

51113302 : สาขาวิชาภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

คำสำคัญ : ค่านิยมไทย/ภาษาโฆษณา/การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จิราวรรณ บุญฤทธิ์ : ค่านิยมไทยในภาษาโฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ในช่วงปี พ.ศ. 2542 - 2552. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ: รศ.ดร.พรพิมล เสนะวงศ์ 105 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค่านิยมไทยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ภาษาโฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ศึกษาความเปลี่ยนแปลงของภาษาโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ของ ททท. ที่สะท้อนถึงค่านิยมไทยในช่วงเวลาสิบปี และเพื่อศึกษาค่านิยมไทยที่เด่นชัดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นสำคัญ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยรวบรวมสื่อสิ่งพิมพ์จากฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 - 2552 ทั้งหมด 36 ชุด รวบรวมคำหรือประโยคในภาษาโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ ดังกล่าวตามกรอบแนวคิดค่านิยมพื้นฐาน 5 ข้อ ได้แก่ ค่านิยมด้านความเป็นชาติ ค่านิยมด้านศาสนา ค่านิยมทางสังคม ค่านิยมความเป็นมนุษย์ และค่านิยมการอุปโภคบริโภค จากนั้นหาความถี่ของค่านิยมไทยในแต่ละปี และค่าเฉลี่ยค่านิยมไทยสูงสุดในระหว่างสิบปี จากการศึกษาพบว่า ค่านิยมไทยที่พบในภาษาโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ของ ททท. มีทั้ง 5 ข้อ และค่านิยมไทยมีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพเศรษฐกิจสังคม และการเมือง โดยผลการศึกษาพบว่าในปีที่ประเทศไทยประสบปัญหาเศรษฐกิจที่ทำให้คนไทยไม่กล้าเดินทางท่องเที่ยว ททท. ปรากฏภาษาโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้น ค่านิยมด้านความเป็นมนุษย์ที่รักความสนุกสนาน แสวงหาความสุข ความผ่อนคลาย ในการโฆษณากระตุ้นให้นักท่องเที่ยว ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว ส่วนในปีที่เกิดกระแสตื่นตัวเรื่องภาวะโลกร้อน (Global Warning) ททท. โฆษณาให้นักท่องเที่ยว ชาวไทยตระหนักถึงปัญหาโลกร้อนและให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยใช้ภาษาโฆษณาที่กระตุ้นด้านค่านิยมทางสังคมในเรื่องการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกัน ส่วนค่านิยมไทยที่พบมากที่สุดสิบปีคือ ค่านิยมความเป็นมนุษย์ แสดงให้เห็นว่า การเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย เน้นการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาความสุข เป็นค่านิยมของคนไทยที่รักความสนุกสนาน แสวงหาความสุข ทำให้พบการใช้ภาษาโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ของ ททท. ที่สื่อความหมายถึงความสนุกสนาน เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีค่านิยมค้นหาความสุข รักความสนุกสนาน เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้

ภาควิชาภาษาตะวันตก

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

51113302 : MAJOR : LANGUAGE AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

KEY WORD : THAI VALUES/COPIES/TAT/PRINT ADVERTISEMENT

JIRAWAN BOONYARITH : THAI VALUES IN PRINT ADVERTISEMENTS OF THE
TOURISM AUTHORITY OF THAILAND DURING 1999 - 2009. INDEPENDENT STUDY
ADVISOR : ASSOC.PROF.PORNPIMOL SENAWONG, Ph.D. 105 pp.

The objectives of the study were to find Thai values that influence the selection of copies in the Tourism Authority of Thailand (TAT)'s print advertisements. Variation of the copies of print ads reflecting Thai values was collected during 1999-2009. The most obvious copies are those in the area of social, economic and political situations. The total of 36 ads was collected from the Advertising and Public Relations Department at TAT during 1999-2009. These ads contain words or sentences reflecting five basic Thai values: national, religious, social, humanity and consumption values. It was found that these values changed in accordance with the country's economic, social and political situations. When Thailand confronted with economic problems, print ads promoting humanity values such as happiness and relaxation came out in large number to stimulate tourists to travel. During the Global Warming Year (2007), TAT's print ads appeared to stimulate public responsibility for the environment. At the same time, the Thai humanity values found in 10 years involved travelling for happiness and relaxation. The findings reveal that TAT mostly used humanity values to stimulate tourists to travel.

Department of Western Languages

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature

Academic Year 2012

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.พรพิมล เสนะวงศ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย รวมทั้ง อาจารย์ ดร.ปจรรย์ นิพาสพงษ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ส่งผลให้สารนิพนธ์เล่มนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขา ภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (LIC) ทุกท่านที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำและประสบการณ์อันมีค่า แก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสาร สารนิพนธ์ และวิทยานิพนธ์ทุกเล่ม ที่ช่วยให้สารนิพนธ์มีความสมบูรณ์ ขอขอบคุณพี่ๆ และเพื่อนๆ LIC ทุกคนที่เป็นเพื่อนร่วมเรียน ให้คำแนะนำและกำลังใจตลอดมา

ขอขอบพระคุณ พี่เหม่ม งานกล ยุทธโฆษณาในประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการเก็บข้อมูลการวิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนๆ TAT Call Center 1672 ทุกคน ที่เป็นกำลังใจในทุกๆ เรื่อง ตั้งแต่เริ่มเรียนจนสำเร็จการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณพี่ๆ น้องๆ ททท.สำนักงานสมุทรสงคราม โดยเฉพาะพี่หนึ่ง ที่ช่วยเป็นธุระเรื่องถ่ายเอกสารให้ และ ขอขอบคุณเพื่อนหมู เพื่อนหมี ที่คอยช่วยผ่อนคลายความเครียด และเป็นกำลังใจให้กันตลอด

ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ที่คอยเลี้ยงดูและทำอาหารอร่อยๆ ให้กินจนอ้มจนมีแรงทำงาน และที่ขาดไม่ได้ ขอขอบคุณ คุณย่า คุณอา พี่ชาย และ คนใกล้ชิดที่เป็นกำลังใจให้ฮึดสู้ อีกครั้ง

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่พระคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา