

ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย
Text Types and Language Features of English in Online Media of
Cultural Tourism Sites in Chiang Rai Province

ณัฐรณันท์ คำใจวุฒิ

Nattharakan Khamchaiwut

สาขาศิลปศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย
Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna
Chiang Rai
nattharakan@rmutl.ac.th

Received: March 10, 2025

Revised: May 8, 2025

Accepted: May 23, 2025

บทคัดย่อ

ภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย เพื่อนำเสนอข้อมูลและดึงดูดนักท่องเที่ยว งานวิจัยนี้ศึกษาชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย โดยศึกษาข้อมูลจาก 174 ข้อความ ใน 29 เว็บไซต์ ที่เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 ซึ่งเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของอย่างรุนแรงของเชื้อไวรัสโควิด 19 และวิเคราะห์ความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ การตลาด และการท่องเที่ยว เกี่ยวกับความสำคัญของชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ผลการศึกษาพบว่า มีการใช้ชนิดของตัวบท 5 ประเภท ในความถี่ที่ต่างกัน ได้แก่ การอธิบายความ ที่มีความถี่มากที่สุด รองลงมาคือ การบรรยาย การชักชวน และการเล่าเรื่อง มีความถี่น้อยตามลำดับ ส่วนกระบวนการ มีความถี่น้อยที่สุด นอกจากนี้ ความแตกต่างระหว่างผลการวิเคราะห์ข้อความและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญสะท้อนถึงมุมมองที่แตกต่างกันระหว่างหลักการและการปฏิบัติจริง โดยผู้ผลิตสื่ออาจเน้นการใช้ชนิดของตัวบทประเภทบรรยายเพื่อสร้างความน่าสนใจ ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญอาจให้ความสำคัญกับการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการอธิบายความที่ชัดเจนเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ข้อค้นพบในงานวิจัยนี้จึงชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการเลือกใช้และการผสมผสานชนิดของตัวบทที่หลากหลายตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและบริบทที่เกี่ยวข้องของแหล่งข้อมูล จึงช่วยให้ผู้ประกอบการหรือผู้สนใจนำไปใช้เป็นแนวทางการสร้างเนื้อหาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การสื่อสารออนไลน์ วาทกรรมออนไลน์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

English in online media plays a crucial role in communication and the promotion of cultural tourism sites in Chiang Rai province by disseminating information and attracting

tourists. This study examines the text types and English characteristics used in communication in online media related to cultural tourism in Chiang Rai province. The research analyzed 174 texts from 29 websites between 2020-2022 and incorporated the opinions of the experts in English, marketing, and tourism regarding the significance of text types and language features in online communication.

The findings showed that five text types were utilized with varying frequencies. Expositive texts were the most prevalent, followed by descriptive, persuasive, and narrative texts. The procedural texts were the least common. Moreover, the divergence between textual analysis results and expert opinions highlighted the gap between theoretical principles and practical applications. Content creators tended to prioritize descriptive texts to enhance engagement and appeal, whereas experts emphasized the importance of clear and structured expositive texts for effective communication. These findings underscored the necessity of strategically selecting and integrating diverse text types based on the communication objectives and contextual factors of each platform. These can serve as a practical guideline for tourism entrepreneurs and related stakeholders in developing effective online promotional content, thereby enhancing communication efficiency and attracting greater tourist interest.

Keywords: Online Communication, Online Discourse, Cultural Tourism

บทนำ

เชียงรายเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากมีมรดกทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของล้านนา ผสานกับภูมิทัศน์ธรรมชาติที่สวยงาม ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเชียงรายมีเป้าหมายในการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ความท้าทายในยุคดิจิทัลคือการนำเสนอข้อมูลเชิงวัฒนธรรมให้เข้าถึงและดึงดูดนักท่องเที่ยวจากความหลากหลายภูมิหลังทางภาษาและวัฒนธรรม โดยเฉพาะภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากลในการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบัน สื่อออนไลน์จึงมีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ หน่วยงานภาครัฐ บล็อกท่องเที่ยว และโซเชียลมีเดีย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือหลักในการนำเสนอข้อมูลและดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านข้อความภาษาอังกฤษ ดังนั้น การเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมในบริบทออนไลน์จึงเป็นประเด็นสำคัญ เนื่องจากลักษณะของตัวบทและกลวิธีทางภาษาส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จากความสำคัญนี้ การศึกษารูปแบบภาษาอังกฤษที่ใช้ในสื่อออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวสามารถช่วยให้เข้าใจแนวโน้มและแนวทางที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการพัฒนาการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษที่ใช้ในการสื่อสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พัฒนา และนำเสนอแนวทางการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบเนื้อหาเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเชียงรายให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีสำคัญที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดการวิเคราะห์ชนิดของตัวบท (Text Type Analysis) ที่มุ่งศึกษารูปแบบของ “ตัวบท” (Texts) โดยเน้นพิจารณา วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร (Communicative Purpose), โครงสร้างของภาษา (Textual Structure), และ ลักษณะทางภาษาศาสตร์เฉพาะตัว (Linguistic Features) ของข้อความนั้น ๆ เป็นหลัก เพื่อจำแนกว่าเป็น “ชนิดของตัวบท” แบบใด เช่น การบรรยาย การเล่าเรื่อง หรือการอธิบาย เป็นต้น แนวคิดการวิเคราะห์นี้ได้รับความสนใจจากนักวิเคราะห์ภาษา จำนวนมาก ที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์ลักษณะทางภาษาของงานเขียน ตัวอย่างเช่น Sampson (1997) ได้เสนอว่าประเภทของตัวบทครอบคลุมถึงรูปแบบของการใช้ภาษา ไม่ว่าจะเป็นคำพูด (Speech) เรื่องเล่า (Narratives) วิธีการบรรยายโวหาร (Rhetorical Modes) การพรรณนา (Descriptive) ไวยากรณ์เชิงกำหนด (Prescriptive Grammars) และบทกวี (Poetry) โดยแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะที่สะท้อนแนวทางการใช้ภาษาที่แตกต่างกัน เช่น ประเภทของข้อความที่สามารถสะท้อนบริบททางสังคมมีลักษณะของภาษาที่ใช้ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ บทสนทนาทางโทรศัพท์ (Telephone Conversations) และการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Casual Conversations) ในบริบทของประเทศไทย มีงานวิจัยของณัฐรณันต์ คำใจจุฑา (2560) ที่ศึกษาประเภทของตัวบทในบทอ่านภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวระดับอุดมศึกษา ซึ่งพบว่า ตัวบทอ่านเหล่านั้นสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ การบรรยาย (Description) การอธิบายความ (Exposition) การเล่าเรื่อง (Narration) การโน้มน้าวใจ (Persuasion) และการนำเสนอเชิงกระบวนการ (Procedure) โดยพบตัวบทประเภทการบรรยายและการอธิบายความมากที่สุด ส่วนตัวบทประเภทอื่นนั้นมีสัดส่วนที่น้อยกว่า นอกจากนี้การศึกษายังพบว่าตัวบทในบทอ่านสามารถจำแนกออกเป็นสองลักษณะ ได้แก่ 1) บทอ่านที่ประกอบด้วยตัวบทชนิดเดียวเรียงลำดับตามความถี่จากมากไปน้อย ได้แก่ การบรรยาย การอธิบาย การเล่าเรื่อง การโน้มน้าวใจ และกระบวนการ 2) บทอ่านที่มีการผสมผสานตัวบทหลายชนิด เป็นตัวบท 2 ประเภท และ 3 ประเภท จากผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าตัวบทประเภทการบรรยายมีบทบาทสำคัญต่อการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากช่วยเสริมสร้างทักษะทางภาษาทั้งการฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ เหตุการณ์ และปรากฏการณ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหัวข้อหลักของหลักสูตร

2. แนวคิดการจัดประเภทและโครงสร้างของข้อความ (Discourse Analysis) ที่นิยมจัดชนิดของตัวบทตามลักษณะวัตถุประสงค์ โครงสร้างและลักษณะภาษาของงานเขียน ตัวอย่างเช่น Longacre (1983) ได้เสนอการจัดประเภทของตัวบทโดยพิจารณาจากเกณฑ์สำคัญ ได้แก่ ลำดับเวลาของเหตุการณ์ (Contingent Temporal Succession) เป็นการจัดลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามเวลาต่อเนื่องกัน และการเน้นผู้กระทำ (Agent Orientation) เป็นการให้ความสำคัญ กับตัวแสดงหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ สามารถจำแนกประเภทของตัวบทออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) ข้อความประเภทเรื่องเล่า (Narrative Discourse) ซึ่งมีทั้งลำดับเหตุการณ์และตัวแสดงที่ชัดเจน เรื่องเล่ามักเป็นการเล่าถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงหรือตามจินตนาการ โดยมีจุดเริ่มต้น กลางเรื่อง และจุดจบที่แน่นอน ตัวละครหรือผู้กระทำมีบทบาทสำคัญในการดำเนินเรื่อง 2) ข้อความประเภทกระบวนการ (Procedural Discourse) ที่มุ่งเน้นถึงลำดับเหตุการณ์เป็นหลัก โดยไม่จำเป็นต้องมีตัวแสดงที่ชัดเจน ตัวอย่างของข้อความประเภทนี้ ได้แก่ คู่มือการใช้งาน คำแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงาน หรือสูตรอาหารที่เน้นลำดับของกระบวนการมากกว่าผู้กระทำ 3) ข้อความประเภทข้อควรปฏิบัติ (Behavioral Discourse) ที่เน้นไปที่ตัวแสดงหรือผู้เกี่ยวข้องโดยไม่มีลำดับเวลาที่แน่นอน ข้อความประเภทนี้มักใช้ในคำแนะนำ การชักชวน หรือการกำหนดแนวทางปฏิบัติ เช่น กฎระเบียบ คำแนะนำทางจริยธรรม หรือข้อปฏิบัติในการดำรงชีวิต และ 4) ข้อความประเภทคำอธิบาย (Expository Discourse) ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลที่ไม่ใช่ลำดับเหตุการณ์และไม่มีตัวแสดงที่ชัดเจน จุดมุ่งหมายหลักคือการให้ความรู้หรืออธิบายแนวคิดในหัวข้อต่าง ๆ เช่น บทความเชิงวิชาการ บทวิเคราะห์ หรือเนื้อหาที่ใช้ในการเรียนการสอน อีกทั้ง ยังมีการกล่าวถึงตัวบทแต่ละประเภที่มีองค์ประกอบที่ช่วยสร้างความ

