพแทนหญิงสาวที่พร้อมต้อนรับแขกผู้มาเยือน

ประเด็นสำคัญของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือการศึกษาการประกอบสร้างวาทกรรมที่ปรากฏในตัวบทสารคดีในอนุสาร อ.ส.ท. ที่ผู้วิจัยมองว่าอาจมีปัจจัยและองค์ประกอบที่แตกต่างกันหรือการสืบทอดจากตัวบทโดยมุ่งเน้นเกี่ยวกับภาพแทนของชาติไทยโดยความพยายามสื่อความหมายของรัฐที่ผลิตวาทกรรมและสร้างชาติตามอุดมการณ์ ทั้งจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่าง ๆ นโยบายของรัฐบาลในแต่ละยุคสมัยและกระแสนิยมของสังคมที่ส่งผลต่ออำนาจจนสะท้อนออกมาในงานสารคดีที่ทำให้ผู้อ่านซึมซับ และยอมรับในวาทกรรมเหล่านั้นโดยไม่ปฏิเสธ ปัจจัยที่มองไม่เห็นเหล่านี้ทำหน้าที่สื่อสารกับผู้อ่านในทุกระดับของสังคมไทย ด้านหนึ่งเพื่อให้ความรู้หรือเปิดพื้นที่ของประเทศไทยให้กว้างขึ้น และส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการกระตุ้นผู้อ่านทั้งด้านสำนวนภาษา รูปภาพที่สวยงามและข้อมูลที่น่าสนใจ แต่ในขณะเดียวกันก็ขยายความเป็นชาติไทยในการปลูกฝังค่านิยมที่สอดคล้องกับศูนย์กลางเข้าไปในการรับรู้ของผู้อ่านอย่างต่อเนื่อง

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษากระบวนการประกอบสร้างวาทกรรมสร้างชาติที่ปรากฏในตำราประวัติศาสตร์อนุสาร อ.ส.ท. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2506–2560 เพื่อวิเคราะห์กระบวนการประกอบสร้างและการกิจต่าง ๆ ที่ปรากฏในสารคดีดังกล่าวว่าผู้เขียนใช้กลวิธีการนำเสนอสารคดีโดยผลิตซ้ำวาทกรรมชุดใด มีสัญลักษณ์และภาพแทนในบริบทสังคม วัฒนธรรม การเมือง การปกครองและเศรษฐกิจแต่ละยุคสมัยอย่างไร หากมองข้ามแหล่งข้อมูลนี้ไป สังคมจะขาดโอกาสที่จะเปิดโลกอันจะเป็นประโยชน์ในเชิงการศึกษาสารคดีตามพลวัตและการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอการสร้างชาติไทยผ่านวาทกรรมต่อไป นอกจากนี้ประโยชน์จากการศึกษาในครั้งนี้ก็เพื่อขยายพรมแดนความรู้เรื่องสายธารของอำนาจในรูปแบบต่าง ๆ ที่ครอบงำอยู่ในสังคม นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มกรอบคิดในการวิเคราะห์สื่อ โดยเฉพาะสารคดี ที่นอกเหนือจากจะเป็นสื่อที่ได้รับการกล่าวขานว่า “สาระคู่ความบันเทิง” แล้ว ยังมี “สีสันและการสอດไส้” อย่างไรในการสร้าง

กรอบคิดในการศึกษาในครั้งนี้คือ แนวคิดเกี่ยวกับสารคดี และแนวคิดด้านวาทกรรม โดยใช้เครื่องมือคือ วาทกรรม สัญลักษณ์ ภาพแทน และมายาคติ โดยการศึกษาเกี่ยวกับสารคดี และการศึกษาด้านวาทกรรม

วาทกรรม (Discourse) ได้นำแนวคิดของ มิเชล ฟูกูต์ (Michel Foucault, 1977 : 43 - 47) มาเป็นแนวทางโดยขยายความวาทกรรมในเรื่องระบบในการสร้างอัตลักษณ์และความหมาย หรือการนิยามความรู้บางอย่างให้กับสิ่งต่าง ๆ ในสังคม เพื่อให้มีอำนาจในการกำหนดอำนาจ ความรู้และความจริง หรือแม้แต่ตัวตนของเรา และวาทกรรมนั้นยังมีหน้าที่กำหนดสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมานั้น ให้ดำรงอยู่และได้รับการยอมรับในสังคม แต่ในขณะเดียวกันวาทกรรมก็ยังทำหน้าที่ปิดกั้นความหมายบางอย่างไม่ให้เกิดขึ้น การนำความรู้มากำหนดความจริงในสังคม ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความหมายของวาทกรรมนั้นคือ การนำเอาความรู้มากำหนดความจริงในสังคม วาทกรรมนั้นประกอบไปด้วยถ้อยคำ (Statements) ซึ่งต้องถูกพูดถึง (Spoken) จากในที่ไหนที่หนึ่ง และโดยคนใดคนหนึ่ง ซึ่งในการพูดนี้จะทำให้คนพูดนั้นถูกยกฐานะขึ้นด้วย สำหรับฟูกูต์ อำนาจและความรู้ที่ผ่านการวิเคราะห์จากตัวบทนั้นเป็นเหมือนภาพสะท้อนซึ่งกันและกัน ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการวิเคราะห์ตัวบทไม่ได้พัฒนาขึ้นมาจากประเด็น หรือเนื้อหาที่เป็นความจริง ๆ แต่เกิดมาจากความสัมพันธ์ในกระบวนการเชิงอำนาจซึ่งมีทั้งการสนับสนุนกันและขัดแย้งกัน อำนาจจึงเป็นเรื่องของกลยุทธ์ (Strategy) ดังนั้น การมีความรู้จึงทำให้มีอำนาจ (สาธิตา ตระกูลโชคเสถียร. 2553 : 5-7)

ในงานวิจัยของ จงกลณี โตสกุลวงศ์ (2542) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์วาทกรรมการให้ความหมายสื่อสิ่งพิมพ์ลามกของ 9 สถาบันในสังคมไทย ซึ่งผลการศึกษาทั้งสองคล้องกัน คือการใช้แนวคิดทางวาทกรรมมาศึกษาวิเคราะห์ตัวบทที่เป็นสื่อหลักของสังคมไทย ในกรณีนี้กล่าวถึงหนังสือลามก ทั้งสองงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า วาทกรรมนั้นเป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว ความหมายในการวิเคราะห์วาทกรรมนั้นจะเกิดขึ้นแตกต่างกันออกไปตามแต่ละการวิเคราะห์ของกลุ่มบุคคล หรือตามแต่ละบทบาทในการวิเคราะห์ ขึ้นอยู่กับบริบท ประสบการณ์และสภาพทางสังคมของผู้วิเคราะห์วาทกรรมนั้นด้วยเช่นกันสอดคล้องกับงานวิจัยของวิไลวรรณ ซึ่งปริดา (2551) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “วาทกรรมของสื่อหนังสือพิมพ์ไทยในสงครามอิรัก 2003” เป็นการศึกษาบทบาทของสื่อ คือวาทกรรมจากหนังสือพิมพ์ไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับการอธิบายและนำตัวอย่างจากหนังสือพิมพ์มาวิเคราะห์การประกอบสร้างวาทกรรมเพื่อการนิยามความหมายของกลุ่มต่าง ๆ โดยใช้สื่อเป็นเครื่องมือและการผลิตซ้ำในช่วงของสงคราม จนทำให้เกิดชุดความคิดเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้อ่านถูกครอบงำด้วยบทบาทสื่อ

จากตัวอย่างงานวิจัยข้างต้น ทำให้เห็นบทบาทของสื่อในการผลิตและสร้างชุดความรู้เกี่ยวกับวาทกรรมเป็นอย่างดี การที่สื่อเป็นผู้สร้างและผู้ผลิตนั้นย่อมต้องเกิดชุดความคิดเช่นเดียวกับศูนย์กลางหรืออำนาจให้เป็นไปในทำนองเดียวกัน จากนั้นก็สื่อสารออกมาเป็นตัวบทนั้นก็คือข่าว โดยสามารถแผ่เร้นอุดมการณ์ใดอุดมการณ์หนึ่งผนวกเข้าไป เพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับอนุสาร อ.ส.ท. ที่เป็นตัวแทนของสื่อในยุคหนึ่งทำหน้าที่ในการถ่ายทอดอุดมการณ์เรื่องของความเป็นชาติไทย ต่างแต่เพียงอนุสาร อ.ส.ท. มีเนื้อหาใน

การสร้างบทสารคดี แต่ในหน้าหนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวที่ควรจะเป็นมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชนมากกว่า แต่การศึกษาเบื้องต้นก็ทำให้เห็นว่า วิธีการประกอบสร้างวาทกรรมนั้น สื่อมีบทบาทสำคัญอย่างไร

สัญญาณ (Sign) ซึ่ง Saussure (1960 : 110 - 111) บิดาแห่งสัญญาณศาสตร์ได้นำเสนอความคิดไว้อย่าง น่าสนใจว่า เมื่อเราพูดถึงศาสตร์ของสัญญาณแล้ว เราควรเริ่มจากการมองว่าอันที่จริง ภาษาเป็นระบบของสัญญาณ เพื่อใช้ถ่ายทอดความคิดต่าง ๆ ระหว่างมนุษย์ โดยที่สัญญาณทางภาษาศาสตร์นั้นมียุคประกอบ 2 ส่วนที่สำคัญ คือ ส่วนที่ 1 ได้แก่ Signified อันหมายถึงแนวคิด (Concept) ที่คำต่าง ๆ นั้นเป็นตัวแทนแสดงความหมาย ซึ่งภาษานั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ในสังคม (Social Interaction) ในการร่วมเสนอความคิดเห็น การแสดงอารมณ์ระหว่างมนุษย์ อันเป็นพื้นฐานของการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ในบริบทนั้น อันประกอบไปด้วย การแสดงออกทางอารมณ์ การคิด การมีปฏิสัมพันธ์ และการส่งหรือถ่ายทอดข้อมูล ส่วนที่ 2 Saussure ยังเน้นอีกว่า เมื่อเราต้องการทำความเข้าใจในเรื่องของภาษาและวัฒนธรรมแล้ว ก็ควรมองให้ออกว่าสัญญาณต่าง ๆ มีความหมายและได้รับการตีความอย่างไรในสังคมนั้น ๆ

