



วิทยานิพนธ์

การใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ "TG Update"
ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

The Using Thai Language in Public Relations Periodical "TG Update"
of Thai Airways International Public Company Limited

นางดวงเดือน ศรีวัฒนทรัพย์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พ.ศ. 2551



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาไทย)

ปริญญา

ภาษาไทย

ภาษาไทย

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง การใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ "TG Update" ของบริษัท การบินไทย จำกัด
(มหาชน)

The Using Thai Language in Public Relations Periodical "TG Update" of Thai Airways
International Public Company Limited

นามผู้วิจัย นางดวงเดือน ศรีวัฒนทรัพย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์สิริวรรณ นันทจินฑุล, ค.ม.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(รองศาสตราจารย์ชลอ รอดลอย, ศศ.ม.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์วิไลศักดิ์ กิ่งคำ, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์วินัย อัจจงหาญ, M.A.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 19 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2551

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ "TG Update" ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

The Using Thai Language in Public Relations Periodical "TG Update" of Thai Airways

International Public Company Limited

โดย

นางดวงเดือน ศรีวัฒนทรัพย์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาไทย)

พ.ศ. 2551

ดวงเดือน ศรีวัฒนทรัพย์ 2551: การใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ "TG Update" ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาไทย) สาขาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ สิริวรรณ นันทจินทุล, ค.ม. 125 หน้า

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ "TG Update" ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการใช้ภาษาไทยซึ่งศึกษาด้านการใช้ คำ การใช้ประโยค การใช้โวหารและในด้านเนื้อหาในวารสารประชาสัมพันธ์ "TG Update" ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ "TG Update" ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่ามีการใช้คำทับศัพท์มากที่สุด อันดับที่สองคือคำเฉพาะอาชีพ อันดับที่สามคือคำภาษาต่างประเทศ และ อันดับที่สุดคือคำย่อและคำตัดตามลำดับส่วนด้านการใช้ประโยค พบว่ามีการใช้ประโยคความซ้อนมากที่สุด อันดับที่สองคือประโยคความรวม อันดับที่สามคือ ประโยคความเดียวตามลำดับ ส่วนการใช้โวหารพบว่าการใช้โวหารแบบบรรยายโวหารมากที่สุด อันดับที่สองคือการใช้โวหารแบบสาธกโวหารและอันดับที่สามคือการใช้โวหารแบบเทศนาโวหาร ตามลำดับ และจากการศึกษาเนื้อหาในวารสารประชาสัมพันธ์ "TG Update" ของบริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) พบว่ามีลักษณะเนื้อหา 3 ประเภท คือพบว่ามีเนื้อหาสารให้ความรอบรู้มากที่สุด อันดับที่สองคือเนื้อหาสารให้ความรู้ และอันดับที่สามคือ เนื้อหาสารโน้มน้าวใจตามลำดับ



ลายมือชื่อนิติติ



ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

13 / 11 / 2551

Duangdaun Srivatanasup 2008: The Using Thai Language in Public Relations
Periodical "TG Update" of Thai Airways International Public Company Limited.
Master of Arts (Thai), Major Field: Thai Language, Department of Thai Language.
Thesis Advisor: Associate Professor Siriwan Nantachantoon, M.Ed. 125 pages.

The research deals mainly with studying the Using Thai Language in Public Relation Periodical "TG Update" of Thai Airways International Public Company Limited. The following language usages: word, sentence, diction and the matter in Public Relation Periodical "TG Update" of Thai Airways International Public Company Limited.

The results of studying in the using Thai Language in Public Relation Periodical "TG Update" of Thai Airways International Public Company Limited. The following word usages: transliteration has mostly been used, vocational word has second been used, foreign words has third been used, abbreviation has fourth been used. have obviously been used. For the sentence concerned, complex sentences have mostly been used, compound sentences have second been used and simple sentences have third been used. have been brought in usage. For diction, it is found that: narration has mostly been used, citation has second been used and doctrine has third been used, have especially been found. For the contents in Public Relations Periodical "TG Update" of Thai Airways International Public Company Limited. It is found that, The three patterns namely: knowledgeable content has mostly been used, knowledge content has second been used and to persuade content has third been used.

Duangdaun Srivatanasup

Student's signature

Siriwan Nantachantoon

Thesis Advisor's signature

13 MARCH 2008

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ การใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ "TG Update" ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ” นี้ประสบความสำเร็จเป็นวิทยานิพนธ์ได้อย่างสมบูรณ์เพราะได้รับความเมตตากรุณา ความปรารถนาดีจากรองศาสตราจารย์สิริวรรณ นันทจันทุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ชลอ รอดลอย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รองศาสตราจารย์วิไลศักดิ์ กิ่งคำ หัวหน้าภาควิชาภาษาไทย รองศาสตราจารย์วิภาวรรณ อยู่เย็น ประธานการสอบ รองศาสตราจารย์ราตรี ธีนวารชร ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมเกียรติ รัชมณี อาจารย์ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำความรู้อันเป็นประโยชน์แก่นิสิตด้วยดีตลอดมา และ ยังได้เสียสละเวลาอันมีค่าช่วยตรวจทานวิทยานิพนธ์อย่างละเอียด ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีของอาจารย์ ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทั้งหลายท่านอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ทุกท่าน ที่กรุณาให้ความเมตตา ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้ความแนะนำ ให้ความรักและความหวังใจต่อผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา รวมทั้งเพื่อนๆที่เรียนมาด้วยกันที่คอยให้กำลังใจ

คุณประโยชน์ของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอบเป็นของขวัญแด่คุณสุทิน ศรีวัฒนทรัพย์ เป็นสามีผู้ให้กำลังใจ และ ช่วยเหลือในการทำงานทุกอย่างที่เป็นหน้าที่ของผู้วิจัย และ คุณสุภารัตน์ ศรีวัฒนทรัพย์ เป็นบุตรสาวคอยช่วยเหลือทุกอย่าง และ ช่วยเหลือในเรื่องเกี่ยวกับการไปรับเอกสารงานวิจัยคืนจาก รองศาสตราจารย์สิริวรรณ นันทจันทุล คอยช่วยเหลือในการพิมพ์ และจัดรูปแบบวิทยานิพนธ์ด้วยความเต็มใจ และ คอยเป็นห่วงเป็นใยในเรื่องสุขภาพของผู้วิจัย และ คุณสุทธิชัย ศรีวัฒนทรัพย์เป็นบุตรชายคอยช่วยเหลือในเรื่องการแปลคำศัพท์ ผู้วิจัยขอขอบคุณสามีและทุกคนในครอบครัว ที่ให้กำลังใจในการศึกษาโดยตลอด

ดวงเดือน ศรีวัฒนทรัพย์
มีนาคม 2551

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	6
เอกสารที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	6
ความหมายของการประชาสัมพันธ์	6
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	8
องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์	12
สื่อของการประชาสัมพันธ์	15
ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์	18
เอกสารที่เกี่ยวกับการใช้ภาษา	18
การใช้คำ	19
การใช้ประโยค	23
การใช้โวหาร	29
เอกสารที่เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการประชาสัมพันธ์	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการใช้ภาษาไทย	37
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	41
ประชากร	41
กลุ่มตัวอย่าง	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย	42
การวิเคราะห์ข้อมูล	48
วิธีการนำเสนอข้อมูล	50
วิธีการวิจัย	50
บทที่ 4 ผลการวิจัย	52
ตอนที่ 1 การใช้ภาษา	52
ตอนที่ 2 เนื้อหาของสาร	101
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	111
สรุป	111
อภิปรายผล	114
ข้อเสนอแนะ	115
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	116
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	136

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเมืองและชื่อประเทศ	58
2	ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสถานที่	60
3	ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์	62
4	ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสายการบิน	63
5	ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางอาหาร	65
6	ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อหน่วยวัดเวลา ระยะทาง	67
7	ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางการแพทย์	69
8	ความถี่ของคำทับศัพท์อื่นๆ	71
9	ความถี่ของวงศัพท์ของคำทับศัพท์	71
10	ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่าง	73
11	ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายครีวการบิน	75
12	ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว	76
13	ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศ	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	ความถี่ของประโยชน์เดียว	85
15	ความถี่ของประโยชน์ความรวม	88
16	ความถี่ของประโยชน์ความซ้อน	92
17	ความถี่ของประโยชน์	92
18	ความถี่ของไวยาหาร	100
19	ความถี่ของเนื้อหาสาร	110

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การใช้ภาษาไทยมีความสำคัญมาก เพราะเป็นภาษาที่ใช้สื่อสารในหมู่คนไทยทั้งประเทศ นอกจากนั้น ภาษาไทยยังถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญยิ่งของวัฒนธรรมไทยที่แสดงถึงความเป็นชาติไทย ภาษาไทยเป็นภาษาประจำชาติที่แสดงถึงความเป็นเอกราชและการมีวัฒนธรรมสูงของชาติไทย ทั้งยังเป็นภาษาที่มีลักษณะเฉพาะเป็นของตนเองซึ่งแตกต่างจากภาษาอื่นในโลก โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมในด้านการใช้ภาษา ฐะปะนีย์ นาครทรรพ (2521: 12-14) กล่าวถึงภาษาไทยว่า ภาษาไทยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษไทยได้สร้างสมไว้ และ ถ่ายทอดสืบต่อกันมาจนถึงคนไทยรุ่นปัจจุบันที่คนไทยมีภาษาประจำชาติที่เป็นสื่อความหมายได้ทั่วประเทศ ร่ำรวยด้วยถ้อยคำในภาษาและสามารถใช้ประโยชน์ได้โดยสะดวกทั้งในภาษาพูด และ ภาษาเขียนภาษาไทยมีความเจริญงอกงาม เพราะนอกจากจะดำรงรักษาส่วนที่เป็นของเดิมไว้ได้แล้วยังสามารถสร้างส่วนที่เป็นของใหม่ให้ผสมผสานกับของเดิมไว้เป็นอย่างดีมีวิธีพูดวิธีเขียนที่เป็นลักษณะเฉพาะของภาษาไทยไม่เหมือนภาษาอื่นใดในโลก เมื่อคนไทยได้ตระหนักในคุณค่าของภาษาไทยเช่นนี้แล้ว ก็เป็นหน้าที่ของชาวไทยทุกคนที่จะต้อง “ศึกษา” และ “รักษา” ภาษาไทยไว้เป็นอย่างดีที่สุด

ภาษาไทยนอกจากจะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างคนไทยทั้งชาติ เพื่อถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจตรงกันเพื่อแสดงความรู้สึกร่างกาย ออกมาเป็นภาษาพูด และ ภาษาเขียนแล้ว ภาษาไทยยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดวัฒนธรรมของไทย การที่คนไทยในปัจจุบันยังสามารถคงความเป็นไทยมีชีวิตความเป็นอยู่แบบไทยๆ หรือ ที่เรียกกันว่าวัฒนธรรมไทยนั้นก็เพราะเรามีภาษาไทยเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนั่นเอง ดังที่ กาญจนา นาคสกุล (2524: 14) กล่าวถึงความสำคัญภาษาไทยว่า “อยากให้เข้าใจว่าภาษานั้นไม่ใช่วิชาที่เรียนเป็นวิชาการอย่างเดียวแต่ภาษาไทยเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้เพื่อใช้สำหรับวิชาการทุกแขนง”

บุญเหลือ เทพยสุวรรณ (2520: 2) กล่าวถึงคุณค่าของภาษาไทยว่าชาติต่างๆลงความเห็นว่ชาติต้องมีภาษาของตนเอง จะใช้ภาษาของคนอื่นในการติดต่อราชการและในกิจการใหญ่ๆของชาติอย่างไรได้ การขาดภาษาเป็นการขาดเอกลักษณ์ที่สำคัญอย่างยิ่ง การมีภาษาใช้ในกิจการของตนทำให้คนในชาติสำนึกว่า แต่ละคนเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของชาติของตน นอกจากนี้เป็นความจำเป็นอันแท้จริงที่จะต้องมีภาษาสื่อสารกันให้สะดวกทั้งชาติ

สุจริต เพ็ชรขอบ และ สายใจ อินทร์มพรรย์ (2523: 2-3) กล่าวถึงคุณค่าของภาษาไทยในด้านที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพว่า ภาษาไทยใช้เป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพทุกสาขา ผู้ที่มีความสามารถทางภาษาไทยเฉพาะก็อาจประกอบอาชีพที่ใช้ภาษาโดยตรงเช่นเลขานุการ นักหนังสือพิมพ์ นักประพันธ์ ครูสอนภาษาไทย และ อื่นๆ ในงานด้านประชาสัมพันธ์ย่อมต้องใช้ภาษาไทยเป็นเครื่องมือในการสื่อสารด้วยเช่นกัน

ดังนั้นภาษาไทยจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการประชาสัมพันธ์ ที่จะบอกกล่าวข้อเท็จจริง ความคิดเห็น โน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้ และ เข้าใจภาษาไทยในด้านการใช้คำ การใช้ประโยค การใช้โวหาร และเนื้อหาสาระของวารสารประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง

การใช้ภาษาไทยในองค์กร นอกจากเข้ามามีบทบาทด้านการประชาสัมพันธ์ ควบคู่ ไปด้วยกับการพัฒนาองค์กรให้มีความมั่นคง และอยู่รอดแล้ว ยังสร้างสรรค์ความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้น และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี สร้างจิตสำนึกเกิดสัมพันธ์ภาพอันดีกับบุคลากรในหน่วยงานเดียวกัน

การประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญต่อการบริหารของบริษัท ซึ่งบริษัทจะประสบผลสำเร็จได้จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว สม่าเสมอ และ สื่อสารได้อย่างถูกต้อง แม่นยำและเป็นประโยชน์ต่อบริษัทอย่างมหาศาลก็เนื่องมาจากมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี ถูกต้องชัดเจน เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและประสบความสำเร็จในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการประชาสัมพันธ์ของบริษัท

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เป็นฉบับมีสีสันสวยงามชื่อ “TG Update” มีเนื้อหาที่ให้ความรู้และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรอย่างมหาศาลนำเสนอข่าวสารต่างๆจากองค์กรไปสู่พนักงานการบินไทย มีการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยจึง

สนใจศึกษาลักษณะการใช้ภาษาไทยและเนื้อหาสาระในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้ภาษาไทย ในด้านการใช้คำ การใช้ประโยค การใช้โวหาร ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาเนื้อหาในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบลักษณะการใช้ภาษาไทยในด้านการใช้คำ การใช้ประโยค การใช้โวหาร ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
2. ทำให้ทราบเนื้อหาในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาการใช้ภาษาไทยเฉพาะเรื่องการใช้คำ การใช้ประโยค การใช้โวหาร และเนื้อหาในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
2. ศึกษาเฉพาะวารสาร “TG Update” ตั้งแต่ พ.ศ. 2540-2548 โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างมีระบบคือปีละ 4 ฉบับคือฉบับเดือนมกราคม เมษายน กรกฎาคม ธันวาคม ของทุกปี รวม 36 ฉบับ เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรทั้งหมด 108 ฉบับ

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาการใช้ภาษาด้านคำ ประโยค และ โวหาร อีกทั้งศึกษาเนื้อหาของสารในวารสาร โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.1 ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมความรู้ที่เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ของวารสาร “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และความรู้เกี่ยวกับการใช้ภาษา ด้านการใช้คำ ประโยค และ โวหาร อีกทั้งศึกษาเนื้อหาของสารในวารสารดังกล่าว

1.2 ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากวารสารประชาสัมพันธ์“TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด มหาชนศึกษาเฉพาะวารสาร “TG Update” ในเดือนมกราคม เมษายน กรกฎาคม ธันวาคม พ.ศ.2540 ถึง เดือนมกราคม เมษายน กรกฎาคม ธันวาคม พ.ศ. 2548 รวม 36 ฉบับเป็นกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรทั้งหมด 108 ฉบับ ซึ่งการเก็บข้อมูล จะเก็บข้อมูลจากวารสาร “TG Update” โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างอย่างมีระบบคือเก็บข้อมูลจาก ฉบับ เดือนมกราคม กรกฎาคม และ ธันวาคม ตั้งแต่ พ.ศ. 2540-2548 รวม36 ฉบับ จากวารสาร “TG Update” ของแต่ละปี เช่น พ.ศ. 2540 จะเก็บข้อมูลเดือนแรกเริ่มจากเดือน มกราคม และ เว้น 2 เดือน ข้อมูลที่เก็บเดือนต่อไปก็คือเดือนเมษายนและข้อมูลที่เก็บเดือนต่อไปถัดไปอีก ตรงกับเดือนกรกฎาคม และข้อมูลที่เก็บเดือนต่อไปถัดไปอีกซึ่งเป็นเดือนสุดท้าย ตรงกับเดือนธันวาคมของ พ.ศ.2540 และในปีต่อๆมา จะใช้วิธีการเรียงเดือนที่ไล่ลงมา ตามลำดับจนถึง พ.ศ.2548 ข้อมูลที่เก็บจากวารสาร “TG Update” โดยเฉลี่ยแล้วจะมีปีละ4 เล่ม รวมทั้งหมดได้ 36 เล่ม

3. นำข้อมูลที่ศึกษาจากวารสาร “TG Update” มาวิเคราะห์ตามเกณฑ์ใน ด้านการใช้คำ การใช้ประโยค การใช้โวหาร และเนื้อหาของสารในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

4. สรุปผลเสนอรายงานผลการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การใช้ภาษาไทย หมายถึง การใช้คำ การใช้ประโยค การใช้โวหาร ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ความรู้เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้เข้าใจการทำงานและหน้าที่การวางแผนและผลการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและจริงจังโดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้านการสร้างความสัมพันธ์ ให้ความรู้ความเข้าใจที่ตรงระหว่างประชาชนกับหน่วยงานหรือองค์กรเพื่อหวังผลในความร่วมมือ และสนับสนุนต่อกัน ในระยะยาว โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

วารสาร “TG Update” หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งข่าวสารไปยังพนักงานการบินไทย ให้ทราบเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ของบริษัทการบินไทย รวมทั้งการดำเนินงานด้วย ตั้งแต่เดือนมกราคม เมษายน กรกฎาคม ธันวาคม พ.ศ.2540 ถึง เดือนมกราคม เมษายน กรกฎาคม ธันวาคม พ.ศ. 2548 รวม 36 เล่มเป็นกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรทั้งหมด 108 เล่ม

คำทับศัพท์ หมายถึงคำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ คือ ภาษาอังกฤษ ที่เป็นชื่อเฉพาะต่างๆ เช่น ชื่อเมือง ชื่อประเทศ ชื่ออาหารและอื่นๆ โดยใช้คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเฉพาะนี้ปะปนกับคำภาษาไทยทั่วไป แล้วนำมาเขียนทับศัพท์ด้วยคำภาษาไทย ด้านคำทับศัพท์ผู้วิจัยอาศัยเกณฑ์การใช้คำทับศัพท์ของ ราชบัณฑิตยสถาน(2533)

คำภาษาต่างประเทศ คือ คำที่เขียนเป็นภาษาอื่นที่ไม่ใช่ภาษาไทยคือเขียนเป็นภาษาอังกฤษ ด้านคำภาษาต่างประเทศผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัยการใช้คำภาษาต่างประเทศโดยอาศัยเกณฑ์การใช้คำภาษาต่างประเทศของราชบัณฑิตยสถาน(2533) จากหนังสือหลักภาษาไทยของ ของ เปรมจิต ชนะวงศ์ (2538: 149-152) ได้กล่าวว่ากรยืมคำภาษาต่างประเทศเข้ามาใช้ในภาษาไทยมีลักษณะเป็นการทับศัพท์ตามรูปเดิมของคำภาษาอังกฤษ

