

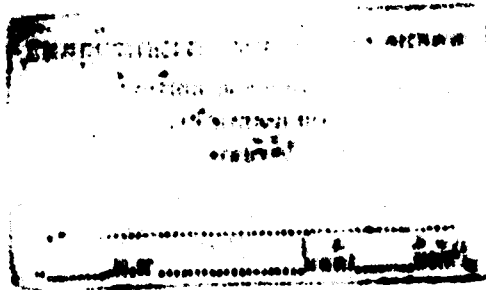


กลยุทธ์การจูงใจในสื่อแผ่นพับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

**Persuasive Strategies in Brochures of Tourism Authority of Thailand**

ปทุมพร เป้นเหลือ

**Patoomporn Paenluea**



เลขหมู่	PLA169	9137	2545
Bib Key	221958		

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

**Master of Arts Thesis in Thai Language for Communication**

**Prince of Songkhla University**

2545

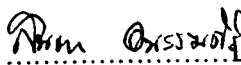
ชื่อวิทยานิพนธ์ กลวิธีการงูใจในสื่อแผ่นพับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผู้เขียน นางสาวปทุมพร เป็นเหลื่อ

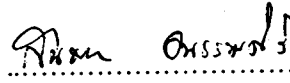
สาขาวิชา ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

คณะกรรมการที่ปรึกษา

คณะกรรมการสอบ

 ประธานกรรมการ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนธยา อนรรฆศิริ)

 ประธานกรรมการ

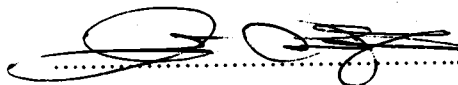
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนธยา อนรรฆศิริ)

 กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ม.ล.ปานจิตย์ ภาณุมาศ)

 กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ม.ล.ปานจิตย์ ภาณุมาศ)


 กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญ ต้นสูงเนิน)

 กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาภาพรรณ วรรณโชติ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

  
.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ปิติ ทฤษฎีคุณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อวิทยานิพนธ์    กลวิธีการจูงใจในสื่อแผ่นพับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
ผู้เขียน            นางสาวปทุมพร    เป็นเหลือ  
สาขาวิชา          ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร  
ปีการศึกษา        2544

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหาและกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจในสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ผลผลิตโดยงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยศึกษาเฉพาะแผ่นพับใน 14 จังหวัดภาคใต้ จำนวน 14 ฉบับ คือ กระบี่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ปัตตานี พังงา พัทลุง ภูเก็ต ยะลา ระนอง สงขลา สตูล และสุราษฎร์ธานี แยกเป็นจังหวัดละ 1 ฉบับ แต่ละฉบับมีจำนวนหน้าประมาณ 10-12 หน้า การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพทำการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ อภิปรายผลแบบพรรณนา ผลการวิจัยมีดังนี้

ด้านเนื้อหา เนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด 2) เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 3) เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำ เนื้อหาทั้ง 3 ประเภทนี้เป็นความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจังหวัดที่ผู้อ่านจะได้ทราบก่อนตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว โดยอาศัยสื่อแผ่นพับเป็นคู่มือนำทาง มีการนำเสนอเนื้อหาตามหัวข้อย่อยต่าง ๆ ดังนี้ เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด มีหัวข้อย่อย คือ คำขวัญประจำเมือง ประวัติเมือง การปกครองและอาณาเขต เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีหัวข้อย่อย คือ การเดินทาง สถานที่น่าสนใจ เทศกาลงานประเพณี กีฬาพื้นเมือง สินค้าพื้นเมือง และสิ่งอำนวยความสะดวก เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำได้แก่ชื่อ-ที่อยู่ของผู้จัดทำสื่อแผ่นพับ นอกจากนี้พบว่าแผ่นพับแต่ละชุดนั้นมีจำนวนหัวข้อย่อยไม่เท่ากันและการจัดเรียงลำดับหัวข้อย่อยไม่เหมือนกัน หัวข้อย่อยดังกล่าวส่วนใหญ่ใช้กลวิธีการเขียนแบบบรรยาย ส่วนหัวข้อย่อยสถานที่น่าสนใจใช้กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ

ด้านกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ พบว่าสื่อแผ่นพับดังกล่าวใช้กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ 7 กลวิธี คือ 1) การเปรียบเทียบโดยการอุปมาและอุปลักษณ์ 2) การใช้จุดจับใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจุดจับใจโดยใช้แรงจูงใจ และจุดจับใจโดยใช้อารมณ์ โดยการเลือกสรรถ้อยคำที่ไพเราะผ่านทางกรเขียนในรูปของการเล่นเสียง การใช้สมญานาม ปฏิพจน์ อติพจน์ เพื่อสื่อเนื้อหาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

และเพื่อกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกของผู้อ่าน 3) การอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าว หรือแหล่งที่มาของหลักฐานต่าง ๆ เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในสาร 4) การใช้กลุ่มชน เป็นการแสดงความเป็นพวกเดียวกัน สร้างความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้อ่าน 5) การเสนอความคิดเห็น เป็นการเสนอความคิดเห็นที่มีหลักฐานยืนยันเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความมั่นใจในข้อคิดเห็นที่ผู้เขียนเสนอมา 6) การสร้างทางเลือก เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้ตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด 7) การทำนายผล เป็นการทำนายว่าจะเกิดอะไรขึ้นในอนาคตเพื่อให้ผู้อ่านทราบถึงผลที่จะตามมาจากเหตุการณ์ที่กำลังกล่าวถึง

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านทางสื่อแผ่นพับ ต้องคำนึงถึงเนื้อหาในสื่อแผ่นพับว่าน่าสนใจ และจูงใจผู้อ่านเพียงใด กระบวนการในการจัดเตรียมสาร หรือเนื้อหาที่จะสื่อความหมายให้ผู้อ่านเป็นสิ่งสำคัญ กลวิธีในการเขียนจะช่วยให้ผู้อ่านได้ทั้งความรู้และเกิดความรู้สึกคล้อยตาม ต้องการ ไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น การใช้กลวิธีในการเขียนเพื่อการจูงใจจึงต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่แตกต่างกัน

**Thesis Title** Persuasive Strategies in Brochures of Tourism Authority of Thailand  
**Author** Miss Patoomporn Paenluea  
**Major Program** Thai Language for Communication  
**Academic Year** 2001

### **Abstract**

The purpose of this study was to study texts and persuasive strategies in tourism brochures issued by Information Development Section, Tourism Service Department, Tourism Authority of Thailand. The data were 14 brochures of southern provinces, namely, Krabi, Chumporn, Trang, Nakhon Si Thammarat, Narathiwat, Pattani, Phang-nga, Phattalung, Phuket, Yala, Ranong, Songkhla, Satun and Suratthani. The number of pages in each brochure ranges from 10-12 pages. This quality research with descriptive presentation investigated texts and strategies employed.

The findings were that three types of texts were presented in the brochures : general information, tourism information and producers' information. These kinds of information functioned as a guideline for tourist's decision on their tour to certain tourist destinations. The general information of a province also included its slogan, its history, its administration and geographical boundaries. Moreover, the tourism information of a province encompassed its route, major destinations, festivals, local sports, local products and amenities. The last section, the brochure producer's information, involved the name and address. Noticeably, different brochures contained different numbers of topics and distinct order of information. However, the writing technique mostly used was description, but also was persuasion in distributing destination information.

Seven persuasive strategies were found in writing a tourism brochure: 1) analogy found in simile and metaphor; 2) motivation and emotional appeals shown by alliteration, antonomasia, paradox, hyperbole, all giving explicit communication and also stimulating readers' emotion and feelings; 3) appeals to authority that credit the message in communication;

4) appeals to the crowd that express membership and relationship to a group: 5) assertions with evidence to affirm readers' judgment 6) alternatives to provide a choice to readers for their decision; and 7) prediction of consequences to forecast the future so that readers could expect what will happen.

To promote tourism with brochures, texts should be convincing and persuasive. Hence, message composition for effective communication is an important step. Such a successful communication requires certain strategies in creating knowledge and persuasion in readers' minds to make a decision on a trip. Moreover, different persuasive strategies should be adopted properly for different context.

## กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอถวายเกียรติแด่องค์พระผู้เป็นเจ้าและขอบคุณพระองค์ที่ทรงอวยพระพรงานวิจัยชิ้นนี้จนสำเร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งใจและขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งในความอดทนและความเมตตากรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สนธยา อนรรฆศิริ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ผู้คอยชี้แนะและให้คำแนะนำช่วยเหลือผู้วิจัย อย่างไม่เห็นแก่ความเหน็ดเหนื่อย

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์หม่อมหลวงปาดาทิตย์ ภาณุมาศ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ผู้ดูแลและช่วยขัดเกลาสำนวนภาษาในการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำหรับผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญ ต้นสูงเนิน และผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาภาพรรณวรรณ โชติ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ให้ข้อเสนอแนะและข้อแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์เสถียร เป้นเหลือ ผู้คอยชี้แนะให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัยเสมอมาตั้งแต่เริ่มต้นศึกษาจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา

ขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ คณีย์ อีเรียล (Robert Erion) ผู้ให้โอกาสผู้วิจัยได้ลาพักงานเพื่อกลับมาทำวิทยานิพนธ์จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัยผู้ให้เงินทุนอุดหนุนสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้

คุณค่าของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอบพระคุณให้แก่ พันเอก ชัยฉัตร และอาจารย์ อรรถธรณ์ เป็นเหลือ บิดา-มารดาผู้ให้กำเนิด ให้ความรักอบรมเลี้ยงดู สนับสนุนให้โอกาสทางการศึกษา ตลอดจนเป็นกำลังใจที่ดียิ่งแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด และนายคุณากร เป็นเหลือ น้องชายผู้คอยให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจตลอดมา

ขอขอบคุณสำหรับทุก ๆ แรงใจจากบรรดากัลยาณมิตรที่คอยกระตุ้นและให้กำลังใจมาโดยตลอด ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถนำรายชื่อมากกล่าวไว้ ณ ที่นี้ได้หมดทุกคน ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งใจเป็นอย่างยิ่ง

ปทุมพร เป็นเหลือ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	(3)
Abstract .....	(5)
กิตติกรรมประกาศ .....	(7)
สารบัญ .....	(8)
บทที่	
1. บทนำ	
ปัญหาและความเป็นมาของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ .....	3
ขอบเขตการวิจัย .....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
วิธีวิจัย .....	5
วิธีดำเนินการวิจัย .....	5
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	6
1. การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว .....	6
2. การสื่อสาร .....	8
3. สื่อแผ่นพับ .....	10
4. การประชาสัมพันธ์ .....	12
5. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ .....	14
6. การเขียนเพื่อการจูงใจ .....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	28
3. การวิเคราะห์เอกสาร	
1. การวิเคราะห์เนื้อหา .....	30
ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด .....	31
ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว .....	32
ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำ .....	38



2. กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ .....	39
การเปรียบเทียบ .....	39
การใช้จุดจับใจ .....	42
การอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าว .....	49
การใช้กลุ่มชน .....	56
การเสนอความคิดเห็น .....	59
การสร้างทางเลือก .....	62
การทำนายผล .....	67
4. การอภิปรายผลการวิเคราะห์	
1. เนื้อหาของเอกสารแผ่นพับ.....	69
2. กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจในสื่อแผ่นพับ.....	75
5. สรุปและข้อเสนอแนะ .....	86
บรรณานุกรม .....	92
ประวัติผู้เขียน .....	98

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ปัญหาและความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศมาเกือบ 2 ทศวรรษ สถิติล่าสุดปี 2542 สร้างรายได้ถึง 253,018.29 ล้านบาท (วิชุกร กุหลาบสี, 2544: 1) องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย คือ “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” (Tourism Authority of Thailand) หรือ ททท. มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และชักจูงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทยมากขึ้น แต่เนื่องจากในปัจจุบันการท่องเที่ยวได้กลายเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างมากมาย จึงทำให้ต้องมีการพัฒนารูปแบบการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541 : 1-2)

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศของไไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ใช้วิธีการเผยแพร่โฆษณาแหล่งท่องเที่ยว และใช้ยุทธวิธีการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อหลายประเภท เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ แผ่นพับ ใบปลิว ไปสเคอร์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ รู้สึกอยากเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น (สุภาวดี คงเจริญ, 2535 : 3)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้สื่อหลากหลายประเภทเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพราะสื่อแต่ละประเภทล้วนมีข้อจำกัดในตัวเอง เช่น สื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง ผู้รับสารจะได้รับฟังเฉพาะเสียงและในเวลาที่ยกค่านั้นอาจจะทำให้ลืมได้ง่ายหลังจบการฟัง วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อที่สื่อสารได้เร็ว สื่อได้ทั้งภาพ เสียง และการเคลื่อนไหว แต่มีข้อจำกัดในเรื่องค่าใช้จ่ายที่สูงสำหรับการออกอากาศจึงไม่สามารถให้ข้อมูลได้ละเอียดจะเน้นรูปภาพที่สวยงามและเสียงที่เร้าอารมณ์ สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อนุสาร เช่น อนุสาร อ.ส.ท. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้ละเอียดมากและมีรูปภาพประกอบที่สวยงามแต่ผู้รับสารต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการเปิดรับในราคาที่ค่อนข้างสูงเห็นได้จากงานวิจัยของ อธิพันธ์ พัฒนานุพงษ์ (2538) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของอนุสาร อ.ส.ท. ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย” พบว่า จุดเด่นของอนุสาร อ.ส.ท. คือ เนื้อหา แต่ราคาสูงเกินสำหรับประชาชนทั่วไป

สื่อแผ่นพับเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจที่ได้รับความนิยมมากที่สุดหนึ่งสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพราะต้นทุนในการผลิตถูกกว่าสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือนิตยสาร สามารถผลิตได้ในปริมาณมากและผู้รับสารไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดรับสารจากสื่อประเภทนี้ แผ่นพับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนี้สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่เที่ยวได้มากพอสมควรทั้งยังสะดวกในการพกพาและสามารถนำกลับมาใช้ในการเปิดรับได้ใหม่ตามต้องการ

งานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้หนึ่งที่ผลิตสื่อแผ่นพับขึ้นมาเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยให้ข้อมูลความรู้เบื้องต้นสำหรับผู้อ่านที่เตรียมตัวจะไปยังแหล่งท่องเที่ยว อ้อยทิพย์ นิธิยานันท์ ให้สัมภาษณ์ว่าสื่อแผ่นพับภาษาไทยที่งานพัฒนาข่าวสารผลิตเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดและให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนและเข้าใจง่าย สื่อแผ่นพับของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นสื่อที่มีข้อจำกัดในด้านงบประมาณการผลิต เพราะเป็นการผลิตที่เน้นปริมาณ คือผลิตให้ได้มากที่สุด เพื่อแจกจ่ายไปยังสำนักงานททท. ทั่วประเทศและเป็นสื่อที่ผู้รับสารไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ดังนั้นสีสันและรูปภาพในสื่อแผ่นพับจึงไม่สวยงามเทียบเท่ากับโปสเตอร์และแผ่นปลิว เพราะต้องใช้การพิมพ์แบบสีเดียว แต่ในด้านการให้ข้อมูล สื่อแผ่นพับเป็นสื่อที่ผลิตออกมาเพื่อนำมาใช้ในการให้ข้อมูลควบคู่ไปกับการสร้างแรงจูงใจที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกที่ดี และเกิดพฤติกรรมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ดีไม่แพ้สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์ หรือนิตยสาร (2541) นอกจากนี้สื่อแผ่นพับยังเป็นสื่อที่มีขนาดเล็กกะทัดรัดกว่าสื่อประเภทโปสเตอร์และนิตยสาร จึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในการแสวงหาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เลือกสถานที่ท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับรสนิยม งบประมาณ และเวลาที่มีโดยใช้ภาษาในสื่อแผ่นพับเป็นตัวกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการเขียนสื่อแผ่นพับของงานพัฒนาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจึงมีความแตกต่างกับการเขียนในสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น นิตยสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้ผู้อ่านมีความเพลิดเพลิน จึงนิยมใช้วิธีการเขียนแบบสารคดีท่องเที่ยว (Travelogue) เป็นส่วนใหญ่ และมีรูปภาพประกอบอย่างสวยงาม แต่สำหรับสื่อแผ่นพับซึ่งมีพื้นที่จำกัด การเขียนจึงต้องใช้ภาษาที่สั้นกระชับรัดกุมได้ใจความ และสิ่งที่สำคัญคือการสร้างแรงจูงใจในสารที่น่าเสนอ การจูงใจที่สามารถทำได้โดยการอาศัยกลวิธีการเขียนหลาย ๆ วิธีนั้นผู้เขียนจะต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับเนื้อหา หรือสารที่น่าเสนอเห็นได้จากงานวิจัยของ พิชญ์สินี แสงจำ (2538) เรื่อง “การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวผ่านเนื้อหาในสื่อแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2536-2537” พบว่า การจูงใจในสื่อแผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เป็นภาษา

อังกฤษนั้นใช้กลวิธีการเขียนแบบงูใจ และอาศัยจุดจับใจสองประเภท คือจุดจับใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก และจุดจับใจที่เป็นเหตุเป็นผลและในด้านอวัจนภาษา พบว่า การงูใจสามารถผ่านงานสี ภาพประกอบ การจัดหน้าและตัวอักษร

เนื่องจากสื่อแผ่นพับภาษาไทยของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความแตกต่างกับแผ่นพับของหน่วยงานอื่นตรงที่จะไม่เน้นเรื่องรูปภาพประกอบ และสีสรรเท่าใดนัก อาจส่งผลให้สื่อแผ่นพับดังกล่าวดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้น้อยกว่า จึงจำเป็นที่ผู้ผลิตต้องพิถีพิถันในการเขียนสื่อประเภทนี้ให้เป็นที่ดึงดูดใจและกระตุ้นความสนใจของผู้อ่านให้มากที่สุด เพราะผู้อ่านสื่อแผ่นพับต้องการเนื้อหาเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว สุภาวดี คงเจริญ (2535) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” พบว่า ผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและมีความต้องการเนื้อหา มาก และยังชี้ให้เห็นอีกว่าพฤติกรรมที่จะเกิดหลังจากอ่านสื่อแผ่นพับแล้วนั้นจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือไม่ขึ้นอยู่กับกลวิธีการเขียนด้วยการเขียนจะงูใจผู้ใช้เอกสารมากน้อยเพียงไร

เหตุผลต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมองเห็นจุดเด่นของสื่อแผ่นพับภาษาไทย เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ว่าสิ่งที่สำคัญ คือการใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนที่จะงูใจให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจในสารและเกิดการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวหลังจากที่ได้อ่านสื่อแผ่นพับแล้ว หรือสามารถใช้แผ่นพับดังกล่าวเป็นคู่มือในการเดินทางได้ด้วยตนเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิธีการเขียนเพื่องูใจนักท่องเที่ยวในสื่อแผ่นพับภาษาไทยเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ผลิตโดยงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ว่ามีการใช้กลวิธีการเขียนเพื่องูใจอย่างไร

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาเนื้อหาและกลวิธีการเขียนเพื่อการงูใจในสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

### ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาเฉพาะวัจนภาษาจากสื่อแผ่นพับภาษาไทย ซึ่งผลิต โดยงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดพิมพ์ในปี พ.ศ. 2541 ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของ

14 จังหวัดภาคใต้ คือ กระบี่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ปัตตานี พังงา พัทลุง ภูเก็ต ยะลา ระนอง สงขลา สตูล และสุราษฎร์ธานี

2. วิเคราะห์ เนื้อหาและกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจในสื่อแผ่นพับทั้ง 14 ฉบับ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงกลวิธีการเขียนสื่อแผ่นพับ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. ได้ทราบถึงการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะในสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ
3. ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางในการผลิตแผ่นพับการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ

### นิยามศัพท์เฉพาะ

วังนภาษา หมายถึง ภาษาถ้อยคำที่ใช้ในการสื่อสาร เป็นการใช้อักษรและถ้อยคำสื่อความหมาย ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ในที่นี้หมายถึง ถ้อยคำภาษาในสื่อแผ่นพับที่พิมพ์เป็นภาษาไทย

สื่อแผ่นพับ หมายถึง สิ่งพิมพ์ภาษาไทยที่ผลิตโดยงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคใต้ของประเทศไทย จำนวน 14 จังหวัด จังหวัดละ 1 ฉบับ

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การคมนาคมตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและการชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวโดยมีการวางแผนอย่างดี และปฏิบัติตามแผนนั้น

กลวิธีการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเลือกใช้ประเภทของการเขียนให้เหมาะกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ และการใช้ถ้อยคำภาษา การเรียบเรียงถ้อยคำ ในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

กลวิธีการจงใจ หมายถึง กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาและวิธีการเขียนในลักษณะเชิญชวน  
ชักจูงให้ผู้อ่านคล้อยตามและกระทำตามที่ผู้เขียนนำเสนอ

### วิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการเขียนเพื่อ  
การจงใจในสื่อแผ่นพับภาษาไทยเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวใน 14 จังหวัดภาคใต้ ซึ่งผลิตโดย  
งานพัฒนาข่าวสาร กองบริการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และอภิปรายผลแบบ  
พรรณนา

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเขียนเพื่อการจงใจ  
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเขียนสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสรุปเป็น  
กรอบในการวิเคราะห์เนื้อหา และกลวิธีการเขียนเพื่อการจงใจในสื่อแผ่นพับ
2. วิเคราะห์เอกสาร คือ สื่อแผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวใน 14 จังหวัดภาคใต้  
จำนวน 14 ฉบับ เพื่อศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการเขียนเพื่อการจงใจ
3. สรุปและอภิปรายผล

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องกลวิธีการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสื่อแผ่นพับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาในส่วนของสารเป็นสำคัญซึ่งสารในที่นี้ คือเนื้อหาในแผ่นพับรวมไปถึงกลวิธีการเขียน การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางในการวิจัยได้แบ่งเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 1. การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง เพราะว่ามีได้หมายความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเรีงรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้องนับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น (นิคม จารุมณี , 2535 : 1) ฉะนั้นกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมสำคัญที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ ธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวและองค์การท่องเที่ยวโลก (อ้างถึงใน สุภาวดี คงเจริญ, 2535 : 19) ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการ คือ

- 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่ปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งรกรากอยู่ประจำ
- 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
- 3) เป็นการเดินทางที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้ามาหารายได้ แต่มาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษาขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม หรือเข้ามาเพื่อประชุมสัมมนา

นอกจากนี้ สุภาวดี คงเจริญ (2535 : 20) ยังให้แนวคิดอีกว่าการเดินทางนั้นจะเป็นการท่องเที่ยวหรือไม่ขึ้นอยู่กับจิตใจหรือทัศนคติของผู้เดินทางเป็นสำคัญ กล่าวคือ ถ้าการเดินทางไม่เข้าไปตามเงื่อนไขข้างต้น แต่จิตใจของผู้เดินทางรู้สึกเพลิดเพลินสนุกสนาน ได้พบเห็นและ

ได้ศึกษาสิ่งนำรู้ในระหว่างทางหรือชื่อของที่ระลึกก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวด้วย

การท่องเที่ยวจึงเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะรู้จักทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จักคุ้นเคย รู้ปัญหา ฟังพาทักทายกัน เป็นการสร้างความรัก ความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ วิชชุกร กุหลาบศรี (2544 : 5-6) กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นบริการประเภทหนึ่งที่มีลักษณะของกระบวนการผลิตดังนี้

- 1) โรงงาน ได้แก่ อาณาบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน เป็นบริเวณที่เข้าถึงได้ ไม่ยากมีสถานที่พักบริการที่สะดวกพอสมควรสำหรับการพักอยู่ชั่วคราว
- 2) วัตถุดิบ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวสนใจมาชม
- 3) การลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา ฯลฯ การลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น
- 4) การใช้แรงงานเพื่อสร้างสาธารณูปโภค การผลิตสินค้าและบริการ
- 5) ผลผลิต ได้แก่ บริการของธุรกิจที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น
- 6) การส่งเสริมการขาย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผลผลิตเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายมีการรณรงค์ให้เกิดความต้องการซื้อผลผลิตเหล่านี้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ

จากกระบวนการผลิตข้างต้น วินิจ วีรยางกูร (2533 : 4-5) สรุปถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของธุรกิจว่าประกอบด้วยอุตสาหกรรมหลายประเภท ได้แก่

- 1) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร และธุรกิจการจัดนำเที่ยว ซึ่งมีผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรง ได้แก่ บริการต่าง ๆ รวมทั้งความสะดวกสบายตลอดการเดินทางท่องเที่ยว
- 2) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรม และสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น วัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ความสวยงามตามธรรมชาติ ศิลปกรรม โบราณสถาน ขนบธรรมเนียมประเพณีตลอดจนวิธีการดำเนินชีวิตของประชาชน ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับในรูปแบบต่าง ๆ และก่อให้เกิดความพึงพอใจ

ผลประโยชน์จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะตกอยู่ในประเทศ และช่วยให้เกิดงานอาชีพหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนเงินตราในท้องถิ่นเป็นวงจรรภายในประเทศ โดยเมื่อนักท่องเที่ยวไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จะต้องจ่ายเงินเป็นค่าซื้อของ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าเครื่องคัม ค่าขนานพาหนะในการเดินทาง และบริการนำเที่ยวหรือค่าบันเทิงเรีงรมย์ ดังนั้น



รายได้ที่คนในท้องถิ่นจะได้รับ คือ รายได้จากการขายสินค้าพื้นเมือง ของที่ระลึก กับรายได้จากการบริการ เช่น การให้เช่าที่พักอาศัย ค่ารถรับจ้าง เป็นต้น

## 2. การสื่อสาร

โดยทั่วไปแล้ว การสื่อสารของมนุษย์ (Communication) เป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ของคน เพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคมเป็นพฤติกรรมการติดต่อสัมพันธ์กันระหว่างมนุษย์ โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอดการทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน และแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนประสบการณ์ระหว่างกันเพื่อให้เกิดผลตอบสนอง บางประการที่ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้ (มณฑล ไบบัว, 2536 : 3) นอกจากนี้ยังเป็นกระบวนการที่ดำเนินไปอย่างมีขั้นตอน มีความต่อเนื่องและที่สำคัญต้องมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารทุกครั้ง (ดวงพร คำณวนวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2536 : 19)

เบอร์โล (Berlo 1960, อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2540 : 62-65 , युภา สุภากุล , 2540 : 15 - 17) และ ลักขณา สตะเวทิน (2540 : 130) ได้กล่าวว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 4 ประการต่อไปนี้ว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด

1) ผู้ส่งสาร คือ ผู้ที่เริ่มต้นในกระบวนการสื่อสาร อาจจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสารความคิด ความรู้สึก ความต้องการข่าวสารและวัตถุประสงค์ของตน ผู้ส่งสารอาจจะเป็นคนคนเดียวหรือหลาย ๆ คนก็ได้ สำหรับในด้านการประชาสัมพันธ์ คำว่า "ผู้ส่งสาร" หมายถึง องค์กรหรือสถาบันที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสาร โดยนักประชาสัมพันธ์หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์จะต้องให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดอย่างไรก็ตาม การที่จะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับความเข้าใจและการให้ความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารองค์กรนั้น ๆ รวมทั้งความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของนักประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้น ๆ เช่นกัน

2) สาร คือ ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดออกมาด้วยความคิดเห็น ความรู้สึก ความต้องการของผู้ส่งสารให้ปรากฏออกมา ซึ่งก็คือเรื่องราวหรือข่าวสารต่าง ๆ ที่เป็นเนื้อหาสาระที่องค์กรต้องการเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชน

3) สื่อ คือ ตัวกลางที่เชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสารให้ติดต่อกันได้หากขาดสื่อก็ไม่สามารถถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารได้ ในด้านงานประชาสัมพันธ์ "สื่อ" หมายถึง ช่องทางที่จะนำข่าวสารนั้นไปสู่ผู้รับสาร เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง นิตยสาร ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ภายในองค์กร เป็นต้น การถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร โดยผ่าน

สื่อใดสื่อหนึ่งนั้นจะต้องผ่านสู่ระบบการรับรู้ทางประสาทสัมผัสของผู้รับสารในทางใดทางหนึ่ง เช่น เสียงพูดต้องอาศัยคลื่นเสียงผ่านอากาศที่อยู่รอบตัวเข้าสู่ผู้รับสาร โดยผ่านประสาทหู ในการสื่อสารทางวิทยุโทรทัศน์ ภาพและแสงจะผ่านระบบวิทยุโทรทัศน์ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารปรับตรงกันเข้าสู่ประสาทตาและประสาทหูในเวลาเดียวกัน

4) ผู้รับสาร คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นจุดหมายทางของสารที่ผู้ส่งสารส่งมาซึ่งผู้รับสารมีบทบาทขั้นพื้นฐาน 2 ประการที่สำคัญ คือ การกำหนดรู้ความหมายของเรื่องราวที่ส่งสารมาและสื่อ และการมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร ในด้านงานประชาสัมพันธ์ คำว่า “ผู้รับสาร” หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมายขององค์กร หรือประชาชนภายนอกองค์กร หรืออาจจะเป็นประชาชนทั้งสองกลุ่มที่องค์กรต้องการเผยแพร่ข่าวสารพร้อม ๆ กัน

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นองค์ประกอบของการสื่อสารเฉพาะเรื่อง “สาร” เป็นประเด็นสำคัญ สิ่งที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษา คือ เนื้อหาจากสื่อแผ่นพับ จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สารอย่างละเอียดถี่ถ้วน ดังนั้นก่อนที่จะกล่าวถึงรายละเอียดและความสำคัญในหัวข้อต่อ ๆ ไปขอกกล่าวถึงความหมายและรายละเอียดของสารดังต่อไปนี้

“สาร” คือ เรื่องราวอันมีความหมาย และแสดงออกโดยอาศัยภาษา ซึ่งสามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน สารมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ (คณาจารย์ภาควิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย , 2537 : 10-11 , ชูภา สุภากุล , 2540 : 62-63 , 6 )

#### 1) รหัสของสาร

สาร ที่ผู้ส่งสารส่งออกไปเพื่อถ่ายทอดความคิด ความรู้ ความรู้สึก ความต้องการข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของคนนั้นจะต้องอาศัยรหัส (Code) เป็นเครื่องมือถ่ายทอดให้ปรากฏ และทำให้ผู้รับสารมีความเข้าใจความหมายของสารนั้นตรงกันกับผู้ส่งสาร โดยทั่วไปรหัสของสาร คือ ภาษา (Language) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (Signal) ที่ถูกสร้างขึ้นมาในลักษณะที่มีความหมายแทนความคิด ความรู้สึก ความต้องการข่าวสารและวัตถุประสงค์ของคน เราสามารถแบ่งรหัสของสารออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

ก. รหัสของสารที่ใช้คำ (Verbal Message Code) ได้แก่ ภาษา โดยจะมีโครงสร้างที่ทำให้ส่วนประกอบต่าง ๆ รวมเข้าไปด้วยกันอย่างมีความหมาย ส่วนประกอบของภาษา เช่น เสียง ตัวอักษร คำ ตัวสะกดการันต์ เครื่องหมายต่าง ๆ สามารถนำมาเรียบเรียงรวมเข้ากันเป็นถ้อยคำ เป็นวลีและเป็นประโยคที่มีความหมาย โดยอาศัยระเบียบและกฎเกณฑ์ของภาษานั้น ๆ เป็นหลัก

ข. รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (Nonverbal Message Code) ได้แก่ระบบสัญลักษณ์และสัญญาณ หรือเครื่องหมายใด ๆ ก็ตามที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้ถ้อยคำ เช่น คนตรี อากัปกริยาท่าทาง

การแสดงออกทางหน้าตา สี ธง สัญลักษณ์ไฟ การวาดภาพ ฯลฯ แต่ละส่วนมีส่วนประกอบย่อย และเมื่อรวมเข้าด้วยกันตามแบบที่กำหนดก็ทำให้เกิดความหมายขึ้น

## 2) เนื้อหาของสาร

เนื้อหาของสาร หมายถึง ข้อความที่ผู้ส่งสารเลือกใช้เพื่อสื่อความหมายตามต้องการ ทั้งนี้ ครอบคลุมถึงสิ่งที่ผู้ส่งสารแสดงออกมาในลักษณะเป็นสาระหรือประเด็นต่าง ๆ เพื่อดำเนินการตามความคิดเห็น เจตนารมณ์ ข้อเท็จจริง บทสรุปความเห็นต่าง ๆ องค์ประกอบของเนื้อหาสาร คือ สาร หรือประเด็น ต่าง ๆ เมื่อนำเอาสาระหรือประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้มารวมกันเป็น โครงสร้างก็จะได้อาสาสารทั้งหมด

## 3) การจัดเสนอสาร

การจัดเสนอสารเป็นการเลือกสรรข่าวสาร หากสารนั้น ได้ถูกจัดเตรียมมาอย่างดีในเรื่อง การเรียบเรียงลำดับความ รูปแบบ การใช้ภาษาตามระดับ ความยากง่าย ที่จะทำให้อ่านนั้นมีคุณสมบัติในการสื่อสารได้ เช่น การจัดเสนอสารในการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ และวิทยุกระจายเสียง ย่อมมีการออกแบบสารเพื่อการจัดเสนอสารให้มีรูปแบบที่แตกต่างกันให้เหมาะสมกับสื่อและกลุ่ม เป้าหมาย

## 3. สื่อแผ่นพับ

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2542 : 4) ได้ให้ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์ไว้ว่าตามความหมาย สามัญที่เข้าใจกัน โดยทั่วไปได้แก่ สื่อที่ใช้ติดต่อสื่อสารทำความเข้าใจกัน โดยภาษาเขียน โดยใช้วัสดุ กระดาษพิมพ์ออกมาพร้อม ๆ กัน เพื่อแจกจ่ายให้แก่ผู้อ่านได้ครวละมาก ๆ สิ่งพิมพ์นั้นอาจจะออกมาในรูปแบบต่าง ๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ นิตยสาร วารสาร จุลสาร ใบปลิว แผ่นพับ เป็นต้น

สื่อแผ่นพับ หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “โบรชัวร์” เป็นคำที่มาจากภาษาฝรั่งเศสว่า Brochure ใช้เรียกสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งที่เป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ มุ่งเสนอข่าวสารเป็นการเฉพาะซึ่งสามารถ บรรจุเนื้อหาสาระละเอียดได้มาก ส่วนรูปแบบมักจะทำเป็นเล่มแบบเย็บมุงหลังคาซึ่งมีปกหน้า มีหลายขนาด หรืออาจจะไม่เย็บเล่มแต่เป็นพับเก็บเล่มก็ได้ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2542 : 51) สื่อแผ่นพับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลสื่อหนึ่งและแพร่หลายกันมาก มักจะเรียกกันอีกอย่างหนึ่งว่า “เอกสารเผยแพร่” มีความหนาไม่เกิน 12 หน้า มีลักษณะคล้ายกับ หนังสือเล่มเล็ก โดยแต่ละหน้าจะบรรจุเนื้อหาสาระที่สั้นกะทัดรัด อ่านจับใจความได้ง่ายและรวดเร็ว (อนันต์ธนา อังกินันท์, 2529 : 135, พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์, 2542 : 238, Bivins, 1989 : 96-97) สื่อแผ่นพับเป็นสื่อที่ใช้สำหรับสื่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้วยสื่อหนึ่ง สื่อชนิดนี้เป็น สื่อที่ทำให้การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความโดดเด่นและมีลักษณะพิเศษที่ไม่เหมือน รูปแบบการตลาดอื่น กล่าวคือ ผู้ผลิตสินค้าบริโภคประเภทอื่นๆ จะใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์

ทางสื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หรือประเภทย่อยอย่างป้ายโฆษณาเป็น ส่วนมาก มีน้อยรายที่ใช้แผ่นพับเพื่อเป็นสื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า เมื่อเทียบกับ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพบว่ามีการใช้สื่อสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะแผ่นพับมากกว่าสื่อประเภทอื่น ข้อดีของสื่อแผ่นพับมีดังต่อไปนี้