เชื่อมโยงของเนื้อหาได้อย่างต่อเนื่องและเข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญของตัวบทแต่ละประเภท ได้แก่ 1) ข้อความประเภทเรื่องเล่า มีโครงสร้างที่เรียกว่า "การดำเนินเรื่อง" (Storyline) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลำดับของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ต้นจนจบ 2) ข้อความประเภทกระบวนการ ใช้รูปแบบที่เรียกว่า "ขั้นตอนการดำเนินการ" (Line of Procedure) ซึ่งเป็นลำดับของกระบวนการหรือขั้นตอนที่ต้องปฏิบัติตาม 3) ข้อความประเภทข้อควรปฏิบัติ มีองค์ประกอบที่เรียกว่า "แนวทางปฏิบัติ" (Points of Instruction) ซึ่งเป็นลำดับของข้อกำหนดหรือคำแนะนำที่ควรนำไปปฏิบัติ และ 4) ข้อความประเภทคำอธิบาย มีโครงสร้างที่เรียกว่า "ข้ออธิบาย" (Points of Explanation) ซึ่งเป็นการเรียงร้อยข้อมูลหรือแนวคิดต่าง ๆ เพื่ออธิบายเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จากนั้นมีการขยายแนวคิดเกี่ยวกับการจัดประเภทของตัวบทให้ครอบคลุมบริบทที่กว้างขึ้น ตัวอย่างเช่น Swales (1990) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับ โครงสร้างทางข้อความ (Genre Analysis) ซึ่งใช้ในการศึกษาบทความทางวิชาการ โดยเสนอว่าตัวบทสามารถแบ่งประเภทตามโครงสร้างข้อความที่มีรูปแบบเฉพาะ เช่น บทความวิจัย รายงานทางวิชาการ หรือเอกสารทางธุรกิจ นอกจากนี้ Hyland (2007) ยังได้พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายทางการสื่อสาร (Communicative Purpose) โดยวิเคราะห์ว่า แต่ละประเภทของตัวบทมีเป้าหมายที่แตกต่างกันไปตามบริบทของการใช้ภาษา เช่น การโน้มน้าวใจ การให้ข้อมูล หรือการนำเสนอข้อเท็จจริง ซึ่งแนวคิดนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาการเขียนเชิงวิชาการและการสื่อสารในระดับสากลได้

การศึกษาครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดการวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) โดยมุ่งวิเคราะห์ชนิดของตัวบท (text types) ที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาและวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในแต่ละบริบท โดยประยุกต์แนวคิดของ Longacre (1983) ในการวิเคราะห์ภาษาในระดับข้อความ ซึ่งให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์การสื่อสาร โครงสร้างภายใน และลักษณะทางภาษาของตัวบท ผลการศึกษามีเป้าหมายเพื่อพัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะข้อความภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์สำหรับการสื่อสารทางวัฒนธรรมและเพื่อวิเคราะห์รูปแบบการใช้ภาษา รวมถึงแนวโน้มการเลือกใช้โครงสร้างและกลวิธีทางภาษาที่เอื้อต่อการสื่อสารเนื้อหาทางวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน เหมาะสม และเข้าถึงผู้รับสารในบริบทที่ร่วมสมัย ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทักษะการอ่านและเขียนออกแบบหลักสูตรภาษาอังกฤษ ตลอดจนสนับสนุนการศึกษาด้านข้อความทางวิชาการ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน นักวิจัย และผู้สนใจด้านภาษาโดยทั่วไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษา พัฒนา และนำเสนอรูปแบบการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ข้อความภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ที่เผยแพร่ข้อมูลในระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ภายในปี 2563–2565 เนื่องจากเป็นช่วงเวลาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 อย่างรุนแรง ส่งผลให้การสื่อสารบนสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญ จำนวน 174 ข้อความ จาก 29 เว็บไซต์ โดยนักวิจัยได้ทำการลงรหัสข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด จาก 12 เว็บไซต์ 59 ข้อความ ได้แก่ รหัส (Temples:T1/T2/T3.1 -T3.14/T4/T5.1-T5.2/T6.1-T6.3/T7.1-T7.11/T8.1-T8.2/T9.1/T9.4/T10.1-T10.18/T11/T12) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จาก 2 เว็บไซต์ 3 ข้อความ ได้แก่

รหัส (Historical site: H1/H2.1-H2.2) อาคารสถาปัตยกรรม จาก 2 เว็บไซต์ 39 ข้อมูล ได้แก่ รหัส (Architectural building: A1.1-A1.12 / A2.1-A2.27) แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต จาก 11 เว็บไซต์ 31 ข้อมูล ได้แก่ รหัส (Lifestyle site: L1.1-L1.13/L2.1-L2.3/L3/L4/L5/L6/L7/L8.1-L8.2/L9.1-L9.2/L10.1-L10.4/L11.1-L11.2) พิพิธภัณฑ์และการแสดงผลงานศิลปะ จาก 6 เว็บไซต์ 42 ข้อมูล รหัส (Museum and Art Gallery: M1 /M2.1-M2.16/M3.1-M3.3/M4.1-M4.6/M5.1-M5.10/M6.1-M6.6) ซึ่งจะปรากฏรหัสเหล่านี้ในตัวอย่างผลการวิเคราะห์ข้อมูล และ 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อความภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ของ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ การตลาด และการท่องเที่ยวจำนวน 10 คน โดยมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทบทวนวรรณกรรม ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษาและจัดหมวดหมู่ตามรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อความภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย เพื่อค้นหาชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ชนิดของตัวบท (Text Type Analysis) ซึ่งประยุกต์จากแนวคิดประเภทของภาษาระดับข้อความของ Longacre (1983) โดยพิจารณาผลการวิเคราะห์ตามผลการศึกษาโครงสร้างเนื้อหาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในการตลาดดิจิทัลและการท่องเที่ยววิถีใหม่ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ของณัฐรณันต์ คำใจภูมิ และคณะ (2567) ที่ประกอบด้วย 10 ส่วน ได้แก่ ส่วนของเนื้อหา 1: จุดเด่นของสถานที่ ส่วนของเนื้อหา 2: ข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ ส่วนของเนื้อหา 3: ศิลปิน/บุคคลสำคัญ ส่วนของเนื้อหา 4: รูปแบบสถาปัตยกรรม ส่วนของเนื้อหา 5: กิจกรรม ส่วนของเนื้อหา 6: ข้อเสนอแนะการเข้าเยี่ยมชม ส่วนของเนื้อหา 7: สรุป/เชิญชวน ส่วนของเนื้อหา 8: ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้ง ส่วนของเนื้อหา 9: ช่องทางการค้นหาข้อมูล และส่วนของเนื้อหา 10: อัตราค่าเยี่ยมชม เป็นกรอบแนวคิดหลักในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนที่ 3 มาสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยใช้คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินระดับความคิดเห็น (Rating Scale) เกี่ยวกับความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษในเนื้อหาสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย เพื่อใช้สัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus Group) ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ การตลาด และการท่องเที่ยว จากนั้นนำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ เปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนที่ 3 ซึ่งเป็นวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้ทั้งการวิเคราะห์ข้อความในสื่อออนไลน์ และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเปรียบเทียบ ยืนยัน และสนับสนุนข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ให้มีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอรูปแบบการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย

ขั้นตอนที่ 5 สรุปผลการศึกษาและนำเสนอรูปแบบการใช้ภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษา

การศึกษาชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พัฒนา และนำเสนอรูปแบบการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย จากข้อความภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำนวน 174 ข้อมูล และความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ของ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ

การตลาด และการท่องเที่ยวจำนวน 10 คน โดยพิจารณาผลการวิเคราะห์ตามผลการศึกษาโครงสร้างเนื้อหาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในการตลาดดิจิทัลและการท่องเที่ยววิถีใหม่ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ของณัฐรณันต์ คำใจวุฒิ และคณะ (2567) เป็นกรอบแนวคิดหลักในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาจึงแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

1. ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ผลการวิเคราะห์ข้อความภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ พบว่า มีการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารจำนวน 5 ประเภท รายละเอียดดังนี้

1.1 ชนิดของตัวบทประเภทการบรรยาย มีวัตถุประสงค์เพื่อบรรยายรายละเอียดคุณลักษณะของคน สิ่งของ สถานที่ เหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ผู้อ่านมองเห็นภาพชนิดของตัวบทประเภทการบรรยายมี 2 ลักษณะ ได้แก่ การบรรยายทั่วไป (General Description) เพื่อบอกประเภทหรือหมวดหมู่ของสิ่งต่าง ๆ และการบรรยายแบบเฉพาะเจาะจง (Specific Description) เพื่อบรรยายถึงลักษณะของสิ่งที่เฉพาะเจาะจง สำหรับเนื้อหาข้อความการบรรยายบางสิ่งบางอย่างว่ามีลักษณะสำคัญอย่างไร หรือทำไม อาจมีการให้นิยาม การจัดประเภท การเปรียบเทียบและการแสดงตัวอย่าง อาจไม่มีการแสดงความรู้สึกหรือข้อคิดเห็นของผู้เขียน ในเนื้อความมักจะมีข้อความแสดงผู้แสดง ไม่แสดงเวลาและสถานที่ของเหตุการณ์ ส่วนลักษณะภาษาอาจมีการใช้คำศัพท์เฉพาะ เพื่อให้ให้นิยาม จัดประเภท เปรียบเทียบและแสดงตัวอย่าง อาจใช้คำสันธานเชื่อมโยงประโยคเพื่อบอกเหตุและผล หรือลำดับความสำคัญ อาจใช้คำบุพบทเพื่อบอกตำแหน่งที่ตั้งและรูปคำศัพท์อาจมีคำศัพท์เฉพาะ เช่น คำทับศัพท์ อาจใช้รูปประโยคบอกเล่าในเหตุการณ์ปัจจุบัน (Simple Present Tense) หรือรูปประโยคกรรมวาจก (Passive Voice) เพื่อบรรยายส่วนประกอบและหน้าที่หรือการใช้งานของสิ่งที่บรรยายถึง ตัวอย่าง ดังนี้

