

วาทกรรมการท่องเที่ยวและลักษณะภาษาในการสร้างความหมายและอัตลักษณ์ชุมชน
ผ่านการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษา: กรณีศึกษาชุมชนมินบุรี กรุงเทพมหานคร
TOURISM DISCOURSE AND LINGUISTIC FEATURES IN THE CONSTRUCTION OF MEANING
AND COMMUNITY IDENTITY THROUGH BILINGUAL HALAL FOOD STORYTELLING: A CASE
STUDY OF MIN BURI, BANGKOK

สันติภูมิ ราชวิชา, อัญธิสร สิริทรัพย์เจริญ

Santipum Ratchwicha, Aunthisorn Sirisupjarean

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์และคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

Faculty of Humanities and Social Sciences and Faculty of Science, Chandrakasem Rajabhat University

Corresponding Author E-mail: santipumindy@hotmail.com

Received June 15, 2026

Revised July 5, 2026

Accepted August 31, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์วาทกรรมการท่องเที่ยวที่ปรากฏในเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาในชุมชนมินบุรี กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะภาษาที่ใช้ในการสร้างความหมายผ่านเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษา 3) เพื่อศึกษาการนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนผ่านเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาในบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์วาทกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหา หน่วยวิเคราะห์ที่ใช้ในการศึกษาคือ เรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษา (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) จากหนังสือการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษาเชิงการท่องเที่ยวชุมชนเขตมินบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งคัดเลือกโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงครอบคลุมเนื้อหาทั้ง 3 ส่วน ได้แก่ เปิดตำนานเมืองมินบุรี เส้นทางวัตถุดิบ และลายแทงเส้นทางนักชิมฮาลาล ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่ง วาทกรรมการท่องเที่ยวปรากฏ 3 ลักษณะหลัก คือ การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความน่าหลงใหล และการโน้มน้าวใจ ส่วนที่สอง ลักษณะทางภาษาประกอบด้วยการใช้คำศัพท์เกี่ยวกับวัฒนธรรมและอาหารฮาลาล โครงสร้างประโยคเชิงพรรณนาและอธิบาย ตลอดจนหน้าที่ทางภาษาเพื่อให้ข้อมูล โน้มน้าว และสร้างจินตภาพ และส่วนที่สาม ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า วาทกรรมการท่องเที่ยวซึ่งประกอบสร้างผ่านลักษณะภาษาดังกล่าวสร้างความหมายทางวัฒนธรรมและนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนมินบุรีใน 3 มิติ ได้แก่ ประวัติศาสตร์พื้นที่ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมมุสลิม ซึ่งประกอบกันเป็นภาพแทนของชุมชนมินบุรีในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอาหารฮาลาลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

คำสำคัญ: การเล่าเรื่อง, ลักษณะภาษา, วาทกรรมการท่องเที่ยว, อัตลักษณ์ชุมชน, อาหารฮาลาล

Abstract

This article aimed to 1) analyze the tourism discourse manifested in bilingual halal food narratives in the Min Buri community, Bangkok; 2) analyze the linguistic features used to construct meaning in these narratives; and 3) examine the representation of community identity through the bilingual halal food narratives in the context of community-based tourism. This qualitative study employed tourism discourse analysis and content analysis.

The units of analysis comprised bilingual halal food narratives in Thai and English drawn from the book *A Bilingual Halal Food Storytelling Book for Community-Based Tourism in Min Buri District, Bangkok*. The data were purposively selected, covering all three sections of the book: *The Heritage of Min Buri*, *The Essence of Halal Ingredients*, and *The Halal Food Trail*. The findings were divided into three parts. First, three major forms of tourism discourse were identified: image building, romanticizing, and persuasion. Second, the linguistic features included vocabulary related to culture and halal food, descriptive and explanatory sentence structures, and language functions for providing information, persuading readers, and creating imagery. Third, the findings showed that tourism discourse, constructed through these linguistic features, created cultural meanings and represented the Min Buri community's identity in three dimensions: local history, local wisdom, and Muslim culture. Together, these dimensions constructed a representation of Min Buri as a distinctive destination for cultural and halal food tourism.

Keywords: Storytelling, Linguistic Features, Tourism Discourse, Community Identity, Halal Food

บทนำ

ปัจจุบัน การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้และเสริมความเข้มแข็งให้แก่ท้องถิ่น ควบคู่กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน (Goodwin & Santilli, 2009) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางดังกล่าว เนื่องจากเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ภูมิปัญญา ประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และอัตลักษณ์ของพื้นที่ผ่านอาหารท้องถิ่น อาหารจึงมิได้ทำหน้าที่เพียงตอบสนองความต้องการด้านการบริโภค แต่ยังเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตและความสัมพันธ์ของผู้คนในแต่ละชุมชน (World Tourism Organization & Basque Culinary Center, 2019) ในบริบทของชุมชนมุสลิม อาหารฮาลาลเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับหลักศาสนา ภูมิปัญญาการประกอบอาหาร และความทรงจำร่วมของชุมชน การนำเสนอคุณค่าที่อยู่เบื้องหลังอาหารจึงจำเป็นต้องอาศัยการเล่าเรื่องเพื่อเชื่อมโยงอาหารกับบุคคล สถานที่ ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต ภาษาในวาทกรรมการท่องเที่ยวมิได้ทำหน้าที่เพียงถ่ายทอดข้อมูล แต่ยังมีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ คุณค่า และการรับรู้เกี่ยวกับชุมชน (Dann, 1996) ขณะเดียวกัน การสื่อสารสองภาษาช่วยให้เรื่องราวดังกล่าวเข้าถึงผู้รับสารที่มีพื้นฐานทางภาษาและวัฒนธรรมแตกต่างกัน การนำเสนอเนื้อหาสองภาษาจึงต้องคำนึงถึงการถ่ายทอดความหมาย บริบททางวัฒนธรรม และลักษณะเฉพาะของชุมชนอย่างเหมาะสม (Durán-Muñoz, 2012)

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า แม้จะมีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนผ่านอาหารอย่างต่อเนื่อง แต่งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นด้านการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือการจัดการการท่องเที่ยว ขณะที่การศึกษาด้านภาษามักพิจารณาองค์ประกอบทางภาษาแยกจากบริบททางสังคมและวัฒนธรรม งานวิจัยเดิมจึงยังขาดการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะภาษา และการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาในบริบทชุมชนเขตมินบุรี กรุงเทพมหานคร