1) ผู้รับสารสามารถควบคุมการเปิดรับสารได้ตามความพึงพอใจ คือ สามารถหยิบอ่านได้ทันที ทุกที่ทุกเวลาไม่ต้องอาศัยอุปกรณ์เคลื่อนย้ายเหมือนสื่ออิเล็กทรอนิกส์

2) ผู้รับสารสามารถควบคุมความถี่ในการเปิดรับสารได้ คือ สามารถนำกลับมาอ่านได้อีกตลอดเวลา

3) ผู้จัดทำมีโอกาสในการจัดเตรียมได้อย่างเต็มที่ จะใช้เวลาในการเรียบเรียง จัดพิมพ์นานแค่ไหนก็ได้

4) ผู้จัดทำมีโอกาสใช้ความคิด ศิลปะ และเทคนิคใหม่ ๆ เข้ามาช่วยได้อย่างเต็มที่ เพื่อชักจูงหรือเรียกร้องความสนใจ ทำให้สื่อชนิดนี้ง่ายต่อการดึงดูดใจผู้อ่าน

5) สื่อแผ่นพับสร้างความน่าเชื่อถือและความศรัทธาได้ง่าย เพราะสื่อชนิดนี้มีลักษณะความมั่นคงถาวรเป็นหลักฐาน ไม่เลือนลหายผู้อ่านให้ความเชื่อถือในเนื้อหาที่น่าเสนอ

6) สื่อแผ่นพับเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวร สารที่ปรากฏในสื่อแผ่นพับเหล่านี้สามารถใช้เป็นเอกสารอ้างอิงได้อย่างดี

7) สื่อแผ่นพับเป็นสื่อที่สามารถให้ความละเอียดของเนื้อหาได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตามสื่อแผ่นพับยังมีข้อจำกัดบางประการ คือ

1) ระยะเวลาในการเตรียมการ ถ้าจะให้ยิ่งดี ยิ่งใช้เวลานาน

2) ข้อมูลหรือเนื้อหา ต้องเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

3) ผู้อ่านต้องมีความรู้ คือ อ่านหนังสือออก จึงจะเกิดผล (บุญเกื้อ ควรหาเวช, 2542 : 78)

สำหรับสื่อแผ่นพับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ มีลักษณะเป็นรูปเล่มขนาดกะทัดรัดมีความหนาประมาณ 10-12 หน้า ลักษณะการพิมพ์เป็นแบบสีเดียว ด้านหน้าปกมีรูปสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญประจำจังหวัด ภายในเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีความแตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์และวารสารหรือนิตยสาร คือ ผู้รับสารไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อหาแผ่นพับ สื่อดังกล่าวนี้จะถูกสร้างขึ้นมาจากกระดุนและงูใจ นักท่องเที่ยวให้มายังแหล่งท่องเที่ยวโดยเน้นการให้ข้อมูลที่เป็นจริง ซึ่งเทียบได้กับบทบาทของการประชาสัมพันธ์

#### 4. การประชาสัมพันธ์

##### 4.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

พจนานุกรมเวบสเตอร์ (Webster, 1966 : 1836) ได้อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่าคือ การกระทำใด ๆ ของกิจการอุตสาหกรรม สหกรณ์ วงการอาชีพ รัฐบาล หรือองค์การอื่น ๆ ที่ก่อให้เกิดและรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ทางเสริมสร้างอย่างถาวรกับกลุ่มชน เช่น ลูกค้า ลูกจ้าง หรือผู้ถือหุ้นและกับกลุ่มชนโดยทั่วไป เพื่อที่จะปรับปรุงตนเองให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม และเพื่อเปิดเผยตัวเองต่อสังคม หรืออีกนัยหนึ่งการประชาสัมพันธ์ คือ ธุรกิจที่ช่วยชักนำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและมีความนิยมชมชอบต่อบุคคล หน่วยงาน หรือสถาบัน

นอกจากนี้ยังมีผู้นิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้อีกมากมาย เช่น บุญเกื้อ ควรหาเวช (2542 : 13) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ความพยายามของหน่วยงานหนึ่ง ที่สร้างหรือปรับความสัมพันธ์กับกลุ่มชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่เรียกว่า “ความสัมพันธ์อันดี” อันจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่หน่วยงานได้วางไว้ สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย (อ้างถึงใน วัฒนา พุทธางกูรานนท์, 2531 : 10) และสมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (อ้างถึงใน เสรี วังสไพจิตรและสะอาด ตันสุภผล , 2527 : 54) ได้นิยามการประชาสัมพันธ์ไว้คล้ายคลึงกันว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำอย่างสุจริต รอบคอบ มีแผนการจะดำรงความพยายามในอันที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน ระหว่างสถาบันกับกลุ่มชนที่เกี่ยวข้องในเชิงก่อประโยชน์กับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ โดยการปรับปรุงสถาบันให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และเป็นที่น่าสนใจแก่ประชาชน ผู้เกี่ยวข้องเหล่านั้น ส่วน ระเด่น ทักษณา (2532 : 10) และประจวบ อินอ็อค (2532 : 80) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ในแง่ของการสื่อสาร คือ การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อความหมายที่ได้ผลในทางบวกต่อสถาบัน กล่าวคือ เป็นการติดต่อสื่อสารที่สร้างความรู้ความเข้าใจอันดีต่อสถาบันอันจะนำมาซึ่งความร่วมมือร่วมใจ สนับสนุนให้สถาบันคงอยู่อย่างราบรื่น เป็นวิธีการของสถาบันอันมีแผนและการกระทำต่อเนื่องกันไปที่จะสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือกันเพื่อให้งานของสถาบันดำเนินไปได้ด้วยดี โดยมีประจวบอินอ็อคเป็นแนวบรรทัดฐาน

การประชาสัมพันธ์จึงเป็นการดำเนินงานอย่างมีระเบียบแบบแผนและมีการกระทำอย่างต่อเนื่องกันไป เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสาธารณชนกับหน่วยงานขององค์กร โดยมีการปฏิสัมพันธ์ ด้วยวิธีที่ประชาชนยอมรับ การประชาสัมพันธ์จะเป็นการพูด การกระทำ หรือ สถานการณ์ใด ๆ ที่มีอิทธิพลในการชักจูงให้ประชาชนเห็นด้วยและช่วยเหลือสนับสนุน

ยิ่งไปกว่านั้นการประชาสัมพันธ์ยังเป็นการสำรวจประชามติว่าประชาชนมีทัศนคติต่อสถาบันหรือองค์กรอย่างไร ถ้าเห็นด้วยก็จะทำให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น แต่ถ้าไม่เห็นด้วยก็ต้องแก้ไขปรับปรุงต่อไป

#### 4.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน บริษัท ห้างร้านมูลนิธิและสมาคมต่าง ๆ หน่วยงานดังกล่าวนี้ เป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคม จึงจำเป็นต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ในขณะเดียวกันทัศนคติและพฤติกรรมของคนในสังคมก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร หน่วยงาน สถาบันเหล่านั้น ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานกับสาธารณชน การร่วมมือร่วมใจที่ดีต่อกันเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยงานขององค์กร สถาบัน มีความเจริญก้าวหน้า ในทางตรงข้ามหากหน่วยงานทางสังคมใดขาดการปฏิสัมพันธ์กับสังคมอื่น ความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาย่อมเกิดขึ้นได้ยาก การประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสารสัมพันธ์ที่สำคัญยิ่งและมีขอบเขตกว้างขวาง สังคมที่มีขนาดใหญ่ หรือมีความสลับซับซ้อนมากการประชาสัมพันธ์ยังมีความจำเป็นมากขึ้นในการสื่อสารความเข้าใจ และปรับความเข้าใจซึ่งกันและกันในระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังช่วยเสริมสร้างลักษณะความเป็นผู้นำขององค์กรและบุคคลให้สามารถปรับตัว่วงไวต่อข่าวสารหรือความเคลื่อนไหวในการติดต่อสื่อสารทั้งภายในองค์กรและกับประชาชน ด้วยเหตุนี้การเสริมสร้างความรักความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ จึงต้องให้มีการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการจูงใจน้อมนำหรือโน้มน้าวเร้าอารมณ์ให้หันเหวี่ยงตาม ให้ความร่วมมือร่วมใจ เกิดการสนับสนุนจากประชาชนตามแผนที่วางไว้ด้วยการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เพื่อให้กลุ่มประชาชนเกิดความเชื่อถือเลื่อมใสศรัทธา จึงจะนับได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผล (นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์, 2539 : 19-20)

นอกจากนี้บุญเกื้อ ควรหาเวช (2542 : 22) กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า

- 1) เพื่อสร้างความนิยมนิยมและธำรงไว้ซึ่งความเลื่อมใสและศรัทธาจากกลุ่มประชาชน ที่มีต่อองค์กรเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปโดยราบรื่น
- 2) รักษาชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีและความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับประชาชนที่มีต่อองค์กร
- 3) สร้างความสัมพันธ์ภายในอันเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกขององค์กร หากความสัมพันธ์ภายในองค์กรดี การดำเนินงานขององค์กรก็จะเป็นไปโดยราบรื่น แต่ถ้าไม่ดี นอกจากจะเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานแล้วยังมีผลต่อความสัมพันธ์กับประชาชนภายนอกองค์กรด้วย

## 5. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์จำแนกได้เป็น 2 ประเภท (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ . 2541 : 22-23) คือ การใช้ภาษาพูด และการใช้ภาษาเขียน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและชนิดของสื่อหรือช่องทางในการสื่อสารเป็นสำคัญ

ภาษาพูดสามารถสื่อความหมายได้ง่าย ชัดเจนและมีชีวิตชีวา การใช้ภาษาพูดสามารถถ่ายทอดข้อความโดยอาศัยรูปแบบประโยค การเน้นเสียง และการแบ่งจังหวะวรรคตอนในการพูด ตลอดจนกิริยาท่าทางประกอบเพื่อช่วยในการสื่อความหมายและความรู้สึกได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อบุคคลซึ่งผู้พูดและผู้ฟังมีโอกาสได้เห็นหน้ากัน ก็ยิ่งช่วยให้เกิดความเข้าใจได้เร็ว และบรรลุวัตถุประสงค์ได้ง่ายขึ้น

การใช้ภาษาเขียน เป็นการสื่อสารโดยไม่เห็นตัวปราศจากน้ำเสียงประกอบหรือคำพูดเพื่อสร้างอารมณ์ มีเพียงตัวอักษรทำหน้าที่สื่อความหมายและความรู้สึก ดังนั้นภาษาเขียนจึงเป็นภาษาที่ผู้ส่งสารหรือนักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องเรียบเรียงและกลั่นกรองเป็นอย่างดี เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายรวมทั้งต้องเหมาะสมกับรูปแบบของงานเขียนแต่ละประเภท

ภาษาเขียนที่ดีจะต้องสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่ายในทันทีที่อ่านด้วยเหตุที่มีข้อจำกัดในแง่ของการสร้างอารมณ์ ความรู้สึกร่วมกับผู้อ่าน การใช้ภาษาเขียนจึงต้องให้ความสำคัญกับการเลือกสรรถ้อยคำภาษา การเรียบเรียงประโยค การแบ่งย่อหน้า เพื่อช่วยให้ผู้อ่านเห็นภาพเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องชัดเจนช่วยสร้างความประทับใจทำให้สามารถจดจำเรื่องราวได้ง่าย

จุดสำคัญที่สุดในการใช้ภาษาเขียนสำหรับงานประชาสัมพันธ์ก็คือ จะเขียนอย่างไรให้ผู้อ่านเกิดความคิดเห็นคล้อยตาม ศรัทธา และประทับใจในความทรงจำ เพราะหากได้อ่านแล้วผ่านไป ไม่มีอะไรเหลือติดอยู่ในใจเลย ก็เท่ากับว่าข้อเขียนนั้นขาดคุณค่าและประโยชน์ในเชิงการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง

### 5.1 วัตถุประสงค์ของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีความหมายที่แตกต่างจากการเขียนประเภทอื่นๆ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากการเขียนโดยทั่วไป การเขียนโดยทั่วไปมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ หรือความเพลิดเพลิน ขณะที่การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น นอกจากจะเพื่อจุดหมายเบื้องต้นดังกล่าวแล้วจะต้องสนองจุดมุ่งหมายสูงสุด คือ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้ ความเข้าใจ ไว้วางใจ และมีความสัมพันธ์อันดีกับสถาบันหรือหน่วยงานเป็นสำคัญ

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ (2541 : 16-17) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ว่า “การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมุ่งสื่อข่าวสาร ความคิดเห็น เพื่อสร้างความรู้

ความเข้าใจที่ดีและถูกต้อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น” ดังนั้น การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ขององค์กรจึงมีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ 7 ประการคือ

1) การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้ทราบ เข้าใจในวัตถุประสงค์เป็นการเขียนเพื่อการเผยแพร่ โดยเป็นการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อให้ได้รับรู้ว่าองค์กรทำอะไร ทำอย่างไร เมื่อใด เพื่ออะไร เพราะอะไร ที่ไหน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบเข้าใจในการปฏิบัติงานและกิจกรรมนั้น การเขียนแบบนี้ต้องการให้คนรับรู้และเกิดความเข้าใจ ดังนั้นถ้อยคำที่ใช้จึงไม่จำเป็นต้องลึกซึ้งซึ่งเพียงแต่เป็นคำที่เรียบง่าย สั้นกระชับ ให้ข้อมูลที่ถูกต้องอย่างตรงไปตรงมา จัดว่าเป็นวัตถุประสงค์ขั้นพื้นฐาน

2) การเขียนเพื่อให้ประชาชนเกิดการยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวชักจูงใจให้ประชาชนคล้อยตาม โดยยกส่วนดีให้เห็นชัดเจน และใช้ภาษาให้เหมาะกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายเพื่อสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา

3) การเขียนเพื่อป้องกันมิให้เกิดความเข้าใจผิด เป็นการเผยแพร่ล่วงหน้าในเรื่องที่ละเอียดอ่อน ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ โดยลักษณะการเขียนเป็นแบบอธิบายแถลงชี้แจงอย่างชัดเจนเพื่อให้ประชาชนเข้าใจรายละเอียดและน่าเชื่อถือ

4) การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เป็นการนำจุดเด่นขององค์กรมากล่าวเพื่อสร้างความเลื่อมใสศรัทธาหรือภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ ดังนั้นจึงต้องรู้จักเลือกใช้คำที่เหมาะสม คำที่มีพลังกระตุ้นให้เกิดภาพคล้อยตาม โดยไม่โอ้อวดหรือโฆษณาชวนเชื่อ

5) การเขียนเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการอ้างแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือต้องอธิบายเหตุการณ์ต่างๆ ให้เข้าใจอย่างชัดเจน มีเหตุผลสอดคล้องกันอย่างมีน้ำหนัก และต้องใช้ถ้อยคำที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับสาร ไปพร้อม ๆ กัน

6) การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีเป็นการเขียนที่มีได้มุ่งให้สาระเป็นหลักเพียงอย่างเดียวแต่ให้ความสำคัญกับการทำให้ผู้รับสารได้รับความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ด้วยความรู้สึกลับแบบผูกพันและมีส่วนร่วมระหว่างตนเองกับเพื่อนร่วมงาน หรือระหว่างตนเองกับหน่วยงาน

7) การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด สำหรับการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ ซึ่งนำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจังมากขึ้นนั้น จะพบว่าการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาดมีการนำเสนอเรื่องราวที่สัมพันธ์กับกิจกรรมทางธุรกิจอย่างใกล้ชิด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้สินค้าหรือบริการเป็นที่ยอมรับและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น การเผยแพร่ข่าวสารอาจปรากฏอยู่ในรูปของข่าวหรือภาพข่าวประชาสัมพันธ์หรืออื่น ๆ



## 5.2 กลวิธีการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

นภภรณ์ อัจฉริยะกุล (2530 : 234-241) , อวยพร พานิชและคณะ (2539 : 107-108) นภลัย สุวรรณธาดา (2540 : 257-264) , และรุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ (2541 : 53-55) ได้กล่าวถึงกลวิธีการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้คล้ายคลึงกันดังนี้

5.2.1 กลวิธีการเขียนแบบบรรยาย หมายถึง การเล่าเรื่อง อธิบายเรื่องราวตามลำดับเหตุการณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหา และประทับใจในเรื่องราวนั้น ๆ ได้สาระตรงประเด็นในการถ่ายทอดเนื้อหา โดยการให้ข้อมูลหรือข้อเท็จจริงว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เพื่อเป็นการบอกกล่าวให้ผู้อ่านรับรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้น มีองค์ประกอบดังนี้

5.2.1.1 การเสนอข้อเท็จจริงและสาระสำคัญ ในการเขียนแบบบรรยายนั้นมีหลายลักษณะ กล่าวคือ อาจเป็นเหตุการณ์เรื่องราวหรือความรู้ต่าง ๆ ซึ่งผู้เขียนต้องมีความรู้ในข้อเท็จจริงและสาระสำคัญ เกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์เหล่านั้นเป็นอย่างดี ความรู้นี้อาจได้จากประสบการณ์ หรือการค้นคว้าก็ได้ รู้จักเลือกเฟ้นเรื่องที่จะเล่า และดึงประเด็นสำคัญของเรื่องราวหรือเหตุการณ์นั้นมาเขียนบรรยาย โดยเขียนอย่างตรงไปตรงมาให้เข้าประเด็นที่เป็นสาระสำคัญโดยเร็วที่สุด ไม่อ้อมค้อมไม่ยืดเยื้อ การบรรยายต้องคำนึงถึงผู้อ่านให้อ่านเข้าใจง่าย เห็นภาพอย่างชัดเจน หากเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่บรรยายมีสาระสำคัญมากกว่าหนึ่งอย่างควรกล่าวเป็นข้อ ๆ ให้ชัดเจน ไม่คำนึงถึงรายละเอียดปลีกย่อยมากนัก การขยายความจะทำเมื่อจำเป็นเท่านั้น

5.2.1.2 การเรียบเรียงถ้อยคำ คือ การเรียบเรียงความคิดแล้วถ่ายทอดออกมาเป็นถ้อยคำ โดยถ้อยคำที่นำมาใช้นั้นต้องเลือกถ้อยคำที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้เขียนให้มากที่สุด และถ้อยคำนั้นต้องเรียบเรียงเรื่องราวให้มีเอกภาพ มีสารัตถภาพ และมีสัมพันธภาพ เพื่อสื่อความหมายให้ผู้อ่านเข้าใจได้ทันที (อวยพร พานิชและคณะ, 2539 : 99 และสมพร มั่นตะสูตร, 2540 : 11)

5.2.1.3 การใช้ภาษาที่เหมาะสม คือการใช้ภาษาที่ถูกต้องตามความหมาย ตัวสะกดถูกต้อง ทางด้านเสียงและถ้อยคำ ตลอดจนความยากง่ายของภาษาที่ใช้ต้องเหมาะสมกับผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

5.2.2 กลวิธีการเขียนแบบพรรณนา หมายถึง การเขียนบอกลักษณะหรือบอกเรื่องราวความเป็นจริง ตลอดจนบอกความรู้สึกอย่างละเอียดละออ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดภาพพจน์ตามถ้อยคำนั้น เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องที่บอก และต้องการโน้มน้าวใจผู้อ่านให้เห็นตามไปด้วย ใช้ในการบรรยายสถานที่ธรรมชาติ บ้านเมือง บุคคล งานศิลปะ หรือ พรรณนาความรู้สึก มีหลักในการเขียนดังนี้

5.2.2.1 เนื้อความที่มุ่งให้เกิดความหมายและความลึกซึ้ง จะต้องเลือกใช้คำที่ตีและคำที่ใช้ต้องมีความหมายตรงกับความคิดที่ตั้งไว้หรือตรงกับความรู้สึก คำบางคำมีความหมายคล้ายกัน

แต่ถ้าเลือกมาใช้ไม่ตรงก็จะให้ความหมายที่ผิดเพี้ยนไป ระดับของความลึกซึ่งในภาษาก็จะแตกต่างกันไปด้วย มีการเลือกเฟ้นเฉพาะเนื้อความที่สำคัญและจำเป็นสำหรับการสร้างจินตนาการ อารมณ์ และความรู้สึก

5.2.2.2 ความสั้นยาวของถ้อยคำ การเขียนแบบพรรณานั้นมิได้ให้สาระสำคัญอย่างตรงไปตรงมาเหมือนการเขียนแบบบรรยาย แต่ต้องการความละเอียดละออและต้องการสร้างอารมณ์ สร้างการจูงใจมากกว่า ไม่ใช่เป็นเพียงการบอกกล่าวเท่านั้น ดังนั้นการเขียนแบบพรรณาก็ไม่จำกัดความสั้นยาวของถ้อยคำ ความสำคัญอยู่ที่การสร้างมโนภาพจากถ้อยคำที่เขียน คำที่นำมาใช้จึงอาจเป็นคำสั้น ๆ ที่กินใจมีความหมายชักจูงใจให้คล้อยตามติดตามได้ ดังนั้นการเขียนแบบพรรณนา จึงสามารถนำอุปมาอุปไมย การเปรียบเทียบมาใช้ทำให้เกิดภาพชัดเจนจำได้ง่าย

5.2.2.3 ความไพเราะในด้านเสียง จังหวะและการเล่นคำ ความไพเราะจะช่วยให้ผู้อ่านจดจำได้ง่ายเกิดความรู้สึกประทับใจได้ดีกว่า การใช้คำที่เสียงไพเราะได้แก่ การเล่นเสียงสูง-ต่ำ อ่านแล้วน่าฟัง จังหวะที่เว้นวรรคมีจังหวะที่สม่ำเสมอ มีการเล่นคำ เช่น เล่นสัมผัสบ้าง เล่นคำล้อกันบ้าง จะช่วยให้อ่านแล้วมีความไพเราะเกิดความรู้สึกประทับใจ

5.2.3 กลวิธีการเขียนแบบอธิบาย เป็นการบอกวิธีทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อชี้แจงความรู้ อธิบายเรื่องยากให้เข้าใจง่าย หรือตอบปัญหาต่าง ๆ องค์ประกอบในการเขียนแบบอธิบายมีดังนี้

5.2.3.1 ข้อมูลรายละเอียด หมายถึง สาระของเรื่องซึ่งเรื่องหนึ่งควรมีเพียงสาระเดียว มีประเด็นหลักเพียงประเด็นเดียว ข้อมูลและรายละเอียดมีความชัดเจน ตามปกติการเขียนแบบอธิบายมักเป็นเรื่องที่ยากซับซ้อนจึงต้องเขียนอธิบายให้เข้าใจง่าย ข้อมูลต้องชัดเจนสามารถนำข้อมูลมาอธิบายได้

5.2.3.2 การลำดับความคิด การเขียนเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายจำเป็นต้องมีการจัดลำดับความคิดให้เป็นขั้นตอน โดยคำนึงถึงเรื่องราวหรือวิธีการที่จะอธิบายว่าอะไรควรจะทำก่อน อะไรควรจะทำทีหลัง เพื่อให้ผู้อ่านไม่สับสน ทำความเข้าใจได้ง่าย อ่านได้สบาย ๆ ไม่ต้องใช้สมาธิมากทำให้ผู้อ่านไม่เบื่อหน่าย

5.2.3.3 การถ่ายทอดความคิดเป็นถ้อยคำ การถ่ายทอดความคิดมีความสำคัญมากต้องถ่ายทอดออกมาเป็นตัวอักษรให้ตรงกับความคิดนั้น

5.2.3.4 การเรียบเรียงถ้อยคำด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ต้องคำนึงถึงหลักการเขียนทั่วไป ยกตัวอย่างตามความเหมาะสม อธิบายตามลำดับขั้นตอน ขยายความอย่างแจ่มแจ้งไม่คลุมเครือ

5.2.4 กลวิธีการเขียนแบบอภิปราย เป็นการเขียนแสดงความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจแสดงความคิดเห็นเพียงอย่างเดียว หรือเสนอข้อดีข้อเสียต่าง ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้อ่าน

คล้ายตามความคิดนั้น มักใช้ในการสั่งสอน จูงใจ หรือโต้ตอบกัน องค์ประกอบและหลักการเขียนมีดังนี้

5.2.4.1 สาระของการอภิปราย คือ การให้ข้อเท็จจริงมุ่งเน้นสาระที่เป็นความจริงที่อาจพิสูจน์ หรืออาจตรวจสอบดูได้

5.2.4.2 เหตุผลสนับสนุน มีเหตุผลที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ หนักแน่น เพื่อสนับสนุนข้อมูลที่นำมาเขียนอย่างสอดคล้อง เป็นเหตุเป็นผลกัน ใช้เหตุผลข้อเท็จจริงมากกว่าอารมณ์ ความรู้สึก เหตุผลอาจเสนอให้เห็นทั้งส่วนดีและไม่ดี เมื่อผู้อ่าน อ่านแล้วจะได้ตั้งใจตัดสินใจว่าการโต้แย้ง หักล้าง นั้นน่าเชื่อถือเพียงใด โดยใช้ภาษาที่สุภาพ

5.2.5 กลวิธีการเขียนแบบจูงใจ คือการเขียนในลักษณะชักชวน ชักจูงใจให้คล้ายตามเห็นดีเห็นงามตามไปด้วย ไม่ใช่เป็นเพียงการถ่ายทอดข้อเท็จจริง แต่ต้องสามารถทำให้ผู้อ่านเกิดความคิดเห็นคล้ายตามมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่เขียน กลวิธีการเขียนแบบจูงใจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวมีหลายกลวิธี

## 6. การเขียนเพื่อการจูงใจ

พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน (2539 : 236) ได้ให้ความหมายของการจูงใจไว้ว่า การชักนำหรือเกลี้ยกล่อมให้เห็นคล้ายตาม

การเขียนเพื่อการจูงใจ เป็นการเขียนเชิญชวนให้ผู้อ่านสนใจในสิ่งที่เขียนแนะนำ รวมทั้งเขียนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้สึก เปลี่ยนใจหรือเปลี่ยนท่าทีของผู้อ่านให้คล้ายตามที่ผู้เขียนต้องการ หรือเป็นการเขียนเพื่อโน้มน้าวใจ คือ ให้ผู้อ่านเปลี่ยนแปลงความคิด ไปจากเดิมและหันมาสนใจกับนโยบายใหม่หรือแนวคิดใหม่ (กองทัพ เกลือบพณิชกุล, 2542 : 126)

มิลเลอร์ และเบอร์กูม (Miller and Bergoon , 1973 อ้างถึงใน สินีนาถ วิมุกตานนท์, 2540 : 18) ให้คำอธิบายว่า การโน้มน้าวใจใช้เมื่อผู้โน้มน้าวใจตั้งใจจะมีอิทธิพลเหนือผู้ได้รับการโน้มน้าวใจ

คัทลิป และเซ็นเตอร์ (Cutlip and Center, 1964) เสนอความคิดเห็นว่า การโน้มน้าวใจทางด้านประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดที่ไม่ลงรอยกันหรือทำให้ความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกันนั้นสลายไป เพื่อก่อให้เกิดความคิดเห็นในทางที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานของเราหรือเพื่อรักษาความคิดเห็นที่ได้อยู่แล้วนั้นให้คงอยู่ต่อไป

หากจะพิจารณาถึงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร แต่ละองค์ประกอบมีส่วนช่วยให้การเขียนแบบจูงใจมีประสิทธิภาพ ดังนี้ (รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง , 2541 : 53-55)

1) แหล่งสาร จะต้องมียุทธศาสตร์ต่อไปนี้

ก. มีความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์และจริงใจต่อประชาชน

ข. มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มประชาชนผู้รับสาร เพื่อเกิดความรู้สึกไว้วางใจ และเข้าใจ

ง่าย

ค. เป็นที่ยอมรับเฉพาะด้านหรือเชี่ยวชาญในด้านหนึ่งด้านใดอย่างชัดเจน แต่ต้องไม่มากเกินไปจนแตกต่างไปจากผู้รับสารมากเกินไป เพื่อให้เกิดความศรัทธา

2) ข่าวสาร ควรพิจารณา ดังนี้

ก. มีข้อมูลชัดเจนและมีข้อมูลที่เหมาะสม โดยทั่วไปควรเสนอเรื่องที่ดีก่อน ให้ผู้รับสารรู้สึกเห็นด้วย แต่ในบางกรณีอาจต้องเสนอทั้งข้อมูลที่ดีและไม่ดี ก็ให้เสนอข้อมูลไม่ดีทีหลัง

ข. การนำเสนอบทสรุป เป็นที่ทราบกันดีว่าหากผู้รับสารหาข้อสรุปเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งด้วยตนเอง ก็จะมีแนวโน้มยึดในความคิดนั้น โดยทั่วไปหากเรื่องราวที่เสนอมีความซับซ้อน ควรสรุปชี้แนะให้ผู้รับสารคิดว่าปล่อยให้ผู้รับสารไปสรุปเอง

ค. การใช้เทคนิคความกลัว เพราะสัญชาตญาณของคนต้องการหลีกเลี่ยงภัย และสามารถกระตุ้นได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้นหากสอดแทรกความกลัวมากเกินไปก็ไม่เป็นผลดี

ง. การใช้เทคนิคอารมณ์ คือการเสนอเนื้อหาที่พร้อมทั้งข้อเท็จจริงและอารมณ์

3) สื่อ สื่อสิ่งพิมพ์ทำให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวได้ดี เพราะมีศักยภาพในการเสนอเนื้อหาที่มีความซับซ้อนได้ดี และเป็นสื่อที่ผู้รับสารเชื่อถือ

4) ผู้รับสาร คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะลืมนั่น การเสนอข่าวสารซ้ำ ๆ หรือการย้ำ จะช่วยให้ผู้รับสารจำได้ เพราะมีฉะนั้นภาพขององค์กรจะค่อย ๆ เลือนไปจากความรู้สึกของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

5) ผล ก่อนลงมือเขียนงานเพื่อประชาสัมพันธ์ ต้องมีการคาดหวังผลที่ชัดเจนว่า

ก. เขียนให้ผู้รับสารคิดเห็นคล้ายตาม

ข. เขียนให้ผู้รับสารกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

องค์ประกอบของการเขียนแบบจูงใจมี 4 ประการ คือ (นภลัย สุวรรณธาดา, 2540 : 257-264, อวยพร พานิชและคณะ, 2539 : 107-108)

1) การยกเหตุผลประกอบเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เพราะจะทำให้ผู้อ่านเกิดความเชื่อถือ เห็นจริง เห็นคล้ายตาม การให้เหตุผลมีวิธีการเริ่มจากการให้ข้อเท็จจริง ซึ่งอาจเป็นเรื่องที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว หรือเป็นข้อโต้แย้งใหม่ ๆ จากนั้นจึงให้เหตุผลสนับสนุน และสรุปเพื่อให้เห็นจริง ข้อสำคัญเหตุผลที่ยกมาสนับสนุนนั้นจะต้องสอดคล้องกับข้อเสนอมที่ต้องการเสนอ

2) การเร้าอารมณ์ อารมณ์เป็นแรงผลักดันที่สำคัญของมนุษย์ หากผู้อ่านมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่ยื่นอยู่ก่อนแล้วย่อมจะใช้วิธีการเร้าอารมณ์เพื่อชักจูงได้โดยง่าย ภาษาเป็นเครื่องมืออย่างดียิ่งในการเร้าอารมณ์เพราะศัพท์ในภาษาไทยนั้นในความหมายหนึ่ง ๆ มีอยู่หลายระดับ การเขียนให้นำอ่าน นอกจากสาระจะน่าสนใจแล้ว การเล่นคำเล่นสำนวนยังจูงใจให้อ่านง่าย จำง่าย มีความไพเราะน่าอ่านและง่ายต่อการจูงใจให้เห็นคล้อยตามด้วย

3) การใช้บุคลิกหรือชื่อเสียงส่วนตัวเป็นเครื่องจูงใจ อาจเป็นชื่อเสียงบุคลิกของผู้เขียนเองหรือบุคคลที่เขียนอ้างถึงก็ได้ ซึ่งเป็นวิธีการที่มักได้ผลเพราะคนทั่วไปให้ความเชื่อถือชื่อเสียงบุคคลดังกล่าวอยู่ก่อนแล้ว ผู้เขียนจึงสามารถนำมาอ้างเพื่อเป็นเครื่องยืนยันได้

4) การเสนอแนะ เป็นวิธีการจูงใจที่หลีกเลี่ยงความคิดเห็นโต้แย้ง เป็นการจูงใจทางอ้อม เพราะคนเรามากไม่ชอบให้คนอื่นบอกกล่าวตรง ๆ และมักจะกระทำตามกันหากไม่ทันฉุกคิด การเสนอแนะจึงเป็นการจูงใจที่ขัดหลักการทำตามกัน โดยไม่ทันไตร่ตรอง และไม่ให้อ่านรู้ตัวเป็นสำคัญ องค์ประกอบที่ช่วยให้การเสนอแนะได้ผล คือ

ก. การทำตัวเป็นส่วนหนึ่งของผู้อ่าน คือ การใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้อ่าน หรือกลุ่มเป้าหมาย

ข. เสนอสิ่งที่เข้ากับอุปนิสัย ความรู้สึก ความเชื่อ ความปรารถนาของผู้อ่าน

ค. สังกศัตร์ระดับความรู้สึก ความสนใจ และวัยของผู้อ่าน รวมทั้งทัศนคติของผู้อ่าน เพื่อปรับการเสนอแนะให้ตรงจุดกับกลุ่มผู้อ่าน ชื่อเสียงของผู้เขียนเองย่อมมีผลต่อสิ่งที่เสนอเพราะฉะนั้นควรเสนอในสิ่งที่ผู้เขียนสร้างศรัทธาและความน่าเชื่อถือไว้

ประกาศรี สืออำไพ (2531 : 10) ได้ให้ข้อเสนอเกี่ยวกับการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ว่าควรใช้ภาษาระดับกึ่งมาตรฐาน เพราะเป็นภาษาที่นิยมใช้เขียนเพื่อเผยแพร่ต่อกลุ่มชนที่กลุ่มใหญ่กว่าการสนทนา เพราะคนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ง่าย ถือเป็นการใช้ภาษาระดับกลางไม่เป็นทางการเกินไป

#### 6.1 กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ

กลวิธีการเขียนเพื่อจูงใจจะต้องพยายามที่จะทำให้ข้อความที่สลับซับซ้อน ยากแก่การเข้าใจกลายเป็นเรื่องง่ายสำหรับผู้อ่านโดยอาศัยกลวิธี 9 กลวิธีดังต่อไปนี้ (สจิวต์ และ โกลเลอร์ Stewart and Kowler , 1991 : 149-151)

1) การเสนอความเห็น (Assertions) คือ การเสนองานเขียน โดยเสนอความคิดเห็นอาจใช้คำที่ขึ้นต้นด้วยคำว่า “จะเห็นได้ว่า” “เห็นได้ชัดเจนว่า” โดยผู้เขียนเสนอความคิดเห็นอย่างมีหลักฐานยืนยัน การเสนอความคิดเห็นเป็นการจูงใจ แต่ถ้าไม่มีหลักฐานสนับสนุน ก็จะไม่สามารถจูงใจได้ดี

2) การสร้างทางเลือก (Either-Or) คือ การสร้างทางเลือกเพียง 2 ทาง ให้กับผู้รับสาร โดยเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้มีโอกาสเลือกทางที่ตนยอมรับ เช่น จากตัวอย่างกล่าวว่า “จะเห็นได้ว่าโลกเราทุกวันนี้ประสบกับมลภาวะมากมายหลายอย่าง ซึ่งล้วนแล้วแต่มาจากฝีมือของพวกเราทั้งสิ้น ก่อนที่เราจะไม่มีอากาศหายใจ ก่อนที่เราจะไม่มีที่อยู่อาศัย เราจะช่วยกันแก้ปัญหาเหล่านี้ได้อย่างไร ระหว่างการอยู่เฉย ๆ คิดว่าธุระไม่ใช่ ปล่อยให้ทุกสิ่งดำเนินไปเรื่อย ๆ กับการที่เราจะร่วมมือกันฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม เพื่อเราจะได้มีอากาศหายใจ และมีที่อยู่อาศัยไปอีกนาน” จะเห็นได้ว่าผู้เขียนได้เสนอทางเลือก 2 ทาง ให้แก่ผู้อ่าน ทางเลือกหนึ่งคือปล่อยให้ทุกสิ่งทุกอย่างดำเนินต่อไปโดยไม่ต้องทำอะไร ทางเลือกที่สองคือมาร่วมมือกันแก้ไข ผู้อ่านก็จะสามารถตัดสินใจได้ว่าทางเลือกไหนที่ตนควรเลือก

