

การวิเคราะห์วรรณลีลาในงานเขียนแนะนำที่พัก

Style Analysis in Accommodation Reviews

พรวิภา ไชยสมคุณ
Pornwipa Chaisomkhun
ภาควิชาภาษาไทย
Department of Thai
คณะมนุษยศาสตร์
Faculty of Humanities
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์วรรณลีลาในงานเขียนประเภทแนะนำที่พัก ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ คอลัมน์ “ที่พักบนเส้นทาง” ในนิตยสาร อ.ส.ท. ระหว่างปี พ.ศ. 2560–2561 แนวคิดที่ประยุกต์ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ แนวคิดของ เจฟฟรีย์ ลีช และ มิกค์ ชอร์ต (2007)

ผลการศึกษาด้านลักษณะทางภาษามี 4 ลักษณะ ได้แก่ 1. การใช้คำ ผู้เขียนบทความแนะนำที่พักเลือกใช้คำเพื่อแสดงลักษณะที่พักที่พึงประสงค์มากที่สุด รองลงมาคือการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการพักผ่อน การใช้คำเรียกสี การใช้คำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึก การใช้คำกริยาที่แสดงการรับรู้ การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับรูปแบบการตกแต่งและการใช้คำเพิ่มน้ำหนัก 2. การใช้ประโยค พบการใช้ประโยคเชิงให้ทราบมากที่สุดเนื่องจากสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักอันเป็นหลักการประการหนึ่งของการแนะนำที่พัก รองลงมาคือประโยคแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับจุดประสงค์ของบทความคือโน้มน้าวให้ผู้อ่านสนใจที่พักและตัดสินใจเลือกที่พักนั้น ส่วนประโยคคำถามพบน้อยที่สุด

เนื่องจากไม่สอดคล้องกับตัวบท 3. การใช้ภาพพจน์พบการใช้ภาพพจน์แบบเปรียบเทียบมากที่สุด แต่หากพิจารณาจากการสถิติการปรากฏ ภาพพจน์ถือว่าไม่ใช่ลักษณะที่โดดเด่นในบทความแนะนำที่พัก 4. บริบท บริบทที่มีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์บทความแนะนำที่พัก ได้แก่ 1) ผู้ใช้ภาษา 2) การใช้ภาษา 3) ผู้ร่วมสื่อสาร 4) สังคมวัฒนธรรม อนุสาร อ.ส.ท. เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ทำหน้าที่ผลิตบทความแนะนำที่พักเพื่อสนับสนุนธุรกิจที่พักซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายหลักของบทความแนะนำที่พักคือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักเพื่อโน้มน้าวใจผู้อ่านให้เลือกที่พักแห่งนั้น บทความแนะนำที่พักจึงเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่พัก

คำสำคัญ: วิจารณ์ลีลา, งานเขียนแนะนำที่พัก, อนุสาร อ.ส.ท.

Abstract

The objective of this study was to analyze the writing style of accommodation reviews. The scope of this study is the "Residency on the Road" column (thi-phak-bon-sen-thang) in the Osotho magazine during the years 2017 – 2018. The concept applied in this study is the concept of Jeffrey Leech and Mick Short (2007).

The study found that there are 4 types of language characteristics as follows:

1. Lexical features: The authors of the accommodation reviews mainly used words that describe desirable properties of the accommodations, followed by the use of English transliteration. Then using words that have a meaning about relaxation, color terms, words that express emotion, verbs that show perception, words that have a decorative domain, and, the use of words to emphasize respectively. 2. Sentence features: It was found that most of the sentences were statements. As it relates to the purpose of providing information about accommodation as one of the principles of accommodation reviews. Next were the offer sentences. This is in line with the purpose of the article to get the reader interested in and decide on the accommodation. Questions were found the least because they do not correspond to the nature of a review. 3. Figure of Speech: The comparative figurative of speech was mainly found. But considering the statistics of the appearance, the figure of speech is not the prominent feature in the accommodation reviews. 4. Context: Context that influences the creation of accommodation reviews are 1) language user, 2) language, usage, 3) participant, and 4) sociocultural context. Osotho magazine is a printing media and produces accommodation reviews to support the accommodation business, which is part of the tourism industry. The main objective of the accommodation reviews is to provide information about accommodation to persuade readers to choose that accommodation. Therefore, accommodation reviews are marketing promotion of the accommodation business.

Keywords: style, writing accommodation reviews, Osotho magazine

บทนำ

งานเขียนแนะนำที่พักถือเป็นช่องทางหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ดังนั้นในนิตยสาร เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงมีคอลัมน์หรือเนื้อหาประเภทแนะนำที่พัก โดยเฉพาะการแนะนำที่พักในเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเลือกที่พักที่ดีที่สุดสำหรับตนเอง แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของวิรวลย์ ปิ่นชุมพลแสง และกอบกุล จันทโรดิลิกา (2561: 47) เรื่อง “การศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทของประเทศไทยตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตก” ผลการศึกษาพบว่าหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวคือการค้นหาข้อมูลเบื้องต้นจากแหล่งต่างๆ ผู้วิจัยจึงเห็นว่างานเขียนประเภทแนะนำที่พักที่เผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์ย่อมส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวด้วย

งานเขียนแต่ละประเภทย่อมมีวจนลีลาหรือลีลาในการใช้ภาษาเฉพาะแบบอมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2544: 148) ได้ให้ความหมายของวจนลีลาไว้ว่าเป็นรูปแบบการใช้ภาษา ซึ่งแตกต่างจากการใช้ภาษาแบบอื่นๆ ด้วยบริบทหรือการใช้ภาษา ผู้วิจัยเห็นว่างานเขียนประเภทแนะนำที่พักเป็นข้อความหรือดวับทประเภทแสดงพรรณนา (expository discourse) ย่อมมีรูปแบบการใช้ภาษาที่มีลักษณะเฉพาะและเชื่อมโยงหรือสัมพันธ์กับประเภทของงานเขียน

วจนลีลาศาสตร์ (stylistics) เป็นสาขาหนึ่งของภาษาศาสตร์ในการศึกษาวจนลีลา แต่เดิมวจนลีลาศาสตร์มักถูกมองว่าเป็นแนวทางหนึ่งในการวิเคราะห์ดวับทหรืองานเขียนประเภทวรรณกรรม ซึ่งจะช่วยอธิบายความหมายหรือตีความดวับทแต่แท้จริงแล้ววจนลีลาศาสตร์ยังเป็นการศึกษาวิเคราะห์ลีลาภาษาซึ่งแปรไปตามปัจจัยต่างๆ เช่น ประเภทงานเขียน บริบท ผู้เขียน เป็นต้น อีกทั้งลีลาภาษาของนักเขียนแต่ละคนสามารถแยกความต่างจากนักเขียนอีกคนหนึ่งได้ นอกจากนี้ลีลาภาษายังเกี่ยวข้องกับประเภทงานเขียน เช่น ภาษาในหนังสือพิมพ์ รวมทั้งลักษณะซึ่งเป็นองค์ประกอบของงานเขียน (Lesley และ McIntyre, 2010)

รุ่งอรุณ ทีฆชุนนเถียร (2552 : 47) ได้กล่าวถึงวัจนลีลาไว้ว่าเป็นการเลือกใช้ภาษาที่ปรากฏในชีวิตประจำวัน และปรากฏทั้งในภาษาพูดและภาษาวรรณศิลป์ จากการสำรวจงานวิจัยที่มีการศึกษา วัจนลีลา ขอบเขตของการศึกษาไม่ใช่เพียงแค่ตัวบททางวรรณกรรมเท่านั้น แต่ได้มีการขยายขอบเขตข้อมูลของการศึกษาในแวดวงอื่นๆ เช่น ภาษาโฆษณา ภาษากฎหมาย ภาษาในงานเขียนทางวิชาการ เป็นต้น เจฟฟรีย์ ลีช และ มิกค์ ซอร์ต (2007) ได้กล่าวถึงการศึกษาวัจนลีลาไว้ว่าต้องหาลักษณะเด่นทางภาษาโดยสังเกตการปรากฏว่ามีการปรากฏซ้ำ มีความถี่ของการปรากฏสูง และควรมีการนับความถี่ของการปรากฏเป็นหลักฐานเพื่อลดความเป็นอัตวิสัย (subjective)

การศึกษาวัจนลีลาจึงมุ่งหาลักษณะเด่นทางภาษาที่ผู้พูดหรือผู้เขียนเลือกใช้ ไม่ใช่เพียงแค่การบรรยายลักษณะที่พบในการพูดหรือการเขียนเท่านั้น เช่น โครงการวิจัยภาษาแห่งอำนาจของ อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์และคณะ (2558) ได้วิเคราะห์ทำเนียบภาษากฎหมาย ภาษาสื่อมวลชน ภาษาการเมือง และภาษาวิชาการ และวิเคราะห์คุณลักษณะเด่นของทำเนียบภาษาแต่ละประเภทผ่านตัวบ่งชี้ทางภาษาหรือลักษณะทางภาษา

อนุสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเล่มแรกของประเทศไทย โดยหน่วยงานของรัฐคือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ดำเนินการบริหารจัดการผลิตเนื้อหา เนื้อหาของอนุสาร อ.ส.ท. เน้นการนำเสนอการท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงอนุรักษ์และศิลปวัฒนธรรม โดยจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางที่พัก อาหาร พาหนะ เส้นทาง สถานที่ซึ่งเป็นจุดเด่นและควรไปเยี่ยมชม นอกจากนี้ยังให้ความรู้อื่นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ภูมิประเทศ ประวัติศาสตร์ ประการสำคัญยังเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยว (ณัฐทิศา สุดกวา, 2553 : 70)

อนุสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารท่องเที่ยวที่มีเนื้อหาคอลัมน์เกี่ยวกับการแนะนำที่พัก ลักษณะทางภาษาที่ใช้ในบทความแนะนำที่พักมีการใช้ภาษาที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของคนไทย อาทิ การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการพักผ่อน การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการตกแต่ง การใช้ลักษณะทางภาษาดังกล่าวนั้นได้เชื่อมโยงที่พักรักพักผ่อนและการท่องเที่ยวไว้ด้วยกัน กล่าวคือ หลายคนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการพักผ่อน การมองหาและเลือกที่พักที่ดีจะทำให้การ

พักผ่อนมีความสุขยิ่งขึ้น นิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงได้ทำหน้าที่ให้ข้อมูลและโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเลือกที่พักแห่งนั้นโดยนำเสนอแนวคิดการเลือกที่พักที่ดีและสวยงามเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการพักผ่อนและการท่องเที่ยว

จากการสำรวจงานวิจัยยังไม่มียานวิจัยที่ศึกษาวัจนลีลาของงานเขียนประเภทแนะนำที่พักใน อนุสาร อ.ส.ท. ผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษางานเขียนประเภทแนะนำที่พักเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวัจนลีลาในงานเขียนประเภทอื่นๆ ตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนาการเขียนประเภทแนะนำที่พัก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวัจนลีลาของงานเขียนประเภทแนะนำที่พัก

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจาก นิตยสารอนุสาร อ.ส.ท. เหตุผลประการแรกคืออนุสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารท่องเที่ยวฉบับแรกของประเทศไทย มีการตีพิมพ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 จนถึงปัจจุบัน เหตุผลประการที่สองคือ อนุสาร อ.ส.ท. ถือว่าเป็นนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและเป็นสื่อที่เป็นทางการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลและส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนเหตุผลประการต่อมาคือ อนุสาร อ.ส.ท.เป็นนิตยสารท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านมากที่สุด (ณัฐธิชา สุดภวา ,2553)

คอลัมน์ที่นำมาศึกษา คือ “ที่พักบนเส้นทาง” ฉบับเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี พ.ศ. 2560 และ 2561 จำนวนทั้งหมด 42 บทความ โดยเก็บข้อมูลทั้งหมดที่ปรากฏในช่วงเวลาดังกล่าว และศึกษาข้อมูลเฉพาะด้านวัจนภาษาในคอลัมน์ “ที่พักบนเส้นทาง” ของอนุสาร อ.ส.ท. โดยศึกษาหน่วยทางภาษาในระดับคำ ไวยากรณ์ อลงการ บริบทของงานเขียนประเภทแนะนำที่พัก ส่วนด้านสัมพันธภาพหรือการเชื่อมโยงผู้วิจัยจะไม่กล่าวถึงในบทความนี้

นิยามศัพท์

วัจนลีลา (style) คือ รูปแบบการใช้ภาษาในบริบทใดบริบทหนึ่ง การใช้ภาษาของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่ง

แนวคิดหลักที่ใช้ในการศึกษา

แนวคิดของ เจฟฟรี ลีช และมิกค์ ซอร์ต (Geoffrey and Mick, 2007) เป็นแนวคิดหลักที่นำมาใช้ในการศึกษาวัจนลีลาโดยการวิเคราะห์หน่วยทางภาษาเพื่อหาลักษณะเด่นทางภาษา โดยสังเกตว่าในงานเขียนนั้นมีลักษณะการใช้ภาษาประการใดที่โดดเด่น แล้วนับความถี่ของการปรากฏเพื่อลดความเป็นอัตวิสัย

เจฟฟรี ลีช และ มิกค์ ซอร์ต ได้กล่าวถึงการศึกษาวุจนลีลาต้องวิเคราะห์และตรวจสอบลักษณะทางภาษา 4 ประการ ได้แก่

1. ลักษณะของคำ (Lexical categories) เป็นการพิจารณาชนิดของคำและรายละเอียดของชนิดของคำ เช่น คำกริยาวิเศษณ์ประเภทแสดงความถี่ คำกริยาประเภทแสดงสภาพ และพิจารณาการใช้คำโดยทั่วไป เช่น คำที่แสดงการพรรณนา คำที่แสดงอารมณ์ วงความหมายของคำที่ใช้ เป็นต้น

2. ลักษณะทางไวยากรณ์ (Grammatical categories) เป็นการพิจารณาชนิดของประโยค โครงสร้างของประโยคซับซ้อน โครงสร้างของอนุพจน์ โครงสร้างการเปรียบเทียบและวลี

3. ลักษณะการใช้ภาพพจน์ (Figures of speech) เป็นการพิจารณาการใช้ภาพพจน์โวหารต่างๆ เช่น การใช้เสียงสัมผัส

4. บริบทและสัมพันธภาพ (Context and cohesion) บริบทเป็นการพิจารณาว่าผู้เขียนเรียกขานผู้อ่านตรงไปตรงมาหรือไม่อย่างไร ความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร ส่วนสัมพันธภาพเป็นการพิจารณาด้านการเชื่อมโยง เช่น การใช้คำเชื่อม การละ เป็นต้น

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวข้างต้นมาปรับใช้ในการศึกษาวัจนลีลาในบทความแนะนำที่พัก นอกจากนี้ผู้เขียนยังได้นำแนวคิดอื่นๆ มาช่วยอธิบายลักษณะทางภาษาและบริบท อาทิ ทฤษฎีไวยากรณ์เชิงระบบหน้าที่ (systemic functional grammar) ของ ฮัลลidayและแมทธิสเซน (Halliday and Matthiessen, 2014)

นำมาใช้อธิบายการใช้คำบางประเภทและประโยค แนวคิดด้านบริบทของพรพิลาศ วงศ์เจริญ(2557) นำมาใช้อธิบายบริบทที่มีผลต่อการสร้างสรรค์บทความแนะนำที่พัก

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาวัจนลีลาที่ปรากฏในงานเขียนแนะนำที่พัก คอลัมน์ “ที่พักบนเส้นทาง” ในอนุสาร อ.ส.ท. ระหว่างปี พ.ศ. 2560–2561 ลักษณะของงานเขียนแนะนำที่พักเป็นงานเขียนประเภทบทความ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาวัจนลีลาไว้ 4 ประเด็น ได้แก่ 1. การใช้คำ 2. การใช้ประโยค 3. การใช้ภาพพจน์ และ 4. บริบท

1. การใช้คำ

การใช้คำในการศึกษาคำครั้งนี้ หมายถึง การใช้คำที่ทำให้เห็นลักษณะเด่นของบทความประเภทแนะนำที่พักโดยเป็นคำที่ใช้มากเป็นพิเศษและมีจุดประสงค์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักและการท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้อ่านตัดสินใจเลือกที่พักระหว่างนั้น การใช้คำมี 8 ลักษณะดังนี้ การใช้คำเพื่อแสดงลักษณะที่พักระหว่างที่พึงประสงค์ การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการพักผ่อน การใช้คำเรียกสี การใช้คำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึก การใช้คำกริยาที่แสดงการรับรู้ การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับรูปแบบการตกแต่ง และการใช้คำเพิ่มน้ำหนัก

1.1 การใช้คำเพื่อแสดงลักษณะที่พึงประสงค์

การใช้คำเพื่อแสดงลักษณะที่พึงประสงค์ เป็นการใช้อำนาจหรือคำนามเพื่อบรรยายและระบุลักษณะของที่พักและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหมายในเชิงบวกทั้งด้านความสวยงามและความสะอาด ความสะอาดสบายหรือความเงียบสงบ เช่น การใช้คำกริยาแสดงสภาพและลักษณะ (relational process)) ประเภทบอกลักษณะของสิ่งนั้น (attribute) ตามแนวคิดของทฤษฎีไวยากรณ์เชิงระบบหน้าที่ (systemic functional grammar) ของฮัลลิดีและแมทธิเซน (Halliday and Matthiessen, 2014 : 263) อาทิ สวยงาม กว้าง เหมาะ สะอาด เป็นต้น