จากช่องว่างการวิจัยดังกล่าว เขตมินบุรีจึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการศึกษา เนื่องจากเป็นชุมชนพหุวัฒนธรรมที่มีชุมชนมุสลิมตั้งถิ่นฐานมาอย่างยาวนาน และมีรากฐานทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมที่เด่นชัด (พรพรรณ โปรงจิตร, 2565) ความหลากหลายดังกล่าวปรากฏผ่านวัฒนธรรมอาหารฮาลาล

ที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น อาหารฮาลาลในพื้นที่จึงมิได้เป็นเพียงอาหารตามหลักศาสนาอิสลาม แต่ยังเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชุมชน (Hall, 1997) การศึกษาเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาและลักษณะภาษาที่ปรากฏในเรื่องเล่าจึงช่วยให้เข้าใจกลไกการสื่อสารทุนทางวัฒนธรรมของมีนบุรีผู้รับสารต่างวัฒนธรรมได้อย่างเป็นระบบ

การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์วาทกรรมการท่องเที่ยวที่ปรากฏในเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษา วิเคราะห์ลักษณะภาษาที่ใช้สร้างความหมาย และศึกษาการนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนในบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์วาทกรรมการท่องเที่ยวที่ปรากฏในเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาในชุมชนมีนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ลักษณะภาษาที่ใช้ในการสร้างความหมายผ่านเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษา
3. เพื่อศึกษาการนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนผ่านเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาในบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์วาทกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Discourse Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาลักษณะภาษา การสร้างความหมายทางวัฒนธรรม และการนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนที่ปรากฏในเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2. แหล่งข้อมูลและคลังข้อมูล ได้แก่ หนังสือการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษาเชิงการท่องเที่ยวชุมชนเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยตัวบทคู่ขนานภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีโครงสร้างและเนื้อหาสอดคล้องกัน ผู้วิจัยคัดเลือกตัวบทแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ประการ ได้แก่ (1) มีเนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอสถานที่ วัฒนธรรม หรือคุณค่าทางการท่องเที่ยว (2) มีลักษณะภาษาที่เอื้อต่อการวิเคราะห์การสร้างความหมาย และ (3) มีเนื้อหาที่สะท้อนอัตลักษณ์ วิถีชีวิต หรือภูมิปัญญาของชุมชนมีนบุรีในบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยคัดเลือกเนื้อหา 3 ส่วนหลัก ได้เป็นคลังข้อมูลจำนวน 12 หน้าต่อภาษา แบ่งเป็น 5 ตอนย่อย รวม 31 คู่ตัวบท เมื่อจำแนกตามส่วนของเนื้อหา พบว่า ส่วนที่ 1 “เปิดตำนานเมืองมีนบุรี” ซึ่งนำเสนอประวัติชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว มีจำนวน 4 หน้าต่อภาษา 2 ตอนย่อย และ 8 คู่ตัวบท ส่วนที่ 2 “เสน่ห์วัดดุสิต” ซึ่งนำเสนอวัดดุสิตท้องถิ่น ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชุมชน มีจำนวน 6 หน้าต่อภาษา 2 ตอนย่อย และ 22 คู่ตัวบท และส่วนที่ 3 “ลายแทงเส้นทางนักชิมฮาลาล” ซึ่งนำเสนอร้านอาหารและแหล่งจำหน่ายอาหารฮาลาล มีจำนวน 2 หน้าต่อภาษา 1 ตอนย่อย และ 1 คู่ตัวบท

3. หน่วยวิเคราะห์ คือ ตัวบทคู่ขนานภาษาไทยและภาษาอังกฤษจำนวน 31 คู่ตัวบท โดยข้อความภาษาไทยหนึ่งข้อความและข้อความภาษาอังกฤษที่ถ่ายทอดสาระเดียวกันนับเป็น 1 หน่วยวิเคราะห์ การกำหนดหน่วยวิเคราะห์อาศัยแนวคิดตัวบท 3 มิติของจันทิมา อังคพณชกิจ (2561) ได้แก่ ตัวบทในฐานะหน่วยภาษาที่มีขนาดใหญ่กว่าประโยค การใช้ภาษาในบริบท และวิถีปฏิบัติทางสังคม ผู้วิจัยใช้มิติแรกเพื่อกำหนดขอบเขตของหน่วยข้อความ และใช้มิติการใช้ภาษาในบริบทร่วมกับแนวคิดของ Durán-Muñoz (2012) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะภาษาและการสร้างความหมายในระดับคำ วลี ประโยค และกลุ่มข้อความภายในแต่ละคู่

ตัวบท ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยใช้มิติวิธีปฏิบัติทางสังคมเป็นฐานในการประยุกต์แนวคิดของ Dann (1996) เพื่อวิเคราะห์หน้าที่ทางวาทกรรม การสร้างภาพลักษณ์ คุณค่าทางการท่องเที่ยว และการนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนในบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกการวิเคราะห์ตัวบทและกรอบรหัสการวิเคราะห์ข้อมูล (Coding Scheme) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยประยุกต์แนวคิดวาทกรรมการท่องเที่ยวของ Dann (1996) และแนวคิดลักษณะภาษาของตัวบทการท่องเที่ยวของ Durán-Muñoz (2012) เครื่องมืดังกล่าวใช้สำหรับบันทึก ลงรหัส จำแนก และจัดหมวดหมู่ข้อมูลจากคลังข้อมูลตัวบทชุมชน โดยครอบคลุมรหัสคู่ตัวบท ส่วนเนื้อหา ตอนย่อย หัวข้อ ข้อความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ลักษณะภาษา กลวิธีทางวาทกรรม ตลอดจนประเด็นด้านอัตลักษณ์ วิถีชีวิต ค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชุมชน ทั้งนี้ แนวคิดของ Durán-Muñoz (2012) ใช้จำแนกลักษณะและหน้าที่ของภาษาในระดับคำ วลี ประโยค และกลุ่มข้อความ ส่วนแนวคิดของ Dann (1996) ใช้วิเคราะห์การสร้างภาพลักษณ์ การนำเสนอคุณค่าทางการท่องเที่ยว และการโน้มน้าวใจ รวมทั้งใช้เป็นฐานในการตีความความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ภาษากับความหมายทางสังคมและวัฒนธรรมที่ปรากฏในตัวบท