ตัวอย่าง 1 The Chiang Rai Night Bazaar is a good night time hang out spot for food, cold beer, and live shows. Some nights there is live music, other nights there may be live theatre or Thai comedy shows. You won't always understand what's going on, but it's entertaining. /L1.5-1-Des/

ตัวอย่าง 2 From the exterior, this collection of dark wooden buildings has a traditional Thai feel, with ornate wooden carvings and Buddha statues. A closer look reveals decorations created with animal skins, skulls, and an entire elephant skeleton. The atmosphere is slightly unnerving and there is even a torture chamber in one of the outlying buildings and black swans around the lake at the bottom of the garden. /M2.1-4-Des/

จากตัวอย่าง 1 แสดงการบรรยายในส่วนของเนื้อหา 1: จุดเด่นของสถานที่ เพื่อบรรยายให้รายละเอียดทั่วไปถึงคุณลักษณะของเชียงรายไนท์บาซาร์ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนที่ดี มีทั้งอาหาร เบียร์เย็น ๆ และการแสดงสด ดนตรีสด บางทีก็เป็นละครสดหรือการแสดงตลกที่น่าสนุกสนาน (there is live music, other nights there may be live theatre or Thai comedy shows) ตัวอย่าง 2 แสดงการบรรยายในส่วนของเนื้อหา 4: รูปแบบสถาปัตยกรรม เพื่อบรรยายให้รายละเอียดเฉพาะเจาะจงถึงคุณลักษณะของพิพิธภัณฑ์บ้านดำ มองจากภายนอก เป็นอาคารไม้สีดำน่าชม (dark wooden buildings) ให้ความรู้สึกแบบไทยโบราณ มีการแกะสลักพระพุทธรูปไม้อย่างวิจิตรงดงาม ด้านในตกแต่ง (A closer look reveals) ด้วยผนังสัตว์ กะโหลก และโครงกระดูกช้างทั้งตัว บรรยากาศชวนขนลุกเล็กน้อย (The atmosphere is slightly unnerving) และยังมีห้องทรมานภายในอาคารและหลังด้ารอบทะเลสาบด้านล่างของสวน

1.2 ชนิดของตัวบทประเภทการอธิบายความ มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความถึงวัตถุประสงค์หลักการ เหตุและผลหรือข้อโต้แย้งเกี่ยวกับเหตุการณ์ ปรากฏการณ์หรือสถานการณ์ ให้ผู้อ่านทราบ เข้าใจ หรือมีจินตนาการ อาจมีข้อคิดเห็น ความรู้สึกหรือการประเมินของผู้เขียนประกอบ ชนิดของตัวบทประเภท

การอธิบายความมี 2 ลักษณะ ได้แก่ การอธิบายความเชิงวิเคราะห์ (Analytical Exposition) เพื่ออธิบายว่าทำไมจึงเกิดเหตุการณ์ ปรากฏการณ์หรือสถานการณ์ และการอธิบายความเชิงชักชวน (Hortatory Exposition) เพื่ออธิบายว่าเหตุการณ์ ปรากฏการณ์หรือสถานการณ์ควรได้รับการเปลี่ยนแปลง สำหรับเนื้อหาข้อความเป็นการอธิบายรายละเอียดของบางสิ่งบางอย่างว่า อะไร อย่างไรและทำไม อาจมีการให้นิยาม การจัดประเภท การแสดงรายละเอียด การแสดงตัวอย่าง การเปรียบเทียบ การแสดงเหตุผล และการสรุปความ ในเนื้อความไม่มีข้อความที่แสดงผู้แสดงและเวลา แต่มีข้อความแสดงสถานที่ของเหตุการณ์ ส่วนลักษณะภาษาอาจมีการให้นิยาม จัดประเภท แสดงตัวอย่าง เปรียบเทียบ แสดงเหตุผล และสรุปความ อาจใช้คำศัพท์เฉพาะขึ้นอยู่กับเรื่องที่อธิบายถึง ส่วนใหญ่ใช้ประโยคบอกเล่ารูปเหตุการณ์ปัจจุบัน อาจใช้โครงสร้างประโยคความรวมหรือประโยคความซ้อน อาจใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 และ 3 ในการแสดงความคิดเห็น อาจใช้คำเชื่อมประโยคหรือข้อความแสดงเหตุและผลประเภทคล้ายตามหรือประเภทขัดแย้ง แสดงลำดับความคิด แสดงการแจกแจง และการยกตัวอย่าง อาจใช้คำแสดงเจตนาสนับสนุน อ้างอิงหรือให้เหตุผลเพื่อให้ผู้อ่านคล้อยตาม และอาจใช้คำคุณศัพท์เพื่อขยายความผลของเหตุการณ์หรือการกระทำให้ชัดเจนขึ้น ตัวอย่าง ดังนี้

ตัวอย่าง 3 Traditional Thai music plays and the monument turns from gold to all the colors of the rainbow. In spite of the stunning aesthetics displayed, the city doesn't stop for this performance and the continued roar of rush hour traffic winding around the tower makes an interesting contrast. /A1.1-2-Expo/

ตัวอย่าง 4 It is a great place to pick up cheap and authentic souvenirs and there is also entertainment on offer at both of the dining areas. Here, singers and dancers pack the stage and put on a show while you eat. Always great fun, you will inevitably end up at the Night Bazaar at least a couple of times during your stay in Chiang Rai. /L1.1-7-Expo/

จากตัวอย่าง 3 แสดงการอธิบายความในส่วนของเนื้อหา 2: ข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ เพื่ออธิบายความเชิงวิเคราะห์ ว่าทำไมจึงเกิดเหตุการณ์ ปรากฏการณ์หรือสถานการณ์ที่หอนาฬิกาพอเปิดเพลงประจำถิ่นแล้วจะเปลี่ยนจากสีทองเป็นสีรุ้ง แม้ว่าจะมีการจัดแสดงความงามอันน่าทึ่ง แต่เมืองเชียงรายได้หยุดนิ่งบวกกับเสียงอีกทีอย่างต่อเนื่องของการจราจรในช่วงโมงเร่งด่วนรอบ ๆ หอนาฬิกา ซึ่งทำให้เกิดความแตกต่างที่น่าสนใจ (In spite of the stunning aesthetics displayed, the city doesn't stop for this performance and the continued roar of rush hour traffic winding around the tower makes an interesting contrast.) และตัวอย่าง 4 แสดงการอธิบายความในส่วนของเนื้อหา 7: สรุป/เชิญชวน เพื่ออธิบายความเชิงชักชวนให้มาเที่ยวชมไนท์บาซาร์ เชียงราย ซึ่งเป็นสถานที่ที่ดีย่อมในการซื้อของที่ระลึกของแท้ราคาถูกและมีความบันเทิง ทั้งนักร้องและนักเต้น มีเวทีและแสดงโชว์ในขณะที่รับประทานอาหารเช้า ทำให้ประทับใจและกลับมาอย่างน้อยสองสามครั้งระหว่างที่อยู่ในเชียงราย (you will inevitably end up at the Night Bazaar at least a couple of times during your stay in Chiang Rai)

1.3 ชนิดของตัวบทประเภทการเล่าเรื่อง มีวัตถุประสงค์เพื่อเล่าเรื่องราว ให้ความบันเทิง กระตุ้นหรือสอนให้ผู้อ่านสนใจ ตั้งใจและเข้าใจ ชนิดของตัวบทประเภทการเล่าเรื่องมีหลายลักษณะ เช่น การเล่าเรื่องทั่วไปการเล่าเรื่องเชิงประวัติศาสตร์ การเล่าเรื่องเชิงจินตนาการ และการเล่าเรื่องจากประสบการณ์ เป็นต้น สำหรับเนื้อหาข้อความมีการเรียงเหตุการณ์ตามลำดับเวลาและอาจมีการกล่าวอ้างคำพูด ความคิดหรือข้อเท็จจริง ในเนื้อความมีผู้แสดง หากเป็นการเล่าเรื่องจากประสบการณ์ ผู้แสดงคือผู้เล่า เป็นการเล่าเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่ผ่านมาของของตัวเอง แสดงเวลาและแสดงสถานที่เกิดเหตุการณ์ ส่วนลักษณะภาษาส่วนใหญ่ใช้ประโยคบอกเล่ารูปเหตุการณ์ในอดีต (Past Tense) อาจใช้คำกริยาประเภทกริยาแสดงการกระทำ

(Action Verb) อาจใช้คำสรรพนามแทนผู้แสดง อาจใช้กลุ่มคำวิเศษณ์ (Adverbial Phrase) หรือคำเชื่อมบอกลำดับของเวลาหรือลำดับเหตุการณ์ อาจมีบทสนทนาหรือการกล่าวอ้างถึงคำพูด ความคิดหรือข้อเท็จจริง โดยใช้รูปเหตุการณ์ปัจจุบัน สำหรับการเล่าเรื่องเชิงจินตนาการอาจใช้คำกริยาแสดงอาการ การกระทำ และคำคุณศัพท์หรือคำที่แสดงความเป็นเหตุเป็นผล ความคล้ายตาม และความขัดแย้ง ตัวอย่าง ดังนี้

ตัวอย่าง 5 The original name of the pillar is Sadu Meaung, and it was constructed in 1987 to mark the occasion of the sixtieth birthday of the then king, Bhumibol Adulyadej. The structure is a significant landmark in the city from both cultural and historical perspectives, and is definitely worth checking out. /H1-2-Nar/

ตัวอย่าง 6 This colourful daily light show is worth seeing. I saw it by total accident when I arrived off the bus from Chiang Mai feeling tired and hungry. I sat down on a street corner with some pad Thai and just as my food arrived, the otherwise plain clock tower lit up. /A1.3-5-Nar/