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
2. เอกสารที่เกี่ยวกับการใช้ภาษา
3. เอกสารที่เกี่ยวกับ เนื้อหาของสาร
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การประชาสัมพันธ์ และ การใช้ภาษาไทย

เอกสารที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ที่ดีเป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการติดต่อสื่อสาร กับ กลุ่มเป้าหมาย หลากหลายกลุ่ม ได้หลายรูปแบบและหลายวิธีเพื่อมุ่งให้เกิดการสร้างกระแสนและส่งเสริม ดังที่ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2539: 4-5) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า “การประชาสัมพันธ์” มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า

“Public Relations” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “PR” ตามศัพท์คำนี้ หมายถึงการมี ความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชนตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกันและถ้าจะขยายความให้เป็น รูปธรรมยิ่งขึ้นจะหมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ ต่อเนื่องใน อันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชน กลุ่มเป้าหมายโดยการกระทำสิ่งที่ดีมี คุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรมและ บริการหรือสินค้าของหน่วยงานนี้และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจาก ประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว

ไซยศ เรื่องสุวรรณ (2522: 7) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า “การประชาสัมพันธ์ว่า เป็นวิธีการที่มีแผนการกระทำ ต่อเนื่องกันไปในการสร้าง และ ชำรงไว้ ซึ่ง ความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างสถาบันกับประชาชนเพื่อให้งานของสถาบันดำเนินไปได้ตาม จุดมุ่งหมายโดยมีประชาคมติเป็นแนวทางเดียวกัน”

เสรี วงษ์มณฑา (2540: 4) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า

การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผน ในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิด จิตใจของสาธารณชน ที่เกี่ยวข้องโดยกระทำสิ่งที่ดีที่มีคุณค่ากับสังคมเพื่อให้สาธารณชน เหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัทห้างร้านหรือสมาคมมาตลอดจนมี ภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวข้องกับหน่วยงานต่างๆ เหล่านั้นเพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุน ร่วมมือจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆ

ลัทธิ สตะเวทิน (2540: 2)กล่าวถึงคำว่า“การประชาสัมพันธ์”ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า

“Public Relations” ซึ่งเป็นคำที่ใช้กันแพร่หลายในปัจจุบัน ทั้งนี้ เพราะงาน ประชาสัมพันธ์กำลังเป็นที่ได้รับความสนใจ ด้วยเหตุที่เป็นงานที่ช่วยให้สร้างเสริมความ เข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นๆ ถ้าพิจารณาไปถึง ศัพท์ระหว่างภาษาไทย กับ ภาษาอังกฤษแล้ว จะเห็นได้ว่าสามารถกลมกลืนกันได้อย่าง ถูกต้องและเหมาะสม คือ ประชา (Public) แปลว่า กลุ่มคน และสัมพันธ์ (Relation) แปลว่า ความเกี่ยวข้องผูกพันซึ่ง เมื่อรวมกันแล้วคำว่าประชาสัมพันธ์ ก็คือ การเกี่ยวข้องผูกพัน กับประชาชน

สุพิน ปัญญาภัก (2526: 27) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า “การประชาสัมพันธ์ คือ ความพยายามที่มีแผนที่จะมีอิทธิพลต่อความคิด และ ทัศนคติของประชาชน เพื่อสร้าง ความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน” มีหลักสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. การประชาสัมพันธ์นั้นต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง และ หยุดไม่ได้ต้องพยายามโดยไม่มีที่ สิ้นสุด เพราะ ตัวแปรที่สำคัญคือ ความรู้สึกนึกคิด หรือ ความคิดเห็นของประชาชน ซึ่ง เรียกว่า

ประชามติ(public opinion)เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจึงจำเป็นที่จะต้องรักษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานให้คงที่ตลอดไป

2. การประชาสัมพันธ์ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง มีระบบ เป็นขั้นตอน มีการศึกษา รวบรวม ข้อมูลที่เกี่ยวกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุดการต้องมีเอกภาพสอดคล้องกันทุก ขั้นตอน

3. การประชาสัมพันธ์ต้องโน้มน้าวทัศนคติ หรือความเห็นของประชาชน ให้สนับสนุน กิจกรรมของหน่วยงาน

4. การประชาสัมพันธ์นั้นต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน กับ ประชาชน ให้เกิดความเข้าใจกันและไม่ขัดแย้งกัน กล่าวคือ ต้องเข้าใจความต้องการชุมชนว่าต้องการอะไรทัศนคติอย่างไรบ้างที่ควรจะไปปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกัน บางครั้งก็ต้องยอมรับความคิดเห็นของประชาชนด้วย

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ ก็คือ กรรมวิธีที่จะสร้างสรรค์ให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่าง หน่วยงานต่างๆ กับ ประชาชน หรือ ระหว่างรัฐบาล กับ ประชาชน หรือ ระหว่างผู้ปฏิบัติงานใน หน่วยงานนั้นด้วยกันเอง เพื่อให้บังเกิดความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความ ร่วมมือเสียสละเพื่อส่วนรวม ให้ความสนับสนุน การดำเนินงาน สถาบัน องค์การ หน่วยงานหรือ รัฐบาลให้เป็นไปด้วยความราบรื่นก้าวหน้ามีเสถียรภาพมั่นคง เพื่อขจัดความยุ่งยากขัดแย้งการเป็น ปฏิปักษ์กัน ความระแวงสงสัยความเกลียด ความโกรธ ความเจ็บแค้น ความเข้าใจผิดกัน เป็นต้น

2. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละองค์กรนั้นมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและแตกต่างกันแต่โดยทั่วไปวัตถุประสงค์การดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือเพื่อที่จะสร้างชื่อเสียงขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก สร้างความ ยอมรับและเชื่อถือในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายระลึกถึงแต่องค์กร และ ผลิตภัณฑ์ขององค์กรเท่านั้น

เสนีย์ แดงวัง (2525: 18) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้คือ

1. เพื่อสร้างความนิยม สร้างความเข้าใจ และ ให้สาธารณชนรู้ถึงบทบาทขององค์การ การเผยแพร่ชี้แจงจะเป็นแนวทางให้ประชาชนได้ทราบถึงกิจกรรม ตลอดจนท่าทีในการดำเนินงาน และผลงาน
2. เพื่อสร้างชื่อเสียง และ ป้องกันชื่อเสียง การประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการสร้างชื่อเสียงให้ องค์การดีกว่าการกระทำด้วยวิธีอื่น และ ยังป้องกันความเข้าใจผิดของประชาชนอีกด้วย
3. เพื่อแสวงหาความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน การดำเนินงานบางอย่าง จำเป็นต้อง ได้รับความสนับสนุนจากประชาชนหรือกลุ่มชนต่าง ๆ เช่น การเสนอร่างกฎหมาย การแถลง นโยบาย ฯลฯ การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าใจจะเป็นทางระดมความร่วมมือจากประชาชน ได้ดีที่สุดในที่สุด

ชัยนันท์ นันทพันธ์ (2528: 77) ได้สรุปถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ คือ

1. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมสนับสนุนและเห็นชอบกับความมุ่งหมายและการดำเนินงานองค์กร
2. เผยแพร่ข่าวสารความรู้ไปให้ประชาชนทราบ
3. ช่วยทำแนวความคิดเห็นของประชาชนและสถาบันให้มีส่วนประสานคล้องต้องกัน

จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2534: 107-108) ได้กล่าวว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ย่อมต้องมีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับการดำเนินงานกิจกรรมอื่นๆโดยทั่วไปซึ่งได้ยกตัวอย่าง วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ คือ

1. เพื่อทำความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงนโยบายขององค์กร
2. เพื่อแก้ไขการเข้าใจผิดของสาธารณชนที่มีต่อองค์กร

3. เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอในความก้าวหน้าของโครงการและการทำงานขององค์กร
4. พัฒนาความรู้และความเข้าใจผลิตภัณฑ์ใหม่บริการใหม่ หรือสิ่งใหม่ๆ ขององค์กร
5. เพื่อให้ตลาดการเงินและสถาบันการเงินได้รับทราบอย่างเต็มที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร และแนวอนาคตก่อนที่จะอนุมัติให้เงินร่วมลงทุน
6. เพื่อแก้ความกินแหนงแคลงใจ หรืออคติ ซึ่งเกิดจากความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการกระทำขององค์กร อันมีผลกระทบกระเทือนต่อความสนใจในท้องถิ่น
7. เพื่อเป็นการสนับสนุนและดึงดูดใจหาผู้ที่มีความสามารถเข้าร่วมทำงาน
8. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้ส่งให้กระชั้นขึ้น
9. เพื่อเป็นการให้ทราบถึงเจตนารมณ์ขององค์กรในการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของสังคมและชุมชน อันเป็นเครื่องแสดงถึงความรู้สึกในความรับผิดชอบที่องค์กรมีต่อสังคม
10. เพื่อเป็นการทำให้การบริการแก่ลูกค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้นรวมถึงการสร้าง และปรับปรุงสัมพันธภาพระหว่างองค์กรกับผู้มาใช้บริการให้ดียิ่งขึ้น
11. เพื่อเป็นการให้สาธารณชนได้ทราบถึงการมีส่วนร่วมสนับสนุนในการอนุรักษ์ และป้องกันสิ่งแวดล้อม
12. เพื่อให้สาธารณชนทราบบุคคลสำคัญๆ และบุคลิภาพขององค์กรเป็นการเผยแพร่ว่าองค์กรมีบุคคลที่น่าสนใจและมีความสามารถ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยามที่องค์กรต้องประสบกับปัญหาวิกฤติ
13. เพื่อเป็นการให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นที่รู้จักและเข้าใจในตลาดส่งออก รวมทั้งความเหมาะสมกับความต้องการและสถานการณ์ภายในประเทศหรือท้องถิ่นนั้น

14. เพื่อเป็นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง องค์กร และ พรรคการเมืองผู้บริโภค และ กลุ่ม กัดันต่างๆ

15. เพื่อเป็นการรักษาไว้ซึ่ง สัมพันธภาพที่ดีที่สุดกับภาคอุตสาหกรรม

เสาวณีย์ สิกขามันฑิต (2534: 106) ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ พอสรุปได้ดังนี้

1. เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่าง องค์กร สถาบัน และ/หรือหน่วยงานกับประชาชน ด้วยการแจ้งธุรกิจของตนให้กับประชาชนทราบ เพื่อให้ได้เลือกใช้บริการและ/หรือให้ความร่วมมือ ได้ถูกต้องและเหมาะสม

2. เพื่อให้องค์กร สถาบัน และ/หรือหน่วยงานได้ทราบความคิดเห็นของประชาชนอันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้

3. เพื่อสร้างความศรัทธาความนิยมให้เกิดขึ้นกับองค์กรสถาบัน หรือ หน่วยงานนั้น

4. เพื่อรักษาชื่อเสียงเกียรติยศขององค์กร สถาบัน และ/หรือหน่วยงานมิให้เสื่อมเสีย

5. เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรสถาบันและ/หรือหน่วยงาน ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

6. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นภายในองค์กร สถาบัน และ/หรือหน่วยงานอันจะเป็นผลให้การปฏิบัติงานดำเนินไปอย่างมี

วิจิตร อาวะกุล (2539: 10-13) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective) ของ การประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เพื่ออธิบายชี้แจง (explanation)

2. เพื่อเป็นการบอกกล่าว (to inform)
3. เพื่อเผยแพร่แจ้งความ (publicity)ประกาศ(declaration)
4. เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้(knowledge)
5. เพื่อให้เกิด ความเข้าใจ (understanding)
6. เพื่อเป็นการให้การศึกษา (to educate)
7. เพื่อเป็นการชักจูงใจ (to persuade)
8. เพื่อให้หน่วยงานได้บริการ (to service)
9. เพื่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ (to belief)
10. เพื่อให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสศรัทธาในสถาบันในเรื่องของนโยบายวัตถุประสงค์
วิธีดำเนินงาน ความประพฤติปฏิบัติของหน่วยงาน ผลงานบริการต่าง ๆ

กล่าวคือวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้ประชาชนผู้เกี่ยวข้องกับ หน่วยงานทั้งภายใน ภายนอก เกิดความเข้าใจอันดี และ ก่อประโยชน์สำหรับการดำเนินงานของหน่วยงาน เพราะวัตถุประสงค์ของ การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานเผยแพร่ผลงานกิจกรรม และ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่บุคคลเป้าหมาย และ ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงาน

3. องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ที่ดีให้มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ ของการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้น ๆ ดังที่

วัฒนา พุทธางกูรานนท์ (2535: 177) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบในการประชาสัมพันธ์ มี 4 ขั้นตอน คือ

1. การวิเคราะห์มวลชนและการวิเคราะห์สถาบันเอง
2. การตั้งจุดมุ่งหมายและการกำหนดนโยบาย
3. การดำเนินการสื่อสารและจูงใจ
4. การวิเคราะห์และการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

วิทยา อ่อนช้อย (2531: 29) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการจัดงานประชาสัมพันธ์ว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จัดขึ้นสนับสนุน หรือ เสริมงานอื่นเป็นสำคัญ เพื่อให้การจัดงานประชาสัมพันธ์ลุล่วงไปด้วยดีผู้บริหาร และ ผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะต้องวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1. นโยบายของหน่วยงานหรือองค์การ งานประชาสัมพันธ์จะดำเนินไปได้ด้วยดี จะต้องทราบนโยบายที่เด่นชัดของหน่วยงานหรือองค์การเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายแผนงานวิธีการจัดการประชาสัมพันธ์

2. การประพฤตินของหน่วยงานหรือองค์การ การประพฤติปฏิบัติหรือการดำเนินกิจการทั้งหลายของหน่วยงาน หรือ องค์การหากเป็นไปในรูปที่สังคมให้ความเห็นชอบ หรือ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว การดำเนินการเพื่อการประชาสัมพันธ์ก็จะเป็นไปได้ง่ายประหยัดบางครั้งการประพฤติปฏิบัติที่ดีของหน่วยงาน หรือองค์การก็เป็นงานประชาสัมพันธ์ในตัวของมันเอง

3. บุคลากรหากไม่มีบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แล้ว การดำเนินกิจการทั้งหลายขององค์การย่อมเป็นการยากที่จะให้คนทั้งหลายชื่นชมยอมรับ หรือ ให้การสนับสนุนและคล้อยตาม

4. งบประมาณลักษณะการได้มาของงบประมาณเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์มี 3 รูปแบบ คือ

1) งบประมาณดำเนินงานโดยตรง

2) งบประมาณที่ได้มาจากการบริจาค และ

3) งบประมาณที่หาได้เอง

5. วัสดุอุปกรณ์เป็นเครื่องมือที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย

6. การจัดการเมื่อทราบนโยบายที่แน่ชัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์จะต้องมีการจัดการหรือการบริหารงานภายใต้กรอบของความสามารถของบุคลากรงบประมาณวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่แล้วทั้งหลาย เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์ ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพ

สุพิน ปัญญาภัก (2526: 28) ได้แบ่งองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ที่ดีมีอยู่ 5 ประการคือ

1. นโยบายของหน่วยงาน ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต้องชัดเจน และ ยืดหยุ่นสามารถปฏิบัติได้ การประชาสัมพันธ์ต้องได้รับการยอมรับว่าเป็นกลไก หรือ เครื่องมือของการบริหาร เช่นเดียวกับกลไกอื่น การกำหนดนโยบายจึงต้องไม่คลุมเครือ

2. การจัดองค์การ และ แผนงานประชาสัมพันธ์ ต้องมีความคล่องตัวมีเอกภาพ และ อิสระ ต้องปลอดจากการควบคุมหลายระดับชั้น และหากเป็นไปได้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ควรอยู่ใกล้ชิดกับระดับบริหารผู้คุมนโยบาย เพื่อจะได้รับคำสั่ง และ เสนอแผนงานได้อย่างรวดเร็ว และ ทำให้หน่วยประชาสัมพันธ์ได้รับการยอมรับจากฝ่ายอื่น ๆ อันจะเป็นผลให้ได้รับ ความร่วมมือด้วยดี การวางแผน หรือ การกำหนดแผนงานเป็นความจำเป็นขององค์การทุกแห่ง ในแง่ของการประชาสัมพันธ์แล้วยิ่งจำเป็นมาก เพราะงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิด หรือทัศนคตินี้เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา การกำหนดแผนงานจึงต้องกระทำทุกชั้นตอนอาจจะเป็นแผนหลักทั้งหมด หรือ แผนย่อย หรือ แผนเฉพาะกิจ โดยกำหนดวัตถุประสงค์กลวิธีการใช้สื่อ

3. นักประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณภาพคือ มีความรอบรู้ในวิชาการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งความรู้ด้านอื่น ๆ ที่จำเป็น นอกจากนี้ก็ต้องมีคุณสมบัติพิเศษ คือ ต้องอดทนมีมนุษยสัมพันธ์ สนใจต่อข่าวสาร สถานการณ์หรือความเคลื่อนไหว และที่สำคัญที่สุดคือรักงานด้านนี้

4. การประชาสัมพันธ์ จะต้องมีเครื่องมือที่จำเป็น ต่อการดำเนินงาน เช่น เครื่องขยายเสียง เครื่องฉายภาพยนตร์กล้องถ่ายรูป เครื่องฉายสไลด์ หรือแม้แต่วิดีโอ ที่ควรมีไว้เพื่อช่วยเสริมเพราะการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีลักษณะที่ให้เห็นและได้ยินพร้อมกัน เครื่องมือเหล่านี้ราคาสูงดังนั้นจึงมีการกล่าวว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการลงทุนและจำเป็นที่จะต้องมี เครื่องมือไว้ให้พร้อม

5. สภาพแวดล้อมหรือสภาพการณ์เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะกำหนดให้การดำเนินทางด้าน การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างรวดเร็ว หรือล่าช้า บางโอกาสสถานการณ์จะเป็นตัวเร่งแต่บางโอกาสเป็น ตัวถ่วง ฉะนั้น การศึกษาสถานการณ์จึงต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับเปลี่ยนแผนให้เหมาะสม และสอดคล้องกับภาวะต่าง ๆ

องค์ประกอบ และ รูปแบบ ของการสื่อสารต้องมีสื่อเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ สื่อเป็น องค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ด้วยเหตุนี้ การเผยแพร่ และ ประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จ หรือ บรรลุเป้าหมายได้มากน้อยเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับ องค์ประกอบในการสื่อสาร

4. สื่อของการประชาสัมพันธ์

องอาจ จิยะนันท์ (2523: 1) อธิบายความหมายของสื่อว่า “สื่อ หมายถึง ตัวกลาง หรือ พาหนะที่ใช้นำเรื่องราวหรือความรู้ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ”

มนตรี เข้มกสิกร (2526: 5) ได้ให้ความหมายของสื่อไว้ดังนี้ คือ “สื่อ (Media) หมายถึง ตัวกลางที่ช่วยในการถ่ายทอดเรื่องราว ข่าวสาร ความรู้ เหตุการณ์ แนวความคิด สถานการณ์ ฯลฯ ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปยังผู้รับสาร”