3) การวิเคราะห์เหตุผล (Causal Analysis) คือ การยกเหตุผลประกอบ อธิบายถึงเหตุและผล เช่น “รัฐบาลมีนโยบายที่จะขึ้นเงินเดือนข้าราชการ พอมีข่าวนี้เท่านั้นสินค้าก็ขึ้นราคาทันที” จากประโยคนี้เห็นได้ว่า เหตุคือ รัฐบาลมีนโยบายขึ้นเงินเดือนข้าราชการ ผลคือ สินค้าก็ขึ้นราคาทันที

4) การใช้แนวเทียบ (Analogy) เป็นการเปรียบเทียบของสองสิ่งที่เหมาะสมกันในบางแง่โดยนำเอาสิ่งที่ยังไม่คุ้นเคยมาอธิบายหรือพรรณนา โดยอาศัยการเปรียบเทียบกับสิ่งที่คุ้นเคยกว่า (พจนานุกรมศัพท์วรรณกรรม, 2539 : 13) เช่น “ดวงจันทร์ดวงเดียวยอมกำจัดความมืดให้ปราศหายไปได้ แต่ดวงควานับร้อยยอมไม่ได้เลย”

5) การทำนายผล (Prediction of Consequences) ในการชักจูงใจ เราอาจทำนายว่า จะมีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อให้ผู้อ่านทราบถึงผลที่จะตามมาจากเหตุการณ์ที่กำลังกล่าวถึง การบอกผลดี ผลเสีย ที่เกิดขึ้นคือคำพูดในรูปแบบดังนี้ “ถ้าเกิดเหตุการณ์ดังนี้ขึ้น จะเกิดอีกเหตุการณ์ตามมา” เช่น “ถ้าเราไม่ช่วยกันประหยัดพลังงานในวันนี้วันข้างหน้าลูกหลานเราคงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกใช้กันอย่างทุกวันนี้”

6) การอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าว (Appeals to Authority) เราคุ้นเคยกับการใช้กลวิธีชักจูงใจจากหลักฐาน หรือแหล่งข่าวที่มีชื่อเสียงในการจูงใจ เช่น “โรงงานไทยซาโก้ ซึ่งเป็นโรงงานอุตสาหกรรมแร่ดีบุกขนาดใหญ่ซึ่งเพิ่งได้รับรางวัลจากคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติในแง่การรักษาและมีการป้องกันสภาพแวดล้อมที่ทันสมัยที่สุด คีทีที่สุด” จะเห็นได้ว่าผู้ส่งสารได้อ้างถึงแหล่งข่าว ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ คือคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ซึ่งได้มอบรางวัลให้แก่โรงงานไทยซาโก้ ในฐานะที่เป็นบริษัทที่รักษา และมีมาตรการป้องกันสภาพแวดล้อมที่ทันสมัยที่สุด เพื่อจูงใจให้ประชาชนมีความมั่นใจว่าโรงงานแห่งนี้จะไม่สร้างมลภาวะให้กับจังหวัดของตนแน่นอน

7) การอ้างข้อมูลที่เป็นจริง (Facts and Figures) เราอยู่ในสังคมที่เจริญขึ้น มีแหล่งข่าว รายงานเกี่ยวกับข้อมูลสถิติ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ เช่น จากสถิตินักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2541 มีปริมาณนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวภาคใต้คิดเป็น 43.6 เปอร์เซ็นต์ ในปีนี้คาดว่าจะมีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเพราะทางการได้ปรับปรุงการคมนาคมให้สะดวกขึ้น

8) การสรุปจากตัวอย่าง (Generalizing from Examples) การยกตัวอย่างอาจชี้ให้เห็นถึง จุดยืนของผู้เขียน และช่วยให้ผู้อ่านเชื่อว่าเป็นความจริง เช่น จากคำกล่าวที่ว่า “โจรขึ้นบ้านสิบครั้ง ไม่เท่ากับไฟไหม้ครั้งเดียว” หลาย ๆ คน คงยอมรับและเห็นด้วยกับคำกล่าวนี้นี้ เพราะทุกวันนี้มีข่าว ไฟไหม้ให้เห็นกันบ่อยเหลือเกิน ครึ่งล่าสุดที่เพิ่งผ่านมา มีข่าวการระเบิดของคลังแสง ที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ก่อให้เกิดความเสียหายอย่างมากมาย สูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สิน จาก ตัวอย่างที่กล่าวมาจะเห็นว่าผู้เขียนได้ยกเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันมาเป็นตัวอย่างให้ผู้อ่านได้เกิดความตระหนักและคล้อยตาม

9) การใช้กลุ่มชน หรือการแสดงความเป็นพวกเดียวกัน (Appeals to the Crowd) คนส่วนใหญ่ต้องการความรู้สึกว่าพวกเขาอยู่ในกลุ่มเพื่อนที่มีความเชื่อและความคิดเห็นแบบเดียวกัน คือ การบอกให้ผู้อ่านรู้สึกว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน เช่น “บรรดาเพื่อนนักปั่นทั้งหลายถึงเวลาที่ ต้องตรวจเช็คสภาพรถของพวกเราอีกครั้งหนึ่งแล้ว” จะเห็นได้ว่าคำว่า เพื่อนนักปั่น แสดงให้เห็นถึงความ เป็นกลุ่มเดียวกัน คือ มีความชื่นชอบในการถีบจักรยานเหมือนกัน”

## 6.2 การใช้ภาษาเพื่อการจูงใจ

วารุณี พลบูรณ์ (2542 : 10-15) กล่าวถึงการใช้อย่างภาษาในการเขียนเพื่อการจูงใจไว้ว่าวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจที่ใช้กันอย่างแพร่หลายคือ การใช้ภาษาภาพพจน์และการใช้จุดจับใจในสาร

### 6.2.1 ภาษาภาพพจน์

ภาษาภาพพจน์ (Figures of Speech) คือ พจน์ที่ทำให้เกิดภาพหมายถึงถ้อยคำที่ทำให้เกิด ภาพในใจ ภาพพจน์จึงเป็นเรื่องราวของการใช้ภาษาและศิลปะการใช้เสียงของการเปรียบเทียบคำ การใช้คำที่เป็นรูปธรรมเรียกสิ่งที่เป็นนามธรรม เป็นต้น (นภลัย สุวรรณธาดา, 2540 : 294)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “ภาพพจน์” ไว้หลายอย่างดังนี้

พจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2538 : 607) ให้ความหมายไว้ว่า ภาพพจน์ คือ คำพูดที่เป็นสำนวนโวหาร ทำให้นึกเห็นเป็นภาพ

ควงมน จิตรจันทน์ (2527 : 161) กล่าวถึงความหมายของภาพพจน์ไว้ว่า คือ ลักษณะ คำต่าง ๆ ที่ผู้ประพันธ์ตั้งใจสร้างขึ้น ผิดแผกจากโครงสร้าง ความหมาย หรือการเรียงลำดับของภาษา ไทยปกติ

ดวงใจ ไทยอุบุญ (2543: 73) กล่าวว่า ภาษาภาพพจน์ หมายถึงถ้อยคำที่ทำให้เกิดภาพพจน์หรือการใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดจินตนาการ เกิดอารมณ์ความรู้สึก ต่อข้อความที่ได้อ่าน ได้ฟังอย่างกระจ่างชัด

การใช้ภาษาภาพพจน์เป็นการใช้ภาษาเพื่อให้เกิดภาพในใจ ให้ความหมายที่ชัดเจน มีพลัง มีน้ำหนัก มีความเข้มข้น น่าสนใจสามารถ โน้มน้าวจิตใจ ผู้อ่านได้เป็นอย่างดี วารุณี พลบูรณ์ (2542: 11) กล่าวถึงวิธี ที่จะทำให้ภาษาเกิดภาพพจน์ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีดังนี้

1) อุปมา (Simile) คือการเปรียบเทียบอธิบายลักษณะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งที่นำมาใช้เป็นความเปรียบเทียบบนนั้นเป็นสิ่งที่รู้จักกันคืออยู่แล้ว นำมาเปรียบเทียบเพื่อให้เห็นลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เพียงด้านเดียว เช่น ให้เห็นความงาม ความรัก ความนุ่ม เป็นต้น และจะใช้คำเชื่อม แสดงการ เปรียบเทียบ ไว้อย่างชัดเจน เช่นคำว่า คล้าย เหมือน ดัง ดังหนึ่ง ราว ราวกับ คู่ ประคอง เปรียบปาน เป็นต้น เช่น “รวดเร็วกว่าป่านกามนิคหนุ่ม” “พักตร์งามดั่งดวงเดือน”

2) อุปลักษณ์ (Metaphor) เป็นการนำของที่มีลักษณะเหมือนกัน หรือคล้ายกันกับสิ่งที่ต้องการสื่อความหมายเทียบ เพื่อให้เกิดจินตภาพที่กว้างไกล โดยไม่ใช้คำแสดงการเปรียบเทียบ แต่สามารถรับรู้ได้โดยนัยว่า หมายถึงสิ่งใด หรืออาจใช้คำเชื่อม “คือ” “เป็น” แสดงว่าเป็นสิ่งเดียวกัน เช่น “การนินทาเป็นการนำความจริงมาลำดับเสียใหม่แล้วเติมผงขูรสถับพริกชี้หนูลงไป” “หน้าบานเป็นงานจริง”

3) บุคลาธิษฐาน (Personification) เป็นความเปรียบเทียบที่นำเอาความรู้สึกนึกคิด จิตใจ ลักษณะกิริยาอาการของมนุษย์ไปใส่ในสรรพสิ่งทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต ทำให้ดูเหมือนว่าสรรพสิ่งเหล่านั้น แสดงความรู้สึกนึกคิดและอากัปกิริยาต่าง ๆ ได้เหมือนมนุษย์ เช่น

“มะนาวน้อยอย่าพลอยไปเหลิงเล่น ตะวันเย็นลงไปจะไม่แจ่ม  
ผักชีขี้หว่าไยตาแดง ตะกร้าเก่าอนตะแดงเฝ้าคอยดู”

(ราร่างอย่างแล้งไร้ : แร่คำ ประโยคคำ, อ้างถึงในดวงใจ ไทยอุบุญ, 2543 : 78)

4) อติพจน์ (Hyperbole) เป็นการนำสิ่งที่เกินความจริงมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่ต้องการ กล่าวถึง เพื่อให้ได้ความรู้สึก ได้อารมณ์ และมุ่งผลทางด้านจิตใจมากกว่าข้อเท็จจริง เช่น “เขาไม่มาประชุม อ้างว่ามีเรื่องร้อยแปดพันเก้าที่จะต้องทำ”



5) นามนัย (Metonymy) เป็นการใช้คำหรือวลีอื่นเป็นลักษณะเด่น หรือมีสัมพันธภาพใกล้ชิดกับสิ่งที่ต้องการกล่าวถึง แทนสิ่งที่ต้องการกล่าวถึงนั้น แต่คำ ๆ นั้นต้องเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เพราะเมื่อเอ่ยถึงย่อมรู้ว่าหมายถึงใคร สิ่งใด เช่น “น้ำใจน้องพี่สีชมพู” หมายถึง นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6) สมณานาม (Antonomasia) เป็นการใช้ชื่อที่ตั้งขึ้นใหม่แทนชื่อที่ต้องการจะกล่าวถึง อาจจะเป็นการสื่อความหมายที่รับรู้กันเฉพาะในกลุ่มคนที่มีประสบการณ์ หรือมีความสนใจร่วมกัน เช่น “หงส์แดงเริ่มคิดเครื่อง”

7) ปฏิพจน์ (Paradox) เป็นการนำคำที่มีความหมายขัดแย้งกันมาวางไว้ใกล้กันดูอย่างผิวเผินแล้วจะขัดกันเองหรือไม่น่าเป็นไปได้ แต่ถ้าพิจารณาอย่างลึกซึ้งแล้วจะเห็นว่าเป็นไปได้ เช่น “ความไม่แน่นอน คือสิ่งที่แน่นอน” “ที่ที่อันตรายที่สุด คือที่ที่ปลอดภัยที่สุด” “เสียน้อยเสียยาก เสียมากเสียง่าย”

8) การอ้างถึง (Allusion) เป็นการนำบุคคล หรือเหตุการณ์ หรือข้อความตอนใด ตอนหนึ่งในนิทาน หรือวรรณกรรม วรรณคดีอื่น ๆ มาอ้างถึงในงานเขียนของตน เช่น

“เมื่อใดหนอใครจะมาคุกเข่า สบแทบเท้าหลางนางละเวง”

(เพลง “หลงเงา”, อ้างถึงในวารุณี พลบูรณ์, 2542: 13)

9) การซ้ำคำ (Reduplication) เป็นการนำคำที่มีเสียงเหมือนกัน อาจมีความหมายเหมือนกันหรือต่างกันมาไว้ใกล้ ๆ กันเพื่อนำย้ำให้ได้ความหมายที่ชัดเจน หนักแน่นขึ้น เช่น

“เหลือองแดงแหล่งประชาธิปไตย ค้อมมหาวิทยาลัยของคนกล้า

กล้าคิดกล้าพิสูจน์กล้าพูดจา กล้าประจันฟันฝ่าทำธรรม”

(หกลิบปีธรรมศาสตร์ ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, อ้างถึงในวารุณี พลบูรณ์, 2542: 14)

10) ปฏิพจน์ (Rhetorical-question) เป็นการใช้คำถามที่ไม่ต้องการใช้คำตอบ แต่ถามเพื่อเรียกร้องความสนใจ หรือกระตุ้นให้คิด เช่น

“ก็ร้อยบุคทุกข์ทาสราชฎ์ทันโทษ ก็ชั่วโคตรคนซากสิ้นซากเงี้ยว

รอกี่ผลัดครุบาลบ้านเมืองเย็น ปลอดภัยเส้นทาสสิ้นแผ่นดินธรรม”

(ลูกใครหนอ: เสาร์วัน จะนู, อ้างถึงในดวงใจ ไทยอุบุญ, 2543: 84)

11) การเล่นเสียง (Alliteration) เป็นการเลือกใช้คำที่มีเสียงพยัญชนะ หรือสระเหมือนกัน เพื่อให้เกิดภาพ เกิดความรู้สึก ตลอดจนความไพเราะของเสียงสัมผัส

12) สัทพจน์ (Onomatopoeia) เป็นการเปรียบเทียบที่เลียนเสียงธรรมชาติ เพื่อให้เกิดภาพ ในใจ ได้บรรยากาศรู้สึกเหมือนได้ยินเสียงของสิ่งนั้นจริง ๆ เช่น ฝนตกดังแปะ แปะ ลมพัดเสียงหวีดหวิว

13) สัญลักษณ์ (Symbol) เป็นการนำคำที่มีความหมายสมมติขึ้นแทนสภาพหรือสิ่งต่าง ๆ เพื่อแนะให้คิดตามความหมายสากลอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป เช่น โคม แทนมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ สีขาว แทนความดี ความบริสุทธิ์ นกพิราบ แทนสันติภาพ เป็นต้น

#### 6.2.2 การใช้จุดจับใจในสาร

จุดจับใจในสาร คือ การเรียบเรียงสารให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร อาจจะเป็น ความต้องการทางด้านสรีระหรือความต้องการทางด้านจิตใจ เป็นการจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ที่ ผู้รับสารสามารถเชื่อมโยงได้กับกรอบอ้างอิงของตนเอง (สินีนาด วิมุกตานนท์, 2540 : 19)

หลังจากที่ผู้ส่งสารตัดสินใจว่าจุดประสงค์หรือเป้าหมายในการส่งสารคืออะไร ผู้ส่งสาร ต้องพยายามเรียบเรียงสาร โดยจะต้องรู้จักจุดจับใจในสารเพื่อการจูงใจจะได้ผลยิ่งขึ้น ซึ่งในเรื่องนี้ อรวรรณ ปิลาพันธ์ไอวาท (2537 : 133-137) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1) จุดจับใจโดยใช้ความกลัว (Fear Appeals) มีการศึกษาด้านการใช้จุดจับใจ โดยใช้ ความกลัวปรากฏว่าความกลัวในระดับต่ำ มีผลในการจูงใจมากกว่าความกลัวในระดับสูง ถ้าความกลัว มีมากเกินไปแล้ว ผู้รับสารอาจเกิดความกระวนกระวาย ฉะนั้นแทนที่เขาจะสนใจในสาร เขาจะสนใจ ในความกระวนกระวายของเขาเอง

2) จุดจับใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional Appeals) สารที่ใช้อารมณ์จะจูงใจได้มากกว่าสารที่ไม่ใช้อารมณ์ การจูงใจโดยใช้อารมณ์จะมีวิธีการดังต่อไปนี้

ก. การใช้ภาษาที่เจืออารมณ์ เพื่อบรรยายสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใด คือการใช้ ภาษาที่แสดงให้เห็นถึงอารมณ์ที่ผู้เขียนต้องถ่ายทอดไปยังผู้อ่านให้เกิดความรู้สึกคล้อยตาม เช่น "ฝนที่ตกมาอย่างไม่ลืมหูลืมตา และเสียงฟ้าที่ดังกึกก้อง ยิ่งทำให้หัวใจของเธอเต้นเร็วและถี่ขึ้น"

ข. การเชื่อมโยงความคิดที่เราเสนอใหม่กับความคิดเก่า ความคิดเก่าบางอย่าง เป็นที่ชื่นชอบความคิดเก่าบางอย่างเป็นที่รังเกียจเสียฉันทน์ ถ้าผู้ส่งสารสามารถเชื่อมโยงความคิดใหม่นี้กับ ความคิดเก่านี้ได้ ก็อาจจะจูงใจทางอารมณ์ให้ผู้รับสารคล้อยตามกันได้ ไม่ว่าจะเลือกความคิดเก่าที่เป็นทางบวกหรือลบ เช่น สงครามเวียดนามเป็นสงครามที่สร้างผลทางลบขึ้นในจิตใจของคนอเมริกัน เมื่อทหารสหรัฐต้องเข้าสู่สงครามอ่าวเปอร์เซีย สิ่งที่ผู้นำสหรัฐต้องโน้มน้าวใจคนสหรัฐ โดยอ้างถึงสงครามในเวียดนาม คือ "สงครามครั้งใหม่นี้ จะไม่เหมือนสงครามในเวียดนาม สงคราม

ครั้งใหม่จะยุติลงอย่างรวดเร็ว เฉียบขาดและฉับพลัน" ปรากฏว่า สามารถโน้มน้าวใจ และเรียกขวัญสู่ทหารสหรัฐ โดยไม่มีการวิพากษ์วิจารณ์

ค. การเชื่อมโยงความคิดที่เสนอเข้ากับอภินิหารที่สามารถเร้าอารมณ์ได้ เช่น การเสนอรูปเด็กผู้หญิงเวียดนามวัยหนึ่งระเบิดนาปาล์ม ร่างกายล่อนจ้อนเพราะแรงระเบิด และร้องไห้ด้วยความตกใจ รูปนี้เป็นหน้าปกของนิตยสารที่มีชื่อและจำหน่ายทั่วโลก เป็นรูปที่สะเทือนใจผู้รับสารอย่างมากที่สุดรูปหนึ่งในสงครามเวียดนาม

ง. การทำให้วิจนสาร และอภินิหารสอดคล้องกัน ในการเสนอรูปภาพหาคทาทรายสีขาว น้ำทะเลสีเขียวสดใส คำบรรยายประกอบภาพอย่างละเอียด จะทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจที่อยากจะไปเที่ยวมากกว่าการที่มีแต่ภาพแล้วเขียนไว้เพียงชื่อสถานที่เท่านั้น

3) จุดจับใจโดยใช้ความโกรธ (Anger Appeals) วิธีนี้ผู้ส่งสารสร้างความโกรธหรือความคับข้องใจแก่ผู้รับสาร แล้วจึงเขียนหรือพูด เพื่อลดหรือเพิ่มความเครียดแก่ผู้รับสาร เช่น วาตะในช่วงเหตุการณ์พฤษภาทมิฬในประเทศไทย ผู้ส่งสารสามารถสร้างความโกรธหรือความคับข้องใจในหมู่ประชาชน โดยการหยิบยกเรื่องนายกรัฐมนตรี้ ควรมาจากการเลือกตั้งมาเป็นจุดจูงใจเพื่อให้เกิดการต่อสู้เพื่อประชาธิปไตยแบบรัฐสภา

4) จุดจับใจโดยใช้อารมณ์ขัน (Humorous Appeals) วิธีนี้จูงใจโดยการลดความเครียด อาจทำได้โดยวิธีการเขียนประชดประชันแค้นคั้น เช่น เขียนประชดประชันโจรว่า " ขอความกรุณาอย่าขโมยอีกเพราะไม่มีให้ขโมยแล้ว" และติดป้ายนี้ไว้หน้าบ้าน

5) จุดจับใจโดยใช้รางวัล (Rewards As Appeals) ปกติแล้วสารที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารจะประสบความสำเร็จมากกว่าสารที่ไม่ได้ให้คำสัญญาสิ่งใดกับคนฟัง ยิ่งสารมีรางวัลหรือสิ่งตอบแทนมากก็ยิ่งเรียกร้องความสนใจหรือจูงใจผู้รับสารได้มาก เช่น การให้เงินเป็นสิ่งตอบแทนสำหรับการทำหมันในประเทศแถบเอเชียหลาย ๆ ประเทศ พบว่ายิ่งให้สิ่งตอบแทนมากขึ้นเท่าใดก็จะมีชาวบ้านมารับการทำหมันมากขึ้นเท่านั้น

6) จุดจับใจโดยใช้แรงจูงใจ (Motivation Appeals) แท้จริงแล้วจุดจับใจทุกชนิดที่กล่าวมาแล้ว ถือเป็นแรงจูงใจแต่มีแรงจูงใจบางอย่าง ที่มนุษย์เรียนรู้เมื่อมีประสบการณ์ผ่านเข้ามาในชีวิต แรงจูงใจเหล่านี้ได้แก่ ความรักชาติ ความรักในเพื่อนมนุษย์ ศาสนา และค่านิยมต่าง ๆ เช่น การนิยมพรหมจารีในหญิงสาวก่อนการสมรส การที่จะสื่อสารโดยใช้แรงจูงใจต้องมีการวิเคราะห์ผู้ฟังอย่างมากเพราะคุณธรรม ค่านิยมหรือแรงจูงใจอย่างหนึ่งอาจมีความหมายต่อผู้ฟังคนหนึ่ง ในขณะที่ผู้ฟังอีกคนหนึ่งอาจไม่รู้สึกรึอะไรเลย

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า การเขียนสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ผู้เขียนจำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องการเขียนตั้งแต่ทฤษฎี หรือกลวิธีการเขียน และกลวิธีการใช้ภาษา ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาที่ต้องการสื่อไปยังผู้รับสาร เพราะการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกับการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปตรงที่การประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปจะเน้นเรื่องการให้ข้อมูลและข้อเท็จจริงกับผู้รับสารเพียงอย่างเดียวแต่สำหรับการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ผู้ส่งสารมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ผู้รับสารเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ดังนั้นกลวิธีในการเขียน จึงต้องเน้นการจูงใจเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อแผ่นพับที่ผลิตโดยงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีข้อจำกัดตรงที่รูปภาพประกอบมีน้อย ย่อมทำให้การดึงดูดความสนใจของผู้รับสารขึ้นอยู่กับวงวนภาษา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการตอบสนองต่อสารที่ส่งไป

การวิจัยนี้มุ่งที่จะศึกษาการเขียนสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยมีขอบเขตการศึกษาด้านการวิเคราะห์เนื้อหา และกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ ดังนี้

- 1) การวิเคราะห์เนื้อหา ศึกษาลักษณะของสื่อแผ่นพับ เพื่อพิจารณาชนิดของข้อมูลที่ปรากฏ
  - 2) การวิเคราะห์กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ โดยพิจารณาจากกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ
- 9 กลวิธี (ซึ่งดัดแปลงมาจาก สจ๊วต และ โคลเลอร์ Stewart and Kowler , 1991 : 149-151 และ วารุณี พลบูรณ์ , 2542 : 10-15) ดังนี้
- ก. การเปรียบเทียบ
  - ข. การใช้จุดจับใจ
  - ค. การอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าว
  - ง. การใช้กลุ่มชน
  - จ. การวิเคราะห์หาเหตุผล
  - ฉ. การสรุปจากตัวอย่าง
  - ช. การเสนอความคิดเห็น
  - ซ. การสร้างทางเลือก
  - ณ. การทำนายผล

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ พบว่า การจูงใจนอกจากจะใช้ในสื่อแผ่นพับแล้วยังใช้ในสื่อประเภทอื่น ๆ อีกด้วย เช่น สื่อประเภทเพลงและบทภาพยนตร์โฆษณา คัมภีร์ใช้เทศนา บทกลอนหนังตะลุง

สื่อประเภทเพลงและบทภาพยนตร์โฆษณา จากงานวิจัยของ กิริติกานต์ วันถนอม (2539 : 1) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์รูปแบบ เนื้อหาและปัจจัยที่มีบทบาทสร้างสรรค์เพลงโฆษณา” พบว่า เนื้อหาเพลงโฆษณาและบทภาพยนตร์โฆษณามีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภค ผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาใช้สิ่งจูงใจด้านอารมณ์ร่วมกับด้านเหตุผล เพื่อกระตุ้นความต้องการทางด้านจิตวิทยาของผู้บริโภค การใช้ภาษาที่ทำให้เกิดภาพพจน์ในคำร้องของเพลงโฆษณาส່ว่นใหญ่ใช้ในรูปของอดีตพจน์และบุคลลาธิษฐาน

สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคัมภีร์ใช้เทศนา ปรียานุช อนุสุเรนทร์ (2539 : 1) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์คัมภีร์ที่ใช้เทศน์ในเทศกาลเข้าพรรษาของล้านนา : กรณีศึกษาจาก 4 วัด ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน” พบว่า ภาษาส่วนใหญ่ที่ใช้เป็นภาษาท้องถิ่น มีทั้งคำภาษาท้องถิ่น ล้านนาแท้ ๆ และการนำคำภาษาไทยกลาง คำบาลี สันสกฤตมาใช้โดยเปลี่ยนเสียงไปตามภาษาท้องถิ่นและมีข้อมูลส่วนหนึ่งที่ใช้ภาษาไทยกลางล้วน ๆ ลักษณะการใช้ภาษาโดยทั่วไปเป็นภาษาพูดที่เรียบง่าย แต่ก็มีการเล่นคำที่ใช้ภาษาเพื่อแสดงภาพพจน์หรือแสดงความรู้สึกต่าง ๆ เป็นการพรรณนา อุปมาเปรียบเทียบ ใช้สัญลักษณ์ และบุคลลาธิษฐาน เพื่อสื่อเนื้อหาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

บทกลอนหนังตะลุง บทกลอนหนังตะลุงเป็นอีกสื่อหนึ่งที่มีผู้วิจัยแล้ว พบว่ามีการใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวใจผ่านทางสื่อบทกลอนหนังตะลุง (สินีนาด วิมุกตานนท์, 2540 : 1) โดยในช่วงปีงบประมาณ 2538-2540 หน่วยงานภาครัฐใช้หนังตะลุงเป็นสื่อเพื่อการพัฒนา กลยุทธ์การสื่อสารที่นำมาใช้เพื่อพัฒนามี 4 แนวทาง ได้แก่ การแจ้งข่าวสาร การให้การศึกษา การโน้มน้าวใจ และการให้ความบันเทิง สำหรับกลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจนั้นหนังตะลุงใช้การนำเสนอข้อมูลทั้งทางด้านบวกและด้านลบ ใช้เหตุผลและใช้อารมณ์ด้านความรักและความกลัว

ส่วนในการศึกษาวิจัยสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนั้น มีการศึกษาสื่อแผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เป็นภาษาอังกฤษ พบว่า ใช้กลวิธีการจูงใจที่อาศัยจุดจับใจสองประเภท คือ จุดจับใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก และจุดจับใจที่เป็นเหตุเป็นผล และใช้อวัจนภาษาเพื่อการจูงใจผ่านงานสี ภาพประกอบ การจัดหน้า และตัวอักษร (พิชญ์สินี แสงขำ, 2538 : 1) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของสุภาวดี คงเจริญ (2535 : 1) ซึ่งศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” พบว่าผู้ใช้เอกสาร

ภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและความต้องการเนือหา มาก และยังชี้ให้เห็นอีกว่า พฤติกรรมที่จะเกิดหลังจากอ่านสื่อแผ่นพับนั้น จะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการเขียนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์หรือไม่ขึ้นอยู่กับกลวิธีการเขียนด้วย

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจดังกล่าวข้างต้นเห็นได้ว่ามีผู้ได้ ศึกษาวิจัยในสื่อหลายประเภท เช่น สื่อประเภทเพลง บทภาพยนตร์โฆษณา คัมภีร์เทศนา บทกลอนหนังสือ และสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฉบับภาษาอังกฤษ ส่วน สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฉบับภาษาไทย มีผู้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่องทัศนคติ ของผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวเพียงเรื่องเดียว แต่ยังไม่มีการศึกษาวิจัยด้านกลวิธีการ เขียนเพื่อการจูงใจ ดังนั้นจึงสมควรที่จะศึกษากลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจในสื่อแผ่นพับเพื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฉบับภาษาไทย

### บทที่ 3

#### การวิเคราะห์เอกสาร

สื่อแผ่นพับของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
ผลิตขึ้นเพื่อต้องการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยผลิตแยกออกเป็นแต่ละจังหวัด ผู้วิจัยได้แบ่งการ  
ศึกษาวิเคราะห์เอกสารทั้ง 14 จังหวัดดังกล่าวเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- 1) การวิเคราะห์เนื้อหา
- 2) การวิเคราะห์กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ

#### 1. การวิเคราะห์เนื้อหา

จากเอกสารแผ่นพับแต่ละจังหวัดทั้ง 14 จังหวัด มีลักษณะการให้ข้อมูลที่เหมือนกันคือมี  
การแบ่งข้อมูลออกเป็น 3 ประเภทเหมือนกัน ดังนี้

- 1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด ซึ่งมีหัวข้อย่อยดังต่อไปนี้
  - 1.1.1 คำขวัญประจำเมือง
  - 1.1.2 ประวัติเมือง
  - 1.1.3 การปกครอง
  - 1.1.4 อาณาเขต
- 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งมีหัวข้อย่อยดังต่อไปนี้
  - 1.2.1 การเดินทาง
  - 1.2.2 สถานที่น่าสนใจ
  - 1.2.3 เทศกาลงานประเพณี
  - 1.2.4 กีฬาพื้นเมือง
  - 1.2.5 สินค้าพื้นเมือง
  - 1.2.6 สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สถานที่พัก และร้านอาหาร
- 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำ คือ ชื่อและที่อยู่ของผู้จัดทำสื่อแผ่นพับ

ข้อมูลทั้ง 3 ประเภทนี้เป็นเนื้อหาหลักที่สำคัญของแผ่นพับการท่องเที่ยว ในการนำเสนอ  
ข้อมูลเหล่านี้มีการเรียงลำดับเนื้อหาโดยเริ่มจากข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดก่อน แล้วตามด้วยข้อมูล

เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นลักษณะเช่นนี้เหมือนกันทั้ง 14 จังหวัด แต่การเรียงลำดับของหัวข้อย่อยเหล่านี้ไม่เหมือนกัน เนื่องจากแผ่นพับของแต่ละจังหวัดมีหัวข้อย่อยไม่เท่ากัน แผ่นพับแต่ละจังหวัดสามารถแยกรายละเอียดดังกล่าวได้ดังนี้

### 1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด

1.1.1 คำขวัญประจำเมือง พบเพียง 2 จังหวัด คือ แผ่นพับจังหวัดตรัง และนครศรีธรรมราช ดังนี้

เมืองพระยารัษฎา	ชาวประชาใจกว้าง
หมอย่างเลิศรส	ถิ่นกำเนิดยางพารา
เด่นสง่าดอกศรีตรัง	ปะการังใต้ทะเล
เสน่ห์หาดทรายงาม	น้ำตกสวยตระการตา (แผ่นพับตรัง : 2)

/เมืองประวัติศาสตร์ พระธาตุทองคำ ชื่นฉ่ำธรรมชาติ  
แร่ธาตุอุดม เครื่องถมสามกษัตริย์ มากวัดมากศิลป์ ครบสิ้นกุ้งปู  
(แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 2)

1.1.2 ประวัติเมือง พบทั้งหมด 13 จังหวัด ไม่พบหัวข้อนี้ในแผ่นพับจังหวัดพังงา หัวข้อนี้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของจังหวัด ตัวอย่างเช่น

/ เมืองสงขลามีชื่อเดิมว่า “เมืองสทิง” ตั้งอยู่ที่อำเภอสทิงพระปัจจุบัน ส่วนพ่อค้าชาวอินเดียเปอร์เซีย และอาหรับที่เดินทางเข้ามาค้าขายที่เมืองสทิงพระเรียกเมืองนี้ว่า “เมืองสิงหรา” เพราะตอนที่ทะเลขึ้นเรือเข้าปากทะเลสาบสงขลานั้น เห็นเกาะสองเกาะซึ่งมองจากด้านนอกคล้ายสิงห์หมอบอยู่สองตัว จึงเรียกชื่อเมืองตามสัญลักษณ์ที่เห็นครั้งแรก เกาะสองเกาะนี้ คือ เกาะหนู เกาะแมวในปัจจุบันนั่นเอง... (แผ่นพับสงขลา : 2)

1.1.3 การปกครอง พบทั้งหมด 5 จังหวัด ไม่พบหัวข้อนี้ในแผ่นพับจังหวัดระนอง ตรัง สงขลา ยะลา ชุมพร นครศรีธรรมราช พังงา ปัตตานี พัทลุง หัวข้อนี้บอกให้ผู้อ่านทราบว่าในจังหวัดมีการแบ่งการปกครองออกเป็นกี่อำเภอได้แก่อำเภออะไรบ้าง ดังตัวอย่าง



จังหวัดสศลแบ่งการปกครองออกเป็น 6 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอกวนโดน  
อำเภอท่าแพ อำเภอกวนกาหลง อำเภอละงู และอำเภอทุ่งหว้า (แผ่นพับสศล : 2)

1.1.4 อาณาเขต พบทั้งหมด 10 จังหวัด ไม่พบหัวข้อนี้ในแผ่นพับจังหวัดนราธิวาส สงขลา  
ยะลา พังงา สำหรับหัวข้อนี้ผู้อ่านจะทราบลักษณะทางภูมิศาสตร์ทั่วไปของจังหวัดเกี่ยวกับอาณาเขต  
และจังหวัดใกล้เคียง ดังตัวอย่าง

อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดกับจังหวัดสงขลา

ทิศใต้ ติดกับจังหวัดนราธิวาส และจังหวัดยะลา

ทิศตะวันตก ติดกับจังหวัดยะลา และจังหวัดสงขลา

ทิศตะวันออก ติดกับอ่าวไทย (แผ่นพับปิดตานี : 2)

การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเป็นการให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจังหวัดแก่ผู้อ่านที่  
ประสงค์จะเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อผู้อ่านจะได้ทราบถึงลักษณะทั่ว ๆ ไปของจังหวัด ไม่ว่าจะเป็น  
ด้านภูมิศาสตร์ ประวัติความเป็นมาของจังหวัด เป็นต้น กลวิธีการเขียนสำหรับข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด  
ส่วนมากใช้กลวิธีการเขียนแบบบรรยาย รูปประโยคสั้นกะทัดรัด เข้าใจง่าย เน้นการให้ข้อมูลที่ถูก  
ต้องชัดเจนจากแผ่นพับทั้ง 14 จังหวัด ไม่มีแผ่นพับจังหวัดใดเลยที่มีหัวข้อย่อยของข้อมูลเกี่ยวกับ  
จังหวัดครบทุกหัวข้อ

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว หัวข้อย่อยที่ปรากฏในแผ่นพับการท่องเที่ยวทั้ง 14 จังหวัด  
ได้แก่ การเดินทางให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางคมนาคม สถานที่ที่น่าสนใจ ซึ่งจะให้รายละเอียด  
เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ โดยแบ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอ เทศกาลงาน  
ประเพณีเสนองานเทศกาลประเพณีที่น่าสนใจของแต่ละจังหวัด กีฬาพื้นเมือง เสนอกีฬาพื้นเมืองที่  
ขึ้นชื่อของจังหวัด สินค้าพื้นเมืองและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งมีรายละเอียดและตัวอย่างดังนี้

1.2.1 การเดินทาง พบในแผ่นพับทั้ง 14 จังหวัด มีการนำเสนอเส้นทางเดินทางไว้ 4 ทาง  
ด้วยกันคือ ทางรถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทางและเครื่องบิน ซึ่งให้รายละเอียดในการเดินทางไป  
ยังจังหวัดนั้น ๆ โดยตั้งต้นจากกรุงเทพมหานคร ดังตัวอย่าง

### การเดินทาง

รถยนต์ เส้นทางหลวงหมายเลข 4 กรุงเทพฯ - ประจวบคีรีขันธ์ - ชุมพร แล้วใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 41 ผ่านสุราษฎร์ธานี - ทุ่งสง จนถึงนครศรีธรรมราช หรือถึงอำเภอพุนพิน สุราษฎร์ธานี แล้วใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 401 เลียบชายฝั่งทะเลไปทางนครศรีธรรมราช

รถไฟ จากสถานีรถไฟหัวลำโพง มีขบวนรถเร็ว และรถด่วนไปนครศรีธรรมราช สอบถามรายละเอียดได้ที่ โทร 223-7010, 223-7020 หรือสถานีรถไฟนครศรีธรรมราช โทร. (075) 356364, 346129

รถโดยสารประจำทาง มีรถโดยสารธรรมดาและรถโดยสารปรับอากาศของ บ.ข.ส และของเอกชน ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี สอบถามรายละเอียดได้ที่ โทร. 435-1199 (รถปรับอากาศ) และ โทร. 434-5557-8 (รถโดยสารธรรมดา)

เครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีเที่ยวบินไป / กลับ นครศรีธรรมราช ทุกวัน สอบถามรายละเอียดได้ที่ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โทร. 280-0060, 628-2000 และการบินไทยนครศรีธรรมราช โทร. (075) 342491, 343874 การคมนาคมภายในตัวจังหวัด มีรถสองแถววิ่งบริการรอบเมืองจาก นครศรีธรรมราชไปสู่จังหวัดใกล้เคียงสามารถเลือกใช้บริการได้ทั้งรถตู้ รถแท็กซี่ รถโดยสาร รถไฟ (แผนผังนครศรีธรรมราช : 2)

1.2.2 สถานที่ที่น่าสนใจ พบทั้ง 14 จังหวัด นำเสนอโดยแยกเป็นสถานที่ที่น่าสนใจแต่ละอำเภอ และให้รายละเอียดของแต่ละสถานที่ ดังตัวอย่าง

### สถานที่ท่องเที่ยว

#### อำเภอเมือง

เขานาบน้ำ เป็นเขาสองลูกสูงประมาณ 100 เมตร ขนาบแม่น้ำกระบี่ด้านหน้าตัวเมืองถือเป็นสัญลักษณ์ของเมืองกระบี่ สามารถไปเที่ยวชมได้โดยเช่าเรือหางยาวที่ท่าเรือเจ้าฟ้า ใช้เวลาเดินทางเพียง 15 นาทีเท่านั้น จากนั้นต้องขึ้นบันไดไปชมถ้ำซึ่งภายในมีหินงอกหินย้อย และเคยพบโครงกระดูกมนุษย์จำนวนมากมาในบริเวณนี้ สันนิษฐานว่าอาจเป็นโครงกระดูกของกลุ่มคนที่อพยพมาตั้งหลักแหล่งแต่ล้มตายลงเนื่องจากอุทกภัยอย่างฉับพลัน ...

