

การสื่อสารภาษาอังกฤษภายใต้เอกลักษณ์อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
The Identity of Pak Kret District, Nonthaburi Province through English
Communication

ปวันรัตน์ นิกิริกิติโกศล

Pawanrat Nikornkittikosol

Receive October 24, 2024 ; Retrieved March 31, 2025; Accepted March 31, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีว่ามีอะไรบ้าง และ 2) ออกแบบแบบเนื้อหาภาษาอังกฤษที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 1) ผู้ดูแลรับผิดชอบอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีจำนวน 3 ท่าน 2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 20 คน ที่มาเที่ยวประเทศไทยมาก่อน และ 3) กลุ่มมัคคุเทศก์ชาวไทยจำนวน 3 คน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยสรุปเนื้อหาที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์การใส่รหัสข้อมูลตีความและเขียนรายงานเพื่อถ่ายทอดให้ผู้อื่น ผลการวิจัยพบว่า 1. เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีประวัติความเป็นมาตั้งแต่สมัยอยุธยาที่พระเจ้าอยู่หัวท้ายสระมีดำริให้มีการขุดคลองลัดเกร็ดในปี 2265 และต่อมาสมเด็จพระเจ้าตากสินได้ให้ชาวมอญที่หลบหนีจากการขับไล่ของพม่ามาตั้งรกรากที่เกาะเกร็ด จึงเกิดชุมชนชาวมอญที่ได้ทำมาเลี้ยงชีพด้วยเครื่องปั้นดินเผา จนมีชื่อเสียงจวบจนปัจจุบัน โดยหมอน้ำลายวิจิตรได้เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี รวมทั้งประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์คือการเล่นสงกรานต์ที่แตกต่างจากที่อื่น รวมทั้งวัฒนธรรมอาหารที่ชาวมอญเป็นต้นตำรับข้าวแช่ 2. การนำเสนอเอกลักษณ์ของอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีมี 4 อย่างคือ 1) ประวัติวัดปรมัยยิกาวาสวรวิหารที่มีพระไตรปิฎกมอญที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย 2) เจดีย์เอียงที่เป็นสัญลักษณ์ของเกาะเกร็ด 3) ประเพณีสงกรานต์ของชาวมอญ และ 4) ข้าวแช่มอญ

คำสำคัญ: เอกลักษณ์ของอำเภอปากเกร็ด, เจดีย์เอียง, การสื่อสารภาษาอังกฤษ

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the perception of identity of Pak Kret District, Nonthaburi province and 2) communicate such identity in English. The qualitative data was collected through studying related materials exploring the area, in-depth interviews with



three groups of people: three direct responsible officers who were key informants of the district, twenty foreign tourists and three Thai Tourist guides. A content analysis was used to analyze the qualitative data. The main findings of the study were the following: 1) The history of KohKret, which was caused by the digging of canal, KlongLakdret in the King Taisra reign of Ayuddhaya in 1722. In the reign of King Taskin the great, the group of Mon refugees fleeing from Myanmar settled down on this land forming Mon communities and cultures. The Mon pottery was well known and Mor Nam Lai Vichit becomes the identity of Nonthaburi province. Raman Songkran festival was unique and famous as well as original Mon KhaoChae. 2) The presentation of the identity of Pak Kret District in English covers four items: 1) The history of Wat Poramaijikas Worawihan which contains the oldest Mon Buddhist scripture in Thailand including the Jaiiang, the landmark of KohKret 2) Kwan a mann, the earthenware village. 3) Raman Songkran Festival and 4) original KhaoChae.

Keywords: identity of AmphurPakret, Jaiiang, English communication

บทนำ

ภาษาอังกฤษมีบทบาทมากในการสื่อสารเนื่องจากเป็นภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล (international language) ที่ทั่วโลกใช้ในการสื่อสารใช้ภาษาอังกฤษถึง 1.2 ถึง 1.5 พันล้านคนจาก 75 ประเทศทั่วโลก ในประเทศไทยนั้นมีการใช้กันหลายวงการ ธุรกิจที่มีความต้องการใช้ภาษาอังกฤษอันดับต้นๆคือธุรกิจโรงแรม การท่องเที่ยว ขนส่ง นอกจากนี้ภาษาอังกฤษได้รับการประกาศในกฎบัตรอาเซียน (ASEAN Charter) (Association of Southeast Asian Nations Charter (online). ข้อ 34 ให้เป็นภาษาทำงาน (working language) ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวเมืองไทยเป็นจำนวนมาก โดยรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างชาติมีทั้งเป็นชาวยุโรป อเมริกา และชาวเอเชีย ดังนั้นการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษจึงสำคัญอย่างยิ่ง

จังหวัดนนทบุรีมีประวัติความเป็นมายาวนาน มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะวิถีชาวมอญที่ชุมชนเกาะเกร็ดซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัดนนทบุรีที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วและมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ทางจังหวัดนนทบุรีเล็งเห็นถึงความสำคัญจึงกำหนดให้พื้นที่เกาะเกร็ดเข้ามารวมอยู่กับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด วิถีชีวิตของชุมชนเชิงพุทธสังคมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนเกาะเกร็ด กล่าวคือเกาะเกร็ดเป็นศูนย์กลางของชนเชื้อชาติไทย มอญ และมุสลิม ที่อยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนและกลมเกลียวกันบนเกาะที่มี



