

เมืองปราสาทสองยุค : วิเคราะห์ภาพตัวแทนในการประชาสัมพันธ์
การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์
Muang Pra Sat Song Yuk : Analysis Representation Public relations of Tourism
in Buriram province Online media

กุสุมา สุ่มมาตร

Kusuma Soommat

มหาวิทยาลัยมหาจุฬารามราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด

Mahamakut Buddhist University, Roi Et Campus

E-mail: kusuma3083@gmail.com



Received: 19 April 2023; Revised: 29 April 2023; Accepted: 29 April 2023

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีประเด็นศึกษาวิเคราะห์ 1) กลวิธีทางภาษาที่ใช้สื่อความหมายของภาพแทนปราสาทสองยุคในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาภาพแทนของปราสาทสองยุคในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า กลวิธีทางภาษาที่สื่อความหมายของภาพแทนของเมืองปราสาทสองยุคในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์มี 5 กลวิธี ได้แก่ 1) การใช้สัญลักษณ์ 2) การใช้เรื่องเล่า 3) การใช้ภาษาภาพพจน์ 4) การใช้ภาพลักษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียง 5) การใช้วาทกรรมเมืองหลวงกีฬา ภาพแทนของเมืองปราสาทสองยุคในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์มี 3 ภาพแทน ได้แก่ 1) เมืองวัฒนธรรมปราสาทที่มีพลวัต 2) มหานครเมืองท่องเที่ยวแห่งอีสานใต้ 3) เมืองรักสุขภาพ และรักกีฬา

คำสำคัญ: เมืองปราสาทสองยุค, ภาพแทน, การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์, สื่อออนไลน์

Abstract

This academic article has an analytical study issue 1) Techniques of language used in representation two era castle for Public relations of Tourism Buriram province in online media. 2) Representation two era castle for public relations of Tourism in Buriram province in Online media. The research has found that there are used of techniques of language used in representation two era castle for public relations of tourism in Buriram province in online media have 5 techniques of language : 1) Using sign 2) Using Narrative 3) Using figurative language 4) Using the Image of a famous personal 5) Using discourse of sports. Capital representation two era castle for public relations of Tourism in Buriram province in online media have 3 representation : 1) Dynamic cultural city 2) Greater tourist city of South E-San 3) The city loves health and loves sports

Keywords: Two era castle, Representation, Public relations of tourism in Buriram province, Online media

บทนำ

จังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำหนดเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ในยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 รวมทั้งจังหวัดบุรีรัมย์เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” จังหวัดบุรีรัมย์ใช้โมเดลชื่อในการนำเสนอการท่องเที่ยวว่า “เมืองปราสาทสองยุค” ทั้งนี้จังหวัดบุรีรัมย์มีภาพลักษณ์รูปแบบการท่องเที่ยวอารยธรรมมาเป็นเวลานาน ดังจะเห็นได้จาก สถานที่ท่องเที่ยวทางอารยธรรม คือ ปราสาทพนมรุ้ง ต่อมานายเนวิน ชิดชอบ ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดได้พัฒนาทีมฟุตบอลดังกล่าวทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สืบเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ ปราสาทสายฟ้า และเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด จึงทำให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีการนำเสนอสัญลักษณ์ทั้งในรูปแบบอารยธรรมโบราณ และรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาควบคู่กันไป

จากข้างต้น เห็นได้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์มีการร่วมกันระหว่างภาครัฐบาล ภาคเอกชนซึ่งเป็นคนในชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งทั้งสองหน่วยงานอาจจะร่วมกันผลักดันให้เกิดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 และการนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์โดยใช้แนวคิดเมืองปราสาทสองยุคในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์

เป็นที่น่าสังเกตว่า กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการนำเสนอการท่องเที่ยวในโครงการ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” มีการเลือกใช้สัญลักษณ์ นั่นคือ คำว่า เมืองปราสาทสองยุค ซึ่งแนวคิดที่ใช้ศึกษาสัญลักษณ์นั้นมีหลายแนวคิด ทฤษฎี และในที่นี้ผู้เขียนเลือกใช้แนวคิดภาพแทน (representation) ของฮอลล์ (Stuart Hall) ภาพแทนหมายถึง การใช้ภาษาเพื่อกล่าวถึงนำเสนอสรรพสิ่งโดยที่มีการเน้นย้ำความหมาย (Hall, อ้างใน วันชนะทองคำภา, 2551) โดยกระบวนการในการสร้างภาพแทนมี 2 ระบบ คือ ระบบแรกคือระบบที่คอยจำแนกความเหมือนความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับชุดความคิด หรือภาพแทนในความคิดในสมองของเรา ซึ่งเราจะตีความหมายของสิ่งต่างๆ ผ่านระบบความคิด และภาพ (Image) ที่ถูกสร้างขึ้นในความคิดของเรา ทำให้เราสามารถใช้อ้างอิงกับโลกวัตถุภายนอกสมองเราได้แต่แผนที่ความคิด (Conceptual map) ย่อมมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลที่มีความตีความและเข้าใจสิ่งต่างๆ ต่างกัน และเพื่อที่จะสามารถสื่อสารกันได้เข้าใจตรงกันจำเป็นต้องมีระบบที่ 2 คือ การสร้างภาษา หรือชุดสัญลักษณ์ ที่มาจากการแปลงความหมายของชุดความคิดที่แต่ละคนมีให้เป็นรูปธรรม ได้แก่ ภาษาที่เราใช้ทั่วไป คำ เสียงหรือแม้แต่ภาพที่มีความหมาย สัญลักษณ์เหล่านี้จะใช้อ้างอิงความคิดหรือชุดความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ที่เราคิดเป็นนามธรรมในสมองพร้อมกับสร้างระบบความหมายทางวัฒนธรรมของเราขึ้นมา ดังนั้นสัญลักษณ์ จะถูกใช้ในฐานะภาษาที่แสดง ความหมายและสื่อสารความคิดของเราไปยังคนอื่นๆ ที่มีความเข้าใจสัญลักษณ์เดียวกัน

