

อารีรัตน์ แพทย์นุเคราะห์ : การกำกับความหมายของแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่อ  
อินเทอร์เน็ต (THE ANCHORAGE MEANING OF TOURIST MAPS ON THE  
INTERNET) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ.สุธิ พลพงษ์,  
อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม : รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกาเยะ, 191 หน้า.

การวิจัยเรื่องการกำกับความหมายของแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะการสื่อความหมายของสัญลักษณ์ที่ไม่ใช่ลายลักษณ์อักษรและลายลักษณ์อักษรที่ถูกนำมาใช้ในแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต และเพื่อให้เข้าใจถึงการใช้รหัสสารเชิงเสมือนในการสื่อความหมายของแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต รวมถึงความสามารถในการใช้รหัสสารเชิงเสมือนที่สัมพันธ์กับรหัสลักษณะอื่นๆ ในแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต โดยอาศัยแนวคิดเรื่องการกำกับความหมาย แนวคิดสัญวิทยา แนวคิดเรื่องการสมมติฐาน แนวคิดเรื่องการรับรู้ของกลุ่มจิตวิทยา เกสตัลต์ รหัสสารเชิงเสมือน รหัสสารเชิงตรรกะ แนวคิดการจำแนกระบบสัญลักษณ์ในแผนที่ของ Ucar และการจำแนกสัญลักษณ์ที่เป็นจุดในแผนที่ของ Knowlton และRobinson et al. เป็นแนวทางหลักในการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า การกำกับความหมายและการสื่อความหมายของแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเกิดขึ้นในสองลักษณะคือ เรื่องตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่และทิศทางของสถานที่ สำหรับการสื่อความหมายในเรื่องที่ตั้งของสถานที่นั้นพบในทุกแผนที่ โดยแยกประเภทความสำคัญของสถานที่ด้วยชนิดของสัญลักษณ์ ซึ่งสถานที่สำคัญนั้นจะใช้สัญลักษณ์แสดงแทนเพื่อสื่อสารถึงความเจริญรุ่งเรืองและอุดมด้วยสถาปัตยกรรมของเมือง ซึ่งก่อให้เกิดภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีให้แก่เมือง ส่วนสัญลักษณ์สัญลักษณ์นั้นใช้สื่อถึงสถานที่ต่างๆ ไปที่มีอยู่เป็นจำนวนมากภายในเมือง เช่น สถานที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก เส้นทางน้ำ เส้นทางคมนาคม และเขตพื้นที่ ในส่วนการสื่อความหมายเรื่องทิศทาง (direction) นั้นพบเฉพาะบางแผนที่เท่านั้น ส่วนใหญ่พบในแผนที่ของเมืองที่ไม่ได้วางตัวในแนวเหนือใต้หรือไม่ขนานกับเส้นลองจิจูด จากการวิจัยพบว่าลายลักษณ์อักษรทำหน้าที่ในการกำกับความหมายของสัญลักษณ์ที่ไม่ใช่ลายลักษณ์อักษรในสองลักษณะ คือ ทำหน้าที่แสดงชื่อเฉพาะของสัญลักษณ์และทำหน้าที่ระบุชี้ว่าสัญลักษณ์นั้นคืออะไร ในส่วนรหัสพบว่ามีการใช้รหัสภูมิศาสตร์ ได้แก่ รหัสที่ตั้ง (location) ใช้จัดการสัญลักษณ์ที่แสดงข้อมูลทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ จุด เส้น และพื้นที่ และเครื่องหมายแสดงทิศเป็นรหัสภูมิศาสตร์ที่ใช้จัดการทิศทางในแผนที่ โดยใช้ร่วมกับรหัสอื่นๆ ได้แก่ รหัสสารเชิงเสมือนใช้จัดการสัญลักษณ์ให้มีรูปร่างและรูปทรงสมมติฐานกับสิ่งที่มันแสดงแทน รหัสสารเชิงตรรกะ รหัสสี รหัสวัฒนธรรม และรหัสเชิงตัวแทน (representation code) เพื่อช่วยในการสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวให้เป็นที่เข้าใจได้ง่ายที่สุดแก่ผู้ที่ไม่เชี่ยวชาญในการใช้แผนที่.

## 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-ADVJSOR : ASSOC. PROF. SIRICHAIRIKAYA, 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-linguistic 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 divided 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 signs 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 representation code which used for helping non-expertise tourist to interpret tourist maps easily.