ชวรัตน์ เชิดชัย (2527: 91) กล่าวถึงสื่อไว้ว่า “สื่อคือช่องทางข่าวสาร (channel) ซึ่งอาจจะ เป็นคำพูด ตัวอักษรหรืออย่างอื่น. ซึ่งเป็นคำที่ยืมมาจากระบบการสื่อสารโทรคมนาคม และนำมา

ประยุกต์ต่างๆ กันในกระบวนการสื่อสาร ดังนั้นสื่อจึงหมายถึง หนทาง ซึ่งแหล่งข่าวสารใช้สำหรับ ส่งข่าวสารต่างๆ ไปสู่ผู้รับ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือช่องทางข่าวสาร อาจจะได้เป็นทาง (paths) หรือพาหนะ (vehicles) ที่นำข่าวสารจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดหมายปลายทางนั่นเอง”

สื่อ (Medium, pl. Media) เป็นคำที่มาจากภาษาละตินว่า “Medium” แปลว่า “ระหว่าง” (Between) หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่บรรจุข้อมูลเพื่อให้ผู้ส่งและผู้รับสามารถสื่อสารกันได้ตรงตามวัตถุประสงค์

สื่อประเภทสิ่งพิมพ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. สื่อเพื่อการสัมพันธ์ในหน่วยงาน เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เป็นสื่อสัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้และเข้าใจและแจกจ่ายกันในเฉพาะในหน่วยงาน
2. สื่อสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงานเป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอกหน่วยงานจัดทำรูปเล่มประณีตใช้ถ้อยคำสำนวนภาษา เป็นทางการระมัดระวังมากกว่าหนังสือสัมพันธ์ภายใน
3. สื่อสัมพันธ์แบบผสม เป็นการจัดทำสิ่งพิมพ์ สื่อสัมพันธ์ในลักษณะใช้อ่านได้อ่านได้ทั้งคนภายในและภายนอกหน่วยงานในเล่มเดียวกัน

สื่อสิ่งพิมพ์แบ่งออกได้ดังนี้

1. แผ่นปลิว หรือใบปลิว
2. แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวพับ อาจพับสอง พับสาม พับสี่ ตามแต่จะออกแบบ ไม่เย็บกลางเล่ม
3. หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก ๆ เป็นหนังสือเล่มเล็ก ๆ คล้ายแผ่นพับ มักเย็บกลาง เล่มมีจำนวนหน้ามากกว่าแผ่นพับ แต่มักไม่เกิน 10 หน้า

4. หนังสือพิมพ์

5. เอกสารแนะนำประกอบ เป็นหนังสือคู่มือปฏิบัติเกี่ยวกับเครื่องมือรถยนต์ ฯลฯ วิธีการหรือเรื่องเกี่ยวกับหน่วยงาน กิจการและกิจกรรมต่าง ๆ

6. หนังสือเวียน เป็นจดหมายแผ่นเดียว แล้วเวียนกันอ่าน หรือให้รับทราบเพื่อการประหยัด แต่ปัจจุบันการพิมพ์สะดวก มักจะพิมพ์หรือถ่ายเอกสารแจก จดหมายเวียนจึงมีลักษณะเป็นแผ่นปลิวไป

7. จดหมายข่าว หนังสือเสนอข่าวสั้น ๆ

8. จดหมายติดต่อ เป็นหนังสือหรือจดหมายโต้ตอบติดต่อสอบถาม ฯลฯ หรือเป็นจดหมายพนักงาน หรือคนงาน หุ่นส่วน ผู้ร่วมงาน

9. หนังสือพิมพ์กำแพงมักจัดทำแผ่นป้ายขนาดใหญ่ เขียนข่าวที่มีรายละเอียดค่อนข้างมาก เขียนตัวหนังสือที่มีขนาดสูง 2 นิ้วฟุตขึ้นไปมีข่าวประกาศอะไรก็นำมาเขียนให้คนยืนอ่าน มีภาพหัวข่าวคล้ายกับหนังสือพิมพ์มีขนาดใหญ่ การเขียนมักเขียนด้วยมือบนกระดาษ แล้วนำมาปิดบนแผ่นป้ายบางแห่งอาจจะติดที่ผนังเรียบในที่ที่คนผ่านไปมา ขนาดของตัวหนังสือก็โต ขนาดอ่านออกได้ชัดเจน ประหยัด จัดทำได้รวดเร็ว

10. เอกสารเผยแพร่ หมายถึง หนังสือของหน่วยงานที่พิมพ์ออกเผยแพร่ เกี่ยวกับเรื่องราวกิจการทั่วไปของหน่วยงาน หรือเรื่องอื่น ๆ ทั่วไป

จากความหมายของคำว่า สื่อ สรุปว่าสื่อ คือเครื่องมือที่เป็นตัวกลางอันได้แก่ วัสดุ อุปกรณ์ และวิธีการที่ใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร การถ่ายทอดสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร อันหมายถึง สิ่งที่บรรจุข้อมูลจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ให้สามารถสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งสื่อที่ผู้วิจัยได้ใช้ในเรื่องวิจัยนี้ก็คือ วารสาร TG Update

5. ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์

เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต (2534: 106) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้

1. เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่าง องค์กร สถาบัน และ/หรือ หน่วยงานกับประชาชน ด้วยการแจ้งธุรกิจของตนให้กับประชาชนทราบ เพื่อให้ได้เลือกใช้บริการและ/หรือให้ความร่วมมือได้ถูกต้องและเหมาะสม
2. เพื่อให้องค์กร สถาบัน และ/หรือหน่วยงานได้ทราบความคิดเห็นของประชาชน อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้
3. เพื่อสร้างความศรัทธาความนิยมให้เกิดขึ้นกับองค์กรสถาบันหรือหน่วยงานนั้น
4. เพื่อรักษาชื่อเสียงเกียรติยศขององค์กร สถาบัน และ/หรือหน่วยงาน มิให้เสื่อมเสีย
5. เพื่ออำนวยความสะดวก ในการติดต่อสื่อสาร ระหว่าง องค์กร สถาบัน และ/หรือ หน่วยงานให้เป็นที่ไปอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่าประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ เพื่อทำให้พนักงานทราบความเคลื่อนไหวของการดำเนินงานขององค์กรเพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นภายในองค์กร สถาบัน และ/หรือหน่วยงาน อันจะเป็นผลให้การปฏิบัติงานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษา

การใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์ซึ่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2528: 882-885) ได้กล่าวสรุปไว้ว่า การใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องพิจารณาและคำนึงถึงความเป็นจริงเสมอมิได้เขียนขึ้นมาจากความนึกคิดโดยไม่ได้อยู่บนรากฐานแห่งความเป็นจริง และกลยุทธ์ในการเลือกใช้ภาษาที่อยู่ท่ามกลางของผู้นั้นที่มีความรู้ความเข้าใจในภาษามากน้อยแค่ไหน เพราะคำหรือข้อความอาจมีลักษณะที่แตกต่างกันแต่ความหมายนั้นเหมือนกัน การเลือกใช้ภาษา เพื่อการ

ประชาสัมพันธน์เป็นความจำเป็นที่จะต้องพิจารณาเลือกใช้ภาษา และให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร ทั้งนี้เพื่อให้เป้าหมายทางการประชาสัมพันธน์นั้นประสพผลสำเร็จ ผู้วิจัยจะศึกษาการใช้ภาษาคงต่อไปนี้

1. การใช้คำ

การใช้คำ ในภาษาไทย ได้มีผู้ศึกษาหลายท่านและจำแนกการใช้ของคำโดยใช้ หลักเกณฑ์ในการแบ่งที่แตกต่างกันไป ดังต่อไปนี้

วาสนา บุญสม (2541: 105) ให้ความหมายของคำดังนี้ “คำ หมายถึง เสียงที่เปล่งออกมาครั้งหนึ่ง หรือหลายครั้งก็ได้แต่จะต้องมีความหมาย ความหมายของคำในภาษาไทยมีหลายความหมายขึ้นอยู่กับตำแหน่งหน้าที่ของคำในแต่ละประโยค”

พรทิพย์ ภัทรนาวิก (2542: 4) กล่าวสรุปได้ว่า

คำ คือ เสียงที่เป็นเครื่องหมายและแสดงออกมาเป็นความหมายต่างๆ แต่ขอบเขตของความหมายนั้นไม่คงที่ตายตัว อาจกว้าง แคบ หรือเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ คำยังเป็นเครื่องที่ใช้ติดต่อทำความเข้าใจกัน เป็นเครื่องมือของการจัดการคิดการสังเกต การพิจารณาการแสดงความคิดเห็นและการแสดงความรู้สึก ผู้ที่รู้คำมาก ย่อมมีความสามารถที่จะแสดงความคิดเห็นได้เข้าใจสิ่งต่างๆ ได้ลึกซึ้งกว่า คนที่รู้จักคำน้อย การใช้คำเป็นเรื่องที่สำคัญมากเรื่องหนึ่ง เพราะอาจทำให้ผู้ฟังหรือ ผู้อ่าน รู้สึกต่างๆกันได้ เช่น อาจทำให้รู้สึกเฉยๆก็ได้ รักก็ได้ โกรธก็ได้ผู้ใช้ภาษาทุก คนควรระลึกอยู่เสมอว่า คำทุกคำมีความสำคัญและมีค่าถ้ารู้จักเลือกใช้อย่างระมัดระวังก็จะทำให้คำพูดหรือข้อเขียนมีค่าแต่ถ้าไม่รู้จักเลือกใช้ก็จะได้ผลตรงกันข้าม

ชำนาญ รอดเหตุภัย (2522: 71-81) ได้กล่าวถึงการใช้คำเป็นสิ่งที่มอทธิพลมากในการใช้ภาษาอาจก่อให้เกิดความรู้สึกกระทบกระเทือนอารมณ์ผู้อ่านได้ทั้งความรู้สึกที่สดชื่น และความเศร้าสะเทือนใจ การใช้คำที่ถูกต้องผู้ศึกษาต้องรู้จักลักษณะของคำแต่ละชนิดและคุณสมบัติของคำซึ่ง คำที่ใช้ในการประพันธน์ศาสตร์ จำแนกเป็นประเภทต่างๆ สรุปได้ดังนี้

1. คำที่มีความหมายโดยตรง หมายถึง คำที่มีความหมายตรงตามพจนานุกรมที่ใช้เป็นปกติในชีวิตประจำวัน เช่น

- เด็ก หมายความว่า ผู้เยาว์
- กมล หมายความว่า ดอกบัว

2. คำที่มีความหมายโดยนัย หมายถึง ความหมายที่แฝงอยู่เป็นความหมาย ที่เกิดจากสัมพันธภาพคือต้องมีบริบทเป็นเครื่องกำกับคิดถึงความหมายอย่างอื่น เช่น

- เด็ก หมายความว่า หญิงโสเภณี
- กมล หมายความว่า ใจ

3. คำแสดงอารมณ์ หมายถึง คำที่เป็นเสียงอันเกิดจากอารมณ์สะท้อนใจมนุษย์ เช่น โห้ โห้ เอ๊ย อนิจจา เฮ้ย โอ๊ย โอ๊ย ฯลฯ

4. คำเลียนเสียงธรรมชาติ เช่น หวือ หวอ ปึง ปึง เพ็ง เปรี๊ยะ โพละ ผัวะ ฉับ

5. คำมีศักดิ์ หมายถึง คำที่ให้ความรู้สึกอันสูงกว่าธรรมดาทั่วไป และคำราชาศัพท์ เช่น

- กิน หมายความว่า รับประทาน เสวย
- หัวเราะ หมายความว่า แย้มสรวล

6. คำรูปธรรม หมายถึง คำที่มีความหมายและความเข้าใจในรูปร่างหรือในทางสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น และกาย เช่น

คำที่ได้รับรู้ทางประสาทตา เช่น สูง ดำ ขาว ยาว ใหญ่

คำที่ได้รับรู้ทางประสาทหู เช่น เปรี๊ยะ ปึง ผละ ขวบ

คำที่ได้รับรู้ทางประสาทจมูก เช่น หอม เหม็น จุน สาบ

คำที่ได้รับรู้ทางประสาทลิ้น เช่น เปรี๊ยะ หวาน

คำที่ได้รับรู้ทางประสาทกาย เช่น เย็น หยาบ กระด้าง

7. คำนามธรรม หมายถึง คำที่ให้ความหมายทางความคิด หรือคำที่รับความหมายทางประสาทที่ 6 คือ ทางใจเช่น ความดี ความชั่ว สวย รวย อร่อย รัก เกลียด ชอบ ชัง ไกล ใกล้ บาบ บุญ คุณ โทษ เป็นต้น

8. ศัพท์บัญญัติหรือศัพท์เทคนิค เป็นคำที่สร้างใหม่เพื่อใช้ในกิจการอย่างใดอย่างหนึ่งหากในระยะแรกคำที่บัญญัติไม่ได้รับความนิยมก็จะเลิกไป แต่หากคนนิยมก็อาจกลายเป็นคำศัพท์ทั่วไป เช่น รัฐสภา ประสพการณ์ ศิลปิน ฯลฯ

9. คำเฉพาะกลุ่ม หมายถึง คำที่บุคคลแต่ละกลุ่มคิดขึ้นใช้ภายในกลุ่มตนเอง สื่อสารเฉพาะกลุ่มตนเอง เช่น

คำเฉพาะกลุ่มนักแสดง - ตีแตก คำโง่ ลบมีด

คำเฉพาะกลุ่มนักศึกษา - โดด ร่มไม่กาง

10. คำสแลง หรือ คำคะนอง หมายถึงคำที่ใช้วิปลาศคลาดเคลื่อนไปจากปกติ สแลงในด้านเสียง การเขียนและความหมาย เช่น เด็ด เลี่ยน ซ่าส์ เก้า กิกก์ สะเหล่อ ฟุ่ฟ่า ไม่อยากชด วันเบาๆ ฯลฯ

11. คำภาษาตลาด หมายถึงคำที่เป็นภาษาพูดของคนทั่วไป ไม่คำนึงถึงความถูกต้องหรือความเหมาะสมแต่สามารถสื่อสารได้ดี เช่น ในหลวง กิโด เมียน้อย เล่นหนัง ฯลฯ

12. คำต่ำหรือคำหยาบ เช่น คำด่า คำสบถสาบาน คำเสียดสีหยาบคาย คำประเภทนี้ไม่เหมาะที่จะนำมาใช้ไม่ว่าจะเป็นการพูดหรือการเขียน

13. คำภาษาถิ่น หมายถึง คำที่ใช้กันตามท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างไปจากภาษากลางอันเป็นภาษามาตรฐาน เช่น

- ภาษาถิ่นเหนือ รถถีบ คำเดียว ข้าวเลียง แล่วก่า

- ภาษาถิ่นอีสาน จักหน้อย แซ่บอีหลี มั๊กหลาย

- ภาษาถิ่นใต้ อ้อลื้อ แหลง แลหนั่ง

14. คำภาษาต่างประเทศ ปัจจุบันมีคำภาษาต่างประเทศมาปะปนอยู่ เป็นอันมาก เช่น ภาษาจีน ภาษาบาลี ภาษาอังกฤษ ฯลฯ

15. คำภาษาหนังสือพิมพ์ หมายถึง คำที่นักหนังสือพิมพ์สร้างขึ้น เพื่อให้เกิดความความ ตื่นเต้น ได้รับความสนใจผู้อ่าน เช่น ประชาธิปไตยครึ่งใบ

16. คำภาษาพาณิชย์ หมายถึง คำที่ใช้ในการ โฆษณา เช่น คุณภาพดีมีค่าเกินราคา

17. คำพวน หมายถึง คำที่อ่านแล้วกลับสลับกันแล้วมีความหมายใหม่ บางครั้งความหมาย หยาบคาย เช่น แจกคอย กากินจี๋หมู ฯลฯ

18. คำล้อเลียนภาษาต่างประเทศ การนำคำมาพูดทับศัพท์เพื่อเกิดอารมณ์ขัน เช่น สเน็ๆ ฟิชๆ เวกัมทูเบงค็อก ฯลฯ

19. คำย่อและการใช้ไปยาลน้อย ๆ เป็นการใช้คำที่เขียนอย่างย่อ เพื่อประหยัดถ้อยคำ ถ้อยคำหรือไม่เปลืองเนื้อที่ในการพิมพ์ เช่น ค.ณ. ร.ร. สะพานพุทธฯ นายกฯ ท่านรองฯ เมืองกาญจน์ เป็นต้น

20. คำเลียนเสียงพูด หมายถึง คำที่เขียนถายออกมาให้เหมือนเสียงพูด ให้มากที่สุด เช่น ไซ้มัย อย่างนี้ อย่างคินะเนี่ย ฯลฯ

จากความหมายของคำว่า คำ สรุปได้ว่า คำเป็นเครื่องมือที่ใช้คิดต่อทำความเข้าใจกัน เป็น เครื่องมือของการสังเกต การพิจารณา การแสดงความคิดเห็น และ การแสดงความรู้สึก ผู้ที่รู้คำมาก ย่อมมีความสามารถที่จะแสดงความคิดเห็นได้เข้าใจสิ่งต่างๆ ได้ลึกซึ้งกว่า คนที่รู้จักคำน้อย การใช้ คำเป็นเรื่องที่สำคัญมากเรื่องหนึ่งเพราะอาจทำให้ผู้ฟังหรือผู้อ่านรู้สึกต่างๆ กัน ได้ ซึ่งความหมายของ คำในภาษาไทยมีหลายความหมายขึ้นอยู่กับตำแหน่งหน้าที่ของคำในแต่ละ

2. การใช้ประโยค

ประโยคคือกลุ่มของคำที่มีใจความครบบริบูรณ์และมีความกระชับชัดเจนในด้านความหมาย การใช้ประโยค ในภาษาไทย ได้มีผู้ศึกษาหลายท่านและจำแนกประเภทของประโยคโดยใช้หลักเกณฑ์ในการแบ่งที่แตกต่างกันไปดังต่อไปนี้

การแบ่งประโยคตามเจตนาของผู้ส่งสาร

บรรจบ พันธุเมธา (2545: 35-139) กล่าวถึง ลักษณะประโยคในภาษาไทย สรุปได้ว่า ประโยคในภาษาไทยประกอบด้วยคำที่คำก็ได้ ถ้าหากว่าความในประโยคนั้นๆ ทำให้ผู้ฟังเข้าใจความหมายได้ตามที่ผู้พูดต้องการ ซึ่งมีลักษณะดังนี้

1. ประโยคคำสั่ง ไม่ต้องมีผู้ทำกริยา ถ้าหากจะมีก็เพื่อบอกให้รู้ตัว เช่น แก มา (มีจังหวะเว้นวรรคระหว่างคำว่า “แก” กับ “มา”)
2. ประโยคขอร้องหรือชักชวน ไม่ต้องมีผู้ทำกริยา แต่มักจะมีคำลงท้ายประโยค เช่น ซิ, ซี้, เอะ, เอะน่า, นะ, น่า คำลงท้ายต่างกันไปตามแต่ผู้พูดต้องการจะโน้มน้าวในฟังให้ใจอ่อนยอมตามไปด้วย ส่วนผู้ทำจะกล่าวถึงหรือไม่ก็แล้วแต่ว่า ต้องการเน้นหรือไม่
3. ประโยคคำถาม มักมีคำวิเศษณ์แสดงคำถามประกอบอยู่ในประโยคด้วย เช่น ใคร, อะไร, ที่ไหน, เมื่อไร, อย่างไร, หรือ, หรือไม่ เป็นต้น
4. ประโยคบอกเล่า ใช้ในเรื่องราวบอกตามธรรมดา บางทีก็เป็นที่ไปในทางบอกรับ บางทีก็เป็นในทางบอกปฏิเสธ ประโยครับถ้าใช้ในภาษาเขียนไม่มีการใช้คำลงท้าย ประโยคเพื่อความสุภาพ แต่ในภาษาพูดจะมีคำว่า จ๊ะ, อะ, หรือ, ครับ ลงท้ายประโยคตามสมควรแก่โอกาส ประโยคปฏิเสธ นอกจากจะใช้คำว่า ไม่ แล้วยังใช้คำอื่นได้อีก คือ ไซ้ เช่น ไซ้ว่าเขาไม่รักไม่ใคร่

