



เรื่องเล่าสกลนคร: การรับรู้ผ่านการประกวดจิตาปราสาทผึ้ง

ต่อศักดิ์ เกษมสุข¹¹สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครที่นำเสนอผ่านการกล่าวสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวดจิตาปราสาทผึ้งในรอบ Speech Competition ประจำปี พ.ศ. 2566-2567 และการรับรู้ของผู้ชม การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์เนื้อหาสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวดจำนวน 55 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ชมการประกวดจำนวน 20 คน แบ่งเป็นผู้ชมออนไลน์จำนวน 10 คน และผู้ชมออนไลน์จำนวน 10 คน

ผลการศึกษาพบว่า เรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครที่นำเสนอผ่านสุนทรพจน์สามารถจำแนกได้ 4 ประเภท ได้แก่ 1) เรื่องเล่าด้านวัฒนธรรม (ร้อยละ 100) ครอบคลุมประเพณีแห่ปราสาทผึ้ง ผ้าฮ่อมคราม และความหลากหลายทางชาติพันธุ์ 2) เรื่องเล่าด้านธรรมชาติ (ร้อยละ 94.55) ที่เน้นวัดพระธาตุเชิงชุมและรอยพระพุทธบาท 3) เรื่องเล่าด้านธรรมชาติ (ร้อยละ 89.09) ที่กล่าวถึงทะเลสาบหนองหารและเทือกเขาภูพาน และ 4) เรื่องเล่าอื่น ๆ (ร้อยละ 58.18) ครอบคลุมประวัติศาสตร์ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และการท่องเที่ยว โดยเรื่องเล่าทั้งหมดถูกประกอบสร้างผ่านกรอบแนวคิด “เมือง 3 ธรรม” ทั้งธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัด

ผู้ชมส่วนใหญ่สามารถรับรู้และเข้าใจเรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครผ่านการประกวดได้ มีทัศนคติเชิงบวก และแสดงความชื่นชมต่อการนำเสนอ ทั้งนี้ พบความแตกต่างในการรับรู้ระหว่างผู้ชมออนไลน์และผู้ชมออนไลน์ โดยผู้ชมออนไลน์มีการรับรู้ที่ลึกซึ้งมากกว่าในมิติที่ต้องอาศัยประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส ขณะที่ผู้ชมออนไลน์ได้รับประโยชน์จากเทคนิคการถ่ายทอดภาพและความยืดหยุ่นในการรับชมซ้ำ การใช้ทั้งสองช่องทางควบคู่กันจึงเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการสื่อสารเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

คำสำคัญ: เรื่องเล่า, การรับรู้, จิตาปราสาทผึ้ง, ประเพณีแห่ปราสาทผึ้งสกลนคร



SAKON NAKHON NARRATIVES: A STUDY OF PERCEPTION THROUGH THE QUEEN OF WAX CASTLE BEAUTY PAGEANT

Torsak Kasemsuk¹

¹Thai for Communication, Faculty of Humanities and Social Sciences
Sakon Nakhon Rajabhat University

*Corresponding Author: E-mail: torsak.kasemsuk@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to study the narratives of Sakon Nakhon Province presented through the speech competition of the Queen of Sakon Nakhon Wax Castle beauty pageant contestants and audience perception during 2023-2024. The study employed qualitative research methods, analyzing the speech content of 55 contestants and conducting in-depth interviews with 20 audience members, comprising 10 on-site attendees and 10 online viewers.

The findings reveal that the narratives of Sakon Nakhon Province presented through speeches can be classified into four categories: 1) Cultural narratives (100%), covering the Wax Castle parade tradition, indigo-dyed fabric, and ethnic diversity; 2) Religious narratives (94.55%), focusing on Phra That Choeng Chum Temple and Buddha's footprints; 3) Natural narratives (89.09%), highlighting Nong Han Lake and Phu Phan Mountains; and 4) Other narratives (58.18%), encompassing history, local products, and tourism. All narratives were constructed through the framework of "Three Dharmas City" (Dharma, Nature, and Culture), reflecting cultural reproduction aligned with the province's tourism policies.

Most audience members were able to perceive and understand Sakon Nakhon's cultural narratives through the pageant, demonstrated positive attitudes, and expressed appreciation for the presentation. Differences in perception were found between on-site and online audiences, with on-site attendees having deeper perceptions in dimensions requiring sensory experiences, while online viewers benefited from broadcast techniques and flexible replay options. The concurrent use of both channels is therefore an optimal strategy for effectively communicating cultural narratives.

Keywords: Narratives, Perception, Queen of Wax Castle, Sakon Nakhon Wax Castle Festival



บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่กระแสวัฒนธรรมสากลเข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมไทยอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง เรื่องเล่าทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นจึงมีความสำคัญยิ่งต่อการสร้างความแตกต่างและสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม สรณัฐ ไตรลึงคะ (2560) อธิบายว่า เรื่องเล่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมมนุษย์ที่มีมาตั้งแต่อดีต โดยแต่ละสังคมมีวิธีการเล่าเรื่องที่หลากหลาย ทั้งผ่านศิลปะ วรรณกรรม และสื่อสมัยใหม่ เรื่องเล่ามีบทบาทสำคัญในการส่งผ่านคุณค่า ความทรงจำ และภูมิปัญญาของสังคม รวมทั้งช่วยหล่อหลอมความคิด ปลุกฝังจริยธรรม และสร้างความรักภักดีในท้องถิ่นของตน อย่างไรก็ตาม การศึกษาเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมจำเป็นต้องคำนึงถึงโครงสร้างอำนาจและกระบวนการประกอบสร้างความหมาย ดังที่ สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ (2559) พบว่า การเล่าเรื่องทางวัฒนธรรมสะท้อนอำนาจของผู้สร้างสารที่ประกอบสร้างความหมายผ่านมุมมองเฉพาะ ซึ่งอาจไม่สะท้อนมุมมองของชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมอย่างแท้จริง การเล่าเรื่องจึงเป็นกระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่มีอำนาจในการกำหนดความหมายและการรับรู้ของสาธารณะ