นักวิจัยหลายท่านได้นำแนวคิดเรื่อง สัญญาณ ไปขยายความและต่อยอดในการทำทำความเข้าใจในปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของสังคม ซึ่งการศึกษานั้น ไม่เน้นเฉพาะด้านทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ แต่ยังรวมไปถึงงานที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและวัฒนธรรม ดังเช่น ธนาวร ชัยวรากิจ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สัญญาณไทย: ความหมายที่เป็นพลวัตทางวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการผลิตสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์แบบไทยร่วมสมัยในนิทรรศการศิลปกรรมร่วมสมัยไทยที่จัดแสดงนิทรรศการในพื้นที่ “หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร” รวมถึงการวิพากษ์ปรากฏการณ์ที่สะท้อนถึงการประกอบสร้างความสัมพันธ์ของศิลปกรรมร่วมสมัยไทยนำเสนอผลงานศิลปะต่อสังคมปัจจุบันในมิติทางสังคม วัฒนธรรมและการเมืองไทย เพื่อที่จะได้ทำความเข้าใจการทำงานระบบอุปถัมภ์ศิลปะผ่านการควบคุมและครอบงำทางศิลปะจากประวัติศาสตร์ไทย ที่มีอิทธิพลต่อภาคศิลปะไทยอย่างไร ผลการศึกษาพบว่า ความหมายวาทกรรมทางศิลปกรรมร่วมสมัยไทยที่ปรากฏมีความหลากหลายทางความคิดและวิถีชีวิต เป็นการสื่อสารระหว่างสังคมร่วมสมัยที่เต็มไปด้วยความขัดแย้งทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรม แต่ก็มีกระบวนการประกอบสร้างรูปแบบสัญลักษณ์เพื่อให้สอดคล้องกับอุดมการณ์ของรัฐ นอกจากนี้ยังพบว่า อุดมการณ์ภาคศิลปะมีการเปลี่ยนแปลงความหมายจากประวัติศาสตร์การสร้างชาติไทย และมีความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่และเวลา ประกอบกับอำนาจที่แฝงด้วยความหมายสัญลักษณ์แบบไทยนั้นไม่ถาวร เป็นเพียงอำนาจชั่วคราว การสร้างความหมายในการประกอบสร้างสัญญาณ จึงเป็นเพียงเครื่องมือชนิดหนึ่งของรัฐ ความหมายของสัญญาณนั้นแปรเปลี่ยนเพื่อต่อรองกับอำนาจอยู่เสมอ และตัวสัญญาณก็มีความย้อนแย้งในตัวเอง การตีความของยุคสมัยเดียวกันก็ต่างกัน ขึ้นอยู่กับบริบทและประสบการณ์ของผู้คน

จากตัวอย่างงานวิจัยข้างต้น แสดงมิติของการตีความปรากฏการณ์ทางสังคมที่ย้อนอธิบายความหมายของสิ่งต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นแนวทางสำคัญที่ผู้วิจัยจะได้นำมาเป็นแบบอย่างในการวิเคราะห์และสังเคราะห์การประกอบสร้างชาติไทยในการท่องเที่ยวต่อไป

ภาพแทน มีการอ้างถึงข้อเสนอของ ฮอลล์ (Hall, 1997 : 72) ซึ่งได้อธิบายว่าแต่เดิมนั้น ไม่มีสิ่งใดมีความหมายแต่เราสร้างความหมายให้กับทุกสิ่งทุกอย่างผ่านภาษา ภาษาจึงอยู่กึ่งกลางของสิ่งที่เราสร้างขึ้นทุกอย่าง ฮอลล์ยังกล่าวอีกว่า ภาพแทนมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอย่างแน่นนอน ภาษาเป็นคลังของวัฒนธรรมและความหมาย ฮอลล์จึงสรุปว่าภาพแทนเป็นการผลิตสร้างความหมายโดยระบบสัญญาณ โดยการเชื่อมโยงความคิดกับสัญญาณเข้าด้วยกัน กระบวนการนำเสนอภาพแทนเกิดขึ้นได้ 2 ระดับ คือ 1) ระดับการนำเสนอภาพแทนในใจ (Mental Representation) เป็นการพยายามตีความจริงรอบตัวซึ่งเป็นกระบวนการกลั่นกรองสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรา ให้เป็นชุดความคิดชุดหนึ่งที่เกิดขึ้นภายในใจ 2) ระดับการนำเสนอภาพแทนภายนอก เป็นการสื่อสารชุดความคิดที่ว่ามันให้ผู้อื่นทราบโดยระบบสัญญาณหนึ่ง ๆ เช่น ภาษา เป็นต้น

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับภาพแทน มีการศึกษาไว้ในหลากหลายบริบทด้วยกัน เช่น ธนพร หมูคำ (2559) ได้เขียนบทความเรื่อง การประกอบสร้างภาพแทนสตรีในวรรณกรรมอาเซียนกับบทบาททางการเมือง โดยการใช้แนวคิดการวิเคราะห์ภาพแทน แนวคิดวิเคราะห์วาทกรรม แนวคิดสัญยะ และแนวคิดวัฒนธรรมศึกษาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า วรรณกรรมอาเซียนที่นำเสนอภาพแทนสตรีกับบทบาททางการเมือง มี 2 เรื่อง คือ รอยอย่างก้าว วรรณกรรมอินโดนีเซียและไฟไม่ดับสิ้นแสง วรรณกรรมสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่าตัวละครหญิงเป็นภาพแทนของสตรีเพื่อปลดแอกและมีลักษณะสังคมนิยม สตรีที่มีบทบาททางการเมือง จะมีบุคลิกสง่างาม นุ่มนวล มุ่งมั่นและเด็ดเดี่ยว จึงสามารถเข้าร่วมการต่อรองทางสังคมและการเมืองได้ นอกจากนี้ในกระบวนการสร้างภาพแทนสตรีในบทบาทภรรยา พบว่าสตรีเห็นความสำคัญของชาติมากกว่าเรื่องส่วนตัว รวมทั้งการสนับสนุนสามีให้มีบทบาทสำคัญทางการเมือง ยกย่องเกียรติของสามี และปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และจารีตในฐานะภรรยา

จากงานวิจัยข้างต้น จะเห็นได้ว่ากระบวนการสร้างภาพแทนเป็นส่วนสำคัญหนึ่งของการผลิตซ้ำอุดมการณ์ของรัฐและทางการเมือง เช่น เด็กชายและเด็กหญิงในสื่อโฆษณา ก็เป็นการยึดเหนี่ยวในสิ่งที่รัฐ ในฐานะของผู้ปกครองเข้าไปในการสื่อสาร ส่วนผู้หญิงที่มีบทบาทในการเมืองก็มีลักษณะที่ติดตามแบบฉบับของผู้ที่ไร้ซึ่งมลทิน นอกจากนี้ยังเป็นคนที่สนับสนุนอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของฝ่ายชายที่จะเข้าสู่การเมือง แสดงให้เห็นถึงการสร้างภาพแทนที่มีส่วนผสมระหว่างความเป็นจริงและอุดมคติเป็นอย่างมาก โดยแนวทางดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับภาพแทนที่ปรากฏในสารคดีของ อนุสาร อ.ส.ท. เพื่อวิเคราะห์ภาพแทนต่าง ๆ ที่รัฐสื่อสารไว้ในตัวบทและสามารถจัดแบ่งกลุ่มของภาพแทนที่จะได้นำเสนอ

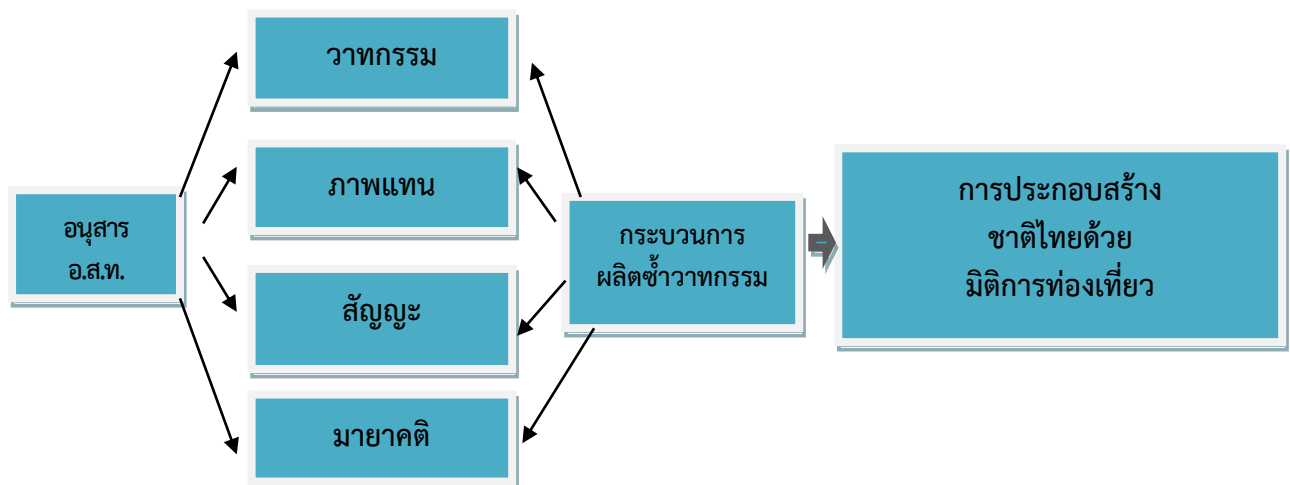
มายาคติที่นำมาอ้างอิงหลักคือ แนวคิดของ โรลิ่งด์ บาร์ตส์ (วรรณพิมล อังคศิริสรรพ, 2547: 24) ได้นิยามความหมายของ มายาคติเอาไว้ว่า มายาคติ หมายถึงการสื่อความหมายด้วยคติความเชื่อทางวัฒนธรรมซึ่งถูกกลบเกลื่อนให้เป็นที่รับรู้เสมือนว่าเป็นธรรมชาติหรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นกระบวนการของการทำให้หลงอย่างหนึ่ง แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่ามายาคติเป็นเรื่องโกหกหลอกลวง หรือการโฆษณาชวนเชื่อที่บิดเบือนข้อเท็จจริง มายาคตินั้นมิได้ปิดบังอำพรางสิ่งใดทั้งสิ้น ทุกอย่างปรากฏต่อหน้าต่อตาเราอย่างเปิดเผย เป็นธรรมชาติเสียจนเราไม่รู้ตัว เราต่างหากที่คุ้นเคยกับมันเสียจนไม่ทันสังเกตว่ามันเป็นสิ่งประกอบสร้างทางวัฒนธรรม เรานั้นเองที่หลงคิดไปว่าค่านิยมที่เรายึดอยู่นั้นเป็นธรรมชาติ หรือเป็นไปตามสามัญสำนึก