เพียรศิริ วงศ์วิภานนท์ (2526: 350) กล่าวถึงชนิดของประโยค สรุปได้ว่า ประโยคในภาษาไทย จำแนกตามรูปที่ปรากฏเป็นโครงสร้างผิวได้มี 4 ชนิด คือ ประโยคบอกเล่า ประโยคปฏิเสธ ประโยคคำสั่ง และประโยคคำถาม ซึ่งมีลักษณะดังนี้

ประโยคบอกเล่า และประโยคปฏิเสธ มีลักษณะต่างกัน เพียงประโยคปฏิเสธ มักมีคำบอกปฏิเสธ เช่น ไม่ หรือมีอยู่ด้วยเท่านั้นเอง เช่น ตายากขายเรือลำนี้, ตายากขายเรือลำนี้ เป็นต้น

ประโยคคำสั่ง มีลักษณะแตกต่างจากประโยคบอกเล่าและปฏิเสธมาก เพราะประโยคชนิดนี้ไม่สามารถจะมีกาล และจะต้องมีนามวลีที่เป็นสรรพนามบุรุษที่ 2 อยู่ในประโยคด้วยไม่ว่าจะลดรูปไปแล้วหรือไม่ เช่น ช่วยแกซื้อเรือเถิดครับ

ประโยคคำถาม มีลักษณะเหมือนประโยคบอกเล่าและปฏิเสธ แต่จะมีคำแสดงการถามอยู่ในประโยคด้วย คำถามแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ คำถามสำคัญ และคำถามท้ายประโยค ซึ่งมีลักษณะดังนี้

1. คำถามชนิดข้อความ ซึ่งจะมีการเรียงคำไม่ต่างกับประโยคบอกเล่าเลย เพราะคำที่เป็นคำถามก็จะอยู่ในตำแหน่งต่างๆ ที่เป็นส่วนที่จะถาม เช่น เธอมากับใคร, ใครซื้อแหวนให้เธอ

2. คำถามที่มีคำถามลงท้ายประโยค เรียกว่าคำถามตอบรับปฏิเสธ เช่น คุณพอกลับมาแล้วหรือ, คุณอยากเป็นครูใช่ไหม

ศรีจันทร์ วิชาตรง (2541: 204-205) กล่าวถึง ชนิดของประโยค สรุปได้ว่า ประโยคในภาษาไทยสามารถแบ่งตามเจตนาของผู้ส่งสารได้ 4 ชนิดได้แก่

1. ประโยคบอกเล่า คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารต้องการส่งสารบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ

2. ประโยคคำถาม คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารใช้ถาม และต้องการคำตอบจากผู้รับสาร มี 2 ลักษณะคือ

1) ประโยคคำถามที่ต้องการคำตอบรับ หรือปฏิเสธ จะถามโดยใช้คำว่า หรือ, หรือไม่, ไหม, ใช่ไหม

2) ประโยคคำถามที่ต้องการคำตอบเป็นเนื้อความใหม่ มักถามโดยใช้คำว่า ใคร, อะไร, ไหน, เมื่อไร, อย่างไร, ทำไม, เท่าไร, เหตุใด

3. ประโยคปฏิเสธ คือ ประโยคที่ผู้ส่งสารกล่าวปฏิเสธหรือไม่ยอมรับเมื่อมีผู้ถาม คำตอบจะมีคำว่า ไม่ ปรากฏในประโยค

4. ประโยคคำสั่งและขอร้อง คือ ประโยคที่ส่งสารเพื่อสั่งหรือขอร้องให้ผู้รับสารปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง มี 3 ลักษณะดังนี้

- 1) ประโยคสั่งให้ทำ
- 2) ประโยคห้ามหรือสั่งไม่ให้ทำ
- 3) ประโยคขอร้องวิงวอน หรือสั่งอย่างสุภาพ

จากแนวคิดข้างต้น จะเห็นได้ว่า ลักษณะการใช้ประโยคในภาษาไทย อาจจำแนกตามเจตนาของผู้ส่งสาร ได้ 4 ลักษณะ คือ ประโยคบอกเล่า ประโยคคำถาม ประโยคคำสั่ง และประโยคขอร้องหรือชักชวน

สมพร มั่นตะสูตร (2538: 66) ได้กล่าวถึงประโยค และ จำแนกประเภทของประโยคได้ 3 ประเภท ได้แก่ ประโยคความเดียว ประโยคความรวม ประโยคความซ้อน ซึ่งพอสรุปเนื้อความได้ดังนี้

ประโยค หมายถึง กลุ่มคำที่นำมาเรียงร้อยให้ได้ใจความสมบูรณ์ โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญนั้นคือ ประธาน กริยา กรรม และส่วนขยายกริยา ทั้ง 3 ส่วนนี้จะทำให้ใจความชัดเจนขึ้น

และแบ่งประเภทของประโยคได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ประโยคความเดียวหรือ ประโยคเดี่ยว (เอกรรตประโยค) คือ ประโยคที่มีใจความเดียว และมีประโยคเดี่ยว ทั้งประธาน กริยา และกรรม หรืออาจจะมีส่วนขยายด้วยก็ได้

2. ประโยคความรวม (อนนรรตประโยค) คือ เป็นประโยคที่มีหลายใจความ ซึ่งแต่ละใจความสามารถแยกออกเป็นประโยคความเดียวได้สมบูรณ์ทุกประโยค และแต่ละประโยคจะต้องเชื่อมด้วยสันธาน

3. ประโยคความซ้อนหรือประโยคซับซ้อน (สังกรประโยค) คือ เป็นประโยคที่มีเนื้อความ

หลายเนื้อความแต่ละมีส่วนประกอบบางส่วนของประโยคซ้อนอยู่กับประโยคอื่น เมื่อแยกเป็นประโยคเดี่ยวจึงจะมีประโยคบางประโยคขาดความสมบูรณ์

สุรันต์ ศรีราษฎร์ และคณะ (2545: 14-15) ได้กล่าวถึงความหมายของประโยคและจำแนกประเภทของประโยคได้ 3 ประเภทได้แก่ ประโยคความเดียว ประโยคความรวม ประโยคความซ้อน ซึ่งพอสรุปเนื้อความได้ดังนี้

ประโยค หมายถึง กลุ่มคำที่นำมาเรียงร้อยให้ได้ใจความที่สมบูรณ์ ประโยคจะต้องประกอบด้วยคือ ประธาน กริยา กรรม เช่น น้องกินขนม พี่จี้จักรยาน เป็นต้น และนอกจากนี้ยังมีส่วนขยายเพื่อให้สื่อสารกันได้อย่างละเอียดชัดเจนและครบถ้วน

และแบ่งประเภทของประโยค ได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ประโยคความเดียว คือ ประโยคที่มีใจความสำคัญเพียงอย่างเดียว หรือ เป็นประโยคที่มีข้อความ เพียงข้อความ เดียว ประกอบด้วย ประธาน กริยา กรรม หรืออาจมีส่วนขยายด้วยก็ได้
2. ประโยคความรวม คือ เป็นประโยคความเดียว 2 ประโยคขึ้นไปมารวมกันโดยมีคำสันธานเป็นตัวเชื่อม
3. ประโยคความซ้อน คือ ประโยคที่ประกอบด้วยประโยค 2 ประโยคขึ้นไปโดยมีประโยคหนึ่งเป็นประโยคที่มีใจความสมบูรณ์ ส่วนประโยคอื่นๆ จะมีใจความไม่สมบูรณ์

ปรีชา ช้างขวัญยืน (2542: 112) ได้กล่าวถึงการใช้ประโยคคือการนำคำต่างๆ มาประกอบกันเป็นพื้นฐานสำคัญในการสื่อสารการแสดงความคิดที่สมบูรณ์อย่างน้อย จะต้องใช้ประโยคอย่างน้อย 1 ประโยค หากผู้เขียนไม่สามารถใช้ประโยคได้อย่างถูกต้องก็จะทำให้การสื่อสารความคตินั้นบกพร่องและได้แบ่งประโยคเป็น 3 ชนิด ได้แก่

1. ประโยคความเดียว เป็นประโยคง่ายไม่ซับซ้อน คือ มีภาคประธานและภาคแสดง เช่น

- พ่อกินข้าว

- แดงไปโรงเรียน

2. ประโยคความรวม คือ ประโยคความเดียว 2 ประโยค ที่รวมเป็นประโยคเดียว โดยมีคำเชื่อมที่แสดงความสอดคล้องตาม แสดงความคิดเห็น แสดงความขัดแย้ง แสดงความเป็นเหตุเป็นผล และการให้เลือก เช่น

- คุณพ่อเดินทางไปทำงานที่จังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย (กล้อยตาม)
- ฉันชอบกินก๋วยเตี๋ยวแต่เธอชอบกินข้าว (ขัดแย้ง)

3. ประโยคความซ้อน คือ ประโยคที่ประกอบด้วยประโยคความเดียว 2 ประโยค โดยมีประโยคหนึ่งเป็นประโยคหลักและประโยคขยาย เช่น

- เด็กที่ยืนอยู่ตรงนั้นเป็นคนเอาหนังสือไป
- ประโยคหลักคือ เด็กเป็นคนเอาหนังสือไป
- ประโยคขยายคือ ที่ยืนอยู่ตรงนั้น

นาวรรณ พันธุเมธา (2527: 112-119) ได้กล่าวถึงประโยคแบ่งได้ 3 ลักษณะดังนี้

1. ประโยคความเดียว
2. ประโยคความรวม
3. ประโยคความซ้อน

1. ประโยคความเดียว คือ ประโยคที่มีหน่วยกริยา 1 หน่วย มีหน่วยนาม 1 หน่วย หรือมากกว่านั้น และอาจจะมีหน่วยเสริมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้ ต่อไปนี้เป็นประโยคความเดียว

1.1 ประธาน - กริยา หน่วยนามที่เป็นประธานอาจมีความสัมพันธ์กับหน่วยกริยาได้หลายแบบ

1.2 ประธาน - กริยา - กรรมตรง หน่วยนามที่เป็นประธานและกรรมตรงอาจมีความสัมพันธ์กับหน่วยกริยาได้หลายแบบ

1.3 ประธาน - กริยา - กรรมรอง หน่วยงานที่เป็นประธาน และกรรมรองอาจมีความสัมพันธ์กับหน่วยกริยาได้หลายแบบ เช่น

1.4 ประธาน - กริยา - กรรมตรง - กรรมรอง หน่วยนามที่เป็นประธานและกรรมตรงกรรมรองอาจมีความสัมพันธ์กับหน่วยกริยาได้หลายแบบ เช่น

2. ประโยคความรวม คือ ประโยคที่มีหน่วยกริยาตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป มีหน่วยนาม 1 หน่วย หรือมากกว่านั้น และอาจมีหน่วยเสริมและหน่วยเชื่อมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้ เราอาจแบ่งประโยคความรวมได้ 2 ชนิด คือ

2.1 ประโยคความรวมที่มีหน่วยเชื่อม ประกอบด้วยประโยคความเดียวตั้งแต่ 2 ประโยคขึ้นไป และมีหน่วยเชื่อมอยู่ในระหว่าง แบบประโยคความรวมที่มีหน่วยเชื่อมก็เหมือนแบบประโยคความเดียวต่างกันเพียงว่าประโยคความเดียวไม่มีหน่วยเชื่อม

ตัวอย่าง คุณแม่ไม่สบายฉันเลยต้องลางาน
 พ่อพ่อหลับสุวิทย์ก็ออกจากบ้าน

2.2 ประโยคความรวมที่ไม่มีหน่วยเชื่อม จะมีหน่วยกริยาเรียงกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป โดยมีหน่วยนามขึ้นอยู่ในระหว่างหรือไม่ก็ได้

ตัวอย่าง นิดนั่งเล่น
 นิดนั่งยิ้ม

3. ประโยคความซ้อน คือ ประโยคที่มีหน่วยกริยา 1 หน่วย มีหน่วยนาม 1 หน่วย หรือมากกว่านั้นและอาจจะมีหน่วยเสริมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้ เช่นเดียวกับประโยคความเดียว ต่างกันที่ตรงหน่วยขยายของหน่วยนามหรือหน่วยกริยาใน ประโยคความเดียวเราอาจแบ่งประโยคความซ้อนได้ 3 ชนิด คือ

ความหมายของโวหาร (Figures of Speech/Rhetoric) ราชบัณฑิตยสถาน (2546: 1090) ได้ให้ความหมายของคำว่า “โวหาร” ว่า “ชั้นเชิงหรือสำนวนแต่งหนังสือหรือพูด เช่น มีโวหารดี, ถ้อยคำที่เล่นเป็นสำบัดสำนวน เช่น อยามาตีโวหาร เขาชอบเล่นโวหาร”

พระยาอุปกิตศิลปสาร (2544: 338) กล่าวถึง โวหารในการเรียงความว่า โวหาร แปลว่า สำนวน มี 5 ประเภท ได้แก่

1. บรรยายโวหาร
2. พรรณนาโวหาร
3. เทศนาโวหาร
4. สาธกโวหาร
5. อุปมาโวหาร

การจำแนกประเภทโวหารของพระยาอุปกิตศิลปสารสอดคล้องกับพะยอม (2532: 82-87) ซึ่งกล่าวว่า โวหารในกระบวนการแต่งหนังสือไทย แบ่งได้ 5 ชนิด สรุปได้ดังนี้ คือ

1. บรรยายโวหาร ได้แก่ การเล่าเรื่องหรืออธิบายเหตุการณ์หรือสถานการณ์บางอย่าง โดยมีจุดประสงค์ให้ความรู้
2. พรรณนาโวหาร เป็นโวหารที่สอดแทรกอารมณ์และความรู้สึกของผู้เขียน เพื่อให้ผู้อ่านคล้อยตาม ใช้เมื่อกล่าวรำพันถึงความงามทางด้านศิลปะและความงามของธรรมชาติ
3. เทศนาโวหาร เป็นโวหารที่ใช้เมื่อข้อความที่เขียนเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับ การชี้ให้เห็นคุณและโทษของสิ่งต่างๆ เพื่อจูงใจให้ผู้อ่านคล้อยตาม แนะนำสั่งสอนอย่างมีเหตุผล
4. อุปมาโวหาร เป็นโวหารที่มีลักษณะของการเปรียบเทียบข้อความ เพื่อให้มีใจความชัดเจนยิ่งขึ้น
5. สาธกโวหาร เป็นโวหารที่ยกตัวอย่างประกอบเรื่องราว ให้ข้อความในเรื่องเด่นชัดขึ้น ตัวอย่างที่ยกประกอบควรให้เป็นเรื่องจริง มีเหตุผลและเข้ากับเรื่องที่เขียน

สังวาล คงจันทร์ (2538: 3-15) ได้กล่าวถึงความหมายของโวหารไว้ว่าโวหาร คือ การใช้ถ้อยคำอย่างมีชั้นเชิงในการเขียนเพื่อมุ่งให้ผู้อ่านเข้าใจ และ รับรู้สารที่เป็นความรู้ ความคิด ประสพการณ์ หรือเรื่องที่เกิดจากจินตนาการ ได้ตรงตามจุดมุ่งหมายที่ผู้เขียนต้องการสื่อ นอกจากนี้ สังวาลยังได้แบ่งโวหารตามจุดมุ่งหมายในการเขียนเอาไว้ 5 ประเภท ด้วยกัน ดังนี้

1. บรรยายโวหาร คือ การใช้ถ้อยคำในการเล่าเรื่อง หรืออธิบายเรื่องราวต่างๆ ที่ผู้เขียนได้รู้ หรือได้ประสบมาด้วยตนเอง ตามลำดับเหตุการณ์ และมีเนื้อหาสาระตรงไปตรงมา และมีความชัดเจน มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย รวบรวม ชัดเจน งานเขียนที่นิยมใช้บรรยายโวหาร มักจะเป็นเรื่องที่มีมุ่งให้ความรู้ เช่น ประวัติ ชีวประวัติ รายงาน ตำรา วิทยานิพนธ์ จดหมายเหตุ เป็นต้น

2. พรรณนาโวหาร คือ การใช้ถ้อยคำในการเล่าเรื่องราว เหตุการณ์ จากความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ หรือจินตนาการของผู้เขียน โดยเน้นการให้ภาพและรายละเอียดของสิ่งที่ต้องการถ่ายทอด ความรู้สึก อารมณ์ หรือจินตนาการนั้นๆ ผู้เขียนต้องการสื่อให้ผู้อ่านมองเห็นภาพ และได้รับความซาบซึ้งใจ หรือสะท้อนอารมณ์ และเกิดความรู้สึกคล้อยตามผู้เขียน พร้อมทั้งให้ผู้อ่านได้รับความเพลิดเพลินด้วย เรื่องที่เขียนอาจจะไม่ใช่เรื่องที่เกิดจริงก็ได้ แต่ต้องมีความสมจริง งานเขียนที่นิยมใช้พรรณนาโวหาร เช่น ชมความงามธรรมชาติ สถานที่ สิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น ความดี ความกล้าหาญ ความรัก ความเศร้า เป็นต้น

3. เทศนาโวหาร คือ การใช้ถ้อยคำในการสั่งสอน ชักชวน โน้มน้าว หรือแนะนำโดยการชี้แจงเหตุผล มุ่งชักจูง โน้มน้าวให้ผู้อ่านเกิดความเชื่อถือและปฏิบัติตาม เรื่องที่นำมาเขียนควรมีความชัดเจน สามารถอธิบายและหาเหตุผลมาประกอบได้ โดยมีหลักฐานอ้างอิงเพื่อให้มีความน่าเชื่อถือ ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย กระชับ มีน้ำหนัก ชัดเจนและเป็นที่น่าสนใจของผู้อ่าน งานเขียนประเภทนี้จะต้องอาศัยโวหารชนิดอื่นมาประกอบเพื่อให้ตรงตามจุดมุ่งหมายของผู้เขียน ประกอบด้วยบรรยายโวหาร พรรณนาโวหาร และบางครั้งก็มีสาธกโวหารและอุปมาโวหารด้วย งานเขียนที่นิยมใช้เทศนาโวหาร เช่น โอวาท การสอนจริยธรรม และหลักธรรมทางศาสนา

4. สาธกโวหาร คือ การใช้ถ้อยคำโดยการยกตัวอย่าง หรือเรื่องราวต่างๆ มาสนับสนุนเนื้อหาที่เขียน เรื่องที่ยกมาจะต้องมีความเหมาะสมชัดเจนและสัมพันธ์กับเนื้อหา เพื่อให้เกิดความกลมกลืนกัน ต้องใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย สาธกโวหารเป็นโวหารที่ใช้ประกอบโวหารชนิดอื่น คือ บรรยายโวหาร พรรณนาโวหาร และเทศนาโวหาร