### อำเภอเขาพนม

น้ำตกห้วยโต ตั้งอยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานประมาณ 500 เมตร มีต้นกำเนิดจากเทือกเขาพนมเบญจา เป็นน้ำตกที่ตกจากหน้าผา มี 11 ชั้น แต่ละชั้นมีแอ่งน้ำใหญ่ น้ำใสสะอาด มีชื่อเรียกต่าง ๆ กัน เช่น วังเทวดา วังศก วังงาน ฯ ล ฯ ...

### อำเภออ่าวลึก

ธารโบกขรณี ตั้งอยู่บริเวณที่ทำการอุทยาน ฯ ธรรมชาติทั่วไปเป็นธารน้ำไหลลงมาขังแอ่งน้ำน้อยใหญ่ซึ่งอยู่ต่างระดับกัน รายรอบด้วยป่าไม้ร่มรื่น ด้านเหนือของธารโบกขรณี มีมณฑปพุทธบาทจำลองที่แกะสลักจากไม้ประดิมฐานอยู่ใกล้กับศาลาบูชาเจ้าพ่อโต๊ะขวน-โต๊ะซ่อง ... (แผ่นพับกระเบื้อง : 3-6)

1.2.3 เทศกาลงานประเพณี พบทั้งหมด 12 จังหวัด ไม่พบหัวข้อนี้ในแผ่นพับจังหวัดระนอง และพัทลุง ผู้เขียนนำเสนอเทศกาลงานประเพณีของแต่ละจังหวัดโดยเสนอแต่ละเทศกาลให้เห็นอย่างชัดเจนดังตัวอย่าง

### เทศกาลงานประเพณี

งานวันผลไม้หลังสวน จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีประมาณเดือนสิงหาคม กิจกรรมที่สำคัญคือ การประกวดผลไม้ ตลาดนัดผลไม้ ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ และมีการประกวดเทพีผลไม้ เป็นต้น

งานประเพณีแห่พระแข่งเรืออำเภอหลังสวน เป็นประเพณีเก่าแก่ของอำเภอหลังสวนซึ่งมีมานานกว่า 100 ปี จัดขึ้นในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 หรือประมาณเดือนตุลาคมของทุกปี มีกิจกรรมที่สำคัญ คือ การแห่เรือพระ ประกอบด้วยเรือพระจากวัดต่าง ๆ ที่ได้รับการตกแต่งอย่างสวยงาม และการแข่งขันเรือพายในแม่น้ำหลังสวน

งานเทศกาลพระเกียรติกรรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 19-25 ธันวาคม ของทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเทิดพระเกียรติ พลเรือเอกพระบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์หรือ “เสด็จเตี่ย” ของชาวชุมพรและพระบิดาของกองทัพ กิจกรรมที่สำคัญในงานประกอบด้วยนิทรรศการพระราชประวัติ การแสดงพื้นเมืองภาคใต้และการแสดงมหรสพ เป็นต้น

งานโลกทะเลชุมพร จัดขึ้นในระหว่างกลางเดือนมีนาคมถึงต้นเดือนเมษายน ของทุกปี ณ. บริเวณหาดทรายรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ จังหวัดชุมพร เพื่อกระจายรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นและเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติ กิจกรรมที่สำคัญในงานนี้คือ การแข่งขันตกปลา การประกวดภาพถ่าย แหล่งท่องเที่ยวการจัดนิทรรศการแหล่งท่องเที่ยวและการแข่งขันวิ่งมินิมาราธอน เป็นต้น (แผ่นพับชุมพร : 8)

1.2.4 กีฬาพื้นเมือง พบทั้งหมด 3 จังหวัด คือ แผ่นพับจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี โดยจะกล่าวถึงที่มาและลักษณะของกีฬาแต่ละอย่าง ดังตัวอย่างนี้

#### กีฬาพื้นเมือง

นกเขาชวา ( นกเขาลี ) นกเขาเป็นสัตว์ที่นิยมเลี้ยงกันมากทางภาคใต้ นกเขาที่มีชื่อเสียงมากที่สุดเพราะพันธุ์ได้จากฟาร์ม นกเขาที่อำเภอจะนะซึ่งอยู่ห่างจากหาดใหญ่ ตามเส้นทางหลวงหมายเลข 408 ประมาณ 40 กม. อำเภอจะนะเป็นอำเภอที่มีชื่อเสียง ในการเลี้ยงนกเขา เกือบทุกบ้านจะมีกรงนกพร้อมคันชัก การแข่งขันนกเขานิยมจัดเป็น ประจำทุกปี ระหว่างเดือนมกราคม-กรกฎาคม การตัดสินนกเขากรมการจะวัดจาก เสียงของนก โดยดูจากโทนเสียง น้ำเสียง จังหวะการขัน ความดัง และความต่อเนื่องในการขัน นกที่ชนะประกวดจะมีราคาสูงมาก ในปัจจุบันมีฟาร์มเพาะเลี้ยงนกเขาชวาเพื่อ จำหน่ายหลายแห่ง ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีของนักเลี้ยงนกเขาชวาในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย (แผ่นพับสงขลา : 8)

กีฬาชนโค เป็นกีฬาพื้นบ้านที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมมานานตั้งแต่สมัย พระยาเมือง สมัยศรีวิชัย หลังการเก็บเกี่ยวแต่ละหมู่บ้านจะนำโคมาชนกันเพื่อสมาน สามัคคี และเป็นงานรื่นเริง โดยการนำวัวตัวผู้ 2 ตัวมาชนกันในแต่ละรอบการต่อสู้กิน เวลาราวประมาณ 15-30 นาที ขึ้นอยู่กับความทรหดอดทนของวัวที่ฝึกมา ปัจจุบัน แต่ละอำเภอจะมีสนามชนโคของตนเอง จะจัดชนโคเดือนละครั้ง ในวันเสาร์หรือวัน อาทิตย์กำหนดการชนโคนี้มักมีการตกลงกันระหว่างสนามของอำเภอต่าง ๆ .... (แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 13)

กีฬาชนควาย มีลักษณะคล้ายกับกีฬาชนโค จะจัดขึ้นใน โอกาสที่มีงานมงคล หรือ เทศกาลต่าง ๆ เช่นตรุษสงกรานต์ และวันขึ้นปีใหม่ (แผ่นพับสุราษฎร์ : 11)

1.2.5 สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก พบทั้งหมด 11 จังหวัด ไม่พบหัวข้อนี้ในแผ่นพับ จังหวัดกระบี่ พัทลุง สตูล ลักษณะการให้ข้อมูลจะเขียนแยกสินค้าพื้นเมืองหรือของที่ระลึกแต่ละอย่างเพื่อช่วยให้อ่านง่ายและบอกรายละเอียดถึงที่มาหรือแหล่งผลิตของสินค้า ดังตัวอย่าง

#### สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก

ปัตตานีมีสินค้าพื้นเมืองที่น่าสนใจมากมาย เช่นปลาหมึกแห้ง น้ำบูดู ข้าวเกรียบปลา ลูกหยีกวน เครื่องทองเหลือง ผ้าปาเต๊ะ เป็นต้น

ปลาหมึกแห้ง ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดปัตตานีมาจากอำเภอปะนาเระ เป็นปลาหมึกตัวโต ชาวไส ธรรมชาติดี ไม่เค็มจัด

น้ำบูดู เป็นส่วนประกอบการทำข้าวขำ ซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองภาคใต้ น้ำบูดูจาก อำเภอสาขุนีถือว่าเป็นน้ำบูดูที่ดี อร่อยและเก็บไว้ได้นาน

ข้าวเกรียบปลา เป็นของพื้นเมืองที่ขึ้นชื่ออีกอย่างหนึ่งของอำเภอสาขุนี อร่อยไม่แพ้ ข้าวเกรียบกุ้งและไม้คาว

ลูกหยีกวน ของอำเภอยะรัง เป็นลูกหยีกวนชนิดไม่มีเมล็ด รสกลมกล่อม แปรรูป เป็นลูกหยีฉาบน้ำตาล ลูกหยีกวน ลูกหยีแก้ว ลูกหยีคลูกน้ำปลาหวาน

เครื่องทองเหลือง ประเภทถาดชนิดต่าง ๆ ที่มีการฉลุลาย ชันและภาชนะทองเหลืองแบบต่าง ๆ มีจำหน่ายบริเวณถนนปัตตานี

ผ้าปาเต๊ะ และผลิตภัณฑ์จากผ้าปาเต๊ะชนิดต่าง ๆ เช่นผ้าตัดเสื้อ ผ้าโสร่ง ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดหน้า ผ้ารองจาน มีจำหน่ายหน้าตลาดเทศบาล

ทรงนกเขาปัตตานี ทำจากไม้ไผ่หลายอย่างสวยงาม มีแบบให้เลือกมากมาย มีแหล่งผลิตอยู่ที่ตลาดปริกกี หมู่ที่ 3 ตำบลกระโศก อำเภอเมือง(แผ่นพับปัตตานี : 8)

1.2.6 สิ่งอำนวยความสะดวก พบทั้งหมด 10 จังหวัด ไม่พบหัวข้อนี้ในแผ่นพับจังหวัดกระบี่ สงขลา ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี สิ่งอำนวยความสะดวกที่น่าสนใจมี 3 ด้านคือ สถานที่พัก ร้านอาหาร และหมายเลขโทรศัพท์สำคัญ มีการให้รายละเอียดพอสมควร ดังตัวอย่าง

### สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดตรัง

(ราคาห้องพักในเอกสารนี้อาจเปลี่ยนแปลงได้ โปรดสอบถามจากโรงแรมก่อนเข้าพัก)

#### สถานที่พัก

อำเภอเมือง ( รหัสทางไกล 075 )

โกเต็ง 77-79 ถนนพระราม 6 โทร 2186222, 218148 จำนวน 56 ห้อง

ราคา 180-300 บาท

เอ็ม.พี. รีสอร์ท 184 ถนนตรัง-พัทลุง โทร 214230-45 โทรสาร 211177

สำโรงที่พักรุงเทพ ฯ โทร 251-4200-1, 251-2069-70 โทรสาร 253-9586 จำนวน 190 ห้อง ราคา 980-2,420 บาท

ควีนส์ 85-89 ถนนวิเศษกุล โทร 218229, 218522 จำนวน 148 ห้อง ราคา 260-550 บาท

#### ที่พักบนเกาะต่าง ๆ

กระดานรีสอร์ท บนเกาะกระดาน โทร 211391 จำนวน 43 ห้อง ราคา 600-800 บาท

เกาะมุก รีสอร์ท บนเกาะมุก โทร 214441 จำนวน 22 ห้อง ราคา 200-300 บาท

เกาะลิบง รีสอร์ท บนเกาะลิบง โทร 214676 จำนวน 27 ห้อง ราคา 250-500 บาท

#### ร้านอาหาร

กนกภัตตาคาร ถนนวิเศษกุล อำเภอเมือง โทร 211008-9 อาหารจีน

โกยาว ถนนวิเศษกุล อำเภอเมือง โทร 219733 อาหารพื้นเมือง

โกหลัน ถนนกันตัง โทร 222925 หมูย่างตรัง

แกงส้ม ถนนห้วยยอด อำเภอเมือง โทร 219383 อาหารปักษ์ใต้ ...

#### หมายเลขโทรศัพท์ที่สำคัญ (รหัสทางไกล 075)

สำนักงานจังหวัดตรัง โทร. 218516, 218960

สถานีตำรวจ โทร. 218019, 211311

โรงพยาบาลตรัง โทร. 211241-3, 218018

สถานีรถไฟ โทร. 218012, แผนกจองตั๋ว โทร. 213082

สถานีขนส่ง โทร. 215718

ไปรษณีย์โทรเลข โทร. 218521, 218361  
 บริษัทการบินไทย โทร. 218066, 219923  
 สนามบิน โทร. 210804  
 ท่าอากาศยานตรง โทร. 218224, 211150  
 หอการค้าจังหวัดตรง โทร. 210238, 225353  
 ประชาสัมพันธ์ โทร. 220232  
 ตรวจคนเข้าเมือง โทร. 251030  
 ตำรวจน้ำ โทร. 251130  
 สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว โทร. 215580 (แผ่นพับตรง : 10)

### 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำ

ดอนท้ายของแผ่นพับทุก ๆ จังหวัดจะบอกชื่อและที่อยู่ของผู้จัดทำสื่อแผ่นพับทั้งหน่วยงานผู้ผลิตจากส่วนกลาง และหน่วยงานในเขตพื้นที่ ที่รับผิดชอบในแต่ละจังหวัด ดังตัวอย่าง

#### จัดทำโดย

งานพัฒนาข่าวสาร  
 กองบริการท่องเที่ยว  
 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

#### การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สำนักงาน ททท. ภาคใต้ เขต 2

สนามหน้าเมือง ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

โทร. (075) 346515-6 โทรสาร (075) 346517

พื้นที่ความรับผิดชอบ : นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง

E-mail : tatnakon@nrt.cscoms.com (แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 17)

แผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้ง 14 จังหวัด นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจังหวัด  
 ในหัวข้อย่อยจำนวนไม่เท่ากัน และจัดเรียงลำดับหัวข้อย่อยแตกต่างกันไป แผ่นพับของ 2 จังหวัด  
 คือแผ่นพับจังหวัดตรง และจังหวัดนครศรีธรรมราช เริ่มต้นด้วยหัวข้อคำขวัญประจำเมืองและตาม  
 ด้วยประวัติเมือง แผ่นพับของจังหวัดกระบี่ พัทลุง สตูล นราธิวาส ชุมพร สงขลา ยะลา

สุราษฎร์ธานี ระนอง ภูเก็ต และปัตตานี รวม 11 จังหวัดไม่มีหัวข้อคำขวัญประจำเมือง แต่เริ่มต้นด้วยประวัติเมือง ส่วนแผ่นพับจังหวัดพังงา เริ่มต้นด้วยหัวข้ออาณาเขต และไม่มีหัวข้อคำขวัญประจำเมืองหรือหัวข้อประวัติเมือง

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แผ่นพับของทุกจังหวัดมีการจัดลำดับข้อมูลเหมือนกัน คือ เริ่มด้วยการเดินทาง ตามด้วยสถานที่ที่น่าสนใจ เทศกาลงานประเพณี กีฬาพื้นเมือง สินค้าพื้นเมือง และสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับหัวข้อกีฬาพื้นเมืองนั้นพบในแผ่นพับของ 3 จังหวัด คือ จังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำ ได้แก่หัวข้อชื่อและที่อยู่ของผู้จัดทำแผ่นพับจะเป็นอันดับสุดท้ายในแผ่นพับทั้ง 14 ฉบับ

## 2. กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ

การเสนอข่าวสารด้วยภาษาที่จูงใจเป็นส่วนสำคัญของการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่ไม่ใช่เป็นเพียงการถ่ายทอดข้อเท็จจริงเท่านั้น แต่เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความคล้อยตามหลังจากการอ่านสื่อแล้ว จากการศึกษาแผ่นพับของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าผู้เขียนใช้กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจหลาย ๆ วิธีดังนี้

### 2.1 การเปรียบเทียบ

การเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งให้เหมือนกับอีกสิ่งหนึ่ง ทำให้ผู้อ่านมีความคิดตาม (เกิดมโนภาพ) เกี่ยวเนื่องไปกับการอ่านได้อย่างชัดเจน โดยการเปรียบเทียบกับสิ่งต่างๆ ที่ผู้อ่านมีประสบการณ์หรือเคยรับรู้จากสิ่งนั้น ๆ มาก่อน หรือการเปรียบเทียบลักษณะธรรมชาติกับลักษณะของเครื่องใช้ หรือสิ่งแวดล้อมที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน การเปรียบเทียบที่ผู้เขียนใช้ในการเขียนแผ่นพับนี้มีหลายวิธีดังนี้

2.1.1 อุปมา คือ การเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งว่าเหมือนกับอีกสิ่งหนึ่ง (สุจริต เพียรชอบ, 2540: 88) และคำที่ใช้เป็นคำเชื่อมสิ่งที่เปรียบเทียบกันได้แก่คำว่า คล้าย เหมือน ราวกับ ดูจ ดังตัวอย่าง

ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและสัตว์ป่าเขาท่าเพชร...พระธาตุจึงถูกรื้อแล้วสร้างขึ้นใหม่  
เป็นทรงสูงเรียวลักษณะคล้ายดาเทียน (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 3)

เกาะวัวคาหลับ...ใกล้ที่ทำการอุทยานฯ มีถ้ำบัวโบกภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยรูปร่างสวยงามคล้ายบัวบาน (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี: 9)



วนอุทยานน้ำตกแพง...จะพบผาน้ำตกที่สูง 2-3 แห่งมีน้ำตกไหลลงมากระทบ  
โขดหินเบื้องล่างน้ำตกแตกกระจายเป็นฝอยสีขาวคล้ายสำลี (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 10)

น้ำตกธารเสด็จ...เมื่อเริ่มเข้าอ่าวธารเสด็จจะพบความงามของภูเขาโขดหินที่มีรูปร่าง  
แปลก ๆ และหาดทรายสีขาวดูสะอาดเงินยวง (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 10)

อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะเภตรา...เกาะเภตรามีลักษณะคล้ายเรือสำเภา  
(แผ่นพับสตูล : 5)

เกาะเขาใหญ่...จุดเด่นของเกาะเขาใหญ่ คือ ปฎิมากรรมธรรมชาติที่คล้ายปราสาท  
หิน (แผ่นพับสตูล : 6)

อ่าวกำปู...อยู่ระหว่างเกาะเขาใหญ่ และเกาะลิคี มีลักษณะคล้ายรูปเกือกม้า  
(แผ่นพับ สตูล : 6)

น้ำตกวังสายทอง...สายน้ำไหลลงมาตามชั้นของน้ำตกซึ่งลักษณะคล้ายดอกบัวบาน  
ลดหลั่นกันลงมาในแอ่งที่สวยงาม (แผ่นพับสตูล : 6)

หาดหยงหลิน-หาดสั้น...สุดชายหาดเป็นเขาสูงมีเว้งและโพรงถ้ำสามารถลอดออกไป  
ไปสู่หน้าผาริมทะเลที่มีโพรงถ้ำ และโขดหิน เหมือนป้อม โอบล้อมลานทรายไว้สวยงาม  
มาก (แผ่นพับตรัง : 4)

เกาะกระดาน...ชายหาดที่มีทรายขาวละเอียดเหมือนแป้งและน้ำใสจนมองเห็นแนว  
ปะการัง (แผ่นพับตรัง : 5)

เขาปิยะ...ภูเขาสูงนี้ภายในกลวงจนถึงยอดเขา มีลักษณะคล้ายกะทะคว่ำ  
(แผ่นพับตรัง : 7)

อ่าวนาง...บริเวณด้านหน้าของอ่าวนาง มีกลุ่มเกาะน้อยใหญ่ถึง 83 เกาะที่เป็น  
โขดหินรูปร่างแปลกประหลาด บ้างก็คล้ายรองเท้าบูท เรือสำเภา หัวนก และอื่น ๆ  
(แผ่นพับกระบี่ : 4)

ถ้าเพชร...บริเวณด้านหน้ามีพระพุทธรูปปูนประดิษฐานอยู่ และมีหินสะท้อนแสง  
ส่องประกายสวยงามราวกับเพชรตามผนังดำ (แผ่นพับกระบี่ : 7)

หมู่เกาะห้า...เกาะห้าใหญ่จะมีทุ่งหญ้าอยู่บนสันเกาะ เกาะมีรูปร่างคล้ายใบเรือ  
(แผ่นพับกระบี่ : 9)

เขาช้าง...จะเห็นภูเขาขนาดใหญ่รูปร่างคล้ายช้างหมอบ ชาวเมืองเรียกว่า เขาช้าง  
(แผ่นพับพังงา : 2)

เขาหมาจู...เป็นภูเขาหินมีลักษณะคล้ายรูปสุนัข เห็นส่วนหัว ลำตัวและหางเป็นพู่  
(แผ่นพับพังงา : 3)

น้ำตกชุมแสงหรือน้ำตกสายรุ้ง...น้ำจะไหลกระแทกกับโขดหินแล้วกระจายออกเป็น  
สายคล้ายสายรุ้ง (แผ่นพับระนอง : 6)

ถ้ำคนโท...มีลักษณะคล้ายผู้หญิงนั่งสมาธิ ใคร ๆ เรียกเธอว่าแม่นางมณฑา  
(แผ่นพับระนอง : 3)

น้ำตกโตนงาช้าง...มีสายน้ำตกแยกออกมาลักษณะคล้ายงาช้าง  
(แผ่นพับสงขลา : 6)

น้ำตกไร่เหนือ...ลักษณะของน้ำตกมีชั้นค่อยข้างสูงไหลลดหลั่นลงมาเป็นชั้น ๆ  
มองคล้ายผ้าพลิ้วตามสายลม (แผ่นพับสงขลา : 4)

นอกจากนี้ยังพบการเขียนเปรียบเทียบอุปมาผู้เขียนได้สรุปคำว่า “เหมือน” หรือ “คล้าย”  
แต่ผู้อ่านก็สามารถเข้าใจได้เช่นกันดังตัวอย่างต่อไปนี้

เกาะสิมิลัน...ทางด้านเหนือของเกาะมีก้อนหินขนาดใหญ่รูปร่างแปลกตาอยู่มาก  
เช่น หินรูปรองเท้าบู๊ท หรือ รูปเปิดโดมคัสคัก (แผ่นพับพังงา : 4)

ชายทะเลปากพนัง... ลักษณะของชายหาดปากพนังเป็นชายหาดยาวไปตามชายฝั่ง  
ทะเล มีแหลมตะลุมพุกเป็นแหลมทรายรูปจันทร์เสี้ยวยื่นเข้าไปในอ่าวไทย  
(แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 11)

2.1.2 อุปลักษณะ เป็นการเปรียบเทียบอีกวิธีหนึ่ง ต่างกับอุปมาตรงที่อุปลักษณะจะไม่กล่าว  
โดยตรง ใช้วิธีกล่าวเป็นนัยให้เข้าใจเอง (สุจริต เพียรชอบ , 2540 : 75) อาจใช้คำเชื่อมคำว่า  
“เป็น” จากการวิเคราะห์เอกสารพบการเขียนลักษณะนี้เพียงจังหวัดเดียว คือ

เกาะบุโหลน... ได้ชื่อว่าเป็นมุกใหม่แห่งอันดามัน (แผ่นพับสตูล : 6)

คำว่า เป็นมุกใหม่ แห่งอันดามัน เป็นอุปลักษณะเพื่อใช้เปรียบเทียบความงดงามของแหล่ง  
ท่องเที่ยวทางทะเลกับอัญมณีมีค่าที่เป็นผลผลิตจากท้องทะเลคือไข่มุกนั่นเอง และเป็นที่ทราบกัน  
โดยทั่วไปว่าไข่มุกแห่งอันดามันคือภูเก็ต ดังนั้นเกาะบุโหลนแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งอันดามัน  
แห่งใหม่ที่มีความงดงามไม่แพ้ภูเก็ตจึงเปรียบได้กับมุกใหม่แห่งอันดามัน

กลวิธีการเขียนโดยการเปรียบเทียบที่ใช้ในแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ  
งานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ การเปรียบเทียบแบบ  
อุปมาและอุปลักษณะ และที่ใช้มากที่สุด คือ การอุปมา คำเชื่อมที่ใช้ถ่ายทอดลักษณะการเปรียบเทียบ  
คือ คำว่า คล้าย เหมือน ราวกับ ดุจ และในแผ่นพับบางฉบับก็มีการเขียนลดรูปคำเชื่อมเหล่านั้น

## 2.2 การใช้จุดจับใจ

การใช้จุดจับใจเป็นหน่วยพื้นฐานสำคัญของข้อความที่จะจูงใจ ผู้ส่งสารจะใช้จุดจับใจ  
ในสารเพื่อให้การจูงใจได้ผลดียิ่งขึ้น การใช้จุดจับใจนี้มีหลายวิธีและจากการศึกษาแผ่นพับการ  
ท่องเที่ยวนี้ พบว่ามีการใช้จุดจับใจ 3 แบบด้วยกัน ดังนี้

### 2.2.1 จุดจับใจโดยใช้อารมณ์ (ภาษาเจืออารมณ์)

สารที่ใช้ภาษาเจืออารมณ์เป็นสารที่จูงใจได้มากกว่าสารที่ไม่ใช้ภาษาเจืออารมณ์อารมณ์  
การจูงใจโดยใช้อารมณ์หรือการใช้ภาษาเจืออารมณ์เป็นการบรรยายสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง  
โดยการใช้ภาษาที่แสดงให้เห็นถึงอารมณ์ผู้เขียนที่ต้องการถ่ายทอดไปยังผู้อ่านให้เกิดความรู้สึก  
คล้ายคลึงกัน ซึ่งได้แก่ การใช้ภาษาภาพพจน์ที่นอกเหนือไปจากการเปรียบเทียบแบบอุปมาและ  
อุปลักษณะ จากการวิเคราะห์เอกสารแผ่นพับ สามารถแยกลักษณะการใช้ภาษาเจืออารมณ์ได้ดังนี้

2.2.1.1 การเล่นเกม เป็นการเลือกใช้คำที่มีเสียงพยัญชนะ หรือสระเหมือนกันเพื่อให้เกิดภาพ เกิดความรู้สึก ตลอดจนความไพเราะของเสียงสัมผัส (วารุณี พลบูรณ์, 2542 : 15) ดังตัวอย่าง

อุทยานแห่งชาติเขานมเบญจา...มีสภาพป่าอุดมสมบูรณ์ ประกอบด้วย  
เทือกเขาสูงสลับซับซ้อน (แผ่นพับกระบี่ : 6)

ถ้าเขาฝั่ง...ผนังถ้าเป็นสีขาวมีประกายระยิบระยับดูงดงาม  
(แผ่นพับกระบี่ : 6)

ศาลาคูดวงจันทร์...เป็นเนินเขาโล่งกว้างไม่มีสิ่งใดกีดขวางทำให้สามารถเห็น  
การเคลื่อนไหวของดวงอาทิตย์ที่ค่อย ๆ เคลื่อนลับสาขาคาไป (แผ่นพับยะลา : 3)

หาดหินงาม...ชายหาดเต็มไปด้วยก้อนหินกลมเกลี้ยงมีสีส้มสวยงาม  
(แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 10)

การเล่นเกมโดยใช้เสียงสัมผัสพยัญชนะเหมือนกัน นอกจากให้ความไพเราะของเสียงสัมผัสพยัญชนะต้น แล้วยังช่วยให้ผู้อ่านเกิดจินตภาพของสิ่งที่กล่าวถึงได้ง่าย อีกด้วย

2.2.1.2 การใช้สมญานาม เป็นการใช้ชื่อที่ตั้งขึ้นใหม่เป็นการสื่อความหมายที่รับรู้กันเฉพาะในกลุ่มคนที่มีประสบการณ์หรือมีความสนใจร่วมกัน (วารุณี พลบูรณ์, 2542 : 13) พบการเขียนลักษณะนี้ในแผ่นพับของจังหวัดยะลา คือ

เมืองเบตง...ที่ตั้งของเมืองโอบล้อมด้วยทิวเขาสูงอากาศเย็นสบายทำให้  
สามารถปลูกดอกไม้ได้ตลอดทั้งปีจนได้ชื่อว่า เมืองในหมอกดอกไม้งาม  
(แผ่นพับยะลา : 4)

จากตัวอย่างนี้ทราบได้ว่าเมืองเบตงมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขาสูงทำให้มีอากาศที่เย็นจัดและมีหมอกสามารถปลูกดอกไม้ได้ตลอดทั้งปีจนได้รับสมญานามว่า เมืองในหมอกดอกไม้งาม

2.2.1.3 ปฏิพจน์ เป็นการใช้ถ้อยคำที่มีความหมายตรงกันข้ามกัน หรือขัดแย้งกันมากตัวอย่างกลมกลืนกัน (อวยพร พานิชและคณะ, 2543 : 287) ดังตัวอย่าง

เกาะเตใน...บนเกาะจะมีแหลมทรายขาวสะอาดยื่นออกมากลางทะเลหากมองลงไปใต้น้ำจะเห็นความสวยงามได้ท้องทะเลซึ่งเต็มไปด้วยฝูงปลาน้อยใหญ่ (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 10)

ธารโบกขรณี...สภาพทั่วไปเป็นธารน้ำธรรมชาติไหลลงมายังแอ่งน้ำน้อยใหญ่ ซึ่งอยู่ต่างระดับกันรายรอบด้วยป่าไม้ร่มรื่น (แผ่นพับกระบี่ : 6)

จากทั้งสองตัวอย่างนี้สังเกตได้ว่า คำว่า น้อย ในที่นี้มีได้หมายถึงปริมาณแต่หมายถึงขนาดของปลาและขนาดของแอ่งน้ำว่ามีทั้งขนาดเล็กและใหญ่ ดังนั้นเมื่อนำคำว่า น้อยใหญ่ มาขยายคำว่า แอ่งน้ำ ผู้อ่านสามารถนึกถึงภาพของแอ่งน้ำที่มีทั้ง ขนาดเล็กและขนาดใหญ่ หรือฝูงปลาซึ่งมีทั้งปลาดูเล็กและปลาดูใหญ่

2.2.1.4 อติพจน์ เป็นการกล่าวเกินจริง อาจมากเกินจริงหรืออาจน้อยเกินจริงเพื่อเน้นความรู้สึกและเกิดความซาบซึ้ง ดังตัวอย่าง

โลปะแปแระ...หาดทรายขาวละเอียดเป็นแนวยาวเหยียด ทางเหนือของอ่าวมีแหลมประกอบด้วยโขดหินสวยงาม (แผ่นพับพังงา : 8)

เกาะลิดี...มีหาดทรายขาวบริสุทธิ์ และมีเว้าอ่าวยื่นเข้าไปในตัวเกาะเป็นสระน้ำใสสะอาด (แผ่นพับสตูล : 6)

อ่าวเสน...เป็นชายหาดเล็กๆ ที่สวยมีโขดหินน้อยใหญ่หาดทรายขาวสะอาด (แผ่นพับภูเก็ต : 4)

หาดทรายรี...เป็นหาดทรายขาวและมีทรายสีขาวสะอาดตา (แผ่นพับชุมพร : 3)

หาดทุ่งวัวแล่น...เป็นชายหาดที่มีเม็ดทรายสีขาวนวลละเอียดลักษณะหาดก่อย ๆ ลาดเอียงลงทีละน้อย (แผ่นพับชุมพร : 6)

จะเห็นได้ว่าผู้เขียนต้องการให้ผู้อ่านมีจินตภาพความยาวของหาดทราย ซึ่งหาดทรายในแต่ละที่นั้นมีความยาวและความสวยงามที่แตกต่างกันไป ผู้เขียนจึงต้องพรรณนาให้ผู้อ่านเห็นความสวยงามของหาดทรายได้ในหลาย ๆ แบบ

จากตัวอย่างที่ยกมาข้างต้นนี้จะสังเกตได้ว่า ผู้เขียนจะใช้กลวิธีการใช้ภาษาภาพพจน์เพื่อให้ผู้อ่านเกิดมโนภาพตามโดย วิธีการเล่นเสียง การใช้ปฏิพจน์ การใช้ชื่อติพจน์ และการใช้สมัญนาม เพื่อเร้าอารมณ์ให้กับสารเพื่อให้เกิดการจูงใจ ช่วยให้ผู้่านสามารถนึกภาพตามได้อย่างชัดเจน

### 2.2.2 จุดจับใจโดยใช้ความกลัว

จุดจับใจโดยใช้ความกลัวคือการเขียนเพื่อการจูงใจโดยผู้เขียนใช้ความกลัวในระดับต่าง ๆ ให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจ และคล้อยตามในสิ่งที่ผู้ส่งสารประสงค์ ความกลัวในระดับต่ำจะมีผลในการจูงใจมากกว่าความกลัวในระดับสูง เพราะถ้ามีความกลัวมากเกินไปผู้รับสารอาจเกิดความกระวนกระวายใจ แทนที่จะสนใจในสารกลับสนใจในความกระวนกระวายของตนเอง (อรวรรณ ปิลาธน์โอวาท : 133) ดังตัวอย่างแผ่นพับต่อไปนี้