สัญลักษณ์เอียงโค้งตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาทางตอนเหนือ วิธีการดำเนินชีวิตของชุมชนที่คงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมคือ เครื่องปั้นดินเผา นอกจากนี้ยังมีวัดที่มีความสำคัญทางประวัติตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาและประเพณี และอาหารท้องถิ่นของมอญที่ยังคงรักษาไว้จวบจนปัจจุบัน

นโยบายภาครัฐได้มีการฟื้นฟูส่งเสริมการนำเสนอมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่นบนเวทีสากล การไปสู่ความเป็นสากลนี้จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางในการนำเสนอเนื้อหา เอกลักษณ์ของชุมชนเกาะเกร็ด เพื่อสร้างและส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของชุมชนเกาะเกร็ด เพื่อให้ผู้มาเยือนได้ตระหนักถึงคุณค่า ของวิถีชีวิตของชุมชนเกาะเกร็ด เพื่อให้มีการซึมซับในวัฒนธรรม และเมื่อไปถึงจุดนั้นเท่ากับเป็นการเอื้อต่อการปรับใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นผลประโยชน์ทางวัฒนธรรมในเชิงเศรษฐกิจตามนโยบายของรัฐ นอกจากการใช้ภาษาอังกฤษในการถ่ายทอดเอกลักษณ์ของชุมชนเกาะเกร็ดแล้ว การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างเหมาะสมนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นไม่น้อยไปกว่ากันดังที่ องค์การอิโคมส ประเทศไทย (2012) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อความหมายไว้ว่า “จากหลักฐานวัตถุของชุมชนและอารยธรรมในอดีตที่ดำรงอยู่อย่างมากมายหลากหลาย การเลือกสรรว่าเราจะสงวนสิ่งใด สงวนรักษาอย่างไร และจะนำเสนอสิ่งนั้น ๆ ต่อสาธารณะชนอย่างไร เหล่านี้เป็นองค์ประกอบของการสื่อความหมายของแหล่ง และองค์ประกอบดังกล่าวเป็นตัวแทนของทัศนคติของทุก ๆ ชั่วคนว่าสิ่งใดมีความหมาย สิ่งใดมีความสำคัญ และเหตุใดหลักฐานวัตถุจากอดีตจึงควรได้รับการส่งผ่านไปยังอนุชนรุ่นหลัง”

ข้อมูลเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ดในเชิงให้ความรู้ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสื่อภาษาอังกฤษแบบครบถ้วนยังมีข้อจำกัด เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญดังกล่าวในการสานต่อวัฒนธรรมชุมชนเกาะเกร็ดให้เป็นวัฒนธรรมที่มีความเป็นพลวัตและรับรู้ในระดับสากลด้วย จึงต้องการออกแบบเนื้อหาภาษาอังกฤษที่นำเสนอเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ด ดังที่ได้มีกล่าวไว้ในรัฐธรรมนูญการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม จะต้องสร้างการรับรู้คุณค่าและนัยสำคัญทางวัฒนธรรมของมรดกทางวัฒนธรรมนั้น ๆ ตามคุณค่าและนัยสำคัญ กล่าวคือ ระดับบุคคล ระดับชุมชน ระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด ระดับประเทศ และระดับสากล (National Legislative Assembly (Online).

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีว่ามีอะไรบ้าง
2. เพื่อออกแบบเนื้อหาภาษาอังกฤษที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหารที่เกาะเกร็ดจำนวน 140 ร้าน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานชุมชนเกาะเกร็ด



ขอบเขตเชิงคุณภาพ คือ ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมของงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเกาะเกร็ด ลงสนาม นำข้อมูลทั้งหมดสกัดมาเป็นแนวทางในการสืบเนื้อหาภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งมีการตรวจสอบเนื้อหาภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญ

การทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวน และศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังหัวข้อต่อไปนี้คือ

แนวคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์

ความหมายของเอกลักษณ์

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่าเอกลักษณ์ไว้ดังต่อไปนี้

เอกลักษณ์ (Identity) หรือในบางตำราทางวิชาการอาจใช้คำว่า “อัตลักษณ์” ในทางจิตวิทยาสังคม หมายถึง ความสำนึกของแต่ละบุคคลว่าตนเองมีความแตกต่างจากผู้อื่นอย่างไร เป็นคำตอบเป็นตอบของคำถามที่ว่า “ฉันคือใคร” และ “ฉันคือใครในสายตาผู้อื่น” ซึ่งบุคคลหนึ่ง ๆ จะมีหลายเอกลักษณ์ หมายถึงการมองตนเองในแง่มุมต่าง ๆ ในฐานะสมาชิกหน่วยหนึ่งของสังคม ตัวอย่างเช่น เชื้อชาติ ถิ่นกำเนิด เพศ ชนชั้น อาชีพ การเมือง ศาสนาดังนั้นในฐานะสมาชิกหน่วยหนึ่งของสังคมบุคคลหนึ่ง ๆ จะมองตนเองในหลาย ๆ แง่มุมตัวอย่างเช่น นาย ก. มองตนเองว่า เป็นคนไทยเชื้อสายจีน เป็นชาวอุดรธานี เป็นผู้ชาย เป็นพ่อค้า เป็นชนชั้นนายทุน เป็นชาวพุทธ การมองตนเองในแง่มุมต่าง ๆ ของนาย ก. ก็คือ เอกลักษณ์ในแง่มุมต่าง ๆ ของนาย ก. นั่นเอง (Sakrik, W. (2002).