กล่าวได้ว่า ภาพแทนเป็นสิ่งที่ไม่ได้มีอยู่แต่เดิมแต่เกิดจากการประกอบสร้างผ่านการใช้ภาษาเป็นสำคัญ และไม่ได้สร้างหรือนำเสนออย่างตรงไปตรงมา แต่เกิดจากการเลือกสรรบางแง่มุม ดังนั้นภาพแทนที่ปรากฏจึงไม่ใช่ภาพสะท้อนความจริงทุกด้าน หากแต่เป็นภาพแทนที่ถูกเสนออย่างสม่าเสมอที่จะโดดเด่นกว่าภาพอื่น (Hall, อ้างใน ธีระยุทธ สุริยะ, 2554)

อนึ่ง การศึกษาการนำเสนอภาพแทนในการท่องเที่ยวมีประเด็นที่น่าสนใจประการหนึ่ง คือ ภาพแทนการท่องเที่ยวเป็นการนำเสนออย่างวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจงอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือกล่าวได้ว่าเป็นการนำเสนอภาพแทนเพื่อให้นักท่องเที่ยวประทับใจ จดใจ ทำให้เกิดภาพจำ และเกิดแรงจูงใจที่จะมาท่องเที่ยว ซึ่ง

กล่าวว่าเป็นการนำเสนอภาพแทนเจตนาให้เกิดผลทางพาณิชย์ หรือกล่าวได้ว่าเป็นการประกอบสร้างภาษาและความหมายเพื่อให้ผู้รับสารเกิดจดจำภาพแทนที่เกิดจากแนวคิดในการนำเสนอการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ว่าเป็นเมือง “ปราสาทสองยุค”

จากการรวบรวมตัวบท (text) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์มีตัวอย่างดังนี้

- 1) ยุคสมัยแปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลาอดีต...สถานที่ และประวัติให้นักท่องเที่ยวยุคนี้ได้ศึกษา ได้ท่องเที่ยว ปัจจุบัน...มีสถานที่ ที่สร้างเพื่อให้อดีตยังเป็นความทรงจำอยู่ ไม่ลืมนั่นไป ยุคสมัยมาบรรจบกัน ในความลงตัวที่ผสมผสานด้วยกลิ่นอายของสถานที่ของเมืองที่ขึ้นชื่อในเรื่องของปราสาท... “บุรีรัมย์เมืองปราสาท 2 ยุค ที่ห้ามพลาด”
- 2) กาลเวลาผ่านไป เมืองบุรีรัมย์บัดนี้เปลี่ยนแปลงชนิดก้าวกระโดด บุรีรัมย์กลายเป็นเมืองเนรมิตของกีฬาระดับโลกทั้งเรื่องฟุตบอล และสนามแข่งรถ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบควบคู่ รักษาแนวสมัยเก่าปรับให้เข้ากับความเป็นสมัยใหม่เปลี่ยนแปลงจากดินแดนด่านน้ำกินที่ขึ้นชื่อว่ายากจนที่สุดในเมืองไทย
- 3) เหตุที่เรียก “บุรีรัมย์”ว่าเมืองปราสาทสองยุค เพราะสิ่งที่ต้องห้าม...พลาด เมื่อมาเยือนเมืองแห่งนี้ก็คือปราสาทหินใน “ยุคอารยธรรมโบราณ” ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์สำคัญของจังหวัด เช่น ปราสาทพนมรุ้ง, ปราสาทเมืองต่ำ และ Signature ที่สำคัญของบุรีรัมย์ในยุคสมัยนี้คือ “ยุคสมัยของปราสาทสายฟ้า” ทีมฟุตบอล Buriram United ซึ่งมาพร้อมกับสนามไอโมบาย สเตเดียม ที่ทันสมัยและสวยงามที่สุดในเมืองไทย
- 4) มาเที่ยวบุรีรัมย์ เมืองต้องพลาดพลาดแดนอีสาน สถานที่ท่องเที่ยวอันดับแรกๆที่เพื่อนหลายคนนึกถึงคงจะเป็นปราสาทพนมรุ้งหรือปราสาทเมืองต่ำ แต่ในความเป็นจริงแล้ว ทุกวันนี้ใจกลางเมืองบุรีรัมย์ ยังมีปราสาทสายฟ้า หรือ “ไอ-โมบายสเตเดียม” สนามฟุตบอลของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด แชมป์ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกหลายสมัย เป็นแหล่งท่องเที่ยวสุดยิ่งใหญ่อีกแห่งหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวมาเดินทางชมความยิ่งใหญ่ของสนามแห่งนี้ปีละหลายแสนคน