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับมายาคติและสามารถเชื่อมโยงสู่การสร้างชาติไทยในเชิงการท่องเที่ยว ปรากฏอย่างหลากหลาย โดยผลงานที่มีความสอดคล้องมากที่สุดดังเช่น สุนทร สุขสราญจิต (2551) ได้ศึกษามายาคติและความรุนแรงของภาพแสดงแทน “ชาวเขา” ในแบบเรียน บทเพลง และภาพยนตร์ จากการศึกษาพบว่าภาพชาวเขาที่ถูกนำเสนอจะมีความแตกต่างและไม่ต่อเนื่องกันอย่างชัดเจน ในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2520 ชาวเขาจะมีความแตกต่างทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรมกับความเป็นไทย แต่ก็เป็นความแตกต่างที่ไม่เป็นอื่น เนื่องจากมีน้ำเสียงขึ้นจมูกอยู่ในที่ ต่อมาในปี 2521 และ 2533 ภาพชาวเขากลับกลายเป็นอื่นและแตกต่างกับความเป็นไทยอย่างมาก ทั้งด้านศาสนา และวิถีทางเพศ นอกจากนั้นชาวเขายังเกี่ยวข้องกับยาเสพติด ซึ่งเป็นภัยคุกคามความมั่นคงของชาติ และยังทำไร่เลื่อนลอย อันเป็นตัวการที่นำไปสู่ภัยพิบัติดินาณาประการ และเมื่อประกอบกับการก่อการร้ายสร้างความเป็นชาตินิยมในแบบเรียนลักษณะถึงเลือดถึงเนื้อ มายาคติเกี่ยวกับชาวเขาจึงถูกวางอยู่ในตำแหน่งที่ไม่ต่างจากศัตรูผู้เผากรุงศรีอยุธยา กล่าวคือผู้ทำลายชาติ ดังนั้นความเคียดแค้นรุนแรงต่อชาวเขาจึงมีอยู่สูงมากแต่อย่างไรก็ตาม เมื่อเข้าสู่ปี 2544 คำว่า ไร่เลื่อนลอยที่เคยปรากฏอยู่ทั่วไปทั้งในแบบเรียนและสื่ออื่น ๆ ก็ค่อย ๆ หายไป แทนที่ด้วยปกากะญอทำไร่หมุนเวียนและเป็นนักอนุรักษ์ ดังนั้นความไม่ต่อเนื่องของภาพแสดงแทนชาวเขาเหล่านี้ถือเป็นมายาคติที่บิดเบือนความจริงต่อความเป็นอื่นในสังคมผลการศึกษาข้างต้นทำให้เห็นถึงอิทธิพลของอำนาจ ที่สามารถร่างภาพของมายาคติต่อปรากฏการณ์ต่าง ๆ รอบตัวได้เป็นอย่างดี บทบาทของมายาคติที่มีต่อชาวเขา ก็เป็นอีกหนึ่งบทเรียนที่สามารถนำไปถอดองค์ความรู้ ต่อยอดเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ใน

อนุสาร อ.ส.ท. เนื่องจาก การอธิบายความเป็นเรา เป็นเขา ถูกมายาคติต่าง ๆ สร้างขึ้นมานับไม่ถ้วน นอกจากนี้ การที่สื่อสามารถสร้างภาพของดารา เพื่อถ่อมความบกพร่องในใจของประชาชนได้ก็แสดงถึงความสามารถในการ ประกอบสร้างวาทกรรมของสื่อ ที่สามารถสร้างภาพต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นในใจของผู้รับสารได้เช่นกัน

การศึกษาดังกล่าว ช่วยทำให้เข้าใจระบบคิดของสื่อ กระบวนการทำงานของวาทกรรมในการสร้างภาพ มายาคติและต่อยอดไปสู่การทำความเข้าใจในสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในจักรวาลของอนุสาร อ.ส.ท. ดังกรอบคิดต่อไปนี้

กรอบแนวคิดและแนวทางในการศึกษา



วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการประกอบสร้างวาทกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างชาติไทยจากงานสารคดีในอนุสาร อ.ส.ท.

วิธีการวิจัย

การวิจัย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาเน้นข้อมูลจากเอกสาร (Documentary) รวบรวมข้อมูล สังเคราะห์ข้อมูล แล้วสรุปผลเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) ดังนี้

อนุสาร อ.ส.ท. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2506 – 2560 จำนวน 680 ฉบับ โดยการจัดกลุ่มเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้ แม้จะเป็นการศึกษาวาทกรรม ชุดคำที่เลือกมาจึงมีเพียงบางคำที่ปรากฏซ้ำ เช่น ผลประกอบการจากการท่องเที่ยว รายได้ที่เป็นกอบเป็นกำ ของดีของไทย เป็นต้น แต่ข้อความที่จะนำมาศึกษาส่วนใหญ่ไม่สามารถจัดเป็นชุดคำที่ชัดเจน เนื่องจากการศึกษาวาทกรรมด้านการท่องเที่ยว จำเป็นต้องนำบริบทของคำเหล่านั้นมาศึกษาร่วมทุกหมวด หรือมีสาระใกล้เคียงกัน จึงสามารถจัดเป็นกลุ่มชุดเนื้อหาในการศึกษาได้ โดยพบ 6 ชุด วาทกรรม คือ 1. วาทกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย 2. วาทกรรมส่งเสริมเยาวชนกับการท่องเที่ยว 3. วาทกรรมส่งเสริมท้องถิ่น ในการตั้งรับการท่องเที่ยว 4. การประกอบสร้างวาทกรรมด้วยการนำคำชื่นชมจากต่างชาตินำมาเสนอ 5. วาทกรรมสร้างคุณค่า มูลค่า ของดีและความเป็นไทย ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 6. วาทกรรมความเจริญ ตามแนวคิดของรัฐ

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล จึงโดยใช้แนวคิดวาทกรรม (Discourse) แนวคิดสัญญา (sign) ภาพแทน (Representation) และมายาคติ (Myth) เพื่อตีความหมายแนวคิดชาติไทยในการประกอบสร้างวาทกรรมมิติ ด้านการท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์ข้อความและสาระที่มีความใกล้เคียงกัน เพื่อถ้อยแถลงและทำการสังเคราะห์ชุด วาทกรรมการประกอบสร้างชาติไทยในมิติการท่องเที่ยวที่ปรากฏในตัวบทสารคดี รวมทั้งอธิบายการตีความหมาย เชิงสัญญา การสื่อความหมายด้วยภาพแทน และการนำเสนอด้วยมายาคติที่แฝงฝังในตัวบทสารคดี

อภิปรายผลการศึกษาและสรุปผล

ผลการวิจัย

จากการศึกษาอนุสาร อ.ส.ท. จำนวน 680 ฉบับ (พ.ศ.2506 – 2560) พบวาทกรรมเพื่อการท่องเที่ยวทั้งหมด 6 ชุด วาทกรรม คือ 1. วาทกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย 2. วาทกรรมส่งเสริมเยาวชนกับการท่องเที่ยว 3. วาทกรรมส่งเสริมท้องถิ่นในการตั้งรับการท่องเที่ยว 4. การประกอบสร้างวาทกรรมด้วยการนำคำชื่นชมจากต่างชาตินำเสนอ 5. วาทกรรมสร้างคุณค่า มูลค่า ของดีและความเป็นไทย ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 6. วาทกรรมความเจริญตามแนวคิดของรัฐ โดยทำการจัดกลุ่มตามทศวรรษ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ดังบทวิเคราะห์และตัวอย่างต่อไปนี้

1. วาทกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ตารางที่ 1

วาทกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ปรากฏตามช่วงเวลา

ช่วงเวลา	ทศวรรษที่ 1 (2500–2509)	ทศวรรษที่ 2 (2510–2519)	ทศวรรษที่ 3 (2520–2529)	ทศวรรษที่ 4 (2530–2539)	ทศวรรษที่ 5 -6 (2540–2559)
ชุดคำที่ประกอบสร้างวาทกรรม	วาทเปิดโลก การเดินทาง - พักผ่อน - การเดินทาง - เปิดโลกทัศน์	วาทกรรมผลลัพธ์ การท่องเที่ยว - รายได้ชัดเจน จากการถอนกำลัง ทหาร - รายได้ที่เป็นกอบ เป็นกำ - แผนการเดินทาง	วาทกรรม นโยบาย การท่องเที่ยว - มหาดไทยและ นโยบายการ ท่องเที่ยวทางรอด เศรษฐกิจไทย - งานวิชาการเพื่อ การท่องเที่ยว	วาทกรรมข้อดี จากการท่องเที่ยว - พื้นฟูความเป็น ท้องถิ่น - ลดอาชญากรรม	-
จำนวน (เรื่อง)	21	6	2	4	-

สารคดีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสร้างวาทกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดมีจำนวน 33 เรื่อง พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น ความรู้ ความจริง และอำนาจ อันเป็นสาระสำคัญของวาทกรรม ถูกสร้างขึ้นตามองค์ประกอบข้างต้นอย่างหลากหลายและถูกผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่อง โดยสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 อันเป็นเป้าหมายในการสร้างความมั่นคงของชาติไทย เพียงแต่การนำมาสื่อสารนั้นไม่ได้ถูกประกาศใช้โดยรัฐ หรือผ่านหน่วยงานของรัฐโดยตรงไปตรงมา แต่ผ่านกระบวนการผลิตสร้างวาทกรรม การท่องเที่ยวด้วยสารคดีของอนุสาร อ.ส.ท. ในทศวรรษที่ 1 การเปิดโลกการเดินทางจะพบสารคดีมากที่สุดถึง 21 เรื่อง เช่น การกล่าวถึงความสวยงามของสะพานข้ามแม่น้ำแควว่า

... “สะพานข้ามแม่น้ำแคว” ภาพยนตร์เรื่องนี้มีทิวทัศน์ที่ปรากฏในภาพยนตร์ได้นำรายได้จากนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยปีละหลายล้าน (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2, 2512 : 26)

พบว่า การที่สะพานดังกล่าวได้ปรากฏโฉมความสวยงามในภาพยนตร์ระดับโลกนั้น สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมหาศาล คำว่า ทิวทัศน์ ภาพยนตร์ และรายได้ จึงเป็นคำกล่าวที่สร้างความหมายได้มากกว่าคำที่ปรากฏโดยทั่วไป เนื่องจากความรู้และความจริงเกี่ยวกับสะพานข้ามแม่น้ำแควนั้น เป็นสิ่งที่ถูกละเลยและไม่เคยให้ค่ามาก่อน แต่เมื่อนำฉากที่สวยงาม ทิวทัศน์ที่มีความย้อนยุคและใกล้เคียงกับภาพในฝันของผู้กำกับที่ต้องการจะนำเสนอภาพของสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงกลายมาเป็นสิ่งที่น่าสนใจให้แก่ผู้อ่าน ที่จะมองหาคุณค่าของสถานที่ต่าง ๆ รอบตัว ที่จะสามารถนำเสนอและส่งเสริมให้กลายเป็นสถานที่อันมีชื่อเสียง และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวต่อไป

การสร้างวาทกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ปรากฏอยู่มากมายในอนุสาร อ.ส.ท. ซึ่งล้วนแต่เป็นการสร้างความสำคัญของการท่องเที่ยวให้เกิดความตระหนักรู้ในทุก ๆ ส่วนของสังคม โดยเฉพาะวัฒนธรรมการพักผ่อนที่เปิดโอกาสให้คนในชนชั้นอื่น ๆ ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว ดังข้อความที่ว่า

...แต่เดิมคนมักจะคิดว่า การท่องเที่ยวนี้เป็นเรื่องของชนชั้นผู้ที่มีเงินหรือพวกเศรษฐีเท่านั้น คนธรรมดาประเภทเบ๊น้อยหย่อน้อยยังไม่ค่อยกล้าไปท่องเที่ยวกันเท่าใดนัก เพราะกลัวจะถูกมองหาว่าเป็นคน “เห่อ” หรือ “หัวสูง” ก็มี (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 5, 2506 : 25)

การอธิบายข้อความดังกล่าว เป็นการพยายามสร้างความเข้าใจต่อการท่องเที่ยวให้กับผู้คนในทุกระดับของสังคม ไม่เพียง ‘ชนชั้นผู้ที่มีเงินหรือพวกเศรษฐี’ ที่จะสามารถเข้าถึงโอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อความรื่นรมย์และพักผ่อนหย่อนใจ และพยายามตอบโต้วาทกรรมเดิมของสังคมที่มักเข้าใจว่าต้องเป็นเรื่องของชนชั้นสูงและร่ำรวย ที่จะมีเวลาและมีเงินลงทุนกับความสุขทางใจของตน