จากตัวอย่าง 5 แสดงการเล่าเรื่องราวในส่วนของเนื้อหา 2: ข้อมูลเบื้องต้นของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเล่าเรื่องราวประวัติความเป็นมาของเสาสะดือเมือง ซึ่งมีชื่อเดิมของเสา คือสะดือเมือง (The original name of the pillar is Sadu Meaung) และสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2530 (it was constructed in 1987) เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร เสาสะดือเมืองเป็นสถานที่สำคัญทั้งในมุมมองทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ จึงควรค่าแก่การมาเยี่ยมชม สำหรับตัวอย่าง 6 แสดงการเล่าเรื่องจากประสบการณ์ของผู้เขียนในส่วนของเนื้อหา 5: กิจกรรม เป็นการเล่าถึงการแสดงแสงสีที่หอนาฬิกา ฉันเห็นมันโดยบังเอิญเมื่อฉันลงจากรถจากเชียงใหม่ซึ่งรู้สึกเหนื่อยและหิว ฉันนั่งลงที่หัวมุมถนนพร้อมกับผัดไทย (I saw it by total accident when I arrived off the bus from Chiang Mai feeling tired and hungry. I sat down on a street corner with some pad Thai) และเมื่ออาหารมาถึง หอนาฬิกาธรรมดาก็ดูสว่างเป็นแสงสีขึ้น

1.4 ชนิดของตัวบทประเภทการเชิญชวน เช่น การแสดงธรรมชาติ การรณรงค์และการโฆษณา มีวัตถุประสงค์เพื่อชักชวนหรือสั่งสอนให้ผู้รับสารเชื่อฟังและปฏิบัติตาม สำหรับเนื้อหาข้อความใช้การแสดงเหตุผลและผล ข้อดีข้อเสีย อธิบายและสรุป อาจมีการแสดงเงื่อนไข แสดงตัวอย่าง เปรียบเทียบและกล่าวอ้าง คำพูดความคิดหรือข้อเท็จจริง ในเนื้อความมีข้อความแสดงผู้เกี่ยวข้องคือผู้รับสาร ไม่แสดงเวลาและสถานที่ของเหตุการณ์ ส่วนลักษณะภาษาส่วนใหญ่เป็นข้อความที่นำเสนอความเห็นพร้อมด้วยเหตุผล คุณประโยชน์ หรือหลักฐานสนับสนุนหรือขยายความบางสิ่งบางอย่าง เพื่อโน้มน้าวความคิดของผู้อ่านหรือผู้ฟังคล้ายตามหรือเกิดความเชื่อในสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการให้ปฏิบัติตามอาจใช้รูปประโยคคำสั่งที่ขึ้นต้นด้วยคำกริยา ละประธานไว้ ประธานหมายถึงผู้รับสาร ใช้ประโยคสั้น ๆ ไม่ซับซ้อน และให้ความหมายตรงไปตรงมา เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจถึงขั้นตอนในการดำเนินการได้ง่าย อาจมีคำเชื่อมบอกลำดับเวลา ตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่าง 7 For those who want to escape the crowds, this temple is a nice getaway as it has not caught up a lot on the tourist's radar and lets you cherish some tranquil moments. /T10.14-7-Per/

ตัวอย่าง 8 I'd recommend spending at least an hour at the White Temple, especially since the crowds take some navigating. What I found interesting is that the White Temple isn't a real temple but a modern art installation of one, built in 1997 by a wealthy Thai artist. But plenty of locals were praying there so I guess a temple can be anything you want it to be! /A2.6-6-Per/

จากตัวอย่าง 7 แสดงการเชิญชวนในส่วนของเนื้อหา 7: สรุป/เชิญชวน เพื่อชักชวนให้ไปเที่ยวชมวัดร่องเสือเต้น สำหรับผู้ที่ต้องการหลีกหนีจากฝูงชน วัดนี้เป็นสถานที่พักผ่อนที่ดีเนื่องจากไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวมากนัก และคุณจะได้ดื่มด่ำกับช่วงเวลาที่ยิบสงบ (lets you cherish some tranquil moments)

และตัวอย่าง 8 แสดงเชิญชวนในส่วนของเนื้อหา 6: ข้อเสนอแนะการเข้าเยี่ยมชม เพื่อชักชวนและสรุปว่าให้ไปเที่ยวชมวัดร่องขุน ให้ใช้เวลาอย่างน้อยหนึ่งชั่วโมงที่วัดร่องขุนนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีฝูงชนจำนวนมาก สิ่งที่น่าสนใจคือวัดร่องขุนไม่ใช่วัดจริงแต่เป็นศิลปะสมัยใหม่ที่สร้างขึ้นในปี 1997 โดยศิลปินไทยผู้มีชื่อเสียง แต่มีชาวบ้านจำนวนมากมาชมมนต์ที่นั่น ดังนั้นฉันเดาได้ว่าวัดสามารถเป็นอะไรก็ได้ที่คุณต้องการ (so I guess a temple can be anything you want it to be)

1.5 ประเภทประเภทกระบวนการ มีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นขั้นตอนการสร้างหรือการทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดตามลำดับตั้งแต่ต้นจนสำเร็จ สำหรับเนื้อหาข้อความใช้อธิบายลักษณะหรือหน้าที่ของวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบหรือสิ่งที่สร้าง/ทำขึ้น มีการอธิบายวิธีการ กระบวนการหรือขั้นตอนการปฏิบัติ อาจมีการแสดงเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องและอาจมีการกล่าวถึงประโยชน์หรือโทษของสิ่งนั้น ในเนื้อความไม่มีข้อความแสดงผู้แสดงและสถานที่ของเหตุการณ์แต่แสดงเวลา ส่วนลักษณะภาษาส่วนใหญ่ใช้ข้อความแสดงวิธีการ อาจมีข้อเสนอแนะการปฏิบัติ การให้รายละเอียดของวัสดุอุปกรณ์ หรือส่วนประกอบที่ใช้ อาจใช้รูปประโยคคำสั่งที่ขึ้นต้นด้วยคำกริยา ที่บ่งบอกกระบวนการปฏิบัติ ไม่มีการคำสรรพนามหรืออ้างอิงตัวบุคคล แต่อาจใช้คำนามที่เกี่ยวข้องกับสิ่งของหรือสถานการณ์ทั่วไป อาจใช้ประโยคความเดียวหรือประโยคความรวมสั้น ๆ ไม่ซับซ้อน และให้ความหมายตรงไปตรงมา เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจถึงขั้นตอนในการดำเนินการได้ง่าย มีการเรียงลำดับขั้นตอนในการปฏิบัติโดยใช้คำเชื่อมประเภทคล้ายตามหรือบอกลำดับเวลา อาจไม่มีคำเชื่อมปรากฏ ตัวอย่าง ดังนี้

ตัวอย่าง 9 How to get to Hill Tribe Museum Drive from Wat Klang Wiang Chai on Rattana Khet Rd. to the intersection. Then, turn left and stay on Thanalai Rd. for about 500m. The museum is on the left- hand side close to Chiang Rai Vocational College. /M5.8-8-Pro/

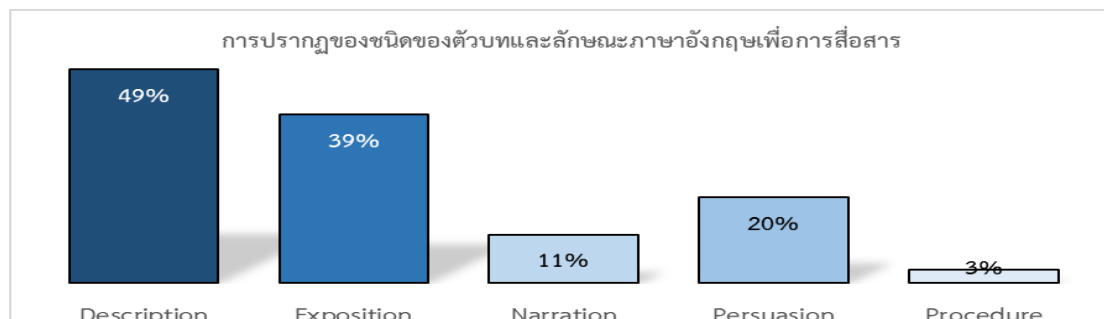
ตัวอย่าง 10 A naga staircase leads to the entrance of this impressive building. You can take the elevator to the 25th floor inside the building. You end up in a small space decorated with statues and trees. Then you can take a narrow staircase to the 26th floor from where you can enjoy the view through small windows. /T3.7-1-Pro/

จากตัวอย่าง 9 แสดงการอธิบายกระบวนการในส่วนของเนื้อหา 8: ข้อมูลตำแหน่ง ที่ตั้ง เกี่ยวกับขั้นตอนการเดินทางไปพิพิธภัณฑ์ชาวเขา โดยการขับรถจากวัดกลางเวียงชัย (Drive from Wat Klang Wiang Chai) บนถนนรัตนเขต ถึงสี่แยก (to the intersection) จากนั้นเลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนนาลัย (Then, turn left and stay on Thanalai Rd) ประมาณ 500 เมตร พิพิธภัณฑ์อยู่ด้านซ้ายมือ (The museum is on the left-hand side) ใกล้กับวิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงราย และตัวอย่าง 10 แสดงการอธิบายกระบวนการในส่วนของเนื้อหา 1: จุดเด่นของสถานที่ เกี่ยวกับขั้นตอนการเดินทางเข้าไปในอาคารของวัดห้วยปลากั้งจะมีบันไดนาคนำไปสู่ทางเข้าอาคารที่น่าประทับใจ (A naga staircase leads to the entrance) จากนั้นสามารถขึ้นลิฟต์ไปยังชั้น 25 ภายในอาคารได้ (You can take the elevator to the 25th floor You can take the elevator to the 25th floor) แล้วจะพบกับพื้นที่เล็ก ๆ ที่ตกแต่งด้วยรูปปั้นและต้นไม้สีขาวทั้งหมด จากนั้นสามารถใช้บันไดแคบ ๆ ไปที่ชั้น 26 (Then you can take a narrow staircase to the 26th floor) ซึ่งสามารถเพลิดเพลินกับทิวทัศน์ผ่านหน้าต่างบานเล็กภายในอาคารได้

1. การปรากฏของชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย

ผลการวิเคราะห์การปรากฏของชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย โดยพิจารณาจากลักษณะเฉพาะของภาษาที่เหมือนกันในโครงสร้างภายในของตัวบท พบว่า มีการปรากฏของชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาเพื่อการสื่อสาร

หลากหลายแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ การบรรยาย การอธิบายความ การเล่าเรื่อง การชักชวน และกระบวนการ แต่ละประเภทปรากฏความถี่แตกต่างกัน ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 การปรากฏของชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