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษาเชิงการท่องเที่ยวชุมชนเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยเริ่มจากการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวบทภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จากนั้นคัดเลือกตัวบทตามเกณฑ์ที่กำหนดจากเนื้อหา 3 ส่วนหลัก ได้แก่ “เปิดตำนานเมืองมีนบุรี” “เสน่ห์วัดดุติบ” และ “ลายแทงเส้นทางนักชิมฮาลาล” แล้วจึงจำแนกตัวบทตาม หัวข้อและสาระที่สมบูรณ์ พร้อมจับคู่ข้อความภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่ถ่ายทอดสาระเดียวกันและกำหนดรหัสประจำคู่ตัวบท ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์รวมทั้งสิ้น 31 คู่ตัวบท ขั้นตอนสุดท้าย ผู้วิจัยบันทึกข้อมูลทั้งหมดลงในแบบบันทึกการวิเคราะห์ตัวบท และตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนกับหนังสือต้นฉบับอีกครั้งก่อนดำเนินการลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ได้แก่ (1) อ่านตัวบทชุมชนภาษาไทยและภาษาอังกฤษอย่างละเอียดเพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาและบริบท (2) กำหนดหน่วยวิเคราะห์ตามหัวข้อและสาระที่สมบูรณ์ (3) ลงรหัสข้อมูลตามกรอบรหัสการวิเคราะห์ (4) จำแนกและจัดหมวดหมู่ลักษณะภาษา กลวิธีทางวาทกรรม และประเด็นอัตลักษณ์ชุมชน โดยประยุกต์แนวคิดของ Durán-Muñoz (2012) และ Dann (1996) (5) วิเคราะห์และตีความความหมายทางสังคมและวัฒนธรรมที่ปรากฏในตัวบท และ (6) สังเคราะห์ประเด็นผลการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ จากนั้นนำเสนอผลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ โดยยกตัวอย่างข้อความภาษาไทยและภาษาอังกฤษประกอบการอธิบายอย่างเป็นระบบ

7. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลและผลการวิเคราะห์โดยอ่านทวนตัวบทและผลการลงรหัสซ้ำ พร้อมตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างตัวบทชุมชนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รหัสข้อมูล หมวดหมู่การวิเคราะห์ และกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย รวมทั้งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมของกรอบรหัสและการจำแนกข้อมูลก่อนสังเคราะห์ผลการวิจัย ทั้งนี้ ข้อมูลที่ใช้พัฒนาหนังสือต้นทางได้ผ่านการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) และการตรวจสอบกลับโดยผู้ให้ข้อมูล (Member Checking) ส่วนตัวบทภาษาอังกฤษได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมทางภาษาโดยผู้เชี่ยวชาญชาวต่างชาติด้านภาษาอังกฤษจำนวน 2 คน และตรวจสอบความเทียบเท่าของความหมายระหว่างตัวบทภาษาไทยกับภาษาอังกฤษด้วยวิธีการแปลย้อนกลับ (Back-Translation) โดยผู้เชี่ยวชาญชาวไทยด้านภาษาอังกฤษจำนวน 1 คน ก่อนนำมาใช้เป็นคลังข้อมูลในการวิเคราะห์ครั้งนี้

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้วิเคราะห์วาทกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะภาษา และการนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนใน ตั๋วบัตรเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษา จากหนังสือการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษาเชิงการท่องเที่ยวชุมชน เขตมินบุรี กรุงเทพมหานคร โดยประยุกต์ใช้แนวคิดวาทกรรมการท่องเที่ยวของ Dann (1996) และแนวคิด ลักษณะภาษาของตัวบทการท่องเที่ยวของ Durán-Muñoz (2012) ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมพบว่า ตั๋วบัตร มีการใช้ภาษาเพื่อประกอบสร้างวาทกรรมการท่องเที่ยว ถ่ายทอดคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม และ นำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนมินบุรี ผู้วิจัยจำแนกผลการวิจัยออกเป็น 3 ประเด็นหลักให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. วาทกรรมการท่องเที่ยวที่ปรากฏในเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษา

การวิเคราะห์ตั๋วบัตรเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาตามแนวคิดภาษาการท่องเที่ยวของ Dann (1996) พบว่า ภาษาในตั๋วบัตรได้ทำหน้าที่เพียงให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน อาหาร และสถานที่ แต่ยังใช้สร้าง ภาพลักษณ์ เพิ่มคุณค่าทางอารมณ์ และกระตุ้นความสนใจด้านการท่องเที่ยว โดยจำแนกได้ 3 ลักษณะ ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ (Image Building) การสร้างความน่าหลงใหล (Romanticizing) และการโน้มน้าวใจ (Persuasion) ดังนี้ 1.1 การสร้างภาพลักษณ์ (Image Building) ตั๋วบัตรสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของชุมชนมินบุรี ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และอาหาร ผ่านการเชื่อมโยงพื้นที่กับ ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตดั้งเดิม ดังข้อความ “เมืองมินบุรีซึ่งหมายถึง เมืองปลา” และ “The name Min Buri literally means ‘the city of fish’” รวมถึงการกล่าวถึงสวน ไร่นา บ่อปลา และนาบัวในส่วน “เปิดตำนานเมืองมินบุรี” รายละเอียดดังกล่าวสร้างภาพแทนของมินบุรีในฐานะพื้นที่อุดมสมบูรณ์และสัมพันธ์ กับวิถีชีวิตทางน้ำ ขณะเดียวกัน การกล่าวถึง “Rong See (rice mill)” ที่มีอายุกว่า 105 ปีในส่วนเดียวกันช่วย เน้นความเก่าแก่และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่ ตั๋วบัตรจึงประกอบสร้างภาพลักษณ์ของมินบุรีในฐานะ ชุมชนที่มีมรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สอดคล้องกับแนวคิดการสร้างภาพลักษณ์ของ Dann (1996) 1.2 การสร้างความน่าหลงใหล (Romanticizing) ตั๋วบัตรใช้ภาษาเชิงพรรณนาเพื่อสร้างจินตภาพและเพิ่มคุณค่า ทางอารมณ์ให้แก่อาหารและสถานที่ เช่น คำชวน “ละลายในปาก” และ “melt in your mouth” ในส่วน “เสน่ห์วัตถุดิบ” ซึ่งกระตุ้นจินตนาการด้านรสสัมผัสและทำให้อาหารถูกนำเสนอในฐานะประสบการณ์ที่น่า ประทับใจ นอกจากนี้ คำว่า “nostalgic atmosphere” ในส่วน “เปิดตำนานเมืองมินบุรี” ใช้บรรยายตลาด เก้ามนบุรีให้เป็นสถานที่ที่มีเสน่ห์และเชื่อมโยงกับความทรงจำในอดีต การใช้ถ้อยคำดังกล่าวจึงเพิ่มคุณค่าทาง ความรู้สึกให้แก่อาหารและสถานที่ สะท้อนวาทกรรมการสร้างความน่าหลงใหลตามแนวคิดของ Dann (1996) 1.3 การโน้มน้าวใจ (Persuasion) ตั๋วบัตรใช้คำประพันธ์เชิงบวก เช่น “famous landmark” และ “popular destination” ในส่วน “เปิดตำนานเมืองมินบุรี” เพื่อสร้างความน่าสนใจและการรับรู้เชิงบวกต่อแหล่ง ท่องเที่ยว ขณะเดียวกัน การนำเสนอภัตตาคารอาหารและเมนูแนะนำในส่วน “ลายแทงเส้นทางนักชิมฮาลาล” ช่วยให้ผู้อ่านเห็นทางเลือกและสามารถวางแผนการเดินทางได้อย่างเป็นรูปธรรม การโน้มน้าวใจจึงมิได้เกิดจาก ถ้อยคำเชิญชวนโดยตรงเท่านั้น แต่ยังเกิดจากการใช้คำประพันธ์และการให้ข้อมูลที่ทำให้สถานที่และอาหารดูมี คุณค่าและควรแก่การเดินทางมาเยือน สอดคล้องกับแนวคิดการโน้มน้าวใจของ Dann (1996)

2. ลักษณะภาษาที่ใช้ในการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษา

การวิเคราะห์ลักษณะภาษาที่ปรากฏในเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาแสดงให้เห็นว่า ตั๋วบัตรมี การใช้ภาษาที่สอดคล้องกับลักษณะของตัวบทการท่องเที่ยวในหลายมิติ โดยสามารถจำแนกได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับคำศัพท์ (Lexical Level) ระดับวากยสัมพันธ์ (Syntactic Level) และระดับหน้าที่การสื่อสาร

(Functional Level) ตามแนวคิดของ Durán-Muñoz (2012) ซึ่งสะท้อนบทบาทของภาษาในการนำเสนอข้อมูล ถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรม และส่งเสริมความน่าสนใจของชุมชนมินบุรี ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 การใช้คำศัพท์ทางวัฒนธรรมและอาหารฮาลาล (Lexical Level)

การวิเคราะห์ระดับคำศัพท์ตามแนวคิดของ Durán-Muñoz (2012) พบว่า เรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาเลือกใช้คำศัพท์ที่เชื่อมโยงอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ท่องเที่ยว และคุณลักษณะของอาหาร โดยจำแนกได้ 3 กลุ่มสำคัญ ดังนี้ 1) คำศัพท์ทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของพื้นที่ ซึ่งปรากฏในส่วน “เปิดตำนานเมืองมินบุรี” เช่น Min Buri (มินบุรี), Monthon (มณฑล), Talat Kao Min Buri (ตลาดเก่ามินบุรี) และ Rong See (โรงสี) คำศัพท์เหล่านี้เชื่อมโยงพื้นที่กับประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของชุมชน ขณะที่ส่วน “เสน่ห์วัดฤดี” ใช้คำเฉพาะด้านอาหาร เช่น Basmati (ข้าวบาสมัติ), khao mok gai (ข้าวหมกไก่) และ milling (การขัดสี) เพื่อสะท้อนภูมิปัญญาด้านวัตถุดิบและกระบวนการผลิต ส่วนคำว่า halal food (อาหารฮาลาล) ซึ่งปรากฏในส่วน “เสน่ห์วัดฤดี” และ “ลายแทงเส้นทางนักชิมฮาลาล” ช่วยเน้นอัตลักษณ์ของชุมชนมุสลิมและความสัมพันธ์ระหว่างอาหารกับหลักศาสนา 2) กลุ่มคำศัพท์ด้านการท่องเที่ยวและสถานที่ ในส่วน “เปิดตำนานเมืองมินบุรี” ได้แก่ historic market (ตลาดเก่าที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์), canals (คูคลอง), waterways (เส้นทางคมนาคมทางน้ำ) และ ferry pier (ท่าเรือ) ซึ่งช่วยนำเสนอพื้นที่ดั้งเดิมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ส่วน “ลายแทงเส้นทางนักชิมฮาลาล” พบคำว่า tradition (ประเพณี), identity (อัตลักษณ์), everyday life (ชีวิตประจำวัน), food trail (เส้นทางอาหาร) และ halal food (อาหารฮาลาล) ซึ่งเชื่อมโยงอาหารกับวิถีชีวิตและสร้างภาพมินบุรีให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านอาหารฮาลาล คำศัพท์เหล่านี้จึงช่วยปรับกรอบความหมายของพื้นที่ให้เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Durán-Muñoz (2012) และ 3) กลุ่มคำศัพท์เชิงประสาทสัมผัสและการประเมินค่า ในส่วน “เสน่ห์วัดฤดี” ได้แก่ tenderloin (เนื้อสันใน), fragrant (มีกลิ่นหอม), fluffy (ร่วนฟู) และ the queen of fragrance (ราชินีแห่งความหอม) ซึ่งช่วยถ่ายทอดคุณลักษณะของวัตถุดิบ กลิ่น และเนื้อสัมผัส ทำให้ผู้อ่านเกิดจินตภาพเกี่ยวกับอาหาร โดยเฉพาะ the queen of fragrance ที่ช่วยยกระดับวัตถุดิบให้โดดเด่นและน่าจดจำ ขณะที่ส่วน “ลายแทงเส้นทางนักชิมฮาลาล” ใช้คำว่า a popular restaurant (ร้านอาหารยอดนิยม) และ rich cultural background (ภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่รุ่มรวย) เพื่อเพิ่มคุณค่าเชิงบวกให้แก่อาหารและพื้นที่ คำศัพท์เหล่านี้จึงช่วยสร้างจินตภาพและส่งเสริมภาพลักษณ์ของมินบุรีในฐานะจุดหมายปลายทางด้านอาหารฮาลาลและวัฒนธรรม ตามกรอบของ Durán-Muñoz (2012)

