

“ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนคนอีสาน ในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ : การศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์”^๑

สุภัทรา แก้วพัตร^๒

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านภาษาในหนังสือพิมพ์ระดับชาติระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๗ ถึง พ.ศ. ๒๕๕๖ ตามแนวการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ โดยศึกษาจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๔๗ ถึงวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๖ จำนวน ๑,๙๒๔ ชิ้นงาน ผลการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติมีการใช้กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญทั้งสิ้น ๖ กลวิธี ได้แก่ ๑) การใช้คำ/กลุ่มคำ ๒) การใช้ข้อมูลลักษณะ ๓) การใช้ข้อมูลบท ๔) การใช้โครงสร้างประโยคกรรม ๕) การใช้สัทพยางค์ และ ๖) การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ กลวิธีทางภาษาทั้งหมดนี้ได้นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ ๓ กลุ่ม ได้แก่ ๑) ในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย คือ คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น คนอีสานอดทน และคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ ๒) ในแง่เศรษฐกิจและสังคม คือ คนอีสานมีความรู้น้อยและด้อยโอกาส คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน และคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม

^๑ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่น :การศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์” ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร ภักดีผาสุข อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะในการแก้ไขบทความให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาอ่านและให้คำแนะนำบทความนี้ให้ถูกต้องสมบูรณ์

^๒ นิสิตปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และอาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

๓) ในแง่การเมือง คือ คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง และคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏสัมพันธ์กับบริบททางสังคมวัฒนธรรมและสื่อนัยเรื่องความไม่เท่าเทียมกันในสังคม ภาพตัวแทนนี้ถูกสร้างขึ้นผ่านภาษาที่สะท้อนสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมและเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของผู้ต้องการส่งสารนั้น

คำสำคัญ: ภาพตัวแทน, คนอีสาน, วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

The Relationship between Language and Representations of Isan People in National Newspapers: a Critical Discourse Analysis

Suphat Kaewphat^o

Abstract

This article aims at examining how Isan people are linguistically represented in national newspapers in Thai between the years 2004 to 2013 by employing the approach of Critical Discourse Analysis. The author focuses on two newspapers, namely *Thairath* and *Dailynews*. The data was collected from January 1, 2004 to December 31, 2013. Altogether 1,924 articles and news were collected. The analysis reveals that in the national newspapers several linguistic strategies are employed to represent Isan people. The six major strategies include: 1) lexical choice selection; 2) metaphors; 3) presupposition; 4) the use of passive voice structure; 5) the use of intertextuality; and 6) the use of rhetorical questions. All these linguistic strategies represent of Isan people in three different aspects: 1) Personality and traits: Isan people are proud of themselves and their region. They are patient, group-oriented and generous; 2) Economic and social aspect: Isan people are poorly educated and lack of opportunity. Isan people are labor force. They are victimized by other groups of people; 3) Political aspect: Isan people are a major political stronghold

^o Ph.d. Student, Department of Thai, Faculty of Arts, Chulalongkorn University
a lecturer, Faculty of Humanities and School Sciences, Udon Thani Rajabhat University

that plays an influential role in Thai politics. However, they often become political victims. The representations of Isan people are prominently related to social context. They are somewhat biased which reflects social inequality.

Keywords: representations, Isan people, Critical Discourse Analysis

บทนำ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานมีพื้นที่มากที่สุดของประเทศไทย คือ ประมาณ ๑๖๘,๘๕๕ ตารางกิโลเมตร หรือมีเนื้อที่ร้อยละ ๓๓.๑๗ หรือเทียบได้กับหนึ่งในสามของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศไทยและมีจังหวัดทั้งหมด ๒๐ จังหวัดจาก ๗๖ จังหวัดในประเทศไทย จึงจัดได้ว่ามีพื้นที่ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย” นอกจากนี้คนอีสานยังเป็นประชากรที่มีเป็นจำนวนมากที่สุดของประเทศ คือ ประมาณ ๑๘,๖๖๖,๐๐๐ คน จากจำนวนคนไทยทั้งหมด ๖๕,๘๗๑,๐๐๐ คน^๔ ภาคอีสานจึงน่าจะเป็นภาคที่ได้รับความสำคัญ มีการพัฒนาที่ยั่งยืนและควรได้รับการเอาใจใส่จากส่วนกลาง แต่สภาพที่ผ่านมากลับไม่เป็นเช่นนั้น ดังจะเห็นได้จากการที่ในอดีตที่ผ่านมาภาคอีสานประสบปัญหา หลายอย่าง อาทิ ดินแดนที่แห้งแล้ง ขาดการพัฒนา คนอีสานส่วนหนึ่งขาดการศึกษา และภาคอีสานยังอยู่ห่างไกลความเจริญ (อภิศักดิ์ โสมอินทร์, ๒๕๓๗)

ปัจจุบันท้องถิ่นอีสานได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นลำดับ คนอีสานเริ่มตระหนักว่าการที่คนอีสานเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศจึงมีสิทธิมีเสียงและน่าจะมีอิทธิพลต่อการเมืองการปกครองได้^๕ อย่างไรก็ตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคนอีสานในรอบทศวรรษที่ผ่านมา มีการนำเสนอภาพคนอีสานในฐานะผู้ถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม ถูกมองว่าด้อยโอกาส และเป็นกลุ่มคนยากจน ดังจะเห็นได้จากการนำเสนอภาพคนอีสานผ่านสื่อต่างๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ เช่น ในข่าวที่กล่าวถึงคนอีสาน

^๓ ที่มา : ข้อมูลจากกรมการปกครอง : ออนไลน์

^๔ ที่มา : ข้อมูลจากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล .๒๕๕๖

^๕ เหตุการณ์ที่สำคัญคือการที่คนอีสานรวมตัวแสดงบทบาททางการเมือง หรือ “เรียกร้องสิทธิ” ให้แก่กลุ่มของตน ในปี ๒๕๕๓ ชาวอีสานจำนวนหนึ่งได้เข้าร่วมการชุมนุมทางการเมืองของกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ(นปช.) หรือกลุ่มคนเสื้อแดง เพื่อเรียกร้องให้นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นยุบสภา การชุมนุมดังกล่าวยืดเยื้อยาวนานตั้งแต่วันที่ ๑๒ มีนาคม ถึงวันที่ ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๕๓ ในช่วงเวลาดังกล่าวได้เกิดเหตุการณ์สะเทือนใจหลายอย่าง มีการปะทะกันระหว่างทหารตำรวจกับผู้ชุมนุม เกิดเหตุการณ์จลาจลและเผาอาคารสถานที่ต่างๆทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด (สรุปข้อมูลจาก นฤพนธ์ ต้ววิเศษ ๒๕๕๕. “๒๕๕๓ อ่านข่าว อ่านสังคม”) เหตุการณ์นี้ทำให้ “คนอีสาน” มีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในสื่อมวลชนโดยเฉพาะการนำเสนอข่าวการเมืองในวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น

เกี่ยวกับความยากจนและไม่มีความรู้ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐว่า “คนอีสานเป็นพวกไม่มีความรู้ ยากจนข้นแค้น ไม่มีอะไรจะกิน กินได้แม้กระทั่งดิน” (ไทยรัฐ, ๒๒ ส.ค. ๕๐)

ด้วยเหตุนี้ทำให้เกิดข้อสังเกตว่า คนอีสานคือคนกลุ่มใหญ่ของประเทศที่สมควรจะมีสิทธิต่อรองอำนาจจากชนชั้นนำของประเทศ แต่ภาพที่ปรากฏในสื่อกลับตรงกันข้าม การนำเสนอภาพคนอีสานในสื่อ การนิยามความหมายของการเป็นคนอีสานผ่านวาทกรรมสื่อต่าง ๆ จึงมีผลต่อการรับรู้ ทศนคติ การให้คุณค่า และค่านิยมของคนในสังคม ทั้งนี้ในบรรดาวาทกรรมสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์รายวันเป็นสื่อหนึ่งที่แพร่กระจายไปยังคนจำนวนมาก และอาจทำให้คนในสังคมเข้าใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งคล้อยกัน (กฤษดาวรรณ หงส์ลดาภรณ์, ๒๕๕๓, น. ๕) สื่อมวลชนจึงเป็นส่วนสำคัญในการเลือกนำเสนอภาพคนอีสานบางแง่มุม ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของเสนาะ เจริญพร (๒๕๔๘, น. ๒๙๙) ที่ได้กล่าวถึงภาพตัวแทนไว้ว่า “ภาพตัวแทน (representation) หมายถึง ภาพจำลองสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งนำเสนอผ่านวรรณกรรมหรือประติมากรรมทางวัฒนธรรมอื่นๆ ในฐานะที่ภาพจำลองนั้นสร้างขึ้นจาก การคัดเลือก ประูณแต่ง ช้บเน้นคุณลักษณะบางอย่างจากความเป็นจริงตามคติความเชื่อและค่านิยมบางประการ รายละเอียดต่างๆ ที่ปรากฏในภาพเสนอหนึ่งๆ จึงร่วมกันทำหน้าที่สื่อความหมายและคุณค่าอย่างใดอย่างหนึ่งในเชิงสังคม-วัฒนธรรมเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ ภาพเสนอมิได้เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าเป็นจริงเป็นเช่นไร เพราะมิใช่ภาพถ่ายสะท้อน แต่บ่งบอกให้ทราบว่ ผู้คนในสังคม (อย่างน้อยก็กลุ่มหนึ่ง) มีความนำเชื่อ ความคาดหวัง และให้ความหมาย คุณค่าต่อสิ่งที่ถูกนำเสนออย่างไร”

การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่สามารถเข้าถึงคนกลุ่มใหญ่ได้คือหนังสือพิมพ์ เพราะคนส่วนใหญ่ในสังคมเชื่อว่า หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่เสมือนเป็นกระจกเงาสท้อนภาพสังคมช่วยให้ประชาชนได้รับความรู้ ข่าวสาร และช่วยบันทึกความเป็นไปในสังคม ค่านิยม วัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีชีวิต นอกจากนี้แล้วยังทำหน้าที่กระตุ้น ความสนใจของประชาชนในด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง (มาลี บุญศิริพันธ์, ๒๕๓๑)

หนังสือพิมพ์มีส่วนสำคัญในการทำหน้าที่เผยแพร่ภาพคนอีสานในลักษณะต่างๆ เช่น ในการรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่ผลิตและถ่ายทอดข่าวไปยัง

กลุ่มคนจำนวนมากในสังคมไทยให้รับรู้เหตุการณ์ ความคิด ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับ คนอีสาน นอกจากนี้การเลือกประเด็นข่าวมานำเสนอ การเลือกใช้คำศัพท์ รวมถึงท่าทีที่มีต่อคนอีสานของนักหนังสือพิมพ์ที่แฝงอยู่ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน จึงเป็นที่น่าสนใจว่าภาพดังกล่าวถูกนำเสนอต่อผู้อ่านจากมุมมองของนักหนังสือพิมพ์ ผ่านกลวิธีการใช้ภาษาของสื่อมีลักษณะอย่างไร ถูกนำเสนออย่างไร และด้วยกลวิธีทาง ภาษาใดบ้าง การเข้าใจภาพตัวแทนนี้ นอกจากจะเข้าใจวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมแล้วยังเป็นการอธิบายสังคม อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจสังคม และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี และทำให้คนในสังคมตระหนักถึงสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการใช้ภาษานั้นด้วย

เมื่อพิจารณางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกันภาพตัวแทนคนอีสานและสื่อหนังสือพิมพ์พบว่ายังไม่มียงานวิจัยใดที่ศึกษากลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ หากแต่มีงานศึกษาในประเด็นที่ใกล้เคียงและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยได้ ได้แก่ การศึกษาของ กฤษดาวรรณ หงส์ดารมภ์ (๒๕๕๓) ที่ศึกษาเรื่อง “ความเป็น “พวกเรา” และ “พวกเขา” ในสังคมไทย: การรายงานข่าวเกี่ยวกับชาวเขาในวาทกรรมหนังสือพิมพ์ไทย” ส่วนงานวิจัยทางด้านการนำข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์มาใช้ในการวิเคราะห์และตีความตัวบท ได้แก่ กาญจนา เจริญเกียรติบวร (๒๕๕๓) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมุมมองในข่าววัดพระธรรมกายที่เสนอในหนังสือพิมพ์ไทย” ชนกพร พัวพัฒนกุล (๒๕๕๔) ศึกษาเรื่อง “อุดมการณ์เกี่ยวกับ “เขมร” ในปริศนาหนังสือพิมพ์ไทย : กรณีเหตุจลาจลเผาสถานทูตไทยในกัมพูชา พ.ศ. ๒๕๕๕” นิตพงษ์ พิเชษฐพันธุ์ (๒๕๕๓) ศึกษาเรื่อง “วาทกรรมเหตุการณ์พิพาทเขาพระวิหาร พ.ศ. ๒๕๕๑ จากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและอุดมการณ์” และธีระยุทธ สุริยะ (๒๕๕๔) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนของนักโทษประหารและการประหารชีวิตในหนังสือพิมพ์รายวันไทย” นอกจากนี้งานวิจัยต่างประเทศที่น่าสนใจ ได้แก่ งานของ Peter Teo (2000) ศึกษาเรื่อง “Racism in the News: A Critical Discourse Analysis of News Reporting in Two Australian Newspapers” และงานวิจัยของ Duncan Mccrargo and Krisadawan Hongladarom (2004) ศึกษาเรื่อง “Contesting Isan-ness: Discourses of Politics and Identity in Northeast Thailand”

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานที่ถ่ายทอดผ่านกลวิธีทางภาษา โดยศึกษาจากสื่อหนังสือพิมพ์ระดับชาติ ด้วยเห็นว่าสื่อประเภทนี้สามารถเข้าถึงผู้รับสารเป็นจำนวนมาก มีการผลิตและบริโภคตัวบทวิชาการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติจึงสามารถกระจายสู่สังคมได้มากขึ้น รวมทั้งสามารถต่อยอดภาพตัวแทนคนอีสานให้แก่คนหมู่มากด้วย โดยเฉพาะในรอบทศวรรษที่ผ่านมา สังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงมากมาย ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

ดังนั้นในการศึกษานี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับ วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาใช้ในการวิเคราะห์ (Critical Discourse Analysis : CDA) โดยใช้กรอบมิติทั้งสามของวาทกรรมของแฟร์คลอฟ (Fairclough, 1995) และแนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรมการเหยียดเชื้อชาติของฟาน ไดก์ (Van Dijk, 2008) บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านภาษาในหนังสือพิมพ์ระดับชาติระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๗ ถึง พ.ศ. ๒๕๕๖ โดยศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ทั้งนี้ผลการวิจัยที่ได้อาจเป็นประโยชน์ในการทำ ความเข้าใจและสร้างการรับรู้ร่วมกันของคนในสังคมที่มีต่อคนอีสานได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ความเข้าใจนี้ช่วยให้รู้เท่าทันการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่แฝงนัยยะบางอย่างผ่านสื่อระดับประเทศ

บทความนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น ๔ ส่วน ส่วนแรกกล่าวถึง นิยามศัพท์ ขอบเขตข้อมูล เกณฑ์การจำแนกข้อมูล ส่วนที่สองกล่าวถึงกรอบแนวคิดที่นำมาศึกษาข้อมูล ส่วนที่สามนำเสนอผลการวิจัย และส่วนสุดท้ายเป็นบทสรุป

๑. นิยามศัพท์ ขอบเขตข้อมูล เกณฑ์การจำแนกข้อมูล

๑.๑ นิยามศัพท์

ภาพตัวแทน (representation) หมายถึง สิ่งที่ไม่ได้มีอยู่แต่เดิมแต่เกิดจากการประกอบสร้างผ่านการใช้ภาษาเป็นสำคัญ และไม่ได้สร้างหรือเสนอสิ่งต่างๆ อย่างตรงไปตรงมาแต่เกิดจากการเลือกสรรบางแง่มุม (Hall, 1997)

วาทกรรม (discourse) หมายถึง ระบบและกระบวนการในการสร้าง/ผลิต (constitute) เอกลักษณ์ (identity) และความหมาย (significance) ให้กับสรรพสิ่งต่างๆ ในสังคมที่ห่อหุ้มเราอยู่ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของเราเอง (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร ,๒๕๕๓)

กลวิธีทางภาษาการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน คือ วิธีการทางภาษาที่สื่อให้เห็นภาพของคนอีสานในความรู้ของสื่อมวลชนซึ่งมีผลต่อการประกอบสร้างความหมายให้แก่ “ความเป็นคนอีสาน”