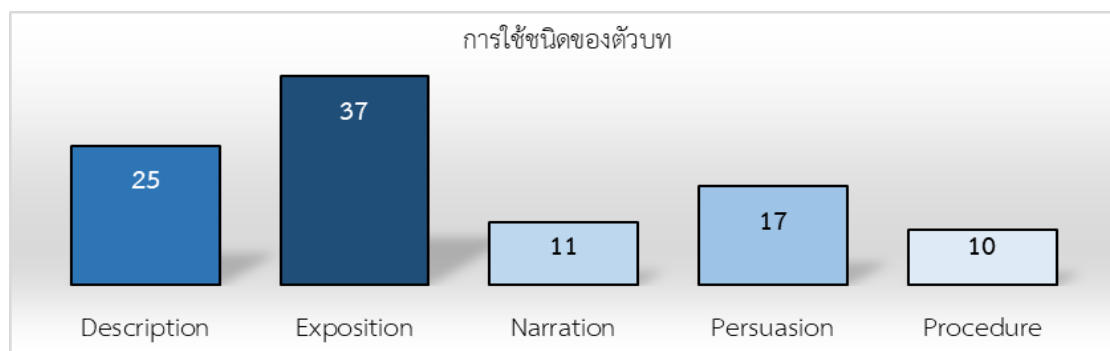
จากภาพแสดงให้เห็นว่า มีการปรากฏของชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงรายทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ การบรรยาย การอธิบายความ การเล่าเรื่อง การชักชวน และกระบวนการ โดยปรากฏความถี่แตกต่างกัน คือ การปรากฏการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการบรรยายความถี่มากที่สุดร้อยละ 49 รองลงมาคือ การอธิบายความร้อยละ 39 การชักชวนร้อยละ 20 การเล่าเรื่องร้อยละ 11 และกระบวนการมีจำนวนน้อยที่สุดร้อยละ 3

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ข้อความภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย มีการปรากฏการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 5 ประเภท ได้แก่ การบรรยาย การอธิบายความ การเล่าเรื่อง การชักชวน และกระบวนการ แต่ละประเภทปรากฏความถี่ที่ใช้แตกต่างกัน คือ มีการปรากฏการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการบรรยายมากที่สุด รองลงมาคือ การอธิบายความ การชักชวน การเล่าเรื่อง ตามลำดับ และมีการปรากฏการใช้ชนิดของตัวบทประเภทกระบวนการน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์การปรากฏการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารตามผลการศึกษาโครงสร้างเนื้อหาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของณัฐรณันต์ คำใจวุฒิและคณะ (2567) ผลการศึกษายังพบว่า การปรากฏของชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกระจายอยู่ในทุกส่วนของเนื้อหาโดยที่การปรากฏชนิดของตัวบทประเภทการบรรยายมี 2 ลักษณะ ได้แก่ การบรรยายทั่วไป และการบรรยายแบบเฉพาะเจาะจง การปรากฏกระจายอยู่ทั่วไปในเนื้อหา ส่วนใหญ่ปรากฏในส่วนของเนื้อหา 1: จุดเด่นของสถานที่, 2: ข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่, 4: รูปแบบสถาปัตยกรรม และ 3: ศิลปิน บุคคลสำคัญ ตามลำดับ ส่วนการปรากฏชนิดของตัวบทประเภทการอธิบายความ ก็มีทั้ง 2 ลักษณะเช่นกัน ได้แก่ การอธิบายความเชิงวิเคราะห์ และการอธิบายความเชิงชักชวน การปรากฏกระจายอยู่ทั่วไปในเนื้อหา ส่วนใหญ่ปรากฏในส่วนของเนื้อหา 2: ข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่, 1: จุดเด่นของสถานที่, 8: ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้ง และ 5: กิจกรรม ตามลำดับ สำหรับการปรากฏชนิดของตัวบทประเภทการเล่าเรื่องนั้น มีหลายลักษณะ เช่น การเล่าเรื่องทั่วไป การเล่าเรื่องเชิงประวัติศาสตร์ การเล่าเรื่องเชิงจินตนาการ และการเล่าเรื่องจากประสบการณ์ การปรากฏกระจายในเนื้อหาบางส่วน ส่วนใหญ่ปรากฏในส่วนของเนื้อหา 3: ศิลปิน บุคคลสำคัญ, 1: จุดเด่นของสถานที่, 6: ข้อเสนอแนะการเข้าเยี่ยมชม และ 2: ข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ ตามลำดับ ในขณะที่การปรากฏชนิดของตัวบทประเภทการเชิญชวน มักเป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่มีการส่งสอนมากนัก การปรากฏกระจายในเนื้อหาบางส่วน ส่วนใหญ่ปรากฏในส่วนของเนื้อหา 7: สรุปเชิญชวน, 1: จุดเด่นของสถานที่, 4: รูปแบบสถาปัตยกรรม และ 5: กิจกรรม ตามลำดับ และการ

ปรากฏชนิดของตัวบทประเภทกระบวนการ มักเป็นการแสดงให้เห็นขั้นตอนการทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดตามลำดับ เช่น การเดินทาง การทำกิจกรรม เป็นต้น การปรากฏกระจายในเนื้อหาบางส่วน ส่วนใหญ่ปรากฏในส่วนเนื้อหาของเนื้อหา 8: ข้อมูลตำแหน่ง ที่ตั้ง, 5: กิจกรรม ส่วนของเนื้อหา และ 6: ข้อเสนอแนะการเข้าเยี่ยมชม ตามลำดับ จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การใช้ชนิดของตัวบทที่หลากหลายแตกต่างกัน ในข้อความเดียวกันอาจใช้ชนิดของตัวบทต่างกัน หรือในข้อความต่างกันก็อาจใช้ชนิดของตัวบทเหมือนกันก็ได้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและบริบทที่เกี่ยวข้อง

2. ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย

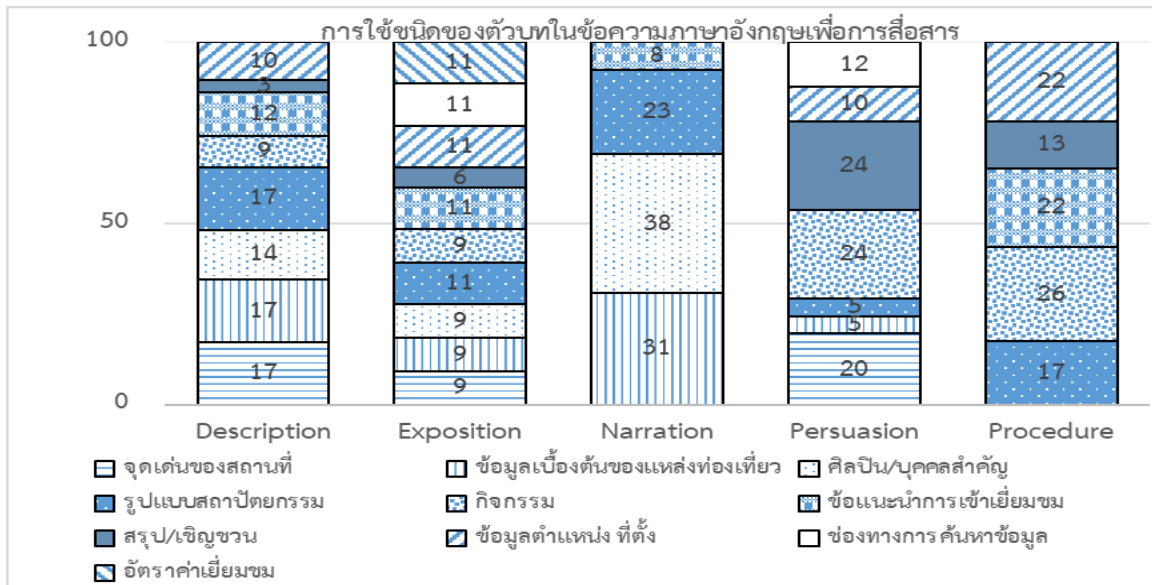
ในการพัฒนาและนำเสนอรูปแบบการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อความภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มาสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อใช้สัมภาษณ์กลุ่มย่อย คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ การตลาด และการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน เกี่ยวกับความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับการใช้ชนิดของตัวบทที่หลากหลายตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ การบรรยาย การอธิบายความ การเล่าเรื่อง การชักชวน และกระบวนการ โดยมีความถี่แตกต่างกัน ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ความคิดเห็นด้านความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบท

จากภาพแสดงให้เห็นว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ การบรรยาย การอธิบายความ การเล่าเรื่อง การชักชวน และกระบวนการ โดยมีความถี่แตกต่างกัน ได้แก่ ความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการอธิบายมากที่สุดร้อยละ 37 รองลงมาคือ การบรรยายร้อยละ 25 การชักชวนร้อยละ 17 การเล่าเรื่องร้อยละ 11 และกระบวนการน้อยที่สุดร้อยละ 10

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ตามผลการศึกษาโครงสร้างเนื้อหาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของณัฐกรานต์ คำใจภูมิและคณะ (2567) พบว่า มีความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทกระจายตัวไปในแต่ละส่วนของเนื้อหาทั้ง 10 ส่วน โดยมีความถี่แตกต่างกัน ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3 ความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทในส่วนเนื้อหาของข้อความภาษาอังกฤษ

จากแผนภูมิแสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย กระจายไปในแต่ละส่วนของเนื้อหาทั้ง 10 ส่วน ซึ่งมีความถี่แตกต่างกัน ได้แก่ ความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการบรรยายในส่วนเนื้อหาของจำนวน 8 ส่วน ได้แก่ ส่วนของเนื้อหาจุดเด่นของสถานที่ ข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่และ รูปแบบสถาปัตยกรรมมากที่สุดเท่ากันร้อยละ 17 รองลงมา ส่วนของเนื้อหาศิลปิน/บุคคลสำคัญร้อยละ 14 ส่วนของเนื้อหาข้อเสนอแนะการเข้าเยี่ยมชมร้อยละ 12 ส่วนของเนื้อหาข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งร้อยละ 10 ส่วนของเนื้อหากิจกรรมร้อยละ 9 และส่วนของเนื้อหาสรุป/เชิญชวนน้อยที่สุดร้อยละ 3 ในขณะที่ส่วนของเนื้อหาอื่นที่เหลือไม่มีความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการบรรยาย สำหรับความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการอธิบายความในทุกส่วนของเนื้อหาทั้ง 10 ส่วน ได้แก่ ส่วนของเนื้อหารูปแบบสถาปัตยกรรม ข้อเสนอแนะการเข้าเยี่ยมชม ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้ง ช่องทางการค้นหาข้อมูล และอัตราค่าเยี่ยมชมมากที่สุดเท่ากันร้อยละ 11 รองลงมา ส่วนของเนื้อหาจุดเด่นของสถานที่ ข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ ศิลปิน/บุคคล และกิจกรรม ร้อยละ 9 และส่วนของเนื้อหาสรุป/เชิญชวนน้อยที่สุดร้อยละ 6 ในขณะที่ความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการเล่าเรื่องในส่วนเนื้อหาของจำนวน 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนของเนื้อหาศิลปิน/บุคคลมากที่สุดเท่ากันร้อยละ 38 รองลงมา ส่วนของเนื้อหาข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ร้อยละ 31 ส่วนของเนื้อหารูปแบบสถาปัตยกรรมร้อยละ 23 และส่วนของเนื้อหาข้อเสนอแนะการเข้าเยี่ยมชมน้อยที่สุดร้อยละ 8 ในขณะที่ส่วนของเนื้อหาอื่นที่เหลือไม่มีความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการเล่าเรื่อง สำหรับความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการเชิญชวนในส่วนเนื้อหาของจำนวน 7 ส่วน ได้แก่ ส่วนของเนื้อหากิจกรรมและสรุป/เชิญชวนมากที่สุดเท่ากันร้อยละ 24 รองลงมา ส่วนของเนื้อหาจุดเด่นของสถานที่ร้อยละ 20 ส่วนของเนื้อหาช่องทางการค้นหาข้อมูลร้อยละ 12 ส่วนของเนื้อหาข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งร้อยละ 10 และส่วนของเนื้อหาข้อมูลข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่และรูปแบบสถาปัตยกรรมน้อยที่สุดเท่ากันร้อยละ 5 ในขณะที่ส่วนของเนื้อหาอื่นที่เหลือไม่มีความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการเชิญชวน และความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารประเภทกระบวนการในส่วนเนื้อหาของจำนวน 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนของเนื้อหากิจกรรมมากที่สุดเท่ากันร้อยละ 26 รองลงมา ส่วนของเนื้อหาข้อเสนอแนะการเข้าเยี่ยมชมและข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งมากที่สุดเท่ากันร้อยละ 22 ส่วน

ของเนื้อหา รูปแบบสถาปัตยกรรมร้อยละ 17 และส่วนของเนื้อหาสรุป/เชิญชวนน้อยที่สุดเท่ากันร้อยละ 13 ในขณะที่ส่วนของเนื้อหาอื่นที่เหลือไม่มีความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการกระบวนกร ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย กระจายไปในแต่ละส่วนของเนื้อหาทั้ง 10 ส่วน ที่มีความถี่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า ชนิดของตัวบททั้ง 5 ประเภท ได้แก่ การบรรยาย การอธิบายความ การเล่าเรื่อง การชักชวน และกระบวนกร มีความสำคัญในการใช้ในเนื้อหาข้อความภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย โดยมีความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการอธิบายความมากที่สุด รองลงมาคือ การบรรยาย การชักชวน การเล่าเรื่อง และกระบวนกรมีความสำคัญน้อยที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อความภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย และผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษา โดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อ ตามผลการศึกษา ได้แก่

1. ผลการศึกษาชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย สรุปได้ว่า ข้อความภาษาอังกฤษในสื่อดังกล่าวประกอบด้วยชนิดของตัวบทหลัก 5 ประเภท แต่ละชนิดมีวัตถุประสงค์และลักษณะภาษาที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังมีบทบาทและหน้าที่เฉพาะในการสื่อสารในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น ๆ ด้วย ได้แก่ 1) ตัวบทชนิดการบรรยาย มีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว บุคคล สิ่งของ สถานที่ เหตุการณ์ หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ โดยใช้คำศัพท์และถ้อยคำที่กระตุ้นจินตนาการและอารมณ์ของผู้อ่านให้สามารถมองเห็นภาพได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น การใช้ถ้อยคำที่แสดงถึงคุณค่า ความงาม หรือเอกลักษณ์เฉพาะของวัด ศิลปวัตถุ วิถีชีวิต หรืออาหารพื้นถิ่น ข้อความประเภทนี้มีลักษณะการบรรยายใน 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การบรรยายทั่วไป ที่เน้นการจัดหมวดหมู่หรือจำแนกประเภทของสิ่งต่าง ๆ และ 2) การบรรยายแบบเฉพาะเจาะจง ที่มุ่งเน้นการนำเสนอรายละเอียดของสิ่งที่มีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งมักเชื่อมโยงกับคุณค่าทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ข้อความชนิดนี้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดองค์ความรู้ คุณค่า และความงามทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งสะท้อนบทบาทของภาษาที่ช่วยสร้างความเข้าใจและจินตภาพร่วมของผู้เยี่ยมชมในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ตัวบทชนิดการอธิบายความ มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายเหตุผล หลักการ หรือความเชื่อมโยงระหว่างเหตุการณ์ ปรากฏการณ์ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ให้ผู้อ่านเข้าใจได้อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ โดยเนื้อหา มักแฝงแนวคิด มุมมอง ความรู้สึกหรือการประเมินของผู้เขียนร่วมด้วย ตัวบทประเภทนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การอธิบายความเชิงวิเคราะห์ เพื่อเน้นการอธิบายว่าเหตุการณ์หนึ่ง ๆ เกิดขึ้นได้อย่างไรและเพราะเหตุใด และ 2) การอธิบายความเชิงชักชวน เพื่อเสนอแนะหรือโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือปรับมุมมองต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ข้อความประเภทนี้มีบทบาทในการให้ข้อมูลเชิงลึกแก่ผู้อ่าน ช่วยให้เข้าใจบริบททางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือความสำคัญเชิงสัญลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวได้ชัดเจนขึ้น อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงการใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการให้เหตุผล อธิบาย และเสนอทัศนะในบริบทของการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) ตัวบทชนิดการเล่าเรื่อง มีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวหรือประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบของเหตุการณ์ที่มีลำดับขั้นตอน เพื่อกระตุ้นความสนใจ สร้างอารมณ์ร่วม หรือถ่ายทอดบทเรียนทางวัฒนธรรมแก่ผู้อ่าน ตัวบทลักษณะนี้อาจปรากฏในรูปของเรื่องเล่าเชิงประวัติศาสตร์ ตำนาน นิทานพื้นบ้าน หรือเรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของผู้คนในชุมชน ข้อความประเภทนี้มักใช้ถ้อยคำที่มี

ลักษณะพรรณนาและถ่ายทอดอารมณ์ เพื่อสร้างบรรยากาศและเชื่อมโยงผู้อ่านเข้ากับเนื้อหา ตัวบทชนิดนี้มีบทบาทสำคัญในการรักษาและส่งเสริมรดกทางวัฒนธรรม ผ่านการใช้ภาษาที่เน้นความมีชีวิตชีวาและความรู้สึก มีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่านกับแหล่งท่องเที่ยว และเสริมสร้างความเข้าใจอันลึกซึ้งในบริบทของวัฒนธรรมท้องถิ่น 4) ตัวบทชนิดการชักชวน มีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวหรือชักชวนให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึก ความศรัทธา หรือแรงจูงใจในการปฏิบัติตามสิ่งที่นำเสนอ ซึ่งอาจปรากฏในรูปของข้อความโฆษณา การประชาสัมพันธ์ กิจกรรมส่งเสริม หรือการรณรงค์เพื่อการมีส่วนร่วม ตัวบทประเภทนี้มักใช้ถ้อยคำเชิงบวก จูงใจ และสร้างภาพลักษณ์ที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเน้นจุดเด่นของสถานที่ ความคุ้มค่าในการเดินทาง หรือผลดีที่ผู้มาเยือนจะได้รับ ตัวบทชนิดนี้สะท้อนบทบาทของภาษาที่เป็นเครื่องมือในการสร้างแรงจูงใจ และโน้มน้าวใจ ซึ่งมีความสำคัญต่อการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยไม่เพียงแต่กระตุ้นการตัดสินใจของผู้อ่านเท่านั้น แต่ยังแฝงคุณค่าทางวัฒนธรรมและความหมายเชิงสัญลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวไว้ด้วย และ 5) ตัวบทชนิดกระบวนกร มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอขั้นตอนหรือวิธีการปฏิบัติอย่างเป็นลำดับ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถดำเนินกิจกรรมหรือสร้างสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ด้วยตนเอง ตัวอย่างเช่น ข้อความแนะนำการเดินทาง การเตรียมตัวเข้าร่วมพิธีกรรม หรือวิธีการทำอาหารพื้นถิ่น ตัวบทประเภทนี้เน้นความชัดเจน ถูกต้อง และเป็นลำดับขั้น โดยใช้ถ้อยคำที่กำหนดการกระทำอย่างชัดเจน เช่น กริยาสั่งหรือคำบอกขั้นตอน ข้อความชนิดนี้มีบทบาทในการให้ข้อมูลที่สามารถปฏิบัติตามได้จริง ซึ่งแสดงถึงการใช้ภาษาที่เน้นประโยชน์ใช้สอยในชีวิตจริง และสะท้อนถึงการสื่อสารที่ช่วยให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจวิถีปฏิบัติ วัฒนธรรม และกิจกรรมเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างใกล้ชิด อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ชนิดของตัวบททั้ง 5 ประเภทที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงราย ล้วนมีหน้าที่และบทบาทเฉพาะในการสร้างและถ่ายทอดความหมายในบริบทของการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการบรรยายเพื่อสร้างจินตภาพและคุณค่า การอธิบายเพื่อสร้างความเข้าใจ การเล่าเรื่องเพื่อเชื่อมโยงอารมณ์ความรู้สึก ความผูกพันระหว่างผู้รับสารกับแหล่งท่องเที่ยว การชักชวนเพื่อโน้มน้าวใจ หรือการให้ข้อมูลขั้นตอนเชิงปฏิบัติเพื่อสนับสนุนประสบการณ์ของผู้รับสาร โดยเมื่อพิจารณาร่วมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่แล้ว จะเห็นได้ว่าข้อความในแต่ละชนิดของตัวบทถูกออกแบบอย่างมีเป้าหมาย เพื่อรองรับหน้าที่ที่แตกต่างกันในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูล การอธิบาย การโน้มน้าวใจ หรือการถ่ายทอดประสบการณ์ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการถ่ายทอดคุณค่า มุมมอง และเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในบริบทของจังหวัดเชียงรายซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่โดดเด่น อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงการใช้ภาษาในระดับข้อความเพื่อการสื่อสารทางวัฒนธรรมที่หลากหลายให้เหมาะสม และเชื่อมโยงกับผู้รับสารในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลการวิเคราะห์การปรากฏการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย สรุปได้ว่าข้อความภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ ปรากฏการใช้ชนิดของตัวบททั้ง 5 ประเภท คือ การบรรยาย การอธิบายความ การเล่าเรื่อง การชักชวน และกระบวนกร แต่ละประเภทปรากฏความถี่แตกต่างกัน โดยมีการปรากฏการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการบรรยายมากที่สุด รองลงมาคือ การอธิบาย การชักชวน และการเล่าเรื่อง ตามลำดับ ส่วนกระบวนกรมีการปรากฏการใช้ น้อยที่สุด นอกจากนี้ ยังพบว่า การปรากฏของชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกระจายอยู่ในทุกส่วนของเนื้อหา โดยส่วนใหญ่มีการปรากฏชนิดของตัวบทประเภทการบรรยายในส่วนเนื้อหาของจุดเด่นของสถานที่ ข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ รูปแบบสถาปัตยกรรม และศิลปิน/บุคคลสำคัญ ตามลำดับ ส่วนชนิดของตัวบทประเภทการอธิบายความส่วนใหญ่มีการปรากฏในส่วนเนื้อหาของข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ จุดเด่นของสถานที่ ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้ง และกิจกรรม ตามลำดับ สำหรับการเล่าเรื่อง ส่วนใหญ่ปรากฏในส่วนเนื้อหาของศิลปิน บุคคลสำคัญ จุดเด่นของสถานที่ ข้อเสนอแนะการเข้าเยี่ยมชม และข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ ตามลำดับ