จังหวัดสกลนคร เป็นจังหวัดที่มีทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ มีความโดดเด่นด้วยเรื่องเล่าที่หลากหลาย ทั้งภาษา ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยความงดงามเหล่านี้ สกลนครจึงได้รับการขนานนามว่าเป็น “เมืองแห่ง 3 ธรรม” ได้แก่ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเพณีแห่ปราสาทผึ้งที่สะท้อนถึงความเชื่อทางพุทธศาสนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ฝีมือช่างและความสามัคคีของชุมชน เรื่องเล่าเหล่านี้ล้วนเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและควรได้รับการอนุรักษ์และเผยแพร่

การสื่อสารเรื่องเล่าท้องถิ่นในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยกลไกและช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การประกวดนางงามในบริบทของงานประเพณีท้องถิ่นจึงกลายเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ถูกนำมาใช้ ไม่เพียงแต่เป็นการแสวงหาความงามภายนอกเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่สำคัญในการสื่อสารและถ่ายทอดเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมสู่สาธารณะ ดังที่ วรพงษ์ ปลอดมุสิก (2561) กล่าวว่า การประกวดนางงามเปรียบดังนางกวีที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารกับผู้คนให้ออกมามีส่วนร่วม ทั้งนี้มีการใช้ความงามอันโดดเด่นของผู้หญิงเพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชน

การประกวดธิดาปราสาทผึ้ง เป็นกิจกรรมหนึ่งในงานประเพณีแห่ปราสาทผึ้ง ที่ถูกพัฒนาให้เป็นเครื่องมือสื่อสารเรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครอย่างเป็นระบบ โดยมีการออกแบบรูปแบบการประกวดให้สอดคล้องกับเรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครในมิติต่าง ๆ ตั้งแต่การแต่งกาย การแสดง การนำเสนอวิถีทัศน์ ไปจนถึงการกล่าวสุนทรพจน์บนเวที โดยเฉพาะรอบ Speech Competition ที่เป็นช่วงเวลาสำคัญที่ผู้เข้าประกวดจะนำเสนอเรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครสื่อสารผ่านการกล่าวสุนทรพจน์ นอกจากนี้ผู้ชมสามารถรับชมได้ทั้งแบบออนไลน์และแบบออนไลน์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งช่วยขยายการเข้าถึงและสร้างการรับรู้เรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครในวงกว้าง

การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการรับรู้เรื่องเล่าจังหวัดสกลนครผ่านการประกวดธิดาปราสาทผึ้ง โดยใช้การกล่าวสุนทรพจน์ในรอบ Speech Competition ของผู้เข้าประกวดเป็นข้อมูลหลักในการศึกษา ซึ่งครอบคลุมระยะเวลา 2 ปี คือ ปี 2566 และปี 2567 รวมผู้เข้าประกวดทั้งสิ้น 55 คน ผลการศึกษาจะช่วยให้เข้าใจกระบวนการสื่อสารเรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครและการรับรู้ของผู้ชม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลไกการสื่อสารเรื่องเล่าท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพในอนาคต



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารและการรับรู้เรื่องเล่าจังหวัดสกลนครผ่านการกล่าวสุนทรพจน์ในรอบ Speech Competition ในการประกวดธิดาปราสาทผึ้ง ประจำปี พ.ศ. 2566-2567

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ชมการประกวดธิดาปราสาทผึ้งปี พ.ศ. 2566-2567 กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลที่คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 20 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 1) ผู้ชมแบบออนไซต์ (ณ สถานที่จัดประกวด) จำนวน 10 คน
- 2) ผู้ชมแบบออนไลน์ (ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์) จำนวน 10 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครที่นำเสนอผ่านการกล่าวสุนทรพจน์ในรอบ Speech Competition ในการประกวดธิดาปราสาทผึ้ง ประจำปี พ.ศ. 2566-2567 จำนวน 55 คน เป็นตัวบทในการวิเคราะห์ ดังนี้

- 1) ปี พ.ศ. 2566 ผู้เข้าประกวดจำนวน 30 คน กล่าวสุนทรพจน์ในหัวข้อ “มหัศจรรย์สกลนคร”
- 2) ปี พ.ศ. 2567 ผู้เข้าประกวดจำนวน 25 คน กล่าวสุนทรพจน์ในหัวข้อ “สกลนคร...เมืองต้องมนต์ทุกคนต้องมา”

นิยามศัพท์เฉพาะ

การประกวดธิดาปราสาทผึ้ง หมายถึง การประกวดธิดาปราสาทผึ้งที่จัดขึ้นที่จังหวัดสกลนครในช่วงเทศกาลออกพรรษา ประจำปี พ.ศ. 2566-2567

เรื่องเล่า หมายถึง การนำเสนอเรื่องราว ประสบการณ์ ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์และคุณค่าของจังหวัดสกลนครที่สื่อสารผ่านการประกวดธิดาปราสาทผึ้งในรอบ Speech Competition

สุนทรพจน์ หมายถึง การพูดในรอบ Speech Competition ในการประกวดธิดาปราสาทผึ้ง ปี พ.ศ. 2566 หัวข้อ “มหัศจรรย์สกลนคร” และ ปี พ.ศ. 2567 หัวข้อ “สกลนคร...เมืองต้องมนต์ที่ทุกคนต้องมา” โดยมีเวลาพูดคนละไม่เกิน 45 วินาที