คำว่า “เอกลักษณ์” มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ว่าลักษณะที่เหมือนกันหรือมีร่วมกันเช่นชุมชนนั้นมีเอกลักษณ์อยู่คือการทอดผ้าจากหมวยความว่าคนในชุมชนนั้นมีอาชีพทอดผ้าจากเหมือน ๆ กันหมด (Sonphasa, T. (2008).

ส่วนคำว่า “อัตลักษณ์” ไม่มีบันทึกไว้ในพจนานุกรมแต่มีตำราหลายเล่มให้ความหมายคำว่า “อัตลักษณ์” ไว้ว่าคุณลักษณะเฉพาะตัวซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของตัวบุคคลสังคมชุมชนหรือประเทศนั้นเช่นเชื้อชาติภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่นและศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากลกับสังคมอื่น ๆ (Sriprasit, C. (2011).

โดยส่วนใหญ่คนไทยยังนิยมใช้คำว่า “เอกลักษณ์” ในความหมายว่าลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครอย่างกว้างขวาง ส่วนคำว่า “อัตลักษณ์” นั้นมักจะใช้ในวงแคบ ๆ เช่นแวดวงวิชาการเท่านั้นและบางครั้งก็ใช้แบบมีความหมายโดยนัย (แฝง) เช่น “เอกลักษณ์” เป็นสิ่งตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ส่วน “อัตลักษณ์” สามารถเปลี่ยนแปลงได้มีหลายสิ่งตามความจริงที่ปรากฏต้องดูหลาย ๆ ด้านหลาย ๆ มิติของสิ่งนั้น (Thai teachers for students. (2011).

Hall, S., & Du, Gay. (1996). อธิบายลักษณะของอัตลักษณ์ว่าไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรมช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งโดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งถูกประกอบสร้างทางสังคม



(Social Construct) และไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งตายตัวหากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture)

กล่าวโดยสรุปคำว่าเอกลักษณ์หมายถึงลักษณะเฉพาะตัวหรือลักษณะที่แสดงความเป็นอยู่อย่างเดียวกันของคนในสังคมซึ่งแตกต่างจากลักษณะร่วมของคนในสังคมอื่น ๆ ส่วนคำว่าอัตลักษณ์หมายถึงความเป็นตัวตนที่แตกต่างจากสิ่งอื่นใดสามารถบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของตัวบุคคลสังคมชุมชนหรือประเทศนั้น ๆ ได้

“เอกลักษณ์” เป็นสิ่งตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ส่วน “อัตลักษณ์” นั้นสามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาให้ดีขึ้นได้

ประเภทของอัตลักษณ์

Goffman, E. (1963). นักสังคมวิทยาได้แบ่งอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) คือภาพของปัจเจกในสายตาคนอื่นในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดยสังคมจะมีวิธีการระบุอัตลักษณ์ส่วนบุคคลแตกต่างกันไปเช่นสังคมสมัยใหม่ใช้บัตรประชาชนหรือการพิมพ์ลายนิ้วมือระบุอัตลักษณ์บุคคลเป็นต้นในขณะที่ Littlejohn, S., & Foss, K. (2008) อธิบายว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคลคือลักษณะเฉพาะของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการมองตนเองและเกิดขึ้นจากเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัวในช่วงเริ่มแรกของชีวิตและจากสังคม

2. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ของบุคคลคือสถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนา ที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่สังคมจะมีความคาดหวังหรือเรียกร้องว่าปัจเจกบุคคลในวัยเพศชนชั้นนั้น ๆ ควรวางตนอย่างไร

นอกจากนี้จากการค้นคว้าพบว่ามีอัตลักษณ์อีกประเภทหนึ่งเรียกว่าอัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) สารานุกรมสังคมวิทยาแบล็คเวลได้นิยามไว้ว่า หมายถึงการมีความหมายร่วมกันของกลุ่มซึ่งความหมายร่วมเหล่านี้เกิดจากความสนใจและประสบการณ์ร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเป็นการตอบคำถามว่าพวกเราเป็นใครอัตลักษณ์ร่วมไม่ใช่สิ่งตายตัวเกิดขึ้นผ่านการต่อสู้ทางการเมืองผ่านการเคลื่อนไหวทางสังคมปฏิสัมพันธ์และปฏิกิริยาทางสังคม (George Ritzer, 2007) ในขณะที่ ออลสัน (Peter, P. J., & Olson, J. C. (2010). อธิบายว่าหมายถึงชุดของความรู้สึกร่วมกันของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการเป็นสมาชิกของกลุ่มซึ่งอัตลักษณ์ร่วมนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ในระดับปัจเจกหรืออัตลักษณ์ของบุคคลตัวอย่างของอัตลักษณ์ร่วมเช่นบุคลิกภาพของกลุ่มโดยรวมเพศสภาพชาติพันธุ์สภาพภาพอาชีพ เป็นต้น (Ashmore, R.D., et al. (2004). จากคำอธิบายข้างต้นจะพบว่าอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) และอัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) มีลักษณะใกล้เคียงกันอัตลักษณ์เป็นเรื่องที่มีส่วนร่วมกันอยู่หลายประการเช่น อัตลักษณ์เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการสร้างจากบริบทเชิงพื้นที่และเวลา (วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์) อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการให้คำนิยามและตีความมีความหมายเชิงคุณค่าซึ่งคุณค่าเหล่านั้นไม่จำเป็นต้องได้รับความเป็นสากลแต่ความหลากหลายทางวัฒนธรรมหรือการสร้างตัวตนจากวัฒนธรรมย่อยก็ทำให้เกิดการยอมรับซึ่งพหุลักษณะทางสังคมซึ่งไม่เหมือนกับเอกลักษณ์ในคำนิยาม