5. อุปมาโวหาร คือ การใช้ถ้อยคำโดยการแสดงการเปรียบเทียบ โดยการนำสิ่งที่คล้ายคลึงกันมาเปรียบเทียบ เพื่อให้ผู้อ่านมองเห็นภาพ เกิดอารมณ์หรือความรู้สึกมากยิ่งขึ้น เรื่องที่นำมาเปรียบต้องสัมพันธ์กับเนื้อหา เป็นสิ่งที่เข้าใจง่าย มองเห็นภาพได้อย่างแจ่มแจ้ง โดยใช้ภาษาที่สละสลวย อุปมาโวหารมีลักษณะคล้ายสาธกโวหาร คือ ไม่ปรากฏตามลำพัง แต่จะใช้บรรยายโวหาร พรรณนาโวหาร และเทศนาโวหาร มาประกอบ

ผะอบ โปษะกฤษณะ (2532: 82-87) ซึ่งกล่าวว่าโวหารในกระบวนการแต่งหนังสือไทยได้จำแนกประเภทของโวหารได้ 5 ชนิด สรุปได้ดังนี้คือ

1. บรรยายโวหาร ได้แก่ การเล่าเรื่อง หรืออธิบายเหตุการณ์หรือสถานการณ์บางอย่าง โดยมีจุดประสงค์ให้ความรู้
2. พรรณนาโวหาร เป็นโวหารที่สอดแทรกอารมณ์ ความรู้สึกของผู้เขียนเพื่อให้ผู้อ่านคล้อยตาม ใช้เมื่อกล่าวำพันถึงความงามทางด้านศิลปะและความงามของธรรมชาติ
3. เทศนาโวหาร เป็นโวหารที่ใช้เมื่อข้อความที่เขียนเป็นเรื่องเกี่ยวกับการชี้ให้เห็นคุณและโทษของสิ่งต่างๆ เพื่อให้ผู้อ่านคล้อยตาม แนะนำสั่งสอนอย่างมีเหตุผล
4. สาธกโวหาร เป็นโวหารที่ยกตัวอย่างประกอบเรื่องราวให้ข้อความในเรื่อง เด่นชัดขึ้น
5. อุปมาโวหาร เป็นโวหารที่มีลักษณะของการเปรียบเทียบข้อความ เพื่อให้มีใจความชัดเจน

ลักษณะ โทวิวัฒน์ และ พรทิพย์ ไชยรัตน์ (2537: 1-4) ได้กล่าวถึงการใช้โวหาร สรุปได้ว่า การใช้โวหารคือการใช้ถ้อยคำอย่างมีชั้นเชิง ให้ได้เนื้อความใจความที่ดี ความหมายแจ่มแจ้ง ชัดเจน ตรงตามที่ต้องการถ่ายทอดความรู้ ความคิด ประสบการณ์ จินตนาการและอื่น ๆ ให้ผู้อ่านทราบได้แบ่งโวหารออกเป็น 5 ชนิด

1. บรรยายโวหาร หรืออธิบายโวหาร หมายถึง การเขียนบรรยายให้ผู้อ่านทราบถึงเรื่องราว ประสบการณ์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นเรื่องที่ผู้เขียนประสบ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายใช้คำน้อย

แต่กินความมาก ได้รับความสนใจให้ผู้อ่านติดตามอ่าน งานเขียนชนิดบรรยายโวหาร เช่น นิทาน เล่าเรื่อง เล่าเหตุการณ์ ประวัติ ชีวประวัติ ตำนาน จดหมายเหตุต่างๆ บทความ การบรรยายฉาก เป็นต้น

2. พรรณนาโวหาร หมายถึง การเขียนพรรณนาเนื้อความโดยผู้เขียนเขียนจากความรู้สึกอารมณ์หรือจินตนาการ เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเห็นภาพและคล้อยตามผู้เขียนได้ใช้ภาษาที่ไพเราะงดงาม สละสลวย ละเอียดลออ มีชั้นเชิงมาก อาจมีการเล่นคำ เล่นเสียง เล่นความหมาย ตลอดจนการเปรียบเทียบเพื่อให้ซาบซึ้ง อ่านได้เพลิน ประทับใจ งานเขียนพรรณนาโวหาร เช่น การสร้างบรรยากาศ การพรรณนาสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น ความรัก ความเหงา ความดี การพรรณนาความงามต่างๆ เป็นต้น

3. เทศนาโวหาร หมายถึง โวหารที่เขียนขึ้นเป็นทำนองสั่งสอน ชักชวนโดยชี้แนะคุณและโทษชี้แจงเหตุผล หรือพิสูจน์ให้เห็นข้อเท็จจริง เพื่อมุ่งหวังให้ผู้อ่านเกิดความเชื่อถือและปฏิบัติตาม

4. สาธกโวหาร หมายถึง การเขียนโดยยกตัวอย่าง หรือยกเรื่องราวมาประกอบให้สมจริง เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจดียิ่งขึ้น ลักษณะของโวหารชนิดนี้มักจะเป็นสิ่งที่ข้อเท็จจริงอันเป็นที่ยอมรับและสอดคล้องกับประเด็นหลักของงานเขียนนั้น

5. อุปมาโวหาร หมายถึง การเขียนเปรียบเทียบเพื่อประกอบข้อความ เป็นเครื่องช่วยให้งานเขียนมีรสชาติแสดงความรู้สึกนึกคิดของผู้เขียนได้แจ่มชัด และแสดงจินตนาการได้กว้างไกลกว่าถ้อยคำธรรมดา ทำให้ผู้อ่านเข้าใจ หรือมีความรู้สึกลึกซึ้งชัดเจนยิ่งขึ้น การเปรียบเทียบมักเปรียบสิ่งที่เข้าใจยากกับสิ่งที่เข้าใจง่ายหรือสิ่งที่ป็นนามธรรมกับสิ่งที่ป็นรูปธรรม

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวทางการศึกษาประเภทโวหารตามแนวคิดของ ลักษณะ โทวิวัฒน์ และ พรทิพย์ ไชยรัตน์ ซึ่งแบ่งโวหารออกเป็น 5 ประเภทได้แก่ บรรยายโวหาร พรรณนาโวหาร เทศนาโวหาร สาธกโวหาร อุปมาโวหาร ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับ เนื้อหาของสาร

เนื้อหาสารในภาษาไทย ได้มีผู้ศึกษาหลายท่านได้ให้ความหมายของเนื้อหาสาร ที่แตกต่างกันไป ดังต่อไปนี้

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2529: 30) ได้ให้ความหมายของ เนื้อหาสาร ไว้ว่า “เนื้อหาสารหมายถึง (content) หมายถึงสิ่งที่บรรจุลงไปในสาร ครอบคลุมความรู้ ข่าวก ความรู้สึก ความสนใจ อารมณ์ทัศนคติ ค่านิยม และทักษะความชำนาญ ซึ่งผู้ส่งถ่ายทอดไปยังผู้รับ”

ประมะ สตะเวทิน (2540: 69) ได้ให้ความหมายของ เนื้อหาสาร สรุปได้ว่า “เนื้อหาสารหมายความถึง สิ่งที่เป็นสาระของสารซึ่งถ่ายทอดความคิด เจตนารมณ์ และวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร องค์ประกอบของเนื้อหาสารก็คือ สาระ หรือ ประเด็นต่างๆ เมื่อนำเอาสาระ หรือประเด็นต่างๆ เหล่านี้มารวมกันเป็น โครงสร้าง ก็จะได้เนื้อหาสาระทั้งหมด”

กิติมา สุรสนธิ (2542: 10) ได้ให้ความหมายของ เนื้อหาสาร สรุปได้ว่า “เนื้อหาสารหมายถึง เรื่องราวสิ่งต่างๆ ที่ผู้ส่งต้องการจะถ่ายทอด หรือส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งเนื้อหาสารแบ่งได้หลายประเภท ตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่างๆ เช่น เนื้อหาทั่วไป และเนื้อหาเฉพาะ เนื้อหาเชิงวิชาการ และเนื้อหาที่ไม่ใช่วิชาการ เนื้อหาประเภทบอกเล่า ประเภทความคิดเห็น ประเภทข่าว ประเภทบันเทิง ประเภทชักจูงใจ เป็นต้น”

สวนิต ยมาภัย (2541: 2) ได้ให้ความหมายของเนื้อหาสาร ไว้สรุปได้ว่า เนื้อหาสารหมายถึง ข้อเท็จจริงเป็นเรื่องที่รายงานให้รู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้น และมีอยู่ในโลก เป็นสิ่งที่พิสูจน์หรือตรวจสอบได้เป็นรูปธรรม และเป็นข้อคิดเห็น เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในจิตใจของมนุษย์ เช่น ความเชื่อ ความรู้สึก และแนวคิดที่มนุษย์มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งตรวจสอบไม่ได้ว่าจริงหรือไม่เพียงใด เพราะเป็นเรื่องนามธรรม

สิริวรรณ นันทจันทุล (2549: 4-6) ได้แบ่งเนื้อหาสารตามวัตถุประสงค์ ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ สารให้ความรอบรู้ สารให้ความรู้ สารให้ความบันเทิง สารโน้มน้าวใจ และสารจรรโลงใจ

1. เนื้อหาสารให้ความรอบรู้ สารให้ความรอบรู้ คือข้อความหรือเรื่องราวที่เกี่ยวกับข่าวสาร เหตุการณ์ความเป็นไปของสังคม ประเทศชาติ อาทิ ข่าวคราวของคนในครอบครัว วงศาคณาญาติ เพื่อนร่วมงาน ข่าวคราวความเคลื่อนไหวของหน่วยงานที่ทำ ข่าวคราวในวงการอาชีพที่ประกอบกิจการงานอยู่ ตลอดจนความเป็นไปของบ้านเมืองในด้านต่างๆ เช่น ข่าว บทความให้ความรู้ทั่วไป รายการสารคดี

2. เนื้อหาสารให้ความรู้ สารให้ความรู้ คือ ข้อความหรือเรื่องราวที่เกี่ยวกับความรู้ทั่วไปในการดำเนินชีวิต เช่น การรับประทานอาหารอย่างถูกหลัก มารยาทในสังคมปัจจุบัน วิ่งเพื่อสุขภาพ ภายและใจ เป็นต้น นอกจากนี้รวมถึงข้อความที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทางวิชาการในสาขาวิชาการต่างๆ เช่น แพทยศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปศาสตร์ เป็นต้น เช่น บทความวิชาการ งานวิจัย

3. เนื้อหาสารให้ความบันเทิง สารให้ความบันเทิง คือ ข้อความ หรือ เรื่องราวที่มีเนื้อหาให้ความสนุกสนานรื่นเริงบันเทิงใจรวมทั้งข้อความเรื่องราวที่กระทบใจ สะเทือนอารมณ์ ทำให้เกิดความไหว้รู้สึกทางบวกหรือทางลบ สารประเภทนี้ เช่น เรื่องสั้น นวนิยาย การ์ตูน ขำขัน เพลง บทร้อยกรอง เป็นต้น เช่น เพลง บทประพันธ์ รายการเกมวาไรตี้

4. เนื้อหาสารโน้มน้าวใจ เิงโฆษณา ข้อความ เรื่องการเชิญชวน สารโน้มน้าวใจ คือ ข้อความหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาชักจูงใจให้คิดคล้อยตาม เชื่อถือตามจนถึงปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารต้องการ เช่น โฆษณา คำขวัญ ข้อความเชิญชวนให้บริจาคทรัพย์สินของเพื่อกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

5. เนื้อหาสารจรรโลงใจ สารจรรโลงใจ คือข้อความหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาให้คติข้อคิดในการดำเนินชีวิต ในการประกอบอาชีพการงาน ทำให้ผู้รับสารมีสติไตร่ตรองแก้ไขปัญหาต่างๆ มีความยังคิดรอบคอบ ประพฤติปฏิบัติตนในทางถูกต้องตามทำนองคลองธรรม อันจะก่อให้เกิดความสุขในชีวิต สารประเภทนี้ เช่น ปาฐกถาธรรม พระบรมราชาบาท พระธรรมเทศนา คำแนะนำ นิทานชาดก หนังสือธรรมมะ เป็นต้น ปรัชญา คุณธรรม พัฒนาจิตใจ

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวทางการศึกษา ประเภทเนื้อหาสารตามแนวคิด ของสิริวรรณ นันทจันทร์ ซึ่งแบ่งเนื้อหาสารตามวัตถุประสงค์ ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ สารให้ความรอบรู้ สารให้ความรู้ สารให้ความบันเทิง สารโน้มน้าวใจ และสารจรรโลงใจดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การประชาสัมพันธ์ และ การใช้ภาษาไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการประชาสัมพันธ์

อนงค์วรรณ ยั่งยืน (2527) ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาสถานภาพความต้องการ และ การใช้ โสตทัศนูปกรณ์ ในงานประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ พบว่าโสตทัศนูปกรณ์ซึ่ง รัฐวิสาหกิจใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุด คือ ข่าว ภาพถ่าย กล้องถ่ายรูป และ มีการเผยแพร่ ข่าวทางหนังสือพิมพ์และนอกจากนั้นยังพบว่า การดำเนินงานตามแผนการผลิตทั้งด้านสิ่งพิมพ์ และ โสตทัศนวัสดุไม่แน่นอนได้รับงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายต่างๆ เป็นรายปี และ ต้องการบุคลากร ที่มีคุณภาพ ซึ่งควรมีความรู้ระดับปริญญาตรีทางด้านที่ตรงกับสายงาน และมีประสบการณ์ในการทำงานอย่างน้อย 1 ปี

เตรียม ดันดิเวชกุล (2531) ทำวิจัยเรื่อง แนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจในช่วง ปี พ.ศ. 2532 - 2542 ผลการวิจัยพบว่าแนวโน้มของบทบาทงานประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจจะเป็นไปในทิศทางใดขึ้นอยู่กับนโยบายกรมตำรวจ และ แนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจ ในอนาคตจะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ถูกต้องตามหลักวิชาการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น

ระวีวรรณ มณีนัย (2535) ทำวิจัยเรื่อง แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต แห่งประเทศไทยพบว่าผู้บริหารให้การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ และ เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยอาศัยเทคนิคกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ เชิงรุก และ มีการสำรวจ ประชามติเพื่อรับทราบความต้องการของประชาชนก่อนนำมาทำประชาสัมพันธ์องค์กร

สุกัลยา บุญยบัณฑิต (2541) ทำวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฉลาก ประหยัดไฟ ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จัก หรือ ได้รับข่าวสารของโครงการฉลาก ประหยัดไฟจากสื่อมวลชนมากที่สุด ในด้านการเผยแพร่ทัศนคติและการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ โดยรวมเกี่ยวกับการประหยัดไฟฉลากไฟฟ้า พบว่า มีประสิทธิภาพในระดับสูง แต่จะเป็นทัศนคติ ด้านความรู้ และด้านอารมณ์เป็นส่วนใหญ่ ส่วนทัศนคติด้านการปฏิบัติไม่เปลี่ยนแปลง

ทวิศักดิ์ เพ็ชรทรัพย์ (2542) ทำวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการรณรงค์เพื่อเพิ่มจำนวนนักศึกษา: ศึกษาเฉพาะกรณี มหาวิทยาลัยเกริก ผลการศึกษา พบว่า ประสิทธิภาพของการใช้สื่อ ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกริก โดยพิจารณาในแต่ละด้านและภาพรวมแล้ว พบว่าประสิทธิภาพของการรับรู้และการตั้งใจต่อผู้รับสื่อ นอกจากในด้านภาพพจน์ของมหาวิทยาลัยเกริก ยังเป็นมหาวิทยาลัยขนาดเล็ก และหากมหาวิทยาลัยมีขนาดใหญ่ขึ้น ก็จะทำให้มีงบประมาณในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดียิ่งขึ้น

สาวิตรี หมวดเมือง (2546) ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการ และ การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ ของศาลปกครองศึกษากรณีข้าราชการ มหาวิทยาลัยของรัฐ จากการศึกษาพบว่า สำนักงานศาลปกครองมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ศาลปกครอง ด้วยการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์หลายประเภท เช่น สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล แต่เมื่อเปรียบเทียบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทพบว่าสำนักงานศาลปกครองเผยแพร่ข่าวสาร ของศาลปกครองผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ และ สื่อเฉพาะกิจในรูปแบบ ของแผ่นพับ หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก โปสเตอร์ และ จดหมายข่าวเป็นหลัก สำหรับกลุ่มเป้าหมาย ในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ ศาลปกครอง ได้แก่ ประชาชนทั่วประเทศ แต่สื่อประชาสัมพันธ์ของศาลปกครอง ยังไม่สามารถเจาะถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่าจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการประชาสัมพันธ์ของ สาวิตรี หมวดเมือง อนงค์วรรณ ยิ่งยืน เตรียม ดันติเวชกุล ระวีวรรณ มณีนัย สุกัลยา บุญยบัณฑิต ทวิศักดิ์ เพ็ชรทรัพย์ ทำให้ผู้วิจัยได้ความรู้ความเข้าใจ และเพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยเกี่ยวกับความหมายของประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ของประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบของประชาสัมพันธ์ สื่อของการประชาสัมพันธ์ และประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการใช้ภาษาไทย

สมชื่น เชี่ยวกุล (2537) ทำวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์หลักวิธีในการใช้ภาษา และเนื้อหาของเพลงของธงไชย แมคอินไตย์” เพื่อมุ่งหาเหตุที่ทำให้เพลงของธงไชย แมคอินไตย์ เป็นที่นิยมในกลุ่มคนทุกชั้น ทุกเพศ ทุกวัย และเป็นที่ยอมรับติดต่อกันเป็นเวลานาน ซึ่งผลการวิจัยพบว่าเพลงของธงไชย แมคอินไตย์ มีลักษณะพิเศษทางภาษา คือ มีการใช้ถ้อยคำในลักษณะต่างๆ ได้แก่ การใช้คำง่ายๆ เข้าใจได้ทันที การเล่นคำทั้งสัมผัสพยางค์และสัมผัสสระการใช้คำเลียนเสียงธรรมชาติ คำซ้ำ คำที่มีจังหวะลีลา คำที่มีความหมายซ้ำ การใช้ภาษาพูดปนภาษาต่างประเทศ การใช้คำกลอน

และมีการใช้สำนวนประเภทต่างๆ ทั้งบรรยายโวหาร เทศนาโวหาร พรรณนาโวหาร และมีโวหารภาพพจน์ 2 ลักษณะ คือ อุปมาโวหาร บุคลาธิษฐาน และมีการใช้สำนวนไทย ส่วนเนื้อหาในเพลงจะมีการนำไปใช้ใน 2 ลักษณะ คือ เพลงที่ใช้ประกอบการแสดง และเพลงที่ใช้ขับกล่อม ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับความรักในแง่มุมต่างๆ และเป็นคติสอนใจ