๑.๒ ขอบเขตข้อมูล

งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะกลวิธีทางวาทกรรม ไม่ศึกษากลวิธีทางอวัจนภาษา จะศึกษาข้อมูลในช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๕๗ ถึงวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๖ รวมเป็นระยะเวลา ๑๐ ปี เนื่องจากห้วงเวลาดังกล่าวทำให้เห็นถึงพลวัตของคนอีสาน โดยเก็บข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ระดับชาติ คือ **หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ** และ**หนังสือพิมพ์เดลินิวส์** จำนวน ๑,๙๒๔ ชิ้นงาน เก็บข้อมูลจากข้อความพาดหัวข่าว ข่าว บทความ บทวิเคราะห์ คำบรรยายใต้ภาพ และข้อเขียนอื่นๆ ที่มีกรกล่าวถึงคนอีสานในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยจากสื่อระดับชาติที่ผลิตจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ของประเทศ ซึ่งมีขั้นตอนการคัดเลือกข้อมูลดังนี้

ขั้นที่ ๑ ผู้วิจัยพิจารณารายชื่อหนังสือพิมพ์ระดับชาติ โดยใช้เกณฑ์หนังสือพิมพ์รายวันที่มียอดจำหน่ายสูงเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือก และเลือกหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุด ๒ อันดับมาใช้ในการศึกษา ได้แก่ **หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ** ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงเป็นอันดับที่ ๑ และ**หนังสือพิมพ์เดลินิวส์** เป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงเป็นอันดับที่ ๒

ขั้นที่ ๒ เมื่อได้รายชื่อหนังสือพิมพ์ทั้งสองชื่อฉบับแล้ว ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากฐานข้อมูล iQNewsClip ที่เก็บข้อมูลหนังสือพิมพ์จากสำนักพิมพ์ต่างๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๙ เป็นต้นมา โดยคำที่ใช้ค้นหาได้แก่ คำว่า “คนอีสาน” “ไทอีสาน” “ไทยอีสาน” “ลาวอีสาน” คำว่า “คน” + ชื่อจังหวัดในภาคอีสานทั้ง ๒๐ จังหวัด คำว่า “คน” + ชาติพันธุ์ที่มีถิ่นอาศัยอยู่ในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยเป็นกลุ่มใหญ่ ได้แก่

ลาว ส่วย ญวน ผู้ไท และคำว่า “เสี้ยว” จากฐานข้อมูลของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์

ขั้นที่ ๓ เนื่องจากข้อมูลในฐานข้อมูล iQNewsClip ได้เก็บข้อมูลย้อนหลังไว้เพียง ๘ ปี คือ ปี พ.ศ. ๒๕๔๙ - ๒๕๕๖ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลที่เป็นเอกสารข่าวที่เกี่ยวกับคนอีสานเพิ่มเติมจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและเดลินิวส์ที่มีการเก็บรวบรวมไว้ในหอสมุดแห่งชาติ ตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๔๗ ถึง วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๔๘ โดยใช้เกณฑ์เดียวกัน

๒. กรอบแนวคิดที่นำมาศึกษาข้อมูล

แนวคิดที่ใช้ในการศึกษาคือ วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) Fairclough (1995) ได้อธิบายเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis หรือ CDA) สรุปความได้ว่า คือ การศึกษาเพื่อให้เข้าใจลักษณะทางวาทกรรมในด้านการผลิตและเผยแพร่ รวมถึงรูปแบบของภาษาที่ใช้ และวิเคราะห์ต่อไปว่า วาทกรรมที่ถูกสร้างขึ้นนั้น ควบคุมจิตใจและการกระทำของผู้คนในสังคมได้อย่างไร และส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม เช่น ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในสังคม หรือโน้มน้าวให้เกิดความคิดหรือการกระทำใดๆ จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดทำให้เห็นว่า การศึกษาวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จำเป็นต้องศึกษาทั้งภาษาและบริบท เพื่อให้เข้าใจปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาษา และความหมายที่ภาษาสื่อออกมา นอกจากนี้แนวคิดนี้ยังเป็นประเด็นที่สำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น ความมือคติ การเหยียดผิวหรือเชื้อชาติด้วย

จากแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ดังที่ได้กล่าวมานี้เห็นได้ว่าแนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาภาษาที่มีความสัมพันธ์กับภาพตัวตน โดยที่ภาษานั้นเป็นภาษาที่ใช้จริงอยู่ในบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในเรื่องของกรอบมิติทั้งสามของวาทกรรมของ Fairclough (1995) ที่ได้เสนอกรอบที่ใช้ในการวิเคราะห์วาทกรรมว่า วาทกรรมประกอบด้วย ๓ มิติ คือ **ตัวบท (text)** หมายถึง ถ้อยคำ หรือข้อเขียนภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ทั้งที่เป็นวัจนภาษาและอวัจนภาษา พยางค์ คำ ประโยค

รวมทั้งรูปแบบของวาทกรรมที่ต่างเรียงร้อยเข้าด้วยกัน การวิเคราะห์ตัวบททำได้ โดยการวิเคราะห์รูปภาษาในระดับต่างๆที่ปรากฏในตัวบท **วิถีปฏิบัติทาง วาทกรรม (discursive practice)** เป็นการวิเคราะห์กระบวนการสร้าง/ผลิตตัวบท (text production) ว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร มีการถ่ายทอดอย่างไร และวิเคราะห์การรับตัวบท หรือการบริโภคตัวบท (text consumption) รวมทั้งช่องทางการสื่อสาร และ**วิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (socio-cultural practice)** เป็นการวิเคราะห์บริบทที่ส่งผลให้เกิดวาทกรรม เช่น ปัจจัยทางด้านสังคม วัฒนธรรม การเมือง ในแง่ที่ว่าตัวบทที่เกิดขึ้นนั้นอยู่ในบริบทลักษณะใด สัมพันธ์กับการผลิตและบริโภคตัวบท และอิทธิพลที่ตัวบทมีต่อสังคมและวัฒนธรรม การวิเคราะห์ทั้งสามองค์ประกอบนี้ไม่ได้แยกขาดจากกันแต่จะคาบเกี่ยวเชื่อมโยงกัน ในการวิเคราะห์นี้ชี้ให้เห็นว่าตัวบทไม่ได้เกิดขึ้นมาอย่างโดดเดี่ยว แต่ถูกล้อมกรอบด้วยวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมและวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมตามลำดับ หรืออธิบายได้ว่าบริบททางสังคมวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการผลิตและบริโภคตัวบท ทำให้ตัวบทถูกผลิตออกมาในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ดังนั้นเมื่อจะต้องวิเคราะห์ตัวบทหนึ่งๆ จะต้องทำความเข้าใจปัจจัยซึ่งเป็นที่มาของตัวบทด้วย ซึ่งในบทความนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ทั้งสามมิติ เพื่อให้ให้เห็นกระบวนการประกอบสร้างภาพตัวแทนคนอีสานอย่างรอบด้าน

๓. ผลการศึกษา

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น ๓ ส่วน คือ ๑) วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของหนังสือพิมพ์ระดับชาติในการนำเสนอภาพคนอีสาน ๒) กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ ๓) ภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติกับวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม

๓.๑ วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของหนังสือพิมพ์ระดับชาติในการนำเสนอภาพคนอีสาน

จากการศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์พบว่า แนวคิดทางภาษาศาสตร์ที่ช่วยในการวิเคราะห์บริบทในงานวิพากษ์ได้เป็นอย่างดี คือ แนวคิดชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสาร บลอร์และบลอร์ (Blor and Blor. 2007

อ้างถึงใน ฌ็อง-ฌัก ปวงโรวีทอง, 2556) ได้เสนอรายการส่วนประกอบของปริบทให้ นักวาทกรรมวิเคราะห์ใช้เป็น “checklist” เมื่อศึกษาปริบท รายการดังกล่าวสอดคล้อง กับกรอบ SPEAKING ของ Hymes (1974) ที่ได้เสนอกรอบที่ใช้วิเคราะห์ปริบทแวดล้อม ภาษาตามแนวชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสารไว้มีองค์ประกอบ ๘ ประการ ได้แก่ ฉาก (Setting/ scenc) ผู้ร่วมเหตุการณ์ (Participants) จุดมุ่งหมาย (Ends) การลำดับ วัจนกรรม(Act Sequence) น้ำเสียง (Key) เครื่องมือ (Instrumentalities) บรรทัดฐาน ของปฏิสัมพันธ์และการตีความ (Norms of Interaction and Interpretation) และ ประเภทการสื่อสาร (Genre) สามารถสรุปเป็นคำว่า SPEAKING^๖ กรอบแนวคิดนี้ มุ่งวิเคราะห์ภาษาในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม การใช้ภาษาต่างหน้าที่ ต่างเหตุการณ์ ต่างสังคม ดังนั้นการที่จะเข้าใจการสื่อสารได้อย่างชัดเจนจึงต้อง ทำความเข้าใจพฤติกรรมโดยรวมของการสื่อสารและองค์ประกอบในการสื่อสารด้วย

ดังนั้นในบทความนี้ผู้วิจัยจะการวิเคราะห์มิติทางด้านวิถีปฏิบัติทาง วาทกรรมของหนังสือพิมพ์ระดับชาติในการนำเสนอภาพคนอีสาน จากการศึกษา งานของ Fairclough (1995) พบว่าการวิเคราะห์วาทกรรมหนึ่งๆนั้นมีประเด็นมุ่งเน้นอยู่ ๒ ประการ คือ ๑) กระบวนการผลิตและกระจายตัวบท และ ๒) กระบวนการบริโศค และตีความตัวบท ดังนั้นในการวิเคราะห์วาทกรรมในบทความนี้ผู้วิจัยจะประมวลผล การวิเคราะห์เพื่อสรุปให้เห็นวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมทั้งสองส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑) การผลิตและกระจายตัวบท

ในแง่การผลิตและกระจายตัวบทพบว่าภาพตัวแทนคนอีสานที่นำเสนอ ผ่านหนังสือพิมพ์ระดับชาติถูกผลิตขึ้นโดย “ผู้สื่อข่าว” ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือก นำเสนอข่าว เพราะคนในสังคมรับรู้ข่าวเกี่ยวกับคนอีสานผ่านสื่อต่างๆ ดังนั้นการที่ “ภาพตัวแทนคนอีสาน” ถูกนำเสนอจึงอาจจะมีส่วนที่แฝงอารมณ์ ความรู้สึก ทศนคติ

^๖ ในการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์องค์ประกอบทั้ง ๘ องค์ประกอบ แต่เนื่องจาก ข้อจำกัดในการเขียนบทความ ผู้วิจัยจึงนำเสนอเฉพาะองค์ประกอบที่สำคัญและสอดคล้องกับ กระบวนการสื่อสารโดยจำแนกออกเป็น ๒ ส่วน คือ ๑) กระบวนการผลิตและกระจายตัวบท และ ๒) กระบวนการบริโศคและตีความตัวบท

และตัวตนของผู้สื่อข่าวในการเลือกนำเสนอในด้านใดด้านหนึ่งและถ่ายทอดผ่านสื่อหนังสือพิมพ์โดยสังคมได้ให้การยอมรับว่าเป็นสื่อแขนงหนึ่งที่น่าเสนอความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคมโดยมีทันได้ตระหนักถึงอคติหรือสิ่งที่แฝงมากับการนำเสนอข่าวนั้นๆ และภาพคนอีสานได้ถูกผลิตซ้ำและแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว การผลิตตัวบทที่สำคัญคือ ฉาก ผู้ร่วมเหตุการณ์ และบรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์ ส่วนการกระจายตัวบทคือ เครื่องมือ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การผลิตตัวบท องค์ประกอบการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการผลิตตัวบท ได้แก่ **ฉาก (setting / scene)** หมายถึง เวลาและสถานที่ ซึ่งเป็นสภาวะแวดล้อมทางกายภาพของเหตุการณ์การสื่อสาร ในการศึกษาที่ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยจะแบ่งออกเป็น ๒ มิติ กล่าวคือ ๑) ฉากในมิติหนังสือพิมพ์ และ ๒) ฉากในมิติบริบทสังคม ดังนี้

๑) ฉากในมิติหนังสือพิมพ์

ฉากในมิติหนังสือพิมพ์ในที่นี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ลักษณะของหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่มีผลต่อการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากหนังสือพิมพ์จากสื่อระดับชาติ ได้แก่ **หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ** และ**หนังสือพิมพ์เดลินิวส์** โดยทั้งสองชื่อฉบับนี้มีลักษณะเด่น คือ กลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ระดับชาติมีเป็นจำนวนมากและหลากหลายระดับ จึงทำให้ต้องมีการนำเสนอเนื้อหาสาระสำคัญของข่าวต่างๆไปอย่างหลากหลาย และมีทิศทางในการนำเสนอข่าวในหลายแง่มุมรูปแบบและเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ระดับชาติจึงเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นรายวัน ทั้งทางด้านสังคม การเมือง ศาสนาบันเทิง เศรษฐกิจ ต่างประเทศ กีฬา การศึกษา และอื่นๆ

๒) ฉากในมิติบริบทสังคม

ในช่วงระยะเวลา ๑๐ ปีตั้งแต่ปี ๒๕๔๗ ถึง ๒๕๕๖ ที่ผ่านมาจะพบว่าในสังคมไทยมีการเปลี่ยนรัฐบาลในการบริหารประเทศหลายครั้ง และมีเหตุการณ์สำคัญต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะในช่วงปี ๒๕๔๗ รัฐบาลที่มาจากพรรคไทยรักไทยได้ให้ความสำคัญแก่คนอีสานมาก เพราะคนอีสานเป็นฐานเสียงสำคัญในการเลือก

รัฐบาล เหตุการณ์เหล่านี้เชื่อมโยงกับคนอีสานที่มีบทบาทสำคัญกับประเทศ ดังจะเห็นได้จากการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับคนอีสานจะมีปริมาณมากในช่วงที่มีการถ่ายโอนอำนาจในการบริหารประเทศของรัฐบาลที่ต่างชั่วคราวในปี ๒๕๕๒ ถึง ๒๕๕๖ จากข้อมูลที่น่ามาศึกษาพบว่าการนำเสนอเกี่ยวกับคนอีสานมากในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๒ ถึง ๒๕๕๖ โดยเฉพาะในช่วงปี ๒๕๕๒ มีการกล่าวถึงคนอีสานมากที่สุด จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน ๑๘๓ ข่าวและหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ๑๘๐ ข่าว จากตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นถึงความน่าสนใจว่าหากหรือเหตุการณ์ในปีนั้นมีเหตุการณ์ใดที่สำคัญ จึงทำให้หนังสือพิมพ์ระดับชาตินำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสานมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีเหตุการณ์ที่สำคัญในรอบ ๑๐ ปี กล่าวคือ การเปลี่ยนรัฐบาลในการบริหารประเทศจากพรรคการเมืองหลายพรรคทำให้ประชาชนมีทั้งกลุ่มที่สนับสนุนและไม่สนับสนุนพรรคการเมืองที่มีเสียงข้างมาก และการเปลี่ยนผู้นำประเทศในลักษณะที่ไม่ปกติ กล่าวคือไม่ได้มาจากการเลือกตั้ง และมีการปฏิรูปการปกครอง ส่งผลให้เกิดความขัดแย้งทางการเมืองขึ้นอย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากปริบททางด้านการเมืองแล้วพบว่า มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับมิติทางด้านสังคมวัฒนธรรมด้วย ในทศวรรษที่ผ่านมาพบว่าข่าวที่เกี่ยวกับคนอีสานมีลักษณะบรรยายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบวัน เช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม เศรษฐกิจ กีฬา การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม ความเดือดร้อนของคนอีสาน การร้องทุกข์ เป็นต้น

ผู้ร่วมเหตุการณ์ (participants) หมายถึง ผู้พูด-ผู้ฟัง หรือ ผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร ในบางครั้งอาจหมายถึงผู้อื่นที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารนั้นๆด้วย หากบุคคลดังกล่าวมีอิทธิพลต่อสถานการณ์การสื่อสารนั้น ในที่นี้ผู้ร่วมเหตุการณ์ในการผลิตตัวบทของหนังสือพิมพ์ระดับชาติ คือ **ผู้ส่งสาร** ได้แก่ ผู้เขียนข่าว ผู้เขียนบทความ ผู้เขียนบทวิเคราะห์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้อาจเป็นทั้งคนอีสานและคนต่างถิ่น คนกลุ่มนี้ได้ใช้พื้นที่ทางสื่อสิ่งพิมพ์ระดับชาติเพื่อสื่อสารความคิดเห็นของตนเองต่อกลุ่มคนอีสาน และในบางครั้งมีการนำเสนอข้อเขียนหรือคำพูดของคนอีสานในตัวบท แต่สื่อเป็นผู้ประกอบสร้างตัวบทและเลือกที่จะยอมให้มีการนำเสนอของคนอีสานปรากฏในตัวบทด้วย เสียงของคนอีสานที่ปรากฏส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอตนเองในฐานะที่ถูกกระทำ เสียเปรียบ ไม่เท่าเทียมกับคนกลุ่มอื่น หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่นำเสนอข่าว มีการเลือกสรรข้อมูลที่จะนำเสนอ แนวคิดนี้เรียกว่า “นายประตูป่าวสาร”