จากข้อมูลดังกล่าว ตัวบท (Text) มีความน่าสนใจด้านภาษาในด้านโครงสร้างลักษณะของความหมายสื่อสัญลักษณ์ที่มากกว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านกลวิธีทางภาษาที่ซับซ้อน ดังนั้น ผู้เขียนจึงประสงค์ศึกษา “เมืองปราสาทสองยุค การศึกษาภาพแทนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์” เพื่อให้เบื้องหลังภาษาที่มีแนวคิดประกอบสร้างภาพแทนของปราสาทสองยุค เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์จังหวัดบุรีรัมย์

กลวิธีทางภาษาที่สื่อความหมายของภาพแทนของเมืองปราสาทสองยุคในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์

กลวิธีทางภาษาที่สื่อความหมายของภาพแทนของเมืองปราสาทสองยุคในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์มี 5 กลวิธี ได้แก่ การใช้สัญลักษณ์ การใช้เรื่องเล่า การใช้ภาษาภาพจน์ การใช้ภาพลักษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียง การใช้วาทกรรมเมืองหลวงกีฬา ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. การใช้สัญลักษณ์

การใช้สัญลักษณ์มีลักษณะสำคัญ คือ เมื่อเราได้ยินหรือได้เห็นตัวกำหนดความหมาย (signifier) เราก็นำมาสัมพันธ์กับความหมายที่ถูกกำหนด (signified) เช่น เมื่อเห็นภาพหรือคำศัพท์ว่า วอล์กแมน (Walkman) ซึ่งเป็นตัวกำหนดความหมาย เราก็นำไปสัมพันธ์กับความหมายที่ถูกกำหนดในความคิดของเราว่ามีรูปร่างเป็นเครื่องเล่นเพลงแบบพกพา หรือหากเราได้ยินเสียง คำศัพท์ รูปภาพ ฯลฯ ของต้นไม้ เราก็นึกถึงพืชที่มี

ลำดับ มีกิ่งก้านและใบไม้ เป็นต้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า “สัญลักษณ์” เป็นการประกอบกันระหว่างตัวกำหนดความหมายและความหมายที่ถูกกำหนด นอกจากนี้ความแตกต่างกันของความหมายที่ถูกกำหนดต่างๆยังทำให้เกิดความหมายขึ้น เช่น สีแดง เรารับรู้ความหมายของสีแดงเพราะ แตกต่างจาก สีเขียว กล่าวได้ว่าความหมายแต่ละความหมายเกิดจากการเปรียบเทียบกับว่าแตกต่างจากสัญลักษณ์อื่นๆ ในระบบอย่างไร

ทั้งนี้ ปราสาทสายฟ้า เป็นการใช้สัญลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ที่สื่อความหมายถึงความทันสมัย และเป็นสถานที่ตั้งที่เป็นหอเกียรติยศของทีมฟุตบอลปราสาทสายฟ้า ดังนี้

ตัวอย่างที่ 1

“ตะลุยมืองต้อง...ห้ามพลาด บุรีรัมย์ดินแดนปราสาท 2 ยุค

เมื่อเอ่ยถึงจังหวัดบุรีรัมย์ หลายคนอาจคิดถึงดินแดนภูเขาไฟเมืองไทย และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีปราสาทหินร่องรอยของอาณาจักรขอมโบราณหลายแห่ง พร้อมด้วยมรดกทางวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมลือเลื่อง แต่คนส่วนใหญ่มักมองเป็นทางผ่านไปยังจังหวัดอื่นๆ ในภาคอีสาน กาลเวลาผ่านไป เมืองบุรีรัมย์บัดนี้เปลี่ยนแปลงชนิดก้าวกระโดด บุรีรัมย์กลายเป็นเมืองเนรมิตของกีฬาระดับโลก ทั้งเรื่องฟุตบอล และสนามแข่งรถ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบควบคู่ รักษาแนวสมัยเก่าปรับให้เข้ากับความเป็นสมัยใหม่ เปลี่ยนแปลงจากดินแดนด่านน้ำกั้นที่ขึ้นชื่อว่ายากจนที่สุดในเมืองไทย จนกลายเป็นเมืองที่ร่ำรวย มีระเบียบวินัย และสะอาดสะอ้านที่สุดในภาคอีสาน กลายเป็นเป้าหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการมาค้นหาความมหัศจรรย์ของเมืองบุรีรัมย์” (thaipost, 2565)

จากตัวอย่างที่ 1 แสดงให้เห็นจากกล่าวถึงสัญลักษณ์ที่เป็นภาพแทนของโลกยุคเก่า หรืออารยธรรมขอม ได้แก่ ปราสาทหินพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ เปลี่ยนแปลงมายังสัญลักษณ์ที่เป็นภาพแทนของโลกสมัยใหม่ ได้แก่ ปราสาทสายฟ้า หรือ Thunder Castle Stadium ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า วิสามานยนามหรือชื่อเฉพาะที่สื่อสัญลักษณ์ที่เป็นภาพแทนของโลกสมัยใหม่มีชื่อภาษาอังกฤษ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการสื่อความหมายให้โลกไร้พรมแดนได้รู้จักสัญลักษณ์ในระดับสากล