คลองมะละกา... ในอดีตคลองมะละกาได้ชื่อว่ามีกระเข้ที่ดุร้ายอาศัยอยู่ชุกชุมมาก  
(แผ่นพับสตุล : 3)

ปกติถ้าเอ่ยถึงกระเข้ก็เป็นที่น่ากลัวกับว่าเป็นสัตว์ที่ดุร้าย แต่ผู้เขียนก็ได้เน้นไว้อีกว่ามีกระเข้ที่ดุร้าย โดยบ่งบอกถึงลักษณะของกระเข้ และคำว่า ชุกชุม เป็นการบ่งบอกถึงจำนวนของกระเข้ เพื่อสร้างความกลัวให้ผู้อ่าน และกระตุ้นให้เกิดความสนใจอยากจะไปเที่ยวชมสถานที่แห่งนี้

อ่าวล้าน... ทิศเหนือของแหลมเป็นผาชันลึก น้ำลึก (แผ่นพับพังงา : 8)

จากกรณีนี้คำว่าผาชันลึก น้ำลึก เป็นการสร้างความกลัว ความหวาดเสียว ให้แก่ผู้อ่านหรือนักท่องเที่ยวที่ชอบความโลดโผน หรือการผจญภัยและยังเป็นสิ่งจูงใจที่ให้อ่านเกิดความอยากรู้อยากเห็นด้วยตัวเอง

### 2.2.3 จุดจับใจโดยใช้แรงจูงใจ

เนื้อหาที่สอดคล้องกับความสนใจของผู้อ่านหรือนักท่องเที่ยว เป็นแรงจูงใจที่จะนำพวกเขาเหล่านั้นมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ แต่มียังแรงจูงใจบางอย่างที่มนุษย์เรียนรู้เมื่อประสบการณ์ผ่านเข้ามาในชีวิตแรงจูงใจที่กล่าวถึงนี้ได้แก่ ความรักธรรมชาติ ความชื่นชอบการท่องเที่ยว

ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น แรงงูใจอย่างหนึ่ง อาจมีความหมายมากต่อคนหนึ่ง แต่ในขณะที่อีกคนหนึ่งอาจไม่รู้สึกระไรเลย จากเอกสารแผ่นพับ การท่องเที่ยวสามารถจัดกลุ่มของเนื้อหาที่เป็นแรงงูใจต่อผู้อ่านได้เป็นกลุ่ม ๆ ได้ดังนี้

2.2.3.1 เนื้อหาที่พรรณนาความงดงามของธรรมชาติ เป็นแรงงูใจของผู้ที่ชื่นชอบความงดงามของธรรมชาติ หรือกุุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เนื้อหาเหล่านี้ ได้แก่

สวนรุกขชาติเขาพุทธทอง...เป็นสถานที่รวบรวมพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ที่มีค่า  
ไว้มาก (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 4)

ถ้ำเลเขากอบ...เป็นความมหัศจรรย์ของธรรมชาติที่ทำให้เกิดธารน้ำไหล  
ตลอดถ้ำบนแผ่นดิน (แผ่นพับตรัง : 7)

เกาะสุรินทร์เหนือ และเกาะสุรินทร์ใต้...มีปะการังน้ำตื้นที่สวยงามมาก  
นอกจากนี้ยังมีพวงสาหร่ายทะเลต่างๆ ดอกไม้ทะเล กัลปังหา และฝูงปลาหลากชนิด  
(แผ่นพับพังงา : 5)

ถ้ำกระแซง...ลักษณะเด่นของถ้ำกระแซงคือมีธารน้ำไหลผ่านลอดถ้ำ  
ปากถ้ำเป็นโพรงขนาดใหญ่มองออกไปภายนอกเห็นป่าไม้ร่มรื่น และทิวทัศน์งดงาม  
(แผ่นพับยะลา : 3)

ถ้ำทะเล...จุดเด่นของถ้ำคือ ถ้ำหินปูนซึ่งทะเลลอดไปอีกด้านหนึ่งของภูเขา  
(แผ่นพับยะลา : 4)

น้ำตกบูเก๊ะปิโล (น้ำตกตะวันตก)...เป็นน้ำตกที่สวยงามแตกต่างจาก  
น้ำตกอื่นๆ เพราะเมื่อแสงแดดกระทบกับสายน้ำจะทำให้สีของหินใต้แอ่งน้ำ  
เป็นสีเหลืองสวยงาม (แผ่นพับยะลา : 4)

สวนสัตว์สงขลา...จุดเด่นที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดคือ จุดชมวิวซึ่ง  
สามารถมองเห็นทัศนียภาพของเมืองสงขลา (แผ่นพับสงขลา : 4)

ทะเลสาบสงขลา ... เป็นทะเลสาบธรรมชาติแห่งเดียวในประเทศไทย  
(แผ่นพับสงขลา : 4)

สะพานติณสูลานนท์ ... สะพานแห่งนี้กลายเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปเยี่ยมชมและรับประทานอาหารที่เกาะยอ (แผ่นพับสงขลา : 5)

อุทยานนกน้ำทะเลน้อย ... เป็นอุทยานนกน้ำที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย  
(แผ่นพับพัทลุง : 3)

จุดชมวิวกาบัง ... จะมีฝั่งหลวงมาทำรังนับเป็นร้อยรังบริเวณหน้าผา  
(แผ่นพับพัทลุง : 5)

อ่าวท้องหยี ... มีพื้นที่อยู่ในวงล้อมของเขาเพลา และเขากลางทำให้ชายหาดสงบเงียบและเป็นส่วนตัว (แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 9)

หาดทุ่งวัวแล่น ... มีแนวหาดหินใต้น้ำเป็นแหล่งดำน้ำตื้นที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัดชุมพร (แผ่นพับชุมพร : 6)

เกาะพิทักษ์ ... บริเวณแหลมตงมีธรรมชาติใต้ทะเลสวยงามมากเหมาะแก่การดำน้ำนอกจากนี้ยังมีเวียงอ่าวคูที่มีความสวยงามติดอันดับโลก  
(แผ่นพับกระบี่ : 5)

เกาะเตน ... เป็นเกาะที่ตั้งงามด้วยธรรมชาติอันเงียบสงบสิ่งที่น่าสนใจบนเกาะนี้คือไม่มีสุนัขอาศัยอยู่บนเกาะ (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 8)

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าหนองทุ่งทอง ... นกชนิดต่างๆ กว่า 70 ชนิด ซึ่งอพยพถิ่นอาศัยมาจากเขตหนาวช่วงที่มีนกกมากที่สุด ได้แก่เดือนตุลาคม - มีนาคม  
(แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 6)



สถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าจังหวัดพังงา ... มีการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าที่หายาก  
และใกล้จะสูญพันธุ์ (แผ่นพับพังงา : 3)

บ่ออนุบาลเต่าทองเรือภาค 3 ... นับเป็นแหล่งศึกษาเต่าทะเลที่สำคัญที่สุด  
ทางด้านชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย (แผ่นพับพังงา : 7)

2.2.3.2 เนื้อหาที่พรรณนาถึงสินค้าพื้นเมืองหรือของดีในท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นแรงจูงใจ  
สำหรับผู้ที่ชื่นชอบการแสวงหาสินค้าพื้นเมืองของท้องถิ่นต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นของที่ระลึกหรือ  
อาหารประเภทต่าง ๆ ดังตัวอย่างจากแผ่นพับต่อไปนี้

หมู่บ้านพุมเรียงและแหลมโพธิ์...ผ้าไหมพุมเรียงเป็นผ้าไหมยกดิน  
เงินหรือดินทองสวยงามเป็นสินค้าพื้นเมืองที่มีชื่อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี  
(แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 4)

บ้านโกลกหล้า...สินค้าที่มีชื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อกลับไปฝากคน  
ที่อยู่ทางบ้านได้ คือปลาหมึกตากแห้ง (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 11)

ไข่เค็มไชยา...เป็นไข่เค็มที่มีชื่อเสียงกล่าวขวัญกันทั่วไป  
(แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 11)

เงาะพันธุ์โรงเรียน ...เป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของจังหวัด  
สุราษฎร์ธานีและของประเทศ (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 12)

สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก ...สินค้าพื้นเมืองจำพวกขนมและ  
อาหารได้แก่หมวย่างสูตรเมืองตรัง เค้กดำกุรา (แผ่นพับตรัง : 8)

น้ำบูดู ...น้ำบูดูจากอำเภอสายบุรีถือว่าเป็นน้ำบูดูที่ดี อร่อยและเก็บไว้  
ได้นาน (แผ่นพับปัตตานี : 8)

เมืองหาดใหญ่ ...ย่านการค้าอยู่ในบริเวณใจกลางเมืองที่ท่านสามารถ  
เดินไปถึงได้อย่างสะดวกและท่านจะพบสินค้าแปลกๆ (แผ่นพับสงขลา : 5)

2.2.3.3 เนื้อหาที่พรรณนาถึงความงดงามของโบราณวัตถุหรือของเก่าหายากเป็นแรงจูง  
ใจสำหรับผู้ที่ชื่นชอบของเก๋าคงตัวอย่างจากแผ่นพับต่อไปนี้

ถ้าคนโท ...เป็นแหล่งที่ขุดพบพระพิมพ์ที่เก่าแก่มากมายโดยเฉพาะ  
พระพิมพ์อวลโลกิเตศวรแบบศรีวิชัย ซึ่งเป็นพระพิมพ์ที่มีลักษณะดีและเนื้อ  
สวยที่สุดในบรรดาที่ขุดพบทั้งหมด (แผ่นพับยะลา : 3)

2.2.3.4 เนื้อหาที่พรรณนาถึงวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นแรงจูงใจสำหรับ  
ผู้ที่สนใจในศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ดังตัวอย่างแผ่นพับต่อไปนี้

ถ้าศิลป์ ...จิตรกรรมนี้ได้รับการยกย่องว่ามีอายุเก่าแก่ที่สุดที่พบใน  
ประเทศไทย (แผ่นพับยะลา : 3)

เกาะลันตาใหญ่ ...ทุกวันเพ็ญเดือนหกและเดือนสิบเอ็ดจะมีพิธี  
ลอยเรือ ซึ่งเป็นประเพณีสำคัญของชาวเล (แผ่นพับกระบี่ : 9)

จะสังเกตได้ว่าผู้เขียนใช้กลวิธีการเขียนจูงใจให้เห็นความเป็นที่สูงสุดของแต่ละสถานที่  
ข้อความที่ใช้ได้แก่ ที่มีค่า ที่มีชื่อ สิ่งที่น่าสนใจที่สุด ที่มีชื่อเสียงมากที่สุด สำคัญที่สุด ลักษณะเด่น  
จุดเด่น ที่แตกต่างจากที่อื่น ๆ คิดอันดับโลก จุดเด่นที่ไม่ควรพลาด ท่านจะได้พบกับสินค้าแปลก ๆ  
ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เป็นต้น ข้อความหรือประ โยคเหล่านี้ผู้เขียนจะเลือกสรรแต่สิ่งที่เป็นที่สุด  
มานำเสนอ เพื่อสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้มากกว่าการเขียนเชิญชวนแบบ  
ธรรมดา เพราะผู้อ่านบางคนอาจจะสนใจเฉพาะสิ่งที่หายากที่สุดหรือสิ่งที่สวยที่สุด หรือบางคนอาจ  
จะสนใจเฉพาะของแปลก ๆ การเขียนลักษณะนี้จะเป็นการจูงใจผู้อ่านเหล่านี้ได้

### 2.3 การอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าว

การอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าวเป็นกลวิธีการจูงใจที่เกิดจากหลักฐานหรือแหล่งข่าวที่มี  
ชื่อเสียงและนำมาอ้างเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหา ในสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การ  
ท่องเที่ยวนี้ได้มีการอ้างหลักฐานแหล่งข่าวเช่นกันและสามารถแยกออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ เช่น

การอ้างหลักฐานทางประวัติศาสตร์ การอ้างหลักฐานทางโบราณคดี การอ้างหลักฐานทางตำนาน การอ้างอิงบุคคล การอ้างข้อมูลที่เป็นจริงดังตัวอย่างต่อไปนี้

2.3.1 การอ้างหลักฐานทางประวัติศาสตร์ คือ การนำเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต และมีหลักฐานยืนยันได้มากกล่าวอ้างเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือในการให้ข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติเมือง หรือการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ดังตัวอย่าง

ประวัติเมืองสุราษฎร์ธานี...มีหลักฐานปรากฏว่าเมืองนี้ได้ร่วมกับอาณาจักรศรีวิชัย เมื่ออาณาจักรนี้เสื่อมลงจึงแยกออกเป็นสามเมือง (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 2)

วัดหลง...สันนิษฐานว่าเจดีย์ของวัดนี้สร้างร่วมสมัยกับเจดีย์วัดพระบรมธาตุไชยา (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 4)

วัดถ้ำสิงขร...สันนิษฐานว่าสร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยาภายในวัดมีถ้ำขนาดใหญ่ (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 4)

พระพุทธไสยาสน์วัดคูหาภิมุข...สันนิษฐานว่าสร้างมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 1300 เป็นพระพุทธไสยาสน์สมัยศรีวิชัย (แผ่นพับยะลา : 3)

วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร...องค์พระเจดีย์เป็นโบราณสถานที่สร้างขึ้นตามแบบลัทธิมหายานตั้งแต่ครั้งอาณาจักรศรีวิชัยรุ่งเรือง (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 4)

ประวัติเมืองพัทลุง ...มีประวัติสันนิษฐานว่าพัทลุงเป็นเมืองที่สร้างขึ้นตั้งแต่สมัยศรีวิชัยตัวเมืองเดิมตั้งอยู่ที่เขาหัวแดง ผังตรงข้ามกับเมืองสงขลาในปัจจุบัน (แผ่นพับพัทลุง : 2)

พระวิหารสูง...สันนิษฐานว่าสร้างในสมัยพุทธศตวรรษที่ 23-24 หรือในสมัยอยุธยาตอนปลาย (แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 4)

วัดพระทอง (วัดพระผุด)...ประวัติความเป็นมาของพระผุด เมื่อคราวศึกพระเจ้า  
 ประดงยกพลมาตีเมืองถลาง พ.ศ. 2328 ทหารพม่าพยายามขุดพระผุดเพื่อนำกลับไปพม่า  
 แต่ขุดลงไปคราวใดก็มีฝูงแตนไล่ตอมจนต้องละความพยายาม (แผ่นพับภูเก็ต : 6)

วัดพระธาตุสวี...สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาจนกระทั่งปี พ.ศ. 2459  
 ได้มีการบูรณะครั้งใหญ่ (แผ่นพับชุมพร : 5)

ถ้ารับร่อ...กล่าวกันว่ามียิปรีคนหลายแห่งชุมทรัพย์อยู่ในจำนวน 2 แห่งคือ ถ้าด้านทาง  
 และถ้าตอนที่ลี้กเข้าไปอีกซึ่งมีพระพุทธรูปปางมารวิชัยคือพระปู่หลักเมืองสันนิษฐาน  
 ว่าสร้างในราวปี พ.ศ. 548 (แผ่นพับชุมพร : 6)

2.3.2 การอ้างบุคคล คือการนำชื่อหรือการกล่าวถึงบุคคลที่มีความสำคัญ หรือเคยประกอบ  
 คุณงามความดีในอดีต เป็นที่รู้จักและกล่าวขานของคนในสมัยนั้นมาจนถึงสมัยปัจจุบัน ดังตัวอย่าง

สวนโมกขพลาราม...ท่านพุทธทาสภิกขุเป็นผู้ริเริ่มสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2502  
 (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 4)

วัดรัตนารามหรือวัดแก้ว...กองโบราณคดีกรมศิลปากรได้ขุดแต่งบูรณะในปี พ.ศ.  
 2519-2522 (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 4)

อนุสาวรีย์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ... พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี  
 เป็นผู้นำต้นยางต้นแรกมาปลูกในจังหวัดตรังจนแพร่หลายไปทั่วภาคใต้  
 (แผ่นพับตรัง : 3)

ถ้าเสด็จ...ชาวบ้านตั้งชื่อให้เป็นมงคลนามเมื่อปี พ.ศ. 2452 ในคราวที่พระบาท  
 สมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวครั้งที่ทรงดำรงพระอิสริยยศเป็นสมเด็จพระบรม  
 โอรสาธิราชฯ ได้เสด็จพระราชดำเนินทอดพระเนตรอำเภอแห่งนี้ (แผ่นพับกระบี่ : 5)

วัดพะโคะ...เป็นวัดจำพรรษาของสมเด็จพระโคะหรือหลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเล  
จืดอันเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนทางภาคใต้และมีประวัติความเป็นมา  
(แผ่นพับสงขลา : 8)

สุสานเจ้าเมืองระนอง...เป็นสุสานแบบจีนฝั่งศพของพระยารัตนเศรษฐี (คอซู้เจียง)  
เจ้าเมืองระนองคนแรก (แผ่นพับระนอง : 3)

ศาลหลักเมือง...สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2494 สมัยพระยารัตนภักดีเป็นผู้ว่าราชการจังหวัด  
(แผ่นพับปัตตานี : 3)

วัดสวนป่า...ภายในโบสถ์มีจิตรกรรมแบบตะวันตกงดงามมาก เป็นผลงานของ  
แนบ ทิฆนพวงศ์ ผู้มีผลงานดีเด่นด้านศิลปะชาวนคร (แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 4)

จวนออกญาเสนาภิมุข...ออกญาเสนาภิมุขเป็นชื่อชาวญี่ปุ่นเดิมชื่อ ยามาดา  
นางามาซา อยู่ในกรุงศรีอยุธยาในรัชสมัยของพระเจ้าทรงธรรมในฐานะทหารอาสาศึก  
(แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 4)

ถ้าเขาเงิน...หน้าถ้ำมีเจดีย์พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรด  
เกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเมื่อครั้งเสด็จประพาสเมืองหลังสวน (แผ่นพับชุมพร : 5)

สะพานหิน...สร้างขึ้นเพื่อเป็นที่ระลึกแก่กัปตันเฮ็ดเวิร์ด ไซมส์ไมล์ ชาวออสเตรเลีย  
ผู้นำเรือซูดแร่ลำแรกมาใช้ซูดแร่ดีบุกในประเทศไทยเมื่อ พ.ศ. 2452 (แผ่นพับภูเก็ต : 3)

มัสยิดบ้านดาโต๊ะ...เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทางศาสนาซึ่งกรมศิลปากรได้ทำ  
การสำรวจและขึ้นทะเบียนโบราณสถานไว้แล้ว (แผ่นพับปัตตานี : 4)

2.3.1 การอ้างหลักฐานทางตำนาน คือการหยิบยกตำนาน หรือประวัติความเป็นมาของ  
สถานที่บางสถานที่มาอ้างอิง เพราะสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงบางแห่ง หรือประเพณีพื้นบ้านใน  
บางท้องถิ่น มีประวัติความเป็นมาหรือตำนานที่เล่าขานต่อ ๆ กันมาตั้งแต่อดีตกาลของท้องถิ่นนั้น ๆ  
เป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหาที่น่าสนใจ ดังตัวอย่าง

หินตาหินยาย...มีนิทานท้องถิ่นเล่าต่อๆ กันมาว่านานมาแล้วมีตายายคู่หนึ่ง  
ชื่อตาเครงกับยายเรียมเป็นชาวปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราชเดินทางโดยเรือใบเพื่อ  
จะไปส่งลูกสาวของตาม่องลายที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้กับลูกชาย ครั้นแล่นเรือมา  
ถึงบริเวณแหลมละไมเกิดพายุใหญ่ทำให้เรือล่ม ทั้งตาและยายเสียชีวิต คลื่นซัดขึ้นเกย  
หาดและกลายเป็นหินที่เห็นในปัจจุบันนี้ (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 8)

เกาะหนูเกาะแมว...มีนิทานเล่าว่า มีพ่อค้าชาวจีนผู้หนึ่งคุมเรือสำเภาดำเนินทางมา  
ค้าขายระหว่างจีนกับสงขลาเป็นประจำวันหนึ่งพ่อค้าผู้นี้ได้ซื้อหมากับแมวลงเรือไป  
เมืองจีนด้วย หมากับแมวอยู่บนเรือนาน ๆ เกิดความเบื่อหน่ายจึงปรึกษาวาฬที่จะกลับ  
บ้าน หมากับแมวได้ทราบว่พ่อค้ามีดวงแก้ววิเศษที่ทำให้ไม่จมน้ำ แมวจึงคิดอุบายให้  
หนูไปขโมยแก้ววิเศษของพ่อค้ามา และหนูขอหนีขึ้นฝั่งไปด้วย ทั้งสามว่ายน้ำหนีลงจาก  
เรือโดยที่หนูอมดวงแก้วเอาไว้ในปาก ขณะนั้นหนูนึกขึ้นได้ว่าถ้าถึงฝั่ง หมากับแมวคงจะ  
แย่งเอาดวงแก้วไปจึงคิดจะหนี ฝ่ายแมวซึ่งว่ายน้ำตามหลังมาก็คิดเช่นกัน จึงว่ายน้ำรีบไป  
หาหนู หนูตกใจว่ายน้ำหนีไม่ทันระว่างตัวดวงแก้ววิเศษที่อมไว้จึงตกลงจมหายไปใต้น้ำ  
หนูกับแมวต่างก็หมดแรงจมน้ำตาย กลายเป็นเกาะหนูเกาะแมวที่อ่าวหน้าเมือง ส่วน  
หมาตะเกียบตะกายว่ายน้ำไปจนถึงฝั่งและสิ้นใจตายด้วยความเหน็ดเหนื่อย...  
(แผ่นพับสงขลา : 3)

การละเล่นซัดต้ม...เป็นที่มาเกี่ยวกับประเพณีลากพระกล่าวคือ ในสมัยพุทธกาลเมื่อ  
พระพุทธเจ้าเสด็จจากการจำพรรษา ณ สวรรค์ชั้นดาวดึงส์ลงมายังโลกมนุษย์ซึ่งตรงกับ  
วันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 จะมีพุทธศาสนิกชนรอเข้าเฝ้าเพื่อถวายภัตตาหารแด่พระพุทธองค์  
แต่เนื่องจากพุทธศาสนิกชนมีจำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถถวายภัตตาหารได้อย่างใกล้ชิด  
จึงได้มีการนำใบไม้มาห่อหุ้มภัตตาหารซึ่งเรียกว่า ข้าวต้ม หรือ ต้ม และพยายามโยน  
ต้มเหล่านั้นให้ลงบาตร แต่การโยนทำให้ต้มพลาดไปถูกพุทธศาสนิกชนด้วยตนเอง  
ต่อมาจึงกลายเป็นการละเล่นซัดต้ม ... (แผ่นพับพัทลุง : 5)

หมู่บ้านรูสะมิแล...รูสะมิแล แปลว่าสนแก้คันตามตำนานกล่าวว่าสนแก้คันนี้เป็น  
เรือสำเภากลุ่มก้อนหนึ่งวนมาแก้ลำเพื่อตามพี่ชายกลับเมืองจีน เมื่อขาดการดูแลเรือได้  
จมลงเหลือแต่เสากระโดงซึ่งทำด้วยต้นสนแก้คัน (แผ่นพับปัตตานี : 3)

สุสานเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว...มีตำนานเล่าว่าลิ้มกอเหนี่ยวได้ลงเรือสำเภามาตามที่ชายชื้อลิ้มโต๊ะเคี่ยมซึ่งมาแต่งงานกับธิดาพระยาตานี และได้เปลี่ยนมานับถือศาสนาอิสลาม กลับไปประเทศจีนไม่สำเร็จ จึงได้ผูกคอตายที่ต้นมะม่วงหิมพานต์ ลิ้มโต๊ะเคี่ยมจึงได้ฝังศพลิ้มกอเหนี่ยวไว้ที่นี่... (แผ่นพับปัตตานี : 4)

พระพุทธสิหิงค์...เป็นพระพุทธรูปที่สำคัญตามตำนานกล่าวว่า พระมหากษัตริย์ลังกาโปรดให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 700 และมาอยู่ประเทศไทยในสมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราช ปัจจุบันพระพุทธสิหิงค์มีอยู่ในประเทศไทย 3 องค์ คือที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร วัดพระสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ และที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ... (แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 3)

วัดถ้ำทองพรรณรา...ตามตำนานเล่าว่ามี ชีปริง และชีปราง นำสัมภาระและผู้คนเดินทางมาทางทะเลเพื่อนำแก้วแหวนเงินทองไปสร้างพระบรมธาตุ เมื่อมาถึงอุ้งเรือ (ปัจจุบันคือบ้านปากบารา) ได้ทราบว่พระบรมธาตุได้สร้างเสร็จแล้วจึงได้ขึ้นบกหาสถานที่ที่เหมาะสม คือถ้ำทอง แล้วได้สร้างพระพุทธไสยาสน์ในถ้ำดังกล่าว และนำแก้วแหวนเงินทอง บรรจุไว้ในองค์พระพุทธไสยาสน์นั้นด้วย... (แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 8)

ประวัติเมืองชุมพร... มีผู้สันนิษฐานว่าน่าจะมาจากคำว่า "ชุมนุมนพล" เนื่องจากเป็นเมืองหน้าด่าน การเดินทัพไม่ว่าจะมาจากฝ่ายเหนือหรือว่าฝ่ายใต้ ล้วนเข้ามาตั้งค่ายชุมนุมนพลกันที่นี่ จึงเรียกจุดนี้ว่า ชุมนุมนพล ต่อมาเพี้ยนเป็นชุมพร แต่อีกทางหนึ่งสันนิษฐานว่า น่าจะได้มาจากพันธุ์ไม้ธรรมชาติในท้องถิ่น ได้แก่ ต้นมะเดื่อชุมพร เพราะที่ตั้งของเมืองชุมพรนั้นอยู่บนฝั่งแม่น้ำท่าตะเภา มีต้นมะเดื่อชุมพรขึ้นอยู่มากมาย จึงเป็นสัญลักษณ์ส่วนหนึ่งของตราประจำจังหวัดชุมพร (แผ่นพับชุมพร : 2)

2.3.4 การอ้างหลักฐานทางโบราณคดี ในการนำเสนอข้อมูลด้านประวัติเมือง นอกเหนือจากการอ้างประวัติศาสตร์ในสมัยโบราณแล้ว หลักฐานทาง โบราณคดีที่ได้ทำการค้นพบ ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีความน่าสนใจและเพิ่มความน่าเชื่อถือของสถานที่นั้น ๆ ได้ ดังเห็น ได้จากตัวอย่าง

ประวัติจังหวัดกระบี่...จากหลักฐานทางโบราณคดีสันนิษฐานได้ว่า บริเวณเมืองกระบี่เคยเป็นชุมชนโบราณที่เก่าแก่มาแห่งหนึ่งในประเทศไทย (แผ่นพับกระบี่ : 2)

เขานานน้ำ...เคยพบโครงกระดูกมนุษย์จำนวนมากบริเวณนี้ สันนิษฐานว่าอาจจะ เป็นโครงกระดูกของกลุ่มคนที่อพยพมาตั้งหลักแหล่งแต่ล้มตายลงเนื่องจากเกิดอุทกภัย อย่างฉับพลัน (แผ่นพับกระบี่ : 3)

ถ้าหวัะ โหลกหรือถ้ำใหญ่มาก...มีการขุดพบเศษภาชนะดินเผาสมัยก่อนประวัติศาสตร์จำนวนมากเป็นลายทับเข็อกมีลักษณะหนาและเนื้อหยาบกว่าที่เคยพบในแหล่งอื่น ๆ (แผ่นพับกระบี่ : 7)

2.3.5 การอ้างชื่อเท็จจริง หมายถึงการอ้างข้อมูลทางสถิติ หรือการอ้างข้อมูลที่ได้การยอมรับจากคนส่วนมาก แต่จากการศึกษาแผ่นพับ ไม่พบลักษณะการอ้างอิงข้อมูลทางสถิติ แต่พบการอ้างอิงข้อมูล โดยการ ใช้รางวัลที่เครื่องชี้วัดมาตรฐานที่ยอมรับกันอย่างเป็นทางการ และการอ้างข้อมูลที่เชื่อถือได้เป็นที่รู้จักและยอมรับของคนทั่วไป เช่นจากแผ่นพับต่อไปนี้

ประวัติเมืองชุมพร...ข้อสันนิษฐานอีกทางหนึ่งว่าน่าจะมาจากชื่อพันธุ์ไม้ธรรมชาติ ในท้องถิ่นได้แก่ ต้นมะเดื่อชุมพรเพราะที่ตั้งเมืองชุมพรนั้นอยู่บนฝั่งแม่น้ำท่าตะเภาที่มีต้นมะเดื่อชุมพรขึ้นอยู่มากมาย (แผ่นพับชุมพร : 2)

อุทยานแห่งชาติเขาหลวง ...อุทยานแห่งนี้ได้รับรางวัลยอดเยี่ยม (ไทยแลนด์ทัวร์ริสซึมอวอร์ด) ประจำปี 2541 รางวัลยอดเยี่ยมประเภทแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 6)

การใช้ภาษาในการเขียนอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าว จะใช้คำว่า มีหลักฐานปรากฏว่า สันนิษฐานว่า หรือ ตามตำนานกล่าวว่า ถ้าเหล่านี้ผู้เขียนใช้เพื่ออ้างถึงแหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อให้ผู้อ่านเชื่อว่าสิ่งที่ผู้เขียนอ้างอิงนี้มีแหล่งที่มาจริง ๆ หรือเพื่อแสดงให้ผู้อ่านได้ทราบถึงที่มาของสถานที่ ซึ่งแต่ละสถานที่มีความเป็นมาหรือเป็นตำนานกล่าวขานของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ การอ้างชื่อของบุคคลในอดีตที่มีความสำคัญหรือมีคุณงามความดี เป็นที่รู้จักและยกย่องของคนในท้องถิ่นหรือคนทั่วไป ก็สามารถดึงใจและให้ความมั่นใจให้แก่ผู้อ่านด้วยเช่นกัน



## 2.4 การใช้กลุ่มชน

การใช้กลุ่มชนหรือการอ้างถึงคนส่วนใหญ่ การแสดงความเป็นพวกเดียวกันหรือเป็นกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นกลุ่มเดียวกัน มีความเชื่อและมีความคิดแบบเดียวกันกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งตามที่ผู้เขียนเสนอ จากการวิเคราะห์เอกสารแผ่นพับ สามารถแบ่งกลุ่มชนที่ผู้เขียนได้กล่าวถึงในเอกสารแผ่นพับ ออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

2.4.1 กลุ่มชนที่เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเป็นพิเศษในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งเห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

หอยนางรม...เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในหมู่นักบริโภคว่าเป็นอาหารทะเลที่รสชาติขึ้นชื่อ (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 12)

แสดงให้เห็นถึงกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในการแสวงหาของบริโภค โดยเฉพาะผู้ที่ชื่นชอบการบริโภคหอยนางรม

ฝายชลประทานคุสน... มีดีสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบปีนป่ายขึ้นไปเพื่อชมความงามของทัศนียภาพบนภูเขา (แผ่นพับสตูล : 7) บ่งบอกถึงกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการผจญภัยเช่นการปีนเขา

พิพิธภัณฑสถานวัดคลองท่อม...นับเป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวทั้งหลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักสะสมของเก่า (แผ่นพับกระบี่ : 8) บ่งบอกถึงกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการสะสมของเก่าหายาก

พิพิธภัณฑสถานศึกษาเกี่ยวกับภาคใต้... โบราณวัตถุเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของชนชาติต่าง ๆ เหมาะสำหรับผู้สนใจวัฒนธรรมประเพณี (แผ่นพับปัตตานี : 3) แสดงให้เห็นถึงกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในเรื่องวัฒนธรรมต่าง ๆ เป็นพิเศษ

วัดหาคใหญ่ใน...เป็นวัดที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมไปนมัสการพระนอน (แผ่นพับสงขลา : 6) แสดงให้เห็นถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

วัดคงคาเลียบ...เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่พุทธศาสนิกชนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเคารพและนิยมไปนมัสการเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตัวเอง  
(แผ่นพับสงขลา : 6) แสดงให้เห็นถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

เกาะเขาใหญ่...มีสถานที่เพาะพันธุ์ปลาตั้งอยู่ใกล้เกาะเขาใหญ่ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมแวะไปชมกันมาก (แผ่นพับสตูล : 6) บ่งบอกถึงนักท่องเที่ยวทั่วไป

2.4.2 กลุ่มชนในพื้นที่ เป็นกลุ่มชนที่มีภูมิปัญญาหรือตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่ในจังหวัดนั้น ๆ มาเป็นเวลานาน มีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ ถิ่นอาศัยของตนเป็นอย่างดี เช่น จากแผ่นพับต่อไปนี้

คฤหาศ์ถ้ำเค็ม...ชาวบ้านส่วนใหญ่เรียกคฤหาศ์หลังนี้ว่า"ศาลากลางเก่า"เป็นสถาปัตยกรรมแบบมูสลิม (แผ่นพับสตูล : 2)

เกาะสิเป๊ะหรือเกาะหลีเป๊ะ ...ในเดือนหกและเดือนสิบสอง ขึ้นสิบสามถึงสิบห้าค่ำตลอดสามวันสามคืนชาวบ้านที่มีเชื้อสายชาวเลจะมารวมกันที่เกาะหลีเป๊ะเพื่อจัดงานรื่นเริงร่วมกัน (แผ่นพับสตูล : 4)

เกาะลิบง...ประชาชนบนเกาะส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม  
(แผ่นพับตรัง : 4)

น้ำตกเจ้าพะ...เป็นที่อาศัยของเงาะป่าหรือชนเผ่าชาไก (แผ่นพับตรัง : 6)

หมู่บ้านชาวเล...มีรูปแกะสลักด้วยท่อนไม้คล้ายเทวรูปอินเดียนแดงถือเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชาวเลในวันขึ้นสิบห้าค่ำเดือนเมษายนของทุกปี ชาวเลจะมาชุมนุมเพื่อไหว้ผีที่ตนเคารพนับถือ (แผ่นพับกระบี่ : 5)

วัดหาดส้มแป้น...เป็นที่ตั้งของศาลาประดิษฐานรูปเหมือนหลวงพ่อก๊าดซึ่งเป็นที่ประภิกษุที่ประชาชนในภาคใต้ให้ความเคารพนับถือมาก (แผ่นพับระนอง : 3)

ถ้ำทะลุ...มีศาลประดิษฐานรูปปั้นเจ้าแม่กวนอิม อันเป็นที่เคารพสักการะของชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดยะลา (แผ่นพับยะลา : 4)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มชนในสื่อแผ่นพับที่ผู้เขียนได้นำเสนอนั้นมี 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะเรื่องเฉพาะอย่าง เช่น นักท่องเที่ยวที่สนใจเฉพาะเรื่องโบราณสถาน โบราณวัตถุ สนใจเฉพาะเรื่องค่าน้ำ อาจจะเป็นการค่าน้ำเพื่อเก็บขยะใต้ท้องทะเล ค่าน้ำชมซากเรือโบราณ การอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติ สนใจเฉพาะการเดินทางไปศึกษาพันธุ์ไม้หายาก เป็นต้น สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนเปลี่ยนบรรยากาศหรือมากับบริษัทนำเที่ยวโดยมีการกำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวมาก่อนล่วงหน้า เป็นต้น 2) กลุ่มคนในพื้นที่ แบ่งออกเป็นกลุ่มคนในพื้นที่ทั่วไปหรือที่เรียกว่าชาวบ้าน ซึ่งก็มีทั้งชาวไทยเชื้อสายจีน ชาวมุสลิม ซึ่งอาศัยกระจายอยู่ตามที่ต่าง ๆ และกลุ่มคนในพื้นที่เฉพาะคืออาศัยอยู่ในพื้นที่เฉพาะไม่ได้อาศัยอยู่ทั่วไป และมีวัฒนธรรม ประเพณีที่แตกต่างไปจากกลุ่มชนแรก ซึ่งกลุ่มชนที่กล่าวถึงนี้ได้แก่ ชาวเล ชนเผ่าชาไก เป็นต้น