บทความแนะนำที่พักมีการใช้คำเพื่อแสดงลักษณะที่พักระหว่างที่พึงประสงค์ คุณลักษณะประการแรกคือความงาม มีการใช้คำเพื่อแสดงคุณลักษณะดังกล่าว เช่น สวยงาม น่ารัก เป็นต้น คุณลักษณะประการต่อมาคือความสะอาดสบาย

มีการใช้คำเพื่อแสดงลักษณะดังกล่าว เช่น สบาย สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ประการต่อมาคือความเรียบง่าย มีการใช้คำเพื่อแสดงลักษณะดังกล่าว เช่น สงบ เรียบ

จากการศึกษาพบว่ามีการใช้คำที่มีความหมายเกี่ยวกับความสวยงามจำนวน 63 ครั้ง คำที่มีความหมายเกี่ยวกับความสะดวกสบายจำนวน 37 ครั้ง คำที่มีความหมายเกี่ยวกับความเรียบง่ายจำนวน 24 ครั้ง และคำที่มีความหมายเกี่ยวกับความเรียบง่ายจำนวน 16 ครั้ง ส่วนคุณลักษณะอื่นๆ ยังไม่ปรากฏความถี่ในการปรากฏอย่างเด่นชัด เช่น ความสะดวก ความหรูหรา

(1) *ในวงล้อมของสวนสวยสไตล์อิงลิช คันทรี่ ที่หอมคลุ้งด้วยไม้ดอกไม้ใบ งดงามร่มรื่น โปร่ง โล่งสบาย ทางเดินอิฐตกแต่งด้วยกรวด หิน ตระหง่านงามด้วยน้ำพุหยอดรูปปั้นสวยหลายมุมอย่างลงตัวคือพื้นที่พักผ่อนสบายๆ นามในสวนแห่งเมืองเชียงราย จากบ้านไม้หลังเก่าที่เต็มไปด้วยความทรงจำครั้งอดีต*

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 6 ม.ค.60 น.89)

คำว่า “สวย” และ “งดงาม” เป็นการใช้คำที่แสดงลักษณะที่พึงประสงค์คือความงามของสวน

1.2 การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ

การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นการใช้คำยืมมาจากภาษาอังกฤษด้วยวิธีทับศัพท์ คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่นำมาใช้ในบทความแนะนำที่พักมักเป็นคำที่ใช้ในภาษาระดับไม่เป็นทางการและเป็นคำที่ผู้อ่านเข้าใจง่าย เช่น โมเดิร์น (modern) โคซี่ (cozy) โรแมนติก (romantic) เป็นต้น การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษมีทั้งการใช้คำเพื่อบรรยายลักษณะที่พักและบรรยายอากาศตลอดจนกิจกรรมต่างๆ เมื่อเข้าพักที่ที่พักแห่งนั้น การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษถือเป็นลักษณะเด่นด้านการใช้คำประการหนึ่งของบทความแนะนำที่พัก จากการศึกษาค้นพบว่ามีการใช้คำทับศัพท์จำนวน 104 ครั้ง ในงานวิจัยนี้คำยืมภาษาอังกฤษด้วยการทับศัพท์จะไม่นับรวมชื่อเฉพาะของสถานที่

(2) *คอนเซปต์และดีไซน์ที่โดดเด่นในทุกรายละเอียด ทำให้เดอะเทอร์มินอลกลายเป็นสถานี่พักเหนือสุดฮิปในเมืองขอนแก่นที่น่าแวะมาให้ได้สักครั้ง*

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 12 ก.ค.60 น.91)

ตัวอย่างข้างต้นมีการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ คือ “คอนเซปต์” มาจาก concept และ “ดีไซน์” มาจาก design การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในตัวอย่างนี้เป็นคำที่ใช้กันโดยทั่วไป ส่วน “สตูอิป” เป็นคำสแลงที่มาจากภาษาอังกฤษคือ hipster หมายถึงบุคคลที่ทันสมัย

1.3 การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการพักผ่อน

การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการพักผ่อนเป็นการใช้คำที่มีความหมายเกี่ยวกับการหยุดทำงานเพื่อให้หายเหนื่อยดังนั้นคำที่มีความหมายเกี่ยวกับการพักผ่อน และการนอนหลับจึงจัดอยู่ในวงความหมายนี้ เช่น พักผ่อน พักกาย เป็นต้น การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการพักผ่อนสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ประการหนึ่งของการท่องเที่ยวคือการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด จากการศึกษาพบว่ามีการใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการพักผ่อนจำนวน 66 ครั้ง

(3) เพียงได้ออกไปท่องเที่ยว พักผ่อนชาร์จพลัง สัมผัสธรรมชาติ ให้ลมเย็นๆ
ปะทะกาย ชมสายหมอกและดอกไม้ พักกายเคียงคู่กับคนรู้ใจที่เสียสละกายก็พอ

(อนุสร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 6 ม.ค. 60 น.89)

“พักกาย” เป็นคำกริยาที่อยู่ในวงความหมายเกี่ยวกับการหยุดการทำงานหรือกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยและเมื่อยล้า

1.4 การใช้คำเรียกสี

การใช้คำเรียกสีเป็นการใช้คำบอกสีเพื่ออธิบายลักษณะของที่พักทางกายภาพทั้งภายในและภายนอก ตลอดจนลักษณะสภาพแวดล้อมที่อยู่ใกล้ที่พัก การใช้คำเรียกสีเป็นส่วนหนึ่งของการให้รายละเอียดของที่พัก ลักษณะสภาพแวดล้อม ทั้งสิ่งก่อสร้างและธรรมชาติ สามารถช่วยทำให้ภาพที่พักมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม เช่น การบรรยายลักษณะสีของตึก ทะเล นอกจากนี้คำเรียกสียังสามารถบอกถึงจุดเด่นของที่พักได้ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ จากการศึกษาค้นพบว่ามีการใช้คำเรียกสีจำนวน 61 ครั้ง คำเรียกสีที่มีการใช้ในบทความแนะนำที่พักมีทั้งการใช้คำเรียกสีพื้นฐาน เช่น สีขาว และคำเรียกสีไม่พื้นฐาน เช่น สีเขียวมรกต สีดำขมิ้น เป็นต้น

(4) สีฟ้าของบานประตูหน้าต่างที่แซมสลับกับสีขาวของเตียงนอนเปลือยขัดมัน สีฟ้าในสระว่ายน้ำ สีเขียวจีของต้นไม้น้อยใหญ่ที่พลั่วไหวเลาๆ ตามแรงลม

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 6 ม.ค. 60 น. 88)

ตัวอย่างข้างต้นมีการใช้คำเรียกสีที่อธิบายลักษณะของที่พัก คือ สีฟ้าและสีขาว ขณะเดียวกันก็มีการใช้คำเรียกสีเพื่ออธิบายลักษณะของสภาพแวดล้อมที่อยู่ใกล้เคียง กับที่พักคือสระว่ายน้ำและต้นไม้ ก็คือ “สีฟ้าใส” และ “สีเขียวจี”

1.5 การใช้คำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึก

คำแสดงอารมณ์ความรู้สึก (emotion) เป็นการใช้คำนามและคำกริยาเพื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึก โดยผู้วิจัยได้ปรับนิยามดังกล่าวจากคำกริยาทางจิตใจ (mental process) กล่าวคือ ตามแนวคิดของทฤษฎีไวยากรณ์เชิงระบบหน้าที่ (systemic functional grammar) ของ ฮัลลidayและแมทธิเซน (Halliday and Matthiessen, 2014 : 245 และ 256) คำกริยาทางจิตใจ (mental process) เป็นคำกริยาที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกเป็นคำกริยาที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต เช่น ขึ้นชมสนุก

การใช้คำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกสัมพันธ์กับหลักการแนะนำหรือวิวิธินคำ ข้อหนึ่ง คือ การแสดงความรู้สึกของผู้เขียนที่มีต่อสินค้าชนิดนั้นๆ เพื่อโน้มน้าวใจผู้อ่าน ซึ่งก็คือนักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พักแห่งนั้นเมื่อเดินทางท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่ามีการใช้คำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกจำนวน 47 ครั้ง คำที่ปรากฏมากที่สุด คือ อบอุ่น ซึ่งสัมพันธ์กับกลวิธีการเขียนของผู้เขียนซึ่งมักเปรียบเทียบความรู้สึกของการเข้าพักในโรงแรมและรีสอร์ทต่างๆ คล้ายกับการพักอาศัยอยู่ที่บ้าน

(5) แล้วเลือกพักที่เครสโค ไม่เพียงเห็นความทันสมัยที่ก้าวไปพร้อมกับการรักษารากเดิมของตนไว้อย่างลงตัว แต่รู้สึกอบอุ่นราวกับอยู่บ้านอีกด้วย

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 11 มิ.ย. 60 น.86)

