

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



E42183



**THE RELATIONSHIP BETWEEN ARISTOTLE'S RHETORIC
AND TENSE CHOICE IN CEO LETTERS**

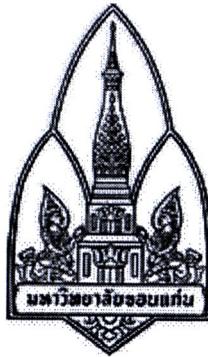
MISS SAIFON SA-ADKAEW

**A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
KHON KAEN UNIVERSITY**

2011

600256950

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



**THE RELATIONSHIP BETWEEN ARISTOTLE'S RHETORIC
AND TENSE CHOICE IN CEO LETTERS**



MISS SAIFON SA-ADKAEW

**A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
KHON KAEN UNIVERSITY**

2011

**THE RELATIONSHIP BETWEEN ARISTOTLE'S RHETORIC
AND TENSE CHOICE IN CEO LETTERS**

MISS SAIFON SA-ADKAEW

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
IN ENGLISH
GRADUATE SCHOOL KHON KAEN UNIVERSITY
2011**



THESIS APPROVAL
KHON KAEN UNIVERSITY
FOR
MASTER OF ARTS
IN ENGLISH

Thesis Title: The Relationship Between Aristotle's Rhetoric and Tense Choice in CEO Letters

Author: Miss Saifon Sa-adkaew

Thesis Examination Committee

Assist. Prof. Dr. Sripanya Chaiyai	Chairperson
Assoc. Prof. Apaporn Chindaprasert	Member
Assist. Prof. Dr. Sasi Jungsatitkul	Member
Mr. John Charles Draper	Member

Thesis Advisors:


..... Advisor
(Assist. Prof. Dr. Sasi Jungsatitkul)


..... Co-Advisor
(Mr. John Charles Draper)


.....
(Assoc. Prof. Dr. Lampang Manmart)

Dean, Graduate School


.....
(Assist. Prof. Yaowalak Apichatvullop)

Dean, Faculty of Humanities and Social Sciences

สายฝน สะอาดแก้ว. 2554. ความสัมพันธ์ของศิลปะการโน้มน้าวใจตามแนวคิดของอริสโตเติลกับ
การเลือกใช้ Tense ในสาส์นจากประธานกรรมการบริหาร. วิทยานิพนธ์ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ. ดร. ศศิ จังสถิตย์กุล,

Mr. John Charles Draper

บทคัดย่อ

E 42183

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาสาส์นจากประธานกรรมการบริหารในรายงานประจำปีของบริษัท
ระหว่างประเทศที่มีชื่อเสียงในอันดับต้นๆ ของโลก เพื่อหาความสัมพันธ์ของการเลือกใช้ Tense
กับวิธีการโน้มน้าวใจตามแนวคิดของอริสโตเติล (Aristotle's Rhetoric) ซึ่งปรากฏชัดเจนในสาส์น
จากประธานกรรมการบริหาร

วิธีการโน้มน้าวใจตามแนวคิดของอริสโตเติล (Aristotle's Rhetoric) ประกอบด้วยสามวิธี
หลักคือ การโน้มน้าวใจโดยความน่าเชื่อถือของผู้เขียน (Ethos) การโน้มน้าวใจโดยการให้เหตุผล
ข้อเท็จจริง (Logos) และ การโน้มน้าวใจโดยการเร้าอารมณ์ของผู้อ่าน (Pathos)

เนื่องจากผู้วิจัยตระหนักถึงวิกฤตปัญหาในการเลือกใช้ Tense ในภาษาอังกฤษของนักเรียน
ไทย ผู้วิจัยจึงมุ่งเสนอแนะแนวทางเพิ่มเติมในการสอน Tense ในแบบที่สัมพันธ์กับหน้าที่ในการ
โน้มน้าวใจดังกล่าว