อนึ่ง การกล่าวถึงสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของอินเดีย หรือโลกตะวันออกในยุคโบราณในนามชื่อสวนศิเว โดยคำว่าศิเวมาจากศาสนาฮินดู ดังนี้

ตัวอย่างที่ 2

“นายเนวินกล่าวต่อว่า บุรีรัมย์ คาสเซิล ยังเป็นแหล่งแอ่งเอด์ของแฟนฟุตบอล ถือเป็นคลับของของชาว GU12 สำหรับกองเชียร์แฟนฟุตบอลพันธุ์แท้ของทีมบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ที่บุรีรัมย์ คาสเซิล ทุกๆ ร้าน ให้ส่วนลดพิเศษ โดยไม่ต้องมีบัตร แคใส่เสื้อที่มีโลโก้สโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ดเท่านั้น ถือเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ของแฟนกีฬาฟุตบอล และยังมีสิทธิพิเศษต่างๆ เอาใจแฟนฟุตบอลขานแท้ ส่วนคอมมูนิตี้ มอลล์ บุรีรัมย์ คาสเซิล เป็นศูนย์รวมของร้านอาหารชื่อดัง พร้อมฟู้ดคอร์คที่รวบรวมร้านอร่อยของเมืองบุรีรัมย์ไว้...

ประธานสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด กล่าวต่อไปอีกว่า อีกหนึ่งไฮไลต์คือ “สวนสาธารณะที่เป็นพื้นที่สีเขียวผืนใหม่ของบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วยสวนตะบองเพชรขนาดใหญ่ กล้วยไม้ และพันธุ์ไม้หายาก อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของ “มหาศิวลึงค์” ทำจากหินทราย สูงกว่า 9 เมตร ซึ่งใหญ่ที่สุดในโลก รายรอบด้วยแผ่นศิลาหินทราย “กามาสูตร” ซึ่งเปรียบดังจุดกำเนิดแห่งจักรวาล พร้อมเส้นทางวิ่งออกกำลังกายโดยรอบ สำหรับให้ชาวบุรีรัมย์ และนักท่องเที่ยวมาชื่นชมความสวยงาม และพักผ่อนหย่อนใจ บุรีรัมย์ คาสเซิล จะเป็นแลนด์มาร์คแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ที่นักท่องเที่ยวจะต้องมาถ่ายรูป และแชร์รูปภาพ เพื่อประชาสัมพันธ์บุรีรัมย์และประเทศไทยให้โด่งดังไปทั่วโลก” (thaipost, 2565)

จากตัวอย่างที่ 2 นอกจากคำว่า สวนศิเว นั้นมีรายละเอียดที่กล่าวถึงกามาสูตรที่ให้รายละเอียด การขยายความว่า “จุดกำเนิดแห่งจักรวาล” โดยการให้กำเนิดดังกล่าว เป็นมีความหมายที่แสดงนัยยะทางเพศ ซึ่ง

เรื่องเพศในบริบทสังคมไทยเป็นสิ่งที่ไม่เปิดเผย เมื่อสัญญาะดังกล่าวจัดแสดงในสถานที่สาธารณะก็ย่อมเป็นข่าว และเป็นที่น่าสนใจในสื่อสังคมออนไลน์อย่างกว้างขวาง

2. การใช้เรื่องเล่า

การใช้เรื่องเล่า (Narrative) หมายถึง การสื่อสารที่มีโครงเรื่อง (Plot) การลำดับความคิด การเปิดเรื่อง การดำเนินเรื่อง และการปิดเรื่อง โดยองค์ประกอบของการสร้างความหมายให้กับข้อความในเรื่องเล่า ผ่านความมีเหตุผล และความรู้สึก และมีเจตนาใดเจตนาหนึ่งเพื่อเล่าเรื่องนั้นๆ ดังนี้

ตัวอย่างที่ 3

“บุรีรัมย์เรียกกันในสมัยนี้ว่า เมืองปราสาทสองยุค ยุคอดีตคือ ปราสาทหินพนมรุ้ง โบราณสถานอันเลื่องชื่อที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ส่วนในยุคใหม่ คือ ปราสาทสายฟ้า บุรีรัมย์ เมืองปราสาทหิน หรือที่เรียกกันในสมัยนี้ว่า เมืองปราสาทสองยุค ยุคอดีตคือ ปราสาทหินพนมรุ้ง” โบราณสถานอันเลื่องชื่อที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ส่วนในยุคใหม่คือ ปราสาทสายฟ้า ซึ่งก็คือชื่อเรียกขานของสโมสรฟุตบอล บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด นั่นเอง จากดินแดนที่เต็มไปด้วยอารยธรรม กำลังพลิกโฉมไปสู่ความล้ำสมัยของปราสาทยุคใหม่ ทำให้ บุรีรัมย์ เป็นจังหวัดที่กำลังได้รับความสนใจอย่างมาก