นอกจากนี้หากพิจารณาในด้านการใช้ภาษาเห็นได้ว่า กลุ่มชนที่ผู้เขียนได้อ้างถึง สามารถแบ่งลักษณะออกมาให้เห็นได้อย่างชัดเจนขึ้นอีก โดยการใช้ภาษาที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มชนเดียวกัน หรือการแสดงให้เห็นถึงความเป็นพวกเดียวกัน คือ ผู้อ่านรู้สึกได้ทันทีว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่ ผู้เขียนกล่าวถึง เพราะตนมีความคิดและความเชื่อไปในแนวเดียวกันกับกลุ่มนั้น ๆ โครงสร้างทางภาษาที่พบ คือ การใช้คำพูดที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มเฉพาะ เช่น หมูนักบริโภค หมายถึง กลุ่มคนที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารหรือชอบที่จะแสวงหาอาหารแปลก ๆ หรืออาหารประจำท้องถิ่นต่าง ๆ มารับประทาน นักสะสมของเก่า หมายถึง ผู้ที่สนใจหรือนักอนุรักษ์ของเก่าที่ชอบการสะสมของโบราณของเก่าหายาก ผู้สนใจวัฒนธรรม ประเพณี คือ ผู้ที่ชื่นชอบในวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่แตกต่างกันออกไป นักท่องเที่ยวที่ชอบปีนป่า หมายถึง ผู้ที่ชื่นชอบการปีนเขา หรือไต่หน้าผาและอาจรวมไปถึงผู้ที่ชอบการผจญภัยหรือนักนิยมไพรด้วยก็ได้ นอกจากนี้ยังมีคำที่บ่งบอกถึงลักษณะของกลุ่มชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่มีวัฒนธรรมประเพณีเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างจากประชาชนทั่วไป เช่น ชาวบ้าน หมายถึง กลุ่มคนในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง ชาวเล หมายถึง ชนกลุ่มน้อยแถบฝั่งทะเลตะวันตกบริเวณภาคใต้ ที่มีชีวิตความเป็นอยู่และอาชีพเกี่ยวข้องกับทะเล มีความเชื่อเรื่องวิญญาณของบรรพบุรุษ มีวัฒนธรรมและประเพณีเฉพาะของคน ชนเผ่าชาไก หมายถึง ชาวป่าเผ่าหนึ่งหรือที่รู้จักกันทั่วไปว่า ชาวเงาะ รูปร่างดำเตี้ย ตัวดำผมหก อาศัยอยู่ตามป่าเขาในแถบจังหวัดตรัง สตูล ยะลา นราธิวาส ชาวไทยมุสลิมส่วนใหญ่จะเรียกชาวเงาะนี้ว่าชาแถ แต่ชาวไทยพุทธเรียกเพี้ยนเป็นชาไก ชาวไทยเชื้อสายจีน หมายถึงคนไทยที่มีบรรพบุรุษเป็นชนชาติจีน ประชาชนภาคใต้ หมายถึงกลุ่มคนที่มีภูมิลำเนาและอาศัยอยู่ทางภาคใต้ เป็นต้น การจงใจโดยใช้กลุ่มชนทำให้ผู้อ่านที่มีลักษณะตรงกับกลุ่มชนหรือมีความสนใจในกลุ่มชนนั้นอยากไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ ตาม

รสนิยม หรือตามความชื่นชอบของกลุ่มที่คิดว่าเหมาะสมกับตน

## 2.5 การเสนอความคิดเห็น

การเสนอความคิดเห็นนี้ถ้าไม่มีหลักฐานสนับสนุนก็จะไม่สามารถจูงใจได้ดี (Stewart and Kowler , 1991 : 149-151) ลักษณะ โครงสร้างทางภาษาที่พบในการเขียนแบบนี้คือ การใช้คำว่า **ควร** เหมาะ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ฟาร์มหอยนางรม...ผู้ประสงค์จะเดินทางไปชมสามารถเช่าเรือหางยาวขนาดบรรจุ 10 คน และ ควรไปในตอนเช้าหรือช่วงที่น้ำลงเพราะสามารถเห็นหอยนางรมได้ชัดเจน (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 3)

จากประโยคนี้จะเห็นว่าผู้เขียนจะใช้คำว่า “ควร” เป็นการเสนอความคิดเห็น และใช้คำว่า “เพราะ” พร้อมทั้งให้เหตุผลสนับสนุนความคิดเห็นที่เสนอไป

ท่าเรือเฟอร์รี่...บริเวณท่าเรือเป็นเนินเขาเตี้ยๆ เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 3) ข้อความว่าบริเวณท่าเรือเป็นเนินเขาเตี้ย ๆ เป็นการสนับสนุนการเสนอความคิดเห็นว่าเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ

สวนโมกขพลาราม...รอบบริเวณร่มรื่นเหมาะสำหรับเป็นที่ฝึกอบรมจิตใจ และ ศึกษาพุทธศาสนา (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 4) ข้อความว่า บริเวณร่มรื่น เป็นการสนับสนุน การเสนอความคิดเห็นที่ว่าเหมาะสำหรับเป็นที่ฝึกอบรมจิตใจและศึกษาพุทธศาสนา

น้ำตกสิบเอ็ดชั้น...ชั้นล่างสุดของน้ำตกจะมีแอ่งน้ำสำหรับลงเล่นน้ำได้ (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 5) มีแอ่งน้ำเป็นการสนับสนุนการเสนอความคิดเห็นที่ว่า สำหรับลงเล่นน้ำได้

น้ำตกธารทิพย์...ซึ่งยังคงเป็นป่าที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การพักผ่อน (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 6) เป็นป่าที่อุดมสมบูรณ์ เป็นการสนับสนุนการเสนอความคิดเห็นที่ว่าเหมาะแก่การพักผ่อน

เกาะสมุย...ฤดูร้อนตั้งแต่เดือนมกราคม - พฤษภาคม เป็นช่วงคลื่นลมสงบเหมาะแก่การท่องเที่ยว (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 6) เป็นช่วงคลื่นลมสงบ เป็นการสนับสนุนการเสนอความคิดเห็นที่ว่าเหมาะแก่การท่องเที่ยว

เกาะลิดี...มีเวียงอ่าวขึ้นเข้าไปในตัวเกาะเป็นสระน้ำใสสะอาดเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบเล่นน้ำทะเล (แผ่นพับสตูล : 6) น้ำใสสะอาด เป็นการสนับสนุนการเสนอความคิดเห็นที่ว่า เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบเล่นน้ำทะเล

น้ำตกวังสายทอง...บริเวณน้ำตกมีต้นไม้ใหญ่ร่มรื่นเหมาะแก่การพักผ่อน (แผ่นพับสตูล : 6) มีต้นไม้ใหญ่ร่มรื่นเป็นการสนับสนุนการเสนอความคิดเห็นที่ว่าเหมาะแก่การพักผ่อน

อุทยานนกน้ำคลองตำจาน...ช่วงที่มีนกมากคือระหว่างเดือนมกราคม - มีนาคม เป็นสถานที่สงบเงียบเหมาะแก่การพักผ่อน (แผ่นพับตรัง : 3) เป็นสถานที่สงบเงียบ เป็นการสนับสนุนการเสนอความคิดเห็นว่า เหมาะแก่การพักผ่อน

แหลมปะการัง...มีทิวสนเป็นแนวร่มรื่นเหมาะสำหรับตั้งแคมป์พักผ่อนหย่อนใจ (แผ่นพับพังงา : 6) มีทิวสนเป็นแนวร่มรื่นเป็นการสนับสนุนการเสนอความคิดเห็นที่ว่าเหมาะสำหรับตั้งแคมป์พักผ่อนหย่อนใจ

น้ำตกโดนไพร...การเดินทางไปชมน้ำตกโดนไพรควรเดินทางไปชมในฤดูแล้ง เพราะสะดวกในการเดินทาง (แผ่นพับตรัง : 7)

ควรเดินทางไปชมในฤดูแล้ง เป็นการ เสนอความคิดเห็นเพราะสะดวกในการเดินทาง เป็นการสนับสนุนการเสนอความคิดเห็น

น้ำตกปุณณบาล...มีน้ำตกไหลจากที่สูงประมาณ 20 เมตรอยู่ริมถนนหลวงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวแวะพักผ่อนมีบริเวณที่จอดรถ (แผ่นพับระนอง : 3) มีบริเวณที่จอดรถเป็นการสนับสนุนความคิดเห็นที่ว่า เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวแวะพักผ่อน

ถ้าพระขงค้...การเที่ยวชมควรเตรียมเทียนไขหรือไฟฉายติดตัวไปด้วย  
บรรยากาศภายในถ้ำค่อนข้างอับชื้น (แผ่นพับระนอง : 5) ควรเตรียมเทียนไขหรือไฟ  
ฉายติดตัวไปด้วยเป็นการเสนอความคิดเห็นและบรรยากาศภายในถ้ำค่อนข้างอับชื้นเป็น  
การสนับสนุนการเสนอความคิดเห็น

เมืองหาดใหญ่...ท่านอาจจะเดินชมสินค้าต่าง ๆ อย่างเพลิดเพลิน โดยตั้งต้นจาก  
จุดหนึ่งในย่านใจกลางเมืองซึ่งย่านการค้าเหล่านี้ท่านสามารถเดินไปได้อย่างสะดวก  
(แผ่นพับสงขลา : 5) ท่านอาจจะเดินชมสินค้าต่างๆ เป็นการเสนอความคิดเห็นซึ่ง  
ย่านการค้าเหล่านี้ท่านสามารถเดินไปได้อย่างสะดวก เป็นการสนับสนุนการเสนอ  
ความคิดเห็น

หาดสะกอม...หาดทรายขาวสวยงามเป็นสถานที่เหมาะสำหรับการพักผ่อนตั้ง  
แคมป์ (แผ่นพับสงขลา : 6) หาดทรายขาวสวยงาม เป็นการสนับสนุนความคิดเห็น  
ที่ว่าเหมาะสำหรับการพักผ่อนตั้งแคมป์

น้ำตกตะโหนด...มีแอ่งน้ำสามารถเล่นน้ำได้ มีลานกว้างสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ  
(แผ่นพับพัทลุง : 4) มีแอ่งน้ำ, มีลานกว้าง เป็นการสนับสนุนความคิดเห็นที่ว่า  
สามารถเล่นน้ำได้ สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ

คลองหุแระ...น้ำใสสะอาดพื้นคลองเป็นทรายและมีโชคหินบริเวณน้ำลึกเหมาะแก่  
การพักผ่อนลงเล่นน้ำ (แผ่นพับพัทลุง : 5) เหมาะแก่การพักผ่อนลงเล่นน้ำ เป็นการ  
เสนอความคิดเห็นน้ำใสสะอาดพื้นคลองเป็นทรายเป็นการสนับสนุนการเสนอความ  
คิดเห็น

แหลมดาฮี...เป็นป่าสนทะเลหาดทรายขาวสะอาดเหมาะสำหรับตากอากาศและเล่น  
น้ำทะเล (แผ่นพับปัตตานี : 4) เป็นป่าสนทะเลหาดทรายขาวสะอาดเป็นการสนับสนุน  
ความคิดเห็นว่า เหมาะสำหรับตากอากาศและเล่นน้ำทะเล

หาดในหาน...ในช่วงมรสุมระหว่างเดือนพฤษภาคม-ตุลาคมคลื่นจะแรงมากไม่  
ควรลงเล่นน้ำ (แผ่นพับภูเก็ต : 4)

อ่าวกะตะ...มีหาดทรายและชายหาดที่สวยงามเหมาะแก่การเล่นน้ำ และเป็นที่พัก  
 ดำน้ำเนื่องจากมีแนวปะการังติดต่อกันไป (แผ่นพับภูเก็ต : 4) มีหาดทรายและชาย  
 หาดที่สวยงาม เป็นการสนับสนุนความคิดเห็นที่เสนอว่าเหมาะแก่การเล่นน้ำ และเป็นที่พัก  
 ฝึกดำน้ำก็เป็นการสนับสนุนความคิดเห็นที่ว่าเนื่องจากมีแนวปะการังติดต่อกันไป

น้ำตกโดนไทร...เป็นน้ำตกขนาดเล็ก น้ำจะไหลแรงช่วงฤดูฝน มีต้นไม้ใหญ่น้อย  
 เหมาะแก่การพักผ่อน (แผ่นพับภูเก็ต : 6) มีต้นไม้ใหญ่น้อย เป็นการสนับสนุน  
 ความคิดเห็น เหมาะแก่การพักผ่อน เป็นการเสนอความคิดเห็น

หาดในทอน...เป็นหาดที่เงียบสงบเหมาะแก่การเล่นน้ำ (แผ่นพับภูเก็ต : 6)  
 เป็นหาดที่เงียบสงบเป็นการสนับสนุนการเสนอความคิดเห็นว่าเหมาะแก่การเล่นน้ำ

เกาะไม้ท่อน...เป็นเกาะที่มีปะการังสวยงาม เหมาะสำหรับผู้สนใจกีฬาดำน้ำ และ  
 ตกปลา (แผ่นพับภูเก็ต : 7) เป็นเกาะที่มีปะการังสวยงาม เป็นการสนับสนุนการเสนอ  
 ความคิดเห็นเหมาะสำหรับผู้สนใจกีฬาดำน้ำและตกปลาเป็นการเสนอความคิดเห็น

การเขียนแบบเสนอความคิดเห็นนี้พบว่าโครงสร้างทางภาษาในประโยคจะมีคำที่ใช้บ่อย  
 คือ คำว่า ควร เพราะ เหมาะ สำหรับ อาจจะ ซึ่งคำเหล่านี้เมื่อนำมาใช้เป็นคำเชื่อมในประโยคแล้ว  
 ทำให้มีความหมายที่แสดงถึงการเสนอความคิด และประกอบกับมีการอ้างหรือสนับสนุนความคิด  
 นั้น จึงเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้อ่าน และสามารถจูงใจให้ผู้อ่านคล้อยตามได้

## 2.6 การสร้างทางเลือก

การสร้างทางเลือกเป็นการเปิดโอกาสในการเลือกให้ผู้อ่านตัดสินใจ แผ่นพับแต่ละ  
 จังหวัด จะมีการเขียนเสนอความคิดเห็นแบบสร้างทางเลือกไว้ทั้ง 14 จังหวัด โดยมีโครงสร้าง  
 ลักษณะการสร้างทางเลือก 2 แบบ คือ การเสนอความคิดเห็นแบบเป็นรายการ และการใช้ภาษา  
 ที่แสดงให้เห็นถึงการเสนอทางเลือกดังในตัวอย่างต่อไปนี้

2.6.1 การสร้างทางเลือกแบบเสนอความคิดแบบเป็นรายการคือการเขียนแสดงรายการ  
 ทั้งหมดให้ผู้รับสารได้ทราบว่ามียุทธศาสตร์อะไรบ้าง เป็นการสร้างทางเลือกที่มากกว่าสองทางขึ้นไป  
 โดยจะเขียนแยกออกเป็นหัวข้อดังตัวอย่างแผ่นพับการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี เสนอความคิด  
 เห็นแบบสร้างทางเลือกด้านการเดินทาง ไว้ 4 ทาง คือ

- ก. ทางรถยนต์
- ข. รถไฟ
- ค. รถโดยสารประจำทาง
- ง. เครื่องบิน

การเสนอรายการสถานที่ที่น่าสนใจเป็นการเสนอความคิดโดยการสร้างทางเลือกให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวตามความสนใจของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยจะเขียนแยกเป็นแต่ละอำเภอ อนึ่งการนำเสนอเทศกาลและงานประเพณีก็เป็นแบบการสร้างทางเลือกโดยใช้รายการเช่นกันดังตัวอย่าง

#### แผนผังการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี

##### อำเภอเมือง

ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและสัตว์ป่าเขาท่าเพชร  
บึงขุนทะเล  
ปากน้ำตาปี

##### อำเภอกาญจนดิษฐ์

สถานที่ฝึกยิงหรือโรงเรียนฝึกยิง  
ฟาร์มหอยนางรม

##### อำเภอดอนสัก

น้ำตกวิภาวดี หรือน้ำตกบ้านใน  
วัดเขาสุวรรณประดิษฐ์  
วังหิน  
ท่าเรือเฟอร์รี่

##### อำเภอท่าฉาง

ศูนย์ฝึกยิงบ้านคลองไทร

##### กิ่งอำเภอวิภาวดี

น้ำตกวิภาวดี

##### อำเภอไชยา

สวนโมกขพลาราม  
สวนรุกขชาติเขาพุทธทอง



วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร  
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติไชยา  
หมู่บ้านพุมเรียงและแหลมโพธิ์  
วัดรัตนาราม หรือวัดแก้ว  
วัดหลง

#### อำเภอคีรีรัฐนิคม

วัดถ้ำสิงขร  
บ่อน้ำร้อน

#### อำเภอพนม

อุทยานแห่งชาติเขาสก  
น้ำตกวังหิน  
ตั่งน้ำ  
น้ำตกโดนกลอย  
น้ำตกโดนไทร  
น้ำตกธาราสวรรค์  
น้ำตกสิบเอ็ดชั้น  
น้ำตกแม่ยาย

#### อำเภอเคียนซา

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าหนองทุ่งทอง

#### อำเภอเวียงสระ

น้ำตกธารทิพย์

#### อำเภอบ้านนาสาร

โครงการจุฬารักษ์พัฒนา 8  
อุทยานแห่งชาติใต้ร่มเย็น

#### อำเภอเกาะสมุย

เกาะสมุย  
ชายหาด  
น้ำตก  
พระพุทธรูปใหญ่  
พระธาตุหินงู

เจดีย์แหลมสอ  
 วัดสำเริง  
 สวนสมุนไพรเกาะสมุย  
 ฟาร์มงูพังกา  
 สำนักสงฆ์หินลาดน้ำเค็ม  
 หินตา หินยาย  
 วัดละไมหรือศูนย์วัฒนธรรมวัดละไม  
 สวนผีเสื้อสมุย  
 ศูนย์ลิงสมุย  
 แหล่งดูปะการัง  
 เกาะแตน  
 อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง  
 เกาะวัวคาหลับ  
 ทะเลใน  
 เกาะสามเส้า  
 เกาะท้ายเพลาและเกาะวัวกันตัง  
 เกาะหินดับ

#### อำเภอพะงัน

เกาะพะงัน  
 ท้องศาลา  
 วัดเขาถ้ำ (สวนสุวรรณ โชติการาม)  
 พระเจดีย์ภูเขาน้อย  
 พระพุทธรูปจำลองบนภูเขาวัดมรุวาราม  
 เกาะเตาใน  
 วนอุทยานน้ำตกแพง  
 ดันยางใหญ่  
 หาดรีน  
 น้ำตกธารเสด็จ  
 อ่าวท้องนายปาน  
 บ้านโหลกหล้า

ศาลเจ้าแม่กวนอิม  
 หาดแม่หาด  
 อ่าวศรีธนู

**เทศกาลและงานประเพณี**

ประเพณีชักพระทอดผ้าป่าและแข่งเรือยาว  
 งานวันเงาะ โรงเรียน

**กีฬาพื้นเมือง**

กีฬาชนควาย

**สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก**

ไข่เค็มไชยา  
 ขนมจิ้ง  
 ผ้าไหมพุมเรียง  
 หมวกพุมเรียง  
 หอยขาวพุมเรียง  
 หอยนางรม  
 เงาะพันธุ์โรงเรียน  
 ขนมหิน  
 ขนมหินแดง  
 สะตอ

(แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 1-12)

จะเห็นว่าการสร้างทางเลือกแบบเสนอความคิดเห็นแบบเป็นรายการ จะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย รวดเร็ว และช่วยให้สามารถตัดสินใจเลือกได้เร็วขึ้น

2.6.2 การสร้างทางเลือกแบบการใช้รูปภาพ ก็คือการใช้รูปภาพที่บ่งบอกถึงการสร้างทางเลือกที่พบในสื่อแผ่นพับนี้มีคำว่า นอกจากนี้ หรือ และ ทำหน้าที่เป็นคำเชื่อมในคั้งค์ตัวอย่างต่อไปนี่

ปากน้ำตาปี...มีอาหารทะเลและร้านจำหน่ายของทะเลอยู่หลายร้านนอกจากนี้ยังสามารถชมทิวทัศน์ธรรมชาติทางทะเลของอ่าวบ้านดอนได้อีกด้วย  
(แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 3)

น้ำตกแม่ยาย...มีรถประจำทางสายพุนพิน-ภูเก็ท ลงรถบริเวณหลักกิโลเมตรที่ 109 แล้วเดินหรือใช้บริการรถจักรยานยนต์รับจ้าง (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 5)

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า โตนปฎิวรรต ...ปัจจุบันมีบริษัทนำเที่ยวจัดท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ด้วยการนั่งช้างชมธรรมชาติและล่องแก่งด้วยเรือแคนู (แผ่นพับพังงา : 3)

การเดินทางไปอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน...เสนอที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวไว้ คือ บังกะโลและเต็นท์ ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกตามความต้องการ (แผ่นพับพังงา : 4)

ชายหาดนราทัศน์ ...นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการรถจักรยานยนต์ รถมอเตอร์ไซด์ หรือรถสองแถวเล็ก (แผ่นพับนราธิวาส : 3)

การสร้างทางเลือกแบบการใช้รูปภาษานี้จะแตกต่างจากแบบรายการตรงที่ไม่ได้เขียนแยกแฉกแจงเป็นรายการแต่จะเป็นการใช้คำมาเชื่อมประโยคและคำที่นำมาใช้นี้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ทันทีว่าผู้เขียนต้องการสร้างทางเลือกสำหรับคนให้ตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ตนเองต้องการ

## 2.7 การทำนายผล

การทำนายผลเป็นการนำเสนอ โดยทำนายว่าจะเกิดอะไรขึ้นในอนาคต หรือให้ผู้อ่านทราบถึงผลที่จะตามมาจากเหตุการณ์ที่กำลังกล่าวถึง ได้แก่ การบอกผลดีหรือผลเสียที่เกิดขึ้นพบการใช้กลวิธีการเขียนแบบทำนายผลในแผ่นพับการท่องเที่ยวจังหวัดสตูลเพียงฉบับเดียวดังนี้

หาดกาสิงห์...โดยเฉพาะเต่ามะเฟืองซึ่งคาดว่าเหลืออยู่เพียงแห่งเดียวในจังหวัดสตูล  
(แผ่นพับสตูล : 6)

คำว่า ซึ่งคาดว่า เป็นคำที่แสดงให้เห็นถึงการทำนายผลว่าในปัจจุบันนี้มีเต่ามะเฟืองเหลืออยู่เพียงที่เดียว คือที่จังหวัดสตูล ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและที่อยากจะไปชมเต่ามะเฟืองมากขึ้นเพราะหาชมได้ยากเนื่องจากเหลืออยู่เพียงที่เดียวเท่านั้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านทางสื่อแผ่น  
พับของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น ผู้เขียนใช้กลวิธี  
การเขียนเพื่อการจูงใจหลายวิธี ดังนี้ 1) การเปรียบเทียบโดยการอุปมาและอุปลักษณะ 2) การใช้  
จุดจับใจ 3 แบบคือ จุดจับใจโดยใช้อารมณ์ จุดจับใจโดยใช้ความกลัว และจุดจับใจโดยใช้แรงจูงใจ  
3) การอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าว 4) การใช้กลุ่มชน 5) การเสนอความคิดเห็น  
6) การสร้างทางเลือก 7) การทำนายผล

## บทที่ 4

### การอภิปรายผลการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์เอกสารแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยออกเป็น 2 ส่วน คือ เนื้อหาของเอกสารแผ่นพับ และกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจในเอกสารแผ่นพับ ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 1. เนื้อหาของเอกสารแผ่นพับ

งานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ผลิตเอกสารแผ่นพับเพื่อให้ข้อมูลความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจังหวัดที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้่าน ซึ่งจะเป็นทางเลือกหนึ่งในการตัดสินใจเลือกไปยังแหล่งสถานที่ท่องเที่ยว ลักษณะของเนื้อหาแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและเนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำ ข้อมูลทั้ง 3 ประเภทนี้มีการจัดลำดับเนื้อหาโดยแบ่งออกเป็นหัวข้อย่อยต่าง ๆ เรียงตามลำดับดังนี้

##### 1.1 เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด มีหัวข้อย่อย ดังนี้

1.1.1 คำขวัญประจำเมือง พบในแผ่นพับ 2 จังหวัด คือ ตรัง และนครศรีธรรมราช สำหรับคำขวัญประจำเมืองนี้ ทำให้ผู้อ่านได้ทราบถึงความสำคัญของจังหวัดนั้นว่า มีของดีประจำจังหวัดอะไรบ้าง หรือมีสถานที่ที่น่าสนใจอะไรบ้างเพราะในคำขวัญจะบอกถึงสิ่งเหล่านี้ไว้ ดังเห็นได้จากตัวอย่าง

... เมืองประวัติศาสตร์ พระธาตุทองคำ ชื่นฉ่ำธรรมชาติ  
แร่ธาตุอุดม เครื่องถมสามกษัตริย์ มากวัดมากศิลป์ ครบสิ้นกุ้งปู  
(แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 2)

ลักษณะการเขียนเป็นการใช้คำคล้องจองมีความไพเราะจากเสียงสัมผัส และยังง่ายในการจดจำอีกด้วย นอกจากนี้ผู้เขียนยังได้เรียงลำดับหัวข้อนี้ไว้เป็นอันดับแรกเป็นการดึงดูดใจผู้อ่านให้อยากติดตามเนื้อหาต่อไปของแผ่นพับ สำหรับแผ่นพับอีก 11 จังหวัดที่ไม่มีหัวข้อคำขวัญประจำเมืองจะเริ่มต้นด้วยหัวข้อประวัติเมืองได้แก่ แผ่นพับจังหวัดสงขลา ปัตตานี ชุมพร ระนอง ยะลา ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี พัทลุง สตูล นราธิวาส และสำหรับแผ่นพับจังหวัดพังงา เป็นเพียงจังหวัด

เดี๋ยวจะเริ่มด้วยหัวข้ออาณาเขตเพราะไม่มีทั้งหัวข้อคำขวัญประจำเมืองและประวัติเมือง

1.1.2 ประวัติเมือง เป็นหัวข้อต่อจากคำขวัญประจำเมือง กล่าวถึงความหมายของชื่อเมือง หรือชื่อจังหวัด คำนานความเป็นมาของจังหวัด ซึ่งบางจังหวัดเคยเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และมีประวัติความเป็นมาตลอดจนประวัติการสร้างเมืองที่น่าสนใจ ดังตัวอย่าง

สุราษฎร์ธานี เป็นเมืองเก่าแก่ที่มีมาตั้งแต่ก่อนประวัติศาสตร์ ชนพื้นเมือง ได้แก่ พวกเขมร และมลายูดั้งเดิมซึ่งอาศัยอยู่ในเขตลุ่มน้ำหลวง (แม่น้ำตาปี) และบริเวณ อ่าวบ้านดอนก่อนที่ชาวอินเดียจะอพยพเข้ามาตั้งหลักแหล่งและเผยแพร่วัฒนธรรม ดังปรากฏหลักฐานในชุมชนโบราณที่ อ. ท่าชนะ อ. ไชยา เป็นต้น ต่อมาใน พุทธศตวรรษที่ 13 มีหลักฐานปรากฏว่าเมืองนี้ได้รวมกับอาณาจักรศรีวิชัย เมื่ออาณาจักรนี้เสื่อมลงจึงแยกออกเป็น 3 เมือง คือเมือง ไชยา เมืองท่าทอง และเมืองคีรีรัฐ ขึ้นต่อเมือง นครศรีธรรมราช ต่อมาในรัชสมัย พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดฯ ให้ ย้ายเมืองท่าทอง มาตั้งที่บ้านดอน และยกฐานะเป็นเมืองจัตวาขึ้นตรงต่อกรุงเทพฯ ฯ พระ ราชทานนามว่าเมือง กาญจนดิษฐ์ ครั้นเมื่อมีการปกครองแบบมณฑลได้รวมเมืองทั้ง สามเป็นเมืองเดียวกัน เรียกว่าเมืองไชยา ต่อมาปี พ.ศ. 2458 รัชกาลที่ 6 โปรดฯ ให้ เปลี่ยนชื่อเมืองไชยามาเป็นเมืองสุราษฎร์ธานี แปลว่า เมืองแห่งคนดี (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 2)

1.1.3 การปกครอง หัวข้อนี้จะพบในแผ่นพับ 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต นครราชสีมา สตูล กระบี่ และสุราษฎร์ธานี ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการแบ่งเขตการปกครองในจังหวัด ว่าการปกครอง แบ่งออกเป็นกี่อำเภอ ได้แก่อะไรบ้าง ดังตัวอย่าง

#### การปกครอง

จังหวัดกระบี่แบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ 1 กิ่ง ดังนี้คือ อำเภอเมืองกระบี่ อำเภอเขาพนม อำเภอคลองท่อม อำเภอปลายพระยา อำเภอลันตา อำเภอลำทับ และกิ่งอำเภอเหนือคลอง (แผ่นพับกระบี่ : 2)

นอกจากนี้ยังมีแผ่นพับของ 8 จังหวัดที่ได้นำหัวข้อการปกครองมารวมเข้าไว้ด้วยกัน ในหัวข้อประวัติเมือง ได้แก่ แผ่นพับจังหวัดนครศรีธรรมราช พัทลุง ยะลา สงขลา ตรัง ระนอง ชุมพร และพังงา ดังตัวอย่าง

นครศรีธรรมราชเป็นเมืองเก่ามีความหมายถึง “นครอันเป็นสง่าแห่งพระราชาผู้ทรง  
 ธรรม” อยู่ห่างจากกรุงเทพ ฯ ทางรถยนต์ 780 กิโลเมตร รถไฟ 832 กิโลเมตร มีเนื้อที่  
 9,942.502 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 21 อำเภอ 1 กิ่ง คืออำเภอเมือง  
 อำเภอปากพนัง อำเภอเชียรใหญ่ อำเภอร่อนพิบูลย์ อำเภอชะอวด อำเภอทุ่งสง อำเภอ  
 ท่าศาลา อำเภอฉวาง อำเภอสิชล อำเภอหัวไทร อำเภอลานสกา อำเภอทุ่งใหญ่ อำเภอ  
 พิปูน อำเภอนาบอน อำเภอพรหมคีรี อำเภอขนอม อำเภอบางขัน อำเภอดำพระนคร  
 อำเภอจุฬาภรณ์ อำเภอพระพรหม อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอช้างกลาง และกิ่งอำเภอ  
 นบพิตำ (แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 2)

จากตัวอย่างที่ยกมาข้างต้นแผ่นพับจังหวัดนครศรีธรรมราช มีการนำหัวข้อการปกครอง  
 มาไว้รวมกันกับหัวข้อประวัติเมือง ผู้เขียนไม่ได้เน้นในเรื่องประวัติความเป็นมาของเมืองจะบอกไว้  
 เพียงแต่ความหมายของชื่อเมือง

1.1.4 อาณาเขต ให้รายละเอียดขอบเขตพื้นที่ของจังหวัดและชื่อจังหวัดใกล้เคียงโดยผู้เขียน  
 จะเขียนบอกขอบเขตพื้นที่ตามทิศทางภูมิศาสตร์ เช่น

#### อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดกับอำเภอท่าชะงะ จังหวัดชุมพร และประเทศสหภาพพม่า

ทิศใต้ ติดกับอำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี และอำเภอกระบือ จังหวัด  
 พังงา

ทิศตะวันออก ติดกับอำเภอเมือง อำเภอสวี และอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร

ทิศตะวันตก ติดกับอำเภอเกาะสอง เขตทวาย ประเทศสหภาพพม่า และมหาสมุทร  
 อินเดีย (แผ่นพับระนอง : 2)

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดทั้งหมดนี้ เป็นข้อมูลความรู้เบื้องต้นที่ผู้อ่านควรได้รับทราบก่อน  
 เดินทางไปท่องเที่ยว มีการจัดลำดับหัวข้อย่อยต่าง ๆ ที่เหมาะสม แยกให้เห็นอย่างชัดเจน สำหรับ  
 การให้รายละเอียดในด้านเนื้อหา เอกสารแผ่นพับบางฉบับมีรายละเอียดน้อยเกินไป ควรเพิ่มเนื้อหา  
 ให้มากกว่านี้ เช่นเอกสารแผ่นพับจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดระนอง มีรายละเอียดในหัวข้อประวัติ  
 เมืองน้อยมาก และแผ่นพับจังหวัดพังงาไม่มีหัวข้อนี้ อาจส่งผลให้ผู้อ่านที่มีความสนใจอยากจะไป



ท่องเที่ยวในจังหวัดดังกล่าวต้องเสียเวลาในการหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อประเภทอื่น ๆ แทนที่จะได้จากการอ่านเอกสารแผ่นพับนี้เพียงอย่างเดียวลักษณะการเขียนเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด จะเป็นการเขียนแบบบรรยายให้ทราบถึงข้อมูล ข้อเท็จจริง และให้ความรู้แก่ผู้อ่านโดยใช้คำที่สั้นกระชับ เข้าใจง่าย

1.2 เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วยหัวข้อย่อยต่าง ๆ ดังนี้

1.2.1 การเดินทาง ให้รายละเอียดเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางโดยการเขียนอธิบายเส้นทางการเดินทางอย่างชัดเจนว่าจะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างไร นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางด้วยตนเองสามารถอาศัยสื่อแผ่นพับเป็นคู่มือในการเดินทาง สำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางโดยใช้ยานพาหนะสาธารณะประเภทอื่น ๆ เช่น เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสารประจำทาง รถยนต์ สามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการของตนเอง นอกจากนี้ยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางและการคมนาคมภายในจังหวัดอีกด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

หัวข้อการเดินทางพบในแผ่นพับทุกจังหวัด ถือว่าเป็นหัวข้อสำคัญทั้งนี้เพราะแผ่นพับการท่องเที่ยวเน้นการให้ผู้อ่านเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองหรือเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง ผู้จัดทำสื่อแผ่นพับยังได้บอกหมายเลขโทรศัพท์สำหรับติดต่อสำรองการเดินทางล่วงหน้าไว้ด้วยเป็นการให้ข้อมูลที่ช่วยให้ผู้อ่านเตรียมการเดินทางได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

1.2.2 สถานที่น่าสนใจ ให้รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดซึ่งจากแผ่นพับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้ง 14 ชุด สามารถแบ่งสถานที่ท่องเที่ยวออกเป็นสองประเภท คือ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ชายทะเล น้ำตก ถ้ำ บ่อน้ำร้อน อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น และสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดต่าง ๆ มัสยิด 300 ปี (นราธิวาส) ฤทธาสถูปกูเด็น (สตูล) ศาลเจ้าต่าง ๆ เป็นต้น และมีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้โดยการเขียนแยกเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอ ของแต่ละจังหวัด

1.2.3 เทศกาลงานประเพณี แต่ละจังหวัดมีเทศกาลงานประเพณีประจำจังหวัดที่แตกต่างกันไปผู้เขียนแผ่นพับให้รายละเอียดเกี่ยวกับงานเทศกาลที่สำคัญ ๆ หรือที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนั้น โดยรวม วัน เวลา ของช่วงงานเทศกาลที่จะจัดขึ้นในแต่ละปี เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจว่าเทศกาลนั้นสำคัญอย่างไร จะมีขึ้นเมื่อใด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเตรียมตัวล่วงหน้า นอกจากนี้ในแผ่นพับบางจังหวัดมีการอ้างอิงประวัติความเป็นมาของงานเทศกาลด้วย เช่น

งานเทศกาลประเพณีชักพระ หรือลากพระ มีประวัติความเป็นมาว่าเป็นการแสดงความยินดีที่พระพุทธองค์เสด็จ ฯ กลับมาจากดาวดึงส์ จึงอัญเชิญขึ้นประทับบนบุษบกที่เตรียมไว้แล้วแห่แหนไปยังที่ประทับ (แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 12)