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องเล่า

สรณัฐ ไตรลึงค์ (2560) อธิบายว่า เรื่องเล่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของวัฒนธรรมมนุษย์ที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อที่หลากหลาย ตั้งแต่ศิลปะโบราณจนถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยทำหน้าที่สำคัญในการส่งผ่านความทรงจำและคุณค่าทางสังคม หล่อหลอมความคิด ปลูกฝังจริยธรรม และสร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ขณะที่ดุริยางค์ คมขำ (2566) ชี้ให้เห็นว่า เรื่องเล่าชุมชนสามารถใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ช่วยสะท้อนเอกลักษณ์และดึงดูดความสนใจได้ ส่วน ผกามาศ ศรีสมบัติ (2559) เสนอว่า

เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์มีพลวัตในการสื่อความหมายต่อสังคม ทั้งการสร้าง ความสมานฉันท์ การกำหนด ความหมาย และการสร้างสำนึกทางประวัติศาสตร์ ในขณะที่ จุไรรัตน์ รัตติโชติ และคณะ (2567) แสดงให้เห็นว่า เรื่องเล่าทางวัฒนธรรมไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่ความบันเทิง แต่เป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอด ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น วิถีชีวิต และความเชื่อที่ผูกพันกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งช่วยหลอมรวมจิตใจและสร้างความสัมพันธ์อันเข้มแข็งของคนในชุมชน

จากแนวคิดดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าเรื่องเล่าเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรม สามารถนำเสนอผ่านช่องทางที่หลากหลาย และมีบทบาทในการสร้างความหมายและเอกลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น การประกวดิธาปราสาทผึ้งจึงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการสื่อสารเรื่องเล่าจังหวัดสกลนครสู่สาธารณะ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

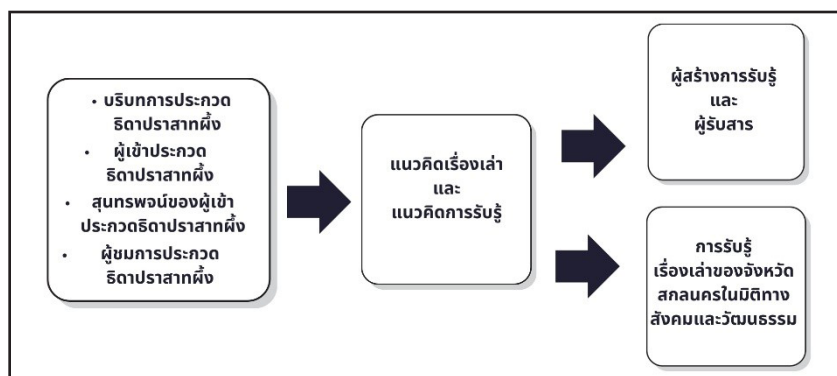
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) อธิบายว่า การรับรู้เป็นกระบวนการตีความ สิ่งสัมผัสได้ผ่านประสาทสัมผัส โดยขึ้นอยู่กับพื้นฐานความคิด ความรู้สึก และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ซึ่งบุคคลจะเลือกรับข้อมูลตามศักยภาพของตนเอง กมลวัฒน์ ยะสาวรรณ (2547) เสริมว่า การแปลความหมายของสิ่งเร้าแต่ละคนแตกต่างกันตามประสบการณ์เดิม ส่วน ณัทกิจพัฒน์ หอมวิจิตรกุล (2560) อธิบายว่า การรับรู้เป็นกระบวนการคัดเลือกและจัดระเบียบความหมายของสิ่งเร้า ซึ่งบุคคลอาจรับรู้แตกต่างกันแม้อยู่ในสถานการณ์เดียวกัน เนื่องจากความต้องการ ค่านิยม และประสบการณ์ที่หลากหลาย

การวิจัยนี้ประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องเล่าและทฤษฎีการรับรู้เป็นกรอบในการศึกษาว่าผู้ชมการประกวดิธาปราสาทผึ้งจังหวัดสกลนครอย่างไร ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นเป็นทุนทางวัฒนธรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างความตระหนักรู้ถึงวัฒนธรรมประเพณีของชาวสกลนครในวงกว้าง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดที่บูรณาการระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่า(Narrative) และแนวคิดการรับรู้ (Perception Theory) โดยแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่าใช้จำแนกและวิเคราะห์เรื่องเล่าสกลนครที่นำเสนอผ่านการกล่าวสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวดิธาปราสาทผึ้ง แนวคิดการรับรู้อธิบายกระบวนการตีความ และสร้างความเข้าใจของผู้ชม การบูรณาการทั้งสองแนวคิดนี้ช่วยให้เข้าใจทั้ง “เรื่องเล่าที่ถูกสื่อสาร” และ “การรับรู้เรื่องเล่าของผู้ชม”



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ มีกระบวนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ชมการประกวดธิดาปราสาทผึ้ง ประจำปี พ.ศ. 2566-2567 จำนวน 20 คน

2) กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ชมการประกวดธิดาปราสาทผึ้งที่คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 20 คน โดยเป็นผู้ที่รับชมการประกวดธิดาปราสาทผึ้งในปี พ.ศ. 2566-2567 ตลอดจนจบการประกวด แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.1) ผู้ชมออนไลน์ (ณ สถานที่จัดการประกวด) จำนวน 10 คน

2.2) ผู้ชมออนไลน์ (ผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์) จำนวน 10 คน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) สำหรับผู้ชมการประกวดครอบคลุมประเด็นดังนี้

1.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1.2) การรับรู้เรื่องเล่าต่าง ๆ ที่ปรากฏในการประกวด

1.3) ช่องทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการรับรู้เรื่องเล่า

1.4) ความแตกต่างในการรับรู้ระหว่างการชมการประกวดของผู้ชมแบบออนไลน์และแบบออนไลน์

1.5) ทศนคติและความประทับใจต่อการนำเสนอเรื่องเล่า

2) แบบบันทึกข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหาสุนทรพจน์ สำหรับวิเคราะห์เนื้อหาการกล่าวสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวด

การรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจาก 2 แหล่งเป็นหลัก ได้แก่

1) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ชมการประกวด จำนวน 20 คน ที่เก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม - ตุลาคม พ.ศ. 2568 โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อจำแนกประเด็นและหาความหมายเกี่ยวกับการรับรู้เรื่องเล่าของจังหวัดสกลนคร

2) ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาสุนทรพจน์ โดยรวบรวมข้อมูลจากเทปบันทึกภาพการประกวดธิดาปราสาทผึ้ง ปี พ.ศ. 2566-2567 ที่ถ่ายทอดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของการประกวดธิดาปราสาทผึ้ง นำมาถอดเทปและวิเคราะห์เนื้อหาการกล่าวสุนทรพจน์ในรอบ Speech Competition ของผู้เข้าประกวดทั้ง 55 คน แบ่งเป็น ปี พ.ศ. 2566 จำนวน 30 คน ในหัวข้อ “มหัศจรรย์สกลนคร” และปี พ.ศ. 2567 จำนวน 25 คน ในหัวข้อ “สกลนคร...เมืองต้องมนต์ที่ทุกคนต้องมา” เพื่อจำแนกประเภทของเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมที่ถูกนำเสนอ และวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องของจังหวัดสกลนคร

นอกจากนี้ ยังรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อที่เผยแพร่เกี่ยวกับการประกวด เช่น วิดีทัศน์ ภาพถ่าย และข้อมูลในเพจเฟซบุ๊กของการประกวด เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอและช่องทางการสื่อสารเรื่องเล่าของ

จังหวัดสกลนครผ่านการประกวดธิดาปราสาทผึ้งอย่างครบถ้วน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจำแนกและจัดหมวดหมู่เรื่องเล่าที่ปรากฏในสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวดทั้ง 55 คน ตามกรอบแนวคิดเรื่องเล่า ประกอบด้วย (1) ประเภทของเรื่องเล่าที่ปรากฏในการกล่าวสุนทรพจน์ และ (2) การรับรู้และทัศนคติของผู้ชมต่อเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจาก 3 แหล่ง ได้แก่ (1) การสัมภาษณ์ผู้ชม 2 กลุ่ม (2) การวิเคราะห์เทปบันทึกภาพการกล่าวสุนทรพจน์ในรอบ Speech Competition ของผู้เข้าประกวด และ (3) สื่อที่เผยแพร่เกี่ยวกับการประกวด จากนั้นนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ประกอบตารางแสดงความถี่ของประเภทเรื่องเล่า

ผลการวิจัย

การศึกษาการรับรู้เรื่องเล่าจังหวัดสกลนครผ่านการประกวดธิดาปราสาทผึ้ง ดำเนินการศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยการถอดเทปการกล่าวสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวดธิดาปราสาทผึ้ง ประจำปี พ.ศ. 2566 และ 2567 จำนวน 55 คน และการสัมภาษณ์ผู้ชมจำนวน 20 คน แบ่งเป็นผู้ชมออนไลน์ จำนวน 10 คน และผู้ชมออนไลน์ จำนวน 10 คน ผลการวิจัยพบว่า การประกวดธิดาปราสาทผึ้งเป็นพื้นที่สื่อสารเรื่องเล่าเกี่ยวกับจังหวัดสกลนครได้หลากหลายมิติผ่านช่องทางที่หลากหลาย และผู้ชมทั้งสองกลุ่มสามารถรับรู้เรื่องเล่าเหล่านั้นได้ ผลการวิจัยนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) บริบทของการประกวดธิดาปราสาทผึ้ง 2) เรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครที่ปรากฏในการกล่าวสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวดธิดาปราสาทผึ้ง และ 3) การรับรู้ของผู้ชมแบบออนไลน์และออนไลน์

1. บริบทของการประกวดธิดาปราสาทผึ้ง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการประกวด พบว่า การประกวดธิดาปราสาทผึ้งมีพัฒนาการที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ยุคสำคัญ กล่าวคือ ยุคแรก (พ.ศ. 2532-2546) การประกวดจัดขึ้นโดยเทศบาลเมืองสกลนคร มีการคัดเลือกสาวงามจากตัวแทนคุ้มวัดต่าง ๆ การประกวดมีลักษณะเรียบง่าย เน้นความงามและบุคลิกภาพ ผู้ชนะจะปรากฏตัวบนขบวนแห่ปราสาทผึ้ง หลังจากนั้นการประกวดได้หยุดจัดการประกวดไปกว่า 20 ปี จนกระทั่งปี พ.ศ. 2566 จึงมีการรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่ การประกวดในยุคใหม่นี้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งการเปิดรับสมัครจากทั่วประเทศ การออกแบบรอบการประกวดที่เน้นการสื่อสารเรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครอย่างชัดเจน การใช้ผ้าयोอมครามสกลนครในการแต่งกาย และการถ่ายทอดสดผ่านช่องทางออนไลน์ การประกวดแบ่งเป็น 3 รอบคือ รอบที่ 1 รอบสุนทรพจน์ Speech Competition รอบที่ 2 รอบ Keywords สำหรับผู้เข้ารอบ 10 คนสุดท้าย และรอบที่ 3 รอบ Final Competition เป็นรอบตัดสิน ซึ่งรูปแบบการประกวดดังกล่าวทำให้การประกวดไม่ได้เป็นเพียงการนำเสนอความงามเท่านั้น หากแต่เป็นกลไกการสื่อสารเรื่องเล่าทางวัฒนธรรม อันมีนัยในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และส่งเสริมเรื่องราวเอกลักษณ์ของจังหวัดสกลนครได้เช่นเดียวกัน



ภาพที่ 2 บรรยากาศการประกวดธิดาปราสาทผึ้งในปี พ.ศ. 2566

ที่มา: Facebook ธิดาปราสาทผึ้งสกลนคร



ภาพที่ 3 บรรยากาศการประกวดธิดาปราสาทผึ้งในปี พ.ศ. 2567

ที่มา: Facebook ธิดาปราสาทผึ้งสกลนคร

2. เรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครที่ปรากฏในการกล่าวสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวดธิดาปราสาทผึ้ง ปี พ.ศ. 2566–2567