“อบอุ่น” เป็นคำกริยาแสดงอารมณ์ความรู้สึก พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (ออนไลน์) ได้ให้นิยามความหมายของคำว่า “อุ่นสบาย โดยปริยายหมายความว่าปราศจากความว้าวุ่น”

1.6 การใช้คำกริยาที่แสดงการรับรู้

คำกริยาที่แสดงการรับรู้ (perception) เป็นคำกริยาประเภทหนึ่งของคำกริยาทางจิตใจ (mental process) ตามแนวคิดของทฤษฎีไวยากรณ์เชิงระบบหน้าที่ (systemic functional grammar) ของ ฮัลลิเดย์ และ แมทธิเซน (Halliday and, 2014 : 246 และ 256) นั้นคำกริยาที่แสดงการรับรู้เป็นคำกริยาที่แสดงให้เห็นถึงการรับรู้ผ่านผัสสะด้านการเห็นและการได้ยิน ซึ่งสัมพันธ์กับกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว คำกริยาที่แสดงการรับรู้ เช่น ชม รับชมชมวิว เห็น ได้ยิน เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่ามีการใช้คำกริยาที่แสดงการรับรู้ในบทความแนะนำที่พักจำนวน 43 ครั้ง โดยพบว่ามีการใช้คำกริยา “ชม” มากที่สุด เนื่องจากสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยว นั่นคือการเที่ยวชมธรรมชาติและสิ่งต่างๆ ที่น่าสนใจ

(6) *ชมความสดใสของท้องทะเลอันดามันและนอนฝันดีที่อันดา รีสอร์ท*

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 58 ฉบับที่ 8 มี.ค. 61 น.87)

“ชม” เป็นคำกริยาแสดงการรับรู้ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (ออนไลน์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “ดู”

1.7 การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับรูปแบบการตกแต่ง

การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับรูปแบบการตกแต่ง เป็นการใช้คำที่ระบุถึงรูปแบบการตกแต่งที่พักทั้งในส่วนของที่พักและสภาพแวดล้อม มักปรากฏร่วมกับคำว่า “สไตล์” หรือ “แนว” เช่น เมดิเตอร์เรเนียน, ยูโรเปียน วินเทจ (European Vintage), ลอฟต์ (Loft), อีสานประยุกต์ เป็นต้น การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับรูปแบบการตกแต่งเกี่ยวข้องกับหลักการวิวลินคำประการหนึ่งคือการให้รายละเอียดของสินค้า รูปแบบการตกแต่งหรือสไตล์ของที่พักเป็นข้อมูลเกี่ยวกับที่พักประการหนึ่งที่ผู้เขียนบทความแนะนำที่พักมักระบุไว้ในบทความเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านตัดสินใจเลือกที่พักนั้นๆ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้่านซึ่งก็คือนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่ามีการใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการตกแต่งจำนวน 33 ครั้ง โดยคำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับรูปแบบการตกแต่งมักเป็นคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นคำเฉพาะที่ใช้ในการออกแบบตกแต่ง

(7)ความเท่าเทียมอยู่ในอาคารแวนอนสองชั้นที่ออกแบบด้วยสไตล์อินดัสเทรียลลอฟท์

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 11 มิ.ย. 60 น.86)

สไตล์อินดัสเทรียลต้องมีโครงสร้างของสถาปัตยกรรมที่เก็บไว้ในรูปแบบเดิม เช่น โกดังเก่า หรืออาคารที่มีโครงสร้างขนาดใหญ่ มีการตกแต่งเลียนแบบโรงงานเก่า ใช้วัสดุชั้นสนิมที่ดูผ่านกาลเวลามานาน และเฟอร์นิเจอร์ที่ย้ายยุคไปช่วงปี 1950 ซึ่งถือเป็นการตกแต่งที่ทันสมัย และเก๋ที่สุดในยุคนั้น ให้ความรู้สึกขัดแย้งกับความเก่าของตัวอาคาร ส่วนสไตล์ลอฟท์ต้องมีฝ้าเพดานสูง ดูเท่ นิ่ง และเรียบง่าย มีรายละเอียดการตกแต่งของสไตล์โมเดิร์นมาประกอบมากกว่า (บ้านและสวน,2562)

1.8 การใช้คำเพิ่มน้ำหนัก

การใช้คำเพิ่มน้ำหนักเป็นการใช้คำที่ช่วยเน้นความหมายของคำหลักโดยแสดงระดับของคำที่ถูกขยาย เช่น การใช้คำขยายเพื่อขยายคำกริยาแสดงสภาพ เช่น ที่สุด เป็นต้น การใช้คำนาม เช่น ระดับสามดาว จุดเด่น ยอดเยี่ยม เป็นต้น ในงานวิจัยนี้การใช้คำที่เพิ่มน้ำหนักจึงเป็นการใช้คำที่แสดงให้เห็นระดับเพื่อประเมินค่าที่พักสถานที่ และสภาพธรรมชาติ

ผู้วิจัยได้ปรับนิยามการใช้คำเพิ่มน้ำหนักแบบแสดงระดับจากงานวิจัยของวัฒนา แซ่มวงษ์และคณะ(2558: 27) ซึ่งได้ให้ความหมายว่าเป็นการใช้คำขยายที่เน้นความหมายของคำหลักให้เข้มข้น เช่น การใช้คำขยายเพื่อขยายคำกริยาแสดงสภาพ การใช้คำเพิ่มน้ำหนักเพื่อแสดงความหมายของคำให้น้ำหนักแน่น หรือแสดงลักษณะที่ชัดเจนขึ้น จากการศึกษาพบว่าการใช้คำเพิ่มน้ำหนักจำนวน 24 ครั้ง

(8) เมืองระนองยังเป็นเมืองท่องเที่ยวใหม่ที่พอเพียง มีโรงแรมระดับห้าดาวแต่อยู่ไกลเมือง ดังนั้นที่นี้จึงเป็นโรงแรมที่ดีที่สุดในโรงแรมหนึ่งของจังหวัด

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 7 ก.พ. 60 น.91)

“ระดับห้าดาว” เป็นระดับดาวในระดับสูงสุดตามมาตรฐานโรงแรมของมูลนิธิมาตรฐานโรงแรมซึ่งพิจารณาจากเกณฑ์ต่างๆ เช่น ที่ตั้ง ความสะอาด ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น การระบุถึงระดับดาวของที่พักเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานของโรงแรมและช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เข้าพักโรงแรม ส่วน “ที่สุด”

เป็นคำที่ช่วยขยายค่าแสดงการประเมินค่า คือ ดี เพื่อแสดงระดับสูงสุดของสิ่งนั้น ในที่นี้คือโรงแรมที่ดีที่สุดในจังหวัด

ตารางที่ 1 : ตารางแสดงลักษณะการใช้คำในบทความแนะนำที่พัก

ลักษณะการใช้คำ	จำนวน	ร้อยละ
1. การใช้คำเพื่อแสดงลักษณะที่พักที่พึงประสงค์	140	27
2. การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ	104	20.1
3. การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการพักผ่อน	66	12.7
4. การใช้คำเรียกสี	61	11.8
5. การใช้คำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึก	47	9.1
6. การใช้คำกริยาที่แสดงการรับรู้	43	8.3
7. การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับรูปแบบการตกแต่ง	33	6.4
8. การใช้คำเพิ่มน้ำหนัก	24	4.6

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าผู้เขียนบทความแนะนำที่พักเลือกใช้คำเพื่อแสดงลักษณะที่พักที่พึงประสงค์มากที่สุด รองลงมาคือการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการพักผ่อน และการใช้คำเรียกสีนั้นมีความถี่ของการปรากฏใกล้เคียงกัน ต่อมาคือการใช้คำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึก การใช้คำกริยาที่แสดงการรับรู้ การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับรูปแบบการตกแต่งนั้น และการใช้คำเพิ่มน้ำหนักตามลำดับ

การใช้คำเพื่อแสดงลักษณะที่พักที่พึงประสงค์พบมากที่สุด เนื่องจากเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักและประเมินค่าที่พักซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่พัก รองลงมาคือการใช้คำทับศัพท์เนื่องจากความนิยมการใช้ภาษาอังกฤษปนกับภาษาไทย ในสื่อและคำทับศัพท์เหล่านั้นส่วนหนึ่งเป็นคำที่ใช้ในชีวิตประจำวันและสัมพันธ์กับบทความแนะนำที่พักซึ่งมักระบุถึงลักษณะภายนอกและภายในของที่พัก จึงนิยม