ในขั้นตอนแรกของการวิจัย ผู้วิจัยแบ่งเนื้อหาของสาส์นจากประธานกรรมการบริหารซึ่งถูก
ตีพิมพ์ในปี พ.ศ. 2553 รวมสิบฉบับ เข้าสู่สามกลุ่มวิธีการโน้มน้าวใจ *Ethos*, *Logos* และ *Pathos*
หลังจากนั้นนักวิจัยได้หาความถี่ของการเลือกใช้ Tense ในแต่ละวิธีโดยนับกลุ่มกริยาแท้ที่อยู่ใน
ประโยคหลัก (Main Clause) และอนุประโยค (Subordinate Clause) หลังจากนั้นผู้วิจัยวิเคราะห์
เนื้อหาในระดับประโยคเพื่ออธิบายว่าความหมายและการใช้ Tense แบบพื้นฐานสนับสนุนวิธีการ
โน้มน้าวใจอย่างไร

ถึงแม้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกใช้ Tense และวิธีการโน้มน้าวใจไม่ได้เป็นแบบ
หนึ่งต่อหนึ่ง แต่ผลของการวิเคราะห์หาความถี่ของ Tense ก็แสดงให้เห็นว่ามีการใช้ปัจจุบันกาล
(Present Simple Tense) มากที่สุดในสาส์นจากประธานกรรมการบริหาร และเมื่อพิจารณา
เปรียบเทียบการเลือกใช้ Tense ของทั้งสามวิธี พบว่ามีการเลือกใช้บาง Tense อย่างเด่นชัดในแต่ละ
วิธีดังนี้

E 42183

มีการใช้อัตนกาลปกติ (Future Simple Tense) มากที่สุดในการโน้มน้าวใจโดยความน่าเชื่อถือของผู้เขียน (Ethos) มีการใช้อัตนกาล (Past Simple Tense) มากที่สุดในการโน้มน้าวใจโดยการให้เหตุผลข้อเท็จจริง (Logos) และมีการใช้ปัจจุบันกาล (Present Simple Tense) มากที่สุดในการโน้มน้าวใจโดยการเร้าอารมณ์ของผู้อ่าน (Pathos) และยังพบอีกว่าในการโน้มน้าวใจโดยความน่าเชื่อถือของผู้เขียน (Ethos) มีความเด่นชัดของการใช้ปัจจุบันกาลสมบูรณ์ (Present Perfect Tense) ซึ่งเป็น Tense ที่ถูกพบว่าเป็นปัญหาหนึ่งสำหรับนักเรียนไทย และผลการวิเคราะห์เนื้อหาในระดับประโยคที่ตามมาแสดงให้เห็นว่าความหมายและการใช้ Tense แบบพื้นฐานสนับสนุนสอดคล้องกับวิธีการโน้มน้าวใจดังกล่าว

ผลจากการวิเคราะห์หาความถี่ของ Tense สะท้อนให้เห็นว่าในสาส์นจากประธานกรรมการบริหาร มีแนวโน้มของความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกใช้ Tense และวิธีการโน้มน้าวใจตามแนวคิดของอริสโตเติล (Aristotle's Rhetoric) และผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาในระดับประโยคที่ตามมาแสดงให้เห็นว่าความหมายพื้นฐานและการใช้ Tense แบบทั่วไปสนับสนุนสอดคล้องกับวิธีการโน้มน้าวใจดังกล่าว

ความเข้าใจอย่างครอบคลุมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการเลือกใช้ Tense และวิธีการโน้มน้าวใจตามแนวคิดของอริสโตเติล (Aristotle's Rhetoric) จะช่วยให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการใช้ภาษาในการโน้มน้าวใจอย่างมีจุดมุ่งหมายและมีความหมาย

Saifon Sa-adkaew. 2011. **The Relationship between Aristotle's Rhetoric and Tense Choice in CEO Letters**. Master of Arts Thesis in English, Graduate School, Khon Kaen University.