ไม่น่าเชื่อว่าการเดินทางเยือนถิ่นเมืองปราสาทสองยุคเป็นครั้งแรกนี้จะรู้สึกสนุกสนานและเพลิดเพลินจนยากที่จะลืม เพราะจากเดิมที่คิดว่าบุรีรัมย์เป็นเมืองที่ไม่ค่อยมีอะไร แต่พอได้มาตระเวนท่องเที่ยวและสัมผัสด้วยตัวเองจริงๆ ทริปการท่องเที่ยวสั้นๆ 2 วัน 1 คืน ก็ดูน้อยลงไปทันที และเป็นที่น่าเสียดายเหลือเกินเพราะยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นอีกหลายแห่งที่ยังไม่ได้ไปสัมผัสความงดงามของอารยธรรม รวมถึงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีชื่อเสียง ไม่ว่าจะเป็น หมู่บ้านทอผ้าไหม อ.นาโพธิ์ วัดกลางพระอารามหลวง วัดเก่าแก่คู่บ้านคูเมืองบุรีรัมย์ ที่เปี่ยมไปด้วยมนต์ลังจากตำนานสระน้ำศักดิ์สิทธิ์ แหล่งดูนกในเขตห้ามล่าสัตว์ป่า และผาภูอัคนี แห่งชุมชนบ้านเจริญสุข ซึ่งดินภูเขาไฟองค์ที่มีความศักดิ์สิทธิ์เป็นวัตถุดิบในการย้อมผ้า ซึ่งผมได้แต่บอกกับตัวเองว่าจะต้องกลับมาเยือนถิ่นเมืองปราสาทสองยุค แหล่งอารยธรรมโบราณอีกครั้งแน่ (dailynews. 2566)

จากข้างต้น วิธีการเล่าเรื่อง เปิดเรื่องโดย การกล่าวถึงคำศัพท์ที่ใช้ในปัจจุบัน คือ บุรีรัมย์เรียกกันสมัยนี้ว่า เมืองปราสาทสองยุค ซึ่งวิธีการดังกล่าวกลวิธีทางภาษาเพื่อย้ำคำศัพท์ที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อสื่อถึงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนวิธีการดำเนินเรื่องใช้คำที่สื่อความหมายแสดงความรู้สึก เช่น จากเดิมที่คิดว่าบุรีรัมย์เป็นเมืองที่ไม่ค่อยมีอะไร แต่พอได้มาตระเวนท่องเที่ยวและสัมผัสด้วยตัวเองจริงๆ นั้นหมายความว่า โน้มน้าวใจให้ผู้รับสารตระหนักถึงความสำคัญอย่างเป็นเหตุผล โดยใช้คำว่า เพราะ และอธิบายประกอบว่า การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ควรเดินทางพิสูจน์ด้วยตนเองว่ามีความน่าสนใจตลอดจนการดำเนินเรื่องมีมุมมองของผู้เล่าเรื่องที่สื่อความหมายแสดงความรู้สึก เช่น ไม่น่าเชื่อว่าการเดินทางเยือนถิ่นเมืองปราสาทสองยุคเป็นครั้งแรกนี้จะรู้สึกสนุกสนานและเพลิดเพลินจนยากที่จะลืม...ผมได้แต่บอกกับตัวเองว่าจะต้องกลับมาเยือนถิ่นเมืองปราสาทสองยุค แหล่งอารยธรรมโบราณอีกครั้งแน่

3. การใช้ภาษาภาพจน์

การใช้ภาษาภาพจน์ (Figurative Language) หมายถึง การสื่อสารโดยใช้วิธีการเชื่อมโยง หรือถ่ายทอดความคิดด้วยการเปรียบเทียบจากสิ่งเป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม โดยใช้ศิลปะทางภาษา เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจความคิด ความรู้สึกในสารนั้น

จากตัวบทข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้พบว่า การใช้ภาษาภาพจน์ประเภทอุปมาอุปไมย (methor) ซึ่งอุปมาอุปไมยเป็นภาพพจน์ที่มีการนำสิ่งที่มีคุณสมบัติร่วมกันมาเปรียบกัน โดยกล่าวว่าเป็นสิ่งเดียวกัน และประกอบด้วยอุปมาอุปไมยแบบเปรียบเทียบมากกว่า 1 คำ แต่ละคำช่วยกันประกอบความหมายรวม (โชจิตา มณีใส, 2553) ในที่นี้คือ ลมหายใจของคนบุรีรัมย์ ดังนี้

ตัวอย่างที่ 4

“สนามไอโมบาย สเตเดียม หรือปราสาทสายฟ้า ยกระดับบุรีรัมย์สู่เมืองกีฬาระดับโลก ด้วยสนามฟุตบอลมาตรฐานฟีฟ่าแห่งแรกและแห่งเดียวในไทยสนามฟุตบอลของทีมลูกหนังชื่อดัง บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ที่ได้มาตรฐานระดับโลก มีความสวยงามและทันสมัยที่สุดในเมืองไทยใหญ่ที่สุดในเอเชีย ใครมาเที่ยวบุรีรัมย์จึงต้องห้าม...พลาด การเยี่ยมชมและสัมผัสสถานที่อันได้ชื่อว่า ลมหายใจของคนบุรีรัมย์ พร้อมช้อปปิ้งในเมกะสโตร์ ที่มีสินค้าของสโมสรให้แฟนคลับได้เลือกซื้อมากมาย” (bangkokbiznews, 2560)