ใช้คำทับศัพท์ ส่วนการใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการพักผ่อนสัมพันธ์กับการจุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวคือการพักผ่อน ดังนั้นการเลือกที่พักรจึงเป็นกระบวนการหนึ่งในการท่องเที่ยว อีกทั้งมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักด้วยการใช้คำเรียกชื่อ การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการตกแต่งเพื่อบรรยายลักษณะที่พัก และทำให้ผู้อ่านเห็นภาพว่าเมื่อเข้าไปพักที่พักรแห่งนั้นจะพบสิ่งใดบ้าง ส่วนการใช้คำที่เพิ่มน้ำหนัก การใช้คำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกและการใช้คำกริยาที่แสดงการรับรู้เพื่อจูงใจให้ผู้อ่านคล้อยตามว่าที่พักแห่งนั้นจะทำให้ผู้เข้าพักมีอารมณ์ความรู้สึกเช่นไรและสามารถทำกิจกรรมใดบ้างรวมทั้งผู้เขียนได้ประเมินค่าที่พักแห่งนั้นว่าอยู่ในระดับด้วย การใช้คำดังกล่าวถือว่าสัมพันธ์กับหลักการเขียนแนะนำหรือวิวิว (review) ธุรกิจโรงแรมและที่พักซึ่งนักการตลาดได้เผยแพร่ไว้

2. การใช้ประโยค

ในบทความนี้ ลักษณะของการใช้ประโยคจะกล่าวถึงประเภทหรือชนิดของประโยคที่ใช้ในบทความแนะนำที่พัก ผู้วิจัยจะแบ่งประโยคตามจุดประสงค์การสื่อสารโดยใช้แนวคิดของฮัลลiday และแมทธิเซน (Halliday, M.A.K and Matthiessen, Christian, 2014 : 135–136) การศึกษาครั้งนี้พบประโยค 3 ประเภท ได้แก่ ประโยคแจ้งให้ทราบ (statement) ประโยคแนะนำ (offer) และประโยคคำถาม (question)

2.1 ประโยคแจ้งให้ทราบ

ประโยคแจ้งให้ทราบ เป็นประโยคบอกเล่าที่มีจุดมุ่งหมายการสื่อสารเพื่อบอกกล่าวข้อมูลและให้ข้อเท็จจริง ตลอดจนการแสดงอารมณ์ความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ภายในและภายนอกที่พัก จากการศึกษพบประโยคแจ้งให้ทราบจำนวน 1,030 ประโยค ประโยคแจ้งให้ทราบเป็นประโยคที่พบมากที่สุดในบทความแนะนำที่พัก เนื่องจากประโยคแจ้งให้ทราบนั้นสัมพันธ์กับเนื้อหาของบทความซึ่งต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก เช่น ที่ตั้ง ลักษณะของที่พักทั้งภายนอกและภายใน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ

(9) โรงแรมแคนทารี โคราช หอหรรระดับห้าดาว เป็นโรงแรมใหญ่ ใหม่ ทันสมัย
 เบื่อเริ่มเท็มสไตล์นักธุรกิจญี่ปุ่นที่เนียบไปเสียทุกอย่างอย่าง

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 9 เม.ย.60 น.90)

ตัวอย่างข้างต้นเป็นประโยคชนิดแจ้งให้ทราบโดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรม
 ทั้งข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็น

2.2 ประโยคแนะนำ

ประโยคแนะนำเป็นประโยคที่มีจุดมุ่งหมายและเจตนาการสื่อสารเพื่อเสนอ
 แนะนำและเชิญชวนให้ผู้รับสารหรือผู้อ่านปฏิบัติตามการแนะนำของผู้เขียนคือการเลือก
 ที่พักซึ่งผู้เขียนได้นำเสนอ ประโยคแนะนำมักมีการใช้คำแสดงทัศนภาวะคือ “ควร”
 “ไม่ควร” สื่อความถึงสิ่งที่พึงกระทำหรือไม่พึงกระทำ หรือการใช้คำกริยา “ลอง” เพื่อเชิญ
 ชวนให้ผู้รับสารปฏิบัติตามการแนะนำ ประโยคแนะนำมักมีประธานของประโยคคือ
 คำสรรพนามบุรุษที่ 2 คือ “คุณ” เพื่อเรียกขานผู้อ่านซึ่งในอนาคตก็คือนักท่องเที่ยว
 การใช้ประโยคแนะนำยังสอดคล้องกับตัวบทประเภทบทความแนะนำที่พักคือผู้เขียน
 ต้องโน้มน้าวให้ผู้อ่านสนใจที่พักและตัดสินใจเลือกที่พักนั้นเมื่อต้องเดินทาง จากการ
 ศึกษาพบว่ามีการใช้ประโยคแนะนำจำนวน 24 ประโยค โดยมักปรากฏคำว่า “ลอง”
 ในประโยคเพื่อโน้มน้าวใจผู้อ่าน

(10) หากต้องการที่พักที่เงียบสงบ พักสบาย แต่ยังมีความสะดวกสบายพร้อม
 สรรพสาธาณเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ในเกาะภูเก็ตได้อย่างรวดเร็ว Live @Loft
ภูเก็ตคือตัวเลือกที่คุณไม่ควรพลาด

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 7 ก.พ. 60 น.88)

ตัวอย่างประโยคข้างต้นมีการใช้คำแสดงทัศนภาวะ คือ“(ไม่)ควร” เพื่อแนะนำ
 ว่าภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ควรไปเที่ยว

2.3 ประโยคคำถาม

ประโยคคำถามเป็นประโยคที่มีคำแสดงคำถาม เช่น “ทำไม” โดยผู้เขียน
 ไม่ได้มีเจตนาเพียงแค่ต้องการคำตอบจากผู้รับสาร หากแต่ยังมีเจตนาให้ผู้อ่านครุ่นคิด
 กับประเด็นเกี่ยวกับที่พักซึ่งผู้เขียนนำเสนอและเป็นกลวิธีการเขียนอย่างหนึ่งในการ
 นำเสนอข้อมูล จากการศึกษาพบว่ามีการใช้ประโยคคำถาม 7 ประโยค

(11) เคยบ้างไหม ตั้งใจไปหาที่พักในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งซึ่งไม่คุ้นเคย ทั้งๆ ที่มีชื่อที่พัก มีชื่อถนน แคมป์ยังโหดๆตามใจเจ้าหน้าที่พักมาเสร็จสรรพ จีพีเอสก็เปิดใช้ แต่ทำอย่างไรจนแล้วจนรอดก็หาที่พักที่ตั้งใจไว้ไม่เจอ

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 9 เม.ย. น.90)

“เคยบ้างไหม” เป็นประโยคคำถามซึ่งผู้เขียนเลือกใช้เพื่อถามผู้อ่านว่าเคยมีประสบการณ์ที่พักไม่พบหรือไม่ เนื่องจากต้องการให้ข้อมูลในส่วนต่อมาว่าปัญหาการหาที่พักไม่พบจะไม่เป็นปัญหาเมื่อเลือกพักโรงแรมที่ผู้เขียนแนะนำ

ชนิดของประโยคตามจุดประสงค์การสื่อสารซึ่งพบมากที่สุดคือประโยคแจ้งให้ทราบ จำนวน 1,030 ประโยค เนื่องจากสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักอันเป็นหลักการประการหนึ่งของ

การแนะนำที่พัก รองลงมาคือประโยคแนะนำ จำนวน 24 ประโยค การใช้ประโยคนำนี้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ประเภทบทความแนะนำที่พัก ผู้เขียนต้องโน้มน้าวให้ผู้อ่านสนใจที่พักและตัดสินใจเลือกที่พักนั้นเมื่อต้องเดินทาง และการปรากฏของประโยคคำถามพบเพียง 7 ประโยค การใช้ประโยคแจ้งให้ทราบนั้นสัมพันธ์กับประเภทของงานเขียนแนะนำที่พักและหลักการเขียนบทความแนะนำที่พักคือการให้ข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมต่างๆ และบรรยากาศของที่พัก

3. การใช้ภาพพจน์

ภาพพจน์ (figures of speech) เป็นการเรียบเรียงถ้อยคำด้วยวิธีการต่างๆ ให้ผิดแผกไปจากการเรียงลำดับคำหรือความหมายของคำตามปกติ เพื่อให้เกิดภาพหรือให้มีความหมายพิเศษและการใช้ภาพพจน์ยังส่งผลให้ภาษาที่ใช้มีลักษณะของการพรรณนามากกว่าการบรรยาย รุ่งฤดี แพลงคร (2563: 4) ได้กล่าวถึงการเรียบเรียงถ้อยคำของภาพพจน์เพื่อให้ผู้อ่านเกิดภาพขึ้นในใจหรือเกิดความรู้สึกที่เด่นชัดยิ่งกว่าการใช้ถ้อยคำธรรมดา ภาพพจน์จัดเป็นศิลปะการใช้ภาษาประเภทหนึ่ง กล่าวคือเป็นการใช้ภาษาที่ผิดไปจากปกติไม่ได้อยู่ในกฎเกณฑ์ทางไวยากรณ์ บทความนี้ได้แบ่งการใช้ภาพพจน์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ภาพพจน์วาตศิลป์ ภาพพจน์เปรียบเทียบ และภาพพจน์ทางเสียง