ผู้เขียนมีการอ้างอิงประวัติความเป็นมาของงานประเพณีชักพระ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวได้มาชมงาน และเข้าใจความสำคัญของงานเทศกาลนี้

1.2.4 กีฬาพื้นเมือง แต่ละจังหวัดจะมีกีฬาพื้นเมืองแตกต่างกันไป และเป็นกีฬาพื้นเมือง ที่มีชื่อเสียงเฉพาะจังหวัดหรือท้องถิ่นนั้น ๆ หาชมกันไม่ได้โดยทั่วไป จากการศึกษาแผ่นพับจังหวัด ภาคใต้พบว่า มีกีฬาพื้นเมืองซึ่งจะหาชมได้เฉพาะในภาคใต้ ได้แก่ กีฬาชนโคที่นครศรีธรรมราช กีฬานกมวยที่สุราษฎร์ธานี การแข่งขันนกเขาชาวที่จังหวัดสงขลา เป็นต้น ซึ่งอาจจะหาชมไม่ได้ ในจังหวัดอื่น ๆ ผู้เขียนได้นำมาเสนอไว้สำหรับผู้อ่านหรือนักท่องเที่ยวที่สนใจอยากจะมาชมหรือ เป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยวที่สนใจชมกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมเฉพาะของจังหวัด เช่น

นกเขาชวา (นกเขาเล็ก) นกเขาเป็นสัตว์ที่นิยมเลี้ยงกันมากทางภาคใต้ นกเขาที่มีชื่อเสียงมากที่สุดเพาะพันธุ์ได้จากฟาร์มนกเขาที่อำเภอจะนะซึ่งอยู่ห่างจากหาดใหญ่ตาม เส้นทางหลวงหมายเลข 408 ประมาณ 40 กม. อำเภอจะนะเป็นอำเภอที่มีชื่อเสียงในการ เลี้ยงนกเขา เกือบทุกบ้านจะมีกรงนกพร้อมกันซัก การแข่งขันนกเขานิยมจัดเป็นประจำ ทุกปี ระหว่างเดือนมกราคม-กรกฎาคม การตัดสินนกเขากรมการจะวัดจากเสียงของ นก โดยดูจากโทนเสียง น้ำเสียง จังหวะการขึ้นความดัง และความต่อเนื่องในการขึ้น นกที่ชนะประกวดจะมีราคาสูงมากในปัจจุบันมีฟาร์มเพาะเลี้ยงนกเขาชวาเพื่อจำหน่าย หลายแห่ง ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีของนักเลี้ยงนกเขาชวาในประเทศเพื่อนบ้านเช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย (แผ่นพับสงขลา : 8)

1.2.5 สินค้าพื้นเมือง หรือจุดจับจ่ายซื้อของ เป็นหัวข้อที่บอกว่าผู้อ่านสามารถเลือกหาซื้อของ ที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมืองใดได้ที่ไหนบ้างตามความพึงพอใจของตนเอง ผู้เขียนได้ให้รายละเอียด ของสินค้าแต่ละประเภทไว้อย่างละเอียดพอสมควร ในแต่ละจังหวัดจะมีสินค้าพื้นเมืองที่ขึ้นชื่อ ของจังหวัด หรือท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น

สินค้าพื้นเมืองของจังหวัดพัทลุงส่วนใหญ่จะเป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น เครื่องจักสานต่าง ๆ ที่ขึ้นชื่อมากก็คือ ผลิตภัณฑ์เสื่อกระจูด ซึ่งมีมากบริเวณอุทยาน นกน้ำทะเลน้อย (แผ่นพับพัทลุง : 5)

หัวข้อสินค้าพื้นเมืองนอกจากผู้อ่านจะได้ทราบว่า มีสินค้าพื้นเมืองอะไรบ้างแล้ว ยังได้ ทราบถึงรายละเอียดของสินค้าด้วย

1.2.6 สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งได้แก่ สถานที่พักและร้านอาหาร เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่ผู้อ่านหรือนักท่องเที่ยวต้องการเมื่อมาถึงยังแหล่งท่องเที่ยว มีการเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ไว้หลายรูปแบบ เช่น สถานที่พักมีโรงแรม บังกะโล รีสอร์ท ส่วนร้านอาหารก็นำเสนอ ร้านอาหารหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็น อาหารไทย จีน อาหารพื้นเมือง อาหารทะเล ตลอดจนอาหารที่ขึ้นชื่อของจังหวัดหรือประจำท้องถิ่นเป็นต้น ผู้อ่านหรือนักท่องเที่ยวสามารถเลือกบริโภคได้ตามความพึงพอใจของตน

ในหัวข้อสิ่งอำนวยความสะดวกนี้ ผู้เขียนได้ให้รายละเอียดของสถานที่พัก ร้านอาหาร มีทั้งที่ตั้ง หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้รวมทั้งการจองที่พักล่วงหน้าจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อหรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเองได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น ทั้งนี้นักท่องเที่ยวควรตรวจสอบหมายเลขโทรศัพท์ต่าง ๆ ก่อนการเดินทางอีกครั้ง เพราะข้อมูลบางอย่างอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

### 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำ

ชื่อและที่อยู่ของผู้จัดทำสื่อแผ่นพับ พบในหน้าสุดท้ายของเอกสารแผ่นพับทั้ง 14 ฉบับ  
ดังนี้

จัดทำโดย

งานพัฒนาข่าวสาร

กองบริการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สำนักงาน ททท. ภาคใต้ เขต 2

สนามหน้าเมือง ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

โทร. (075) 346515-6 โทรสาร (075) 346517

พื้นที่ความรับผิดชอบ : นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง

E-mail : tatnakon@nrt.cscoms.com (แผ่นพับนครศรีธรรมราช : 17)

จากตัวอย่างแผ่นพับนครศรีธรรมราชผู้เขียนบอกที่อยู่ของผู้จัดทำสื่อแผ่นพับ ในที่นี้คืองานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีที่อยู่ของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่เป็นหน่วยงานย่อยในภาคใต้ ซึ่งมีการแบ่งหน่วยงาน

รับผิดชอบออกเป็นเขตต่าง ๆ และกำหนดเขตพื้นที่ความรับผิดชอบในละจังหวัดอย่างชัดเจนเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและให้บริการนักท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง รวมทั้งประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่สามารถขอรับเอกสารแผ่นพับได้จากหน่วยงานเหล่านี้เช่นเดียวกัน เป็นบริการสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ได้รับความสะดวกและได้รับความมั่นใจในการมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับการเดินทางคือหมายเลขโทรศัพท์ 1155 พร้อมกับคำขวัญว่า “จำเบอร์เดียวเที่ยวทั่วไทย” ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการตอบคำถามต่าง ๆ ทางโทรศัพท์ ไม่ว่าจะผู้อ่านหรือนักท่องเที่ยวกำลังท่องเที่ยวอยู่ที่ใดก็ตาม และหมายเลขโทรศัพท์ที่ง่ายต่อการจดจำ

การกระจายหน่วยงานให้บริการด้านการท่องเที่ยวออกไปตามเขตต่าง ๆ ในหลาย ๆ จังหวัดทั่วประเทศไทยมีจุดประสงค์เพื่อกระจายงานให้เกิดความสะดวกและให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด เช่น การติดต่อขอรับข่าวสารการเดินทางท่องเที่ยว อ้อยทิพย์ นิธิยานันท์ ให้สัมภาษณ์ว่าเพราะในการผลิตเอกสารแผ่นพับการท่องเที่ยวนั้นแม้จะมีการผลิตมาจากส่วนกลางคือที่งานพัฒนาข่าวสาร กองบริการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และทางส่วนกลางจะจัดส่งเอกสารต่าง ๆ เหล่านี้มาตามหน่วยงานย่อยต่าง ๆ นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อขอรับเอกสารได้จากหน่วยงานย่อยที่อยู่ใกล้ที่สุด บางครั้งเอกสารก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้หน่วยงานย่อยบางจังหวัดก็จะผลิตเอกสารแผ่นพับประจำจังหวัดหรือเฉพาะเขตขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการใช้เอกสารของนักท่องเที่ยว แต่ก็จะอยู่ในการควบคุมดูแลจากส่วนกลาง (2541)

## 2. กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจในเอกสารแผ่นพับ

ในการศึกษาวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจนี้ ผู้วิจัยพบว่าผู้เขียนได้ใช้การเขียนเพื่อการจูงใจสำหรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและมีวิธีการเขียนที่แตกต่างกันไป คือ กลวิธีการเขียนจะแตกต่างกันไปตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท เช่น เมื่อกล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจะใช้กลวิธีการเขียนที่สื่อความหมายให้ผู้อ่านสามารถนึกถึงภาพความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเสนอ โดยผ่านทางการใช้ภาษา เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นรูปธรรมและภารกิจที่จะให้ผู้อ่านเกิดการรับรู้ทางประสาทสัมผัส ความรู้สึกและความคิดนั้น ต้องผ่านกระบวนการสื่อความหมายโดยการใช้ภาษาที่สร้างภาพพจน์เพื่อให้ผู้อ่านรับรู้ได้ดียิ่งขึ้นและเกิดการตอบสนองตามมา กลวิธีดังกล่าวที่พบมีทั้งหมด 7 วิธี ดังนี้

## 2.1 การเปรียบเทียบ

การเขียนจุดใจเพื่อให้เกิดอารมณ์คล้อยตามต้องอาศัยความพิถีพิถันในการเลือกใช้คำที่มีผลกระทบต่อจิตใจของผู้อ่านหรือกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึก การเขียนเปรียบเทียบช่วยให้เห็นภาพที่ชัดเจนให้อารมณ์และความรู้สึกไปพร้อม ๆ กัน ในการวิเคราะห์แผ่นพับ พบว่า มีการเขียน โดยการใช้ความเปรียบแบบอุปมาและอุปลักษณ์ ทั้งนี้เพราะการให้ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นั้น การจูงใจผู้อ่านได้ดี คือการทำให้ผู้อ่านเกิดมโนภาพหรือมีจินตนาการถึงลักษณะของสถานที่ตามไปด้วยในขณะที่อ่านแผ่นพับ การเขียนโดย ใช้ความเปรียบแบบอุปมานี้ ผู้เขียนจะใช้คำเชื่อม คือ “คล้าย” และ “เหมือน” ผู้อ่านก็จะนึกภาพตามได้ ในการเปรียบเทียบแบบอุปมา ผู้อ่านแต่ละคนอาจจะมโนภาพ หรือจินตนาการที่แตกต่าง กันไปได้ตามแต่ประสบการณ์เดิมของแต่ละคนดังตัวอย่าง

น้ำตกชุมแสงหรือน้ำตกสายรุ้ง...น้ำจะไหลกระแทกกับโขดหินแล้วกระจายออกเป็นสายคูด้ายสายรุ้ง (แผ่นพับระนอง : 6)

นอกจากนี้ยังมีการเขียนเปรียบเทียบ โดยการใช้อุปลักษณ์ การเขียนลักษณะนี้พบในแผ่นพับเพียงจังหวัดเดียว คือ แผ่นพับจังหวัดสตูล อุปลักษณ์แตกต่างจากอุปมา คือ อุปลักษณ์เป็นการนำสิ่งที่คนส่วนมากรู้จักกันคืออยู่แล้ว หรือเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไปมาใช้เปรียบเทียบ เมื่อผู้อ่านอ่านแล้วก็สามารถเข้าใจได้ตรงกัน ดังตัวอย่าง

เกาะบุโหลน...ได้ชื่อว่าเป็นมุกใหม่แห่งอันดามัน (แผ่นพับสตูล : 6)

เป็นที่ทราบกันดีว่าไข่มุกแห่งอันดามันนั้น คือ จังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นเกาะที่มีชื่อเสียงด้านความงดงามทั้งชายหาดและความสมบูรณ์ของปะการังแห่งท้องทะเลฝั่งอันดามัน เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นคำว่า “มุกใหม่” ในที่นี้จึงเป็นการเปรียบเทียบสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งอันดามันแห่งใหม่ที่มีความสวยงามไม่แพ้จังหวัดภูเก็ต ซึ่งผู้อ่านก็จะสามารถเข้าใจได้ตรงกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้นเห็นได้ว่าการเปรียบเทียบเป็นกลวิธีหนึ่งในการเขียนเพื่อการจูงใจในสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติจะพบการใช้กลวิธีเปรียบเทียบในแผ่นพับทุกจังหวัด เพื่อเน้นการสร้างมโนภาพในขณะที่อ่านทำให้มีจินตนาการ เกิดการคล้อยตามอยากจะไปยังสถานที่จริง การเปรียบเทียบที่ใช้ คือ อุปมา และอุปลักษณ์ และการที่ผู้เขียนใช้การเปรียบเทียบแบบอุปลักษณ์น้อยกว่าอุปมานั้นเป็นเพราะการอุปมาเป็นการเปรียบเทียบที่เห็นภาพได้ชัดเจนเข้าใจได้ทันที ผู้อ่านเกิดจินตนาการตามไปได้ง่ายโดยไม่ต้องอาศัยความรู้เดิมหรือประสบการณ์การเดิมมากนัก ส่วนการเปรียบเทียบแบบอุปลักษณ์ผู้อ่านจะรับรู้ความหมายได้โดยนัยว่าสิ่งที่ผู้เขียนหมายถึงสิ่งใด ผู้อ่านแต่ละคนอาจจะเข้าใจหรือตีความได้ไม่ตรงกัน ดังนั้นผู้เขียนจึงใช้การอุปมาในสื่อแผ่นพับมากกว่า เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการผลิตสื่อแผ่นพับที่ว่า เน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนเข้าใจง่าย สิ่งที่น่าสนใจเปรียบเทียบในการเขียนเพื่อพรรณนาถึงลักษณะความงดงามของสถานที่ท่องเที่ยว คือ คน สัตว์ และสิ่งของเช่น เปรียบเทียบกับ ดอกไม้ สายรุ้ง ปราสาทหิน ผู้หญิง สุนัข เรือสำเภา ลำเทียน กะทะคว่ำ เป็นต้น เป็นการเลือกสิ่งเปรียบเทียบที่เป็นที่รู้จักกันดี และไม่เน้นถึงความลุ่มลึกในระดับภาษามากนัก คือ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายผู้อ่านเกิดความคิดตามหรือเกิดมโนภาพตามไปในขณะที่อ่านและเข้าใจได้ทันที

## 2.2 การใช้จุดจับใจ

นอกเหนือจากการใช้วิธีการเปรียบเทียบในการเขียนเพื่อการจูงใจแล้ว ผู้เขียนยังใช้จุดจับใจในสารเพื่อทำให้สารหรือเนื้อหาเป็นที่น่าสนใจน่าติดตาม จำเป็นต้องใช้จุดจับใจหลาย ๆ อย่างเพื่อสื่อความหมายให้ผู้อ่านเห็นภาพความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นความต้องการด้านอารมณ์และความรู้สึกของผู้อ่านให้เกิดการตอบสนอง คือ การเลือกมายังแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาเอกสารพบกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจโดยใช้จุดจับใจ 3 ด้าน คือ การใช้จุดจับใจโดยใช้อารมณ์ (ภาษาเจืออารมณ์) จุดจับใจโดยใช้ความกลัว และจุดจับใจโดยใช้แรงจูงใจ ซึ่งจุดจับใจแต่ละชนิดมีลักษณะการใช้ภาษาดังนี้

### 2.2.1 จุดจับใจโดยใช้อารมณ์ (ภาษาเจืออารมณ์)

จุดจับใจชนิดนี้จะช่วยให้ภาษามีความไพเราะขึ้น โดยการใช้ภาษาที่ทำให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการถึงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวหรือลักษณะทางธรรมชาติได้อย่างรวดเร็ว และช่วยให้ผู้อ่านจดจำได้ง่าย เกิดความรู้สึกประทับใจมากกว่าภาษาที่ไม่ได้เจืออารมณ์ แต่ลักษณะการใช้คำจะเป็นการใช้คำที่สั้นกะทัดรัดได้ใจความอาจจะไม่สละสลวยหรือทำให้เกิดความซาบซึ้งเหมือนกับงานเขียนด้านวรรณคดี ทั้งนี้เพราะเป็นสื่อที่ใช้น่าเสนอ ผลจากการวิเคราะห์เอกสารพบการเขียนโดยใช้ภาษาเจืออารมณ์ 4 อย่างด้วยกัน คือ

2.2.1.1 การเล่นเสียง ผู้เขียนได้เลือกใช้ถ้อยคำที่มีเสียงพยัญชนะ ดันเหมือนกันทั้งนี้เพื่อ  
ความไพเราะในการอ่านดังตัวอย่าง

ศาลาคดวงจันทร์...เป็นเนินเขาโล่งกว้างไม่มีสิ่งใดกีดขวางทำให้สามารถเห็น  
การเคลื่อนคล้อยของดวงอาทิตย์ที่ค่อย ๆ ลับสายตาไป (แผ่นพับขะลา : 3)

จากตัวอย่างนี้ เห็นได้ว่าผู้เขียนใช้พยัญชนะดันที่มีเสียงเหมือนกันทำให้เกิดความไพเราะ  
ของเสียงสัมผัสพยัญชนะดัน

2.2.1.2 การใช้สมญานาม พบการเขียนโดยการใส่สมญานามน้อยมากคือ พบเพียง  
จังหวัดเดียว การเขียนลักษณะนี้เป็นการสื่อความหมายที่รับรู้กันเฉพาะกลุ่มคนที่มีประสบการณ์  
หรือมีความสนใจร่วมกัน เพราะคนที่ไม่มีประสบการณ์เดิมมาก่อนอาจจะไม่เข้าใจในสมญานามที่  
ผู้เขียนกล่าวถึง เพราะฉะนั้นในการใช้สมญานามผู้เขียนต้องมั่นใจว่าผู้อ่านจะเข้าใจ เพื่อการเขียน  
จะได้เกิดการจูงใจให้ผู้อ่านคล้อยตาม ดังตัวอย่าง

เมืองเบตง...ที่ตั้งของเมืองโอบล้อมด้วยทิวเขาสูงอากาศเย็นสบายทำให้  
สามารถปลูกดอกไม้ได้ตลอดทั้งปีจนได้ชื่อว่า เมืองในหมอกดอกไม้งาม  
(แผ่นพับขะลา : 4)

จากตัวอย่างนี้ผู้อ่านจะเข้าใจได้ทันทีว่าเมืองเบตง มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขาสูง  
มีอากาศเย็นตลอดทั้งปีจึงเป็นที่มาของ สมญานามว่า “เมืองในหมอกดอกไม้งาม” ดังนั้นคำว่า  
“เมืองในหมอกดอกไม้งาม” จึงเป็นชื่อที่ใช้เรียกแทนเมืองเบตง คือ แทนที่จะเขียนว่าไปเที่ยว  
เมืองเบตง ก็จะเขียนได้อีกอย่างหนึ่งว่า ไปเที่ยวเมืองในหมอกดอกไม้งาม ซึ่งก็มีความหมายถึงเมือง  
เบตงนั่นเอง และการใช้สมญานามนี้ทำให้อ่านเข้าใจสภาพของเมืองดังกล่าว จากภาษาที่ใช้เรียก  
เมืองนั้น

2.2.1.3 ปฏิพจน์ พบการเขียนแบบนี้ในแผ่นพับเพียง 2 จังหวัดเท่านั้นคือ แผ่นพับ  
จังหวัดกระบี่ และสุราษฎร์ธานี การเขียนแบบปฏิพจน์ หรือการใช้ถ้อยคำที่มีความหมายตรงข้าม  
กัน มากล่าวอย่างกลมกลืนกันช่วยให้ถ้อยคำมีความไพเราะขึ้น ซึ่งถ้าดูอย่างผิวเผินแล้วอาจจะรู้สึก  
ขัดแย้งกัน แต่ถ้าพิจารณาอย่างลึกซึ้งแล้วจะเห็นว่าเป็นไปได้ มิได้รู้สึกขัดแย้งแต่อย่างใด ดังตัวอย่าง

ธาร โบกขรณี... สภาพทั่วไปเป็นธารน้ำธรรมชาติไหลลงมายังแอ่งน้ำน้อยใหญ่  
ซึ่งอยู่ต่างระดับกัน (แผ่นพับกระบี่ : 6)

เกาะแคใน...บนเกาะจะมีแหลมทรายขาวสะอาดยื่นออกมากลางทะเลหาก  
มองลงไปใต้น้ำจะเห็นความสวยงามใต้ท้องทะเลซึ่งเต็มไปด้วยฝูงปลาน้อยใหญ่  
(แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 10)

จากตัวอย่างเห็นได้ว่า คำว่า น้อยใหญ่ เป็นคำที่มีความหมายตรงข้ามกัน แต่เมื่ออ่านแล้ว  
กลับไม่รู้สึกรถึงความขัดแย้งกัน แต่กลับทำให้นึกภาพของแอ่งน้ำที่มีขนาดต่าง ๆ กัน ได้อย่างชัดเจน  
เป็นการอธิบายลักษณะของแอ่งน้ำหรือขนาดของตัวปลาให้เข้าใจอย่างชัดเจน

2.2.1.4 อติพจน์ หรือการใช้ถ้อยคำที่กล่าวเกินจริงเป็นการเน้นความรู้สึกให้เกิดความ  
ซาบซึ้ง หรือเกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น

เกาะลิตี...มีหาดทรายขาวบริสุทธิ์ และมีเว้าอ่าวยื่นเข้าไปในตัวเกาะ เป็นสระน้ำ  
ใสสะอาด (แผ่นพับสตูล : 6)

จากตัวอย่าง คำว่า “ขาวบริสุทธิ์” เป็นการเน้นให้เห็นถึงความขาวของหาดทรายว่ามี  
ความขาวที่แตกต่างไปจากหาดทรายอื่น ๆ ซึ่งผู้อ่านอาจจะจินตนาการได้ว่าเป็นหาดทรายที่ขาว  
สะอาดปราศจากขยะหรือสิ่งสกปรก เป็นต้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมดการใช้จุดจับใจโดยใช้ภาษาเชิงอารมณ์นั้นเป็นกลวิธีการเขียนสูงใจ  
ที่ผู้อ่านจะเกิดการคล้อยตามได้ ผู้เขียนเลือกใช้ถ้อยคำที่ไพเราะหรือเลือกสรรถ้อยคำมาใช้ในการ  
เปรียบเทียบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดการรับรู้และเข้าใจเนื้อหาในสารได้ทันที ตลอดจนสามารถ  
จินตนาการตามไปในขณะที่อ่าน สอดคล้องกับงานวิจัยของปรียานุช อนุสุเรนทร์ (2539) ศึกษา  
วิเคราะห์คัมภีร์ที่ใช้เทศนาในเทศกาลเข้าพรรษาของล้านนา : กรณีศึกษาจาก 4 วัด ในจังหวัด  
เชียงใหม่ และลำพูน พบว่า การใช้ภาษาในคัมภีร์ส่วนใหญ่ใช้ภาษาที่องคิณ และใช้ภาษาพูด  
ที่เรียบง่ายมีการเล่นคำโดยวิธีการใช้ภาษาเพื่อแสดงภาพพจน์หรือแสดงความรู้สึกต่าง ๆ โดยการ  
พรรณนา อุปมาเปรียบเทียบ ใช้สัญลักษณ์ บุคลาธิษฐาน เพื่อสื่อเนื้อหาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ง่ายต่อการ  
รับรู้และเข้าใจ



### 2.2.2 จุดจับใจโดยใช้ความกลัว

ผลการศึกษากลวิธีการเขียนแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีดังนี้ ผู้เขียนใช้จุดจับใจโดยใช้ความกลัวน้อยมาก เพราะการให้ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวนั้นถ้าทำให้สารสื่อความกลัวมากเกินไปก็จะกลายเป็นการสร้างความกระวนกระวายให้กับผู้อ่านได้ ผลการศึกษาที่ผู้เขียนได้ใช้ความกลัวในระดับต่ำจะสอดคล้องกับคำกล่าวของ อรพรรณ ปิณฑน์โอวาท (2537 : 133) ว่าความกลัวในระดับต่ำจะมีผลกับการจูงใจมากกว่าความกลัวในระดับสูง เพราะว่าบางครั้งความกลัวเป็นการกระตุ้นความรู้สึกของผู้อ่านบางคนที่ชอบความตื่นเต้น ทำทาบ การใช้จุดจับใจชนิดนี้ผู้เขียนต้องพิจารณาด้วยว่าควรใช้สำหรับสารที่มีลักษณะอย่างไร เช่น ในตัวอย่างแผ่นพับผู้เขียนใช้กับสถานที่ท่องเที่ยว คือคลองมะละกาที่เคยเป็นที่อาศัยของพระเจ้าที่ครุฑ ซึ่งเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปแล้วว่าพระเจ้าเป็นสัตว์ที่ครุฑจึงได้นำเอาจุดนี้มาใช้ในการจูงใจ และเป็นการใช้ความกลัวในระดับที่ต่ำหรือแทบจะไม่รู้สึกกลัวเลย แต่เป็นการสร้างความตื่นเต้นเร้าใจให้ผู้อ่านอยากมาท่องเที่ยว หรืออยากมาเห็นความครุฑของพระเจ้า ซึ่งในความเป็นจริงคลองแห่งนี้อาจจะไม่มีพระเจ้าให้เห็นแล้ว จากงานวิจัยของสินีนาด วิมุกตานนท์ (2540) ซึ่งศึกษาเรื่อง “การใช้สื่อหนังสือเพื่อการพัฒนาหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้” พบว่า การใช้อารมณ์ด้านความรักและความกลัวเป็นจุดจับใจในสารที่เป็นกลยุทธการ โน้มน้าวใจที่มีประสิทธิผลอย่างหนึ่ง

### 2.2.3 จุดจับใจโดยใช้แรงจูงใจ

แรงจูงใจนั้นเกิดจากการที่มนุษย์เกิดการเรียนรู้เมื่อมีประสบการณ์อย่างหนึ่งผ่านเข้ามาในชีวิต และเมื่อมีโอกาสได้กลับมาสัมผัสกับประสบการณ์นี้อีกครั้งก็จะเกิดแรงจูงใจที่จะทำให้เกิดการคล้อยตาม ค่านิยมต่าง ๆ ก็จัดเป็นแรงจูงใจของแต่ละคนเช่นกัน กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจโดยใช้แรงจูงใจนั้นก็คือ การกล่าวถึงสิ่งที่มีผลหรือมีแรงจูงใจที่จะกระตุ้นความรู้สึกของผู้อ่าน เช่น ในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นอกเหนือจากการเขียนแบบสร้างภาพพจน์แล้ว การใช้แรงจูงใจโดยการสอดแทรกความชื่นชอบหรือค่านิยมส่วนตัวของผู้อ่านไปในการเขียนช่วยให้สารเกิดการจูงใจได้เช่นกัน ดังตัวอย่าง

สถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าจังหวัดพังงา ...มีการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าที่หายาก  
และใกล้จะสูญพันธุ์ (แผ่นพับพังงา : 3)

จากตัวอย่างแรงจูงใจที่ว่ามี คือสัตว์ป่าที่หายากและใกล้จะสูญพันธุ์ แรงจูงใจนี้จะมีผลต่อผู้อ่านที่มีความสนใจในด้านการอนุรักษ์สัตว์ป่า และกลวิธีการเขียนแบบใช้แรงจูงใจที่พบในเอกสารแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้ง 14 ฉบับ ส่วนมากจะเป็นการใช้แรงจูงใจ

ที่เกี่ยวกับความชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ ซึ่งก็มีทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ตลอดจนความชื่นชอบในสินค้าพื้นเมืองของดินต่าง ๆ จุดจับใจโดยใช้แรงจูงใจนี้ผู้เขียนจะต้องพยายามสร้างแรงจูงใจหลาย ๆ ด้าน เพราะผู้อ่านแต่ละคนมีประสบการณ์เดิมแตกต่างกัน แรงจูงใจบางอย่างอาจมีผลกับคนหนึ่ง แต่อีกคนหนึ่งอาจจะไม่รู้สึกละเลยก็ได้ เพราะฉะนั้นการสร้างแรงจูงใจในหลาย ๆ รูปแบบก็จะมีส่วนในการจูงใจผู้อ่านได้มากยิ่งขึ้น

เห็นได้ว่ากลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจในสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้จุดจับใจนั้น พบมากในเนื้อหาส่วนที่นำเสนอข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว จุดจับใจที่ผู้เขียนใช้มากที่สุดคือจุดจับใจด้านอารมณ์ และจุดจับใจโดยใช้แรงจูงใจ ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของพิชญ์สินี แสงขำ (2538) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวผ่านเนื้อหาในสื่อแผ่นพับเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เป็นภาษาอังกฤษ” ผลการวิจัย คือ การจูงใจในสื่อแผ่นพับเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่เป็นภาษาอังกฤษใช้กลวิธีการเขียนแบบจูงใจโดยใช้จุดจับใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก และจุดจับใจที่เป็นเหตุเป็นผล การใช้จุดจับใจในสารเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ที่ใช้ในการโน้มน้าวใจซึ่งผนวกไปกับการเตรียมสาร โดยผู้ส่งสารต้องทราบว่าจุดจับใจชนิดใดเหมาะสมกับสารหรือเนื้อหาประเภทใดและควรเลือกใช้ให้เหมาะสม เพื่อให้สารนั้นเกิดการจูงใจ (อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2537 : 137)

### 2.3 การอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าว

การเขียนเพื่อการจูงใจที่ต้องการให้ผู้อ่านเกิดการรับรู้ถึงความเก่าแก่ ความสำคัญ ตลอดจนประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์สามารถเขียนโดยการอ้างหลักฐานอ้างอิง ทั้งนี้เพื่อให้สารมีความน่าเชื่อถือซึ่งสอดคล้องกับ สจิวค และ โคลเลอร์ (Stewart and Kowler , 1991 : 149) ที่กล่าวว่า การใช้หลักฐานแหล่งข่าวมีส่วนช่วยทำให้สารมีความจูงใจ เพราะจะทำให้สารมีน้ำหนักน่าเชื่อถือมากขึ้น ทั้งนี้เพราะสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ส่วนมากจะมีประวัติความเป็นมา และมีหลักฐานยืนยันที่เชื่อถือได้ นอกเหนือจากการอ้างหลักฐานแหล่งข่าวแล้วอาจอ้างอิงบุคคลสำคัญ หรืออ้างตำนานได้อีกด้วย ในสื่อแผ่นพับของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการอ้างหลักฐานทางประวัติศาสตร์ หลักฐานทางตำนาน และหลักฐานทางโบราณคดี เพราะหลักฐานเหล่านี้สามารถพิสูจน์และยืนยันได้ช่วยให้ผู้อ่านมีความมั่นใจและเชื่อถือ นอกจากนี้ยังพบการอ้างบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์อีกด้วย ซึ่งบุคคลที่นำมาอ้างถึงนี้เป็นบุคคลที่คนทั่วไปรู้จักกันดี หรือเป็นบุคคลที่ทำความงามความดีให้กับท้องถิ่นนั้น จนกลายเป็นที่รู้จักและเป็นที่เคารพยกย่องของคนในท้องถิ่นดังตัวอย่าง

### การอ้างหลักฐานทางประวัติศาสตร์

ประวัติเมืองสุราษฎร์ธานี...มีหลักฐานปรากฏว่าเมืองนี้ได้รวมกับอาณาจักรศรีวิชัย เมื่ออาณาจักรนี้เสื่อมลงจึงแยกออกเป็นสามเมือง คือ เมืองไชยา เมืองท่าทอง และเมืองคีรีรัฐ ขึ้นต่อเมืองนครศรีธรรมราช ต่อมาในสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดฯ ให้ย้ายเมืองท่าทองมาตั้งที่บ้านดอน และยกฐานะเป็นเมืองจัตวาขึ้นตรงต่อกรุงเทพฯ พระราชทานนามว่าเมืองกาญจนดิษฐ์ ครั้งเมื่อมีการปกครองแบบมณฑล ได้รวมเมืองทั้งสามเป็นเมืองเดียวกันเรียกว่า เมืองไชยา ต่อมา พ.ศ. 2458 รัชกาลที่ 6 โปรดฯ ให้ เปลี่ยนชื่อเมืองไชยา มาเป็นเมือง สุราษฎร์ธานี แปลว่าเมืองแห่งคนดี (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 2)

### การอ้างบุคคล

วัดพะโคะ...เป็นวัดจำพรรษาของสมเด็จพระโคะหรือหลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืดอันเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนทางภาคใต้ (แผ่นพับสงขลา : 8)

### การอ้างหลักฐานทางด้านาน

สุสานเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว...มีตำนานเล่าว่าลิ้มกอเหนี่ยวได้ลงเรือสำเภามาตามพี่ชายชื่อลิ้มโต๊ะเคี่ยมซึ่งมาแต่งงานกับธิดาพระยาตานีและได้เปลี่ยนมานับถือศาสนาอิสลามกลับประเทศจีนไม่สำเร็จ จึงได้ผูกคอตายที่ต้นมะม่วงหิมพานต์ ลิ้มโต๊ะเคี่ยมจึงได้ฝังศพของลิ้มกอเหนี่ยวไว้ที่นี่... (แผ่นพับปัตตานี : 4)

งานวิจัยของสุภาวดี คงเจริญ (2535) ศึกษาทัศนคติของผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยมีดังนี้ ผู้ใช้มีความพึงพอใจสูงสุดในการใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวในหัวข้อความหมายของชื่อเมือง รองลงมาคือหัวข้อประวัติเมือง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเขียน โดยการอ้างหลักฐานแหล่งข่าวสำหรับหัวข้อที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์นั้น ไม่ว่าจะเป็นประวัติเมือง หรือสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สามารถทำให้สารนั้นมีความน่าเชื่อถือ สร้างความสนใจและความพึงพอใจให้กับผู้อ่านได้

## 2.4 การใช้กลุ่มชน

การใช้กลุ่มชนหรือการแสดงความเป็นพวกเดียวกันทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าคุณเป็น ส่วนหนึ่งของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่คุณเขียนได้เสนอ สามารถสร้างความสนใจได้เช่นกัน เพราะผู้อ่าน แต่ละคนมีความชื่นชอบและรสนิยมที่แตกต่างกัน สารที่มีการอ้างอิงกลุ่มคนที่ผู้อ่านรู้สึกว่าคุณ เป็นพวกเดียวกันกับคนในกลุ่มนี้ย่อมสนใจให้ผู้อ่านเกิดการคล้อยตามได้ เพราะธรรมชาติของมนุษย์ ย่อมที่จะแสวงหาสังคมที่เหมาะสมกับตนเองแม้แต่การท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกันบุคคลย่อมต้องการ ท่องเที่ยวไปในที่ที่คนอื่น ๆ ชื่นชอบเช่นเดียวกับตนเอง จากเอกสารแผ่นพับทั้ง 14 ฉบับ สามารถ แยกประเภทกลุ่มชนในสื่อแผ่นพับที่คุณเขียนนำเสนอได้ 2 กลุ่ม คือ

2.4.1 กลุ่มนักท่องเที่ยว แบ่งเป็นสองกลุ่มย่อย ๆ คือ นักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวที่มีความ สนใจเฉพาะเรื่อง เช่นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในเรื่องศิลปวัฒนธรรม ด้านพันธุ์ไม้หายาก นอกจากนี้ลักษณะการใช้ภาษาที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ปรากฏในตัวอย่างต่อไปนี้

เกาะเขาใหญ่...มีสถานที่เพาะพันธุ์ปลาตั้งอยู่ใกล้เกาะเขาใหญ่ซึ่งนัก  
ท่องเที่ยวนิยมแวะไปชมกันมาก (แผ่นพับชุด : 6)

จากตัวอย่างนี้ประโยคที่ว่า นักท่องเที่ยวนิยมแวะไปชมกันมาก บ่งบอกถึงลักษณะของ นักท่องเที่ยวทั่วไป

พิพิธภัณฑสถานวัดคลองท่อม...นับเป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวทั้งหลาย  
โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักสะสมของเก่า (แผ่นพับกระบี่ : 8)

จากตัวอย่างนี้เห็นได้ว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักสะสมของเก่า บ่งบอกถึงกลุ่มของ นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง คือ ชื่นชอบการสะสมของเก่าหายาก