ผู้วิจัยได้เรียบเรียงเรื่องเล่าที่ปรากฏในเนื้อหาสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวดธิดาปราสาทผึ้ง จำนวน 55 คน ในช่วงปี พ.ศ. 2566-2567 พบว่า การนำเสนอเรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครสามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภทหลัก โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1) เรื่องเล่าด้านวัฒนธรรม 2) เรื่องเล่าด้านธรรมชาติ 3) เรื่องเล่าด้านธรรมชาติ และ 4) เรื่องเล่าอื่น ๆ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 ความถี่ของประเภทเรื่องเล่าในการกล่าวสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวด

ประเภทเรื่องเล่า	ปี 2566 (30 คน)	ปี 2567 (25 คน)	รวม (55 คน)	ร้อยละ
1. วัฒนธรรม	30	25	55	100
2. ธรรมชาติ	28	24	52	94.55
3. ธรรมชาติ	26	23	49	89.09
4. เรื่องเล่าอื่น ๆ	18	14	32	58.18

หมายเหตุ: ผู้เข้าประกวด 1 คน สามารถกล่าวถึงเรื่องเล่าได้มากกว่า 1 ประเภท

ด้านเนื้อหาและรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องเล่าที่ปรากฏในเนื้อหาสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวด
ธิดาปราสาทผึ้งมีดังนี้

2.1 เรื่องเล่าด้านวัฒนธรรม

เรื่องเล่าด้านวัฒนธรรมปรากฏในสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวดทุกคน จำนวน 55 คน (คิดเป็นร้อยละ 100) สะท้อนให้เห็นว่าวัฒนธรรมเป็นแกนหลักของการสร้างเรื่องเล่าของจังหวัดสกลนคร เนื้อหาที่กล่าวถึงประกอบด้วย ประเพณีแห่ปราสาทผึ้ง ซึ่งถูกกล่าวถึงมากที่สุดในฐานะประเพณีที่ “ยิ่งใหญ่” “งดงาม” “หนึ่งเดียวในโลก” และเป็น “Unseen Thailand” เช่น “ประเพณีแห่ปราสาทผึ้งที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก” (หมายเลข 10, 2566) “งานแห่ปราสาทผึ้งหนึ่งเดียวในประเทศไทย” (หมายเลข 15, 2567) นอกจากนี้ยังมีการกล่าวถึง ผ้าฮ่อมครามหรือผ้าคราม ในฐานะ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” “เอกลักษณ์” “Soft Power” และ “สินค้า GI” เช่น “ผ้าฮ่อมครามที่สวยงาม นี่คือ signature และ soft power ของสกลนคร” (หมายเลข 9, 2566) อีกทั้งยังกล่าวถึง ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยเน้นการอยู่ร่วมกันของ “6 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติ” อย่างสันติสุข และ เทศกาลแห่ดาว ของชุมชนชาวคาทอลิกที่สะท้อนความเป็นพหุวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร

จากผลการวิจัยที่ปรากฏเรื่องเล่าด้านวัฒนธรรมในสุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวดทุกคนแสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมเป็นแกนหลักของการสร้างเรื่องเล่าของจังหวัดสกลนคร โดยประเพณีแห่ปราสาทผึ้งถูกนำเสนอในฐานะประเพณีที่ยิ่งใหญ่ งดงาม และเป็นหนึ่งเดียวในโลก ผ้าฮ่อมครามถูกกล่าวถึงในฐานะภูมิปัญญาท้องถิ่น เอกลักษณ์ และ Soft Power ของจังหวัด ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ถูกเน้นผ่านการอยู่ร่วมกันของหลายชนเผ่าและเชื้อชาติอย่างสันติสุข รวมถึงเทศกาลทางศาสนาที่สะท้อนความหลากหลายทางวัฒนธรรม การนำเสนอเรื่องเล่าด้านวัฒนธรรมอย่างสม่ำเสมอและครบถ้วนในสุนทรพจน์ทุกบท สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของวัฒนธรรมในฐานะเครื่องมือสร้างความภาคภูมิใจและตอกย้ำเอกลักษณ์ของจังหวัดสกลนครอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การที่ผู้เข้าประกวดทุกคนต่างกล่าวถึงเรื่องเล่าด้านวัฒนธรรมยังแสดงให้เห็นถึงการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวและการพัฒนาของจังหวัด

2.2 เรื่องเล่าด้านธรรมะ

เรื่องเล่าด้านธรรมะปรากฏในสุนทรพจน์ จำนวน 52 คน (คิดเป็นร้อยละ 94.55) แสดงให้เห็นว่าพระพุทธศาสนาเป็นรากฐานสำคัญของอัตลักษณ์จังหวัดสกลนคร เนื้อหาที่กล่าวถึงประกอบด้วย วัดพระธาตุเชิงชุม ซึ่งถูกกล่าวถึงในฐานะ “สิ่งศักดิ์สิทธิ์ คู่บ้านคู่เมือง” และ “ศูนย์รวมจิตใจของชาวสกลนคร” เช่น “พระธาตุเชิงชุมคู่บ้านพระตำหนักภูพานคู่เมือง” (หมายเลข 26, 2567) นอกจากนี้ยังกล่าวถึง รอยพระพุทธรูป โดยเน้นว่าสกลนครมี “รอยพระพุทธรูปทั้ง 4 พระองค์” (หมายเลข 1, 2566) หรือ “รอยพระพุทธรูปมากที่สุด 4 รอย 4 พระองค์” (หมายเลข 8, 2567) ซึ่งสะท้อนความศักดิ์สิทธิ์และความสำคัญทางพระพุทธศาสนา ทั้งนี้ ผู้เข้าประกวดมักเชื่อมโยงเรื่องเล่าด้านธรรมะกับแนวคิด “เมือง 3 ธรรม” ที่ประกอบด้วย “ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม” ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัด

เรื่องเล่าด้านธรรมะปรากฏในสุนทรพจน์ 52 คน (ร้อยละ 94.55) แสดงให้เห็นว่าพระพุทธศาสนาเป็นรากฐานสำคัญของจังหวัดสกลนคร โดยวัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร ถูกนำเสนอในฐานะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองและศูนย์รวมจิตใจของพุทธศาสนิกชน รอยพระพุทธรูปถูกกล่าวถึงในฐานะความภาคภูมิใจที่สกลนครมีรอยพระพุทธรูปที่รอยจากพระพุทธเจ้าสี่พระองค์ ซึ่งสะท้อนความศักดิ์สิทธิ์และความเชื่อทางศาสนา การนำเสนอเรื่องเล่าด้านธรรมะอย่างสม่ำเสมอในเกือบทุกสุนทรพจน์สะท้อนให้เห็นถึงบทบาท



สำคัญของพระพุทธศาสนาต่อวิถีชีวิตและจิตวิญญาณของชาวสกลนคร ผู้เข้าประกวดมักเชื่อมโยงเรื่องเล่าด้านธรรมะกับแนวคิด “เมือง 3 ธรรม” ที่ประกอบด้วยธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัด การนำเสนอเรื่องเล่าด้านธรรมะจึงไม่เพียงแต่สื่อถึงความเป็นเมืองพุทธศาสน์เท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของสกลนครในฐานะศูนย์กลางทางจิตใจและแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะที่สำคัญของภาคอีสานอีกด้วย

2.3 เรื่องเล่าด้านธรรมชาติ

เรื่องเล่าด้านธรรมชาติปรากฏในสุนทรพจน์ จำนวน 49 คน (คิดเป็นร้อยละ 89.09) สะท้อนความภาคภูมิใจในทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เนื้อหาที่กล่าวถึงประกอบด้วย “ทะเลสาบหนองหาร” ซึ่งถูกนำเสนอในฐานะ “ทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่ที่สุดของภาคอีสาน” (หมายเลข 7, 2567) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความงาม และเป็น “เส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงชาวจังหวัดสกลนคร” (หมายเลข 20, 2567) นอกจากนี้ยังกล่าวถึง เทือกเขาภูพาน ในฐานะแหล่งต้นน้ำและอุทยานแห่งชาติ เช่น “เทือกเขาสำคัญในแอ่งสกลนคร” (หมายเลข 17, 2567) และ เกาะดอนสวรรค์ ซึ่งเป็น “Unseen New Chapter ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” (หมายเลข 34, 2566) ผู้เข้าประกวดมักเน้นย้ำว่าธรรมชาติของสกลนครมี “ความอุดมสมบูรณ์” “ความงดงาม” และเป็น “สวรรค์บนดิน”

เรื่องเล่าด้านธรรมชาติปรากฏในสุนทรพจน์ 49 คน (ร้อยละ 89.09) สะท้อนความภาคภูมิใจในทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ การนำเสนอเรื่องเล่าด้านธรรมชาติอย่างแพร่หลายในเกือบทุกสุนทรพจน์แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของธรรมชาติต่อการดำรงชีวิตและเศรษฐกิจของชาวสกลนคร ผู้เข้าประกวดมักเน้นย้ำคุณลักษณะของธรรมชาติว่ามีความอุดมสมบูรณ์ ความงดงาม และเปรียบเสมือนสวรรค์บนดิน การเชื่อมโยงเรื่องเล่าด้านธรรมชาติเข้ากับแนวคิด “เมือง 3 ธรรม” จึงไม่เพียงแต่สะท้อนความงามทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังเป็นการประกอบสร้างภาพลักษณ์ของสกลนครในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

2.4 เรื่องเล่าอื่น ๆ

เรื่องเล่าประเภทอื่น ๆ ปรากฏในสุนทรพจน์ จำนวน 32 คน (คิดเป็นร้อยละ 58.18) โดยมีเรื่องเล่าที่มีเนื้อหาหลากหลาย ประกอบด้วย ประวัติศาสตร์และโบราณคดี เช่น “แหล่งอารยธรรม 3,000 ปี” (หมายเลข 7, 2566) “เมืองก่อนประวัติศาสตร์” (หมายเลข 12, 2566) และการค้นพบ “การตั้งถิ่นฐานก่อนประวัติศาสตร์ก่อนยุคทวารวดี” (หมายเลข 30, 2566) ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น สินค้า GI ได้แก่ ข้าวฮางหอมทองสกลทวาปี เนื้อโคขุนโพนยางคำ และน้ำหมากเม่า การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ โดยเน้นการผลักดันให้สกลนครเป็น “World Tourist Destination” (หมายเลข 5, 2566) หรือ “Smart City” (หมายเลข 12, 2567) และ ลักษณะของผู้คน ที่มีความ “อบอุ่น” “น่ารัก” “ไมตรีจิต” และมีภาษาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์

การนำเสนอเรื่องเล่าประเภทอื่น ๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการสร้างภาพรวมที่ครบถ้วนและหลากหลายของจังหวัดสกลนคร โดยไม่เพียงแต่เน้นที่มิติทางวัฒนธรรม ธรรมะ และธรรมชาตินั้น แต่ยังรวมถึงมิติทางประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงอดีตอันยาวนานกับปัจจุบัน มิติเศรษฐกิจที่เน้นศักยภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและการท่องเที่ยว และมิติสังคมที่สะท้อนความอบอุ่นและเอกลักษณ์ของผู้คน เรื่องเล่าเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความลึกซึ้งให้กับการนำเสนอผ่านการให้ข้อมูลทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีเป็นหลักฐานสนับสนุน การเชื่อมโยงกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ Soft Power ที่ทันสมัย ตลอดจนการแสดงให้เห็นถึงความเป็นมนุษย์และวิถีชีวิตของชาวสกลนคร