สมัยแรกที่จะต้องสร้างเพื่อความเป็นปึกแผ่นของสังคมเท่านั้นแต่อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการยอมรับในการมีอยู่ของปัจเจกอย่างจริงจัง

กฎบัตรอิโคโมส

กฎบัตรอิโคโมสว่าด้วยการสื่อความหมายและการนำเสนอแหล่งมรดกวัฒนธรรมกฎบัตรอิโคโมสว่าด้วยการสื่อความหมายและการนำเสนอแหล่งมรดกวัฒนธรรมนี้อยู่ภายใต้การสนับสนุนและกำกับดูแลของคณะกรรมการวิชาการระหว่างประเทศของอิโคโมสว่าด้วยการสื่อความหมายและการนำเสนอ (ICIP) ได้มีหลักการที่ใช้เพื่อการสื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการสร้างความหมายในสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปากเกร็ด มีดังนี้ (กฎบัตรอิโคโมส (ICOMOS, 2011)

นอกจากนี้ยังมีกฎบัตรระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ได้แก่กฎบัตรระหว่างประเทศว่าด้วยเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (International Culture Tourism Charter) ซึ่งได้มีการรับรองในที่ประชุมสามัญครั้งที่ 12 ของ ICOMOS ที่ประเทศเม็กซิโกตุลาคม 1999 มีเนื้อหาสำคัญดังนี้ (กฎบัตรระหว่างประเทศว่าด้วยเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, 2552)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้ดูแลอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 ท่าน กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 20 คน และกลุ่มมัคคุเทศก์ชาวไทยจำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ โดยการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Study) ด้วยแบบสำรวจ (Basic Survey) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Focus Group) การสังเกตโดยตรง (Direct Observation) การวิเคราะห์เนื้อหาของเอกสาร (Content Analysis of Written Materials) เพื่อใช้กับกลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่ม วิธีการสร้างเครื่องมือมีดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารตำราวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างเนื้อหาภาษาอังกฤษในการสื่อความหมายเอกลักษณ์ของอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
2. เก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Study) ด้วยแบบสำรวจ (Basic Survey) เช่นการรวบรวมข้อมูลจากประชากรและบริบทของชุมชน ท้องถิ่นโดยการสำรวจสภาพโดยทั่วไปของพื้นที่ที่จะทำการวิจัย
3. สร้างแบบสัมภาษณ์ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยแบบสัมภาษณ์นี้มีรูปแบบของเนื้อหาทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

การเก็บรวบรวมข้อมูล



ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้คือ การรวบรวมข้อมูล เริ่มจากศึกษากรอบแนวคิดทฤษฎีรวมทั้งผลงานการศึกษาวิจัยในประเทศไทยและต่างประเทศเกี่ยวข้องกับหัวเรื่องที่ศึกษาวิจัย รวมทั้งได้มีการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ประสานงานเพื่อทำการสัมภาษณ์ พร้อมลงพื้นที่ในระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ ถึง เดือนเมษายน 2561 กำหนดประเด็นในการสัมภาษณ์เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่มนำข้อมูลจากแบบสังเกตมาประกอบในการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและการสัมภาษณ์ทั้งสามกลุ่มในชุมชนเกาะเกร็ด มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา ดังต่อไปนี้ สรุปเนื้อหาที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม การลงสนาม และการสัมภาษณ์ ใส่รหัสข้อมูลในลักษณะของการแยกย่อย และทำการจัดกลุ่มข้อมูลที่ได้ เชื่อมโยงแนวคิดต่าง ๆ โดยการรวบรวมไว้ด้วยกัน ขยายขอบข่ายของความเชื่อมโยงเพื่อให้เห็นภาพรวมของเกาะเกร็ด หาความหมายของชุมชนเกาะเกร็ด ในเชิงพหุสังคม ตีความและเขียนรายงานเพื่อถ่ายทอดให้ผู้อื่น

กรอบดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิด

ผลการวิจัย



จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์และการสังเกตจาก 1) ผู้รับผิดชอบอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 คน 2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 20 คนและ 3) มัคคุเทศก์ชาวไทย จำนวน 3 คน ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

กลุ่มผู้ดูแลอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

กลุ่มผู้รับผิดชอบจังหวัดนนทบุรีจำนวน 3 คนเป็นเพศชายทั้ง 3 คนซึ่งมีอายุตั้งแต่อายุ 31-50 ปีและมีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 5 ปีเป็นจำนวน 2 คนและ 10 ปีเป็นจำนวน 1 คนระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา จนถึงปริญญาตรีดังตารางที่ ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ดูแล

ข้อมูลทั่วไป	เพศ		อายุ				ระดับการศึกษา	
	ชาย	หญิง	25-30	31-35	36-40	45-50	ป. ตรี	อนุป.ตรี
ผู้ดูแลจังหวัดนนทบุรี	3			1	1	1	2	1