ทศวรรษที่ 2 เนื้อหาของสารคดีจะเริ่มขยายตัวไปสู่ผลลัพธ์ของการท่องเที่ยว ที่เริ่มเห็นได้ชัด โดยใช้วาทกรรมเช่น คำว่า “รายได้” มาเป็นคำหลักในการเขียน เช่น

ผอ. อ.ส.ท. กล่าวเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2512 ว่า “ขณะนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำเงินรายได้เข้าประเทศถึงปีละ 1,200 ล้านบาท นับเป็นรายได้อันดับ 5 ของประเทศ แต่ภายในอีก 5 ปีข้างหน้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะทำรายได้เข้าประเทศเพิ่มขึ้นเป็นอันดับ 2 รองจากสินค้าข้าวที่เดียว จึงควรที่จะหันมาเอาใจใส่ต่ออุตสาหกรรมนี้ให้มากกว่าที่เป็นอยู่” (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 10 ฉบับที่ 6, 2513 : 3)

จะเห็นได้ว่าการนำเอาผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นมาเป็นจุดเน้นในข้อเขียนชุดนี้ เป็นการเน้นย้ำถึงความสำเร็จของการท่องเที่ยวที่ได้มีการลงแรงลงทุนมาก่อน จนปรากฏเป็นความสำเร็จที่เกินความคาดหวังก่อนหน้านี้ การสร้างวาทกรรมดังกล่าว ยังเป็นการปลุกฝังมายาคติให้แก่ผู้อ่านถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากการท่องเที่ยว แม้ในทศวรรษที่ 2 จะปรากฏเพียง 6 เรื่องที่เป็นการใช้วาทกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแต่ก็เป็นข้อความที่ตราตรึงความรู้สึกผู้อ่านให้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว มุมมองเกี่ยวกับการเดินทางก็เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง ส่วนในทศวรรษที่ 3 ก็จะเน้นเรื่องทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เริ่มเป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น โดยมักจะมีคำกำกับที่เกี่ยวกับมาตรการ หรือนโยบาย เป็นต้น

ในทศวรรษต่อมา จะเห็นได้ว่า ข้อเขียนใน อนุสาร อ.ส.ท. จะให้น้ำหนักเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายที่รองรับด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น หน่วยงานที่รับผิดชอบ การฟื้นฟูการท่องเที่ยววิถีโบราณ ที่นับวันเริ่มหายไป และที่สำคัญคือ ข้อดีจากการท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีการกล่าวถึงมาก่อน โดยเฉพาะคำว่า

...ฉบับแนะนำสู่โขทัย นอกจากช่วยให้จังหวัดที่มีอาชญากรรมอันดับหนึ่งของประเทศขณะนี้ไปจัดทำนั้น **ลดอาชญากรรมลง**ไปจนแทบไม่เหลือแล้ว...ฉบับแนะนำปัตตานี เพื่อช่วยบำรุงขวัญข้าราชการและนักกีฬาจังหวัดปัตตานีให้เป็นเจ้าภาพจัดงานกีฬาเขตได้สำเร็จ... (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 31 ฉบับที่ 1, 2533 : 2)

วาทกรรมเรื่อง “ลดอาชญากรรม” เป็นประกอบสร้างวาทกรรมที่ทำให้การสร้างภาพแทนของพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ใหม่ที่มีความปลอดภัยแตกต่างไปจากเดิม นอกจากนั้นยังสร้างมายาคติใหม่ให้กับความเชื่อเกี่ยวกับสถานที่เหล่านั้น พบว่าการสร้างวาทกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวดังข้างต้นดูมีพลังและอำนาจที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงประเทศได้จากการท่องเที่ยว

2. วาทกรรมส่งเสริมเยาวชนกับการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2

วาทกรรมส่งเสริมเยาวชนกับการท่องเที่ยวที่ปรากฏตามช่วงเวลา

ช่วงเวลา	ทศวรรษที่ 1 (2500–2509)	ทศวรรษที่ 2 (2510–2519)	ทศวรรษที่ 3 (2520–2529)	ทศวรรษที่ 4 (2530–2539)	ทศวรรษที่ 5 - 6 (2540–2559)
ชุดคำที่ประกอบสร้างวาทกรรม	<u>วาทกรรม</u> <u>ประชาชนกับ</u> <u>การท่องเที่ยว</u> - อาชีพที่ยั่งยืน ในอนาคต	<u>วาทกรรมเยาวชน</u> <u>และการท่องเที่ยว</u> - เยาวชนอนาคต ของชาติ - ราคาการ ท่องเที่ยวที่ ย่อมเยา - พี่เลี้ยงการ ท่องเที่ยว	<u>วาทกรรมรางวัล</u> <u>และผลงาน</u> <u>เยาวชน</u> - เน้น กลุ่มเป้าหมาย - งานประกวด ผลงานนักเรียน ด้านการท่องเที่ยว	-	-
จำนวน (เรื่อง)	2	5	3	-	-

จากการศึกษา พบว่าสารคดีในอนุสาร อ.ส.ท. ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเยาวชนกับการท่องเที่ยว มีจำนวน 10 เรื่อง การปลูกฝังค่านิยมในการท่องเที่ยวให้กับเด็กและเยาวชน นับเป็นภารกิจหลักประการหนึ่งของ อนุสาร อ.ส.ท. ดังข้อความที่กล่าวว่า

...อ.ส.ท. ประสงค์จะให้เยาวชนของชาติที่กำลังอยู่ในวัยศึกษา ได้ออกท่องเที่ยวทัศนศึกษาให้มากที่สุด...ตามแบบอย่างที่ได้กระทำสำเร็จแล้ว การออกอนุสาร อ.ส.ท. ก็เป็นงานส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้เยาวชนและชาวไทยออกท่องเที่ยวภายในบ้านเมืองของเรา... (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2, 2512 : 2)

ข้อความจากบทบรรณาธิการดังกล่าว คือการแสดงวัตถุประสงค์สำคัญอย่างหนึ่งของ อนุสาร อ.ส.ท. อย่างเปิดเผย ในเรื่องการส่งเสริมให้เยาวชนของชาติได้ออกเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้คำว่า “ที่กำลังอยู่ในวัยศึกษา” ได้กระทำภารกิจ “ท่องเที่ยวให้มากที่สุด” การสร้างวาทกรรมให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า เยาวชนของชาติที่กำลังอยู่ในวัยศึกษานั้นเป็นการกล่าวถึงกลุ่มบุคคลจำนวนหนึ่งในสังคมที่มีจำนวนมาก หากคิดเป็นสัดส่วนของประชากรทั้งหมดถือว่าเป็นคนที่จะเติบโตขึ้นมาเพื่อเป็นกำลังหลักในการสร้างประเทศต่อไป และประชากรกลุ่มดังกล่าวคือคนที่ได้รับการสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานด้านการศึกษาจากรัฐ ดังนั้นผู้เขียนจึงขอเสนอว่าการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งสำหรับการส่งเสริมให้คนกลุ่มนี้ได้ท่องเที่ยว ได้เดินทาง ได้ให้ความรู้ และเปิดโลกทัศน์สำหรับการท่องเที่ยวจึงเป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญขององค์กร (ภายใต้การสนับสนุนของรัฐ) ดังนั้นจะพบว่า มีการประดิษฐ์คำเพื่อสร้างเป็นวาทกรรมในชุดของ สัญลักษณ์คือ เยาวชนผู้อยู่ในวัยศึกษา ภาพแทนในที่นี้ก็คือการกลุ่มคนที่ได้รับการศึกษา มีความรู้และจะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาประเทศ ส่วนมายาคตินั้นเป็นการสร้างความสำเร็จจากต้นแบบที่ยกเอาไว้ก็คือ ญีปุ่นว่าแนวทางดังกล่าวเคยมีผู้ได้ปูทางเอาไว้ และประสบผลสำเร็จ ดังนั้น ชุดวาทกรรมดังกล่าวจึงสอดคล้องกันเป็นชุดความคิดที่เผยให้เห็นถึงการสร้างชาติแบบชนไทยเที่ยวไทยอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะข้อความต้องเน้นย้ำเอาไว้ว่า การออกอนุสาร อ.ส.ท. ก็เป็นงานส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้เยาวชนและชาวไทยออกท่องเที่ยวภายในบ้านเมืองของเรา

ผลการศึกษายังพบว่า การส่งเสริมเยาวชนกับการท่องเที่ยวจะปรากฏเพียงช่วง 3 ทศวรรษแรกของ อนุสาร อ.ส.ท. เท่านั้น หลังจากนั้นจะไม่พบงานเขียนที่ปรากฏชุดวาทกรรมประเภทดังกล่าว จากการวิเคราะห์พบว่าช่วงเวลาเริ่มต้นของการสร้างองค์ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวนั้นจำเป็นที่จะสร้างให้กับเยาวชนที่จะเติบโตขึ้นมาเป็นอนาคตของชาติ แต่จะกวดขันและเข้มข้นในช่วงยุคแรกของการสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว หลังจากที

การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จในช่วงทศวรรษที่ 3 เป็นต้นมา ผู้เขียนสารคดีก็จะปรับทิศทางการเขียนในประเด็นอื่นต่อไป

3. วาทกรรมส่งเสริมท้องถิ่นในการตั้งรับการท่องเที่ยว

ตารางที่ 3

วาทกรรมส่งเสริมท้องถิ่นในการตั้งรับการท่องเที่ยวที่ปรากฏตามช่วงเวลา

ช่วงเวลา	ทศวรรษที่ 1 (2500–2509)	ทศวรรษที่ 2 (2510–2519)	ทศวรรษที่ 3 (2520–2529)	ทศวรรษที่ 4 (2530–2539)	ทศวรรษที่ 5-6 (2540–2559)
ชุดคำที่ประกอบสร้างวาทกรรม	วาทกรรม สวรรค์บ้านนอก - ความงามของ ท้องถิ่น - น้ำใจคนต่าง แดน	วาทกรรมถนน สินค้าและ คณะทำงาน ท้องถิ่น - ศูนย์กลางสินค้า แต่ละท้องถิ่น - ถนนหนทางเพื่อ การท่องเที่ยว - นโยบายการ ท่องเที่ยวของแต่ละ ภูมิภาค	วาทกรรมเทศกาล และกองการ ประกวด - ตลาดนัดการ ท่องเที่ยว - คำขวัญ	-	-
จำนวน (เรื่อง)	5	6	3	-	-

จากการศึกษา พบว่าวาทกรรมการสร้างเสริมท้องถิ่นในการตั้งรับการท่องเที่ยวมีปรากฏ 14 เรื่อง การสร้างค่านิยมสำหรับการท่องเที่ยว เป็นประดิษฐกรรมทางวาทกรรมอย่างหนึ่งที่รัฐสร้างผ่านอนุสาร อ.ส.ท. จะพบว่าเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการกล่าวถึงท้องถิ่นในแง่ของพื้นที่ในการท่องเที่ยว โดยการอธิบาย ขยายความ สร้างเอกลักษณ์ และชูความแตกต่าง ให้กลายเป็นเสน่ห์และน่าค้นหาแก่ผู้อ่าน ซึ่งการตั้งรับสำหรับท้องถิ่นนั้น มีทั้งในรูปแบบของวัตถุและลักษณะนิสัยของผู้คน เช่น