สุกัลยา พงษ์หาญพาณิชย์ (2547) ทำวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะการใช้ภาษาไทยในโฆษณาในนิตยสารสำหรับวัยรุ่น และ นิตยสารสำหรับผู้ใหญ่” ผลการศึกษาพบว่า มีลักษณะการใช้คำ 17 ชนิด คือ การใช้คำภาษาต่างประเทศ คำที่มีความหมายไม่สอดคล้อง กับข้อความ การซ้ำคำ คำสัมผัส การสร้างคำขึ้นใหม่ คำแสดง คำถาม ใช้คำที่มีความหมายนัยประหวัด คำเลียนเสียงพูด ใช้คำสำนวน นุพบท ไม่สอดคล้องกับข้อความ คำซ้อน อักษรย่อ ใช้ชื่อเล่น ชื่อจริงแทนบุรุษสรรพนาม การเขียนคำผิด คำอุทาน คำเฉพาะกลุ่ม ลักษณะนามไม่สอดคล้องกับนาม จำนวนภาษาพบ 5 ชนิดคือสำนวนต่างประเทศ สำนวนภาษาพูด สำนวนแสดงอารมณ์ สำนวนเปรียบเทียบ และใช้สำนวนสุภาษิต ประโยคพบ 4 ลักษณะคือละส่วนประกอบบางส่วนของประโยค มีรูปประโยคไม่ตรงตามเจตนาของผู้ส่งสาร เรียงลำดับส่วนประกอบของประโยคอย่างอิสระและผูกประโยคยาวเนื้อหาซับซ้อน ผลการเปรียบเทียบคำทั้งสองกลุ่ม ใช้คำต่างประเทศมากที่สุดคือ 35.12% และ 37.08% สำนวนภาษาต่างประเทศพบใช้มากที่สุดคือ 42.37% และ 47.46% ประโยคพบการละส่วนประกอบของประโยคที่สุดคือ 46.51% และ 60.00% ในกลุ่มวัยรุ่นใช้ภาพลึกลับที่กำลังถูกใช้งานมากที่สุด 25.55% ในกลุ่มผู้ใหญ่ใช้ภาพผลการใช้มากที่สุด 21.81% การใช้สีฟ้าพบมากที่สุดทั้งสองกลุ่มคือ 18.27% และ 18.94% และใช้ตัวอักษรคอมพิวเตอร์มากที่สุดทั้งสองกลุ่มคือ 88.15% และ 84.62% ตามลำดับ

ปัทมวรรณ วาจาจาม (2548) ทำวิจัยเรื่อง “ลีลาภาษาในนวนิยายของ ว.วินิจฉัยกุล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลีลาภาษาในนวนิยายของ ว.วินิจฉัยกุล ในด้านการใช้คำ จำนวนโวหาร ประโยค การบรรยายและพรรณนาผลการศึกษาพบว่าลีลาภาษาในนวนิยายของ ว.วินิจฉัยกุล มีลักษณะเด่นคือ การใช้คำได้เหมาะสมแก่เนื้อเรื่องและตัวละคร โดยใช้คำที่สื่อสารในชีวิตประจำวันทั่วไป ด้านการใช้สำนวนโวหารพบว่า ผู้แต่งนิยายใช้สำนวนไทย สุภาษิต คำพังเพย การใช้บทเพลงหรือบทกวี การใช้โวหารแสดงทัศนะ การใช้โวหารภาพพจน์ ด้านการใช้ประโยค พบว่าผู้แต่งนิยายใช้ประโยคสั้นที่เป็นประโยคความเดียว และการใช้ประโยคยาวที่เป็นประโยคความรวม หรือประโยคความซ้อน ด้านการบรรยายและพรรณนาความ พบว่า ผู้แต่งนิยายใช้การบรรยายความในการเล่าเรื่องราวของสถานที่ และแสดงภาพวิถีชีวิตของตัวละครที่ปรากฏในเรื่อง และการเล่าเรื่อง

ของตัวละคร ด้านการพรรณนาความ พบว่า ผู้แต่งนิมยพรรณนาโดยให้รายละเอียด ในด้านบุคคล สถานที่ และสิ่งต่างๆ พรรณนาโดยให้ทราบละเอียดในด้านกิริยาอาการของตัวละคร และพรรณนาโดยให้รายละเอียดในด้านความรู้สึกและสภาพอารมณ์ของตัวละคร

มนัสติยา เจ้าคูรี (2549) ทำวิจัยเรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์ลีลาภาษาในงานเขียนสารคดีของมานพ ถนอมศรี” ผลการศึกษาพบว่าด้านการใช้ภาษาลักษณะการใช้คำซ้อนมีลักษณะเด่นที่สุดในด้านการใช้ประโยคพบว่ามีการใช้ประโยคความซ้อนมากที่สุด ในด้านการเรียงลำดับคำในประโยคพบว่ามีลักษณะการเรียงลำดับคำในประโยคเป็นไปตามกฎเกณฑ์ตามหลักภาษาไทย ด้านการใช้โวหารพบว่า บรรยายโวหาร มีลักษณะโดดเด่นที่สุด ด้านการใช้ภาพพจน์พบว่ามีลักษณะการใช้อุปมาที่โดดเด่นที่สุด การใช้เครื่องหมายวรรคตอนพบว่ามีการใช้ยมกมากที่สุด ด้านลีลาภาษาพบว่ามีลักษณะที่น่าสนใจได้แก่ ความแจ่มแจ้งชัดเจน ความกระชับรัดกุม ความมีน้ำหนัก ความเหมาะสม และความจริงใจ แต่ท่วงทำนองที่โดดเด่นมากที่สุด คือ ท่วงทำนองแบบเรียบง่าย นอกจากนี้ยังมีลักษณะของระดับการใช้ภาษาที่ปรากฏในงานเขียนพบว่า การใช้ภาษาระดับกึ่งแบบแผน มีลักษณะโดดเด่นมากที่สุด

อลิสตา เลียงรัตน์รมย์ (2549) ทำวิจัยเรื่อง “ลีลาภาษาในเพลงลูกทุ่งของ สลา คุณวุฒิ” โดยมีจุดมุ่งหมายของการวิจัย คือศึกษาลีลาภาษา ทั้งในด้านลักษณะการใช้ภาษา ซึ่งประกอบด้วย การใช้คำ การใช้ประโยค การใช้โวหาร และการใช้สำนวน และศึกษาลักษณะเนื้อหาในเพลงลูกทุ่งของ สลา คุณวุฒิ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เพลงลูกทุ่งของ สลา คุณวุฒิ มีลักษณะการใช้คำดังนี้ คือ มีการใช้คำที่สื่ออารมณ์ของมนุษย์ทุกด้าน ใช้คำสัมผัสทั้งพยัญชนะและสระ เพื่อเพิ่มความไพเราะในบทเพลง ใช้คำซ้ำ คำซ้อน คำหลาก เพื่อสื่อความหมาย ทั้งความหมายโดยตรง และความหมายโดยนัย มีการใช้คำภาษาถิ่น ใช้คำภาษาต่างประเทศ มีการเขียนคำเลียนเสียงพูด พร้อมทั้งสร้างคำใหม่จากแนวเทียบเดิมที่มีอยู่แล้ว ส่วนลักษณะการใช้ประโยค พบว่า มีการใช้ประโยคบอกเล่า ประโยคคำถาม ประโยคคำสั่ง และประโยคขอร้องหรือชักชวน ส่วนลักษณะการใช้โวหารพบว่ามีการใช้โวหารเปรียบเทียบสรรพสิ่งหลายลักษณะ เช่น อุปมา อุปลักษ์ณ์ สมพจน์ นามนัย บุคลาธิษฐาน ปฏิปุจฉา เป็นต้น ส่วนลักษณะการใช้สำนวน พบว่า มีการใช้สำนวนทั้งสำนวนเก่าและสำนวนใหม่ และจากการศึกษาลักษณะเนื้อหาในเพลงลูกทุ่งของ สลา คุณวุฒิ พบว่า มีลักษณะเนื้อหา 4 ลักษณะ คือ เพลงที่เกี่ยวกับความรักและความผิดหวัง เพลงที่เกี่ยวกับความหลังและการรอคอย เพลงที่เกี่ยวกับคติธรรม ภาษิตสอนใจ และเพลง สร้างสรรค์สะท้อนสังคม

คำรัสศิริ ชาติเสริมศักดิ์ (2550) ทำวิจัยเรื่อง การใช้ภาษาไทยในงานเขียนของ พ.ญ. คุณหญิงพรทิพย์ โรจนสุนันท์ จำนวน 22 เล่ม ผลการศึกษาพบว่า มีการใช้คำ ดังนี้ คำทับศัพท์ คำแสดง คำอุทาน คำเฉพาะอาชีพ คำเลียนเสียง คำคำอักษรย่อ ย่อคำ คำซ้อน คำซ้ำ คำแสดงภาพ ด้านการใช้โวหารมี 5 ชนิด คือบรรยายโวหาร พรรณนาโวหาร อุปมาโวหาร เทศนาโวหาร และสาธกโวหาร มักใช้การพรรณนาโวหารมาก ด้านการใช้ภาพพจน์ นิยมใช้อุปลักษณ์มาก

สุมิตรา จิตศรัทธา (2550) ทำวิจัยเรื่อง “ศึกษาการใช้ภาษาและเนื้อหาในนิตยสารส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาไทยสำหรับเยาวชน” ผลการศึกษาพบว่านิตยสารส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาไทยสำหรับเยาวชนมีการใช้ภาษาดังนี้มีการใช้คำที่มีความหมายโดยตรง คำที่มีความหมายโดยนัย คำรูปธรรม คำนามธรรม คำมีศักดิ์ คำภาษาต่างประเทศ คำแสดง คำภาษาตลาด คำภาษาถิ่น คำแสดงอารมณ์คำเลียนเสียงธรรมชาติ คำเลียนเสียงพูด คำย่อ คำซ้ำ คำซ้อน คำประสม ส่วนด้านการใช้ประโยคพบว่ามีการใช้ประโยคบอกเล่า ประโยคคำถาม ประโยคปฏิเสธ ประโยคคำสั่งและขอร้องส่วนด้านการใช้สำนวนพบว่ามีการใช้สำนวนเก่าและสำนวนใหม่ ส่วนด้านการใช้โวหารพบว่ามีการใช้โวหารแบบบรรยายโวหาร พรรณนาโวหาร สาธกโวหาร อุปมาโวหารและเทศนาโวหาร ส่วนด้านการใช้ภาพพจน์พบว่ามีการใช้ภาพพจน์เปรียบเทียบลักษณะ ได้แก่ อุปมา อุปลักษณ์ บุคลาธิษฐาน สัทพจน์ และ ปฏิพจน์ และ จากการศึกษาเนื้อหาในนิตยสารส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาไทย พบว่ามีลักษณะเนื้อหา 3 ประเภทคือเนื้อหาสารคดี เนื้อหาบันเทิงคดีและเนื้อหาสาระบันเทิง

สรุปได้ว่าจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการใช้ภาษาไทยของ สมชื่น เชี่ยวกุล อลิสา เลี้ยงรื่นรมย์ ปิ่นวรรณ วาจางาม คำรัสศิริ ชาติเสริมศักดิ์ ปิ่นวรรณ วาจางาม สุมิตรา จิตศรัทธา สุกัลยา พงษ์หาญพานิชย์ มนต์ศิยา เจ้าคุณรีได้กล่าวถึงเรื่องเกี่ยวกับการใช้คำ การใช้ประโยค การใช้โวหาร และ ด้านเนื้อหา

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์“TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยมุ่งเน้นศึกษาการใช้คำ และ การใช้ประโยค การใช้โวหาร และเนื้อหาของสารในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจาก วารสารสื่อสิ่งพิมพ์ “TG Update” จำนวน 108 ฉบับ เป็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเอกสารที่เผยแพร่ภายในองค์กรของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ออกเป็นรายเดือน เพื่อให้พนักงานได้ทราบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง(Purposive sampling)คือ สุ่มวารสารกลุ่มตัวอย่างมาเพียง 36 ฉบับ คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ได้ 33 เปอร์เซ็นต์ จากประชากรวารสาร TG Updateจำนวน 108 เล่ม ซึ่งสุ่มวารสารกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้คือ

ปี 2540	ฉบับเดือน มกราคม	เมษายน	กรกฎาคม	ธันวาคม
ปี 2541	ฉบับเดือน มกราคม	เมษายน	กรกฎาคม	ธันวาคม
ปี 2542	ฉบับเดือน มกราคม	เมษายน	กรกฎาคม	ธันวาคม
ปี 2543	ฉบับเดือน มกราคม	เมษายน	กรกฎาคม	ธันวาคม
ปี 2544	ฉบับเดือน มกราคม	เมษายน	กรกฎาคม	ธันวาคม
ปี 2545	ฉบับเดือน มกราคม	เมษายน	กรกฎาคม	ธันวาคม

ปี 2546 ฉบับเดือน มกราคม เมษายน กรกฎาคม ธันวาคม

ปี 2547 ฉบับเดือน มกราคม เมษายน กรกฎาคม ธันวาคม

ปี 2548 ฉบับเดือน มกราคม เมษายน กรกฎาคม ธันวาคม

เกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย

เกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เกณฑ์การศึกษาลักษณะภาษาในวารสารประชาสัมพันธ์ด้านการใช้คำ การใช้ประโยค การใช้โวหาร และ เนื้อหาของสารในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเกณฑ์การวิเคราะห์ในการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

1. เกณฑ์ในการวิเคราะห์ลักษณะภาษาในวารสารประชาสัมพันธ์ด้านการใช้คำ

1.1 คำทับศัพท์ หมายถึงคำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ คือ ภาษาอังกฤษ ที่เป็นชื่อเฉพาะต่างๆ เช่น ชื่อเมือง ชื่อประเทศ ชื่ออาหารและอื่นๆ โดยใช้คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเฉพาะนี้ปะปนกับคำภาษาไทยทั่วไป แล้วนำมาเขียนทับศัพท์ด้วยคำภาษาไทย ด้านคำทับศัพท์ผู้วิจัยอาศัยเกณฑ์การใช้คำทับศัพท์ของ ราชบัณฑิตยสถาน(2533)

1.2 คำภาษาต่างประเทศ คือ คำที่เขียนเป็นภาษาอื่นที่ไม่ใช่ภาษาไทยคือเขียนเป็นภาษาอังกฤษด้านคำภาษาต่างประเทศผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัยการใช้คำภาษาต่างประเทศ โดยอาศัยเกณฑ์การใช้คำภาษาต่างประเทศของราชบัณฑิตยสถาน(2533) จากหนังสือหลักภาษาไทย ของของเปรมจิต ชนะวงส์ (2538: 149-152) ได้กล่าวว่ากำการยืมคำภาษาต่างประเทศเข้ามาใช้ในภาษาไทยมีลักษณะเป็นการทับศัพท์ตามรูปเดิมของคำภาษาอังกฤษ

1.3 คำย่อและคำตัด คำย่อ คือ การลดรูปของคำหรือการทำให้คำนั้นสั้นลง โดยทั่วไปการย่อคำจะปรากฏในรูปของ พยัญชนะหนึ่งตัวตามด้วยเครื่องหมายมหัพภาค (.) เช่น พ.ศ. ย่อมาจากพุทธศักราช ต. ย่อมาจาก ตำบล เป็นต้น คำตัด คือ การตัดหรือลดรูปของคำให้เหลือน้อยกว่าคำเดิม เพื่อให้พยางค์สั้นเข้า โดยทั่วไปจะเป็นประโยชน์ในกรณีที่ต้องใช้คำเต็มบ่อยๆ และเพื่อหลีกเลี่ยงการพูดซ้ำคำเดิม จึงใช้การตัดคำเพื่อคำนั้นสั้นลง เช่น กรมฯ จุฬาฯ เป็นต้น

ด้านคำย่อและคำตัด ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย การใช้คำย่อและคำตัด โดยอาศัยเกณฑ์การใช้คำย่อและคำตัด ของ ปรีชา ช้างขวัญยืน (2525: 188-189) กล่าวถึงคำย่อและคำตัดสรุปได้ว่า คำย่อ คือ การลดรูปของคำหรือการทำให้คำนั้นสั้นลง โดยทั่วไปการย่อคำจะปรากฏในรูปของพยัญชนะหนึ่งตัวตามด้วยเครื่องหมายหัพภาค (.) เช่น พ.ศ. ย่อมาจาก พุทธศักราช เป็นต้น ส่วน คำตัดหรือลดรูปของคำให้เหลือน้อยกว่าเดิม เพื่อให้พยางค์สั้นเข้า โดยทั่วไปจะเป็นประโยชน์ในกรณีที่ต้องใช้คำเต็มบ่อยๆ และเพื่อหลีกเลี่ยงการพูดซ้ำคำเดิม จึงใช้การตัดคำเพื่อให้คำนั้นสั้นลง เช่น กรมฯ จุฬาฯ เป็นต้น

1.4 คำเฉพาะอาชีพ คือ ภาษาที่ใช้สื่อสารเข้าใจกันในหมู่มนุษย์บางกลุ่มเพราะไม่สามารถให้คนทั้งประเทศเข้าใจตรงกันได้ ด้านคำเฉพาะอาชีพ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย การใช้ คำเฉพาะอาชีพโดยอาศัยเกณฑ์การใช้ คำเฉพาะอาชีพ ของ พนมพร นิรัญทิว และ เทพี จรัสจรวงเกียรติ (2538: 49) ได้กล่าวไว้ว่าคำศัพท์เฉพาะอาชีพ คือศัพท์ที่ใช้เฉพาะวงการ หรือเฉพาะผู้ที่ศึกษาวิชาการแขนงนั้นๆ เช่น ศัพท์ทางจิตวิทยา ศัพท์ทางการแพทย์ ศัพท์ทางการศึกษา ศัพท์ทางวิทยาศาสตร์ ฯลฯ คนทั่วไป อาจไม่เข้าใจความหมายได้ ดังนั้นหากมีจุดมุ่งหมายจะเขียนให้ผู้อ่านทั่วไปเข้าใจ ก็ควรหลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์วิชาการให้มากที่สุด หรือหากจำเป็นต้องใช้ก็ควรใช้ให้น้อยที่สุด ตัวอย่างเช่น

นิพจน์ (คณิตศาสตร์)	- สัญลักษณ์ที่แทนหลายๆพจน์รวมกัน
ออร์ก (วิทยาศาสตร์)	- ไม่มีสี
อาวค (จิตวิทยา)	- ความสะเทือนใจ
อภิธาน (บรรณารักษ์)	- หนังสืออธิบายศัพท์เฉพาะเรื่อง
กระสวน (ทางการศึกษา)	- แบบ ตัวอย่างสำหรับสร้าง

2. เกณฑ์ในการวิเคราะห์ลักษณะภาษาในวารสารประชาสัมพันธ์ด้านการใช้ประโยค

ผู้วิจัยกำหนด เกณฑ์การศึกษาของ การใช้ประโยค โดยอาศัยเกณฑ์การใช้ประโยคของ นววรรณ พันธุเมธา (2527: 112-119)จากหนังสือไวยากรณ์ซึ่ง นววรรณ พันธุเมธาได้กล่าวถึง ประโยคแบ่งได้ 3 ลักษณะดังนี้

2.1 ประโยคความเดียว

2.2 ประโยคความรวม

2.3 ประโยคความซ้อน

2.1 ประโยคความเดียว คือ ประโยคที่มีหน่วยกริยา 1 หน่วย มีหน่วยนาม 1 หน่วย หรือมากกว่านั้น และอาจจะมีหน่วยเสริมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้ ต่อไปนี้เป็นประโยคความเดียว

2.1.1 ประธาน - กริยา หน่วยนามที่เป็นประธานอาจมีความสัมพันธ์กับหน่วยกริยาได้หลายแบบ

2.1.2 ประธาน - กริยา - กรรมตรง หน่วยนามที่เป็นประธานและกรรมตรงอาจมีความสัมพันธ์กับหน่วยกริยาได้หลายแบบ

2.1.3 ประธาน - กริยา - กรรมรอง หน่วยงานที่เป็นประธาน และกรรมรองอาจมีความสัมพันธ์กับหน่วยกริยาได้หลายแบบ

2.1.4 ประธาน - กริยา - กรรมตรง - กรรมรอง หน่วยนามที่เป็นประธานและกรรมตรงกรรมรองอาจมีความสัมพันธ์กับหน่วยกริยาได้หลายแบบ