การวิเคราะห์สุนทรพจน์ของผู้เข้าประกวดธิดาปราสาทผึ้งทั้ง 55 คน แสดงให้เห็นว่า เรื่องเล่าของ

จังหวัดสกลนครถูกประกอบสร้างผ่านกรอบแนวคิด “เมือง 3 ธรรม” โดยมีวัฒนธรรม (โดยเฉพาะประเพณีแห่ปราสาทผึ้งและผ้าฮ่อมคราม) เป็นแกนหลัก ตามด้วยธรรมะ (พระธาตุเชิงชุมและรอยพระพุทธรบาท) และธรรมชาติ (ทะเลสาบหนองหารและเทือกเขาภูพาน) การนำเสนอเรื่องเล่ามีลักษณะเป็น การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (cultural reproduction) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่ถูกกำหนดโดยภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นความยิ่งใหญ่ ความเป็นเอกลักษณ์ และศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ การใช้เวทีการประกวดธิดาปราสาทผึ้งเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเล่าดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึง บทบาทของการประกวดนางงามในฐานะกลไกการสื่อสารวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ประการหนึ่ง

3. การรับรู้ของผู้ชมแบบออนไลน์และออนไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ชมทั้งสองกลุ่มสามารถรับรู้เรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครผ่านการประกวดได้ดี แต่มีลักษณะที่ต่างกันตามบริบทการรับชม ผู้ชมออนไลน์มีความลึกซึ้งในการรับรู้มากกว่าในบางมิติ โดยเฉพาะเรื่องเล่าที่ต้องอาศัยประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสหลายด้านประกอบกัน เช่น ด้านวัฒนธรรมที่ผู้ชมสามารถสัมผัสบรรยากาศของงานแห่ปราสาทผึ้ง มองเห็นรายละเอียดของเนื้อผ้าฮ่อมครามและลวดลาย รับรู้พลังงานและความตื่นเต้นร่วมของผู้ชมในสถานที่จริง ความรู้สึกเหล่านี้ช่วยสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งและความประทับใจที่ยาวนาน

ในทางกลับกัน ผู้ชมออนไลน์ได้รับประโยชน์จากเทคนิคการถ่ายทอดภาพที่ช่วยเสริมความเข้าใจในทุกมิติของเรื่องเล่า อาทิ การซูมกล้องเข้าดูรายละเอียดลวดลายบนปราสาทผึ้งและผ้าฮ่อมคราม การแสดงกราฟิกข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และสถานที่ท่องเที่ยว การนำเสนอวิถีทัศนธรรมชาติจากมุมกว้างและมุมสูง และความยืดหยุ่นในการรับชมซ้ำเพื่อทบทวนหรือค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม ทำให้สามารถประมวลผลข้อมูลได้อย่างรอบคอบและเผยแพร่เรื่องเล่าต่อในวงกว้างผ่านสื่อออนไลน์ได้ ความแตกต่างนี้สะท้อนให้เห็นว่าทั้งสองช่องทางล้วนมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเรื่องเล่าท้องถิ่น โดยช่องทางออนไลน์เหมาะสำหรับการสร้างประสบการณ์เชิงลึกและความผูกพันทางอารมณ์ ขณะที่ช่องทางออนไลน์เหมาะสำหรับการขยายการเข้าถึงและการเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะในวงกว้าง การใช้ทั้งสองช่องทางควบคู่กันจึงเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการสื่อสารเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครได้อย่างร่วมสมัย

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์สุนทรพจน์ในรอบ Speech Competition ของผู้เข้าประกวดธิดาปราสาทผึ้งทั้ง 55 คน พบว่า เรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครถูกนำเสนอเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) เรื่องเล่าด้านวัฒนธรรม (ร้อยละ 100) โดยเน้นประเพณีแห่ปราสาทผึ้งและผ้าฮ่อมคราม และความหลากหลายทางชาติพันธุ์ 2) เรื่องเล่าด้านธรรมะ (ร้อยละ 94.55) ที่มุ่งเน้นวัดพระธาตุเชิงชุมและรอยพระพุทธรบาท 3) เรื่องเล่าด้านธรรมชาติ (ร้อยละ 89.09) ที่กล่าวถึงทะเลสาบหนองหารและเทือกเขาภูพาน และ 4) เรื่องเล่าอื่น ๆ (ร้อยละ 58.18) ที่ครอบคลุมประวัติศาสตร์ ผลิตภัณท์ท้องถิ่น และการท่องเที่ยว

การนำเสนอเรื่องเล่าทั้ง 4 ประเภทนี้มีลักษณะเป็นการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (cultural reproduction) ผ่านเรื่องเล่าซึ่งถูกประกอบสร้างผ่านกรอบแนวคิด “เมือง 3 ธรรม” (ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม) โดยมีวัฒนธรรมเป็นแกนหลัก โดยเฉพาะประเพณีแห่ปราสาทผึ้งที่ถูกกล่าวถึงโดยผู้เข้าประกวดทุกคนในฐานะที่เป็น “ประเพณีที่ยิ่งใหญ่” “ประเพณีประจำจังหวัด” และ “Soft Power” ของจังหวัด

ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของสรณัฐ ไตรลึงคะ (2560) ที่อธิบายว่า เรื่องเล่าเป็นส่วนหนึ่งของ



วัฒนธรรมมนุษย์ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งผ่านคุณค่า ความทรงจำ และภูมิปัญญาของสังคม รวมทั้งช่วยหล่อหลอมความคิด ปลุกฝังจริยธรรม และสร้างความรักภักดีในท้องถิ่นของตน การประกวดธิดาปราสาทผึ้งจึงเป็นพื้นที่สำคัญที่ผสมผสานความบันเทิงเข้ากับการสื่อสารวัฒนธรรม เล่าเรื่องสกลนครผ่านเรื่องเล่าทันยุคสมัย