2.4.2 กลุ่มคนในพื้นที่ แบ่งออกเป็นกลุ่มคนในพื้นที่ทั่วไป เช่น ชาวบ้าน ชาวไทยเชื้อสายจีน ซึ่งมีกระจายอยู่ตามที่ต่าง ๆ และกลุ่มคนในพื้นที่เฉพาะ เช่น ชาวเล ชนเผ่าชาไก เป็นต้น

นอกจากนี้ยังการอ้างกลุ่มชนในพื้นที่เฉพาะ ได้แก่ ชาวเล ชนเผ่าชาไก สามารถสนใจ ให้ผู้อ่านอยากจะทำมาสัมผัสหรือเข้ามาศึกษากลุ่มชนเหล่านี้ ซึ่งไม่ได้พบเห็นกันทั่วไปเพราะเป็น กลุ่มชนที่มีถิ่นที่อยู่อาศัย วัฒนธรรมประเพณี และลักษณะเฉพาะคน สามารถสนใจนักท่องเที่ยวที่มีความ สนใจในเรื่องการศึกษาทางมนุษยวิทยาที่อยากเข้าไปศึกษาถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชน นี้ หลังจากที่ได้อ่านสื่อแผ่นพับที่นำเสนอเกี่ยวกับกลุ่มชนต่าง ๆ เหล่านี้

## 2.5 การเสนอความคิดเห็น

การเสนอความคิดเห็นจะจงใจได้ดีต้องเป็นความคิดเห็นที่มีหลักฐานยืนยัน ไม่ใช่เป็นเพียงการเสนอความคิดเห็นแบบลอย ๆ การที่ต้องมีหลักฐานยืนยันนี้ช่วยให้ผู้อ่านเกิดความมั่นใจในความคิดเห็นที่ผู้เขียนเสนอมา ลักษณะ โครงสร้างทางภาษาที่สังเกตได้จากการเขียนแบบนี้คือ ผู้เขียนจะใช้คำว่า “ควร” หรือคำว่า “เหมาะสม” และตามด้วยเหตุผลที่นำมาสนับสนุนความคิดที่เสนอ เหตุผลนี้ต้องมีความน่าเชื่อถือ ดังเห็นได้จากตัวอย่าง

น้ำตก โคนไพร...การเดินทางไปชมน้ำตก โคนไพรควรเดินทางไปชมในฤดูแล้ง  
เพราะสะดวกในการเดินทาง (แผ่นพับครึ่ง : 7)

ผู้เขียนได้เสนอความคิดเห็น โดยการให้ข้อมูลที่มีข้ออ้างอิง มีเหตุผล มีหลักฐานยืนยัน จากตัวอย่างดังกล่าว การเดินทางไปเที่ยวชมน้ำตก โคนไพรควรที่จะไปในฤดูแล้ง คำว่า “ควรเดินทางไปชมในฤดูแล้ง” เป็นการเสนอความคิดเห็น โดยมีเหตุผลที่สนับสนุนความคิดเห็นนี้คือ “เพราะเดินทางสะดวก” เหตุผลที่นำมาสนับสนุนมีความน่าเชื่อถือ ผู้อ่านเกิดความคิดคล้อยตามเป็นการจงใจให้กับผู้อ่านโดยไม่รู้ตัว เพราะผู้อ่านหรือนักท่องเที่ยวต่างก็ทราบกันดีว่า การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวประเภท น้ำตก ถ้าไปช่วงฤดูฝน นอกจากการเดินทางจะลำบากแล้ว ยังอาจจะเกิดอันตรายจากน้ำป่าไหลหลากได้อีกด้วย

## 2.6 การสร้างทางเลือก

มีการเขียนแบบสร้างทางเลือก 2 ประเภท คือ 1) การสร้างทางเลือกแบบแสดงรายการ คือการเขียนแบบแจกแจงรายการออกมาเป็นหัวข้อ ให้ผู้อ่านได้เห็นอย่างชัดเจน มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อ่านง่าย การสร้างทางเลือกลักษณะนี้ ผู้เขียนได้เสนอทางเลือกให้แก่ผู้อ่านมากกว่าสองทางขึ้นไปทำให้ผู้อ่านมีทางเลือกที่หลากหลายและเหมาะสมกับตัวเองได้มากขึ้น 2) การเขียนแบบสร้างทางเลือกในรูปแบบการใช้รูปภาพ คือ การใช้ภาษาที่บ่งบอกถึงลักษณะการสร้างทางเลือกให้กับผู้อ่านคำที่ใช้ได้แก่ คำว่า “นอกจากนี้” “หรือ” คำเหล่านี้ใช้เป็นคำเชื่อมในประโยค ลักษณะการเขียนจะไม่แจกแจงเป็นรายการ แต่จะเขียนในลักษณะเป็นความบรรยาย หรืออธิบายวิธีการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น

ปากน้ำคาปี...มีอาหารทะเลและร้านจำหน่ายของทะเลอยู่หลายร้าน นอกจากนี้  
ยังสามารถชมทิวทัศน์ธรรมชาติทางทะเลของอ่าวบ้านดอนได้อีกด้วย  
(แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 3)

นำตกแม่ยาย...มีรถประจำทางสายพุนพิน-ภูเก็ต ลงรถบริเวณหลักกิโลเมตรที่ 109 แล้วเดินหรือใช้บริการรถจักรยานยนต์รับจ้าง (แผ่นพับสุราษฎร์ธานี : 5)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า คำ “นอกจากนี้” “หรือ” เป็นคำที่บ่งบอกถึงการเสนอความคิดเห็น โดยการสร้างทางเลือกให้กับผู้อ่าน ทำให้รู้สึกมีอิสระในการที่เลือกสิ่งที่คุณเองต้องการ

## 2.7 การทำนายผล

พบการเขียนในลักษณะนี้ในแผ่นพับเพียงจังหวัดเดียวคือแผ่นพับจังหวัดสตูล หากพิจารณาในด้านการใช้ภาษาคำที่ใช้บอกถึงการทำนายผล คือ คำว่า “ซึ่งคาดว่า” เป็นการคาดการณ์ในสิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้น หรือสิ่งนั้นอาจจะเกิดขึ้นแล้วและอาจจะเกิดขึ้นอีกหรือไม่เกิดขึ้นอีกก็ได้ เป็นการคาดเดาล่วงหน้า การทำนายผลจะสร้างการจูงใจได้คือผู้อ่านจะเกิดความอยากรู้อยากเห็นว่าผลที่จะเกิดขึ้นนั้นจะเป็นไปตามที่ทำนายผลไว้ก่อนหรือไม่ และต้องการที่จะพิสูจน์ เช่น

หาดกาสิงห์... โดยเฉพาะเต่ามะเฟืองซึ่งคาดว่าเหลืออยู่เพียงแห่งเดียวในจังหวัดสตูล (แผ่นพับสตูล : 6)

ตัวอย่างข้างต้นคำว่า ซึ่งคาดว่า เป็นการทำนายผลแบบคาดคะเนล่วงหน้าที่สามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้อ่านอยากมาชมเต่ามะเฟืองเพราะผู้เขียนได้กล่าวไว้ว่า เหลืออยู่เพียงที่เดียวในจังหวัดสตูล

การเขียนสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันกับการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ เพราะการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปมีวัตถุประสงค์เพียงเพื่อต้องการบอกให้ผู้รับสารได้รับทราบถึงข้อมูลและผู้ส่งสารต้องการจะให้ผู้รับสารทราบเท่านั้น แต่การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ผู้เขียนจำเป็นต้องให้ผู้รับสารเกิดความสนใจที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นจึงต้องพยายามสร้างจุดจับใจในสาร และใช้กลวิธีการเขียนที่ทำให้เนื้อหาในสารมีความดึงดูดใจ และเกิดการจูงใจให้มากที่สุด สื่อแผ่นพับของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่ได้เน้นรูปภาพประกอบเหมือนแผ่นพับของหน่วยงานเอกชนทั่วไป ฉะนั้นการเสนอเนื้อหาในสื่อแผ่นพับจึงต้องเลือกสรรการใช้ถ้อยคำ และกลวิธีการเขียนที่เหมาะสมกับเนื้อหาในแต่ละประเภท

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ สื่อแผ่นพับภาษาไทยเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเฉพาะใน 14 จังหวัดภาคใต้ของไทย คือ กระบี่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ปัตตานี พังงา พัทลุง ภูเก็ต ยะลา รณอง สงขลา สตูล และสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นแผ่นพับที่ผลิตในปี พ.ศ. 2541 จำนวน 14 ชุด (จังหวัดละ 1 ฉบับ) ผู้จัดทำ คืองานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แผ่นพับดังกล่าว มีลักษณะเป็นเล่มมีความหนาประมาณ 10-12 หน้ามีรูปภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัด ที่หน้าปกเพียงรูปเดียว เหตุผลที่แผ่นพับของงานพัฒนาข่าวสารกองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย ไม่สามารถลงรูปภาพประกอบได้จำนวนมากเพราะความจำกัดในด้านงบประมาณ และต้องการผลิตในปริมาณที่มาก เพื่อให้เพียงพอสำหรับแจกจ่ายไปยังสำนักงานการท่องเที่ยวใน จังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย ส่วนด้านในแผ่นพับแต่ละชุดนั้นเป็นข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด ข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำ ซึ่งเน้นการให้ข้อมูลที่ชัดเจน ละเอียดและถูกต้อง นอกเหนือจากการให้ข้อมูลแล้ว ยังสอดแทรกการสร้าง ความสนใจกับเนื้อหาเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความ คล้อยตามไปในขณะที่อ่าน และเกิดความสนใจอยากมาท่องเที่ยว การสร้างความสนใจในเนื้อหา ทำได้โดยการใช้กลวิธีการเพื่อการจูงใจ

การเขียนเพื่อการจูงใจ คือ การเขียนในลักษณะเชิญชวน ชักจูงใจให้คล้อยตาม เห็นดีเห็น งามตามไปด้วยไม่ใช่เป็นเพียงการถ่ายทอดข้อเท็จจริง แต่ต้องสามารถทำให้ผู้อ่านเกิดความคิด เห็นคล้อย ตามมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่เขียน และเกิดพฤติกรรมตอบสนองตามที่ตั้งใจไว้ ดังนั้นการ ดึงดูดความสนใจในแผ่นพับจึงขึ้นอยู่กับภาษาเขียนในแผ่นพับที่ผู้เขียนจะต้องใช้กลวิธีการเขียนเพื่อ สร้างแรงจูงใจให้ผู้อ่านเกิดความสนใจอยากจะมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยววัน ๆ

### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือการวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อแผ่น พับและกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

## 1. การวิเคราะห์เนื้อหา

เนื้อหา คือ ข้อมูลความรู้เบื้องต้นซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่าน เพื่อให้มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจังหวัดและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในจังหวัดก่อนจะตัดสินใจเลือกไปยังแหล่งท่องเที่ยว เนื้อหาแบ่งได้ 3 ประเภท คือ เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และเนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำซึ่งข้อมูลทั้ง 3 ประเภทนี้มีการจัดลำดับเป็นหัวข้อย่อยต่าง ๆ เพื่อความเป็นระเบียบสวยงามและง่ายต่อการอ่าน หัวข้อย่อยที่ปรากฏอยู่ในข้อมูลแต่ละประเภท มีดังนี้

1.1 เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด ซึ่งประกอบไปด้วยหัวข้อย่อย คือ คำขวัญประจำเมือง ประวัติเมือง การปกครอง และอาณาเขต หัวข้อย่อยเหล่านี้เป็นการให้ข้อมูลที่เป็นความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจังหวัด เน้นความถูกต้องและเนื้อหาที่เข้าใจง่าย การเขียนสำหรับหัวข้อย่อยเหล่านี้ ส่วนมากเป็นการเขียนแบบบรรยาย คือ การเขียนเพื่อบอกให้ผู้อ่านได้รับทราบว่าภายในจังหวัดนั้นมีอะไรบ้าง เช่น มีประวัติความเป็นมาอย่างไร มีเส้นทางคมนาคมทางใดบ้าง แบ่งเขตการปกครองออกเป็นกี่อำเภอ หรือมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใดบ้าง เป็นต้น ลักษณะการเขียนแบบบรรยายนี้ผู้เขียนจะใช้รูปประโยคที่สั้นกระชับ ได้ใจความตรงไปตรงมา อ่านแล้ว เข้าใจได้ทันทีไม่กำกวมซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ที่มุ่งสื่อสารความคิดเห็น สร้างความรู้ความเข้าใจที่ดีและความถูกต้อง

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่น่าสนใจหรือแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจของแผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ผู้เขียนจะต้องให้ความพิถีพิถันในด้านการใช้ภาษาที่สละสลวย สร้างความสนใจและมีเนื้อหาน่าติดตาม ทั้งนี้เพื่อต้องการจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยปกตินักท่องเที่ยวจะแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองสิ่งที่ตนเองต้องการตามรสนิยมของตนเอง หรือตอบสนองสิ่งที่ตนเองขาดหายไป เช่น นักท่องเที่ยวบางคนมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาหรือป่าಯ่มให้ ความสนใจที่อยากจะมาสัมผัสกับสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่ตนเองยังไม่เคยมีประสบการณ์ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เพราะฉะนั้นในการให้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวในสื่อแผ่นพับ ผู้เขียนจึงต้องนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวหลาย ๆ ประเภท และในการนำเสนอเนื้อหาหรือรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละประเภทนั้น ย่อมต้องใช้กลวิธีการเขียนที่แตกต่างกันไป เพื่อให้เกิดการจูงใจและให้การสื่อความหมายผ่านเนื้อหานั้นประสบผลสำเร็จมากที่สุด จากการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า การเขียนในหัวข้อย่อยสถานที่ที่น่าสนใจจะใช้กลวิธีการเขียนจูงใจหลายวิธีด้วยกัน เช่น การเปรียบเทียบ การใช้จุดจับใจ การอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าว การใช้กลุ่มชน การเสนอความคิดเห็น การสร้างทางเลือก และการทำนายผล เป็นต้น ในการเลือกใช้กลวิธีดังกล่าวนี้ ต้อง



เลือกใช้ให้เหมาะกับเนื้อหาแต่ละประเภทด้วย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พบว่า ใช้กลวิธีการเขียนโดยการใช้จุดจับใจมากที่สุด และสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ พบว่า ใช้การเขียนแบบใช้หลักฐานอ้างอิงมากที่สุด ส่วนหัวข้อย่อยการเดินทาง เทศกาลงานประเพณี กีฬาพื้นเมือง สินค้าพื้นเมือง และสิ่งอำนวยความสะดวก (ซึ่งได้แก่ สถานที่พัก และร้านอาหาร) จัดเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่นกัน พบว่าส่วนมากใช้การเขียนแบบบรรยาย เน้นการให้ข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้อง

1.3 เนื้อหาที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำ ได้แก่ ชื่อและที่อยู่ของผู้จัดทำสื่อแผ่นพับบอกให้ผู้อ่านได้ทราบถึงรายละเอียดของผู้ผลิตสื่อแผ่นพับ เพื่อความสะดวกในการติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติม การที่ผู้เขียนให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้อ่านในหลาย ๆ หัวข้อเช่นนี้ ช่วยให้ผู้อ่านตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เพราะมีข้อมูลมากพอที่จะช่วยในการเลือกตอบสนองในสิ่งที่ตนเองพึงพอใจมากที่สุด และเนื่องจากพื้นที่ในสื่อแผ่นพับมีจำกัด แต่ผู้เขียนต้องการนำเสนอข้อมูลหลายประเภท การเขียนหรือการให้รายละเอียดจำเป็นต้องใช้ประโยคที่สั้นแต่ได้ใจความชัดเจน ไม่ใช่คำฟุ่มเฟือยแต่ใช้คำที่กระชับเข้าใจง่าย

## 2. การวิเคราะห์กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ

มีการใช้กลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ ทั้งหมด 7 กลวิธีดังนี้

2.1 การเปรียบเทียบ การเขียนแบบเปรียบเทียบที่ได้นำมาใช้มี 2 วิธี คือ อุปมาและอุปลักษณ์ เป็นการเขียนที่เน้นให้ผู้อ่านเกิดความประทับใจในสาร มีจินตนาการถึงความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เขียนกล่าวถึงด้วยการใช้ถ้อยคำเปรียบเทียบคำว่า “คล้าย” “เหมือน” เพื่อสื่ออารมณ์ สร้างความรู้สึกให้คล้อยตามและเข้าใจเนื้อหาของสารนั้นได้ง่าย พบกลวิธีการเขียนเปรียบเทียบมากในเนื้อหาที่เกี่ยวกับข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

2.2 การใช้จุดจับใจ จุดจับใจที่ใช้ได้แก่ จุดจับใจโดยใช้อารมณ์หรือใช้ภาษาเชิงอารมณ์ส่วนใหญ่ใช้ในรูปของ การเล่นเสียง การใช้สมญานาม ปฏิพจน์ อคติพจน์ การใช้ภาษาเชิงอารมณ์นี้เป็นการสร้างจุดจับใจในสาร โดยการเลือกสรรถ้อยคำที่ไพเราะ หรือถ้อยคำที่ผู้รับสารสามารถสร้างภาพตามไปได้ในขณะที่อ่าน ทำให้เกิดการจูงใจหรือเกิดความซาบซึ้งจากถ้อยคำเหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้คำที่มีเสียงสัมผัสจากพยางค์ต้นที่เหมือนกันเพื่อช่วยให้ประโยคเกิดความไพเราะ หรือการใช้ถ้อยคำที่เกินจริงมากระตุ้นความรู้สึกผู้อ่านให้เกิดจินตนาการตามไปในขณะที่อ่าน จุดจับใจถัดมา คือ จุดจับใจโดยใช้ความกลัว สำหรับการเขียนสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนี้ ระดับของความกลัวที่ใช้จะเป็นความกลัวระดับต่ำไม่สร้างความกระวนกระวายให้กับผู้อ่านจึง

ทำให้สารมีความดึงดูดใจและสร้างความน่าสนใจน่าติดตามของสาร นอกจากนี้ยังมีการใช้จุดจับใจ โดยใช้แรงจูงใจ ซึ่งแรงจูงใจที่ใช้ในการเขียนสื่อแผ่นพับนี้จะเป็นแรงจูงใจที่สื่อความหมายไปในการสร้างภาพบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เป็นต้น การใช้จุดจับใจชนิดนี้ผู้ส่งสารต้องสร้างแรงจูงใจหลาย ๆ อย่างเพราะแรงจูงใจบางอย่างอาจมีผลกับคนคนหนึ่งแต่กับบางคนอาจจะไม่มีผล เพราะการใช้แรงจูงใจนั้นจะเกิดผลกับผู้รับสารที่มีประสบการณ์เดิมกับบางสิ่งบางอย่างและเมื่อผู้เขียนได้นำเสนอเรื่องราวที่ตรงกับประสบการณ์เดิมเหล่านั้นการจูงใจจึงจะเกิดขึ้น

2.3 การอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าว แหล่งที่มาของหลักฐานต่าง ๆ ที่นำมากล่าวอ้างส่วนมากมาจากหลักฐานทางโบราณคดีและยังคงมีปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน โดยผ่านการเห็นชอบจากกรมศิลปากรสามารถยืนยันและมีความน่าเชื่อถือได้ นอกจากนี้ยังมีการอ้างอิงบุคคลต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับหรือคนทั่วไปหรือคนในท้องถิ่น โดยบุคคลที่อ้างถึงนี้ คือผู้ที่ได้สร้างคุณงามความดีให้แก่ท้องถิ่นนั้น ๆ จนเป็นที่ยอมรับและเคารพของคนทั่วไปหรือของคนในท้องถิ่นนั้น ส่วนการอ้างหลักฐานทางตำนาน ในบางท้องถิ่นมีประวัติความเป็นมา หรือที่มาของชื่อจังหวัด ชื่อของสถานที่ที่อาจเป็นเรื่องราวที่เล่าสืบต่อกันมาตั้งแต่อดีตหรือที่เรียกกันว่าตำนานนั่นเอง การอ้างหลักฐานทางตำนานเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสาร

การอ้างหลักฐานแหล่งข่าวจะเน้นเรื่องการสร้างความน่าเชื่อถือของสาร เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความศรัทธาและความมั่นใจในสารมากยิ่งขึ้นตลอดจนเกิดความรู้สึกคล้อยตาม

2.4 การใช้กลุ่มชน หรือการแสดงให้เห็นถึงความเป็นพวกเดียวกัน ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่ผู้เขียนกล่าวถึง จากแผ่นพับสามารถแบ่งกลุ่มชนออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

2.4.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง เช่น สนใจเฉพาะเรื่องศิลปวัฒนธรรม, สนใจเฉพาะเรื่องโบราณคดี เป็นต้น ในการแบ่งกลุ่มชนนี้ผู้วิจัยใช้ลักษณะทางภาษาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งคือ สังเกตการใช้ภาษาของผู้เขียนได้ว่าจะใช้คำที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะพิเศษของกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น คำว่า นักปีนป่าย นักสะสมของเก่า เป็นต้น จากคำเหล่านี้ผู้อ่านจะทราบได้ทันทีว่าตรงกับความชื่นชอบของตนเองหรือไม่ ส่วนคำที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวทั่วไปจะไม่ค่อยมีคำที่พิเศษแต่จะเขียนบอกอย่างชัดเจน เช่น “เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั่วไป” หรือ “นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมแวะไปชมกันมาก”

2.4.2 กลุ่มคนในพื้นที่ ซึ่งแบ่งออกได้เป็นกลุ่มคนในพื้นที่ทั่วไป ได้แก่ ชาวบ้าน กลุ่มคนที่นับถือศาสนาและความเชื่อเดียวกันในท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งก็มี ทั้งชาวไทย ชาวจีน และชาวมุสลิม

ถ้าสังเกตจากลักษณะการใช้ภาษาพบว่าผู้เขียนใช้คำที่บ่งบอกให้รู้ว่าคือกลุ่มชนในพื้นที่ทั่วไป เช่น คำว่า ชาวบ้าน ชาวมุสลิม เป็นต้น และอีกกลุ่มหนึ่ง คือ กลุ่มคนในพื้นที่เฉพาะ จากการศึกษาพบว่า มีสองกลุ่ม คือ กลุ่มชาวเล และกลุ่มชนเผ่าซาไก กลุ่มชนกลุ่มนี้จะแตกต่างจากกลุ่มคนในพื้นที่ทั่วไปตรงที่กลุ่มชนเหล่านี้จะมีเขตที่อยู่อาศัยเฉพาะกลุ่ม ไม่ได้อาศัยอยู่ทั่วไป มีประเพณีและขนบธรรมเนียมเฉพาะกลุ่มของตนซึ่งก็เป็นประเพณีที่แตกต่างไปจากกลุ่มชนในพื้นที่ทั่วไป

การเขียนเพื่อการจูงใจโดยการใช้กลุ่มชนนี้จะสามารถสร้างการจูงใจให้กับสารได้เมื่อผู้รับสารเกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นพวกเดียวกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่ผู้ส่งสารเสนอ หรือหลังจากที่ได้อ่านสื่อแผ่นพับแล้วผู้รับสารมีความสนใจเป็นพิเศษในกลุ่มชนต่าง ๆ ที่ผู้เขียนนำเสนอเป็นการจูงใจให้ผู้รับสารตัดสินใจเลือกมายังแหล่งท่องเที่ยวได้

2.5 การเสนอความคิดเห็น มีการเสนอความคิดเห็นที่หลากหลายให้ผู้รับสารได้มีโอกาสตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ตนชื่นชอบ หรือที่เหมาะสมกับตนมากที่สุดลักษณะการใช้ภาษา พบว่า มีการใช้คำว่า “ควร” และคำว่า “หรือ” มากที่สุด เป็นคำที่บ่งบอกถึงลักษณะของการให้อิสระในการเลือก

2.6 การสร้างทางเลือก มีทั้งการสร้างทางเลือกโดยการเขียนแสดงให้เห็นเป็นรายการอย่างชัดเจน ง่ายต่อการอ่าน และสามารถตัดสินใจเลือกได้อย่างรวดเร็วและมีการสร้างทางเลือกในรูปแบบการใช้ภาษา คือ ไม่ได้เขียนแจ่มแจ้งแสดงเป็นรายการให้เห็นอย่างชัดเจน แต่เป็นการใช้ภาษาที่แสดงให้เห็นถึงทางเลือก คือ ใช้คำว่า “นอกจากนี้” “หรือ”

2.7 การทำนายผล ลักษณะภาษาที่ใช้ คือ คำว่า “ซึ่งคาดว่า” แสดงให้เห็นถึงการคาดการณ์การทำนายผลล่วงหน้า และจูงใจให้ผู้อ่านเกิดความอยากรจะพิสูจน์ถึงคำทำนายนั้น ผลการศึกษาเอกสารแผ่นพับพบการเขียนลักษณะนี้ไม่เด่นชัดนัก จะเป็นไปในลักษณะของการคาดการณ์ล่วงหน้ามากกว่า เพราะลักษณะของการทำนายผลนั้นจะต้องเป็นการเขียนที่ผู้เขียนต้องการให้ผู้อ่านทราบถึงผลที่จะตามมาจากเหตุการณ์ที่กำลังกล่าวถึงโดยเขียนทำนายผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากเหตุการณ์ที่กำลังกล่าวถึง

กลวิธีการเขียนเพื่อจูงใจที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น ผู้ส่งสารใช้เพื่อต้องการสื่อให้ผู้รับสารเห็นภาพชัดเจนขึ้นกว่าการนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นในขั้นแรก เพราะนอกเหนือจากการให้ข้อมูลข้อเท็จจริง หรือความรู้เกี่ยวกับจังหวัด สถานที่ท่องเที่ยว และผู้จัดทำแล้ว ผู้ส่งสารยังสอดแทรกอารมณ์ ความรู้สึกที่ละเอียดละออผ่านทางการใช้ภาษาเพื่อให้ผู้รับสารเกิดมโนภาพ เกิดความเข้าใจในสารอย่างลึกซึ้ง โดยเลือกเฟ้นถ้อยคำภาษาและสร้างจุดจับใจในสาร เพื่อต้องการให้สารนั้นสามารถจูงใจผู้รับสารให้ได้มากที่สุดและเกิดการตอบสนอง คือ ผู้รับสารเกิดความคิดคล้อยตาม และเกิดการกระทำที่ตามมา คือ การตัดสินใจมายังแหล่งท่องเที่ยวนั้นเอง

กลวิธีการเขียนเพื่อจูงใจที่พบว่าใช้มากที่สุด คือ การอ้างหลักฐานหรือแหล่งข่าว พบมากในเนื้อหาเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ประวัติเมือง เน้นการสร้างที่น่าเชื่อถือของสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความมั่นใจ รองมาเป็นกลวิธีการเขียนโดยการใช้จุดจับใจ ซึ่งจุดจับใจที่ใช้มากที่สุดสองอันดับคือ จุดจับใจโดยใช้แรงจูงใจ และจุดจับใจโดยใช้อารมณ์ กลวิธีการเขียนโดยการอุปมาเป็นกลวิธีที่ใช้มากเป็นอันดับที่สาม เพื่อเน้นให้ผู้อ่านเกิดความคล้อยตามและเกิดมโนภาพพบมากในเนื้อหาเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการจัดทำแผ่นพับ

1. ในแผ่นพับของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แต่ละจังหวัดควรมีการนำเสนอทุกหัวข้อย่อยให้ครบถ้วนเหมือนกันทุกจังหวัด เช่น หัวข้อคำขวัญประจำเมือง ควรจะมีในแผ่นพับทุกจังหวัด เพราะเป็นสิ่งแรกที่ผู้รับสารจะได้อ่านจากเอกสาร และเป็นการกล่าวถึงภาพรวมของจังหวัดนั้น ๆ ข้อมูลด้านประวัติเมือง จะช่วยให้ผู้อ่านได้ทราบความเป็นมาของจังหวัด และเป็นความรู้เบื้องต้นที่เป็นประโยชน์ สามารถสร้างแรงจูงใจในสารได้
2. การใช้ภาษาในสื่อแผ่นพับควรระมัดระวังในเรื่องการใช้คำที่ถูกต้อง เพราะคำบางคำถ้าเขียนผิดความหมายก็เปลี่ยนไป เช่น แผ่นพับจังหวัดชุมพร หัวข้อสถานที่ท่องเที่ยว หากทราวยีสวี คำว่าถนนลาดยาง ที่ถูกต้องตามหลักพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน คือคำว่า ราดยาง และแผ่นพับจังหวัดสตูล ในหัวข้อการเดินทางคำว่า อำเภอรัตนภูมิ ที่ถูกต้องคือ อำเภอรัตนภูมิ นอกจากนี้การใช้คำราชาศัพท์ ในแผ่นพับจังหวัดสุราษฎร์ธานี หัวข้อประวัติเมือง ผู้เขียนใช้คำว่า โปรด ๆ ที่ถูกต้องควรใช้ว่า โปรดเกล้า ๆ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาวิจัยในด้านต่อไปนี้

1. ประสิทธิภาพของสื่อแผ่นพับของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงไร
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อแผ่นพับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. การจัดลำดับเนื้อหาที่มีผลต่อการจูงใจในสื่อแผ่นพับ
4. ความต้องการข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

### บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2541. "ปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542". การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : (สำเนา).

กองทัพเรือพาณิชย์กุล. 2542. การใช้ภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร : โอเคียนสโตร์.

กิริติกานต์ วันถนอม. 2539. "การวิเคราะห์รูปแบบ เนื้อหา และปัจจัยที่มีบทบาทต่อการสร้างสรรค์เพลงโฆษณา", วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์พัฒนาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (สำเนา)

คณาจารย์ภาควิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2537. ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : ดอกหญ้า.

งานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2541. ท่องเที่ยวกระบี่. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_. 2541ก. ท่องเที่ยวชุมพร. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_. 2541ข. ท่องเที่ยวตรัง. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_. 2541ค. ท่องเที่ยวพังงา. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_. 2541ง. ท่องเที่ยวพัทลุง. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_. 2541จ. ท่องเที่ยวนครศรีธรรมราช. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_. 2541ฉ. ท่องเที่ยวนราธิวาส. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_. 2541ช. ท่องเที่ยวปัตตานี. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_ 2541ซ. ท่องเที่ยวภูเก็ต. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_ 2541ฉ. ท่องเที่ยวยะลา. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_ 2541ญ. ท่องเที่ยวระนอง. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_ 2541ฎ. ท่องเที่ยวสงขลา. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_ 2541ฏ. ท่องเที่ยวสตูล. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_ 2541ฐ. ท่องเที่ยวสุราษฎร์ธานี. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ดวงใจ ไทยอุบุญ. 2543. ทักษะการเขียนภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร : ด้านสุทธการพิมพ์.

ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. 2536. สื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร :  
ที. พี. พริน.

ดวงมน จิตรจันทน์. 2527. สุนทรียภาพในภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร : เคล็ดไทย.

นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. 2539. นักบริหารกับงานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : ออฟเซท  
เพรส.

นภาพรณี อัจฉริยะกุล. 2530. "การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์", ในเอกสารการสอนชุดวิชา  
การผลิตงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-8, หน้า 234-281. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
ธรรมาธิราช.

นภาลัย สุวรรณธาดา. 2540. "สำนวนโวหารในการสื่อสาร", ในเอกสารการสอนชุดวิชาภาษาเพื่อ  
การสื่อสาร หน่วยที่ 1-7, หน้า 257-264. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นิคม จารุมณี. 2535. การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร :  
โรงพิมพ์การศาสนา.

บุญเกื้อ ควรหาเวช. 2542. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาเทคโนโลยีทางการ  
ศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ประมะ สตะเวทิน. 2539. การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร :  
ภาพพิมพ์.

\_\_\_\_\_. 2540. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์.

ประจวบ อินอ้อด. 2532. เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพมหานคร : มัชฌานาสถาปัตย์.

ประกาศรี สีอำไพ. 2531. การเขียนแบบสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.

ปรีชาบุช อนุสุเรนทร์. 2539. “การศึกษาวิเคราะห์คัมภีร์ที่ใช้เทศนาในเทศกาลเข้าพรรษาของ  
ล้านนา”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาและวรรณกรรมล้านนา  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (สำเนา)

พรทิพย์ ทิมลพันธุ์. 2542. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์.  
กรุงเทพมหานคร : ประกายพริก.

พิชญ์สินี แสงขำ. 2538. “การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวด้านเนื้อหาในสื่อแผ่นพับการ  
โฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2536-  
2537” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย. (สำเนา)

มณฑล ไบบัว. 2536. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : โอเคียนสโตร์.

ยุภา สุภากุล. 2540. การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : โอเอสพรีนติ้งเฮ้าส์.

ระจิตลักษณ์ แสงอุไร. 2530. หลักนิเทศศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์.

ระเด่น ทักษณา. 2532. ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ต้องพบกันครึ่งทาง เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการเรื่องมนุษยสัมพันธ์ ของสำนักนายกรัฐมนตรื. กรุงเทพมหานคร : สำนักนายกรัฐมนตรื.

ราชบัณฑิตยสถาน. 2539. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพมหานคร : อักษรเจริญทัศน์.

\_\_\_\_\_. 2539. พจนานุกรมศัพท์วรรณกรรม : ภาพพจน์ โวหาร และกลวิธีการ  
ประพันธ์ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. 2541. การเขียนเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลักขณา สตะเวทิน. 2540. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : เทืองฟ้าพริ้นดิงจำกัด.

วัฒนา พุทธางกูรานนท์. 2531. การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง.

วารุณี พลบูรณ์. 2542. "การใช้ภาษาภาพพจน์", ในการใช้ภาษาไทย 2 หน้า 11-13,  
กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิษุกร กุหลาบสี. 2544. เอกสารประกอบการบรรยายเรื่องอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและนโยบาย  
การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ. ปัตตานี : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วินิจ วีรยางกูร. 2533. การจัดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัย  
เกษตรศาสตร์.



สมพร มั่นตะสูตร. 2540. การเขียนเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.

สินีนาด วิมุกตานนท์. 2540. “การใช้สื่อหนังสือเพื่อการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้”,  
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย. (สำเนา)

สุจริต เพียรชอบ. 2540. ศิลปะการใช้ภาษา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

สุภาวดี คงเจริญ. 2535. “ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อแผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา  
บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (สำเนา)

สุรสิทธิ์ วิทวารัฐ. 2542. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์. กรุงเทพมหานคร : พิษณุการพิมพ์.

เสรี วังสัโฬจิตร และ สะอาด คั่นศุภผล . 2527 . คู่มือการประชาสัมพันธ์ เอกสารนิเทศก์การศึกษา  
ฉบับที่ 263. กรุงเทพมหานคร : ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศก์  
กรมการฝึกหัดครู.

อนันต์ธนา อังกินันท์. 2529. การผลิตและการใช้สื่อด้านการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร :  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อรวรรณ ปิถันธนโสภาท. 2537. การสื่อสารเพื่อการจูงใจ . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

อวยพร พานิชและคณะ. 2539 . ตำราประกอบการสอนวิชาภาษาเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร  
: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อ้อยทิพย์ นิธิยานันท์. 2541. ให้สัมภาษณ์. 19 พฤศจิกายน.

อิทธิพันธ์ พัฒนบุหงษ์. 2538. “บทความของอนุสาร อ.ส.ท. ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย”,  
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
(สำเนา)

Bivins, Thomas. 1989. **Handbook for Public Relation Writing**. Illinois : NTC Business  
Books .

Cutlip, S.M. and Center, A.H. 1964. **Public Relation**. New Jersey : Prentice-Hall, INC

Stewart, Kay L. and Kowler, Marian. 1991. **Form of Writing : A Brief Guide and Handbook**.  
Ontario : Prentice-Hall Canada.

**Webster's New International Dictionary**. 1966. Second Edition. Massachusetts : G&C.  
Merriam Company.

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-ชื่อสกุล นางสาวปทุมพร แป้นเหลือ  
วันเกิด 27 เมษายน 2518  
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร

## วุฒิการศึกษา

วุฒิ	สถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ครุศาสตรบัณฑิต	สถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช	2539
วิชาเอกการประถมศึกษา		