...ชาวเกาะสมุยเป็นผู้ที่มีใจเอื้ออารี ให้ความเป็นกันเอง นอกจากเป็นดินแดนแห่งความสงบ และเป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 6, 2506 : 23)

พบว่าชาวเกาะผู้ที่มีใจเอื้ออารี ให้ความเป็นกันเองนั้น เป็นนิยามมุมมองของผู้คนจากส่วนกลาง เป็นการสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับท้องถิ่นเหล่านั้น ให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นใจสำหรับคนต่างถิ่น นอกจากนี้ยังให้ภาพของ วัตถุในท้องถิ่น และบรรยากาศที่สามารถรับรองเกี่ยวกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยว เช่น

...ดู ๆ ไปก็ไม่ผิดกับกรุงเทพฯเท่าไรนัก แต่ดูกันจริง ๆ ถึงรู้ว่าไม่ใช่กรุงเทพฯ เพราะรถม้าที่วิ่งกัน ก่อกแกก ๆ สวนทางไปมากับรถสามล้อเครื่องญี่ปุ่น...รถม้าลำปาง นับเป็นโบราณวัตถุที่น่าถนอมอย่างหนึ่งของที่นี่ (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 8, 2506 : 35)

ในอนุสาร อ.ส.ท. จะมีกระบวนการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว เช่นการเดินทางมาลำปาง นักท่องเที่ยวจะไม่ผิดหวัง หากได้เดินทางมาลำปาง จะมีบรรยากาศไม่ต่างจากกรุงเทพฯ แต่อาจจะมียอดไม่มาก เท่ากับกรุงเทพฯ มีรถม้าที่ส่งเสียงประกอบบรรยากาศ และตัวรถม้าเองก็เป็นอัตลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญและมานั่งม้าชมเมือง

การที่ผู้เขียนเปรียบลำปางว่าเหมือนกับกรุงเทพฯ แม้จะเวลาค่ำคืนก็เห็นความสว่างไสว ร้านอาหาร สองข้างทางและการเดินทางที่ดูคึกคักนั้น เป็นการสร้างวาทกรรมเชิงเปรียบเทียบขึ้นมา โดยยกเมืองที่คนไทยทุก

คนรู้จักเป็นอย่างดี อย่างกรุงเทพฯ เป็นต้นแบบ และปลายทางก็คือลำปาง ทำให้ผู้อ่านที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์กับ ผู้เขียนสามารถนึกภาพออกได้ทันที การสื่อสารดังกล่าวเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจในจังหวัดลำปางแก่ผู้อ่าน แม้ในปี พ.ศ.ดังกล่าว ลำปางจะไม่ได้คล้ายคลึงกับกรุงเทพฯ มากนัก แต่ก็สร้างการท่องเที่ยว กระตุ้นสำนึก ในการสร้างชาติที่ให้ความสำคัญกับทุกจังหวัดที่นักเขียนได้มีประสบการณ์ท่องเที่ยวได้เล่าสู่ผู้อ่าน และมีการเน้นย้ำ ถึงความสำคัญของรถม้าเอาไว้ด้วยว่า

“คนที่ไปลำปาง แล้วถ้าไม่ได้นั่งรถม้าชมเมืองแล้ว ก็กล่าวได้ว่าผู้นั้นยังไม่ถึงลำปาง อย่างแท้จริง” (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 8, 2506 : 36)

ดังนั้น ชุดวาทกรรมที่ปรากฏในเรื่องนี้จึงมีทั้งภาพแทนและมายาคติที่ส่งต่อไปยังผู้อ่านกล่าวคือ ในส่วน ของภาพแทนนั้นเป็นการสร้างเมืองกรุงเทพฯ แบบคู่ขนานทางความคิดขึ้นมานั่นก็คือ การเปรียบเทียบว่าเป็น เหมือนกรุงเทพฯ เพื่อให้ความรู้สึกแก่ผู้มาเยือนว่าในภาพยามค่ำคือนั้นมีความครึกครื้นของผู้คนที่แตกต่างกัน การหยิบยกเอาเมืองหลวงเป็นต้นแบบ เป็นการแสดงถึงภาพต้นแบบที่คนทั่วไปคุ้นเคย เป็นที่รู้จักและใฝ่ฝัน เป็นภาพแทนที่มักหยิบเอาใช้เพื่อยกระดับบริบทของเมืองต่าง ๆ ให้ผู้คนสามารถจินตนาการถึง กระทั่งส่งต่อภาพ ของมายาคติในเรื่องของรถม้าว่านอกจากจะเป็นเอกลักษณ์สำคัญของจังหวัดลำปางแล้ว คุณค่าแห่งการเดินทาง ที่แท้จริงก็คือการมานั่งรถม้าลำปาง หากไม่ได้นั่ง แม้จะมาเยือนถิ่นลำปางก็เหมือนกับผ่านเมืองนี้ไปโดยไม่ได้สัมผัส หัวใจสำคัญของการเดินทางมาลำปาง

วาทกรรมดังกล่าวเป็นการส่งเสริมและจูงใจเป็นอย่างดีให้แก่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางที่กำลังแสวงหา ปลายทางสำหรับการเดินทาง การเปิดมานของเมืองที่ให้ภาพใกล้เคียงกับเมืองหลวงก็เพื่อให้เกิดความสบายใจใน การเดินทางว่าปลายทางนั้นไม่ได้ดู ‘เถื่อน’ และ ‘กันดาร’ จนเกินที่จะสามารถเข้าไปสัมผัส ส่วนการค้นหาสิ่ง สำคัญเฉพาะของเมืองนั้น ๆ มากล่าวถึง เป็นการสร้างมายาคติเพื่อสร้างของขวัญอันมีค่าซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของ ท้องถิ่นแก่การเดินทาง เพื่อให้ นักเดินทางตามหาจุดหมายสำหรับการเดินทางตามที่ถูกเขียนสร้างเอาไว้ แล้ว กลายเป็นการสร้างคุณค่าให้กับการเดินทางท่องเที่ยวที่เหนือไปกว่าการเดินทางตามปกติทั่วไป ซึ่งถือเป็นการปูทาง สำหรับท้องถิ่นและจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยว จังหวัดต่าง ๆ ก็จะมีเตรียม เปิดเมืองรับสำหรับบรรยากาศการท่องเที่ยวที่จำเกิดขึ้นต่อไป

นอกจากนี้ยังมีการอธิบายถึงความสะดวกสบายในการเดินทางที่ท้องถิ่นนั้นได้เตรียมความพร้อมเพื่อ รองรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเรื่องการเดินทาง

...ในปัจจุบันการเดินทางไปภาคใต้ันว่าสะดวกสบายกว่าเมื่อปีก่อนเป็นอันมาก นอกจาก เดินทางด้วยเครื่องบินแล้วก็เห็นจะไม่มีวิธีไหนที่สะดวกกว่าการเดินทางด้วยรถไฟ (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 9, 2506 : 13)

แม้ว่าจะเป็นจังหวัดทางภาคใต้ ผู้คนจากศูนย์กลางก็จะสามารถเดินทางไปสัมผัสความสวยงามดังที่ผู้เขียน ได้บรรยายทะเลเอาไว้ด้วยตนเอง เนื่องด้วยรถไฟในขณะนั้นนับเป็นยานพาหนะที่ทันสมัยและกระจายตัวอยู่ทั่วทุก ภาคของประเทศไทย

ในส่วนของการอธิบายเพื่อยกตัวอย่างข้างต้น จะเน้นในช่วงศตวรรษที่ 1 เป็นสำคัญเนื่องจากรายละเอียด ของการสร้างวาทกรรมส่งเสริมท้องถิ่นในการตั้งรับการท่องเที่ยวมีความชัดเจน และ วาทกรรมที่ใช้มี ความครอบคลุมประเด็นหลักของเรื่อง กระทั่งสามารถปูพื้นไปสู่ศตวรรษที่ 2 และ 3 นั่นก็คือ การส่งเสริมนโยบาย ให้ท้องถิ่นตั้งรับการท่องเที่ยวไปจนถึงการจัดงานตลาดนัดและการประกวดคำขวัญ ซึ่งเนื้อหาหลักก็มาจากการที่ สร้างท้องถิ่นให้เหมือนเป็นเมืองที่ทุกคนคุ้นชิน เป็นผลมาจากการดำเนินนโยบายและเนื้อหาของนักเขียนจาก ศตวรรษแรก

4. การประกอบสร้างวาทกรรมด้วยการนำคำขึ้นชมจากต่างชาติมานำเสนอ

ตารางที่ 4

การประกอบสร้างวาทกรรมด้วยการนำคำขึ้นชมจากต่างชาติมานำเสนอที่ปรากฏตามช่วงเวลา

ช่วงเวลา	ทศวรรษที่ 1 (2500–2509)	ทศวรรษที่ 2 (2510–2519)	ทศวรรษที่ 3 (2520–2529)	ทศวรรษที่ 4 (2530–2539)	ทศวรรษที่ 5 -6 (2540–2559)
ชุดคำที่ประกอบสร้างวาทกรรม	<u>วาทกรรมเมืองไทยในสายตาต่างชาติ</u> - ช้าง - ประเพณีและวัฒนธรรม	<u>วาทกรรมดินแดนแห่งความสวยงามและความสงบ</u> - อ.ส.ท. ภาพแทนถิ่นไทยของคนพลัดถิ่น - ความยินดีที่ได้มาเยือนไทย - การท่องเที่ยวที่ปราศจากการเมือง	-	-	-
จำนวน (เรื่อง)	2	3	-	-	-

จากการศึกษาพบว่า การประกอบสร้างวาทกรรมด้วยการนำคำขึ้นชมจากต่างชาติมานำเสนอมีปรากฏเพียง 5 เรื่อง โดยเนื้อหานอกจากการอธิบายความสวยงามและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อนุสาร อ.ส.ท. ยังได้รวบรวมเอาแนวคิดของคนนอกที่มองเมืองไทยเอาไว้อย่างหลากหลาย เพื่อประกอบชุดวาทกรรมเกี่ยวกับการขึ้นชมเมืองไทยในบริบทต่าง ๆ เช่น

...รายการนำเที่ยวซึ่งประสบความสำเร็จมากรายการหนึ่งของประเทศไทย ก็คือการนำไปชมการคล้องช้าง ซึ่งเต็มไปด้วยความน่าดูที่จังหวัดสุรินทร์ และการประกวดความงามของผู้หญิง (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 9, 2506 : 35)