อย่างไรก็ตาม การนำเสนอเรื่องเล่าในรูปแบบดังกล่าวยังมีข้อสังเกตที่สำคัญ เมื่อพิจารณาจากงานวิจัยของสุชาติ พงศ์กิตติวิบูลย์ (2559) ที่พบว่า การเล่าเรื่องทางวัฒนธรรมผ่านสื่อมักสะท้อนอำนาจของผู้สร้างสารที่ประกอบสร้างความหมายผ่านมุมมองเฉพาะ ซึ่งอาจไม่สะท้อนมุมมองของชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมอย่างแท้จริง ในกรณีของการประกวดธิดาปราสาทผึ้ง พบว่า เรื่องเล่าที่ถูกนำเสนอมีความสอดคล้องกันของผู้เข้าประกวดทั้ง 55 คน โดยเน้นย้ำแนวคิด “เมือง 3 ธรรม” ด้วยการนำเสนอซ้ำ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่ผู้เข้าประกวดได้รับการถ่ายทอดเรื่องเล่าอย่างเป็นทางการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และพยายามนำเสนอในลักษณะที่สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวและการพัฒนาของจังหวัด การเล่าเรื่องจึงเป็นกระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่มีอำนาจในการกำหนดความหมายและการรับรู้ของสาธารณะ

ทั้งนี้ การประกวดธิดาปราสาทผึ้งจึงไม่ใช่เพียงเวทีแสวงหาความงามตามแบบแผนทั่วไป หากแต่เป็นพื้นที่แห่งการสานต่อเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า แม้จะจัดขึ้นเพียงปีละครั้ง แต่เรื่องเล่าที่ถูกถ่ายทอดผ่านการประกวดกลับคงอยู่ในความทรงจำและถูกกล่าวถึงซ้ำตลอดทั้งปี โดยเฉพาะการถ่ายทอดผ่านช่องทางออนไลน์ที่ช่วยขยายการเข้าถึงและสร้างการรับรู้เรื่องเล่าของจังหวัดสกลนครในวงกว้าง การประกวดนางงามระดับท้องถิ่นนี้ จึงมิใช่เพียงการฟื้นคืนกิจกรรมในอดีต แต่ยังเป็นการสร้างเชื่อมโยงคนรุ่นใหม่กับรากเหง้าทางวัฒนธรรม อันมีนัยยะของการบอกและเล่าวิถีวัฒนธรรมสกลนครได้อย่างร่วมสมัย ยังผลให้เกิดการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา ส่งเสริมการรับรู้และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของสกลนครได้อีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาการรับรู้เรื่องเล่าท้องถิ่นผ่านการประกวดนางงามหรือกิจกรรมพิเศษของจังหวัดอื่น ๆ ในภูมิภาคอีสาน เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบและประสิทธิภาพการสื่อสารเรื่องเล่า รวมทั้งนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการใช้กิจกรรมทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสื่อสารและอนุรักษ์เรื่องเล่าท้องถิ่นอย่างยั่งยืน
2. ควรมีการศึกษาเชิงลึกจากมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น ผู้จัดการประกวด ผู้เข้าประกวด และหน่วยงานสนับสนุน เพื่อให้ได้แนวคิดในการสร้างสรรค์เรื่องเล่าผ่านการประกวดนางงามท้องถิ่น

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยนี้เสนอมุมมองใหม่ที่เปลี่ยนการประกวดนางงามระดับจังหวัดจาก “กิจกรรมบันเทิง” สู่ “กลไกการสื่อสารเรื่องเล่าท้องถิ่นแบบบูรณาการ” ที่มีบทบาทหลากหลายมิติ ทั้งเป็นเครื่องมือการเรียนรู้วัฒนธรรม กลไกอนุรักษ์และสืบทอดประเพณีในรูปแบบทันสมัยและเป็นพื้นที่สร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนวิจัยพื้นฐาน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ปีงบประมาณ 2568

รายการอ้างอิง

- กมลวัฒน์ ยะสาวรรณ. (2547). การรับรู้ภาวะเบี่ยงของพนักงานท่าเรือแหลมฉบัง ปัญหาพิเศษรัฐประศาสน-
ศาสตรมหาบัณฑิต นโยบายสาธารณะ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุไรรัตน์ รัตติโชติ, วรเวช ว่องศิริ และ สุธี โส้ปะกลาง. (2567). อัตลักษณ์มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม:
เรื่องเล่า ตำนาน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสาร Silpakorn University
E-Journal.(Social Sciences, Humanities, and Arts)*. 44(2), 47-58.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. เอ็กสเปอร์เน็ท.
- ณัทกิจพัฒน์ หอมวิจิตรกุล และ ชาศริต กุลอิสริยาภรณ์. (2560). ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์จากการ
รับรู้ค่าและความคุ้นเคยที่ส่งผ่านความเชื่อมั่นและยึดติดกับผลิตภัณฑ์เดิม. *วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 11(26), 70-80.
- ศุริยงค์ คมขำ. (2566). เรื่องเล่าและการเล่าเรื่องเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยวบ้านเชียง. *วารสาร
เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 8(1), 91-108.
- ผกามาศ ศรีสมบัติ. (2559). เรื่องเล่าเจ้าอนุวงศ์ในสังคมเมืองโคราชกับพลวัตการสื่อความหมายความสัมพันธ์
ระหว่างไทย-ลาว. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 35(1), 62-80.
- วรพงษ์ ปลอดมุสิก. (2561). *การสื่อสารอัตลักษณ์ความงามผ่านกิจกรรมการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์*.
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สรณัฐ ไตรลึงคะ. (2560). *ศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง* (พิมพ์ครั้งที่ 3). โครงการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ
คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์. (2559). โครงสร้างการเล่าเรื่องและการประกอบสร้างความหมายสื่อการแสดง
พื้นบ้านในภาพยนตร์ไทย. *วารสารศาสตร์*, 9(1), 215-235.