(gatekeeper) แนวคิดนี้กล่าวว่าเหตุการณ์ที่นำเสนอจะต้องผ่านจุดคัดกรองว่าจะให้เนื้อหาใดบ้างที่ผ่านออกไปหรือข่าวไหนต้องตัดทิ้ง ผู้ที่คัดกรองข่าวนี้นี้คือสื่อมวลชน (ชญาบุช วีรสาร, ๒๕๕๓) นอกจากนี้ผู้ที่เป็นแหล่งข่าวที่นำข้อมูลข่าวมาให้สื่อมวลชนก็มีส่วนเป็น gatekeeper เช่นกัน เช่น ถ้าเป็นข่าวการเมือง ก็มักจะเป็นนักการเมือง หรือหัวหน้าคณะ ถ้าเป็นข่าวอาชญากรรมก็มักจะเป็นตำรวจ หรืออาสาสมัครกู้ภัย สื่อมวลชนไม่ได้เป็น gatekeeper เพียงรับฟังข่าวสารนั้น ดังนั้นสื่อจึงเป็นตัวแปรสำคัญในการคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอสู่มวลชนและมีบทบาทสำคัญในการประกอบสร้างตัวบท **ผู้รับสาร** ได้แก่ ผู้อ่าน คือ ประชาชนชาวไทยทั้งในและต่างประเทศ และชาวต่างชาติที่รู้ภาษาไทย มีทั้งกลุ่มคนอีสาน และกลุ่มคนต่างถิ่น เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าหนังสือพิมพ์ระดับชาติทั้งสองซีกฉบับได้เปิดให้ผู้อ่านได้เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น ไม่ได้จำกัดเพศ วัย อายุ หรือกลุ่มชาติพันธุ์ และ**ผู้ร่วมเหตุการณ์** (participants) ผู้ร่วมเหตุการณ์ในกลุ่มข้อมูลนี้ ได้แก่ สำนักพิมพ์โดยเฉพาะเจ้าของสำนักพิมพ์ที่เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของเนื้อหาในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสาน และรัฐบาลที่สามารถกำหนดทิศทางทางสังคมและการเมืองได้ เช่น การกำหนดทิศทางของสื่อสิ่งพิมพ์ ขัดห้ามการนำเสนอข่าวบางประการ หรือข้อกำหนดของการให้ข่าวสารแก่สื่อ เช่น การให้สัมภาษณ์

บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์ (norms of interaction) หมายถึง ลักษณะเฉพาะของการพูดหรือการสื่อสารที่ผู้พูดใช้ เพื่อมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้ฟัง บรรทัดฐานในการปฏิสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ หมายถึง ความรู้ทางวัฒนธรรมที่กำกับการสื่อสาร ในการปฏิสัมพันธ์ของการสื่อสารในรูปของข่าว มีทั้งการสื่อสารแบบทางเดียว และการสื่อสารแบบสองทาง **๑) การสื่อสารแบบทางเดียว** ผู้ส่งสารสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความรู้ มีการศึกษา มีอำนาจในการเขียนข่าวคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอข้อมูลต่างๆให้แก่ผู้รับสารได้รู้ ทั้งนี้ผู้ส่งสารอาจเป็นทั้ง “ผู้สื่อข่าว” หรือ “คนอีสาน” ที่ต้องการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับคนอีสานให้สังคมได้รับรู้ผ่านการร้องทุกข์ การประชาสัมพันธ์ และ **๒) การสื่อสารแบบสองทาง** ผู้ส่งสารและผู้รับสารแสดงความคิดเห็นตอบโต้ความคิดของข่าวหรือบทความผ่านคอลัมน์ จดหมายถึงบรรณาธิการ ซึ่งมีทั้งการโต้แย้งความคิดเห็นของผู้เขียนข่าว และสนับสนุนให้กำลังใจผู้เขียนข่าวเมื่อเกิดข้อวิพากษ์ในประเด็นที่ได้รับความสนใจมากในช่วงเวลา

นั้นๆ แต่อย่างไรก็ตามการสื่อสารแบบสองทางนั้นจะเห็นได้ว่าการคัดเลือกจดหมายหรือบทความของคนอีสานที่มีการเรียกร้องสิทธิ การแก้ไขความเข้าใจผิด หรือการร้องทุกข์นั้นได้ผ่านกระบวนการคัดกรองของ “ผู้สื่อข่าว” ที่เป็นผู้ส่งสารหลักจะเลือกประเด็นใดประเด็นหนึ่งในการเสนอข่าว ทำให้เห็นได้ว่าข่าวที่ถูกนำเสนอไปนั้นมิใช่ข่าวเกี่ยวกับคนอีสานแบบรอบด้าน แต่นำเสนอมุมใด มุมหนึ่งเท่านั้น อาจเป็นการนำเสนอทั้งในมุมมองและมุมลบ ทั้งนี้ข่าวที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับชาติจึงขึ้นอยู่กับทัศนคติออกดีของผู้ส่งสารในการเลือกนำเสนอข่าว

การกระจายตัวบท องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการกระจายตัวบท คือ **เครื่องมือ (instrumentalities)** หมายถึง การเลือกวิธีการสื่อสาร ในกลุ่มข้อมูลที่น่ามาศึกษานี้ **ช่องทางในการสื่อสาร** ได้แก่ การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งในที่นี้คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์แต่ละชื่อฉบับมีการเผยแพร่ข่าวสารผ่านเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับด้วยซึ่งมีเนื้อหาเดียวกันกับหนังสือพิมพ์ โดยให้ผู้อ่านสามารถรับข่าวสารได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น **ส่วนรูปแบบของถ้อยคำที่สื่อสารพบว่า** หนังสือพิมพ์ระดับชาติมีการใช้รูปแบบของถ้อยคำที่สื่อสารเป็นรูปเขียนเพื่อสื่อให้ผู้อ่านเข้าใจ และมีรูปภาพประกอบ นอกจากนี้จะเห็นได้ว่ามีคำทำนายหนังสือพิมพ์ทั่วประเทศ และการที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะเด่นคือ เป็นข้อมูลลายลักษณ์อักษร ทำให้สามารถเก็บข้อมูลได้เป็นระยะเวลานาน

๒) การบริโภครีและตีความตัวบท

ในแง่การบริโภครีและตีความตัวบท พบว่า จุดมุ่งหมายหลักในการบริโภครีตัวบทเกี่ยวกับคนอีสานคือ เพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหวและเหตุการณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับคนอีสานในรอบวัน ผู้อ่านให้การยอมรับข่าวที่เกิดขึ้นเพราะเชื่อว่าหนังสือพิมพ์เป็นสถาบันที่สำคัญในการนำเสนอเหตุการณ์และข้อมูลเกี่ยวกับคนอีสานให้แก่ประชาชนได้รับรู้ “ข่าว” ที่ถูกนำเสนอขึ้นนอกจากมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนแล้ว ยังอาจแฝงทัศนคติออกดีความเห็นต่าง ๆ ที่ซ่อนไว้ในเรื่องของข่าวนั้นๆด้วย การบริโภครีตัวบทที่สำคัญ คือ ผู้ร่วมเหตุการณ์ ส่วนการตีความตัวบท คือ บรรทัดฐานของการตีความ ดังรายละเอียดต่อไป

การบริโภคร่วม องค์ประกอบการสื่อสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ **ผู้ร่วมเหตุการณ์ (participants)** ผู้ร่วมเหตุการณ์ หมายถึง ผู้ฟัง หรือผู้รับสาร ในที่นี้ ผู้ร่วมเหตุการณ์ในหนังสือพิมพ์ระดับชาติทั้งสองฉบับนี้ คือ **ผู้รับสาร** ได้แก่ ผู้อ่าน คือ ประชาชนชาวไทยทั้งในและต่างประเทศ และชาวต่างชาติที่รู้ภาษาไทย มีทั้งกลุ่มคนอีสาน และกลุ่มคนต่างถิ่น เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติทั้งสองชื่อฉบับได้เปิดให้ผู้อ่านได้เข้ามาร่วมแสดงความเห็น ไม่ได้จำกัดเพศ วัย อายุ หรือกลุ่มชาติพันธุ์

การตีความร่วม องค์ประกอบการสื่อสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ **บรรทัดฐานของการตีความ (norms of interpretation)** กล่าวคือ ผู้รับสารเชื่อว่า สิ่งที่แสดงความคิดเห็นนั้นเป็น “เรื่องจริง” ไม่ใช่สิ่งที่สมมติขึ้น เพราะเรื่องราว และความเห็นต่างๆ เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในสภาพสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเป็นเรื่อง ที่แสดงความเห็นจากสื่อระดับชาติที่มีกระบวนการคัดกรองข่าวสารอย่างเข้มข้น และมีการนำเสนอตัวตนคนอีสานได้อย่างลึกซึ้งผ่านผู้ส่งสารที่เป็นส่วนหนึ่ง ในท้องถิ่นนั้นทำให้ผู้รับสารเชื่อว่าสิ่งที่เขียนลงในบทความจึงน่าจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง มีความน่าเชื่อถือ และประชาชนที่รับสาร ได้ตระหนักและปฏิบัติตาม

๓.๒ กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ

จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ แบ่งออกเป็น ๓ กลุ่ม ได้แก่ ๑) คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย ได้แก่ คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น คนอีสานอดทนและคนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ ๒) คนอีสานในแง่เศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ คนอีสานการศึกษาน้อยและด้อยโอกาส คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน และคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม และ ๓) คนอีสานในแง่การเมือง ได้แก่ คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง และคนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง ดังตารางต่อไปนี้

กลุ่มภาพตัวแทนคนอีสาน	ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ
คนอีสานในแง่ บุคลิกลักษณะและ อุปนิสัย	คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น คนอีสานอดทน คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ
คนอีสานในแง่เศรษฐกิจ และสังคม	คนอีสานมีความรู้น้อยและด้อยโอกาส คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม
คนอีสานในแง่การเมือง	คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง

การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติมีการเลือกใช้กลวิธีทางภาษาที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน ได้แก่ การเลือกใช้คำ/กลุ่มคำ การใช้อุปลักษณ์ การใช้สัญลักษณ์ การใช้โครงสร้างประโยคกรรม การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ และการใช้สหบท ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๓.๒.๑ คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย

จากการวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสานพบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย ประกอบไปด้วยภาพตัวแทน ๓ ภาพ คือ ๑) คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น ๒) คนอีสานอดทน และ ๓) คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ ในแต่ละภาพตัวแทนมีการใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑) คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่า คนอีสานคือกลุ่มคนที่รักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น ภาพตัวแทนที่ได้นั้นคือภาพที่คนอีสานภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เห็นได้จากการใช้คำ/กลุ่มคำ ซึ่งเป็นกลวิธีที่มีความสำคัญมากที่สุดในการประกอบสร้างชุดความคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทนคนอีสาน เนื่องจากการใช้คำ

หรือกลุ่มคำสามารถเน้นย้ำหรือลดน้ำหนักภาพความคิด ตลอดจนอารมณ์เกี่ยวกับเหตุการณ์หนึ่งๆได้ ถ้อยคำที่ใช้สามารถบ่งบอกได้ว่าผู้เขียนมีทัศนคติหรือมุมมองเกี่ยวกับสิ่งนั้นอย่างไร และได้ถ่ายทอดสารที่ต้องการสื่อออกมาอย่างไร

การใช้คำ/กลุ่มคำ เพื่อเรียกหรืออ้างถึงคนอีสานซึ่งนำเสนอภาพคนอีสานว่าเป็นกลุ่มคนที่ภูมิใจในท้องถิ่นของตน คือ การใช้ถ้อยคำที่ระบุว่าคุณเองเป็นคนอีสานโดยกำเนิด เช่น คนอีสานเรียกตนเองว่า “คนอีสานโดยกำเนิด” “คนอีสานร้อยเปอร์เซ็นต์” “คนอีสานล้านเปอร์เซ็นต์” “เลือดอีสาน” “คนอีสานทั้งตระกูล” “ลูกอีสาน ๑๐๐%” “ลูกข้าวเหนียว” “กระต๊อบข้าวเหนียว” การเลือกใช้คำเหล่านี้นำเสนอภาพคนอีสานภูมิใจที่จะแสดงตนหรืออัตลักษณ์ว่าเป็นคนอีสาน

ตัวอย่าง “วันนี้ขอนำเสนอจดหมายจาก **“ลูกอีสาน ๑๐๐%”** ชมรมวิหิงษาเสียงชุมชนอีสานที่เสนอโครงการผันน้ำจากลำน้ำโขงมาใช้ประโยชน์ ซึ่งจะช่วยให้ภาคอีสานมีความอุดมสมบูรณ์ไม่แห้งแล้งกันดารดังที่เป็นอยู่”
(ไทยรัฐ. ๘ เม.ย.๒๕๕๖)

จากตัวอย่างนี้จะเห็นได้ว่า ถึงแม้ผู้ที่นำจดหมายมาคือ ผู้สื่อข่าว แต่การที่ผู้เขียนจดหมายมาถึงบรรณาธิการได้แทนตนเองว่าเป็น “ลูกอีสาน ๑๐๐%” นั้นเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความภาคภูมิใจในสายเลือดของตน

ตัวอย่าง “หนูเป็นคนเลือดอีสานเต็มเหนียว”
(เดลินิวส์. ๑๕ ธ.ค. ๒๕๕๓)

จากตัวอย่างข้างต้น มีข้อสังเกตว่าการที่เรียกคนอีสานในลักษณะนี้ไม่ใช่ผู้สื่อข่าว แต่เป็นคนที่ยืนยันแสดงความคิดเห็นที่เป็นคนอีสาน ดังจะเห็นได้จากการใช้สรรพนามแทนตัวคนอีสาน เช่น สรรพนาม “หนู” ในตัวอย่าง “หนูเป็นคนเลือดอีสานเต็มเหนียว” โดยพยายามแสดงตัวตนให้ผู้อื่นได้รับทราบว่าคุณเป็นคนอีสานและภูมิใจในความเป็นคนอีสานของคุณดังเช่นคำว่า “คนเลือดอีสานเต็มเหนียว” และ “ลูกอีสาน ๑๐๐%” นอกจากนี้การใช้คำ/กลุ่มคำ ในการนำเสนอภาพคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักศักดิ์ศรีและไม่ชอบให้ใครมาดูหมิ่น จะเห็นได้จากการใช้คำว่า “หมิ่นศักดิ์ศรี” เช่น

ตัวอย่าง “คนอีสานแท้บอกว่า จงใจดูถูกน้ำใจ ถากถางย่ำยี หรือถึงขั้นหมิ่นศักดิ์ศรีกันผ่านรายการบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นคนพื้นเพภาคไหน..**เหนือ อีสาน กลางใต้ ก็คือคนไทยที่รักศักดิ์ศรีรักแผ่นดินเกิดเท่าเทียมกัน**”
(ไทยรัฐ. ๗ ธ.ค.๒๕๕๒)

จากตัวอย่างข้างต้น นำเสนอภาพตัวแทนอีสานว่า คนอีสานพยายามที่จะแสดงความคิดเห็นและเรียกร้องให้ผู้อ่านเห็นถึงความเท่าเทียมกันในสังคม คนอีสานมีสิทธิเท่าเทียมกับคนในภูมิภาคอื่นๆ ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างที่มีการกล่าวถึงคนอีสานที่ถูกดูหมิ่นศักดิ์ศรีผ่านสื่อโทรทัศน์ แสดงให้เห็นว่าคนอีสานต้องการที่จะปกป้องศักดิ์ศรีของตนไม่ยอมให้ผู้ใดมาดูหมิ่นหรือทำลายได้แม้แต่คนในชาติเดียวกัน ประเด็นที่น่าสนใจในตัวอย่างนี้คือ การที่ผู้เขียนนำภูมิภาคต่างๆของประเทศไทยมาอ้างถึงการถูกหมิ่นศักดิ์ศรีว่าเป็นคนไทยเหมือนกันมีศักดิ์ศรีเท่าเทียมกัน แสดงให้เห็นว่าในความจริงแล้วคนอีสานถูกจัดให้อยู่คนละกลุ่มกับคนในภูมิภาคอื่นและรู้สึกว่ามีศักดิ์ศรีที่เท่าเทียมกับคนกลุ่มอื่น นอกจากนี้คำว่า “คนอีสานแท้บอกว่า” เป็นการเขียนแบบการรายงานข่าวของคนอีสานแท้อีกหนึ่งต้นนั้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นเสียงคนอีสานและมีน้ำเสียงของผู้สื่อข่าวรวมอยู่ด้วย

การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ คำถามเชิงวาทศิลป์ หมายถึง คำถามที่ไม่ต้องการคำตอบ แต่เว้นที่ว่างให้ผู้อ่านได้คิดหาคำตอบเอง และผู้เขียนก็คาดหวังให้ผู้อ่านตอบให้ได้อย่างถูกต้องตรงกับที่ผู้เขียนต้องการ (Fowler, 1991) ดังนั้นการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์จึงเป็นกลวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ส่งสารไม่ต้องแสดงความคิดเห็นของตนเองออกมาตรง ๆ แต่ใช้วิธีตั้งคำถามพร้อมทั้งแสดงเหตุผลสนับสนุนเพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับสารเห็นด้วยกับความคิดของตน

จากการศึกษาพบว่า มีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์เพื่อสื่อให้เห็นถึงภาพคนอีสานที่ยังคงรักและผูกพันกับท้องถิ่นของตน พยายามที่จะรักษาวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมไว้ไม่ให้สูญหาย โดยการเลือกใช้คำถามปลายเปิดให้ผู้รับสารได้ตระหนักว่าจะทำเช่นไรต่อไปกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น

ตัวอย่าง “อยากจะปิดตำนานวงเสียงอีสานแต่ใจหนึ่งก็แย้งว่าปิดไม่ได้ ลูกน้องจะอยู่อย่างไร อยู่ที่ไหน วัฒนธรรมอีสานจะเป็นอย่างไร ใครจะสืบสานต่อ” (ไทยรัฐ. ๕ มิ.ย. ๒๕๕๔)

๒) คนอีสานอดทน

ภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกและอุปนิสัยโดดเด่นอีกภาพหนึ่งคือ คนอีสานมีความอดทน อุปนิสัยนี้ปรากฏในลักษณะที่คนอีสานต้องอดทนต่อสภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง โดยจะพบว่าคนอีสานต้องอดทนต่อความยากลำบาก ความยากจน สภาพภูมิอากาศ ความแห้งแล้ง ดังจะเห็นได้จากการเลือกใช้คำ /กลุ่มคำ นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานว่า คนอีสานเป็นคนอดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค เช่น อดทน นักสู้ แข็งแกร่ง เผชิญปัญหา เป็นต้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง ผมพูดถึง พล.อ. ชาลิต ผมก็ขอพูดถึงคนอีสานซักหน่อย ต้องยอมรับอย่างหนึ่งว่า คนอีสานเป็นคนที่มีความอดทนสูงทั้งร่างกายและจิตใจ คล้าย ๆ กับคนเหนือ เพียงแต่ว่าคนเหนือจะใจเย็นกว่าหน่อยเท่านั้น” (ไทยรัฐ. ๑๘ ก.ย. ๒๕๕๐)

ตัวอย่าง เด็กอีสาน สุดยอดของความอดทน ไม่ย่อท้อใน ความยากลำบาก และเป็นคนซื่อสัตย์ ในหนังสือเรื่องนี้จะสะท้อนให้คนดูได้เห็น ความมุ่งมั่นของเด็กอีสาน (เดลินิวส์. ๒ ก.พ. ๒๕๕๓)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า การเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อสื่อถึงความมีน้ำใจและความอดทนของคนอีสาน เป็นการสื่อถึงภาพคนอีสานที่มีความอดทนในเชิงบวก ว่าอุปนิสัยเช่นนี้คือสิ่งที่ดีและความภูมิใจ เช่น “คนอีสานเป็นคนที่มีความอดทนสูงทั้งร่างกายและจิตใจ” และในถ้อยคำที่ว่า “ความมุ่งมั่นของเด็กอีสาน” นอกจากนี้มี การใช้คำ/กลุ่มคำ เพื่อสื่อให้เห็นว่าคนอีสานถูกกระทำจากกลุ่มคนที่มีอำนาจในสังคม และการที่ต้องอดทนนั้นเป็นสิ่งที่ต้องจำยอม เช่น “เราต้องอดทน” “ให้คนอีสานอดทน” และมีการบรรยายอารมณ์ความรู้สึกของคนอีสานที่มีต่อสิ่งที่เกิดขึ้นโดยเลือกใช้คำว่า “น้อยใจ” ซึ่งจะเห็นได้ว่าการที่

ถูกกระทำเช่นนั้นคนอีสานไม่ได้ “โกรธ” แต่กลับเป็นเพียงอารมณ์น้อยใจที่ถูกมองข้ามความสำคัญไป เช่น

ตัวอย่าง “ขณะที่ประชาชนทั้งภาคเหนือ ภาคกลางและภาคอีสานกำลังเดือดร้อน แส่นสาหัส แต่รัฐบาลไม่ยอมรับว่ามีภัยแล้ง และให้คนอีสานอดทน” (ไทยรัฐ, ๒๙ มี.ค. ๒๕๕๖)

จากตัวอย่างข้างต้นพบว่า การเลือกใช้คำที่เกี่ยวข้องกับภาพคนอีสานที่มีความอดทน นอกจากจะมีการใช้คำ/ในการนำเสนอภาพความอดทนแล้วยังมีการเลือกใช้มูลบทในการนำเสนอภาพนี้ด้วยดังเช่นตัวอย่างข้างต้นที่มีการเลือกใช้ถ้อยคำว่า “คงไม่ไปกดดันผู้บริหารพรรค เราคงต้องอดทน แต่คงน้อยใจว่า ทำไมจึงเป็นแบบนี้อีกแล้ว” คำว่า “อีกแล้ว” สื่อให้เห็นถึงเหตุการณ์หรือความคิดนี้ได้เกิดขึ้นซ้ำๆอีก และได้เกิดการตั้งคำถามกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นว่าสิ่งเหล่านี้จึงได้เกิดขึ้นซ้ำเติมอีกครั้ง

การใช้อุปสรรค อุปสรรคที่พบในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานมีความอดทนและมีน้ำใจ คือ การเลือกใช้อุปสรรคการต่อสู้ จากข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์พบว่าการใช้วงคำศัพท์ที่เกี่ยวกับการต่อสู้ ได้แก่ คำว่า “สู้” “นักสู้” “ดิ้นรนต่อสู้” “ต้องสู้” “อย่ายอมแพ้” “ยอมแพ้” มาใช้กับ การดำเนินชีวิตของคนอีสาน การเลือกใช้คำศัพท์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึง มโนทัศน์ว่าเปรียบเทียบชีวิตคนอีสานกับการต่อสู้ การพยายามที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆ คนอีสานต้องอดทนและไม่ยอมแพ้

ตัวอย่าง “แม้สถานการณ์จะรู้สึกขึ้น ๆ ลง ๆ ก็ตามในช่วงนี้ ตนก็มีความรู้สึกอย่างหนึ่งว่า ยังมีความสุขอยู่เหมือนเดิม พร้อมเชิญชวนให้ทุกคนต้องเป็นนักสู้ ไม่ว่าปัญหาอะไรจะเกิดขึ้น ต้องสู้และอย่าไปยอมแพ้มัน ถ้าเราไป ยอมแพ้กับปัญหา เราก็จะอยู่บนโลกไม่ได้ และก็จะอยู่แบบไม่มีความสุข โดยเฉพาะคนอีสานบ้านเรา” (ไทยรัฐ, ๑๐ ธ.ค.๒๕๕๔)

๓) คนอีสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ

การใช้คำ/กลุ่มคำ การที่หนังสือพิมพ์ระดับชาติเลือกใช้

คำหรือกลุ่มคำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้อง ได้แก่ **การใช้คำเรียก** การใช้คำเรียกคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ พบว่า ใช้คำเรียกคนอีสานว่า **คนบ้านเดียวกัน** **อีสานหมู่เฮา** **หมู่เฮาชาวอีสาน** **พวกเราคนอีสาน** **คนอีสาน** **เหมือนกัน** **คนอีสานบ้านเรา** **พี่น้องอีสาน** เป็นต้น

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่ามี **การใช้คำ/กลุ่มคำ** เพื่อสื่อให้เห็นว่า คนอีสานคือกลุ่มคนที่รักพวกพ้องและมีน้ำใจ เช่น **เอื้อเฟื้อ** **มีน้ำใจ** **แบ่งปัน** **พวกเดียวกัน** **พวกพ้อง** **บ้านเรา** เป็นต้น

ตัวอย่าง “ต้องการให้รัฐบาลทำหน้าที่เพื่อแก้ไขปัญหาของบ้านเมือง โดยไม่มีการขัดขวาง โดยปกติที่เป็นมาแต่โบราณ**คนอีสานเป็นคนมีน้ำใจ เป็นมิตรไมตรีต่อผู้ไปเยือน (ไทยรัฐ. ๑๕ ก.ค. ๒๕๕๒)**

ตัวอย่าง อาหารการกินก็ทำกินกันง่าย ๆ ครบทั้ง ๓ มี **ใครจะมาขอแบ่งอาหารก็ไม่หวงกัน ยินดีช่วยเหลือทุกคน (เดลินิวส์. ๑๕ มี.ค. ๒๕๕๓)**

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า การเลือกใช้คำว่า “**คนอีสานเหมือนกัน**” แสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มสูง พวกพ้องเดียวกัน เมื่อเกิดปัญหาคนอีสานก็ช่วยเหลือและให้อภัยกันไม่ว่าเรื่องที่เกิดขึ้นจะเป็นเรื่องเล็กหรือใหญ่ หากเป็นคนกลุ่มเดียวกันก็ยอมให้อภัยกัน นอกจากนี้มีการใช้ถ้อยคำที่แสดงให้เห็นถึงการรักพวกพ้องและเห็นอกเห็นใจคนกลุ่มเดียวกันกับตน เช่น

ตัวอย่าง **ตนไม่ถือโทษโกรธเคือง** ยิ่งเป็น**คนอีสานเหมือนกันก็ไม่อยากเอาเรื่อง** **ที่ทำไปคงเพราะมีเหตุจำเป็นที่ต้องดูแลหาเลี้ยงครอบครัวเพียงคนเดียว”** (ไทยรัฐ ๑๐ ส.ค. ๒๕๕๕)

ผลการศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัยพบว่า คนอีสานนั้นไม่ต่างจากอดีตที่ผ่านมา คนอีสานยังคงภูมิใจในท้องถิ่นและรักศักดิ์ศรีของตนซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญของคนอีสาน ดังที่ ปรีชา พิณทอง (๒๕๓๔) กล่าวถึงอัตลักษณ์ของคนอีสานไว้ว่า “..คนอีสาน..มีลักษณะพิเศษอยู่อย่างหนึ่ง คือรักพี่น้อง รักเผ่าพันธุ์ รักบ้านเกิดเมืองนอนของตนเอง และไม่แล้งน้ำใจ”

๓.๒.๒ คนอีสานในแง่เศรษฐกิจและสังคม

ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสาน มีการกล่าวถึงคนอีสานกับสังคม ซึ่งภาพคนอีสานในแง่เศรษฐกิจและสังคมที่สื่อระดับชาติได้นำเสนอตลอดระยะเวลา ๑๐ ปี พบว่า มีการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญ ได้แก่ ๑) คนอีสานมีความรู้่น้อยและด้อยโอกาส ๒) คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน และ ๓) คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในสื่อระดับชาตินี้มีการใช้กลวิธีทางภาษาที่สำคัญในการนำเสนอภาพตัวแทน ดังที่จะนำเสนอต่อไปนี้

๑) คนอีสานมีความรู้่น้อยและด้อยโอกาส

จากการศึกษาพบว่า ภาพคนอีสานที่ถูกนำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ระดับชาติ คือ ภาพคนอีสานขาดโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร ทำให้คนอีสานด้อยโอกาสทั้งทางด้านการศึกษา และเศรษฐกิจ จากข้อมูลพบว่าภาพคนอีสานด้อยโอกาสมิ ๒ มิติ ด้วยกัน ได้แก่ คนอีสานยากจน และคนอีสานการศึกษาน้อย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑.๑) คนอีสานยากจน

การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานยากจน มีทั้งการใช้คำเรียก เช่น คนจน ขวรากหญ้า คนยากจน ชาวบ้านระดับล่าง ประชาชนคนยากจน กลุ่มคนมีรายได้น้อย นอกจากนี้ยังมีการใช้คำ/ กลุ่มคำ ในการกล่าวถึงภาพคนอีสานคือคนจนและพยายามหลีกเลี่ยงความยากจน เช่น ขาดแคลน ปล้นคนจน ยากจนหนี้สิน ค่าครองชีพสูง หนี้สินนอกระบบ ดันรน หลีกหนี เป็นต้น

ตัวอย่าง “ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่ใหญ่ที่สุด มีประชากรมากที่สุด **ยากจนที่สุด** จึงกลายเป็น **เหยื่อการค้ามนุษย์มากที่สุด**”

(ไทยรัฐ. ๑๑ ต.ค. ๒๕๕๕)

อย่างไรก็ตามในข้อมูลกลุ่มนี้ยังพบว่ามีการใช้กลุ่มคำ “ยากจนคันแค้น” เพื่อต้องการเน้นย้ำให้เห็นถึงความยากจนและความลำบากของคนอีสาน และการสะท้อนให้เห็นภาพความยากจนของคนอีสานที่ต้องดันรนไปทำงานที่อื่นเพื่อให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง “คนอีสานเป็นพวกไม่มีความรู้ ยากจนข้นแค้น ไม่มีอะไรจะกิน กินได้แม้กระทั่งดิน” (ไทยรัฐ. ๒๒ ส.ค. ๕๐)

ตัวอย่าง การหนีความยากจนและดิ้นรนไปหางานทำในต่างประเทศของแรงงานในภาคอีสานในยุคต้นๆ ได้กลายเป็น ตำนานที่เล่าขานกันในเรื่อง “ไปเสียนา มาเสียเมีย” (ไทยรัฐ. ๓ ต.ค. ๒๕๕๒)

จากตัวอย่างข้างต้นข้อความที่ขีดเส้นใต้ “ได้กลายเป็น ตำนานที่เล่าขานกันในเรื่อง “ไปเสียนา มาเสียเมีย” แสดงให้เห็นถึงภาพคนอีสานที่มีชีวิตลำบาก และสิ่งนี้เป็นสิ่งที่รับรู้กับโดยทั่วไปมานานแล้วจนกลายเป็นตำนานที่มีคนกล่าวถึงและเข้าใจร่วมกันว่าคนอีสานยากจนมาเป็นเวลานาน

๑.๒) คนอีสานการศึกษาน้อย

การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานการศึกษาน้อย มีทั้ง การใช้คำ/กลุ่มคำที่มักปรากฏร่วมกัน เช่น โง่ โง่เง่าเต่าตุ่น ขาดความรู้ ความรู้ต่ำ การศึกษาต่ำ ยกระดับการศึกษา เป็นต้น และมีการใช้กลุ่มคำที่บ่งบอกว่าสิ่งนี้ได้เกิดขึ้นมานานแล้ว ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง การเลือกตั้งที่ผ่านๆ มา มีการโทษว่าเพราะ คนอีสานโง่ ขาดความรู้ ซื้อได้ จึงเลือกรัฐบาลเลว ๆ มาบริหารประเทศ (เดลินิวส์.๒๑ เม.ย. ๒๕๕๒)

ตัวอย่าง ใครจะดูถูกว่า คนอีสานโง่ ก็ปล่อยเค้าไป ใครจะดูถูกคนอื่นว่า โง่ ตัวเองนั่นแหละ โง่ตัวแม่ (เดลินิวส์. ๒๑ เม.ย. ๒๕๕๒)

๒) คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน

ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานกับสังคมมีทั้ง การใช้คำเรียก เช่น แรงงานจากภาคอีสาน แรงงานทาส แรงงานไทย ทาส คนงานคนขับแท็กซี่ ตู๊กตูกอีสาน ขาวรากหญ้า รากหญ้าอีสาน พลเมืองชั้นสอง ลูกน้อง เกษตรกร เป็นต้น

- ตัวอย่าง มีรายงานข่าวว่า ในปีหนึ่งๆ มีแรงงานไทยซึ่งเป็นผู้ชาย **ส่วนใหญ่ร้อยละ ๘๐** มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือถูกหลอกลวงเอาไปขายเป็น **แรงงานทาส** บังคับให้ทำงานในเรือประมง” (ไทยรัฐ. ๘ ส.ค.๒๕๕๔)
- ตัวอย่าง **“บางคนขับแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์รับจ้างและรถตุ๊กตุ๊ก** มีระดับหัวหน้าอยู่ประมาณ ๒ คน ส่วนคนถูกล่อลวงส่วนใหญ่เป็นคนอีสาน” (ไทยรัฐ. ๒๘ ส.ค. ๒๕๕๔)
- ตัวอย่าง คนอีสานเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ **ก็มักจะเป็นแต่ลูกจ้าง** (เดลินิวส์. ๓๐ ธ.ค. ๒๕๕๑)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า มีการเลือกใช้คำเพื่อสื่อถึงคนอีสานคือกลุ่มชนชั้นแรงงาน โดยการใช้คำ/กลุ่มคำที่เกี่ยวข้องกับอาชีพที่ใช้แรงงาน เช่น “**ขับแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์รับจ้าง และรถตุ๊กตุ๊ก**” “**แรงงานไทย**” นอกจากจะใช้คำที่กล่าวถึงชนชั้นแรงงานโดยตรงแล้ว ยังมีการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำเพื่อมาขยายอธิบายเพิ่มเติมว่า คนอีสานไม่ใช่ใช้แรงงานทั่วไป แต่เป็นแรงงานทาส แรงงานที่ถูกเอาเปรียบจากคนที่มีอำนาจมากกว่าและถูกระบุชนชั้นทางสังคมอย่างชัดเจน เช่น คำว่า “**แรงงานทาส**”