ข้อความข้างต้นคือการนำข้อเขียนของ แอลแฟน ซาเร็กซ์ ซึ่งเป็นบทความที่เขียนเกี่ยวกับประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยประเด็นเกี่ยวกับการคล้องช้างและการประกวดความงาม คือส่วนที่ถูกให้น้ำหนักมากที่สุด และยืนยันด้วยคำว่า ‘รายการนำเที่ยวซึ่งประสบความสำเร็จมากรายการหนึ่งของประเทศไทย’ ทำให้ผู้อ่านได้มีโอกาสรับสารที่เป็นเสมือนคำกล่าวชมเกี่ยวกับเมืองไทยในการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ตลอดจนถึงความมั่นใจในการให้บริการของสถานที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะสถานที่ที่ถูกกล่าวถึงว่ามีความเป็นสากล มีชื่อเสียงไปไกลถึงต่างประเทศ เนื่องจากการนำคำพูดเชิงบวกของต่างชาติมานำเสนอนั้นย่อมให้น้ำหนักมาก และดูจะจูงใจผู้อ่านให้เกิดความสนใจต่อการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

การประกอบสร้างวาทกรรมด้วยการนำคำขึ้นชมจากต่างชาติมานำเสนอ พบว่าจะปรากฏงานเขียนเพียง 2 ทศวรรษแรกของการก่อตั้ง อนุสาร อ.ส.ท. เนื่องจากเป็นช่วงเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อของการค้นหาเนื้อหาในการเผยแพร่สารคดี ก่อนที่ในช่วงเวลาต่อมาจะค้นพบแนวทางที่ประสบความสำเร็จกว่า เช่น การเดินทางไปสัมผัสด้วยตนเองเพื่อกระตุ้นการเดินทางได้มากกว่าการปูทางให้คนในชาติเห็นว่าต่างชาติมองไทยอย่างไร

5. วาทกรรมสร้างคุณค่า มูลค่า ของดีและความเป็นไทย ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 5

วาทกรรมสร้างคุณค่า มูลค่า ของดีและความเป็นไทย ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่ปรากฏตามช่วงเวลา

ช่วงเวลา	ทศวรรษที่ 1 (2500–2509)	ทศวรรษที่ 2 (2510–2519)	ทศวรรษที่ 3 (2520–2529)	ทศวรรษที่ 4 (2530–2539)	ทศวรรษที่ 5 -6 (2540–2559)
ชุดคำที่ประกอบสร้างวาทกรรม	วาทกรรมของดีเมืองไทย - ภาพเปรียบกับต่างชาติ - คุณค่าของเมืองไทย - ดินแดนอุดมสุข	วาทกรรมความหลังอันสวยงาม - การโยยหาอดีต - สวยงามแบบฉบับไทย - คุณค่าที่ไม่น่าเปรียบเปรย	วาทกรรมของดีสองข้างทาง - ของดีประจำถิ่น - สวยงามแต่ละจังหวัด - อุตสาหกรรมการความงามที่ขัดแย้งกับศีลธรรม	วาทกรรมมูลค่าผ่านคำขวัญ - ส่งเสริมคำขวัญยกระดับอัตลักษณ์ท้องถิ่น	-
จำนวน (เรื่อง)	4	4	5	9	-

จากการศึกษา พบว่าวาทกรรมสร้างคุณค่า มูลค่า ของดีและความเป็นไทย ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ปรากฏ 22 เรื่อง โดยงานเขียนสารคดีในอนุสาร อ.ส.ท. มากมายที่เป็นประเภทบันทึกการเดินทางในการไปเยือนต่างประเทศของนักเขียนไทย ทั้งการศึกษาดูงาน การรับเชิญไปในงานนิทรรศการศิลปะ หรือการตั้งใจไปท่องเที่ยวเพื่อนำประสบการณ์ใหม่มาบอกเล่าแก่ผู้อ่าน เนื้อหาของสารคดีเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องประสบการณ์แปลกใหม่ที่ตนได้สัมผัส แต่ก็แอบแฝงทัศนคติและเปรียบเทียบสินค้า บริการของไทยกับต่างประเทศอยู่เสมอ เช่น

...สิงคโปร์นั้นเหมือนหลาย ๆ จังหวัดของไทยรวมกัน เช่น ป่าส่วนหนึ่งที่เขาสงวนไว้กลางเกาะนั้น หน้าตาเหมือนกับโรงเรียนเกษตรกรรมสุรินทร์ บางตอนภูมิประเทศเหมือนแถวเขาน้อยสงขลา หมู่บ้านเล็ก ๆ บางแห่งเหมือนแถวบางละมุงก็มี เขาวาราศก็มี สำเพ็งก็มี เจริญกรุงก็มี ฯลฯ (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 7, 2506 : 53)

การเปรียบเทียบดังกล่าว เป็นการสร้างวาทกรรมเชิงคุณค่าให้กับไทย เพราะแม้ต่างประเทศจะมีความสวยงามและมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างไร ก็จะไม่ต่างจากสิ่งที่ประเทศของเรามี ในข้อความข้างต้น จะพบว่าจังหวัดสุรินทร์ และสงขลามีทัศนียภาพที่ไม่ต่างจากป่าสงวนในเกาะสิงคโปร์ ส่วนหมู่บ้านที่รายล้อมก็มีลักษณะที่เหมือนกับชุมชนต่าง ๆ ในเมืองไทย การอธิบายดังกล่าวเป็นสร้างสร้างคุณค่าให้กับบรรยากาศในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้ผู้อ่านและผู้สนใจได้วางแผนการท่องเที่ยวในประเทศมากกว่าที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างแดน แต่ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ในประเทศไทย

ไม่เพียงแต่การเปรียบเทียบกับต่างชาติเท่านั้น ในงานสารคดีบางชุดก็ได้สะท้อนความสำเร็จของสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในเมืองไทย และได้รับการยอมรับในการจัดการให้เป็นหนึ่งรายการท่องเที่ยวที่ต่างชาติชื่นชอบ เช่น

...พระบรมมหาราชวังและวัดพระศรีรัตนศาสดาราม สถานที่ทั้งสองแห่งนี้นอกจากจะเป็นที่อยู่ของสิ่งสำคัญชั้นสุดยอดของเมืองไทย คือพระมหากษัตริย์และพระแก้วมรกตมาตั้งแต่สร้างกรุงเทพฯ แล้ว ยังเป็นแหล่งรวมของบรรดาศิลปินไทยสมัยกรุงเทพฯ ไว้ให้ชมอย่างครบครันอีกด้วย ฉะนั้นจึงไม่แปลกอันใดที่บริษัทนำเที่ยวทุกบริษัทในกรุงเทพฯ ได้กำหนดการนำชมสถานที่ทั้งสองนี้เข้าไว้ในรายการของตนเป็นประจำ (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 7, 2506 : 6)

นอกจากนี้ยังมีงานสารคดีที่กำกับคุณค่าและความอุดมสมบูรณ์ของประเทศไทยเพื่อให้อ่านอยากเดินทางไปเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ เช่น

...เห็นภาพผลไม้ดก ๆ ในสวนแบบนี้แล้ว ทำให้รู้สึกว่แผ่นดินของเมืองไทยเราเป็นแผ่นดินอันอุดมสมบูรณ์โดยแท้ไม่ว่าจะปลูกสิ่งไรก็ให้ผลอย่างน่าชื่นใจ... (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 6, 2506 : 50)

ความอุดมสมบูรณ์ของเมืองไทย เป็นการตอกย้ำเกี่ยวกับคุณค่าของเมืองไทยเพื่อสร้างแรงหนุนเสริมต่อการท่องเที่ยวในประเทศ นับเป็นการสร้างวาทกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกประการ

การเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศแล้วเปรียบเทียบกับสิ่งต่าง ๆ ในประเทศไทย นอกจากจะเป็นการสร้างวาทกรรมเชิงคุณค่าให้กับจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทยแล้ว พบว่าในบางข้อเขียนก็ยังมีลักษณะตอบโต้และหักล้างกันเอง เช่น

...การที่เรามีโอกาสไปเที่ยวแถวประเทศเพื่อบ้านใกล้เคียงนี้ก็คือนอย่างหนึ่ง คือ นอกจากได้เห็นว่าเขาอยู่อย่างไกรินอย่างไร ทำอะไรบ้างแล้ว ยังทำให้เรากระตือรือร้นมากขึ้นที่จะทำอะไร ๆ ของเราให้ดีขึ้นยอมให้น้อยหน้าเพื่อนบ้านได้ (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 6, 2506 : 56)

จะเห็นว่านอกจากการเขียนเชิงเปรียบเทียบแล้ว ก็ยังมีการยอมรับเกี่ยวกับความด้อยพัฒนาของตนเองเช่นกันในบางมุมมอง อย่างงานเขียนข้างต้น ผู้เขียนก็เปิดใจยอมรับความด้อยในบางอย่าง และประโยชน์จากการเดินทางนั้น ส่วนหนึ่งก็เพื่อการนำเอาความแตกต่างเหล่านี้มายกระดับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของไทย ซึ่งนับเป็นการโต้กลับทาวาทกรรมที่เกิดขึ้นต่อการให้ห้คุณค่ากับการท่องเที่ยวในเมืองไทย

นอกจากนี้พบว่า สารคดีบางเรื่องมีการสร้างวาทกรรมแบบตอบโต้ปรากฏขึ้นมาในเนื้อหาซึ่งมีการประกอบสร้างวาทกรรมบางชุดขึ้นมาเพื่อโต้แย้งในวาทกรรมเดิมที่เคยมีผู้ประดิษฐ์เอาไว้ในการสร้างชาติไทยจากการท่องเที่ยว เช่น การพยายามสร้างคุณค่าของท้องถิ่นด้วยการเชิดชูความสวยงามของผู้หญิงไทยในแต่ละท้องถิ่น จนกลายเป็นวาทกรรมที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทย เรื่องสัณญะคนไทยต่อความสวยงาม มายาคติที่คนไทยมองหรือนึกถึงผู้หญิงไทยด้วยกัน กระทั่งภาพแทนของผู้หญิงในแต่ละท้องถิ่น เช่น

... "สาวดอกคำใต้สวย" ผิวนวลเนียนน่ารัก กิริยาวาจาสภาพอ่อนหวานทั้งๆที่อากาศในดอกคำใต้แสนจะรุนแรง (อนุสาร อ.ส.ท.ปีที่ 13 ฉบับที่ 6, 2516: 11)

จนกระทั่งเกิดวิธีการท่องเที่ยวแบบ sex tour ขึ้นมา ดังตัวอย่างข้อเขียนต่อไปนี้

... "เช็กทัวร์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว"มีคนถือป้ายประท้วงนายกาญ์ปุ่น เชนโกะ ชูธงว่าเหยียดหยามศักดิ์ศรีของผู้หญิงไทย (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 17 ฉบับที่ 17, 2519 : 4)

มีการจัดทัวร์มาไทยเพื่อหาความสุขและบันเทิงด้านกามารมณ์อย่างเดียวซึ่งเกิดจากการปลูกฝังทัศนคติของนักเขียนซึ่งเป็นตัวแทนรัฐ ในการยกระดับท้องถิ่นด้วยความสวยของผู้หญิงงาม กระทั่งชาวต่างชาติจัดกิจกรรมที่ขัดต่อศีลธรรม และรุกร้าพื้นที่แห่งความภูมิใจ จึงได้พยายามเขียนเพื่ออธิบายว่าไม่เหมาะสมอย่างไรดังข้อเขียนที่ว่า