3.1 ภาพพจน์เปรียบเทียบ เป็นการใช้อ้อยคำเพื่อให้เกิดภาพ โดยมีกรเปลี่ยนแปลงความหมายพื้นฐานของคำ เช่น อุปลักษณะ จากการศึกษาพบภาพพจน์เปรียบเทียบ 3 ประเภท ได้แก่ การใช้ภาพพจน์ประเภทอุปมา อุปลักษณะ และนามนัย

(12) ที่พักที่ให้ความรู้สึกเหมือนนกน้อยกลับรัง หากเปรียบชีวิตเหมือนนกที่โบยบินออกหาถิ่นยามเช้า เมื่อตกเย็นก็กลับมานอน “รัง” รังที่แสนอบอุ่นเหมือนบ้าน
(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 7 ก.พ.60 น.89)

ตัวอย่างข้างต้นเป็นภาพพจน์ประเภทอุปมา(simile)มีการเปรียบเทียบที่พักและบ้านเหมือนกับรังของนกตลอดจนเปรียบเทียบการออกจากที่พักเพื่อไปประกอบอาชีพของมนุษย์เหมือนกับการโบยบินออกจากรังของนก

3.2 ภาพพจน์วาทศิลป์ เป็นการเรียบเรียงถ้อยคำที่ผิดแผกไปจากการใช้ภาษาตามปกติหรือผิดไปจากธรรมดา โดยไม่เปลี่ยนแปลงความหมายของคำ เช่น การพูดถึงสิ่งที่เป็นนามธรรมหรือสิ่งที่พูดไม่ได้ ดุจเป็นบุคคลเพื่อให้เกิดผลทางอารมณ์ จากการศึกษาพบภาพพจน์เปรียบเทียบ 2 ประเภท ได้แก่ บุคลาธิษฐาน และปฏิทรรศน์

(13)สายลมเอื่อยดันฤดูหนาวไล่ผิวกายและปลายผมอย่างแผ่วเบา
(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 6 ม.ค.60 น.88)

ตัวอย่างข้างต้นเป็นภาพพจน์วาทศิลป์ประเภทบุคลาธิษฐานหรือบุคคลวัต (personification) สายลมเป็นสิ่งไม่มีชีวิตแต่แสดงกิริยาอาการดังเช่นสิ่งมีชีวิตคือ “ไล่” เป็นคำกริยาแสดงอาการ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายไว้ว่า “ทาโดยละเลงทั่ว ๆ ไปที่มีการสัมผัสผิวกายและเส้นผม”

3.3 ภาพพจน์ทางเสียง เป็นการให้เสียงคำสร้างภาพและความหมายพิเศษ เช่น การสัมผัสอักษร การเลียนเสียงธรรมชาติ จากการศึกษาพบภาพพจน์ทางเสียง ได้แก่ การใช้เสียงสัมผัสคล้องจอง ทั้งการสัมผัสอักษร (alliteration) และการสัมผัสสระ (rhyme)

(14)สายลมเย็นท่ามกลางแดดร่มอุพัดผ่านพลีวู้ลู่เส้นผม
(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 58 ฉบับที่ 1 ส.ค. 60 น. 88)

ตัวอย่างข้างต้นเป็นภาพพจน์ทางเสียงที่มีการสัมผัสอักษร (alliteration) ข้อความที่ขีดเส้นใต้มีการใช้เสียงสัมผัสอักษร [pH] “พัดผ่านพลีวู้ลู่”

จากการศึกษาการใช้ภาพพจน์ในบทความแนะนำที่พักพบภาพพจน์ประเภทเปรียบเทียบมากที่สุด จำนวน 20 ครั้ง รองลงมาคือภาพพจน์ประเภทเสียง จำนวน 13 ครั้ง และภาพพจน์ประเภทวาทิลป์จำนวน 10 ครั้ง แต่หากพิจารณาชนิดย่อยภาพพจน์แบบอุปมาพบมากที่สุด จำนวน 13 ครั้ง ลำดับต่อมาภาพพจน์แบบบุคลาธิษฐาน จำนวน 9 ครั้ง สัมผัสอักษร จำนวน 8 ครั้ง สัมผัสสระ จำนวน 7 ครั้ง อุปลักษณ์ จำนวน 5 ครั้ง นามนัย จำนวน 2 ครั้ง และปฏิทรรศน์ จำนวน 1 ครั้ง หากพิจารณาความถี่ของการปรากฏด้านภาพพจน์พบว่ามีความถี่ไม่มากนัก ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการใช้ภาพพจน์ในบทความประเภทแนะนำที่พักไม่ใช่ลักษณะเด่นเนื่องจากบทความประเภทนี้เน้นการให้ข้อมูลและรายละเอียดที่พักจึงเลือกใช้บรรยายโวหาร ดังนั้นจึงไม่เน้นการใช้ภาษาเพื่อให้เกิดจินตภาพ

4. บริบท (context)

บริบท หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับตัวบท เป็นสิ่งที่มีผลต่อลักษณะภาษาในตัวบท บริบท ได้แก่ ผู้ใช้ภาษา การใช้ภาษา ผู้ร่วมสื่อสาร และสังคมวัฒนธรรม (พรพิลาส วงศ์เจริญ, 2557: 187)

4.1. บริบทด้านผู้ใช้ภาษา

บริบทด้านผู้ใช้ภาษาจะครอบคลุมถึงผู้ส่งสารในสถานการณ์การสื่อสารนี้เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว กล่าวคือ ผู้ส่งสารคืออนุสาร อ.ส.ท. ทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตบทความแนะนำที่พัก อนุสาร อ.ส.ท.เป็นนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของหน่วยงานรัฐนั่นคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวคือ อนุสาร อ.ส.ท.ได้ทำหน้าที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์โดยผลิตและเผยแพร่เนื้อหาด้านการท่องเที่ยว อนุรักษ์ธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมตั้งแต่เดือนสิงหาคมปี พ.ศ. 2503 จนถึงปัจจุบัน วัตถุประสงค์ในการผลิตนิตยสารเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในปัจจุบันการทำงานของอนุสาร อ.ส.ท. มีลักษณะเป็นกองงานหนึ่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งเรียกว่ากองวารสาร เนื้อหาส่วนใหญ่จะมีลักษณะในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นำเสนอในรูปแบบบทความให้ความรู้เรื่องต่างๆ เกี่ยวกับเมืองไทยและลักษณะของสารคดีที่มีเรื่องราวต่างๆ ที่น่าสนใจ ต่อมาอนุสาร อ.ส.ท.จะเน้นการนำเสนอเนื้อหาเพื่อมุ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวในรูปแบบ

เชิงอนุรักษ์และศิลปวัฒนธรรมเป็นหลัก อีกทั้งยังให้ความสนใจเพิ่มขึ้นในเรื่องศิลปวัฒนธรรม และโบราณคดีในแต่ละจังหวัดหรือภูมิภาคโดยจะเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางอย่างครบถ้วนทั้งที่พัก อาหาร พาหนะ เส้นทาง สถานที่ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ควรไปเที่ยวชม นอกจากนี้ยังให้ความรู้เกี่ยวกับภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ประวัติศาสตร์ ประเพณีและวิถีชีวิตในชุมชนนั้นๆ แต่ยังคงเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และยังทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงในการประชาสัมพันธ์งานและกิจกรรมต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวที่รัฐเป็นผู้ดำเนินการเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวของประเทศด้วย (ณัฐทิชา สูดกาว, 2553: 70)

ส่วน “คอลัมน์ที่พักบนเส้นทาง” เป็นคอลัมน์ที่ไม่มีผู้เขียนบทความประจำ คอลัมน์แต่มีการผลัดเปลี่ยนผู้เขียนมาเขียนซึ่งเป็นการสื่อสารในฐานะนิตยสารท่องเที่ยวของรัฐ ไม่มีการใช้ภาษาที่ไม่สุภาพหรือมีนัยทางเพศ บางบทความมีการใช้คำสรรพนาม “เรา” “ผม” หรือมีการใช้นามปากกาของผู้เขียน เช่น “ยายวัน”

อย่าเพิ่งคิดไปว่า “ยายวัน” จะพาไปนอนในพิพิธภัณฑฯจริงๆ อันที่จริงแล้วที่พักตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกับพิพิธภัณฑฯ

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 58 ฉบับที่ 7 ก.พ.61 น.90)