Thesis Advisors: Asst. Prof. Dr. Sasi Jungsatitkul, Mr. John Charles Draper

ABSTRACT

E 42183

This study examines the relationship between tense choice and the three main persuasive functions suggested by Aristotle, *Ethos*, *Logos* and *Pathos* (Aristotle's rhetoric unique to CEO letters genre) in CEO letters taken from the annual reports from some of the world top-ranked multinationals. Realizing the serious problem of English tense use in Thai learners, the researcher aims to give recommendations on tense teaching in relation to the persuasive functions, in addition to general tense teaching.

Using ten CEO letters published online in 2009, a quantitative analysis was conducted to examine the frequencies of tense choices within each mode by counting the finite verb forms in main and subordinate clauses. Before this stage, the contents of ten CEO letters had already been divided into the three persuasive modes, *Ethos*, *Logos* and *Pathos*. A sentential analysis then followed to explain how the basic meanings and uses of the dominant tenses, which are described in general tense teaching, serve the associated persuasive functions.

Even though there is not a one-to-one relationship between tense choice and persuasive functions, the results of the quantitative analysis reveal the dominance of the present simple tense in the corpus. In addition, according to the cross-mode comparison, each persuasive mode has a preponderant tense. The use of the future simple tense dominates in *Ethos*; the past simple tense dominates in *Logos*; and the present simple tense dominates in *Pathos*. The use of the present perfect tense, one of the most difficult tenses for Thai learners, is mostly used in *Ethos*. In addition, sentential contextual analyses were conducted to explain the relationship.

The results of the quantitative analysis show that there tend to be a relationship between tense choice and Aristotle's rhetoric (persuasive functions) in CEO letters. In addition, the sentential contextual analyses show that the basic

E 42183

meanings and uses of tense choice as defined in general grammar serve the persuasive functions. In other words, the contextual analysis also emphasizes and clarifies the relationship between Aristotle's rhetoric and tense choice in CEO letters.

A thorough understanding of the relationship between tense choice and Aristotle's rhetoric will help learners achieve meaningful and purposive language use for persuasion.

**This study is dedicated with love to my mother,
Mrs. Winij Sa-adkaew,
because of her support and encouragement in every step of my study.
Her strength and patience kept me learning.**

ACKNOWLEDGEMENTS

During this study, there were people to whom I wish to express my gratitude. I am grateful for their encouragement and suggestions towards my entire master study.

My deep respect is extended to my advisor, Asst. Prof. Dr. Sasi Jungsatitkul. I am grateful for her valuable comments and suggestions during my study. Her dedication and mercy encourages me to learn.

I would like to express my gratitude to my co-advisor, Mr. John Draper, for his kindness and guidance throughout my work.

I wish to express my appreciation to Mr. Karl Griffith, for his brilliant and critical suggestions whenever I knocked on the door of his office.

I would like to thank Mr. Tony Criswell for editing my writing and his advice on writing research work.

I am indebted to Mr. Glenn Brown and Ms. Saba McCoy. I deeply appreciate their helpfulness and valuable suggestions.

Special thanks to Mr. Harold Dearman and Mr. Richard Helton for being willing to answer my questions whenever I had problems of language use.

I would like to thank Mr. Sukrich Inthisen for being a wonderful friend. I also would like to thank Ms. Laddawan Phunlert for being the best listener, who always cared and encouraged me.

Last, but not least, I would like to thank all my teachers, family, classmates and colleagues (part time English teachers) for their helpfulness, sympathy and love. This study would never have been completed without them.

Saifon Sa-adkaew

TABLE OF CONTENTS

	Page
ABSTRACT (IN THAI)	i
ABSTRACT (IN ENGLISH)	iii
DEDICATION	v
ACKNOWLEDGEMENTS	vi
LIST OF TABLES	ix
LIST OF FIGURES	xi
CHAPTER I INTRODUCTION	1
1. Rationale and Background	1
2. Objectives of the Study	5
3. Research Questions	5
4. Scope of the study	6
5. Definitions of Terms	6
6. Significance of the Study	7
CHAPTER II LITERATURE REVIEW	9
1. Discourse Analysis	9
2. History of Rhetoric	11
3. Aristotle's Three Modes of Rhetoric	14
4. Rhetoric in the Trading World	16
5. Rhetorical Analysis	16
6. Rhetoric in CEO Letters	18
7. English Grammar	19
8. English for Specific Purposes (ESP) and Rhetoric	28
9. Related Studies	29
CHAPTER III RESEARCH METHODOLOGY	35
1. Research Design	35
2. Sample of the Study	35
3. Research Procedure	36
4. Research Instruments	43
5. Data Collection	43
6. Data Analysis	44

TABLE OF CONTENTS (Cont.)

