

สินีนารถ สุวรรณพิต 2555: ภาษาแสดงเอกลักษณ์ไทยในสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ภาษาไทย) สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์วิไลศักดิ์ กิ่งคำ, Ph.D. 473 หน้า

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิเคราะห์การใช้ภาษาแสดงเอกลักษณ์ไทยใน
สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเพื่อวิเคราะห์โครงสร้างทางความหมายของภาษาแสดงเอกลักษณ์ไทยใน
สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

การวิจัยรวบรวมข้อมูลจาก สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเภทหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ที่ตีพิมพ์
ระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2546 - เดือนธันวาคม พ.ศ. 2550 จำนวน 5,940 ฉบับ

ผลการวิจัยพบว่า ภาษาแสดงเอกลักษณ์ไทยในสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ใช้เอกลักษณ์ไทยจำนวน
246 ชิ้น โดยมีสื่อโฆษณาในการพาณิชย์เพื่อขายสินค้าหรือบริการจำนวน 154 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 62.60 และสื่อ
ประชาสัมพันธ์เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กรหรือบริษัท จำนวน 92 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 37.40 จำแนกการ
ใช้ภาษาที่แสดงเอกลักษณ์ไทย มีดังนี้ การเขียนจากซ้ายไปขวา การใช้คำราชาศัพท์ การใช้ถ้อยคำสำนวนสุภาษิต
ไทย การใช้คำซ้ำ การใช้ลักษณนาม การกำหนดคำลงท้าย การใช้ภาษาถิ่น การใช้คำศัพท์ระบบเครือญาติ
และการใช้ตัวเลขไทย การวิเคราะห์เนื้อหาสาระภาษาแสดงเอกลักษณ์ไทย ซึ่งได้จำแนกเอกลักษณ์ไทยออกเป็น
2 ประเภท ได้แก่ เอกลักษณ์ทางรูปธรรม และเอกลักษณ์ทางนามธรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า ภาษาแสดง
เอกลักษณ์ไทยในเนื้อหาสาระเอกลักษณ์ทางรูปธรรม ประเภทหนังสือพิมพ์ ด้านคหกรรมศิลป์หรือผลิตภัณฑ์
อาหารไทยพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.19 และประเภทนิตยสารพบว่า ด้านทรัพยากรธรรมชาติ การ
ท่องเที่ยว สถานที่และแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.49 ส่วนเอกลักษณ์ไทยทางนามธรรม
ประเภทหนังสือพิมพ์พบว่า มีเอกลักษณ์ไทยด้านความมั่นใจ ความพอเพียง การพึ่งพา การช่วยเหลือและ
แบ่งปันพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.07 และประเภทนิตยสารพบว่า ด้านพระมหากษัตริย์มีจำนวนมากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 21.88

นอกจากนี้ยังพบว่า โครงสร้างทางความหมายของภาษาแสดงเอกลักษณ์ไทย จำแนกได้ 3 ประเภท คือ
ประเภทแรกโครงสร้างทั่วไปแบ่งเป็น ส่วนพาดหัวหลัก ส่วนพาดหัวรอง ส่วนข้อความ ส่วนภาพประกอบ
ประเภทที่สองโครงสร้างพื้นฐานแบ่งเป็น ชื่อสินค้าและชื่อบริการ การอธิบายและบอกลักษณะของสินค้าและ
บริการ การระบุประเภทของสินค้าและบริการ และประเภทที่สามโครงสร้างเฉพาะคือ บริบทสภาพแวดล้อม
แบ่งเป็น ระบุการติดต่อสอบถามหรือประสานงานภายหลัง ระบุเวลาหรือช่วงเวลา ระบุสถานที่