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

การสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 20 คน มาจากทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา ออสเตรเลีย และทวีปเอเชีย รวม 20 คน เป็นเพศชายจำนวนทั้งหมด 8 คน และ เพศหญิงจำนวน 12 คน มีอายุ ตั้งแต่ 25 ปีจนถึงอายุ 50 ปีมีข้อมูลรายละเอียดแต่ละกลุ่มดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปมีจำนวนทั้งหมด 5 คน เป็นเพศชายจำนวน 3 คน และเป็นเพศหญิงจำนวน 2 คน อายุระหว่าง 25 ปีถึงอายุ 40 ปีจำนวน 4 คน และอายุระหว่าง 45-50 ปีจำนวน 1 คน ได้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่สง จำนวน 3 คน มาครั้งที่ 3 จำนวน 1 คน และครั้งที่ 4 จำนวน 1 คน ทุกคนมีการศึกษาระดับปริญญาตรี

2. นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกามีจำนวนทั้งหมด 5 คน เป็นเพศชายจำนวน 2 คน และเป็นเพศหญิงจำนวน 3 คน อายุระหว่าง 25 ปี ถึงอายุ 40 ปี จำนวน 5 คน ได้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 2 ครั้งมี 3 คนและจำนวน 3 ครั้งมี 2 คน ทุกคนมีการศึกษาระดับปริญญาตรี

3. นักท่องเที่ยวจากทวีปออสเตรเลียมีจำนวนทั้งหมด 5 คน เป็นเพศชายจำนวน 2 คน หญิง 3 คน อายุระหว่าง 25-40 ปี จำนวน 4 คน และอายุ ระหว่าง 45-50 ปี จำนวน 1 คน

4. นักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียมีจำนวนทั้งหมด 5 คน เป็นเพศชาย 1 คน และเป็นเพศหญิงจำนวน 4 คน อายุระหว่าง 25 ปี ถึงอายุ 35 ปี จำนวน 5 คน ได้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 2 ครั้งมี 4 คน และจำนวน 3 ครั้งมี 1 คน ทุกคนมีการศึกษาระดับปริญญาตรี



ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ข้อมูลทั่วไป	เพศ		อายุ				ระดับการศึกษา		จำนวนครั้งที่มา		
	ชาย	หญิง	25-30	31-35	36-40	45-50	ป.ตรี	อนุป.ตรี	2	3	4
ทวีปยุโรป	3	2	3	1	1		5		3	1	1
ทวีปอเมริกา	2	3	2	3			5		2	3	
ทวีปออสเตรเลีย	2	3	3	1	1		5		2	3	
ทวีปเอเชีย	1	4	4	1			5		4	1	

กลุ่มมัคคุเทศก์

กลุ่มมัคคุเทศก์จำนวน 5 คน เป็นเพศชายจำนวน 2 คน และเป็นเพศหญิงจำนวน 3 คน มีอายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 4 คน อายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 1 คน มีประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่ 2-5 ปี มีจำนวน 4 คน ระยะเวลา 5-10 ปี มีจำนวน 1 คน ทุกคนมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มมัคคุเทศก์

ข้อมูลทั่วไป	เพศ		อายุ				ระดับการศึกษา		ประสบการณ์	
	ชาย	หญิง	25-30	31-35	36-40	45-50	ป.ตรี	อนุป.ตรี	2-5	6-10
กลุ่มมัคคุเทศน์	2	3	4	1			5		4	1

ความต้องการสื่อสารภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ต่าง ๆ

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งทวีปยุโรปอเมริกาและเอเชียจำนวน 20 คน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการสื่อสารเกี่ยวกับด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสถานที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง สำหรับจังหวัดนนทบุรีนั้น ชุมชนเกาะเกร็ด วัดเอียง เครื่องปั้นดินเผา และวิถีชีวิต ของชาวมอญ น่าสนใจ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มมัคคุเทศก์ได้ความเห็นตรงกันว่า จังหวัดนนทบุรี อยู่ใกล้กรุงเทพ จึงเป็นการเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับได้ สถานที่ท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติรู้จักคือเกาะเกร็ด มีชื่อเสียงโด่งดังในเรื่องวิถีชีวิตของชาวมอญที่อพยพหนีพม่าในอดีต และทำเครื่องปั้นดินเผาตั้งแต่ในอดีต จนเป็นเอกลักษณ์ของที่นี่ ไฮไลท์ของเครื่องปั้นดินเผาที่ไม่ควรพลาดชมคือ หม้อสลัก หรือ หม้อลายวิจิตร ที่มีสัดส่วนและลวดลายที่สวยงามจนกลายมาเป็นสัญลักษณ์ ตราประจำจังหวัดนนทบุรี

ความต้องการสื่อสารภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับเรื่องปั้นดินเผา

กลุ่มชาวต่างชาติ



เครื่องปั้นดินเผาชาวมอญมีมานาน จนเป็นเอกลักษณ์ของที่นี่โดยไฮไลต์ของเครื่องปั้นดินเผาที่ไม่ควรพลาดชมคือ หม้อสลัก หมูบ้านเครื่องปั้นดินเผาแสดงให้เห็นภูมิปัญญาของชุมชนชาวมอญ ซึ่งเริ่มจากทำใช้ในครัวเรือน จนมีชื่อเสียงในคุณภาพ และทำเป็นอุตสาหกรรมท้องถิ่นได้

ความต้องการสื่อภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับประเพณีวัฒนธรรมมอญ

กลุ่มชาวต่างชาติ

ที่นี่มีวัฒนธรรมประเพณีของมอญที่แปลกตา และน่าสนใจเช่น การเล่นสงกรานต์ รวมทั้งอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ด เช่น ข้าวแช่ หน่อกะลา และที่ นอกจากนี้มีผู้คนให้ความเห็นว่า ชาวต่างชาติไม่ทราบว่าข้าวแช่ต่างกันยังไง เช่นคนไทยจะรู้ว่าเรื่องเคียงของข้างแซ่สูตรคนไทยและสูตรคนมอญไม่เหมือนกันและวิธีการกินข้าวแช่ ควรกินอะไรก่อน รวมทั้งดอกไม้ที่ลอยอยู่ต้องกินด้วยไหมที่สำคัญที่เกาะเกร็ดเป็นสัญลักษณ์ของวิถีชีวิตที่ สโลว์ไลฟ์ ในจังหวัดนนทบุรีเพราะจะได้ข้อมูลในเบื้องต้นจาก blogger ที่เป็นภาษาอังกฤษโดยวิถีชีวิตชาวบ้านถ้าจะดูต้องเดินลึกเข้าไป มีประเพณีชาวมอญที่เป็นเอกลักษณ์คืองานสงกรานต์ และข้าวแช่ที่นิยมกินกันในเทศกาลสงกรานต์

การออกแบบเนื้อหาภาษาอังกฤษในเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ด

ผู้วิจัยได้ออกแบบเนื้อหาภาษาอังกฤษในการสื่อเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. เจดีย์เอียงข้างแปลกตา

Wat Poramaiyikawas

This second classed royal temple of Wat Poramaiyikawas, formally called Wat Pak-aw. The temple was presumably built after the digging the the canal, named klongLadkret, a small artificial waterway as shortcut from the main canel (Klongladkretyai) after King Taisa reign of Ayuddha Kingdom. After the total collapse of the Ayddhaya Kingdom, the temple was left abandon for a period of time.

Until in 2317, the group of Mon refugees in Muang Maotama and Krung Honsawadee in Myanmar came to Thailand. He allowed them to set up here. Mon people, led by a senior Mon monk, Prasuthamethijarn (Tao), built their community by building the Jedi, which named “Rang koon” This jadi limited the real one in Myanma, In addition, he build a Buddha image “Pangsiwichai”.

After King Rama succession to the throne of Rattanakosin reign, he paid a visit to the temple for Thod Kathin ceremony, the annual making-merit ceremony. This reminded him of his grandmother who took care of him when he was young. So he restored the temple in 2417. The



temple was given a new name, Wat Poramaiyigaram which meant the temple for grandmother to pay respect to her at that time.

The temple had the Ubosot (the origination hall) was imitated Mon styled agriculture, toldestmonbuddhist scripture in Thailand. The four walls were firmly built from imported material from Europe. In front of the temple, stayed two poles on two sides one poles describing the history of the place in Mon, the other translating that history of the place in Thai. Behind Ubosotstayer, a jedi (the incline stube or jadian surrounded with a red cloth on the top of the island. It contained Buddhistdiscriture. This Jadiinag is the highlight of the place. It was presumed that the red cloth reflected real Raman agritechture.

The twist of stube was caused by the changing tile of direction in ChaprayaRiver. At one point it stared to sinking down a slope in the water. Years later, reinforcement were made and stube was saved in its latest shape until it has been the symbol of Kohkret so far.

2. เครื่องปั้นดินเผาเอกลักษณ์ของชาวอมญ

Kwan a mann

This learning place was called “ Kwan a mann”, which means earthenware village in Mon. As we know that Mon was good at making pottery since their settlements in Ewawadeeriver in Myammar. The earthenware products reflected unigue Mon style of Mon here. The earthenware products were in many varieties of containers. The classic one is a big well design pot with unigue carving pot called Morlai vi chit. It was popular and was the symbol of Nonthaburi province

Mon pottery was registered as a Thai cultural heritage and it was important to keep it for sustainable life. In the past, all process was manually performed. It involved a group of senior and junior in a team helping performing tasks starting from preparing clays, how to select good clays, mixing them.This process encourages the uniting Mon people tightly together in the community. This was the way preserving their cultures. In the past the pottery was made for only household use.

The original Mon pottery style was plain. Later, it was carved in different designs to suit users.

3. ประเพณีสงกรานต์แบบดั้งเดิมไม่เหมือนใคร

Songkran festival



Songkran festival (Patarta) is typical for Thai and Raman as well as some countries. Raman is a bit different from other countries. There are big celebration among Mons. A day before the festival, there was a typical playing called “saba mon”. This was the chances for men and women in the Mon community to get to know each other which could be said for a matching. And this festival last longer than others that in other countries. During Songkran days Mon, there are parades of Mon, wearing their traditional clothes and along the way to the temple.

Many parades include

Kaechae parade: Mon will gether in a group in a community and every help making it in order to offer to a monk at the temple. Along with this, they will offer NANGSONAKRAN which stay on the small litter house in front of the house.

4. จากข้าวแช่มอญสู่ข้าวแช่ชาววัง

Kahochae

Boiled rice comes soaked in an aromatic iced water soup. This is accompanied by a small assortment of dried fish condiments and Thai herbs.

KhaoChae which means “rice soaked in water” was poupar meal among Mon people. In the past, it was made to offer to monks in Songkran festival and this will bring them good luck. KhaoChae was knowned as “Puengdaj” which means “Khao Nam”. Pueng means “water” for Mon. The main component of KhaoChae is rices, thus it easy to digrest and cool down the temperature. This is because it is very hot in April. The process of cooking Khaochae is delicated starting from the selection of rice, softly scrub, rinse 7 times prior to cook it outside, not in the kitchen. Then scrub the cooked rice softly again to ensure thatis no more left so that the water is clear enough.