การใช้สหพท สหพท คือ การที่ตัวบทหนึ่งมีการอ้างอิงหรือแทรกตัวบทอื่นซึ่งส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบทที่กำลังกล่าวถึงและตัวบทอื่นที่อ้างอิงหรือแทรกมา จากข้อมูลที่น่ามาศึกษาพบว่า มีการแทรกตัวบทอื่นเข้ามาในตัวบทหลักของเนื้อข่าวด้วย ตัวบทที่แทรกเข้ามามีบทบาทในการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ข้อมูลหรือความคิดในตัวบทหลัก ซึ่งอาจเป็นการอ้างอิง หรือกล่าวถึงคำพูดของคนอื่นที่มีมาก่อนแล้วก็ได้ ดังนั้นการใช้ quotation mark ที่ข้อความเพียงเพราะคำพูดของบุคคลก็เป็นสหพทเช่นกัน

- ตัวอย่าง **“ตั้งแต่ปี ๒๕๑๘ เป็นต้นมา มีแรงงานไทยเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ โดยผ่านกระทรวงแรงงานกว่า ๓.๘ ล้านคน แต่เชื่อว่าจะมีแรงงานไปต่างประเทศ โดยไม่ผ่านกระทรวงแรงงานอีกถึง ๒ เท่า ส่วนใหญ่เป็นคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือราว ๗๐ % ที่ต้องดิ้นรนหนีความยากจนไปขุดทองในต่างแดน** แต่ก็มีทั้งประสบความสำเร็จและล้มเหลว (ไทยรัฐ. ๓ ต.ค. ๒๕๕๒)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า กลวิธีทางภาษาที่สื่อภาพคนอีสานคือกลุ่มคนชนชั้นแรงงานผ่านการใช้สัพทโดยการกล่าวอ้างสถิติที่น่าเชื่อถือของหน่วยงานของรัฐ โดยตัวอย่างข้างต้นชี้ให้เห็นว่าคนอีสานได้พยายามหลีกเลี่ยงความยากจน และพยายามดิ้นรนต่อสู้เพื่อที่จะสามารถลืมตาอ้าปากได้บ้าง ถึงแม้จะต้องทิ้งอาชีพเกษตรกรรม และลงทุนกู้หนี้ยืมสินเพื่อไปขายแรงงานในต่างประเทศก็ตาม

๓) คนอีสานถูกระงับจากคนต่างกลุ่ม

การใช้คำ/ กลุ่มคำ ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานถูกระงับจากคนต่างกลุ่มมีทั้ง **การใช้คำเรียก** เช่น **เหยื่อการค้าทาส** **เหยื่อ** **เหยื่อการค้ามนุษย์** นอกจากนี้ยังมีการ**ใช้คำ/ กลุ่มคำ** ในการกล่าวถึงภาพคนอีสานคือกลุ่มคนที่ถูกระงับด้วย เช่น **หลอก** **ถูก** **โดน** **ลวง** **รับใช้** **ถูกหลอกลวง** **ตกถ่วง** **ย่ำยี** **ตกเป็นเหยื่อ** **แถมสี่** **ล่าเหยื่อ** **ถูกล่า** เป็นต้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง “ขณะเดียวกันภาคอีสานก็เป็นภาคที่มี ส.ส.มากที่สุด น่าจะให้ความสนใจในสวัสดิภาพของคนอีสานให้มากกว่าที่เป็นอยู่ นั่นก็คือ การให้การศึกษา และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ประชาชนเพื่อป้องกันไม่ให้**ตกเป็นเหยื่อ** การค้าทาส และช่วยเหลือเมื่อประสบเคราะห์กรรม”

(ไทยรัฐ. ๓ ก.ค. ๒๕๕๒)

ตัวอย่าง “ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่ใหญ่ที่สุด มีประชากรมากที่สุด ยากจนที่สุด จึงกลายเป็น**เหยื่อการค้ามนุษย์มากที่สุด**” (ไทยรัฐ. ๑๑ ต.ค. ๒๕๕๕)

กล่าวได้ว่า การเลือก**ใช้คำ/กลุ่มคำ**ที่สื่อถึงภาพคนอีสานที่ถูกคนต่างกลุ่มกระทำนั้นอ้างอิงพฤติกรรมหรือการกระทำของคนกลุ่มอื่นที่กระทำต่อคนอีสาน ทั้งการหลอกลวง การล่า และการแถมสี่ คนอีสานถูกนำเสนอในภาพที่ไม่มีอำนาจต่อรองและไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้จึงต้อง “**ตกเป็นเหยื่อ**” ของกลุ่มคนที่แข็งแรงกว่า

ตัวอย่าง ชาวบ้านมีหนี้สินนอกระบบซึ่งเกิดจากไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนของภาครัฐ จึงทำให้**ถูกเอาเปรียบ**จากนายทุนเงินกู้นอกระบบ โดยทุกวันนี้ชาวบ้านได้**ถูกเรียกเก็บดอกเบี้ยในอัตราที่สูง** (ไทยรัฐ. ๑๐ ต.ค.๒๕๕๒)

การใช้โครงสร้างประโยคกรรม การใช้ประโยคกรรมสามารถสื่อให้เห็นถึงมุมมองของผู้ผลิต ตัวทได้ชัดเจน โดยการเน้นย้ำว่าคนอีสานเป็นผู้ถูกระทำ จากการศึกษาข้อมูลพบว่า มีการใช้ประโยคกรรมที่ใช้สื่อความหมายเกี่ยวกับคนอีสาน เช่น **ถูกภาคอื่นดูถูก ถูกคนอื่นชักจูงได้ง่าย ถูกหลอก ถูกลวยแพ ถูกล่อลวง ถูกกดขี่ ถูกดูแคลน ถูกเอาเปรียบ ถูกเรียกเก็บดอกเบี้ย** เป็นต้น

ตัวอย่าง “ประเทศขอดนิยมในขณะนั้นคือ ซาอุดีอาระเบีย แต่บางคน**ถูกหลอก**บินไปลง “ซาอุดี”แต่ แรงงานไทยก็ต้องยอมกู้หนี้ยืมสินมาจ่าย ชำยยัง**ถูกหลอกลวงต้มตุ๋น ถูกลวยแพ** เป็นอาชญากรรมการปล้นคนจนซ้ำซาก” (ไทยรัฐ. ๓ ต.ค. ๒๕๕๒)

ตัวอย่าง “ส่วนใหญ่ร้อยละ ๘๐ มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**ถูกหลอกลวง**เอาไปขายเป็นแรงงานทาส บังคับให้ทำงานใน... **ถูกกดขี่บังคับเยี่ยงทาส** นับเป็นเหตุการณ์ที่ช้ำรอยกับเมื่อหลายทศวรรษก่อน ที่แรงงานจากภาคอีสาน**ถูกส่งไปเป็นแรงงานทาส**ในไร่อ้อย ในภาคตะวันออกเฉียง” (ไทยรัฐ. ๓ ก.ค. ๒๕๕๒)

ตัวอย่าง “ผมเป็นคนอีสาน เห็นความทุกข์ยากลำบากของพี่น้องอีสานมามาก ทั้ง**ถูกกดขี่ข่มเหงรังแก เอาเปรียบ ถูกดูแคลนจากคนกรุงเทพฯ**” (ไทยรัฐ. ๔ เม.ย. ๒๕๕๐)

จากตัวอย่างที่ยกมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า คนอีสานเป็นผู้ถูกระทำ ดังจะเห็นได้จากการเลือกใช้ประโยคโครงสร้างกรรม เพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นภาพอย่างชัดเจนว่าคนอีสานเป็นผู้ถูกระทำจากคนต่างกลุ่ม และการที่ถูกกระทำนั้นสะท้อนให้เห็นว่า คนอีสานชื่อจริงใจ จึงทำให้ถูกหลอก ถูกเอาเปรียบจากคนต่างกลุ่ม

จากการศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานในแง่เศรษฐกิจและสังคมพบว่า สิ่งที่น่าสนใจในการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ระดับชาตินั้นเป็นภาพคนอีสาน

ที่ไม่ต่างจากอดีตที่ผ่านมา คนอีสานยังคงเป็นกลุ่มคนจนในสังคมไทย และมักประกอบอาชีพขายแรงงานทั้งในและต่างประเทศ รวมไปถึงคนอีสานก็ยังถูกเอาเปรียบจากคนต่างกลุ่ม ทั้งนี้สื่อระดับชาติได้นำเสนอภาพเหล่านี้ผ่านกลวิธีทางภาษาโดยเฉพาะการเลือกใช้โครงสร้างประโยคกรรม ที่สะท้อนให้เห็นถึงการถูกกระทำของคนอีสาน คนอีสานได้กลายเป็นกลุ่มคนที่ไม่มีความหวังและต้องยอมรับสภาพที่เกิดขึ้นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

๓.๒.๒ คนอีสานในแง่การเมือง

ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคนอีสาน มีการกล่าวถึงคนอีสานกับเรื่องการเมืองเป็นจำนวนมาก จากเนื้อหาข่าวทั้งหมดพบว่า ร้อยละ ๘๐ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการเมืองโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มีการเคลื่อนไหวทางการเมืองในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๑ ถึง พ.ศ. ๒๕๕๓ มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการเลือกตั้งและการเปลี่ยนรัฐบาลหรือการเปลี่ยนอำนาจทางการเมือง ภาพคนอีสานเกี่ยวกับการเมืองที่สื่อระดับชาติได้นำเสนอตลอดระยะเวลา ๑๐ ปี ภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญได้แก่ ๑) คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง และ ๒) คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในสื่อระดับชาตินี้มีการใช้กลวิธีทางภาษาที่สำคัญในการนำเสนอภาพตัวแทนดังที่จะนำเสนอต่อไปนี้

๑) คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง

จากการวิเคราะห์พบว่ามีการใช้คำเรียกคนอีสานที่ร่วมในการชุมนุมทางการเมืองในนาม นปช.ในช่วงรัฐบาลที่บริหารโดยนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะว่า แดงโคราช แดงอีสาน แดงทั้งแผ่นดินอีสาน มวลชนคนเสื้อแดงอีสาน ชมรมคนเสื้อแดงโคราช แดงอุดร เป็นต้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง “เวลา ๑๖.๐๐ น. มวลชนคนเสื้อแดง ชมรมคนเสื้อแดง จนครราชสีมา นัดรวมพลังปกป้อง น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกฯ ที่วัดบูรณร์ หลักเมืองจัดเดินรณรงค์ให้มีการเลือกตั้งวันที่ ๒ ก.พ. ๕๗” (ไทยรัฐ, ๒๓ ธ.ค.๒๕๕๖)

ตัวอย่าง ถ้า พ.ต.ท.ทักษิณอยากกลับมาประเทศไทย ก็ให้กลับมาเลย ประชาชน
เสื้อแดงภาคอีสาน ๒๐ จังหวัดกว่า ๑๐ ล้านคนจะไปรอรับ (เดลินิวส์.
๒๐ มี.ค. ๒๕๕๕)

จากการใช้กลุ่มคำนี้นำเสนอภาพคนอีสาน ไม่ว่าจะ เป็น
แดง+อีสาน/อุดร แสดงว่า เสื้อแดงยังมีกลุ่มอื่นอีก แต่ความถี่และการปรากฏที่พบว่า
แดง+อีสาน /จังหวัดในภาคอีสาน ทำให้ภาพการเป็นมวลชนเสื้อแดงกลายเป็นภาพ
แทนที่เด่นของคนอีสาน

นอกจากนี้มีการใช้คำ/ กลุ่มคำ ในการนำเสนอภาพตัวแทน
คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง ได้แก่ คนเสื้อกรูรัฐบาล
ฐานเสียง ฐานกลุ่มคำเหล่านี้แสดงให้เห็น อำนาจในการต่อรองของคนอีสาน
โดยที่คนอีสานเรียกร่องสิทธิ์ ความยุติธรรม ความเท่าเทียม

อุปสรรคของการต่อสู้ [การเลือกตั้ง คือ การต่อสู้] จากข้อมูล
ที่นำมาวิเคราะห์พบว่ามีการใช้วงคำศัพท์ที่เกี่ยวกับสงคราม/การต่อสู้ ได้แก่ คำว่า
“สู้” “ฐาน” “จุดใจ” “เจาะ” “ต่อสู้” “ตั้งป้อม” “ยึด” “ยุทธศาสตร์” “ชิง” “ป้องกัน”
“สนามการเมือง” “ฐานที่มั่น” “ฐานเสียง” “ตัวประกัน” “ทัพหน้า” “ทัพหลัง” มาใช้กับ
การเลือกตั้งในภาคอีสานที่มีสิทธิในการเลือกตั้งมากที่สุดในประเทศ การเลือกใช้คำศัพท์
เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงมโนทัศน์ซึ่งเปรียบเทียบการเลือกตั้งในภาคอีสานกับการต่อสู้ /
การทำสงคราม การพยายามที่จะเอาชนะการเลือกตั้งของนักการเมืองแต่ละพรรค
โดยที่คนอีสานคือเป้าหมายและเป็นฐานเสียงสำคัญของพรรคการเมือง ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง ด้วยความมุ่งมั่นที่จะ เจาะภาคอีสาน ซึ่งเป็น ฐานสำคัญของพรรค
ไทยรักไทย พรรคประชาธิปัตย์จึงได้ประกาศนโยบายเกี่ยวกับภาคอีสาน
โดยเฉพาะ (ไทยรัฐ. ๑๘ ต.ค. ๒๕๕๐)

ตัวอย่าง ต้องติดตามดูกันต่อไป พรรคประชาธิปัตย์จะ เจาะภาคอีสานได้บ้างไหม?
ในยุคที่ ต่อสู้กับนายสมัคร สุนทรเวช (ไทยรัฐ. ๑๘ ต.ค. ๒๕๕๐)

ตัวอย่าง วาง ยุทธศาสตร์ชิงภาคอีสาน ผู้สื่อข่าวถามว่าใน พื้นที่สีแดงตอนทำ
ประชามติร่างรัฐธรรมนูญจะมีผลต่อการพิจารณาตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง

หรือไม่ นายสุเทพกล่าวว่า ตนไม่คิดว่าพื้นที่ไหนเป็นสีแดง เพราะในการเลือกตั้งนั้นแต่ละพื้นที่มีความยากง่ายต่างกัน (ไทยรัฐ, ๒๙ ส.ค. ๒๕๔๙)

ตัวอย่าง ในภาคอีสานวันนี้ต้องถือว่า พ.ต.ท.ทักษิณ ยังมีต้นทุนที่สูงมาก ดูได้จาก กองกำลัง “คนเสื้อแดง” ที่แม้จะมีแกนนำ “คนเสื้อแดง” บางส่วนแยกออกไปเดินคนละทางหรือ ส.ส. ในนามกลุ่ม “เพื่อนเนวิน” ซึ่งเป็น ส.ส. อีสานบางส่วนแยกตัวออกไปแต่ก็ต้องถือว่า พ.ต.ท.ทักษิณ ยังมีต้นทุนสูงอยู่ (เดลินิวส์, ๘ ก.พ. ๒๕๕๒)

จากการศึกษาภาพตัวแทนในมิติทางการเมืองพบว่า ภาพแทนที่เด่น คือ คนอีสานเป็นที่ต้องการของนักการเมือง เพราะเป็นฐานเสียงสำคัญของประเทศมิบบาทาในการเลือกรัฐบาล แต่มักจะไม่ได้รับการตอบแทนที่เท่าเทียม และควรจะเป็น เมื่อการเลือกตั้งผ่านพ้นไป คนอีสานยังคงขาดการดูแลและเอาใจใส่จากรัฐบาลดังจะเห็นได้จากการนำเสนอภาพคนอีสานที่พยายามเรียกร้องสิทธิ ความยุติธรรม และความเท่าเทียมกันผ่านสื่อต่างๆ นอกจากนี้จะสังเกตว่า “คนอีสาน” ในหัวข้อนี้จะหมายถึง “พื้นที่” มากกว่า “คนอีสาน” ซึ่งคนอีสานเป็นคนที่อยู่ในพื้นที่นี้เป็นพื้นที่แห่งการช่วงชิง นักการเมืองให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่หาเสียง และพยายามที่จะกล่อมให้คนอีสานได้รับรู้ว่าตนมีความสามารถในการต่อรองได้ ดังนั้น การแย่งชิงพื้นที่ของนักการเมืองจึงเป็นสิ่งที่นักการเมืองให้ความสำคัญ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง มาวันนี้ สนามการเมืองมุ่งไปที่ภาคอีสาน แต่ละ พรรคก็จะ ขับเคี่ยวเอาเป็นเอาตาย (ไทยรัฐ, ๑๘ ก.ย. ๒๕๕๐)

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า นอกจากคนอีสานจะเป็นฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมืองแล้ว คนอีสานยังดูเหมือนจะเป็นเครื่องมือทางการเมือง โดยนักการเมืองอาศัยความเป็นอีสานในการแสดงบทบาททางการเมือง สังเกตได้จากตัวอย่างที่ปรากฏ พรรคการเมือง/นักการเมืองมักจะเป็นประธานของข้อความ เช่น พรรคไทยรักไทย พรรคประชาธิปัตย์ ดังตัวอย่าง “พรรคประชาธิปัตย์ จะเจาะภาคอีสานได้บ้างไหม?”

