

วจนสารและอวจนสารในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ปรากฏบนเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
(VERBAL AND NON-VERBAL FOR PROMOTING ECOTOURISM ON WEBSITE TOURISM
AUTHORITY OF THAILAND)

สุราณี พ่วงพลับ 4637042 LCCD/M

ศศ.ม. (ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : ควพร คำณวนวัฒน์, M.A., ขงยุทธ บุราสิทธิ์, ศศ.ม., สุภาพร ฤดีจำเริญ, ศศ.ม.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเรื่องวจนสารและอวจนสารในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (<http://www.tat.or.th/thai>) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวจนสารและอวจนสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และบทบาทของสารดังกล่าวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับวิธีดำเนินการศึกษา จะใช้การวิเคราะห์สาร กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจาก 5 เมนูหลัก คือ กิจกรรมท่องเที่ยว เทศกาลและงานประเพณี ข่าวย่อยท่องเที่ยว ท่องเที่ยวน่ารู้ และเทศกาลน่าเที่ยว ที่นำเสนอบนเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในระหว่างวันที่ 1-31 มกราคม พ.ศ. 2548 จากนั้นจึงนำผลการศึกษามาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร โน้มน้าวใจ การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า ประเด็นเนื้อหาทางด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย การให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การอ้างอิงเหตุการณ์ในอดีตหรือหลักฐานทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การนำเสนอประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่นักท่องเที่ยว และการให้คำแนะนำหรือแสดงข้อบังคับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่นักท่องเที่ยว เมื่อวิเคราะห์พบว่าเนื้อหาแต่ละประเด็นมีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมีความสอดคล้องกับหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในลักษณะที่แตกต่างกัน

การใช้วจนภาษาในข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพบใน 2 ลักษณะ คือ 1) วจนภาษาในการตั้งชื่อข้อมูลข่าวสาร เช่น การใช้นามและนามวลี ชื่อเฉพาะ กริยาวลี คำสัมผัสคล้องจอง คำแสดงการเชิญชวน ประโยคบอกเล่า และประโยคในเชิงคำถาม และ 2) วจนภาษาในเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร เช่น การใช้คำหรือกลุ่มคำเป็นส่วนขยายเพื่อเสริมความ คำสรรพนามเรียกขานในลักษณะการสนทนา คำซ้ำเพื่อย้ำความหรือนั่นนั่นนั้นให้แก้คำหรือกลุ่มคำ คำสัมผัสคล้องจอง และคำเปรียบเทียบแสดงภาพพจน์ ส่วนการใช้วจนภาษาเป็นการใช้ภาพประกอบข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ การใช้ภาพสถานที่ท่องเที่ยว ภาพกิจกรรมการท่องเที่ยว และภาพเทศกาล งานประเพณี และสินค้าพื้นเมือง จากการวิเคราะห์ พบว่า การใช้วจนภาษามีส่วนในการเสริมประเด็นเนื้อหาให้ชัดเจนขึ้น และอวจนภาษามีลักษณะบางประการที่สอดคล้องหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

คำสำคัญ : วจนสาร / อวจนสาร / การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

220 หน้า. ISBN 974-04-6690-7

**VERBAL AND NON-VERBAL FOR PROMOTING ECOTOURISM ON
WEBSITE TOURISM AUTHORITY OF THAILAND.**

SUTHASINEE POUNGPLUB 4637042 LCCD/M

**M.A. (LANGUAGE AND CULTURE FOR COMMUNICATION AND
DEVELOPMENT)**

**THESIS ADVISORS : DUANGPORN KAMNOONWATANA, M.A.,
YONGYUT BURASITH, M.A., SUPAPORN RUDICHAMROEN, M.A.**

ABSTRACT

This research was a study of verbal and non-verbal language and content for promoting ecotourism on the website of the Tourism Authority of Thailand (www.tat.or.th/thai). The aim was to study verbal and non-verbal ecotourism information and the role of messages in promoting ecotourism. As for the research methodology, this research was content analysis based ecotourism information from five menus : Activities, Festivals and Holidays, News, Travel Tips, and Coming Attractions between January 1-31, 2005 on the website of the Tourism Authority of Thailand. Moreover, persuasive communication, public relations, ecotourism, and tourism theories were also analyzed.

The results showed that ecotourism content issues consisted of giving primary ecotourism information, reference to past events or ecotourism historical evidence, presentations on the advantages of ecotourism for tourists, and giving tourists suggestions or regulations regarding ecotourism. When the results on the theories were analyzed, it was found that in each there were parts promoting ecotourism which agreed with ecotourism principles in different ways.

The use of verbal language in ecotourism information had two characteristics : 1) verbal in naming information topics, such as the use of nouns and noun phrases, specific names, verb phrases, rhyme and alliteration, invitation and request words, statements, and question sentences, and 2) verbal content, such as the use of intense words or phrases to emphasize content, pronouns of address in conversational aspect, repetition of words, rhyme and alliteration, and figurative language. As for non-verbal language, pictures inserted into the content, such as ecotourism attraction pictures, ecotourism activities pictures, and festival, tradition, and local products pictures were used. When they were analyzed, it was found that verbal language helped to raise and make clear content issues, and non-verbal language had some aspects which agreed with ecotourism principles.

**KEY WORDS : VERBAL / NON-VERBAL / ECOTOURISM / WEBSITE
TOURISM AUTHORITY OF THAILAND**

220 pp. ISBN 974-04-6690-7