จากข้างต้น ลมหายใจของคนบุรีรัมย์ หมายถึง สิ่งที่มีความสำคัญเหมือนชีวิตของคนบุรีรัมย์ หากขาดสิ่งนี้ก็เหมือนไม่มีชีวิต ซึ่งอุปลักษณดังกล่าวเป็นวิธีการโน้มน้าวใจให้ตระหนักถึงความสำคัญของสนามไอโมบาย สเตเดียม หรือปราสาทสายฟ้า ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ในภาพแทนการท่องเที่ยวปราสาทสองยุคของจังหวัดบุรีรัมย์

4. การใช้ภาพลักษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียง

การใช้ภาพลักษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียง หมายถึง การประชาสัมพันธ์ที่ใช้ชื่อเสียงของบุคคลเป็นสื่อความหมายภาพแทนของเมืองปราสาทสองยุค และจากการศึกษาในครั้งนี้ บุคคลที่มีชื่อเสียง คือ เนวิน ชิดชอบ ดังนี้

ตัวอย่างที่ 5

“นายเนวิน ชิดชอบ ประธานสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด แนะนำเปลี่ยนมุมมองต่อวัยรุ่นซึ่งรถ เผยไม่ขอเรียกวัยรุ่นซึ่งรถมอเตอร์ไซด์ว่า "เด็กแว้น" เรียก "ไบค์ บอย-ไบค์ เกิร์ล" ชี้มองมิติใหม่อาจเป็น "โอท็อป" เป็น "โชว์" แม่เหล็กได้ถ้าจัดระเบียบถูกที่อดีตนักการเมืองท้องถิ่นจากบุรีรัมย์ขึ้นเวทีเป็นแขกรับเชิญใน งาน "LeoBurnettCannesPrediction 2015" ที่โรงภาพยนตร์ SF World Cinema ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ วันที่ 17 มิถุนายน นอกเหนือจากมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวคิดการตลาดในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ตอนหนึ่งในการเสวนาบนเวที นายเนวิน ยังพูดถึงการแก้ปัญหาวัยรุ่นซึ่งรถมอเตอร์ไซด์ที่นำวัยรุ่นเข้ามาปล่อยของ ประลองความเร็วอย่างเป็นระเบียบในสนามไอ-โมบายสเตเดียมทุกคืนวันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 19.00-23.00 น.

นายเนวิน เล่าว่า ไม่มีใครอยากเป็นคนเลวของสังคม ไม่มีใครไม่อยากเป็นฮีโร่ สำหรับเรื่องนี้คนกรุงเทพฯอาจเรียกกลุ่มนี้ว่า "เด็กแว้น" แต่ถ้าใครเรียกค่านี้นะบุรีรัมย์อาจโดนตบได้ โดยที่บุรีรัมย์ใช้คำว่า "ไบค์ บอย - ไบค์ เกิร์ล" (Bike boy - Bike girl) นายเนวิน ระบุว่า แค่ความรู้สึกก็ต่างกันแล้ว พวกนี้ยังมีการแต่งตัวเฉพาะคือใส่รองเท้าแตะหุ้บและไม่ใส่หมวกกันน็อค

ปธ.สโมสรดังกล่าวต่อว่าช่วงที่ผ่านมาหลายพื้นที่พยายามแก้ปัญหาผู้ว่าบุรีรัมย์ก็อยากจัดการทันทีที่ประกาศ กลุ่มเด็กพวกนี้ผลัดรอบกันมาปิดรถหน้าจวนผู้ว่า ทั้งตำรวจและผู้ว่านอนไม่ได้ คิดว่ามองแบบนั้นไม่ได้ ถ้าให้ออกาสเขา เด็กพวกนี้เปลี่ยนได้

วันนี้ผู้ใหญ่สอนเรื่องการออม แต่พวกเขารู้ไหมว่าเด็กพวกนี้กว่าจะได้มอเตอร์ไซด์สักคันต้องออมแค่วันไหน ขึ้นนั้นก็พันกว่าบาท ขึ้นนั้นก็พันกว่าบาท เขาเก็บเงินหมื่นกว่าบาท นี่เป็นวิธีการออมหรือเปล่า เคยมองในมิติโอท็อปไหม ประกอบไปด้วยชิ้นส่วนต่างให้อให้เป็นมอเตอร์ไซด์คันเดียวกันแล้ววิ่งได้มันใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไหม นายเนวิน กล่าว

นายเนวิน ยังกล่าวว่า มองเรื่องนี้ใน 3 ด้านคือ ฝักวินัยการออม ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านเครื่องยนต์ และสุดท้ายคือใครจะไปรู้ว่าอาจมีนักแต่งเครื่องยนต์ที่เชี่ยวชาญเกิดขึ้นได้” (tnews, 2558)