Concerning Floatin Flower water for Khaochae, Mon bake scented candle and flower in a pot until it has smell and boled water in a bowel. They use some specific types of flower such as jasmine, chomnad and kadanga. Then they would offer it to parents, grandparents including siprit including sirit of Nansongkarn in the little house (Karnpiengta) that is put the umbrella on and decorated with Koon flowers. This liltte house stays in front of their places.

Nowsaday, Khaochae are mded to serve torusist and this generate income for Mon ‘family and community during the year. However, they still selectively preserve how to make KahoChae



such as selecting rice, scurbing rice, baked scented candle. These meal are availbalbeinsoi 7. At the time of eating it, one can start eating rice or sidedishe.

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผล

1. เอลักษณ์ของอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อันดับแรกคือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เป็นสถานที่เช่น วัดปรมัยยิกาวาส วัฒนธรรมหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ประเพณีชาวมอญ และอาหารท้องถิ่นของชาวมอญที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของอาหารไทยไปแล้วคือข้าวแช่

2. การสื่อความหมายเอกลักษณ์ดังกล่าวเน้นในเรื่องการให้ความรู้ ความเข้าใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

อภิปรายผล

ในการอภิปรายผลครั้งนี้ผู้วิจัยจะอภิปรายใน 2 ประเด็นคือเอกลักษณ์ของชุมชนเกาะเกร็ด และการออกแบบเนื้อหาภาษาอังกฤษตามเอกลักษณ์ของชุมชนเกาะเกร็ด ดังต่อไปนี้

1. ด้านเอกลักษณ์ของชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ชุมชนเกาะเกร็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงในจังหวัดนนทบุรี มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เที่ยววันเดียวเข้าไปเย็นกลับ ในส่วนที่เป็นตลาดขายอาหารและขายของที่ระลึกจะเปิดทำการวันเสาร์อาทิตย์ 9.00-17.00 น นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากในวันหยุด และจะแน่นมากในวันหยุดนักขัตฤกษ์ ส่วนวันธรรมดาดจะเงียบ บนเกาะเกร็ดมีทั้งส่วนที่เป็นบ้านพักอาศัยของผู้คนที่ทำอาชีพเครื่องปั้นดินเผา และทำสวนเกษตร ผู้คนมีชีวิตเรียบง่าย เป็นชุมชนพหุสังคมที่ทั้งชาวไทยมอญ ชาวไทยจีน และไทยมุสลิม ตั้งบ้านเรือนและอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขมาช้านานตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน สถานที่อยู่ใกล้กรุงเทพ จึงสะดวกในการเดินทางหากจะมาเที่ยวด้วยตนเอง หรือนั่งเรือเที่ยว ทางหน่วยงานรัฐให้ความสำคัญกับสถานที่ที่สะดวกในการเข้าถึงหลายจุด แต่จะอย่างไรก็ตามต้องลงเรือข้ามไปเกาะ การรักษารูปแบบวิถีชีวิตของผู้นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชนเกาะเกร็ดโดยทางรัฐบาลให้ความสำคัญของชุมชน จึงได้มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการต่อยอดจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และหนึ่งในนั้นคือโครงการนักปั้น มีการแสดงกิจกรรมเครื่องปั้นดินเผา และ เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน และยังเป็น การสืบสานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและประเพณีของอันเก่าแก่ให้คงอยู่สืบไปกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญ เป็นการให้ความรู้ที่สัมผัสได้ ทำให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี นอกจากการสัมผัสด้วยตา ยังได้มีการสัมผัสจากการใช้มือและมีกาพูดคุยปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น ทำให้เกิดความเข้าใจ เห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น

2. ด้านการออกแบบเนื้อหาเอกลักษณ์ของชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี



ป้ายบอกทางที่มีอยู่ตามเส้นทางนั้นไม่ทำให้นักท่องเที่ยวหลง เพราะถ้าเดินไปตามป้ายก็จะพานักท่องเที่ยวอ้อมกลับมาที่เดิมได้ไม่ยาก แต่เมื่อไปถึงสถานที่เนื้อหา สื่อที่มีเป็นภาษาอังกฤษไม่เพียงพอต่อการสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่นนักท่องเที่ยวชาวไทยอาจมีความรู้เบื้องต้นว่างานสงกรานต์ของที่เกาะเกร็ดต่างจากที่อื่น และการแห่ข้าวแช่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของชาวมอญหลังวันเทศกาลสงกรานต์ โดยการทำแผ่นพับในการประชาสัมพันธ์หรือเพิ่มเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษ เนื่องจากเนื้อหาที่สื่อความหมายภาษาอังกฤษของชาวต่างชาติตาม blogger ต่างต่างเป็นการให้ภาพรวมเสียส่วนมาก ยังเนื้อหาในเชิงให้ความรู้ ความเข้าใจในประวัติศาสตร์เชิงวิชาการ

นอกจากนี้ในสถานเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผาหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ในชุมชนเกาะเกร็ดควรจะมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เพื่อตอบคำถามนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมอีกด้วย สำหรับวัฒนธรรมการกินข้างแช่นั้น หากมีการเผยแพร่ข้อมูลในเรื่องประวัติ ความเป็นมา ความพิถีพิถัน และรายละเอียดในการทำแล้ว จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