2.2 การใช้โครงสร้างประโยคในการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษา (Syntactic Level)

การวิเคราะห์ระดับวากยสัมพันธ์ตามแนวคิดของ Durán-Muñoz (2012) พบว่า ตัวบทใช้โครงสร้างประโยค 4 ลักษณะเพื่อถ่ายทอดข้อมูลด้านสถานที่ อาหาร และวัฒนธรรม ดังนี้ 1) ประโยคเชิงพรรณนา ในส่วน “เปิดตำนานเมืองมินบุรี” เช่น “The Talat Kao Min Buri... is lined with old buildings...” ซึ่งสร้างภาพตลาดเก่าอย่างเป็นรูปธรรม และในส่วน “เสน่ห์วัดฤดี” เช่น “The grains are thin and naturally fragrant...” ซึ่งถ่ายทอดรูปลักษณ์และกลิ่นของข้าวบาสมัติ 2) ประโยคซับซ้อนและส่วนขยาย ในส่วน “เปิดตำนานเมืองมินบุรี” พบว่า As the population grew quickly ซึ่งเป็น adverbial clause แสดงบริบทของการเปลี่ยนแปลง และ making way for... ซึ่งเป็น participial phrase แสดงผลที่ตามมา ส่วน In 1902, during the reign of King Chulalongkorn... ใช้ prepositional phrases บอกเวลา ขณะที่ Basmati rice, which comes from India... ในส่วน “เสน่ห์วัดฤดี” ใช้ relative clause ระบุแหล่งกำเนิดของข้าว โครงสร้างเหล่านี้ช่วยขยายรายละเอียดด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และแหล่งกำเนิดของวัตถุดิบให้ชัดเจนยิ่งขึ้น 3) โครงสร้างแสดงลำดับเวลาและกระบวนการ ในส่วน “เปิดตำนานเมืองมินบุรี”

พบการใช้ “The First Period...” และ “The Second Period...” เพื่อแบ่งพัฒนาการของตลาดเก่าตามช่วงเวลา ขณะที่ส่วน “เสน่ห์หัวตูดิบ” ใช้ “Before milling...” และ “When cooked...” เพื่อแสดงการเปลี่ยนแปลงของข้าวบาสมาดิตามลำดับขั้น 4) โครงสร้างเชิงอธิบายและโน้มน้าว ในส่วน “เปิดตำนานเมืองมินบุรี” เช่น “Because of its nostalgic atmosphere...” ซึ่งเชื่อมบรรยากาศย้อนยุคกับความนิยมของตลาดเก่า ส่วน “ลายแทงเส้นทางนักชิมฮาลาล” ใช้ “These places are more than just somewhere to eat...” และ “The map includes different types of food spots...” เพื่อเน้นคุณค่าทางวัฒนธรรมและความหลากหลายของแหล่งอาหาร ทำให้มินบุรีได้รับการนำเสนอเป็นจุดหมายปลายทางด้านอาหารฮาลาลอย่างน่าสนใจ

2.3 หน้าที่ทางภาษาในการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษา (Functional Level)

การวิเคราะห์ระดับหน้าที่ทางภาษา ตามกรอบแนวคิดของ Durán-Muñoz (2012) พบว่า เรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษามีการใช้ภาษาเพื่อถ่ายทอดข้อมูลและนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยปรากฏหน้าที่ทางภาษาสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) หน้าที่เชิงข้อมูล ซึ่งมุ่งนำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา บริบททางวัฒนธรรม และลักษณะของอาหารและวัตถุดิบ ทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ได้อย่างชัดเจน 2) หน้าที่เชิงโน้มน้าว ปรากฏผ่านการใช้ถ้อยคำเชิงประเมินค่า เช่น “nostalgic atmosphere”, “popular destination”, “queen of fragrance” และ “more than just somewhere to eat” ถ้อยคำเหล่านี้มิได้เชิญชวนให้เดินทางหรือบริโภคโดยตรง แต่สร้างภาพเชิงบวกให้แก่ตลาดเก่า วัตถุดิบ และแหล่งอาหาร โดยเชื่อมโยงสถานที่กับบรรยากาศทางประวัติศาสตร์ ความนิยม คุณภาพของอาหาร และคุณค่าทางวัฒนธรรม ส่งผลให้ผู้อ่านรับรู้มินบุรีในฐานะจุดหมายปลายทางด้านอาหารฮาลาลที่มีเอกลักษณ์และน่าเชื่อถือ และ 3) หน้าที่สร้างประสบการณ์และจินตภาพ ซึ่งพบจากการใช้ภาษาระดับประสาทสัมผัส เช่น “soft and fluffy”, “melt in your mouth” และ “smell like popcorn” ควบคู่กับการนำเสนอเส้นทางอาหารและบรรยากาศของชุมชนผ่านการเล่าเรื่อง ทำให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการถึงรสชาติ กลิ่น เนื้อสัมผัส และประสบการณ์การท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน หน้าที่ทางภาษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ภาษาในเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษามีได้ทำหน้าที่เพียงถ่ายทอดข้อมูลข้อเท็จจริงเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทในการสร้างความน่าสนใจและนำเสนอประสบการณ์แก่ผู้อ่านผ่านการเลือกใช้กลวิธีทางภาษาอย่างหลากหลาย สอดคล้องกับแนวคิดของ Durán-Muñoz (2012) ที่มองว่าภาษาในวาทกรรมการท่องเที่ยวทำหน้าที่ทั้งในการให้ข้อมูลและการนำเสนอประสบการณ์ เพื่อสนับสนุนการสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การสร้างความหมายและการนำเสนออัตลักษณ์ชุมชน