ในขณะที่การเชิญชวน ซึ่งเป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่วนใหญ่ปรากฏในส่วน
ของเนื้อหา สรุปเชิญชวน จุดเด่นของสถานที่ รูปแบบสถาปัตยกรรม และกิจกรรม ตามลำดับ สุดท้ายการปรากฏ
ชนิดของตัวบทประเภทกระบวนกร ส่วนใหญ่ปรากฏในส่วนของเนื้อหาข้อมูลตำแหน่งที่ตั้ง กิจกรรม ส่วนของ
เนื้อหา และข้อเสนอแนะการเข้าเยี่ยมชม ตามลำดับ จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การใช้ชนิดของตัวบทที่
หลากหลายและแตกต่างกันในข้อความภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม เป็นกลยุทธ์ทางภาษาเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์การสื่อสารที่หลากหลายได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ โดยในข้อความหนึ่งข้อความอาจมีการผสมผสานตัวบทหลายประเภทเพื่อเติมเต็มหน้าที่การสื่อสาร
เช่น การให้ข้อมูลควบคู่ไปกับการบรรยายสร้างภาพ หรือการเชิญชวนที่สอดแทรกคำอธิบายความสำคัญทาง
วัฒนธรรม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาและเจตนาของผู้สื่อสารในแต่ละบริบท นอกจากนี้ การกระจายของตัวบทไปยัง
ส่วนต่าง ๆ ของเนื้อหายังสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการออกแบบการสื่อสารให้ครอบคลุมทั้งด้านข้อมูล
ความรู้สึกรสชาติ ประสบการณ์ และการปฏิบัติ ซึ่งล้วนมีบทบาทในการสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมโยง และแรงจูงใจต่อ
ผู้รับสารอย่างเหมาะสมในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทและ
ลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย
สรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญเห็นความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบททั้ง 5 ประเภท ได้แก่ การบรรยาย การอธิบาย
ความ การเล่าเรื่อง การชักชวน และกระบวนกร โดยมีความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการ
อธิบายความมากที่สุด รองลงมาคือ การบรรยาย การชักชวน การเล่าเรื่อง และกระบวนกรมีจำนวนน้อย
ที่สุด และมีความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทกระจายตัวไปในแต่ละส่วนของเนื้อหา จากผลการศึกษา
แสดงให้เห็นว่า ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้ชนิดของตัวบทอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการ
อธิบายความซึ่งถูกมองว่าเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม โดยผู้เชี่ยวชาญมองว่าการอธิบายข้อมูลอย่างชัดเจนและมีโครงสร้างช่วยให้ผู้รับสารต่างวัฒนธรรม
สามารถเข้าถึงสาระสำคัญและบริบททางวัฒนธรรมได้ดียิ่งขึ้น ขณะเดียวกันการบรรยาย การชักชวน และ
การเล่าเรื่องก็ยังมีบทบาทเสริมในการสร้างภาพจำ ถ่ายทอดคุณค่า และกระตุ้นความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ
เป้าหมายของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนการใช้ตัวบทประเภทกระบวนกรแม้จะปรากฏในระดับน้อย
แต่ยังมีความจำเป็นในบางบริบทที่ต้องการให้ข้อมูลที่ชัดเจนในเชิงปฏิบัติ เช่น เส้นทางเดินทางหรือ
ข้อเสนอแนะการเยี่ยมชม ดังนั้น ข้อค้นพบนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า ความหลากหลายของชนิดของตัวบทในการ
สื่อสารไม่เพียงแต่เกิดจากเนื้อหาและเจตนาของผู้ผลิตข้อความเท่านั้น แต่ยังสอดคล้องกับมุมมองของ
ผู้เชี่ยวชาญซึ่งตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างชนิดของตัวบท วัตถุประสงค์การสื่อสาร และลักษณะของ
กลุ่มเป้าหมายในบริบทของการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์อีกด้วย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่ามีความน่าสนใจหลายประการ ดังแสดงในการอภิปรายผล
การศึกษา 2 หัวข้อ รายละเอียดดังนี้

1. ประเด็นการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่ง
ท่องเที่ยว เชียงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย: ผลการศึกษาพบว่า ในข้อความภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อ
ออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ปรากฏการใช้ชนิดของตัวบทจำนวน 5 ประเภท ได้แก่
การบรรยาย การอธิบาย การชักชวน การเล่าเรื่อง และกระบวนกร โดยปรากฏการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการ
บรรยายมากที่สุด รองลงมาคือ การอธิบาย การชักชวน การเล่าเรื่อง และกระบวนกรน้อยที่สุด ในขณะที่ผล
การศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญกลับมองว่า ชนิดของตัวบทประเภทการอธิบายความมีความสำคัญมากที่สุด
รองลงมาคือ การบรรยาย การชักชวน การเล่าเรื่อง และกระบวนกรมีจำนวนน้อยที่สุดในการสื่อสารของแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เมื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระหว่างผลการศึกษาข้อมูลทั้งสองแหล่ง จะเห็นถึง ความไม่สอดคล้องกัน ในลำดับความสำคัญของชนิดของตัวบท กล่าวคือ ฝ่ายผู้ผลิตข้อความภาษาอังกฤษมักใช้ชนิดของตัวบทประเภท การบรรยายเป็นหลัก อาจเนื่องมาจากความต้องการถ่ายทอดภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจนผ่าน รายละเอียดของสถานที่ บุคคล และเหตุการณ์ เพื่อสร้างความรู้สึกละเอียดและบรรยากาศที่ดึงดูดใจ ซึ่งสอดคล้องกับ ลักษณะของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ที่ให้ความสำคัญกับ “อารมณ์ ความรู้สึก และภาพในจินตนาการ” ส่วนผู้เชี่ยวชาญกลับให้ความสำคัญกับชนิดของตัวบทประเภทการอธิบาย ซึ่งเน้นการถ่ายทอดข้อมูลอย่างมีระบบ มีเหตุผล และมีโครงสร้างชัดเจน สะท้อนมุมมองเชิงทฤษฎีที่เน้นการให้ความรู้ ความเข้าใจ และการประเมินข้อมูล อย่างเป็นระบบมากกว่าการกระตุ้นความรู้สึก ซึ่งความแตกต่างนี้อาจสะท้อนถึงมุมมองที่แตกต่างกันระหว่างการ ปฏิบัติจริงกับหลักการทางทฤษฎี ในทางปฏิบัติ ผู้สร้างสื่ออาจเน้นการบรรยายเพื่อดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยว โดยให้รายละเอียดที่ชัดเจนและภาพลักษณ์ที่น่าสนใจของสถานที่ ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญอาจมองว่า การอธิบายที่ละเอียดและมีโครงสร้างชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนได้ นอกจากนี้ยังอาจเกิดจากวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันของแต่ละสื่อ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม การใช้ตัวบทประเภทการบรรยายและการอธิบายช่วยให้ผู้ชมเข้าใจและเห็นภาพชัดเจนเกี่ยวกับสถานที่ และประสบการณ์ที่พวกเขาจะได้รับ ขณะที่ในสื่อโฆษณาออนไลน์ การใช้ตัวบทประเภทการชักชวนมีความสำคัญ ในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้ สอดคล้องกับงานของณัฐกรานต์ คำใจวุฒิ (2560) ซึ่งพบว่าตัวบทประเภทการ บรรยายและการอธิบายถูกใช้บ่อยที่สุดและเป็นตัวบทหลักในตำราเรียนภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว ระดับอุดมศึกษา เช่นเดียวกันกับผลการวิจัยของศิริพร ปัญญาเมธิกุล (2558) ที่เห็นว่าภาษาโฆษณามีการ เปลี่ยนแปลงทั้งด้านตัวสะกดและเสียงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และผลงานวิจัย ของสรศักดิ์ เชื้อชาญ (2566) ที่วิเคราะห์วัตถุประสงค์และลักษณะภาษาโฆษณาในเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ พบว่าตัวบทประเภทการชักชวนถูกใช้บ่อยที่สุด เพื่กระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้น การเลือกใช้ชนิด ของตัวบทและลักษณะภาษาที่เหมาะสมในสื่อแต่ละประเภทควรสัมพันธ์กับเป้าหมายของสื่อและกลุ่มเป้าหมาย โดยตรง ด้วยเหตุนี้ การออกแบบสื่อออนไลน์สำหรับการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงควรพิจารณา เลือกใช้ตัวบทและลักษณะภาษาที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์หรือเจตนารมณ์ของการสื่อสาร โดยอาจผสมผสาน ชนิดของตัวบทหลายประเภทเข้าด้วยกันอย่างมีแบบแผน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการเข้าถึงและสร้าง ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสารต่อไปได้ สอดคล้องกับศิริวรรณ เจียรชัชวาลวงศ์ (2566) ที่ศึกษาสื่อ ประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา โดยเสนอว่าเนื้อหาของสื่อ ดิจิทัลควรมีความหลากหลายและสอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายได้