๒) คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง

การใช้คำ/ กลุ่มคำ ในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสาน คือเหยื่อทางการเมืองมีทั้งการใช้คำเรียก และการใช้คำที่มีภพปรากฏร่วมกัน เช่น *รับใช้การเมือง ตอกย้ำ อัดอั้นตันใจ ใส่ร้ายป้ายสี ไม่ได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย ต้องยอมรับ รับเงินรับทอง ซื่อใจ ซื่อตัว ถูกกล่าวหา กล่อม* เป็นต้น กล่าวได้ว่าการเลือกใช้คำ/กลุ่มคำที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ไม่ว่าจะเป็น การเลือกตั้ง นักการเมือง ฐานเสียง ซื่อสิทธิขายเสียง กลุ่มคำเหล่านี้ช่วยสื่อให้เห็นกระบวนการทางการเมืองว่า คนอีสานรับบทบาทเป็นผู้ถูกกระทำ และนักการเมืองเป็นผู้กระทำ เช่น *ถูกซื้อเสียง ถูกหลอกหาเสียง* โดยการกระทำเช่นนี้เป็นผลเนื่องมาจากการเลือกตั้งที่นักการเมืองพยายามทำผิดกฎการเลือกตั้งเพื่อให้กลุ่มตนได้รับชัยชนะจึงทำทุกวิถีทางเพื่อจะได้คะแนนเสียง นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าคนอีสานถูกใช้ประโยชน์ทางการเมือง แต่ไม่ได้รับความยุติธรรม และถูกทอดทิ้งเมื่อหมดผลประโยชน์

การใช้อุปสรรคณ์ อุปสรรคณ์ (metaphor) หมายถึง ถ้อยคำที่แสดงการเปรียบเทียบของสองสิ่งซึ่งอยู่ต่างกลุ่มกัน สิ่งหนึ่งเป็นสิ่งที่ถูกเปรียบ ส่วนอีกสิ่งหนึ่งเป็นแบบเปรียบ (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, ๒๕๕๒)

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า อุปสรรคณ์เป็นกลวิธีการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานกลวิธีหนึ่ง เพราะผู้อ่านต้องเชื่อมโยงคุณลักษณะของแบบเปรียบกับสิ่งที่ถูกเปรียบโดยใช้ความคิดหรือประสบการณ์รับรู้ของตนที่มีอยู่ ทำให้เกิดมุมมองและสามารถกำหนดความคิดของผู้อ่านได้ และจากการศึกษาข้อมูลพบว่า คนอีสานมีการใช้อุปสรรคณ์เกี่ยวกับการเดินทาง นอกจากนี้คู่เปรียบของอุปสรรคณ์ที่นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานกับการเมืองนั้นจะเน้นให้ “คนอีสาน” เป็นผู้ถูกกระทำ ในขณะที่ “นักการเมือง” เป็นผู้กระทำ เช่น

อุปสรรคณ์การเดินทาง [การเลือกตั้ง คือ การเดินทาง]
จากข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์พบว่ามีการใช้วงคำศัพท์ที่เกี่ยวกับการเดินทาง ได้แก่ คำว่า “เส้นทาง” “เป้าหมาย” “เดินหน้า” “ทาง” “อุปสรรค” “ก้าวเดิน” “เดินหน้า” “การเดินทาง” “ทาง” “ทางผ่าน” มาใช้กับคนอีสาน การเลือกใช้คำศัพท์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงมโนทัศน์ว่าเปรียบการเลือกตั้งในภาคอีสานกับการเดินทาง มีการเริ่มต้น

เดินทาง และมีเป้าหมายคือการชนะการเลือกตั้ง ในระหว่างการเดินทางอาจพบอุปสรรคต่างๆ แต่ก็ต้องพยายามฝ่าฟันไปให้ถึงจุดหมาย โดยที่คนอีสานเป็นเพียง “ทางผ่าน” ไปสู่อำนาจของนักการเมือง

ตัวอย่าง ต้องถือว่าเป็น**การเดินทาง**แล้ว เพราะคนอีสานชอบนโยบายที่เป็นรูปธรรม ประเภทลดแลกแจกแถม เห็นผลทันตา มิใช่แค่สัญญาลมๆ แล้งๆ เกี่ยวกับความมั่งคั่งร่ำรวย (ไทยรัฐ. ๑๘ ต.ค. ๒๕๕๐)

ตัวอย่าง บอกว่ารักคนอีสานเสียเต็มประดา โดยไม่ได้มีสิ่งที่ยั่งยืนแม้แต่น้อย เป็นเพียงแค่**ทางผ่าน**ไปสู่อำนาจและผลประโยชน์เท่านั้น (ไทยรัฐ. ๑๑ มิ.ย. ๒๕๕๒)

การใช้มูลบท ในที่นี้การใช้มูลบท หมายถึง การใช้ภาษาเพื่อสื่อข้อความที่ทำให้เข้าใจโดยนัยว่ามีข้อความอื่น ๆ หรือมีเหตุการณ์บางอย่างปรากฏหรือเกิดขึ้นมาก่อนหน้าแล้วหรือมีความคิดและเจตนาบางอย่างแฝงอยู่ในข้อความในตัวบท ดังที่ Fairclough (๒๐๐๓, อ้างถึงใน ฌรัฐพร พานโพธิ์ทอง, ๒๕๕๖) ได้เน้นไปที่มูลบทเกี่ยวข้องกับวาทกรรมในแง่ที่โยงไปกับความรู้อ้างอิงทางสังคมวัฒนธรรมของผู้พูดผู้ฟัง มีอยู่ร่วมกันและยังเกี่ยวพันกับเรื่องของรูปภาษา อำนาจ และอุดมการณ์อีกด้วย การใช้มูลบทเป็นการใช้กริยาที่มีค่าความจริง คือ กริยาที่แสดงให้เห็นว่าข้อความที่ตามมานั้นเป็นความจริง เช่น ดีใจ เสียใจ โกรธ ภูมิใจ ใจหาย นอกจากนี้ยังเป็นการใช้กริยาที่สื่อความหมายด้วย เช่น หยุด ลืม เลิก เคย เป็นต้น

การนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานมีการใช้มูลบทเพื่อเน้นความหมายต่างๆในมุมมองของผู้เขียน การใช้มูลบทในการศึกษานี้พบว่า มีทั้งการใช้นามวลีสื่อมูลบท และการปฏิเสธมูลบท การใช้มูลบทในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานเป็นการใช้มูลบทเพื่อเน้นความหมายว่า คนอีสานไม่ได้เป็นอย่างที่ใดกล่าวไว้เป็นการกล่าวแย้งกับความคิด เหตุการณ์หรือข้อมูลที่มีก่อนหน้าหรือผู้พูดเชื่อว่ามีมาก่อน ข้อความที่มีการกล่าวแย้งหรือปฏิเสธมักจะสื่อให้เข้าใจได้ว่ามีอะไรเกิดขึ้นมาก่อน เช่น การที่คนอีสานแสดงความเห็นว่า “หากเชื่อว่าคนอีสานกับคนเหนือชอบขายเสียง” แสดงว่าก่อนหน้านี้นี้ มีความคิดเห็นว่าคนอีสานชอบขายเสียง ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง หากเชื่อว่าคนอีสานกับคนเหนือชอบขายเสียง ก็ให้พรรคการเมืองที่เลือกตั้งในอีสานสามารถใช้เงินได้อย่างเต็มที่ แล้วไปทดสอบกันดูว่าได้รับเลือกตั้งมาทั้งหมดหรือไม่ หากได้รับเลือกตั้งมาจริง **ขอล่าหาที่ว่าคนเหนือและคนอีสานใช้เงินพาดหัวได้ ก็ถือว่าเป็นความจริง** (ไทยรัฐ. ๒ มิ.ย. ๒๕๕๓)

ตัวอย่าง จัดเอาคำพูดของหนึ่งในลูกทีม “อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ” ที่**เคยพูดเมื่อครั้ง** ไหวตลงประชามติรัฐธรรมนูญว่า คนภาคใต้เก่งมีการศึกษา **ในขณะที่คนอีสานที่ไม่รับร่างรัฐธรรมนูญเป็นคนโง่ ถูกซื้อเสียง** (ไทยรัฐ. ๑๖ พ.ย. ๒๕๕๐)

จากตัวอย่างที่ขีดเส้นใต้ข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า การที่คนอีสานไม่เห็นด้วยกับการร่างรัฐธรรมนูญได้กลายเป็นคนโง่และถูกซื้อเสียง ไม่เข้าใจประชาธิปไตยอย่างถ่องแท้ แต่อย่างไรก็ตามการไม่รับร่างรัฐธรรมนูญนั้นมีใช่คนอีสานเท่านั้นที่ไม่เห็นด้วย แต่ผู้สื่อข่าวสนใจที่จะนำเสนอว่าคนอีสานไม่รับร่างรัฐธรรมนูญและเน้นย้ำว่าคนกลุ่มนี้เป็น “คนโง่และถูกซื้อเสียง” และมีมูลบทที่สื่อว่าข้อความนี้มีคนกล่าวไว้แล้วและเป็นที่รับรู้กันว่าคนอีสานมีลักษณะเช่นนั้น เช่น ในถ้อยคำที่ว่า “**ขอล่าหาที่ว่าคนเหนือและคนอีสานใช้เงินพาดหัวได้**” ดังนั้นการเลือกที่จะนำเสนอคนอีสานในด้านนี้จึงเป็นส่วนสำคัญต่อการสะท้อนภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อระดับชาตินำเสนอให้สังคมได้รับรู้

นอกจากนี้มี **การใช้โครงสร้างประโยคกรรม** ในการนำเสนอภาพที่คนอีสานตกเป็นเหยื่อทางการเมือง ซึ่งการเลือกใช้โครงสร้างประโยคกรรมนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า คนอีสานถูกกระทำ มากกว่าเป็นผู้กระทำ เช่น

ตัวอย่าง กรณีที่คนอีสานและเหนือ **มักถูกกล่าวหาอยู่เสมอว่าเห็นแก่เงิน** ไปเลือกตั้งเพราะเงิน พรรคการเมืองบางพรรคแพ้เลือกตั้งก็กล่าวหาว่าแพ้เงิน หากฝ่ายตรงข้ามไม่แจกเงิน ไม่มีทางชนะเลือกตั้งเด็ดขาด (ไทยรัฐ. ๒ มิ.ย. ๒๕๕๓)

ตัวอย่าง สงสารก็แต่คนอีสานเท่านั้น ที่ต้องถูกนักการเมืองทั้งหน้าใหม่หน้าเก่า แอบอ้างและลวงด้วยนโยบายประชานิยม แต่ในความเป็นจริงแล้ว ไม่มีใครจริงจังและจริงใจ เป็นเพียงแต่ภาพลวงตาเท่านั้นว่ารักคนอีสานเสียเต็มประดาเท่านั้น (ไทยรัฐ. ๑๑ มิ.ย. ๒๕๕๒)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า คนอีสานถูกกระทำ ไม่ว่าจะเป็นการใช้กลุ่มคำว่า “ถูกกล่าวหาอยู่เสมอว่าเห็นแก่เงิน” และ “ถูกนักการเมืองทั้งหน้าใหม่หน้าเก่าแอบอ้างและลวงด้วยนโยบายประชานิยม” ในรูปโครงสร้างประโยคกรรม โดยเฉพาะในตัวอย่างนี้จะเห็นได้ว่าคนอีสานถูกนักการเมืองใช้ประโยชน์เมื่อหมดผลประโยชน์ก็เพิกเฉยที่จะทำตามสัญญาที่ให้ไว้ “แต่ในความเป็นจริงแล้วไม่มีใครจริงจังและจริงใจ เป็นเพียงแต่ภาพลวงตาเท่านั้นว่ารักคนอีสานเสียเต็มประดาเท่านั้น” จากถ้อยคำที่ขีดเส้นใต้จะเห็นได้ว่า คนอีสานมีความรู้สึกคับแค้นเสียใจที่นักการเมืองหลอกใช้และไม่สามารถตอบโต้ได้จึงต้องยอมรับสภาพที่เกิดขึ้น

การใช้สหพ โดยการอ้างเหตุผลเพื่อเป็นหลักฐาน ข้อสรุปหรือข้อพิสูจน์เกี่ยวกับคนอีสานว่า คนอีสานคือเหยื่อทางการเมือง และนักการเมืองนำไปใช้ประโยชน์ในทางมิชอบ เช่น การอ้างผลสำรวจ ผลสำรวจความคิดเห็น อ้างถึงบุคคลหรือคำพูดของบุคคลที่มีชื่อเสียง หรืออ้างเหตุการณ์ในอดีตที่ผ่านมา

ตัวอย่าง ผมจำได้ ช่วง ๒๕๐๐ แถวอีสานเคยมีข่าว ส.ส.แจกปลาเค็ม มีข่าวกระทั่งแจกรองเท้า...ไม่ใช้การให้รองเท้าทั่วไป แต่เป็นการให้ไว้ข้างหนึ่ง...อีกข้างหนึ่งไปรับได้ในกรณีที่ชนะเลือกตั้ง ผมฟังแล้วเจ็บหัวใจแทนคนอีสานซื้อกันด้วยเงิน ด้วยของแจกว่าย้ายศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์กันอย่างสุดเลวร้ายแล้ว...ไม่อยากเชื่อว่า กรณีให้รองเท้าข้างหนึ่งข้าง ยิ่งเลวร้ายยิ่งกว่า สักสามสิบปีที่แล้วเมื่อนักการเมืองใหญ่จากกรุงเทพฯ หัวกระเป๋ ไปสมัครที่ร้อยเอ็ดแล้วชนะมาได้ ท่ามกลางเสียงครหาว่าเกิดโรค ร้อยเอ็ด และโรคร้อยเอ็ดที่ว่า จะยึดโยงอยู่ในหลายๆจังหวัดในอีสาน (ไทยรัฐ. ๓ พ.ย. ๒๕๕๐)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า การที่ผู้เขียนเลือกใช้สหพในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานเกี่ยวกับการเมืองนั้น เป็นการใช้กลวิธีทางภาษา

ที่แยบยล เพราะผู้เขียนได้นำข้อความหรือเหตุการณ์ครั้งอดีตที่เป็นที่สลดใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งของคอนอิสานมาโยงเข้ากับข้อมูลที่ต้องการนำเสนอว่า แม้ว่าเวลาจะผ่านไปนานเท่าใด คอนอิสานก็ยังถูกนำมาใช้ประโยชน์ในเกมการเมือง โดยจะเห็นได้จากการเลือกใช้คำว่า “ช่วง ๒๕๐๐...” และคำว่า “สักสามสิบปีที่แล้ว...” เพื่อเน้นให้เห็นถึงช่วงเวลาที่ผ่านมา และข้อความที่ขีดเส้นใต้ที่ได้บอกรายละเอียดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นว่าคอนอิสานถูกนักการเมืองใช้ประโยชน์อย่างไร นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า “นักการเมืองใหญ่จากกรุงเทพฯ” ได้เป็นคู่ขัดแย้งกับคอนอิสานอีกด้วย

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า คอนอิสานในแง่การเมืองนั้น เป็นภาพตัวแทนที่น่าสนใจมาก เพราะทั้งภาพตัวแทนคอนอิสานคือฐานเสียงสำคัญ และมีบทบาททางการเมือง และคอนอิสานเป็นเหยื่อทางการเมืองนั้นมีความหมายสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง ทั้งสองภาพตัวแทนที่สื่อระดับชาตินำเสนอในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา มีการเคลื่อนไหวทางการเมืองและมีการเปลี่ยนแปลงพรรคการเมืองหลายครั้ง ภาคอิสานได้กลายเป็นสถานที่สำคัญต่อนักการเมืองในการหาเสียง และนักการเมืองได้ใช้ประโยชน์จากบุคลิกลักษณะและอุปนิสัยของคอนอิสานที่เป็นกลุ่มคนรักพวกพ้อง อดทนมีน้ำใจ และภูมิใจในท้องถิ่นตน โดยที่คอนอิสานไม่รู้ตัวว่ากำลังถูกใช้ประโยชน์ การนำเสนอภาพเหล่านี้สื่อระดับชาติได้นำเสนอผ่านกลวิธีทางภาษาอย่างแนบเนียน โดยเลือกใช้ อุปลักษณะในการนำเสนอภาพคอนอิสาน ซึ่งเป็นกลวิธีที่เด่นมากในการนำเสนอภาพคอนอิสานในแง่การเมือง