4.2 บริบทด้านการใช้ภาษา

บริบทด้านการใช้ภาษาเกี่ยวข้องกับเรื่องสถานการณ์การใช้ภาษา ประกอบด้วย แนวสาร บทบาท และความเป็นทางการ แนวสาร คือเนื้อหาสาระที่นำเสนอ ด้วยบทที่นำมาศึกษาเป็นบทความแนะนำที่พักทั้งที่อยู่ใกล้กับเขตชุมชนและใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แนวคิดสำคัญของบทความแนะนำที่ปรากฏใน ที่พักคือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะที่พักและแนะนำให้ผู้อ่านตัดสินใจเลือกที่พักนั้น ส่วนด้านบทบาทหน้าที่ของบทความแนะนำที่พักทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก และเชิญชวนให้ผู้อ่านตัดสินใจเลือกที่พักดังกล่าว ที่พักจัดเป็นสินค้าประเภทหนึ่งการเขียนแนะนำหรือรีวิวที่พักเป็นกลวิธีหนึ่งในการส่งเสริมการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการด้านที่พัก การเขียนแนะนำที่พักเป็นส่วนหนึ่งของการโฆษณาเพราะมีวัตถุประสงค์กระตุ้นให้ผู้อ่านตัดสินใจเลือกที่พักแห่งนั้น มีการใช้ภาษาที่เชิญชวนให้ผู้อ่านเลือกที่พัก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เดินทางครั้งนี้ ลองปักหมุดหมายที่จะช่วยเพิ่มสีสันให้กับการเดินทางไว้
ที่สถานีปลายทางแห่งนี้

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 57 ฉบับที่ 12 ก.ค.60 น.91)

ด้านความเป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารในบทความแนะนำที่พักมีลักษณะ
ไม่เป็นทางการเนื่องจากมีการใช้ภาษาไม่เป็นทางการ (informal) เช่น การใช้ภาษาพูด
การแทรกบทสนทนา ด้านโวหารส่วนใหญ่ที่ใช้คือบรรยายโวหาร เนื่องจากนำเสนอ
รายละเอียดของที่พักและข้อมูลที่เป็นต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก
ความสะดวก ทำเลที่ตั้ง

4.3 บริบทด้านผู้ร่วมสื่อสาร

ผู้ส่งสารคือผู้เขียนบทความแนะนำที่พักในอนุสาร อ.ส.ท. ทำหน้าที่ผลิต
บทความแนะนำที่พักในคอลัมน์ “ที่พักบนเส้นทาง” โดยมีการผลัดเปลี่ยนผู้เขียน
ส่วนผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายหลักของอนุสาร อ.ส.ท. คือผู้อ่านซึ่งสนใจการท่องเที่ยว
และให้ความเชื่อถือข้อมูลที่ปรากฏในอนุสาร อ.ส.ท. ซึ่งเป็นสื่อที่หน่วยงานในกำกับ
ของรัฐ คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นผู้คอยควบคุมการผลิตเนื้อหา

ส่วนผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายหลักของอนุสาร อ.ส.ท. คือ คนไทยที่สนใจ
เรื่องการท่องเที่ยวและให้ความเชื่อถือข้อมูลที่ปรากฏในอนุสาร อ.ส.ท. ซึ่งเป็นสื่อที่
หน่วยงานในกำกับของรัฐ คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้นำกำกับและควบคุม
การผลิตเนื้อหาในบทความแนะนำที่พัก ผู้เขียนก็ตระหนักว่าผู้อ่านก็คือนักท่องเที่ยว เช่น

ในอนาคตอันใกล้ โรงแรม Hotel de l'amour กำลังมีแผนที่จะเสริมเสน่ห์
แห่งการท่องเที่ยวพักผ่อนด้วยการบริการเครื่องแต่งกายพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยวผู้เข้าพัก
ได้สวมใส่ เช่น ผ้าถุงใส่สำหรับผู้ชาย และผ้าชิ้นดินแดงสำหรับผู้หญิง แล้วลงมากิน
อาหารแบบพื้นบ้านอีสานใต้ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีสีสันมากขึ้น
อีกด้วย

(อนุสาร อ.ส.ท. ปีที่ 59 ฉบับที่ 2 ก.ย. 61 น.93)

4.4 บริบทด้านสังคมวัฒนธรรม

จากรายงานสถิติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2560 ได้นำเสนอข้อมูลว่า ในปี พ.ศ.2560 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นจำนวน 35,591,978 คน รายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีมูลค่า 1,841,912.50 ล้านบาท รายได้รวมจากการท่องเที่ยวของประเทศไทยขยายตัวร้อยละ 11.91 ประเทศไทยเป็น 1 ใน 5 ของประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก ด้านค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้มากที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับที่พัก ส่วนนักท่องเที่ยวในประเทศใช้จ่ายค่าที่พักเป็นอันดับสามรองลงมาจากค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก(สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2561)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่เป็นแหล่งรายได้สำคัญให้แก่ประเทศไทย และทำให้เกิดธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลายอย่าง เช่น โรงแรม ร้านอาหาร การขนส่งและการเดินทาง เป็นต้น ดังนั้นธุรกิจการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย ช่วยสร้างงานและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศไทย นอกจากนี้การท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศก็ยังสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศ คิดเป็นมูลค่าประมาณแสนล้านบาท

จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุ เช่น กลุ่ม Gen Z จากการศึกษาของแพลตฟอร์มออนไลน์ Booking.com ในปี พ.ศ. 2562 (Brandbuffet: 2562) ได้สำรวจกลุ่มนักท่องเที่ยวช่วงอายุ 16-24 ปี จากประเทศต่างๆ จำนวน 29 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทยด้วยและพบลักษณะเด่น 6 ประการและลักษณะเด่นประการหนึ่งก็คือการให้ความสำคัญกับการเดินทาง นักท่องเที่ยวเต็มใจที่ใช้จ่ายเกี่ยวกับการเดินทางมากกว่าสิ่งอื่นๆ เพื่อแลกกับประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวส่วนในประเทศไทย กลุ่ม Gen X ช่วงอายุ 42-57 ปี มีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับครอบครัวและมีจุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะคำนึงถึงการเลือกที่พักและกิจกรรมที่เหมาะสมกับสมาชิกในครอบครัวทุกคนและทุกวัย (ผู้จัดการออนไลน์ : 2565)

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าที่พักมีความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวและการพักผ่อนของคนไทยจำนวนมาก สามารถกล่าวได้ว่าธุรกิจที่พักถือเป็นส่วนหนึ่งของ

การกิจกรรมการท่องเที่ยวเพราะจุดมุ่งหมายประการหนึ่งของการท่องเที่ยวก็คือการพักผ่อน ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ถ้าต้องการให้วันหยุดพักผ่อนของคุณได้รับแต่สิ่งดีๆ อย่างบรรยากาศที่บริสุทธิ์ในสิ่งแวดล้อมที่ปราศจากความเป็นพิษ ได้ใช้ชีวิตในรูปแบบของการมีสุขภาพที่ดี ได้รับประทานอาหารที่ปลอดภัย ลองหาเวลามาพักผ่อนที่นี่ดูนะครับ

(อนุสาร อ.ส.ท.ปีที่ 59 ฉบับที่ 5 ธ.ค. 61 น.82)

การสร้างสรรคืบทความแนะนำที่พักรับรองตอบสนองทั้งความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจและความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน กล่าวคือ บทความแนะนำที่พักรับรองไม่ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักเท่านั้นแต่ยังมีจุดมุ่งหมายเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านตัดสินใจเลือกที่พักแห่งนั้นซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการหรือธุรกิจที่พัก ส่วนนักท่องเที่ยวก็ต้องการบริโภคข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกที่พักแห่งนั้น

สรุปผลการศึกษา

ด้านการใช้คำ การใช้คำแสดงลักษณะที่พักรับรองประสงค์เป็นคำที่พบมากที่สุด ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยและยังสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายหลักของบทความแนะนำที่พักรับรองคือการโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านตัดสินใจเลือกที่พักแห่งนั้น ส่วนชนิดของประโยคตามจุดประสงค์การสื่อสารซึ่งพบมากที่สุดคือประโยคแจ้งให้ทราบเนื่องจากสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักอันเป็นหลักการประการหนึ่งของบทความแนะนำที่พักรับรอง ด้านการใช้ภาพพจน์หากพิจารณาความถี่ของการปรากฏด้านภาพพจน์พบว่ามีความถี่น้อย ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการใช้ภาพพจน์ในบทความประเภทแนะนำที่พักรับรองถือว่าไม่มีความโดดเด่น เนื่องจากบทความประเภทนี้เน้นการให้ข้อมูลและรายละเอียดที่พักรับรองจึงเลือกใช้บรรยายโวหารดังนั้นจึงไม่เน้นการใช้ภาษาเพื่อให้เกิดจินตภาพ

สำหรับบริบทนั้นบทความแนะนำที่พักรับรองเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดให้แก่ธุรกิจที่พัก เนื่องจากธุรกิจที่พักเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่ทางรัฐมักใช้ในการกระตุ้นเศรษฐกิจ อนุสาร อ.ส.ท.