การสื่อสารภาษาอังกฤษภายใต้เอกลักษณ์อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยสถานเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผาหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ในชุมชนเกาะเกร็ดควรจะมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เพื่อตอบคำถามนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมอีกด้วย สำหรับวัฒนธรรมการกินข้างแช่นั้น หากมีการเผยแพร่ข้อมูลในเรื่องประวัติ ความเป็นมา ความพิถีพิถันและรายละเอียดในการทำแล้ว จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ผลจากการวิจัยผู้วิจัยได้เสนอข้อเสนอแนะแก่ชุมชนเกาะเกร็ดดังนี้

1. ควรสร้างเว็บไซต์สื่อภาษาอังกฤษเพิ่มเติมเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ของชุมชนเกาะเกร็ด
2. ควรใช้ภาษาอังกฤษในการบอกเรื่องราว ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ เข้าใจในวัฒนธรรม และภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม รวมทั้งความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของสถานที่ อย่างครบถ้วน เช่น การรับประทานข้าว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป



1. วิธีการวิจัยในงานวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ไปใช้กับการวิจัยแหล่งการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หรือทางวัฒนธรรมอื่น ๆ หรือชุมชนอื่น ๆ ที่มีประวัติศาสตร์ขนบธรรมเนียมประเพณีเพื่อแสวงหาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นเพื่อในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและดำรงวิถีชีวิตของชุมชนไว้ได้
2. งานวิจัยครั้งนี้สื่อภาษาที่ออกแบบเป็นภาษาอังกฤษควรมีการวิจัยที่ออกแบบสื่อที่เป็นภาษาอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และภาษารัสเซีย เพื่อได้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ ตามแนวท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภาครัฐ
3. การวิจัยเพื่อพัฒนาการผลิตสื่อออกแบบเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษในรูปแบบบทสนทนาสำหรับมัคคุเทศก์หรือผู้ประกอบการในชุมชน เพื่อสื่อความหมายเอกลักษณ์ของชุมชน ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

- สถานิติบัญญัติแห่งชาติ. (ออนไลน์). *วัฒนธรรม: วิถีชีวิต และภูมิปัญญาชุมชนเกาะเกร็ด*. คณะกรรมการการศึกษา ศิลปะ วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว สถานิติบัญญัติแห่งชาติ.
- กฎบัตรสมาคมแห่งชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2568, จาก https://image.mfa.go.th/mfa/0/OcXc7u4THG/migrate_directory/other-20130528-092411-875705.pdf.
- กฎบัตรระหว่างประเทศว่าด้วยเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2568, จาก <http://www.icomosthai.org/charters/tourism.pdf>.
- ครูไทยเพื่อศิษย์. (2554). *ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์*, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- โชติกา ศรีประเสริฐ. (2554). *กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://chotika51-thesis.blogspot.com/2011/07/blog-post_31.html
- วิไลพร สาคริก. (2545). *การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/กรุงเทพฯ.
- ทิดกร สอนภาษา. (2551). *ภาษาไทยชัดใจอุปเอกลักษณ์-อัตลักษณ์*. คม ชัด ลึก City life. คมชัดลึก, 445.
- Goffman, E. (1963). *Stigma. Notes on the Management of Spoiled Identity*. London: Penguin Books.
- ICOMOS. (2011). *กฎบัตรอโคโมส ว่าด้วยการสื่อความหมายและการนำเสนอ แหล่งมรดกวัฒนธรรม*. (Online) สืบค้นจาก http://icomosthai.org/charters/Ename%20Charter%20_Thai.pdf วันที่ 11 สิงหาคม 2562.
- Hall, S., & du Gay, P. (1996). *Questions of Cultural Identity*. London: Sage Publications.



Littlejohn, S. & Foss, K., (2008). *Theories of Human Communication* March 2011 Publisher: Waveland ISBN: 978-1-57766-706-3.

Ashmore, R.D., et al. (2004). *An Organizing Framework for Collective Identity: Articulation and Significance of Multidimensionality* January 2004 *Psychological Bulletin*, 130(1), 80-114

Peter, P. J., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. McGraw-Hill Irwin.

Translates in Thai Reference

Association of Southeast Asian Nations Charter. (online). Retrieved March 23, 2025, from https://image.mfa.go.th/mfa/0/OcXc7u4THG/migrate_directory/other-20130528-092411-875705.pdf.Z. (in Thai)

ICOMOS. (2011). *ICOMOS Charter on the Interpretation and Presentation of Cultural Heritage*. (Online) Retrieved from http://icomosthai.org/charters/Ename%20Charter%20_Thai.pdf on 11 August 2019. (in Thai)

Thai teachers for students. (2011). *Factors of tourism resource identity affecting the success of tourism management in Ban Ta Klang Elephant Village, Surin Province*. Master of Arts Thesis, Faculty of Tourism and Hotel Management, Maha Sarakham University. (in Thai)

National Legislative Assembly. (Online). *Culture: Way of life and wisdom of the Koh Kret community, Committee on Religion, Arts, Culture and Tourism*, National Legislative Assembly. Retrieved on 23 March 2025 from. (in Thai)

International Charter on Cultural Tourism. (Online). Retrieved March 25, 2025, from <http://www.icomosthai.org/charters/tourism.pdf>. (in Thai)

Sakrik, W. (2002). *Communication and identity recognition to promote tourism in the Hua Hin community*. Chulalongkorn University/Bangkok. (in Thai)

Sriprasit, C. (2011). Identity design process. [Online]. Source: http://chotika51-thesis.blogspot.com/2011/07/blog-post_31.html. (in Thai)

Sonphasa, T. (2008). Thai language is not pleasing to Pu Ekkalak-Identity. *Kom Chad Luek City life*. Kom Chad Luek, 445. (in Thai)