ผลการวิเคราะห์สะท้อนให้เห็นว่า เรื่องเล่าอาหารฮาลาลมีบทบาทสำคัญในการประกอบสร้างความหมายและนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนมินบุรีผ่านการเชื่อมโยงอาหารเข้ากับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ โดยปรากฏผ่านโครงสร้างตัวบททั้ง 3 ส่วน ดังนี้ ประการแรก ตัวบทส่วนเปิดตำนานเมืองมินบุรี มุ่งสร้างความหมายของพื้นที่ผ่านเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ความเป็นเมืองปลา ตลาดเก่า และวิถีชีวิตดั้งเดิมที่ผูกพันกับสายน้ำ ซึ่งเป็นฐานในการทำความเข้าใจความเป็นมาของชุมชน ประการที่สอง ตัวบทส่วนเสน่ห์หัวตูดิบ สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและการเลือกสรรวัตถุดิบที่สัมพันธ์กับทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ที่แนบแน่นระหว่างอาหารกับระบบนิเวศของชุมชน ประการที่สาม ตัวบทส่วนลายแทงเส้นทางนักชิมฮาลาล นำเสนออาหารฮาลาลในฐานะพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงผู้คน ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชุมชนมุสลิมในพื้นที่เข้าด้วยกัน โดยสรุป ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า เรื่องเล่าอาหารฮาลาลได้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนมินบุรีผ่าน 3 มิติสำคัญ ได้แก่ มิติด้านประวัติศาสตร์พื้นที่ที่สะท้อนความ

เป็นเมืองปลาและวิถีชีวิตริมน้ำ มิติด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เชื่อมโยงอาหารกับทรัพยากรและระบบนิเวศของชุมชน และมิติด้านวัฒนธรรมที่สะท้อนความเชื่อ วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของชุมชนมุสลิมในพื้นที่ ซึ่งทั้งสามมิติทำงานร่วมกันในการสร้างความหมายและนำเสนอภาพแทนของชุมชนมินบุรีในฐานะพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมสามารถสรุปความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะภาษา และการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะภาษา และการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษา

ตัวบท	วาทกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่น	ลักษณะภาษาที่โดดเด่น	ความหมายและอัตลักษณ์ที่ถูกสร้าง
เปิดตำนานมินบุรี	การสร้างภาพลักษณ์	คำศัพท์ทางประวัติศาสตร์ ชื่อสถานที่และการบรรยาย ความเป็นมาของชุมชน	ชุมชนที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ ความเป็นเมืองปลา ตลาดเก่า และวิถีชีวิตริมน้ำ
เสน่ห์วัดฤดูดับ	การสร้างความน่าหลงใหล	คำศัพท์ทางอาหารวัตถุดิบ และภาษาพรรณนาเชิง ประสาทสัมผัส	ชุมชนแห่งภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ เชื่อมโยงอาหารกับทรัพยากร ธรรมชาติและระบบนิเวศของพื้นที่
ลายแทงเส้นทางนักชิมฮาลาล	การโน้มน้าว	ภาษาเชิงข้อมูล ภาษาเชิงโน้มน้าวและการ เล่าเรื่องผ่านประสบการณ์	ชุมชนมุสลิมที่มีอัตลักษณ์ ทางวัฒนธรรมและเป็น แหล่งท่องเที่ยวอาหารฮาลาล
ภาพรวมของตัวบท	การบูรณาการวาทกรรม การสร้างภาพลักษณ์ ความน่าหลงใหล และการโน้มน้าว	การใช้หน้าที่ทางภาษาแบบ ครบวงจร ได้แก่ การให้ข้อมูล การโน้มน้าว และการสร้างจินตภาพ	มินบุรีในฐานะพื้นที่ทาง วัฒนธรรมที่มีประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์อาหารฮาลาลที่โดดเด่น

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า ตัวบททั้งสามส่วนทำงานร่วมกันในการสร้างภาพแทนของชุมชนมินบุรีผ่านมิติทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และอาหารฮาลาล โดยใช้วาทกรรมการสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความน่าหลงใหล และการโน้มน้าว ร่วมกับลักษณะทางภาษาเพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน ส่งผลให้เรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาทำหน้าที่สื่อสารทุนทางวัฒนธรรมของมินบุรีแก่ผู้รับสารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ภาพที่ 1 แสดงตัวอย่างตัวบทจากส่วน “เปิดตำนานเมืองมินบุรี” ซึ่งใช้การนำเสนอเนื้อหาภาษาไทยและภาษาอังกฤษควบคู่กันเพื่อถ่ายทอดข้อมูลทางประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์ของพื้นที่ตัวบทในภาพเลือกใช้ชื่อสถานที่และคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ชุมชน พร้อมทั้งใช้โครงสร้างเชิงพรรณนาเพื่อสร้างภาพของมินบุรีในฐานะพื้นที่เก่าแก่ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม ภาพดังกล่าวจึงเป็นหลักฐานประกอบการวิเคราะห์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ของพื้นที่และแสดงบทบาทของภาษาสองภาษาในการขยายการรับรู้เกี่ยวกับชุมชนไปสู่ผู้อ่านต่างวัฒนธรรม

เรื่องเล่าประกอบสร้างภาพแทนของชุมชนมินบุรีผ่าน 3 มิติ ได้แก่ ประวัติศาสตร์พื้นที่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมมุสลิม โดยมีอาหารฮาลาลเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงสถานที่ ความทรงจำ ความเชื่อ และวิถีชีวิต ข้อค้นพบนี้อธิบายได้ตามแนวคิดของ Hall (1990, 1997) ที่มองว่าอัตลักษณ์มิใช่สิ่งตายตัว แต่ถูกผลิตและให้ความหมายผ่านภาษาและการนำเสนอ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับ Richards (2021) ที่ชี้ว่าอัตลักษณ์ท้องถิ่นช่วยสร้างคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สอดคล้องกับ Long (2004) ที่มองว่าอาหารเป็น