๓.๓ ภาพตัวแทนคอนอิสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติกับวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม

ผลของการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่นำเสนอภาพตัวแทนคอนอิสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติสะท้อนให้เห็นมุมมองของผู้เขียนที่มองคอนอิสานในแง่มุมมองต่างๆ ภาพของคอนอิสานที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ สรุปรูปภาพตัวแทนที่ได้ ๓ มิติ มีทั้งหมด ๙ ภาพ ได้แก่ ๑) คอนอิสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น ๒) คอนอิสานอดทน ๓) คอนอิสานรักพวกพ้องและมีน้ำใจ ๔) คอนอิสานยากจน ๕) คอนอิสานการศึกษาน้อย ๖) คอนอิสานคือชนชั้นแรงงาน ๗) คอนอิสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม ๘) คอนอิสานคือฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง และ ๙) คอนอิสานเป็นเหยื่อทางการเมือง

ภาพที่นำเสนอสะท้อนให้เห็นว่า ในมิติทางการเมือง คนอีสานมีความสำคัญ ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานที่เป็นกลุ่มคนที่มีฐานเสียงสำคัญในการเลือกพรรคการเมือง แต่ในมิติทางเศรษฐกิจและสังคม คนอีสานถูกละเลย ถูกกระทำ ยังไม่ได้รับสิทธิและการดูแลเท่าที่ควรจะเป็น ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม เป็นต้น

ภาพตัวแทนที่ได้นี้สะท้อนให้เห็นถึงภาพที่คนส่วนใหญ่มองคนอีสานในแง่ลบกล่าวคือ ด้อยกว่า ถูกกระทำ ไม่ได้ได้รับความยุติธรรม คนอีสานได้กลายเป็นเหยื่อทางการเมือง และตกเป็นเหยื่อของสังคมอันเนื่องมาจากการถูกเอาเปรียบจากกลุ่มคนที่มีอำนาจ และการถูกใช้อำนาจไปในทางมิชอบ นักการเมืองพยายามโน้มน้าวคนอีสานโดยการนำพื้นฐานความคิดและความเชื่อของคนอีสานมาเป็นฐานอำนาจเพื่อก้าวไปสู่ภาวะผู้นำทางการเมือง การใช้อำนาจในทางมิชอบนี้เป็นสิ่งสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง ดังจะเห็นได้จากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีแกนนำกลุ่มคนเสื้อแดงที่ส่วนใหญ่จะเป็นคนอีสานมาชุมนุมประท้วงรัฐบาลเพื่อขัดขวางการทำงานของคณะรัฐบาล หรือเหตุการณ์นายอภิสิทธิ์ก็ขยายนิยามแห่งเมืองอุบล เหตุการณ์เหล่านี้ทำให้ “คนอีสาน” ได้รับความสนใจจากสังคมมากขึ้น Pravit Rojanaphruk (2010) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ว่า อัตลักษณ์ทางการเมืองของชาวบ้านอีสาน แม้ที่จริงสะท้อนปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับชนบทไทยทั่วไปหลังจากเหตุการณ์เดือนพฤษภาคม พ.ศ.๒๕๕๓ ซึ่งจบลงด้วยรัฐบาลภายใต้การนำของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ใช้กำลังเข้าสลายการชุมนุมเครือข่ายของคนเสื้อแดงเป็นเหตุให้มีผู้เสียชีวิตจำนวนมาก ผ่านไปได้ไม่นาน วิลเลียม เคลาส์เนอร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาวัฒนธรรมไทยได้ให้สัมภาษณ์ว่า ชาวบ้านไม่ได้โง่เง่าหรือล้าหลังทางการเมืองอีกต่อไป ความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองกับชนบท อีสานได้กลายเป็นตัวแทนของชนบท และถูกสร้างให้เป็นคู่แข่งกับเมือง เป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ชนบทไทยโดยเฉพาะในภาคอีสานและภาคเหนือได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมโหฬาร ในขณะที่คนในเมืองยังยึดติดอยู่กับภาพลักษณ์แบบเหมารวมที่ว่าคนชนบทไม่มีการศึกษาและบ้านนอก ชาวชนบทตื่นรู้กับความจริงที่ว่าตัวเองถูกคนเมืองและชนชั้นนำดูถูกดูแคลนมานาน พวกเขาต้องการการยอมรับอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรี ไม่ใช่ถูกมองว่าโง่เง่าเป็นควาย (Pravit Rojanaphruk, 2010) ดังนั้นภาพแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติก็ยังคงตอกย้ำภาพเหมารวมแบบเดิมนั่นอยู่

นอกจากนี้ก็จะเห็นได้ว่าการที่คนอีสานเป็นกลุ่มคนจนทำให้ขาดโอกาสในการศึกษาและการเข้าถึงเทคโนโลยีจึงส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆตามมา เช่น การถูกเอารัดเอาเปรียบจากคนต่างกลุ่ม ตกเป็นเหยื่อทางการเมืองโดยที่นักการเมืองใช้ประโยชน์จากความเชื่อและจิตใจของคนอีสาน และการที่ไม่มีความรู้จึงต้องกลายเป็นกลุ่มคนชนชั้นแรงงานและถูกล่อลวงได้ง่าย ในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา ภาพคนอีสานที่ยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง คือ ภาพคนอีสานที่ด้อยโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรต่อการศึกษา ยกจน ฐิติไม่เท่าทันคนอื่น ชนชั้นแรงงาน ดังที่ อภิศักดิ์ โสมอินทร์ (๒๕๕๗) กล่าวว่า ในอดีตคนอีสานถูกมองว่าเป็นคนต่ำต้อยล้าหลัง เป็นบักเสี้ยว บักสีเต๋อ หรือเป็นพลเมืองชั้นสองของประเทศ ซึ่งอย่างดีก็เป็นได้แค่แรงงานชั้นต่ำของชาติเท่านั้น

จากการศึกษา พบว่า ภาพคนอีสานที่ถูกนำเสนอมักเป็นไปในลักษณะลบและตอกย้ำภาพเหมารวมบางประการเกี่ยวกับคนอีสานดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ในขณะที่ภาพคนอีสานน่าจะมีลักษณะอื่นที่หลากหลายกว่านี้ แต่ไม่ปรากฏการนำเสนอในระดับชาติ ดังเช่นที่ปรากฏภาพคนอีสานที่ถูกจัดให้เป็นพลเมืองชั้นสองของสังคม กลุ่มคนยากจน เป็นชนชั้นแรงงาน และสื่อมวลชนได้นำเสนอภาพเหล่านี้สู่สาธารณชน และตอกย้ำความคิดความเชื่อเกี่ยวกับคนอีสานว่ามีลักษณะดังที่กล่าวไว้ นอกจากนี้การที่คนอีสานถูกมองว่าเป็นกลุ่มคนยากจนและด้อยโอกาสนั้นสื่อให้เห็นว่า คนอีสานขาดโอกาสทางการศึกษา การเข้าถึงเทคโนโลยี และทรัพยากรธรรมชาติ โดยที่“ความเป็นคนจน” ได้ถูกกำหนดจากหลายปัจจัย เช่น ขาดโอกาสทางการศึกษา ไม่ได้รับการดูแลด้านสุขภาพ รวมถึงการไม่มีสิทธิไม่มีเสียง และไม่มีอำนาจในการตัดสินใจในเชิงนโยบาย ทั้งนี้ความต้องการของคนไร้สิทธิไร้เสียงจะไม่ถูกนำไปสู่นโยบาย ไม่มีใครได้ยินเสียงเรียกร้องของคนจน พวกเขาจึงไม่ได้รับการตอบสนองสิ่งที่พวกเขาควรจะได้ (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, ๒๕๕๖) ดังนั้นสิ่งที่คนอีสานได้รับจากสังคมจึงไม่แตกต่างต่างจากอดีตที่ผ่านมา

ในการนำเสนอภาพเกี่ยวกับคนอีสานนี้ เมื่อมีการนำเสนอภาพใดภาพหนึ่งซ้ำๆจนทำให้ภาพนั้นกลายเป็นภาพตัวแทนคนอีสานซึ่งภาพที่ได้อาจมิใช่ความจริงทั้งหมด แต่เป็นภาพที่ได้จากการถูกสร้างขึ้นมาจากมุมมองใดมุมมองหนึ่งที่ผู้ผลิตได้เลือกหรือคัดสรรที่จะนำเสนอให้แก่ผู้อ่านได้รับรู้ ดังนั้นสื่อระดับชาติจึงมีบทบาทและอำนาจมากในการผลิตตัวบทเพื่อกระจายภาพของคนอีสานไปสู่สาธารณะ การใช้รูปภาพใน

การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคนอีสานจึงเป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน ผู้นำเสนอข่าว จึงต้องระมัดระวังในการนำเสนอข่าวให้เป็นกลางที่สุด แต่จะเห็นได้ว่าการรายงาน ข่าวเกี่ยวกับคนอีสานก็ยังมีการแฝงนัยบางอย่างมาที่รูปภาษาที่ใช้อย่างแนบเนียน โดยที่ผู้อ่านไม่รู้ตัว นอกจากนี้ จารุภา พานิชภักดิ์ (๒๕๕๒) ชี้ให้เห็นความคิดของ Hall เกี่ยวกับเรื่องภาพตัวแทนว่า การสร้างภาพตัวแทนจะเกี่ยวพันกับการสร้างภาพ เหมารวม (stereotype) ซึ่งจะลดทอนคนลงไปเป็นคนที่มีคุณสมบัติเชิงสารัตถะไม่กี่อย่าง ประการแรกทำให้คุณสมบัตินั้นสุดขั้วเกินจริงเพื่อให้เข้าใจง่าย ประการที่สองคือ การแบ่งแยกความแตกต่างแบบคู่ตรงข้าม ประการที่สาม คู่ตรงข้ามที่ถูกสร้างขึ้นนั้น มีการให้ค่าที่ไม่เท่ากัน ภาพตัวแทนจึงถูกใช้ในการให้ความหมาย “ตัวตน” “ตัวฉัน” ว่า เป็นใครและอย่างไร และในขณะเดียวกันก็อธิบายว่า “คนอื่น” เป็นอย่างไร ภาพตัวแทน จึงเป็นเหมือนกับ “กลไก” ที่ทำให้เราสามารถแบ่งแยกเขาแบ่งแยกเราได้อย่างชัดเจน ภาพตัวแทนคนอีสานที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ระดับชาติจึงมิใช่ภาพคนอีสานทั้งหมด ที่ปรากฏในสังคมไทย แต่เป็นเพียงภาพบางส่วนบางมุมที่สื่อคัดเลือกมานำเสนอให้แก่ มวลชนได้รับรู้และเข้าใจคนอีสานในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งเท่านั้น ในขณะเดียวกันหากมอง ในมุมมองของคนอีสานที่สื่อผ่านหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น^๒ แล้วจะพบว่า ภาพตัวแทนคน อีสานจะต่างจากภาพที่สื่อระดับชาตินำเสนอ ดังจะเห็นได้จากภาพตัวแทนคนอีสานใน แง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัยพบว่า มีภาพที่เหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันคือในแง่ของ รายละเอียดที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนำเสนอในลักษณะบวก เช่น คนอีสานรักและภูมิใจ ในท้องถิ่นของตน ส่วนหนังสือพิมพ์ระดับชาตินำเสนอในภาพลบ เช่น คนอีสานอดทน และมีน้ำใจ แต่ภาพของความอดทนนั้นจะเป็นภาพที่คนอีสานต้องอดทนต่อการถูกผู้อื่น กระทำ มิใช่ภาพที่คนอีสานมีความมุมานะพยายามและอดทนดังที่ปรากฏในสื่อระดับ ท้องถิ่น นอกจากนี้ภาพที่คนอีสานถูกนำเสนอในสื่อระดับชาติว่ามีความรู้้น้อยและด้อย โอกาส แต่ที่ปรากฏในสื่อระดับท้องถิ่นคือ คนอีสานมีโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีต่างๆ มากขึ้นและพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้ดีขึ้น

^๒ ที่มา : ข้อมูลจากผลการวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น. ส่วนหนึ่งในวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ ระดับชาติและระดับท้องถิ่น : การศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์” สุภัทร แก้วพัตร. (๒๕๕๙)

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ความคิดความเชื่ออย่างเป็นระบบที่แฝงอยู่เบื้องหลังการใช้ภาษาของหนังสือพิมพ์ระดับชาติในรอบทศวรรษนี้คือ ภาพตัวแทน / ความหมายของคนอีสานมีหลากหลาย แต่นัยที่แฝงอยู่มักจะเป็นความไม่เท่าเทียมกับคนอื่น ความด้อยกว่า โดยจะเห็นได้ว่า คนอีสานด้อยโอกาส (ยากจน การศึกษาน้อย ชนชั้นแรงงาน) จึงถูกคนต่างกลุ่มที่มีสถานภาพและอำนาจเหนือกว่ากระทำ เอาเปรียบ และตกเป็นเหยื่อทางการเมือง ยิ่งไปกว่านั้นการนำเสนอภาพคนอีสานผ่านสื่อระดับประเทศยังเป็นการตอกย้ำภาพตัวแทนเหล่านี้ให้ชัดเจนมากขึ้น แม้จะผ่านไปอีกหลายทศวรรษหากสื่อยังคงนำเสนอภาพคนอีสานในแง่มุมนี้ต่อไป ภาพคนอีสานที่ปรากฏก็มีแตกต่างจากอดีตที่ผ่านมา ซึ่งอาจจะมิได้นำเสนอโดยตรง และเป็นการแฝงอคติผ่านรูปภาพที่สะท้อนภาพคนอีสานเป็นกลุ่มคนด้อยโอกาส และเรียกร้องสิทธิ์ความเท่าเทียมกันในสังคม

๔. บทสรุป

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพตัวแทนคนอีสานที่สื่อผ่านภาษาในหนังสือพิมพ์ระดับชาติระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๗ ถึง พ.ศ. ๒๕๕๖ ตามแนวการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ โดยศึกษาจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๔๗ ถึงวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๖ จำนวน ๑,๙๒๔ ชิ้นงาน ผลการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ระดับชาติมีการใช้กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานที่สำคัญทั้งสิ้น ๖ กลวิธี ได้แก่ ๑) การใช้คำ/กลุ่มคำ ๒) การใช้อุปสรรค ๓) การใช้มูลบท ๔) การใช้โครงสร้างประโยคกรรม ๕) การใช้สหบท และ ๖) การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ กลวิธีทางภาษาทั้งหมดนี้ได้นำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานในหนังสือพิมพ์ระดับชาติแบ่งออกเป็น ๓ มิติ ได้แก่ ๑) คนอีสานในแง่บุคลิกลักษณะและอุปนิสัย ๒) คนอีสานในแง่เศรษฐกิจและสังคม และ ๓) คนอีสานในแง่การเมือง ผลการวิจัยที่ได้ อาจจะเป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจและสร้างการรับรู้ร่วมกันของคนในสังคมที่มีต่อคนอีสานได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จะเห็นว่าสื่อระดับชาติ มีการใช้กลวิธีทางภาษาที่หลากหลาย โดยมีจุดประสงค์ในการใช้คือ ผู้เขียนจะใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อแสดงความเชื่อที่มีอยู่เดิมเกี่ยวกับคนอีสาน และพยายามชักนำผู้อ่านให้คล้อยตามกับความคิดของตน ซึ่งความคิดความเชื่อที่มีอยู่เดิมและต้องการนำเสนอให้ผู้อ่านคล้อยตามนั้นคือ ภาพตัวแทนคนอีสานทั้ง ๙ ภาพ ได้แก่