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่สนับสนุนการทำงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีการผลิตเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผู้ส่งสารคือผู้เขียนบทความแนะนำที่พัก ทำหน้าที่ผลิตบทความแนะนำที่พักในคอลัมน์ “ที่พักบนเส้นทาง” โดยมีการผลัดเปลี่ยนผู้เขียนในแต่ละฉบับ ส่วนผู้รับสารคือผู้อ่านซึ่งสนใจการท่องเที่ยวและเชื่อมั่นว่าข้อมูลในนิตสาร อ.ส.ท. นั้นมีความน่าเชื่อถือ ด้านการใช้ภาษาในบทความแนะนำที่พักเป็นรูปแบบการสื่อสารไม่เป็นทางการ

อภิปรายผลการศึกษา

ด้านการใช้คำในบทความแนะนำที่พักสอดคล้องกับสมมติฐานการศึกษา กล่าวคือ พบด้านการใช้คำเพื่อแสดงลักษณะที่พักที่พึงประสงค์มากที่สุด เช่น สวย สะอาด สบาย สงบ เป็นต้น โดยคุณลักษณะสำคัญที่นับว่ามีความโดดเด่น ได้แก่ ความงาม ความสะดวกสบาย และความเงียบสงบ การใช้คำเพื่อแสดงคุณลักษณะที่ดีของที่พักนับเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นคุณสมบัติของที่พักที่ดี

ผลการศึกษาด้านการใช้คำ เช่น การใช้คำเพื่อแสดงลักษณะที่พักที่พึงประสงค์ การใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับรูปแบบการตกแต่ง การใช้คำเรียกสี ลักษณะของคำดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่อง “เว็บบล็อกเกี่ยวกับที่พักและที่กินในเว็บไซต์ท่องเที่ยวของไทย: การวิเคราะห์โครงสร้างและกลวิธีทางภาษา ของ ศิริขวัญ นครสวรรค์ (2560) กล่าวคือ ในด้านกลวิธีการใช้ภาษาในเว็บบล็อกเกี่ยวกับที่พักคือมีการใช้คำและกลุ่มคำความสะดวกสบาย และการใช้คำและกลุ่มคำสภาพของที่พัก ส่วนการใช้คำและข้อความเกี่ยวกับราคาในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะไม่จัดว่าเป็นลักษณะเด่นด้านการใช้ภาษาเนื่องจากความถี่ของการปรากฏต่ำ อีกทั้งรายละเอียดเกี่ยวกับราคามักปรากฏในส่วนที่เป็นองค์ประกอบด้านที่อยู่และช่องทางการติดต่อหรือการส่งเสริมการขาย ประเด็นนี้จึงถือว่าต่างจากงานวิจัยของ ศิริขวัญ

การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นลักษณะการใช้คำอีกประเภทหนึ่งที่ถือว่ามี ความโดดเด่น มีความถี่ของการปรากฏสูงเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้คำประเภทอื่นๆ การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษแสดงให้เห็นถึงความนิยมในการใช้ภาษาอังกฤษในสื่อมวลชนและอิทธิพลของภาษาอังกฤษในภาษาไทย สอดคล้องกับความคิดเห็น

ของภาวดี สายสุวรรณ (2561) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “การเลือกภาษาในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารของไทย” ก็พบว่าสถานการณ์ในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษากลางทั้งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และระดับโลกมีบทบาทมากขึ้นในสังคมไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงทำให้ภาษาอังกฤษเข้ามามีบทบาทสำคัญและส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการเลือกภาษาในสื่อต่างๆ ในสังคมไทย เช่น หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ซึ่งสื่อเหล่านี้มีการเลือกใช้ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาไทย เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นสัญลักษณ์ของความเป็น “สมัยใหม่” ในสังคมไทย

ส่วนการใช้ภาพพจน์ในงานเขียนแนะนำที่พักถือว่ามีความน่าสนใจไม่โดดเด่น ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงต่างจากผลการศึกษาของ รุ่งฤดี แพลงสร (2563) เรื่อง “การใช้ภาพพจน์ในนิตยสารท่องเที่ยว” ซึ่งภาพพจน์ถือว่าเป็นลักษณะเด่น เนื่องจากในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากคอลัมน์ “ที่พักบนเส้นทาง” เพียงคอลัมน์เดียว และลักษณะของตัวบทเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะที่พักมากกว่าเน้นการสร้างจินตภาพ

ด้านจุดประสงค์หลักของงานเขียนแนะนำที่พักนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อลักษณะภาษา จุดประสงค์ของบทความแนะนำที่พักคือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านตัดสินใจเลือกที่พักตามที่ผู้เขียนแนะนำ ดังนั้นจึงมีการใช้ภาษาเพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับที่พัก เช่น รูปแบบการตกแต่ง สีของห้องพัก เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ แม้บทความแนะนำที่พักจะไม่ใช้รูปแบบการโฆษณาโดยตรงแต่ก็มีลักษณะภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ อาทิ มีการใช้คำที่แสดงลักษณะที่พักที่พึงประสงค์ การใช้ประโยคแนะนำเพื่อเชิญชวนให้เลือกที่พัก ลักษณะภาษาที่พบในการศึกษาค้นคว้านี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทา ทองทวีวัฒน์ และคณะ (2557) เรื่อง “การใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาใน อนุสาร อ.ส.ท.” ลักษณะภาษาโน้มน้าวใจ เช่น กล่าวถึงสิ่งที่พึงประสงค์ ระบุกลุ่มเป้าหมาย เชิญชวนให้ใช้บริการ

ด้านเนื้อหาของบทความแนะนำที่พักในอนุสาร อ.ส.ท. สอดคล้องกับหลักการเขียนแนะนำหรือวิวิธสินค้าซึ่งเว็บไซต์ด้านการตลาดได้เผยแพร่ไว้ กล่าวคือ มีการให้ข้อมูลจุดเด่น บรรยายภาพ ลักษณะของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรม

ต่างๆ ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง ด้วยจุดประสงค์ของบทความคือการโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านตัดสินใจเลือกที่พักแห่งนั้น ดังนั้นบทความแนะนำที่พักจึงเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขายของธุรกิจที่พักและเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้อ่านสามารถเข้าถึง

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐธิชา สุตภวา. (2553). การแสวงหาและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการท่องเที่ยวในนิตยสารท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศาสตรพัฒนการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทา ทองทวีวัฒน์ และคณะ. (2557). การใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในอนุสาร อ.ส.ท. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 22 (40), 199-216.
- บ้านและสวน. (2562). [DAILY IDEA] แต่งบ้านสไตล์อินดัสเทรียลลอฟต์ดิบเท่ นิ่ง และเรียบง่าย. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.baanlaesuan.com/38823/design/industrial-loft-design>.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2565). ส่องไลฟ์สไตล์ “การท่องเที่ยวแบบ Gen X Y Z” Gen X: เที่ยวเพื่อพักผ่อน. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2565, จาก <https://mgronline.com/stockmarket/detail/9650000027397>.
- พรพิลาส วงศ์เจริญ. (2557). ประโยคและข้อความภาษาไทย. ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาวดี สายสุวรรณ. (2561). การเลือกภาษาในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อ นิตยสารของไทย. วารสารมนุษยศาสตร์, 25(2), 232-257.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2565 จาก <https://dictionary.orst.go.th/>.
- รุ่งฤดี แผลงศร. (2563). การใช้ภาพพจน์ในนิตยสารท่องเที่ยว. วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 17 (1), 1-18.
- รุ่งอรุณ ทิมชุนนเถียร. (2552). ทัศนคติศาสตร์. เชียงใหม่: ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- วัฒนา แซ่มวงษ์ และคณะ.(2558). *กลวิธีการใช้ภาษาในวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางในภาษาไทย*.งานวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง และ กอบกุล จันทระโคติกา. (2561). การศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทของประเทศไทยตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตก. *วารสาร RMUTL Global Business and Economics*, 13 (2), 35-56.
- ศิริขวัญ นครสุวรรณ.(2560). *เว็บบล็อกเกี่ยวกับที่พักและที่กินในเว็บไซต์ท่องเที่ยวของไทย: การวิเคราะห์โครงสร้างและกลวิธีทางภาษา*.วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *รายงานสถิติการท่องเที่ยวประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2560*. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน, 2564. จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20190516131031.pdf
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). *ภาษาศาสตร์สังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อิทธิพันธ์ พัฒนานาพงษ์. (2539). *บทบาทของอนุสาวร อ.ส.ท. ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย*.
- วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Brandbuffet. (2562). *Gen Z ให้ความสำคัญกับการใช้ชีวิตและท่องเที่ยว มากกว่าการศึกษา การมีบ้านหรือความมั่นคงหลังเกษียณ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2565 จาก <https://shorturl.asia/Q4iVv>
- Halliday,M.A.K. and Matthiessen,Christian. (2014). *Introduction to Functional Grammar.4th ed*. New York : Routledge.
- Leech, Geoffrey and Short, Mick. (2007). *Style in Fiction A Linguistic Introduction to English Fictional Prose*. 2nd ed. Great Britain: Pearson Education Limited.
- Lesley, Jeffries and McIntyre, Dan. (2010). *Stylistics*. New York: Cambridge University Press.