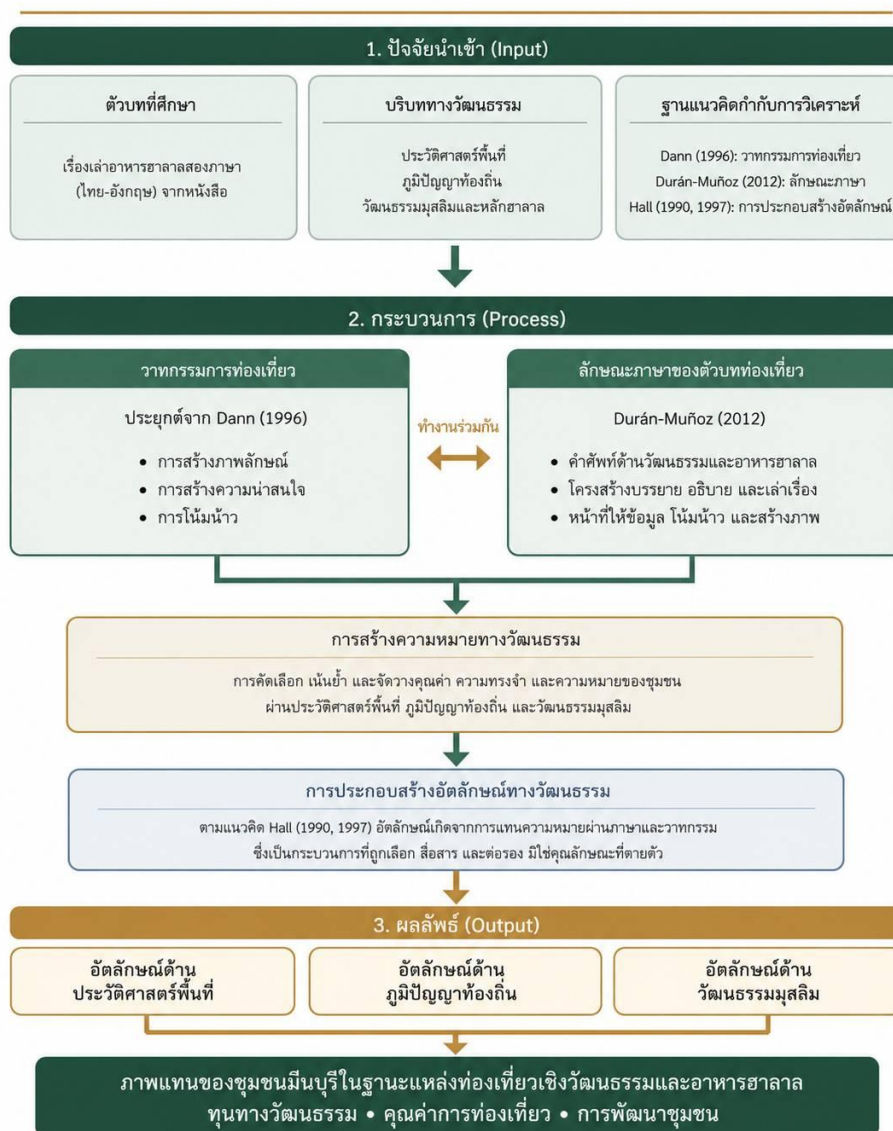
ช่องทางในการเรียนรู้วัฒนธรรม และสอดคล้องกับรณภพ นพสุวรรณ (2565) ที่เสนอว่าอาหารพื้นถิ่นเป็นทุนทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ขยายจากงานเดิมโดยแสดงให้เห็นว่า ภาพแทนของชุมชนเกิดจากการทำงานร่วมกันของวาทกรรมและลักษณะภาษา ซึ่งเชื่อมโยงอาหาร ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ในด้านการสื่อสารสองภาษา ภาษาไทยทำหน้าที่รักษาชื่อเสียง ความทรงจำ และมุมมองจากภายในชุมชน ขณะที่ภาษาอังกฤษช่วยถ่ายทอดความหมายดังกล่าวไปยังผู้รับสารต่างวัฒนธรรม การคงคำเฉพาะในรูปคำทับศัพท์ร่วมกับคำอธิบายภาษาอังกฤษจึงช่วยรักษาความเฉพาะของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควบคู่กับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

4. คุณูปการของงานวิจัย

คุณูปการสำคัญของงานวิจัยนี้คือ การชี้ให้เห็นว่าอัตลักษณ์ชุมชนเกิดจากการทำงานร่วมกันของวาทกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะภาษา และการนำเสนอแบบสองภาษา โดยวาทกรรมทำหน้าที่กำหนดกรอบการรับรู้ ลักษณะภาษาช่วยจัดระบบและถ่ายทอดความหมาย ส่วนภาษาสองภาษาช่วยรักษาและขยายการรับรู้อัตลักษณ์ไปยังผู้รับสารต่างวัฒนธรรม งานวิจัยนี้จึงแตกต่างจากงานเดิมที่มักศึกษาภาษาประชาสัมพันธ์อาหารในฐานะทุนทางวัฒนธรรม หรือการสร้างอัตลักษณ์แยกส่วนกัน โดยเสนอให้เห็น “จุดตัดร่วม” ที่อาหารฮาลาลทำหน้าที่เชื่อมโยงประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา ศาสนา และวิถีชีวิต ขณะที่ภาษาเป็นกลไกในการคัดเลือกจัดวาง และกำหนดคุณค่าให้แก่องค์ประกอบเหล่านั้น เรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาจึงมิได้เป็นเพียงเครื่องมือประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แต่เป็นกลไกสำคัญในการประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนในบริบทข้ามวัฒนธรรม

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้สามารถสังเคราะห์เป็น “โมเดลการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนผ่านการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษา” โดยจัดลำดับองค์ประกอบเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ เพื่อแสดงให้เห็นว่าวาทกรรมการท่องเที่ยวและลักษณะภาษาทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความหมายทางวัฒนธรรมและนำไปสู่การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนมีนบุรี ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนผ่านการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษา

จากภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์เชิงกระบวนการจากปัจจัยนำเข้าสู่ผลลัพธ์โดยแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์และบทบาทดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วยตัวบทเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เนื้อหาทางวัฒนธรรมของชุมชนมินบุรี ได้แก่ ประวัติศาสตร์พื้นที่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมมุสลิม พร้อมกับกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ แนวคิดวาทกรรมท่องเที่ยวของ Dann (1996) กรอบลักษณะภาษาของตัวบทท่องเที่ยวของ Durán-Muñoz (2012) รวมทั้งกรอบแนวความคิดในการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของ Hall (1990, 1997)