ในประเด็นนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นประเด็นที่ควรพิจารณาอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะในด้านการออกแบบ เนื้อหาให้เหมาะสมทั้งในเชิงข้อมูล วัตถุประสงค์การสื่อสาร และกลยุทธ์ทางการตลาด การพบว่าข้อความ หนึ่งสามารถผสมผสานตัวบทประเภทต่าง ๆ เช่น การบรรยาย อธิบาย และชักชวน สะท้อนถึงความซับซ้อน ของการสื่อสารที่มีจุดมุ่งหมายหลากหลายและเชื่อมโยงกันตามบริบทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็น ว่า ตัวบทแต่ละชนิดไม่สามารถแยกขาดจากกันได้อย่างเด็ดขาด แต่สามารถทำงานร่วมกันเพื่อส่งเสริม เจตนารมณ์ของผู้เขียนในแต่ละสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีนัยสำคัญต่อภาคปฏิบัติว่า ผู้ผลิต เนื้อหาโดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ควรตระหนักถึงความยืดหยุ่นในการเลือกใช้ชนิดของ ตัวบทตามวัตถุประสงค์ ไม่ยึดติดกับรูปแบบตายตัว และออกแบบข้อความให้สามารถดึงดูด ให้ความรู้ และ ชักชวนได้ในคราวเดียว และแนวทางนี้สามารถนำไปสู่การพัฒนาคู่มือการออกแบบเนื้อหาสื่อออนไลน์ที่ สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นและกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการฝึกอบรมบุคลากรหรือ

ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ให้สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพและสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสมในเชิงปฏิบัติได้อย่างยั่งยืน

2. ประเด็นรูปแบบภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จังหวัดเชียงราย: ในกระบวนการพัฒนาและนำเสนอรูปแบบการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อความภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์และวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความสำคัญในการใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ จากนั้นนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอรูปแบบการใช้ภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษารูปได้ว่าภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย มีการใช้ชนิดของตัวบททั้ง 5 ประเภท ได้แก่ การบรรยาย อธิบายความ ชักชวน เล่าเรื่อง และกระบวนการ โดยสามารถใช้ชนิดของตัวบทประเภทไหนก็ได้กระจายตัวไปในแต่ละส่วนของเนื้อหา ให้มีความหลากหลายแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมให้บรรลุผลของการสื่อสารและสร้างสีสันของการใช้ภาษาภาษาอังกฤษในสื่อออนไลน์ให้น่าอ่านมากยิ่งขึ้น

จากผลการศึกษาครั้งนี้ แสดงความสอดคล้องกับแนวคิดของ Halliday และ Hasan (1989) ที่ระบุว่า การเลือกใช้ชนิดของตัวบทในภาษามีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสาร เนื่องจากตัวบทแต่ละประเภทมีจุดมุ่งหมายเฉพาะ เช่น การบรรยาย ใช้เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่หรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ขณะที่ การชักชวน มุ่งเน้นการจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เช่นเดียวกับรัชนิวรรณ ประยงค์กุล (2565) ที่ได้วิเคราะห์การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านห้วย จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยเน้นการใช้ภาษาที่สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งพบว่าการใช้ข้อความที่มีลักษณะบรรยายสถานที่อย่างละเอียดและมีภาษาที่ชวนให้น่าสนใจสามารถเพิ่มระดับความประทับใจและการมีส่วนร่วมของผู้อ่านได้ และสริน ดิษฐบรรจง (2564) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้ภาษาในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ และพบว่าการเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมสามารถกระตุ้นความสนใจและส่งเสริมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะการใช้ภาษาที่มีโครงสร้างโน้มน้าวใจ เช่น คำเชิญชวน คำขยายที่กระตุ้นอารมณ์ และการนำเสนอข้อมูลที่สร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น การเลือกใช้ชนิดของตัวบทและลักษณะภาษาที่เหมาะสมกับบริบทของสื่อออนไลน์มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยเฉพาะในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องการให้ข้อมูลเชิงลึกและกระตุ้นความสนใจของผู้อ่านไปพร้อมกัน อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าแม้ว่าจะมีการใช้ตัวบททั้ง 5 ประเภท แต่การใช้ตัวบทบางประเภทอาจมีสัดส่วนที่แตกต่างกันตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและข้อมูลที่ปรากฏในสื่อจริง โดยเฉพาะชนิดของตัวบทประเภทการอธิบายความ ที่ผู้เชี่ยวชาญมองว่าสำคัญที่สุด ขณะที่ข้อมูลที่พบในสื่อจริงมีการใช้ชนิดของตัวบทประเภทการบรรยายมากกว่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้ในทางปฏิบัติอาจมีแนวโน้มการใช้ภาษาที่เน้นการบรรยายลักษณะสถานที่หรือสิ่งที่น่าสนใจ แต่ในแง่ของแนวทางที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นอาจต้องให้ความสำคัญกับชนิดของตัวบทประเภทการอธิบายความเพื่อช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของศิริวรรณ เจริญชัชวาลวงศ์ (2566) ที่พบว่า การใช้สื่อที่หลากหลายและเนื้อหาที่ตรงกับวัตถุประสงค์การสื่อสารช่วยเพิ่มความน่าสนใจและประสิทธิภาพในการสื่อสาร แสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลายและเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสารสามารถเพิ่มความน่าสนใจและประสิทธิภาพในการสื่อสารได้ ดังนั้น ข้อค้นพบในงานวิจัยนี้จึง สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการผสมผสานตัวบทที่หลากหลายเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและบรรลุเป้าหมายของการสื่อสาร ทั้งนี้ ควรพิจารณาปรับสมดุลของตัวบทที่ใช้ ให้ครอบคลุมทั้งด้านข้อมูล (Informative) และด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotional Engagement) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์

จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้ประกอบการ บุคคลที่สนใจ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว อาทิ สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานวัฒนธรรม สำนักงานอุตสาหกรรม และสำนักงานพาณิชย์จังหวัด สามารถนำข้อมูลไปบูรณาการเพื่อยกระดับประสิทธิภาพของกิจกรรมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการพัฒนาเนื้อหา (Content Creation) ในสื่อออนไลน์ที่เน้นการสื่อสารผ่านเทคนิคการเล่าเรื่องซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงข้อมูล แรงจูงใจ และคุณค่าทางวัฒนธรรม เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเลือกใช้นิตของตัวบทที่หลากหลาย โดยเฉพาะการเล่าเรื่อง และการชักชวน มีส่วนสำคัญในการสร้างความน่าสนใจและกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางหรือมีส่วนร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การนำเสนอเรื่องราวของชุมชน บุคคล หรือประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ผ่านการใช้ภาษาที่กระตุ้นความคิดความรู้สึกร่วม ซึ่งสามารถส่งผลต่อการรับรู้เชิงบวกและสร้างความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันตัวบทประเภทการอธิบายความ และการบรรยาย ก็มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์สินค้าท้องถิ่นหรือกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่ต้องการสื่อสารรายละเอียด ประวัติความเป็นมา และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน ในการออกแบบเนื้อหาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์จึงควรอาศัยการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยบูรณาการองค์ความรู้ด้านภาษา การตลาด และวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาเนื้อหาที่สามารถถ่ายทอดทั้งข้อมูลและอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ รองรับการประชุมสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนในบริบทดิจิทัลได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสามารถใช้เป็นกรอบแนวทางในการจัดทำแบบฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) สำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในระดับชุมชนและหน่วยงานรัฐ เพื่อยกระดับการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะในยุคสมัยปัจจุบันที่ต้องพึ่งพาการสื่อสารออนไลน์เป็นเครื่องมือหลัก

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐรณันต์ คำใจวุฒิ. (2560). *โครงสร้างและชนิดของตัวบทของตำราเรียนภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว ระดับอุดมศึกษาไทย* (คุณุณิพนธ์ปรัชญาคุณุณิบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์. คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ณัฐรณันต์ คำใจวุฒิ และคณะ. (2567). *โครงสร้างเนื้อหาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในการตลาดดิจิทัลและการท่องเที่ยววิถีใหม่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย. วารสารภาษาและภาษาศาสตร์, 42(2), 198-228.*
- รัชนิวรรณ ประยงค์กุล. (2565). *การวิเคราะห์การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรท้องถิ่น: กรณีศึกษาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ตำบลบ้านห้วยอำเภอห่มสั๊ก จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารมนุษยสังคมสาร (มสส.), 20(3), 61-80.*
- รสริน ดิษฐบรรจง. (2564). *การวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในไลน์ Amazing Thailand. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 11(2), 287-303.*
- สรศักดิ์ เชื้อชาญ. (2566). *การวิเคราะห์วัตถุประสงค์และลักษณะภาษาโฆษณาที่ใช้ในเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 14(2), 590-601.*
- ศิริพร ปัญญาเมธิกุล. (2558). *การวิเคราะห์ลักษณะภาษาที่พบในสื่อโฆษณา. วารสารวจนะ, 3(1), 55-66*

- ศิริวรรณ เจริญชาลาวงศ์. (2566). สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา. *วารสาร สาร สื่อ ศิลป์*, 5(10), 71-82.
- Halliday, M. A. K. and Hasan, R. (1989). *Language, context, and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective*. Oxford University Press.
- Hyland, K. (2007). Genre Pedagogy: Language, Literacy and L2 Writing Instruction. *Journal of Second Language Writing*, 16(3), 148-164.
- Longacre, R. E. (1983). *The grammar of discourse*. Plenum Press.
- Sampson, J. (1997). Genre style and register sources of confusion. *Revue Belge de Philologie et d' Histoire*, 75(3), 699-708.
- Swales, J. M. (1990). *Genre Analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: University Press.