๑) คนอีสานรักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่น ๒) คนอีสานอดทน ๓) คนอีสานรักพวกพ้อง และมีน้ำใจ ๔) คนอีสานยากจน ๕) คนอีสานการศึกษาน้อย ๖) คนอีสานคือชนชั้นแรงงาน ๗) คนอีสานถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม ๘) คนอีสานคือฐานเสียงสำคัญ และมีบทบาททางการเมือง และ ๙) คนอีสานเป็นเหยื่อทางการเมือง หากพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างภาพตัวแทนคนอีสานที่ได้จากการศึกษานี้กับอุดมการณ์ต่างๆ ที่มิโนสังคมนิยมอาจจะกล่าวได้ว่าภาพตัวแทนเหล่านี้มีส่วนสัมพันธ์กับอุดมการณ์ในสังคมนิยม กล่าวคือ ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติการเมืองนั้นสัมพันธ์กับอุดมการณ์ประชาธิปไตย^๘ ซึ่งจะสื่อให้เห็นถึงการปกครองของประเทศไทยที่เป็นการปกครองแบบระบอบประชาธิปไตย มีการเลือกตั้งผู้แทนราษฎรเพื่อทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้แก่ประชาชน และประชาชนมีส่วนร่วมในการเลือกผู้นำประเทศ ในการปกครองระบอบประชาธิปไตย^๙ ประชาชนมีความสำคัญเพราะอำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชนชาวไทย และประชาชนทุกคนมีสิทธิ์เสมอภาคเท่าเทียมกัน ในมุมมองตามอุดมการณ์ประชาธิปไตย คนอีสานมีสิทธิ์เสมอภาคเท่าเทียมกับคนอื่น ๆ ในสังคมนิยม นอกจากนี้ด้วยจำนวนประชากรที่มากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ คนอีสานจึงเป็นฐานเสียงสำคัญที่มีผลต่อการได้มาซึ่งอำนาจในการปกครองประเทศ ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานเป็นฐานเสียงสำคัญและมีบทบาททางการเมือง ภาพตัวแทนคนอีสานในมิติเศรษฐกิจและสังคมสัมพันธ์กับอุดมการณ์ชนชั้น ชนชั้นทางสังคม^{๑๐} (social class) หรือชนชั้น หมายถึง ตำแหน่ง (position) ของบุคคลเมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่นโดยใช้ตัวแปรที่สังคมนิยมพิจารณาว่ามีความสำคัญในการจัดแบ่ง ชนชั้นในสังคมนิยมเกิดจากปัจจัย

^๘ เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ (๒๕๕๓) อธิบายว่า คำว่า “ประชาธิปไตย” หรือ democracy หมายถึงการปกครองของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน ประชาธิปไตยเชื่อมการปกครองเข้ากับประชาชน การเชื่อมทั้ง ๓ ทาง คือ “ของ” “โดย” และ “เพื่อ” ประชาชน

^๙ สมพงษ์ ไหมวีจิตร (๒๕๓๔) อธิบายว่า ประชาธิปไตยนั้นจะเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริงในสังคมที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานแห่งการศรัทธา ไม่มีความแตกต่างระหว่างชนชั้น วรณะ และเพศ มนุษย์ทุกคนมีเกียรติเท่าเทียมกันในแง่จริยธรรม แต่สังคมไทยปัจจุบันซึ่งเป็นสังคม “ประชาธิปไตย” ก็ยังปรากฏแนวคิดเรื่องชนชั้นทางสังคมผ่านวาทกรรมต่างๆ

^{๑๐} ชนชั้นทางสังคม หมายถึง กลุ่มคนที่มีสถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจหรือการศึกษาแตกต่างกัน แต่ละสังคมอาจจะมีวิธีการแบ่งลำดับชั้นที่ต่างกันไป เช่น ฐานันดร ยศ เป็นต้น (ชนบทรพีพัฒนกุล, ๒๕๕๖)

ทางเศรษฐกิจและสังคมต่างๆ เช่น ขาดทุน กำไร ตำแหน่งทางการเมือง อำนาจทางเศรษฐกิจ ความมั่งคั่ง ระดับการศึกษาและอาชีพ จากผลการวิเคราะห์ภาพตัวแทนคนอีสาน จะเห็นได้ว่าแม้ในมิติทางการเมือง คนอีสานจะมีความเท่าเทียมกับคนอื่น แต่ในมิติทางเศรษฐกิจและสังคม สภาพความเป็นอยู่ของคนอีสานอาจจะทำให้ถูกมองว่าต่างจากคนอื่น และ ต่ำกว่าคนอื่นในสังคมที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่า ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วไม่ว่าคนชนชั้นใดก็มีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานยากจนและเป็นชนชั้นแรงงานและมักถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม ส่วนมิติทางบุคลิกภาพและอุปนิสัยนั้นสัมพันธ์กับแนวคิดเรื่องสังคมแบบเน้นการรวมกลุ่ม (collectivism)^{๑๑} กล่าวคือ เป็นสังคมที่คนถูกรวมเป็นส่วนหนึ่งตั้งแต่เกิด สังคมลักษณะนี้จะให้ความสำคัญกับครอบครัวและพวกพ้อง ตลอดจนชีวิตของคนกลุ่มนี้ จะภักดีและคอยปกป้องกลุ่มของตน ดังจะเห็นได้จากภาพคนอีสานรักพวกพ้องและ มีน้ำใจคอยช่วยเหลือกัน เมื่อคนในกลุ่มได้รับความเดือดร้อนก็ช่วยเหลือกัน รวมถึงภาพคนอีสานที่รักศักดิ์ศรีและภูมิใจในท้องถิ่นของตน ไม่พอใจเมื่อคนกลุ่มอื่นมาดูหมิ่นกลุ่มตน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า เบื้องหลังการใช้ภาษาในการนำเสนอภาพตัวแทนคนอีสานผ่านหนังสือพิมพ์ระดับชาตินั้น มีภาพตัวแทนบางภาพมีส่วนที่แฝงอคติและนัยเรื่องความไม่เท่าเทียมกันในสังคม เนื่องจากภาพที่ปรากฏในกลุ่มข้อมูลที่น่าสนใจมานั้น พบว่า ภาพตัวแทนคนอีสานมีลักษณะลบมากกว่าบวก ได้แก่ ภาพคนอีสานยากจนและการศึกษาน้อยด้อยโอกาส และภาพคนอีสานคือชนชั้นแรงงาน ภาพที่ถูกนำเสนอ คือ ภาพของความด้อยกว่า เสียโอกาส ถูกเอาเปรียบ ถูกหลอกหลวง ไม่ได้

^{๑๑} แนวคิดเรื่องสังคมแบบอิงกลุ่ม (collectivism) เป็นแนวคิดของ Hofstede ที่ได้เสนอทฤษฎีเรื่อง มิติวัฒนธรรมนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการจำแนกลักษณะของสังคมไว้ ๔ มิติ ได้แก่ ๑) การเป็นปัจเจกนิยมและคตินิยม ๒) อำนาจและระยะห่าง ๓) ความเป็นชายและความเป็นหญิง และ ๔) ความไม่แน่นอนและหลักการหลีกเลี่ยง มิติวัฒนธรรมที่มีความสำคัญและมีผู้สนใจอย่างกว้างขวางคือ มิติของความปัจเจกนิยมและคตินิยม มิติดังกล่าวนี้จำแนกลักษณะของสังคมออกเป็น ๒ กลุ่ม กลุ่มแรกคือ สังคมแบบปัจเจกนิยม (individualism) ส่วนกลุ่มที่สอง คือ สังคมแบบอิงกลุ่ม (collectivism) ซึ่งประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่มของสังคมแบบอิงกลุ่ม คนในสังคมจะให้ความสำคัญแก่กลุ่มและต้องการการยอมรับจากสังคม เนื่องจากว่าการอยู่ร่วมกันและพึ่งพาอาศัยกันเป็นสิ่งสำคัญ การแสดงพฤติกรรมของคนในสังคมแบบอิงกลุ่มมักจะคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่นมากกว่าความรู้สึกของตนเอง (Janet, 2010 อ้างถึงใน พรรณนธร ครุฑเนตร, ๒๕๕๗: น. ๒๑๘)

รับความยุติธรรม ได้แก่ ภาพคนอีสานที่ถูกกระทำจากคนต่างกลุ่ม นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าแม้ในทางการเมืองคนอีสานจะถูกนำเสนอว่าเป็นฐานเสียงสำคัญ แต่ก็ยังมีภาพที่ถูกหลอกหรือใช้เป็นเครื่องมือทางการเมือง จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าความรู้ความเข้าใจในภาพตัวแทนคนอีสานผ่านสื่อระดับชาติที่นำเสนอในงานวิจัยนี้ น่าจะช่วยให้เกิดความเข้าใจและตระหนักรู้เท่าทันสื่อเพราะว่าสื่อมวลชนมีบทบาทโดยตรงในการนำเสนอภาพคนอีสานในแง่มุมต่าง ๆ ผ่านการเลือกสรรเฉพาะบางภาพมานำเสนอให้แก่สังคมได้รับรู้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กฤษดาวรรณ หงส์ลัดดารมภ์. (๒๕๕๓). ความเป็น “พวกเรา” และ “พวกเขา” ในสังคมไทย: การรายงานข่าวเกี่ยวกับชาวเขาในวาทกรรมหนังสือพิมพ์ไทย. วารสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร. ๑๙-๒๐๐๓: น. ๑๑-๑๗.
- กฤษดาวรรณ หงส์ลัดดารมภ์. (๒๕๕๓). **ปริศนาเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย: การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์**. รายงานผลการวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- กฤษดาวรรณ หงส์ลัดดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมมานนท์. (๒๕๕๔). **มองสังคมผ่านวาทกรรม**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา เจริญเกียรติบวร. (๒๕๕๓). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมุมมองในข่าววัดพระธรรมกายที่เสนอในหนังสือพิมพ์ไทย** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เขียน อีระวิทย์ และสุณัย ผาสุย. (๒๕๓๘). **กัมพูชา : ประวัติศาสตร์ สังคม เศรษฐกิจ ความมั่นคง การเมืองและการต่างประเทศ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จารุภา พานิชภักดิ์. (๒๕๕๒). **การสร้างภาพตัวแทนผู้หญิงของกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์: การต่อสู้เรื่องความหมาย**. สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ชนกพร พัวพัฒนกุล. (๒๕๔๘). **อุตมทรรศน์เกี่ยวกับ “เขมร” ในปริเฉทหนังสือพิมพ์ไทย: กรณีเหตุจลาจลเผาสถานทูตไทยในกัมพูชา พ.ศ.๒๕๔๕**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ชาญชุก วีรสาร. (๒๕๕๓). **เนื้อหาต้านบั่นเทิงในหนังสือพิมพ์รายวัน**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาร์ลส์ เอฟ คายส์. รัตนา โตสกุล แปล. (๒๕๕๖). **อีสานนิยม : ท้องถิ่นในสยามประเทศไทย Isan: Regionalism in Northeastern Thailand**. พิมพ์ครั้งที่ ๕. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (๒๕๕๓). **วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณะและความเป็นอื่น**. พิมพ์ครั้งที่ ๒ .กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (๒๕๕๖). **ภาษากับการเมือง /ความเป็นการเมือง**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพฯ: โครงการตำราและสิ่งพิมพ์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (๒๕๕๖). **บทสังเคราะห์ภาพรวมการพัฒนาระบบสวัสดิการสำหรับคนจนและคนด้อยโอกาสในสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: เอดิชั่นเพรสโปรดักส์.
- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (๒๕๕๖). **วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์ : แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย**. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรยุทธ บุญมี. (๒๕๕๑). **มิเชล ฟูโกต์**. กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- ธีรยุทธ สุริยะ. (๒๕๕๔). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับภาพตัวแทนนักโทษประหาร และการประหารชีวิตในหนังสือพิมพ์รายวัน**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพฤทธิ์ ด้วงวิเศษ. (๒๕๕๕). **๒๕๕๓ อ่านข่าว อ่านสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- นิติ เอี้ยวศรีวงศ์. (๒๕๕๓). **อ่านการเมืองไทย**. กรุงเทพฯ : openbook.

- นิติพงษ์ พิเชษฐพันธ์. (๒๕๕๓). **วาทกรรมเหตุการณ์พิพาทเขาพระวิหาร พ.ศ. ๒๕๕๑ จากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและอุดมการณ์** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ. (๒๕๔๘). **การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมของผู้หญิงในชนบทอีสาน**. รายงานผลการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม.
- เบญจวรรณ อุทัยชัย. (๒๕๔๓). **การสะท้อนภาพกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในสังคมไทยของหนังสือพิมพ์รายวัน**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญทิวา พ่วงกลัด. ๒๕๕๔. **วาทกรรม”บุญนิยม” : กรณีศึกษาชุมชนราชธานีอโศกจังหวัดอุบลราชธานี**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ๒๘ (๒) พฤษภาคม-สิงหาคม.
- ปรีชา พิณทอง. (๒๕๓๔). **“คำชมเชย”, ใน ไพบูลย์ แพงเงิน.กลอนลำ: ภูมิปัญญาของอีสาน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- พรรณธร ครุฑเนตร. (๒๕๕๓). **กลวิธีทางภาษาที่ใช้ยุติการสนทนาที่มีความขัดแย้งในภาษาไทย**. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชราภรณ์ ครุฑเมือง. (๒๕๕๒). **การดำรงอยู่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเอกราชท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคม**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิณรัตน์ อัครรัตนกุล. (๒๕๔๘). **“ลาว” และ “ไท” ความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน” ในมองสังคมผ่านวาทกรรม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (๒๕๓๑). **หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ. (๒๕๕๓). **หลักรัฐศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดบุ๊คซัน.
- แวง พลังธรรม. (๒๕๔๕). **อีสานคติชุด ลูกทุ่งอีสาน ประวัติศาสตร์อีสานตำนานเพลงลูกทุ่ง**. กรุงเทพฯ: เรือนปัญญา.

- วุดมินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (๒๕๕๓). **อุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมในโฆษณา
สินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร ภักดีผาสุข. (๒๕๕๓). **วาทกรรม “ความเป็นผู้หญิง”ในนิตยสารสุขภาพและ
ความงามภาษาไทย**. รายงานการวิจัยภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมพงษ์ ไหม่วิจิตร. (๒๕๓๔). **ค่านิยมในสังคมไทย: อุปสรรคต่อการปกครอง
ในระบอบประชาธิปไตย**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- เสนาะ เจริญพร. (๒๕๔๘). **ผู้หญิงกับสังคมในวรรณกรรมไทยยุคทอง**. กรุงเทพฯ:
มติชน.
- อภิศักดิ์ โสมนินทร์. (๒๕๓๗). **โลกทัศน์อีสาน**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. มหาสารคาม: อภิปา
การพิมพ์.

ภาษาอังกฤษ

- Duncan McCrage and Krisadawan Hongladarom. (2004). “Contesting Isan-ness: Discourses of Politics and Identity in Northeast Thailand”. **Asian Ethnicity** Vol. 5(2): p. 219-234.
- Fowler, R. (1991). **Language in the News: Discourse and Ideology in the Press**. London : Routledge.
- Gee, James Paul. (2005). **An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method**; 2nd edition. New York: Routledge.
- Geraint O.Edwards. (2012). “A comparative discourse analysis of the construction of “In-groups” in the 2005 and manifestos of the British National Party”. **Discourse and Society** Vol. 23 (3): p. 245-258.
- Hall, S. (1997). **Representation: Cultural Representations and Signifying Practice**. London: SAGE.
- John Flowerdew And David C.S. Li, Sarah Tran. (2002). Discriminatory news discourse : some Hong Kong data”. **Discourse and Society** Vol. 13 (3): p. 319-345.

- John Oddo. (2011). "War legitimization discourse : Representing "Us" and "Them" in four US presidential addresses". **Discourse and Society** Vol. 22 (3): p. 287-314.
- Karmen Erjavec. (2001). "Media representation of the discrimination against the Roma in Eastern Europe : the case of Slovenia". **Discourse and Society** Vol. 12 (6): p. 699-727.
- Natthaporn Panpothong. (2007). "**Discourse of Plastic Beauty: A Critical Analysis of Cosmetic Surgery Ads in Thai**" paper presented at the International Symposium on Discourse, Communication and Modernity, Chulalongkorn University.
- Norman Fairclough. (1992). "Intertextuality". **Discourse and Social Change** p. 101-136. Cambridge: Polity Press.
- Norman Fairclough. (1995). "Section A :Language, ideology and power"
Critical discourse analysis: the critical study of language. p. 1-81. London and New York: Longman.
- Norman Fairclough. (1995). **Media Discourse.** London: Edward Arnold.
- Peter Teo. (2000). "Racism in the News: A Critical Discourse Analysis of News Reporting in Two Australian Newspapers". **Discourse and Society** Vol. 11 (1): p. 7-49.
- Phillips, Louise, and Marinne Jorgensen. (2002). "Critical Discourse Analysis". **Discourse Analysis as Theory and Method,** p. 60-95. London: Sage.
- Pravit Rojanaphruk. (2010). "Rural Thais are No Longer Ignorant: Klausner". **The Nation on Sunday.** 22 August.
- Teun A. van Dijk. (2008). "Introduction : Discourse and Domination". **Discourse and Power** p. 1-27. London: Sage.
- Teun A.van Dijk. (2008). "Discourse and Manipulation" **Discourse and Power.** p. 211-236 London: Sage,
- Teun A.van Dijk. (2008). "Discourse and Racism". **Discourse and Power** p. 102-119 London: Sage.

- Teun A.van Dijk. (2003). Critical Discourse Analysis. **The Handbook of Discourse Analysis**, p. 352-371. Malden, MASS and Oxford: Blackwell.
- Yasmin Jiwani and John E.Richardson. (2011). “Discourse, Ethnicity and racism”. **Discourse Studies : A Multidisciplinary Introduction**. p. 241-260 London: Sage.
- Smalley, William A. (1994). **Linguistic Diversity and National Unity: Language Ecology in Thailand**. Chicago and London: The Uni-versity of Chicago Press.