2.2 ประโยคความรวม คือ ประโยคที่มีหน่วยกริยาตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป มีหน่วยนาม 1 หน่วย หรือมากกว่านั้น และอาจมีหน่วยเสริมและหน่วยเชื่อมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้ เราอาจแบ่งประโยคความรวมได้ 2 ชนิด คือ

2.2.1 ประโยคความรวมที่มีหน่วยเชื่อมประกอบด้วยประโยคความเดียวตั้งแต่ 2 ประโยคขึ้นไป และมีหน่วยเชื่อมอยู่ในระหว่าง แบบประโยคความรวมที่มีหน่วยเชื่อมก็เหมือนแบบประโยคความเดียวต่างกันเพียงว่าประโยคความเดียวไม่มีหน่วยเชื่อม

2.2.2 ประโยคความรวมที่ไม่มีหน่วยเชื่อม จะมีหน่วยกริยาเรียงกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป โดยมีหน่วยนามขึ้นอยู่ในระหว่างหรือไม่ก็ได้

2.3. ประโยคความซ้อน คือ ประโยคที่มีหน่วยกริยา 1 หน่วย มีหน่วยนาม 1 หน่วย หรือมากกว่านั้นและอาจจะมีหน่วยเสริมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้ เช่นเดียวกับประโยคความเดียว ต่างกันที่ตรงหน่วยขยายของหน่วยนามหรือหน่วยกริยาใน ประโยคความเดียวเราอาจแบ่งประโยคความซ้อนได้ 3 ชนิด คือ

2.3.1 ประโยคความซ้อนที่มีประโยคขยายในหน่วยนาม จะมีคำเชื่อม ที่ ซึ่ง อัน นำหน้า เรามักเชื่อกันว่า ที่ ซึ่ง และ อัน ใช้แทนกันได้ ต่างกันเพียงว่า ประโยคขยายที่มี ที่ นำหน้า มีใช้มากกว่าประโยคขยายที่มี ซึ่ง หรือ อัน นำหน้า แต่ความจริงมีประโยคขยายมากมายที่ใช้ ที่ซึ่ง และ อัน แทนกันไม่ได้

2.3.2 ประโยคความซ้อนที่มีประโยคขยายในหน่วยกริยาจะมีคำเชื่อม ว่า หรือที่ นำหน้า ประโยคขยาย ไม่จำเป็นต้องอยู่ชิดกริยา ที่เป็นหน่วยหลัก อาจอยู่ท้ายประโยค มีคำอื่นคั่นระหว่างหน่วยหลักและประโยคขยายก็ได้

2.3.3 ประโยคความซ้อนที่มีประโยคขยายในหน่วยนามและ หน่วยกริยา ทั้งหน่วยนามและ หน่วยกริยาในประโยคความซ้อน อาจมีประโยคขยาย และ หน่วยนาม และ หน่วยกริยาในประโยคขยายเองก็อาจมีประโยคขยายด้วย ทำให้ประโยคซับซ้อนยิ่งขึ้นไปอีก

3. เกณฑ์ในการวิเคราะห์ลักษณะภาษาในวารสารประชาสัมพันธ์ด้านการใช้โวหาร

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การศึกษาของการใช้โวหารโดยอาศัยเกณฑ์การใช้โวหารของ ลักษณะ ไทวิวัฒน์และพรทิพย์ ไชยรัตน์ (2537: 1-4) จากหนังสือการใช้ภาษาไทย 2 ซึ่ง ลักษณะ ไทวิวัฒน์และพรทิพย์ ไชยรัตน์ ได้กล่าวถึงโวหารแบ่งได้ 5 ลักษณะดังนี้ คือ

3.1 บรรยายโวหาร หรืออธิบายโวหาร หมายถึงการเขียนบรรยายให้ผู้อ่านทราบถึงเรื่องราว ประสพการณ์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นเรื่องที่ผู้เขียนประสพ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายใช้คำน้อย แต่กินความมาก ได้รับความสนใจให้ผู้อ่านติดตามอ่าน งานเขียนชนิดบรรยายโวหาร เช่น นิทาน เล่าเรื่อง เล่าเหตุการณ์ ประวัติ ชีวิตประวัติ ดำเนิน จดหมายเหตุต่างๆ บทความ การบรรยายฉาก เป็นต้น

3.2 พรรณนาโวหาร หมายถึง การเขียนพรรณนาเนื้อความโดยผู้เขียนเขียนจากความรู้สึก อารมณ์หรือจินตนาการ เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเห็นภาพ และคล้อยตามผู้เขียนได้ใช้ภาษาที่ไพเราะ สง่างาม สละสลวย ละเอียดลอบ มีชั้นเชิงมาก อาจมีการเล่นคำ เล่นเสียง เล่นความหมาย ตลอดจน การเปรียบเทียบเพื่อให้ซาบซึ้ง อ่านได้เพลิน ประทับใจ งานเขียนพรรณนาโวหาร เช่น การสร้าง บรรยากาศ การพรรณนาสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น ความรัก ความเหงา ความดี การพรรณนาความงาม ต่างๆ เป็นต้น รูปธรรม

3.3 เทศนาโวหาร หมายถึง โวหารที่เขียนขึ้นเป็นทำนองสั่งสอน ชักชวนโดยชี้แนะคุณและโทษชี้แจงเหตุผล หรือพิสูจน์ให้เห็นข้อเท็จจริง เพื่อมุ่งหวังให้ผู้อ่านเกิดความเชื่อถือและปฏิบัติตาม

3.4 สาธกโวหาร หมายถึง การเขียนโดยยกตัวอย่าง หรือ ยกเรื่องราวมาประกอบให้สมจริง เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจดียิ่งขึ้น ลักษณะของโวหารชนิดนี้มักจะเป็นสิ่งที่ข้อเท็จจริงอันเป็นที่ยอมรับ และสอดคล้องกับประเด็นหลักของงานเขียนนั้น

3.5 อุปมาโวหาร หมายถึง การเขียนเปรียบเทียบเพื่อประกอบข้อความ เป็นเครื่องช่วยให้ งานเขียนมีรสชาติแสดงความรู้สึกนึกคิดของผู้เขียนได้ แจ่มชัด และแสดงจินตนาการได้กว้างไกล กว่าถ้อยคำธรรมดา ทำให้ผู้อ่านเข้าใจ หรือมีความรู้สึกลึกซึ้งชัดเจนยิ่งขึ้น การเปรียบเทียบมักเปรียบ สิ่งที่เข้าใจยากกับสิ่งที่เข้าใจง่ายหรือสิ่งที่เป็นนามธรรมกับสิ่งที่เป็น

4. เกณฑ์ในการวิเคราะห์ลักษณะภาษา ในวารสารประชาสัมพันธ์ ด้านการแบ่งเนื้อหาสาร ตาม วัตถุประสงค์

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การศึกษาของการแบ่งเนื้อหาสารตามวัตถุประสงค์ โดยอาศัยเกณฑ์การ แบ่งเนื้อหาสารตามวัตถุประสงค์ ของ สิริวรรณ นันทจินทุล (2549: 63-64) จากหนังสือภาษาไทย ในสื่อมวลชนซึ่ง สิริวรรณ นันทจินทุล ได้กล่าวถึง การแบ่งเนื้อหาสารตามวัตถุประสงค์ แบ่งได้ 5 ประเภทดังนี้ คือ

การแบ่งเนื้อหาสารตามวัตถุประสงค์ได้สร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์การแบ่งเนื้อหาสารตาม วัตถุประสงค์ 5 ประเภทคือ

4.1 เนื้อหาสารให้ความรอบรู้ คือ

4.1.1 ข้อความ หรือ เรื่องราว ที่เกี่ยวกับข่าวสารเหตุการณ์ ความเป็นไป ของสังคม ประเทศชาติ อาทิ ข่าวคราวของคนในครอบครัว วงศาคณาญาติ เพื่อนร่วมงาน

4.1.2 ข่าวคราวความเคลื่อนไหว ของหน่วยงานที่ทำ ข่าวคราวในวงการอาชีพที่ ประกอบกิจการงานอยู่ตลอด จนความเป็นไป ของบ้านเมืองในด้านต่างๆ เช่น ข่าว บทความให้ความรู้ทั่วไป รายการสารคดี

4.2 เนื้อหาสารให้ความรู้ คือ

4.2.1 ข้อความ หรือ เรื่องราว ที่เกี่ยวกับความรู้ทั่วไป ในการดำเนินชีวิต เช่น การรับประทานอาหารอย่างถูกหลัก มารยาทในสังคมปัจจุบัน iving เพื่อสุขภาพกายและใจ เป็นต้น

4.2.2 ข้อความ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ความรู้ทางวิชาการ ในสาขาวิชาการต่างๆ เช่น แพทยศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปศาสตร์ เป็นต้น เช่น บทความวิชาการ งานวิจัย

4.3 เนื้อหาสารให้ความบันเทิง คือ

4.3.1 ข้อความหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาให้ความสนุกสนานรื่นเริงบันเทิงใจ

4.3.2 ข้อความเรื่องราวที่กระทบใจ สะเทือนอารมณ์ ทำให้เกิดความไหว้รู้สึกทางบวก หรือทางลบ สารประเภทนี้ เช่น เรื่องสั้น นวนิยาย การ์ตูน ขำขัน เพลง บทร้อยกรอง บทประพันธ์ รายการเกม วาไรตี้ เป็นต้น

4.4 เนื้อหาสารโน้มน้าวใจ คือ

4.4.1 ข้อความ หรือ เรื่องราว ที่มีเนื้อหาชักจูงใจให้คิดคล้อยตาม เชื่อถือตามจนถึง ปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารต้องการ เช่น โฆษณา คำขวัญ

4.4.2 ข้อความเชิญชวนให้บริจาคทรัพย์สินของเพื่อกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

4.5 เนื้อหาสารจรโลงใจ คือ

4.5.1 ข้อความหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาให้คติข้อคิดในการดำเนินชีวิต ในการประกอบอาชีพการงาน เช่น ปรัชญา คุณธรรม พัฒนาจิตใจ เป็นต้น

4.5.2 ข้อความที่ทำให้ผู้รับสารมีสติไตร่ตรองแก้ไขปัญหาต่างๆ มีความยังคิดรอบคอบ ประพฤติปฏิบัติตนในทางถูกต้องตามทำนองคลองธรรมอันจะก่อให้เกิดความสุขในชีวิต สารประเภทนี้ เช่น ปาฐกถาธรรม พระบรมราโชวาท พระธรรมเทศนา คำแนะนำ นิทานชาดก หนังสือธรรมะ ปรัชญา คุณธรรม พัฒนาจิตใจ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ที่สร้างขึ้นจากการประมวลความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ สรุปข้อมูลตามหมวดหมู่ต่าง ๆ ในเกณฑ์การวิเคราะห์ที่สร้างขึ้น

เกณฑ์ในการวิเคราะห์ คำ

1. คำทับศัพท์
2. คำภาษาต่างประเทศ
3. คำย่อและคำตัด
4. คำเฉพาะอาชีพ

เกณฑ์ในการวิเคราะห์ ประโยค

1. ประโยคความเดียว

2. ประโยคความรวม

3. ประโยคความซ้อน

เกณฑ์ในการวิเคราะห์ ไวยาหาร

1. บรรยายไวยาหาร

2. พรรณนาไวยาหาร

3. เทศนาไวยาหาร

4. สาธกไวยาหาร

5. อุปมาไวยาหาร

เกณฑ์ในการวิเคราะห์ เนื้อหาสาร

1. เนื้อหาสารให้ความรอบรู้

2. เนื้อหาสารให้ความรู้

3. เนื้อหาสารให้ความบันเทิง

4. เนื้อหาสารโน้มน้าวใจ

5. เนื้อหาสารจรรโลงใจ

วิธีการนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลในการวิจัย จะใช้วิธีการใช้ภาษาไทยโดยการวิเคราะห์ คำ และ ประโยค และโวหาร และ เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาการใช้ภาษาด้านคำ ประโยค และ โวหาร อีกทั้งศึกษาเนื้อหาของสารในวารสาร โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.1 ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมความรู้ที่เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ของวารสาร “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และความรู้เกี่ยวกับการใช้ภาษา ด้านคำ ประโยค และ โวหาร อีกทั้งศึกษาเนื้อหาของสารในวารสารดังกล่าว

1.2 ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากวารสารประชาสัมพันธ์“TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด มหาชนศึกษาเฉพาะวารสาร “TG Update” ในเดือนมกราคม เมษายน กรกฎาคม ธันวาคม พ.ศ.2540 ถึง เดือนมกราคม เมษายน กรกฎาคม ธันวาคม พ.ศ. 2548 รวม 36 ฉบับเป็นกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรทั้งหมด 108 ฉบับ ซึ่งการเก็บข้อมูล จะเก็บข้อมูลจากวารสาร “TG Update” โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างอย่างมีระบบคือเก็บข้อมูลจาก ฉบับ เดือนมกราคม เมษายน กรกฎาคม และ ธันวาคม ตั้งแต่ พ.ศ. 2540-2548 รวม36 ฉบับ จากวารสาร “TG Update” ของแต่ละปี เช่น พ.ศ. 2540 จะเก็บข้อมูลเดือนแรกเริ่มจากเดือน มกราคม และ เว้น 2 เดือน ข้อมูลที่เก็บเดือนต่อไปก็คือเดือนเมษายนและข้อมูลที่เก็บเดือนต่อไปถัดไปอีก ตรงกับเดือนกรกฎาคม และข้อมูลที่เก็บเดือนต่อไปถัดไปอีกซึ่งเป็นเดือนสุดท้าย ตรงกับเดือนธันวาคมของ พ.ศ.2540 และในปีต่อๆมา จะใช้วิธีการเรียงเดือนที่ไล่ลงมา ตามลำดับจนถึง พ.ศ.2548 ข้อมูลที่เก็บจากวารสาร “TG Update” โดยเฉลี่ยแล้วจะมีปีละ4 เล่ม รวมทั้งหมดได้ 36 เล่ม

3. นำข้อมูลที่ศึกษาจากวารสาร “TG Update” มาวิเคราะห์ตามเกณฑ์ใน ด้านการใช้ค่าการใช้ประโยชน์ การใช้โวหาร และเนื้อหาของสารในวารสารประชาสัมพันธ์ ‘TG Update’ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

4. สรุปผลเสนอรายงานผลการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาในด้านการใช้คำ การใช้ประโยค การใช้โวหารในวารสาร “TG Update” ประชาสัมพันธ์ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) และเพื่อศึกษาเนื้อหาของสารในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัย ออกเป็น 2 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 การใช้ภาษา

ตอนที่ 2 เนื้อหาของสาร

ตอนที่ 1 การใช้ภาษา

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบลักษณะการใช้ภาษาไทยในหัวข้อต่างๆ ดังนี้

1. การใช้คำ

- 1.1 คำทับศัพท์
- 1.2 คำภาษาต่างประเทศ
- 1.3 คำย่อและคำตัด
- 1.4 คำเฉพาะอาชีพ

2. การใช้ประโยค

- 2.1 ประโยคความเดียว
- 2.2 ประโยคความรวม
- 2.3 ประโยคความซ้อน

3. การใช้โวหาร

- 3.1 บรรยายโวหาร
- 3.2 พรรณนาโวหาร
- 3.3 เทศนาโวหาร
- 3.4 สาธกโวหาร
- 3.5 อุปมาโวหาร

1. การใช้คำ

ในด้านการใช้คำ ผู้วิจัยได้ศึกษาการใช้คำในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเรื่องการใช้คำทับศัพท์ คำภาษาต่างประเทศ คำย่อและคำตัดคำเฉพาะอาชีพ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 คำทับศัพท์ หมายถึงคำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ คือ ภาษาอังกฤษ ที่เป็นชื่อเฉพาะต่างๆ เช่น ชื่อเมือง ชื่อประเทศ ชื่อสถานที่ ชื่อทางภูมิศาสตร์ ชื่อสายการบิน ชื่ออาหาร ชื่อหน่วยวัด ชื่อศัพท์ทางการแพทย์ และคำทับศัพท์อื่นๆ โดยใช้คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเฉพาะนี้ปะปนกับคำภาษาไทยทั่วไป แล้วนำมาเขียนทับศัพท์ด้วยคำภาษาไทย ด้านคำทับศัพท์ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย การใช้คำทับศัพท์โดยอาศัยเกณฑ์การใช้คำทับศัพท์ของ ราชบัณฑิตยสถาน(2533) จากหนังสือหลักภาษาไทยของ เปรมจิต ชนะวงศ์ (2538 : 149-152) โดยกำหนดหลักเกณฑ์การทับศัพท์ไว้ดังนี้ คือ การยืมคำเข้ามาแล้วออกเสียงตรงตามคำเดิมหรือคล้ายคำเดิมมากที่สุด เป็นการทับศัพท์ให้อออคอักษรในภาษาเดิมพอควรแก่การแสดงที่มาของรูปศัพท์ และ ให้เขียนในรูปที่อ่านได้สะดวกในภาษาไทย

ในเรื่องคำทับศัพท์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาไทยในคำทับศัพท์ โดยจำแนกตามวงศ์ศัพท์ ดังต่อไปนี้

1.1.1 คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเมือง และ ชื่อประเทศ

คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเมือง ดังเช่น

ตัวอย่างที่ 1

. . . การบินไทยยกเลิกทำการบินในเส้นทาง_ซุริค-เจนีวา ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2547 เป็นต้นไปการบินไทยจะหยุดทำการบินในเส้นทาง ซุริค-เจนีวาสหพันธรัฐสวิสเซอร์แลนด์ จากเดิมที่ทำการบินสัปดาห์ละ3 เที่ยวบินแต่การบินไทยยังคงทำการบินในเส้นทางไป-กลับ กรุงเทพฯ-ซุริค เช่นเดิม โดยผู้โดยสารสามารถใช้บริการเที่ยวบินร่วม (Code Share) ระหว่างการบินไทย และ ลูฟท์ฮันซ่าเดินทางจากเมืองแฟรงก์เฟิร์ต . . .

(“TG Update” 2548 : 4)

จากตัวอย่างที่ 1 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า ซุริค มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Zurich ซึ่งหมายถึงเขตปกครองในตอนเหนือของ สวิตเซอร์แลนด์

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

คำว่าเจนีวา มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Geneva ซึ่งหมายถึงเขตปกครองในตอนเหนือของ สวิตเซอร์แลนด์

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

คำว่าสวิตเซอร์แลนด์ มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Switzerlandซึ่งหมายถึง ประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ เมืองหลวงชื่อ Bern

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

คำว่า แฟรงก์เฟิร์ต มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Frankfurt ซึ่งหมายถึงเป็นชื่อเมืองเมืองหนึ่งในประเทศเยอรมัน

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้ชี้แจง เพื่อบอกกล่าวพนักงานการบินไทยให้ทราบว่า การบินไทยได้ยกเลิกทำการบินในเส้นทาง ซุริค –เจนีวา ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2547 เป็นต้นไปแต่การบินไทยยังคงทำการบินในเส้นทาง ไป-กลับ กรุงเทพฯ-ซุริค เช่นเดิม

ตัวอย่างที่ 2

... ปัจจุบันการบินไทยทำ การบินไปยังประเทศอินเดีย รวม 3 จุดบินประกอบด้วย เมือง **เดลี** โดยทำการบินทุกวัน สัปดาห์ละ 7 เที่ยวบิน เมืองกัลกัตตา...