...ตามคำพังเพยเก่าแก่ไว้ว่า "ไปกำแพงดิน กินข้าวซอย...ดอยสุเทพ"คำพังเพยนี้ น่าเกลียดมาก และไม่ควรใช้พูดกันอีกต่อไป ผมเคยเขียนมาหลายครั้งแล้วว่า การนำเอาชื่อ ดอยสุเทพ ที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุอันศักดิ์สิทธิ์ของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ไปปะปนรวมกับคำว่า กำแพงดินนั้น น่าจะเป็นบาปหนัก...ไม่ได้ผิดได้เกิดทีเดียว เพราะใครๆ ก็รู้นี้ครับว่า กำแพงดินของเชียงใหม่คือแหล่งอะไร (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 22 ฉบับที่ 8, 2524 : 8)

มิติดังกล่าวจึงน่าจับตามองเป็นอย่างยิ่งว่า เมื่อเวลาผ่านไป วาทกรรมที่เราเคยผลิตและสร้างความภูมิใจให้กับคนในชาตินั้น กลับถูกทำไปเป็นสินค้าทางเพศในมุมมองของต่างชาติ และอนุสาร อ.ส.ท. พยายามหักล้าง

6. วาทกรรมความเจริญตามแนวคิดของรัฐ

ตารางที่ 6

วาทกรรมความเจริญตามแนวคิดของรัฐ ที่ปรากฏตามช่วงเวลา

ช่วงเวลา	ทศวรรษที่ 1 (2500–2509)	ทศวรรษที่ 2 (2510–2519)	ทศวรรษที่ 3 (2520–2529)	ทศวรรษที่ 4 (2530–2539)	ทศวรรษที่ 5 -6 (2540–2559)
ชุดคำที่ประกอบสร้างวาทกรรม	<u>วาทกรรม</u> <u>ต้นแบบความ</u> <u>เจริญ</u> - ธรรมชาติคนกรุง	<u>วาทกรรมอ.ส.ท.</u> <u>และความ</u> <u>รับผิดชอบต่อการ</u> <u>ส่งเสริมการ</u> <u>ท่องเที่ยว</u> - ผู้วางนโยบาย การท่องเที่ยวหลัก - ท่องถิ่นภายใต้ เงามหานคร	<u>วาทกรรมตัวแทน</u> <u>รัฐในภูมิภาค</u> - ศูนย์กลางเมือง ท่องเที่ยวในท้องถิ่น - ยกระดับคำขวัญ และการส่งเสริม การท่องเที่ยว	<u>วาทกรรมการ</u> <u>กำหนด</u> <u>ยุทธศาสตร์การ</u> <u>ท่องเที่ยวระยะยาว</u> - ประกาศหยุดงาน - เพิ่มคำขวัญให้ ครบทุกจังหวัด - ผู้นำท้องถิ่นกับ การเยือนต่างประเทศ - รายได้การท่องเที่ยว เมืองไทย ในฐานะ ประตูสู่ภูมิภาคใน อาเซียน	-
จำนวน (เรื่อง)	1	6	11	7	-

จากการศึกษา ปรากฏสารคดีที่เกี่ยวกับวาทกรรมความเจริญตามแนวคิดของรัฐทั้งหมด 25 เรื่อง การสร้างวาทกรรมความเจริญ เป็นวิธีการสร้างความเจริญคู่ขนานให้เกิดต้นแบบสำหรับการพัฒนา เพื่อให้สถานที่ต่าง ๆ ที่ผู้เขียนกำลังจะบรรยายถึงนั้น เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวใฝ่ฝัน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1

...กรุงเทพฯ ไม่หลับ นอกจากตำรวจแล้ว ยังมีคนขายอาหาร คนรับประทานอาหารและคนขับแท็กซี่ ต่างถ้อยทีถ้อยอาศัยกันต่อน้อยอีกพวกหนึ่ง... (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 6, 2506 : 16)

ตัวอย่างที่ 2

...ความเพลิดเพลินเจริญใจจากการเที่ยวในไนต์คลับก็ไม่มีอะไร นอกจาก เหล้า ผู้หญิง แดนรำ ฟังดนตรี ดูฟลอร์โชว์... (อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 6, 2506 : 45)

เป็นชุดวาทกรรมที่สร้างขึ้นมาเพื่ออธิบายภาพของศูนย์กลาง ว่ามีต้นแบบมีในลักษณะที่เหมือนกับกรุงเทพฯ อันเป็นตัวแทนของศูนย์กลางของประเทศ มีวิธีการจัดการเรื่องการบริการการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกับต้นแบบ เช่น ร้านอาหาร สินค้า ดนตรี และการเต้นรำ คือรูปแบบของวิถีชีวิตของคนที่อยู่เมืองหลวง เป็นการบริหารจัดการชีวิตในสถานที่ที่มีความเจริญ ซึ่งการสร้างวาทกรรมข้างต้นเป็นการสร้างเมืองในความหมายของรัฐ คือความเจริญทางวัตถุเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้อ่านทั้งในเมืองและชนบทได้เห็นต้นแบบของเมืองที่มีความเจริญ ผู้คนที่อยู่ในเมืองจะใช้ชีวิตให้สอดคล้องกันได้อย่างไร ซึ่งมุมมองดังกล่าวไม่ได้มองในแง่บุคคล ไม่ได้อธิบายเกี่ยวกับการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ แต่เน้นในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกโดยมองเรื่องของวัตถุ เศรษฐกิจ เงินตรา และรูปแบบการใช้ชีวิตเป็นสำคัญ ซึ่งงานเขียนในลักษณะดังกล่าวมีหลายชิ้นงาน

อภิปรายผล

จากการศึกษาอนุสาร อ.ส.ท. ในแง่มุมของวาทกรรมการสร้างชาติไทยจากการท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาจากการแบ่งประเด็นวาทกรรม 6 ชุดข้างต้น พบว่าเนื้อหาหลัก มุ่งสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่มคนในระดับต่าง ๆ เช่น ชนชั้นสูง หรือชนชั้นกลางที่มีเวลาและกำลังทรัพย์ในการท่องเที่ยว อนุสาร อ.ส.ท. เข้าไปเปิดมุมมองการเดินทางด้านต่าง ๆ ทั้งสถานที่ปลายทาง ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ความพร้อมในการเดินทางไปเยือน การเปรียบเทียบกับสถานที่คุ้นเคยที่ชนชั้นกลางหรือชั้นสูงเหล่านี้จะรู้สึกสะดวกสบาย กลุ่มต่อมาก็คือประชาชนทั่วไป ที่เข้าถึงข้อมูล เช่น กลุ่มที่อ่านออกเขียนได้ เพื่อที่จะได้รู้สึกสนุกไปกับการเดินทาง การอ่านเพื่อตอบสนองความสุขด้านการจินตนาการในการออกไปใช้ชีวิตต่างเมือง นอกจากนี้กลุ่มสุดท้ายก็คือกลุ่มที่อยู่ในระบบการศึกษา ทั้งสถาบันและนักเรียน อนุสาร อ.ส.ท. ให้ข้อมูลเชิงประจักษ์ในด้านต่าง ๆ ที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปจัดการมุมมองให้ความรู้แก่ผู้เขียนและเตรียมตัวสำหรับโอกาสที่จะมีขึ้นในอนาคต จะเห็นได้ว่าสารคดีส่วนใหญ่มีกระบวนการสร้างวาทกรรมโดยนักเขียน เป็นผู้ผลิตชุดวาทกรรมของภาครัฐที่วางทิศทางในการประกอบสร้างชาติจากการท่องเที่ยว โดยสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ 1 เป็นต้นมา (2500) ดังบทที่ 4 ว่าด้วย แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจด้านต่าง ๆ (สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2500 : 40-57) ที่มีการลงทุนด้านการคมนาคม ทั้งทางหลวงและเส้นทางรถไฟ รวมถึงการขยายเส้นทางสายการบิน เพื่อตอบสนองการเดินทางในทุกระดับ โดยการเพิ่มมาตรการการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ ด้วย 4 ปัจจัย คือ 1. การกระตุ้นในคนในชาติมีส่วนร่วมในการในการดำเนินงานและวางแผนสถานที่สำคัญในท้องถิ่นเพื่อประโยชน์แก่การประกอบอาชีพ 2. ให้ความรู้แก่เยาวชนและชุมชนด้านการท่องเที่ยวและการปรับปรุงท้องถิ่น 3. รัฐช่วยสนับสนุนด้านวิชาการและแหล่งทุนในการสร้างท้องถิ่นเพื่อรองรับการเดินทาง (การท่องเที่ยว) และ 4. การเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้าง และพัฒนาท้องถิ่น เพื่อรองรับการเดินทางที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ก็ยังพบว่า หลังจากปี 2500 เป็นต้นมา รัฐมีความพยายามที่จะสร้างชุดวาทกรรม เพื่อปูทางสำหรับการสร้างชาติจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นลำดับขั้น ดังจะเห็นได้จากตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7

สรุปการผลิตสร้างวาทกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดภาครัฐที่ปรากฏในอนุสาร อ.ส.ท. ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1 – 6 (2500 - 2560)

จัดแบ่งตามช่วงเวลาทศวรรษ				
ชุดวาทกรรมหลัก	ทศวรรษที่ 1	ทศวรรษที่ 2	ทศวรรษที่ 3	ทศวรรษที่ 4 ทศวรรษที่ 5-6
กระบวนการผลิตสร้างที่ปรากฏในคอลัมน์/หัวข้อ/การนำเสนอวาทกรรมในอนุสาร อ.ส.ท.				
	การวางรากฐาน การท่องเที่ยว	รัฐกับการกิจ การท่องเที่ยว	กระจายแผน ท่องเที่ยว ในทุกระดับ	ความสำเร็จ จากการ ท่องเที่ยว
วาทกรรม การท่องเที่ยว โดยภาครัฐ	- เปิดโลกการเดินทาง - ผลลัพธ์การท่องเที่ยว - สวรรค์บ้านนอก - เมืองไทยในสายตาต่างชาติ - ของดีเมืองไทย - ต้นแบบความเจริญ	- ผลลัพธ์การท่องเที่ยว - เยาวชนและการท่องเที่ยว - ถนน สินค้าและคณะทำงานท้องถิ่น - ดินแดนแห่งความสวยงามและความสงบ - ความหลังอันสวยงาม - อ.ส.ท. และ ความรับผิดชอบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว	- นโยบายการท่องเที่ยว - รางวัลและผลงานเยาวชน - เทศกาลและกองการประกวด - ของดีสองข้างทาง - ตัวแทนรัฐในภูมิภาค	- ข้อดีจากการท่องเที่ยว - มูลค่าผ่านค่าขวัญ - กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระยะยาว
	เน้นการผลิต ซ้ำผลงาน ภาครัฐ			
	- รายได้จาก - การท่องเที่ยว - กระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล			