จากตัวอย่างที่ 5 เป็นการสื่อความหมายว่าเนวิน ชิดชอบ ไปร่วมงานที่กรุงเทพฯ และมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการ"ไบค์ บอย-ไบค์ เกิร์ล" ซึ่งเป็นการพลิกมุมมองสิ่งที่เป็นปัญหา โดยปรับให้เป็น

นวัตกรรมของจังหวัดบุรีรัมย์ และเป็นที่น่าสนใจว่าโครงการนี้มีส่วนสนับสนุนทางอ้อมให้คนในสังคมได้รู้จักสนามแข่งรถ อีกทั้ง ภาพลักษณ์ของเนวิน ชิดชอบ เป็นนักการเมืองท้องถิ่นของจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีส่วนรักท้องถิ่น สร้างงาน สร้างรายได้ให้คนในท้องถิ่น และประยุกต์ใช้ทรัพยากรบุคคลทุกระดับเพื่อให้ภาพแทนปราสาทสองยุคมีความคมชัดยิ่งขึ้น

5. การใช้วาทกรรมเมืองหลวงกีฬา

วาทกรรม (discourse) คือ สิ่งที่คนพูดเขียนกันในยุคหนึ่งๆ โดยสัมพันธ์โยงใยกับเงื่อนไขทางสังคมและกรอบความรู้ที่มากอยก่ากันว่าสิ่งใดพูดออกมาแล้วเป็นที่ยอมรับ หรือไม่เป็นที่ยอมรับ” (ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช, 2546) ซึ่งวาทกรรมเป็นชุดความคิดของผู้ส่งสารที่แสดงให้เห็นพลังของสื่อสารที่เชื่อมโยงกับบริบทสังคม และผู้รับสารมีฐานความคิดเดิมในทิศทางหนึ่งๆ ทั้งนี้ วาทกรรมเมืองหลวงกีฬามีที่มาจากสนามฟุตบอลไอโมบายของจังหวัดบุรีรัมย์ จัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทกีฬา และเมื่อมีโครงการของการท่องเที่ยว “เมืองต้องห้ามพลัด” ก็มีการเพิ่มกิจกรรมโครงการใหม่ด้านกีฬา เช่น การแข่งขันปั่นจักรยาน ดังนี้

ภาพแทนของเมืองปราสาทสองยุคในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์

จากผลการศึกษาทวิทางภาษาที่สื่อความหมายของภาพแทนของเมืองปราสาทสองยุคในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์ ทำให้เห็นการประกอบสร้างภาพแทนของเมืองปราสาทสองยุคในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์มี 3 ภาพแทน ได้แก่ เมืองวัฒนธรรมปราสาทที่มีพลวัต มหานครเมืองท่องเที่ยวแห่งอีสานใต้ เมืองรักสุขภาพ และรักกีฬา ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. เมืองวัฒนธรรมปราสาทที่มีพลวัต

จากทวิทางภาษาที่ได้วิเคราะห์ข้างต้น เช่น การใช้สัญลักษณ์แสดงให้เห็นปราสาทหินในโลโกอารยธรรมขอม ซึ่งเป็นการประกอบสร้างภาพแทนจากพื้นฐานการท่องเที่ยวเดิมของจังหวัดบุรีรัมย์ จากนั้นสัญลักษณ์ที่มีพลวัตเริ่มเข้ามามีบทบาท และสื่อความหมายถึงโลกสมัยใหม่ คือ ปราสาทสายฟ้า ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาแห่งใหม่ ที่มียอดผู้เข้าชมสนามฟุตบอลไอโมบาย แม้ว่าจะไม่มีการแข่งขันฟุตบอล เป็นที่น่าสนใจว่าความเป็นพลวัตดังกล่าว มักจะขับเคลื่อนควบคู่กันไป กล่าวคือ การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ประกอบสร้างภาพแทนคำว่า ปราสาทสองยุค โดยการท่องเที่ยวให้เข้าถึงอรรถรสความเป็นบุรีรัมย์ควรไปเยือนทั้งปราสาทหินพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ และปราสาทสายฟ้า หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า เมืองวัฒนธรรมปราสาทที่มีพลวัตเป็นการผสมผสานโลกเก่าและโลกร่วมสมัยให้เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. มหานครเมืองท่องเที่ยวแห่งอีสานใต้

จากทวิทางภาษาที่ได้วิเคราะห์ข้างต้น ทำให้เห็นการประกอบสร้างภาพแทนมหานครเมืองท่องเที่ยวแห่งอีสานใต้ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น สนามแข่งรถ เฟลโลลิน บูติค รีสอร์ท แอนด์ แอดเวนเจอร์ แคมป์ ดังนี้

“แนวคิดดังกล่าวเกิดจากการนำปราสาทหินโบราณ อาทิ ปราสาทหินพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนรู้จักมากที่สุดแห่งหนึ่งของเมืองไทย และปราสาทยุคใหม่ คือ ”ปราสาทสายฟ้า” หรือ Thunder Castle Stadium ของ Buriram FC จากการลงทุนอย่างมหาศาลในการสร้าง Sport arena ขนาดใหญ่ที่ได้มาตรฐานระดับโลก และสนามแข่งรถที่ใหญ่ที่สุดของเอเชีย นอกจากนี้ยังมีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เน้นการเรียนรู้ ผจญภัย พร้อมมุมถ่ายรูปกับมหัศจรรย์ดอกไม้แสนสวยนานาพันธุ์ได้ที่ เฟลโลลิน บูติค รีสอร์ท แอนด์ แอดเวนเจอร์ แคมป์” (thaipost, 2562)