2. กระบวนการ ได้แก่ วาทกรรมการท่องเที่ยวและลักษณะภาษาทำหน้าที่ในการทำงานร่วมกัน กล่าวคือ วาทกรรมการท่องเที่ยวช่วยคัดเลือกและเน้นย้ำคุณค่าของสถานที่ อาหารและวัฒนธรรมโดยการสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความน่าหลงใหล และการโน้มน้าว ในขณะที่ลักษณะภาษาถ่ายทอดความหมายโดยผ่านกระบวนการเลือกใช้คำศัพท์ โครงสร้างการบรรยายและการอธิบาย รวมทั้งหน้าที่ของภาษาในการให้ข้อมูล

การโน้มน้าวและการสร้างภาพแทนในความคิดของกลไกทั้งสองส่วนจึงมีส่วนในการสร้างความหมายทางวัฒนธรรม ก่อนนำไปสู่การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน

3. ผลลัพธ์ ได้แก่ กระบวนการที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ชุมชน ประกอบด้วย อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ พื้นที่ อัตลักษณ์ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมมุสลิม ซึ่งหล่อหลอมเป็นภาพแทนของชุมชนมินบุรีในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอาหารฮาลาลที่สามารถพัฒนาเป็นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยวและสนับสนุนการพัฒนาชุมชน

นอกจากนั้น เมื่อเทียบกับงานวิจัยที่ผ่านมา ซึ่งมักศึกษาว่าททกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะภาษาหรืออัตลักษณ์ชุมชนแยกส่วนกัน การศึกษาครั้งนี้เสนอองค์ความรู้ใหม่โดยเชื่อมโยงทั้งสามมิติไว้ในโมเดลเดียวภายใต้บริบทเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษา ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ภาษาไม่ได้ทำหน้าที่เพียงถ่ายทอดเนื้อหา แต่เป็นกลไกในการสร้างความหมายทางวัฒนธรรมและประกอบสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนมินบุรีในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอาหารฮาลาล

สรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “ว่าททกรรมการท่องเที่ยวและลักษณะภาษาในการสร้างความหมายและอัตลักษณ์ชุมชนผ่านการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษา: กรณีศึกษาชุมชนมินบุรี กรุงเทพมหานคร” ชี้ให้เห็นว่า การเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษาเป็นกลไกในการประกอบสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนมินบุรี โดยว่าททกรรมการท่องเที่ยวและลักษณะภาษาทำงานร่วมกันในการเปลี่ยนทุนทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นความหมายทางการท่องเที่ยว ขณะเดียวกัน การใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษช่วยรักษามุมมองจากภายในชุมชนและขยายการรับรู้อัตลักษณ์ไปสู่ผู้รับสารต่างวัฒนธรรม จึงทำให้มินบุรีได้รับการนำเสนอในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอาหารฮาลาลที่มีลักษณะเฉพาะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์สองภาษา ได้แก่ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษของชุมชนมินบุรี โดยสำนักงานเขตมินบุรีควรจัดทำแผ่นพับ แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว และป้ายข้อมูลที่เชื่อมโยงกับคิวอาร์โค้ด ขณะที่ผู้นำชุมชนควรพัฒนาเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และคลิปวิดีโอสั้น ส่วนผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาลควรจัดทำเมนูและป้ายแนะนำอาหารสองภาษา ทั้งนี้การผลิตสื่อควรประยุกต์ใช้ว่าททกรรมการสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความน่าเชื่อถือ และการโน้มน้าวเพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์และภูมิปัญญาด้านอาหารฮาลาลของชุมชนได้อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สำนักงานเขตมินบุรี หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และภาคีเครือข่ายในพื้นที่ควรร่วมกันกำหนดแนวทางส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารฮาลาล โดยเชื่อมโยงร้านอาหาร แหล่งวัตถุดิบ วิถีชีวิต และแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม พร้อมสนับสนุนการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์สองภาษา ได้แก่ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล ตลอดจนส่งเสริมการใช้เรื่องเล่าเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมอาหารฮาลาลเป็นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างรายได้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เน้นการวิเคราะห์เฉพาะตัวบทเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษาจากหนังสือ จึงยังไม่ครอบคลุมการรับรู้ของผู้รับสารและการสื่อสารผ่านสื่อประเภทอื่น ๆ การวิจัยครั้งต่อไปควรดำเนินการในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ด้านผู้รับสาร ควรศึกษาการรับรู้ ทักษะ และ การตอบสนองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเรื่องเล่าอาหารฮาลาลสองภาษา เพื่อพิจารณาบทบาทของกลวิธีทางวาทกรรมในการสร้างภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ และความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยว

2. ด้านประเภทสื่อ ควรศึกษาเปรียบเทียบการนำเสนอเรื่องเล่าอาหารฮาลาลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และคลิปวิดีโอสั้น เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบวาทกรรมลักษณะภาษา และความเหมาะสมของช่องทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่องการผลิตสื่อหนังสือการเล่าเรื่องอาหารฮาลาลสองภาษาเชิงการท่องเที่ยวชุมชนเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ประเพณีทุนปีงบประมาณ 2567

เอกสารอ้างอิง

- จันทิมา อังคพณิกิจ. (2561). การวิเคราะห์ข้อความ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรพรรณ โปรงจิตร. (2565). การอพยพของมุสลิมไทยช่วงทศวรรษ 2550: กรณีศึกษาเขตพื้นที่หนองจอก. วารสารประวัติศาสตร์, 47(1), 60-73.
- รณภพ นพสุวรรณ. (2565). กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์อาหารลังกาสุกะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามจังหวัดชายแดนใต้ (ดัชนีนิพนธ์ปริญาโทเศรษฐศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- Dann, G. M. S. (1996). *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. Wallingford: CAB International.
- Durán-Muñoz, I. (2012). Analysing common mistakes in translations of tourist texts (Spanish, English and German). *Onomázein*, 26(2), 335–349.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-Based Tourism: A Success?* Leeds: International Centre for Responsible Tourism.
- Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. In J. Rutherford (Eds.), *Identity: Community, culture, difference*. (pp. 222–237). London: Lawrence & Wishart.
- _____. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Long, L. M. (2004). *Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness*. Lexington, KY: University Press of Kentucky.
- Richards, G. (2021). *Rethinking Cultural Tourism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- World Tourism Organization & Basque Culinary Center. (2019). *Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism*. Madrid: World Tourism Organization.