

ขาวรัตน์ แพทยันุเคราะห์ : การกำกับความหมายของแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่อ  
อินเทอร์เน็ต (THE ANCHORAGE MEANING OF TOURIST MAPS ON THE  
INTERNET) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ดร.สุธี พลพงษ์,  
อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม : ดร.ดร.ศิริชัย ศิริกายะ, 191 หน้า.

การวิจัยเรื่องการกำกับความหมายของแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะการสื่อความหมายของสัญญาณที่ไม่ใช่ลายลักษณ์อักษรและลายลักษณ์อักษรที่ถูกนำมาใช้ในแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต และเพื่อให้เข้าใจถึงการใช้รหัสสารเรืองเมืองในการสื่อความหมายของแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต รวมถึงความสามารถในการใช้รหัสสารเรืองเมืองที่สัมพันธ์กับรหัสลักษณ์อื่นๆ ในแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต โดยอาศัยแนวคิดเรื่องการกำกับความหมาย แนวคิดสัญญาวิทยา แนวคิดเรื่องการสมสัมฐาน แนวคิดเรื่องการรับรู้ของกลุ่มจิตวิทยา เกสต์ด็อกต์ รหัสสารเรืองเมือง รหัสสารเรืองตรรกะ แนวคิดการจำแนกระบบสัญญาณในแผนที่ของ Ucar และการจำแนกสัญญาณที่เป็นจุดในแผนที่ของ Knowlton และRobinson et al. เป็นแนวทางหลักในการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าการกำกับความหมายและการสื่อความหมายของแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่อ อินเทอร์เน็ตนั้นเกิดขึ้นในสองลักษณะคือ เรื่องตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่และพิทีทางของสถานที่ สำหรับการสื่อความหมายในเรื่องที่ตั้งของสถานที่นั้นพบในทุกแผนที่ โดยแยกประเภทความสำคัญของสถานที่ที่ด้วยชนิดของสัญญาณ ซึ่งสถานที่สำคัญนั้นจะใช้สัญญาณเด้งแทนเพื่อสื่อสารถึงความเจริญรุ่งเรืองและอุดมด้วยสถาปัตยกรรมของเมือง ซึ่งก่อให้เกิดภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีให้แก่เมือง สรุนสัญญาณนิดสัญญาณนี้ใช้สื่อถึงสถานที่ทั่วๆไปที่มีอยู่เป็นจำนวนมากภายในเมือง เช่น สถานที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก เส้นทางน้ำ เส้นทางคมนาคม และเขตพื้นที่ ในส่วนการสื่อความหมายเรื่องพิทีทาง (direction) นั้นพบเฉพาะบางแผนที่เท่านั้น สรุนใหญ่พบในแผนที่ของเมืองที่ไม่ได้ร่างตัวในแนวเหนือใต้หรือไม่ขานกับเส้นลองจิจูด จากการวิจัยพบว่าลายลักษณ์อักษรทำหน้าที่ในการกำกับความหมายของสัญญาณที่ไม่ใช่ลายลักษณ์อักษรในสองลักษณะ คือ ทำหน้าที่แสดงเชื่อเฉพาะของสัญญาณนั้นและทำหน้าที่ระบุว่าสัญญาณนั้นคืออะไร ในส่วนรหัสพบว่ามีการใช้รหัสภูมิศาสตร์ ได้แก่ รหัสที่ตั้ง (location) ใช้จัดการสัญญาณที่แสดงข้อมูลทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ จุด เส้น และพื้นที่ และเครื่องหมายแสดงพิเศษเป็นรหัสภูมิศาสตร์ที่ใช้จัดการพิทีทางในแผนที่ โดยใช้ร่วมกับรหัสอื่นๆ ได้แก่ รหัสสารเรืองเมือง ใช้จัดการสัญญาณที่ไม่มีรูปร่างและรูปทรงสมสัมฐานกับสิ่งที่มันแสดงแทน รหัสสารเรืองตรรกะ รหัสสี รหัสวัฒนธรรม และรหัสเชิงตัวแทน (representation code) เพื่อช่วยในการสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวให้เป็นที่เข้าใจได้ง่ายที่สุดแก่ผู้ที่ไม่เชี่ยวชาญในการใช้แผนที่

ภาควิชา : ภาควิชาสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่อนิสิต อาระมีตานุ พากย์น.๑๒๗๖

สาขาวิชา : ภาควิชาสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่อที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ๔-

ปีการศึกษา : ๒๕๕๒

ลายมือชื่อที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ๘๔๙,

# # 5184775028 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEYWORDS : Anchorage / Tourist Map / Isomorphism / Denominative / Identifying / Signification / Geographic Code

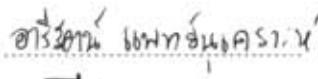
AREERUT PATNUKAO : THE ANCHORAGE MEANING OF TOURIST MAPS ON THE INTERNET. ADVISOR : ASSOC. PROF. SUTEE POLPHONG.

CO-ADVISOR : ASSOC. PROF. SIRICHAI SIRIKAYA, Ph.D., 191 pp.

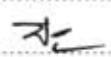
The research of the Anchorage Meaning of Tourist Maps on the Internet is to find out the signification of written words and non-linglistic signs used in tourist maps on the Internet and the signification of analogic message code in tourist maps on the Internet as well as the correspondence with other codes. This research employs the qualitative method and concepts of Anchorage Meaning, Isomorphism, Semiotic, Analogic Message Code, Digital Message Code and Geographic Code.

The research results show that the anchorage meaning and signification of tourist maps on the Internet can be distinguished into two ways: signification of location and direction. The signification of location can be found in every tourist map while the signification of direction can only be found in some tourist maps which do not lie in North-South direction or not parallel to longitude. The signification of location can be devided into two ways: first, to represent the location of landmarks of the city in form of icons in order to signify about the unique of architectures and prosperous cultures of the city. Second, to represent the location of tourist facilities in form of symbols in order to signify about various kinds of service, transportation and accommodation. The written words in tourist maps anchor non-linguistic sings in two ways: denominative function and identifying. For codes, in this research found that the geographic codes: location and direction correspond with analogic message code in order to signify landmarks of the city which are in form of icons. There are also other codes, digital message code, color code, culture code and representaion code which used for helping non-expertise tourist to interpret tourist maps easily.

Department : MASS COMMUNICATION .....

Student's Signature 

Field of Study : MASS COMMUNICATION .....

Advisor's Signature 

Academic Year : 2009 .....

Co-Advisor's Signature 