	Page
CHAPTER IV RESULTS AND DISCUSSIONS	47
1. The Distribution of Tense Choice in CEO Letters	47
2. The analyses	59
CHAPTER V CONCLUSION LIMITATIONS AND RECOMMENDATIONS	93
1. Conclusions	93
2. Limitations of the Study	95
3. Recommendations	95
REFERENCES	103
APPENDICES	109
Appendix A The English Tense-Aspect System	111
Appendix B The Categories of Tenses and Their Core Meanings and Uses	115
Appendix C Rhetorical Functions in CEO Letters	123
Appendix D The list of Multinationals	129
Appendix E Table for Counting Tenses	133
Appendix F Scope for Counting Finite Verb Forms	137
Appendix G The Categories of the Persuasive Modes	141
Appendix H The Handbook for Analysis of Persuasion in CEO Letters	145
Appendix I The Number of Clauses in the Three Persuasive Modes	167
Appendix J The Number of Tense Choices in Sub-Modes	169
Appendix K The Distribution of Tense Choice in Sub-Modes	181
Appendix L The Table of Distribution of Tense Choice in the Three Persuasive Modes (pilot study)	189
Appendix M The Figure of Distribution of Tense Choice in the Three Persuasive Modes(pilot study)	193
Appendix N Research Tool	197
Appendix O The Use of Modals in the Corpus	203

LIST OF TABLES

		Page
Table 1	The English tense-aspect system	23
Table 2	The distribution of finite verb forms in the CEO letters	48
Table 3	The Mean frequencies and standard deviations of the finite verb forms in the corpus of ten letters	49
Table 4	The distributions of finite verb forms in the three persuasive modes in ten CEO letters	50
Table 5	The distributions of finite verb forms in the three persuasive modes in the corpus of ten letters	51
Table 6	Percentage distribution of finite verb form for Ethos in the 10 CEO letters	56
Table 7	Percentage distribution of finite verb form for Logos in the 10 CEO letters	57
Table 8	Percentage distribution of finite verb form for Pathos in the 10 CEO letters	58
Table 9	The persuasive functions with the frequencies of occurrence of their associated tenses	60
Table 10	The persuasive functions with their associated tenses	79
Table 11	The basic meanings of present simple serving the persuasive functions in Ethos	81
Table 12	The basic meanings of future simple serving the persuasive functions in Ethos	82
Table 13	The basic meanings of past simple serving the persuasive functions in Ethos	83
Table 14	The basic meanings of present perfect serving the persuasive functions in Ethos	84
Table 15	The basic meanings of past simple serving the persuasive functions in Logos	86
Table 16	The basic meanings of present simple serving the persuasive functions in Logos	87

LIST OF TABLES (Cont.)

		Page
Table 17	The basic meanings of present simple serving the persuasive functions in Pathos	88
Table 18	The basic meanings of modal serving the persuasive functions in Pathos	91
Table 19	The basic meanings of future simple serving the persuasive functions in Pathos	92
Table 20	Rule-based vs. rhetorical grammar teaching	96

LIST OF FIGURES

		Page
Figure 1	The research methodology of the study on tense usage in academic writing: a cross-disciplinary study by	31
Figure 2	The Research Procedure	38
Figure 3	The distribution of finite verb forms in the CEO letters	48
Figure 4	The distributions of finite verb forms in Ethos	52
Figure 5	The distributions of finite verb forms in Logos	52
Figure 6	The distributions of finite verb forms in Pathos	53
Figure 7	The distributions of finite verb forms in Ethos, Logos and Pathos	53
Figure 8	Finite verb forms in the three persuasive modes	54