จากตารางสรุปวาทกรรมข้างต้นพบว่าในช่วงแรกที่อนุสาร อ.ส.ท. ได้เริ่มวางจำหน่าย ชุตวาทกรรมส่วนใหญ่จะสร้างข้อมูลพื้นฐานให้กับผู้คนเรื่องการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เพื่อให้ความรู้ และเปิดมุมมองด้วยวิธีการต่าง ๆ ทั้งจากต้นแบบความเจริญจากส่วนกลาง การนำคำชื่นชมจากต่างชาติมานำเสนอ และผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว จนก้าวเข้าสู่ทศวรรษที่ 2 ที่การท่องเที่ยวเริ่มที่จะก่อให้เกิดผลต่อประเทศอย่างจับต้องได้ อ.ส.ท. จึงได้ก้าวเข้ามาดูแลและคอยกำกับทิศทางการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยการสร้างวาทกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการยอมรับและผู้อ่านรับรู้ว่าการท่องเที่ยวนับตั้งแต่นี้เป็นต้นไป จะต้องมีการรวมมหาดไทยและ อ.ส.ท. เป็นผู้กำกับติดตาม ต่อมาทศวรรษที่ 3 เริ่มที่จะกระจายคุณค่าด้านการท่องเที่ยวไปสู่ผู้คนในทุกระดับ โดยเฉพาะกลุ่มคนที่อยู่ห่างไกลและประชาชนในทุกระดับ เช่น เยาวชนและผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ด้วยเข้าใจดีว่าเป็นกลุ่มที่จะสานต่อค่านิยมด้านการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ในทศวรรษที่ 3 ยังเป็นการบุกเบิกไปยังคุณค่าต่าง ๆ ในท้องถิ่นเพื่อยกระดับขึ้นมาให้กลายเป็นจุดสนใจ ดังนั้นงานเขียนที่สอดแทรกวาทกรรมในช่วงเวลานี้ถึงมีทั้งการรำลึกถึงความหลังและส่งเสริมท้องถิ่นเพื่อตั้งรับพร้อมกัน ในทศวรรษที่ 4 เมื่อการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จในทุกระดับก็เป็นช่วงแห่งการประกวดคำขวัญที่ส่งเสริมไปในทุกระดับ เพื่อให้คนจดจำและนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นออกมานำเสนอ ซึ่งเป็นกระบวนการประกอบสร้างวาทกรรมที่ส่งผลกระทบต่อคนในชาติเป็นอย่างมาก เนื่องจากถูกนำไปสอดแทรกในตำราเรียนและกลุ่มเยาวชนทั่วประเทศ และในทศวรรษสุดท้าย เมื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สร้างมูลค่าให้กับประเทศเป็นจำนวนมากแล้ว เนื้อหาในอนุสาร อ.ส.ท. จึงเป็นชุตวาทกรรมที่สะท้อนความสำเร็จของการสร้างชาติในเชิงการท่องเที่ยว เนื่องจากเนื้อหาส่วนใหญ่จะกล่าวถึงการท่องเที่ยวที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน และถ้อยแถลงถึงผลประโยชน์มากมายในทุกปี

ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยทำการศึกษา ทั้งการสร้างวาทกรรมสำหรับการท่องเที่ยว การสนับสนุนเยาวชนเรื่องการท่องเที่ยว การส่งเสริมท้องถิ่นในการตั้งรับการท่องเที่ยว การสร้างวาทกรรมของดีในท้องถิ่น และส่วนสุดท้ายที่สอดคล้องมากที่สุดก็คือความเจริญในแง่ภูมิของรัฐ นักเขียนและอนุสาร อ.ส.ท. ซึ่งเป็นตัวแทนของรัฐได้สร้างชุตวาทกรรมต่าง ๆ โดยประกอบสร้างสารคดีที่มี วาทกรรม สัญลักษณ์ ภาพแทน และมายาคติ จะโดยความหมายโดยตรงหรือแฝงนัยยะก็ตาม นับว่าเป็นไปตามเป้าหมายของการสร้างชาติไทยด้วยการท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัด

ผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิด imagined community หรือ ชุมชนจินตกรรม ของ เบน แอนเดอร์สัน (อ้างถึงใน ฌ็อง-ฌัก เลียวไพโรจน์, 2561 : 17) กรณีที่พูดถึงชาตินิยมที่เกิดขึ้นจากสิ่งพิมพ์ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ประชากรในชาติต้องมีภาพหรือมโนสำนึกร่วมกัน อย่างน้อยประชากรในรัฐต้องเกิดการ “รับรู้” ในจินตกรรมชุดนี้ ไปจนถึงการยอมรับว่ามีอยู่จริง โดยการผลักดันเป้าประสงค์และเจตนาของรัฐในการสร้างการรับรู้ผ่านภาษา หรือแม้กระทั่งแบบเรียน ที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างชาติ อนุสาร อ.ส.ท. จึงเปรียบเสมือนทุนนิยมการพิมพ์ (print capitalism) ที่จะก่อรูป “ชาติ” ที่เป็น “Imagined Communities” อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรขึ้นมา รัฐจึงใช้ทุนนิยมการพิมพ์นี้สนับสนุนการก่อตัวของรัฐชาติสมัยใหม่ด้วยการเป็นเครื่องมือทางภาษาในการถ่ายทอดภาษาประจำชาตินี้ อนุสาร อ.ส.ท. จึงเผยแพร่ ปลูกฝัง กล่อมเกล่าอุดมการณ์ดังที่รัฐต้องการลงไปในสารงานเขียน หรือ สารคดีเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่าน หรือประชากรในชาติซึมซับเจตนาของรัฐในการเข้าในแง่ต่าง ๆ ของชาติผ่านการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ผลการศึกษาที่ได้ยังอภิปรายได้ว่าการสร้างชาติด้วยวาทกรรมการท่องเที่ยวจะมีการเขียนอย่างแพร่หลายในช่วงครึ่งแรกของ อนุสาร อ.ส.ท. (อนุสาร อ.ส.ท. ที่ทำการศึกษาคือ ตั้งแต่ปี 2506 – 2560) นั่นก็คือในช่วงทศวรรษ 2540 แต่หลังจากนั้นงานเขียนจะมีเนื้อหาที่แตกต่างออกไป เช่น บันทึกการเดินทางแบบส่วนตัว หรือครอบครัว โดยเนื้อหา 6 ประเด็นที่ทำการวิเคราะห์จะพบเห็นน้อยลง หรือซ้ำกับในช่วงครึ่งแรกของการศึกษา เป็นไปได้ว่าความสำเร็จของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับชาติไทย ทั้งจากต่างชาติและคนในชาติ จึงไม่จำเป็นจะต้องผลิตสร้างวาทกรรมชุดเดิมในการเขียนอนุสาร อ.ส.ท. นอกจากนี้สื่อที่ตีพิมพ์เกี่ยวกับ

การท่องเที่ยวก็มีมากขึ้นในช่วงทศวรรษ 2540 และในช่วงปลายของการศึกษา (2560) สื่อสิ่งพิมพ์ก็เริ่มได้รับความนิยมน้อยลงไปในตัวเอง ซึ่งในประเด็นดังกล่าวมีความน่าสนใจที่จะส่งต่อแง่มุมที่ต้องศึกษาต่อไปในอนาคต เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวแบบย้อนอดีต ที่เริ่มมีการเขียนถึงมากในเล่มหลังจาก 2540 เพื่อให้จักรวาลของสารคดี ในอนุสาร อ.ส.ท. ได้ถูกเปิดเผยมากยิ่งขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาดังกล่าว เป็นการใช้นวัตกรรมด้านนาฬิกาเป็นกรอบในการศึกษา ดังนั้นผลที่ได้จะมีทิศทางไปในการสะท้อนแนวคิดของอำนาจในการสร้างชาติไทยด้วยกระบวนการสารคดี ขยายขอบเขตด้านการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลให้ชาติไทยดำรงอยู่และส่งผ่านมาถึงปัจจุบัน แต่ยังไม่ครอบคลุมเนื้อหาของสารคดีประเภทอื่นที่อยู่ในอนุสาร อ.ส.ท. เช่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยววิถีใหม่ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในยุคหลัง โดยเฉพาะ ปี 2550 เป็นต้นมา ดังนั้นหากผลการศึกษาที่ได้จะสามารถนำไปใช้ในการอ้างอิงและต่อยอดการศึกษาแขนงอื่น ก็สามารถเพิ่มเติมการศึกษาในหัวข้อที่ค้างคาเอาไว้ได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2555). **การท่องเที่ยวไทย วิสัยทัศน์**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2506). **อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 5**, กรุงเทพฯ: อนุสาร อ.ส.ท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2506). **อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 6**, กรุงเทพฯ: อนุสาร อ.ส.ท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2506). **อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 7**, กรุงเทพฯ: อนุสาร อ.ส.ท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2506). **อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 8**, กรุงเทพฯ: อนุสาร อ.ส.ท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2506). **อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 3 ฉบับที่ 9**, กรุงเทพฯ: อนุสาร อ.ส.ท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2512). **อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2**, กรุงเทพฯ: อนุสาร อ.ส.ท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2512). **อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 10 ฉบับที่ 3**, กรุงเทพฯ: อนุสาร อ.ส.ท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2513). **อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 10 ฉบับที่ 6**, กรุงเทพฯ: อนุสาร อ.ส.ท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2524). **อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 22 ฉบับที่ 8**, กรุงเทพฯ: อนุสาร อ.ส.ท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2533). **อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 31 ฉบับที่ 1**, กรุงเทพฯ: อนุสาร อ.ส.ท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จงกลณี ไตสกุลวงศ์. (2542). **การวิเคราะห์วาทกรรมการให้ความหมายสื่อสิ่งพิมพ์ลามกของ 9 สถาบันในสังคมไทย**. (วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ธัญญา สังขพันธานนท์. (2553). **การเขียนสารคดีภาคปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อินทนิล.

- ธนพร หมูคำ. (2559). การประกอบสร้างภาพแทนสตรีในวรรณกรรมอาเซียนกับบทบาททางการเมือง. วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. ปีที่ 6 ฉบับที่ 2. หน้า 116–128.
- ธนาพร ชัยวรากิจ. (2558). **สัญญาไทย: ความหมายที่เป็นพลวัตทางวัฒนธรรม**. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญยงค์ เกศเทศ. (2536). **ตลอดวรรณกรรมไทย**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2535). **การเขียนสารคดีสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์**. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยูร กมลเสรีรัตน์. (2541). **ร้อนอ้าลาฝนมาเยือน**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- วิไลวรรณ ช้างปรีดา. (2551). **วาทกรรมของสื่อหนังสือพิมพ์ไทยในสงครามอิรัก 2003**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมรม สทิงพระ. (2537). **เส้นทางนักเขียน**. กรุงเทพฯ : ไรต์เตอร์.
- สาธิตา ตระกูลโชคเสถียร. (2553). **การวิเคราะห์วาทกรรมในอาชญากรรมโดยอาชญากร**. วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนทร สุขสรณจิต. (2551). **มายาคติและความรุนแรงของภาพแสดงแทน “ชาวเขา” ในแบบเรียน บทเพลง และภาพยนตร์**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2500). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1**, กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Foucault, M. (1977). **Discipline and Punish: The Birth of a Prison**. London: Allen Lane.
- Hall, S. (1997). **Representation : Cultural Representations and Signifying Practices**. London : Sage
- Saussure, F. (1960). **Course in general linguistics**. London: Peter Owen.