3. เมืองรักสุขภาพ และรักกีฬา

จากกลวิธีทางภาษาที่ได้วิเคราะห์ข้างต้น ทำให้เห็นการประกอบสร้างภาพแทนเมืองรักสุขภาพ และรักกีฬา โดยมีสนามฟุตบอลระดับโลก ทีมฟุตบอลที่มีชื่อเสียงระดับประเทศเป็นสิ่งที่กระตุ้นว่าชาวจังหวัดบุรีรัมย์ให้ความสำคัญกับกีฬาประเภทนี้ และพื้นที่ในสวนสาธารณะเป็นสถานที่ออกกำลังกายของชาวจังหวัดบุรีรัมย์ อีกทั้ง มีการจัดโครงการ กิจกรรมที่เกี่ยวกับกีฬาเพื่อประกอบสร้างภาพแทนเมืองรักสุขภาพ และรักกีฬาโดดเด่นยิ่งขึ้น ดังนี้

“มหกรรมปั่นจักรยานครั้งนี้ ต้องการส่งเสริมให้บุรีรัมย์เป็นศูนย์กลางในการสร้างมาตรฐาน เพื่อพัฒนากีฬาสู่สากลของโลก และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ จ.บุรีรัมย์ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ทั้งในและต่างประเทศ ที่ครั้งนี้นักปั่นจะได้ร่วมสร้างประวัติศาสตร์ การปั่นจักรยานในสนามแข่งรถที่ได้มาตรฐานของโลก และปั่นจากสนามแข่งรถไป-กลับปราสาทหินพนมรุ้ง ซึ่งเป็นมหาเทวาลัยอันยิ่งใหญ่ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่ง ในการประกาศให้คนทั่วโลกรู้ว่าบุรีรัมย์ คือเมืองกีฬาอย่างแท้จริง” (สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดบุรีรัมย์, อ้างใน theisaranews, 2561)

สรุป

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในสื่อออนไลน์มีความคิดที่แฝงในโครงสร้างลึกของ หมายความว่าผลการศึกษาค้นคว้ามีกลวิธีทางภาษาและภาพแทน ซึ่งผู้วิจัยสรุปประเด็นที่น่าสนใจได้ดังนี้ 1) การใช้เรื่องเล่า (Narrative) เป็นกลวิธีทางภาษาที่ใช้เรื่องเป็นสื่อโน้มน้าวใจให้เรื่องเล่านั้นมีชีวิตชีวา และช่วยกำกับทิศทางระบบคิดให้ผู้รับสารยอมรับของผู้ส่งสาร 2) ภาพแทนเมืองรักสุขภาพ และรักกีฬา โดยมี สนามกีฬาไอโมบาย ทีมฟุตบอล และปราสาทสายฟ้าที่เป็นหอเกียรติยศของทีมฟุตบอลนี้

เอกสารอ้างอิง

- ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช. (2546). เชิงอรรถวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- โชษิตา มณีใส. (2553). การใช้ภาษาไทยเพื่อประสิทธิภาพ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีระยุทธ สุริยะ. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับตัวแทนของนักโทษประหารและการประหารชีวิตในหนังสือพิมพ์รายวันไทย วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันชนะ ทองคำภา. (2554). ภาพตัวแทนของสมเด็จพระมหาธรรมราชาในวรรณกรรมไทย. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bangkokbiznews. (2560). "เนวิน" ชู "ช้างอารีนา" ยกระดับ "ปราสาทสายฟ้า". เรียกใช้เมื่อ 19 มีนาคม 2566 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/784512>
- Dailynews. (2566). ท้องดินแดน "ถิ่นปราสาทสองยุค" ตะลุยกแหล่งอารยธรรมโบราณ. เรียกใช้เมื่อ 19 มีนาคม 2566 จาก www.dailynews.co.th/article/363408
- Thaipost. (2565). บุรีรัมย์ เมืองปราสาท 2 ยุค. เรียกใช้เมื่อ เมื่อ 19 มีนาคม 2566 จาก <https://www.thaipost.net/news-update/284549/>
- _____. (2562). มหัศจรรย์...แสงแรกตะวันรุ่ง "amazing ไทยเท" ปราสาทพนมรุ้ง. <https://www.thaipost.net/main/detail/30906>
- tnews. (2558). อ่าน 3 แนวคิด เนวิน มองเด็กซิ่งรถ เชื่อเปิดสนามให้ประลองเป็น โอท็อป-โครบุรีรัมย์. เรียกใช้เมื่อ 19 มีนาคม 2566 จาก <https://tnews.teenee.com/etc/123778.html>

theisaranews. (2561). ปันจักรยานสองยุค บุรีรัมย์ “ปราสาทพนมรุ้ง-ปราสาทสายฟ้า” 19 มีนาคม นี้.
เรียกใช้เมื่อ 19 มีนาคม 2566 จาก <http://www.theisaranews.com/ปันจักรยานสองยุค-บุรีรัมย์/>