(“TG Update” 2546 : 4)

จากตัวอย่างที่ 2 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า เดลี มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Delhi ซึ่งหมายถึง เป็นชื่อของเมือง เดลีใน ประเทศอินเดีย

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

คำว่า กัลกัตตา มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Kolkata ซึ่งหมายถึง เป็นชื่อของ เมือง กัลกัตตาในประเทศอินเดีย

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้ชี้แจง เพื่อบอกกล่าวพนักงานการบินไทยให้ทราบว่าการบินไทยได้ทำการบินในเส้นทางไปยัง ประเทศอินเดียรวม 3 จุดบินประกอบด้วย เมือง เดลี โดยทำการบินทุกวัน สัปดาห์ละ 7 เที่ยวบิน เมืองกัลกัตตา

ตัวอย่างที่ 3

... เมืองเจนไน เดิมชื่อเมือง **มัทราส** (Madras) ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศอินเดีย ด้าน อ่าว เบงกอล เมืองหลวงของ**รัฐทมิฬ** (Tamil Nadu State) และเป็นเมืองที่ใหญ่ที่สุดเป็น อันดับ 4 ของประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นประตูสู่ภาคใต้ของประเทศอินเดียปัจจุบัน...

(“TG Update” 2546 : 4)

จากตัวอย่างที่ 3 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า มัทราส มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Madras ซึ่งหมายถึง เป็นชื่อเดิมของเมืองเซินไน ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศอินเดีย

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

คำว่า รัฐทมิฬ มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Tamil ซึ่งหมายถึง เป็นชื่อของเมือง ในประเทศอินเดีย

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้ให้ความรู้แก่พนักงานการบินไทยให้ทราบว่าเมืองเซินไน เดิมชื่อเมือง มัทราส ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศอินเดีย ด้านอ่าวเบงกอล เมืองหลวงของรัฐทมิฬ และเป็นเมืองที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 4 ของประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นประตูสู่ภาคใต้ของประเทศอินเดียปัจจุบัน

คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อประเทศ ดังเช่น

ตัวอย่างที่ 1

. . . การบินไทยได้เสนอในที่ประชุมระหว่างรัฐบาลไทยกับประเทศปากีสถานให้ความตกลงด้านการบินเป็นแบบ Recieptpercal Corperative Arrengement Principle (RCAP) . . .

(“TG Update” 2546 : 4)

จากตัวอย่างที่ 1 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า ปากีสถาน มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Pakistan ซึ่งหมายถึง เป็นชื่อ ประเทศปากีสถาน เมืองหลวงชื่อ อิสลามามัด

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้บอกกล่าวพนักงานการบินไทยให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของ การบินไทยที่ได้สร้างความสัมพันธ์ทำการบินกับ ประเทศปากีสถาน

ตัวอย่างที่ 2

... ส่วนเส้นทางบินไหนที่ไม่ทำกำไรก็ต้องยกเลิกและเรื่องสิทธิการบินที่ได้มาใหม่ๆ เช่น ประเทศจีน อินเดียและแถบอินโดจีน ต้องดำเนินการให้มี MOU โดยไม่ต้องพึ่งพาการขนส่งทางอากาศเพียงอย่างเดียว...

(“TG Update” 2546 : 3)

จากตัวอย่างที่ 2 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า อินเดีย มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ India ซึ่งหมายถึง เป็นชื่อประเทศ และ
ชนชาติหนึ่งอยู่ทางทิศตะวันตกของประเทศพม่า เมืองหลวงชื่อ นิวเดลี
โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้บอกกล่าวพนักงานการบินไทย ให้ทราบถึงความ
เคลื่อนไหวของ การบินไทยที่ดำเนินธุรกิจเส้นทางบินไหนที่ไม่ทำกำไรก็ต้องยกเลิก และเรื่อง
สิทธิการบินที่ได้มาใหม่ๆ เช่นประเทศจีน อินเดียและแถบอินโดจีนดังกล่าว

ตัวอย่างที่ 3

... จากผลประกอบการที่พูดได้ว่าน่าประทับใจมาก หลังจากที่เรามาวิกฤตมาถึง 3 วิกฤต
ได้แก่ วิกฤตที่เกี่ยวกับบาห์ลี วิกฤตที่เกี่ยวกับสงครามอิรักและสุดท้ายวิกฤตโรค
ซาร์ส ...

(“TG Update” 2546 : 1)

จากตัวอย่างที่ 3 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า อิรัก มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Iraq ซึ่งหมายถึงเป็นชื่อประเทศ อิรักอยู่ทาง
เหนือของซาอุดีอาระเบีย เมืองหลวงชื่อ แบกแดด
โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้บอกกล่าวพนักงานการบินไทย ให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของการบินไทยที่ดำเนินธุรกิจและประสบผลสำเร็จจากผลประกอบการที่ น่าประทับใจมาก

จากตัวอย่างด้านการใช้คำทับศัพท์ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบจำนวนคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเมือง และ ชื่อประเทศ ทั้งหมด 24 คำ คิดเป็นร้อยละ 49 แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเมือง และ ชื่อประเทศ

ชนิดของคำทับศัพท์	ความถี่ของคำทับศัพท์	เป็นร้อยละ
คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเมืองและประเทศ	24	49
คำทับศัพท์ทั้งหมด	49	100

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็น ชื่อเมือง และ ชื่อประเทศมีความถี่ทั้งหมด 24 คำ คิดเป็นร้อยละ 49 ของคำทับศัพท์ทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คำทับศัพท์ที่เป็น ชื่อเมือง และ ชื่อประเทศมีมากที่สุด ในคำทับศัพท์เนื่องจากการบินไทยเป็นสายการบินแห่งชาติที่ได้ทำการบินไปยังเมืองต่างๆหลายเมืองหลายประเทศดังกล่าว

1.1.2 คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อของสถานที่ ดังเช่น

ตัวอย่างที่ 1

... จัดเจ้าหน้าที่ของการบินไทย ตรวจฟาร์มเลี้ยงไก่ที่ผลิตเนื้อไก่ แก่ฝ่ายครัวการบินอย่างใกล้ชิดทุกวัน โดยเจ้าหน้าที่จะตรวจสอบบันทึกมาตรฐานการเลี้ยง การควบคุมโรคติดต่อ และการผลิตให้ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย. . .

(“TG Update” 2547 : 1)

จากตัวอย่างที่ 1 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า ฟาร์ม มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Farm ซึ่งหมายถึง อาณาบริเวณที่ใช้ทำการเกษตรกรรม เช่น เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ จากตัวอย่างเป็นการเลี้ยงไก่เพื่อผลิตเนื้อไก่ให้ แก่ฝ่ายครัวการบิน โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้ชี้แจง เพื่อบอกกล่าวพนักงานการบินไทยให้ทราบว่า การบินไทยได้ทำการแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้เพื่อเป็นประโยชน์ในการ พัฒนาการควบคุม รับผิดชอบต่อ และการผลิตให้ถูกสุขลักษณะ และ ปลอดภัยโดยจัดเจ้าหน้าที่ การบินไทย ตรวจสอบบันทึกมาตรฐานการเลี้ยงไก่ที่ฟาร์มดังกล่าว

ตัวอย่างที่ 2

. . . การบินไทยร่วมออกร้านในงานกาชาดประจำปี 2547 โดยมีการเล่นเกมชิงรางวัลบัตรโดยสารเครื่องบินการจำหน่ายสินค้าราคาลดพิเศษ 10-50% จากร้าน THAI Shop และ เบเกอรี่ของร้านพัฟ แอนด์ พาย ระหว่าง วันที่ 29 มีนาคม ถึง 6 เมษายน ที่ผ่านมา ณ บริเวณลานพระบรมรูปทรงม้า . . .

(“TG Update” 2548 : 4)

จากตัวอย่างที่ 2 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า พัฟ แอนด์ พาย มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Puff & Pie ซึ่งหมายถึง อาณาบริเวณที่ใช้ทำเป็นร้านขนมปัง เบเกอรี่ของครัวการบินไทย โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้บอกกล่าวพนักงานการบินไทย ให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของการบินไทยที่ได้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ การออกร้านในงานกาชาด ประจำปี 2547 โดยมีการเล่นเกมชิงรางวัลบัตรโดยสารเครื่องบินดังกล่าว

จากตัวอย่างด้านการใช้คำทับศัพท์ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบจำนวนคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสถานที่ทั้งหมด 2 คำ คิดเป็นร้อยละ 4.08 แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 2. ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสถานที่

ชนิดของคำทับศัพท์	ความถี่ของคำทับศัพท์	เป็นร้อยละ
คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสถานที่	2	4.08
คำทับศัพท์ทั้งหมด	49	100

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสถานที่ที่มีความถี่ทั้งหมด 2 คำ คิดเป็นร้อยละ 4.09 ของคำทับศัพท์ทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสถานที่มีน้อยที่สุดในคำทับศัพท์

1.1.3 คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์คือ ชื่อทวีป ชื่อเกาะ ชื่อทะเล ชื่อมหาสมุทร ดังเช่น

ตัวอย่างที่ 1

. . . ดังนั้นผมจึงหวังว่าพนักงานทุกท่านจะให้ความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน เพื่อฝ่าฟันความยากลำบาก เพื่อก้าวสู่ความเป็นที่หนึ่งในเอเชีย (Towards Asian Leadership) ต่อไปในอนาคต. . .

(“TG Update” 2546 : 1)

จากตัวอย่างที่ 1 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า เอเชีย มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Asia ซึ่งหมายถึงทวีปเอเชีย เป็นทวีปอยู่ทางตะวันออกสุดเมื่อเทียบกับทุกทวีป พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ระหว่างละติจูด 10 องศาใต้ – 70 องศาเหนือ และระหว่างละติจูด 30 องศา – 180 องศา ตะวันออกจึงทำให้ประเทศต่างๆในทวีปเอเชียมีเวลาเร็วกว่าประเทศที่อยู่ในทวีปอื่น ยกเว้นออสเตรเลีย และพื้นที่เกือบทั้งหมดอยู่ในซีกโลกเหนือโดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่า การบินไทยได้ดึงคู่มือให้พนักงานการบินไทยช่วยสร้างเกียรติยศ ชื่อเสียง หรือ ภาพพจน์ในทางบวก ให้กับการบินไทย โดยขอให้พนักงาน การบินไทยให้ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานเพื่อฝ่าฟันความยากลำบาก เพื่อก้าวสู่ความเป็นที่หนึ่งในเอเชีย

ตัวอย่างที่ 2

... ส่วนเส้นทางบินไหนที่ไม่ทำกำไรก็ต้องยกเลิกและเรื่องสิทธิการบินที่ได้มาใหม่ๆ เช่น ประเทศจีน อินเดียและแถบอินโดจีน ต้องดำเนินการให้มี MOU โดยไม่ต้องพึ่งพาการขนส่งทางอากาศเพียงอย่างเดียว...

(“TG Update” 2546 : 3)

จากตัวอย่างที่ 2 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า อินโดจีน มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Indo-China ซึ่งหมายถึง เป็นชื่อแหลมอินโดจีน ซึ่งประกอบด้วย เวียดนาม ลาว กัมพูชา ไทย พม่า และ มาเลเซีย โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

ตัวอย่างที่ 3

... จากผลประกอบการที่พูดได้ว่าน่าประทับใจมาก หลังจากที่เราฝ่าวิกฤตมาถึง 3 วิกฤต ได้แก่ วิกฤตที่เกี่ยวข้องกับบาหลี วิกฤตที่เกี่ยวข้องกับสงครามอิรักและสุดท้ายวิกฤตโรคซาร์ส ...

(“TG Update” 2546 : 1)

จากตัวอย่างที่ 3 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า บาหลี มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Bali ซึ่งหมายถึง เป็นชื่อเกาะในประเทศอินโดนีเซีย โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้บอกกล่าวพนักงานการบินไทยให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของการบินไทยที่ดำเนินธุรกิจและประสบผลสำเร็จจากผลประกอบการที่ น่าประทับใจมาก

จากตัวอย่างด้านการใช้คำทับศัพท์ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบจำนวนคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์คือ ชื่อทวีป ชื่อเกาะ ชื่อทะเล ชื่อมหาสมุทร มีทั้งหมด 4 คำ คิดเป็นร้อยละ 8.16 แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์

ชนิดของคำทับศัพท์	ความถี่ของคำทับศัพท์	เป็นร้อยละ
คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์	4	8.16
คำทับศัพท์ทั้งหมด	49	100

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์มีความถี่ทั้งหมด 4 คำ คิดเป็นร้อยละ 8.16 ของคำทับศัพท์ทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์มีมากกว่าคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสถานที่

1.1.4 คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสายการบินดังเช่น

ตัวอย่างที่ 1

... ในขณะที่คาเธ่ย์แปซิฟิกและสิงคโปร์ แอร์ไลน์มุ่งเน้นที่จะเป็น Corporate Hub และเน้นผู้โดยสารที่เป็น Business Traveller แต่การบินไทยมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างจากสายการบินอื่น...

(“TG Update” 2546 : 3)

จากตัวอย่างที่ 1 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า คาเธ่ย์แปซิฟิก แอร์ไลน์ มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Cathay Pacific Airlines ซึ่งหมายถึง เป็น ชื่อของสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

คำว่า สิงคโปร์ แอร์ไลน์ มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Singapore Airlines ซึ่งหมายถึง เป็น ชื่อ ของสายการบินสิงคโปร์

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้บอกกล่าวพนักงานการบินไทย ให้ทราบถึงความ เคลื่อนไหวของการบินไทยที่ดำเนินธุรกิจแข่งขันกับสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก และ สายการบิน สิงคโปร์

จากตัวอย่างด้านการใช้คำทับศัพท์ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการ บินไทย จำกัด (มหาชน) พบจำนวนคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสายการบิน มีทั้งหมด 2 คำ คิด เป็นร้อยละ 4.08 แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสายการบิน

ชนิดของคำทับศัพท์	ความถี่ของคำทับศัพท์	เป็นร้อยละ
คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสายการบิน	2	4.08
คำทับศัพท์ทั้งหมด	49	100

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสายการบินมีความถี่ทั้งหมด 2 คำ คิดเป็นร้อยละ 4.08ของคำทับศัพท์ทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสายการบิน มีน้อยเท่ากับคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสถานที่

1.1.5 คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางอาหาร ดังเช่น

ตัวอย่างที่ 1

. . . การบินไทยเพิ่มความมั่นใจในบริการด้านอาหารบนเครื่องบินแก่ผู้โดยสารพร้อมเสิร์ฟเมนูพิเศษจากกึ่งชาวตลอดเดือนกุมภาพันธ์นี้ . . .

(“TG Update” 2547 : 1)

จากตัวอย่างที่ 1 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า เสิร์ฟ มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Serve ซึ่งหมายถึง การบริการยก อาหารมาให้ผู้รับประทานบนเครื่องบิน

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

คำว่า เมนู มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Menu ซึ่งหมายถึง รายการซื้ออาหาร ที่บริการผู้โดยสารบนเครื่องบิน

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยสร้างเกียรติยศชื่อเสียงหรือภาพจน์ในทางบวก ให้กับการบินไทยโดยการบินไทยเพิ่มความมั่นใจในบริการด้านอาหารบนเครื่องบินแก่ผู้โดยสารพร้อมเสิร์ฟเมนูพิเศษจากกึ่งชาวตลอดเดือนกุมภาพันธ์นี้

ตัวอย่างที่ 2

. . . การบินไทยร่วมออกร้านในงานกาชาดประจำปี 2547 โดยมีการเล่นเกมชิงรางวัลบัตรโดยสารเครื่องบินการจำหน่ายสินค้าราคาลดพิเศษ 10-50% จากร้าน THAI Shop และเบเกอรี่ของร้านฟู้ด แอนด์ พาย ระหว่าง วันที่ 29 มีนาคม ถึง 6 เมษายน ที่ผ่านมา ณ บริเวณลานพระบรมรูปทรงม้า . . .

(“TG Update” 2548 : 4)

จากตัวอย่างที่ 2 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า เบเกอรี่ มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Bakery ซึ่งหมายถึงร้านขนมปังของการบิน

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

คำว่า พัพ แอนด์ พาย มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Puff & Pie ซึ่งหมายถึง ชื่อของร้านขนมปังของครัวการบิน

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้บอกกล่าวพนักงานการบินไทย ให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของการบินไทยที่ดำเนินการ ออกร้านในงานกาชาดประจำปี 2547

จากตัวอย่างด้านการใช้คำทับศัพท์ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบจำนวนคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางอาหาร มีทั้งหมด 4 คำ คิดเป็นร้อยละ 8.16 แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 5 ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางอาหาร

ชนิดของคำทับศัพท์	ความถี่ของคำทับศัพท์	เป็นร้อยละ
คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางอาหาร	4	8.16
คำทับศัพท์ทั้งหมด	49	100

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางอาหาร มีความถี่ทั้งหมด 4 คำ คิดเป็นร้อยละ 4.08 ของคำทับศัพท์ทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางอาหาร มีมากเท่ากับคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์

1.1.6 คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อหน่วยวัดเวลา ระยะทาง ดังเช่น

ตัวอย่างที่ 1

... โดยให้ประเทศที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคเผาทำลายในรัศมี 5 กิโลเมตรจากแหล่งรังโรค และควบคุมการเคลื่อนย้ายสัตว์ปีกในรัศมี 50 กิโลเมตร...

(“TG Update” 2547 : 2)

จากตัวอย่างที่ 1 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า กิโลเมตร มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Kilometer ซึ่งหมายถึงชื่อมาตรา วัดเท่ากับ 1,000 เมตร อักษรย่อ กม. เรียกสั้นๆว่า กิโลเมตร จากตัวอย่างเป็นรัศมีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคเผาทำลายในรัศมี 5 กิโลเมตรจากแหล่งรังโรค และควบคุมการเคลื่อนย้ายสัตว์ปีกในรัศมี 50 กิโลเมตร...

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้บอกกล่าวพนักงานการบินไทยให้รู้เกี่ยวกับ การแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการควบคุมโรคติดต่อที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคให้เผาทำลายในรัศมี 5 กิโลเมตรจากแหล่งรังโรค และ ควบคุมการเคลื่อนย้ายสัตว์ปีกในรัศมี 50 กิโลเมตร

ตัวอย่างที่ 2

... รอยัล ออร์คิด พลัส เเชิญชวนให้สมาชิกร่วมโครงการ “ไมล์สร้างบุญ” โดยการมอบไมล์สะสมเพื่อการสนับสนุนการเดินทางแก่พระสงฆ์ 80 รูป ไปจาริกแสวงบุญที่ดินแดนพุทธภูมิ...

(“TG Update” 2548 : 4)

จากตัวอย่างที่ 2 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า ไมล์ มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Mile ซึ่งหมายถึง ชื่อมาตราวัดของอังกฤษมีกำหนด 1 ไมล์ เท่ากับ 40 เส้น หรือ 1,609 กิโลเมตร จากตัวอย่างเป็นระยะทางการสะสมไมล์ โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้เชิญชวนให้ผู้โดยสารที่เป็นสมาชิกร่วม โครงการสะสมไมล์ เพื่อสนับสนุนการเดินทางแก่พระสงฆ์ 80 รูป ไปจาริกแสวงบุญ ที่ดินแดนพุทธภูมิ

จากตัวอย่างด้านการใช้คำทับศัพท์ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบจำนวนคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อ หน่วยวัดเวลา ระยะทาง มีทั้งหมด 2 คำ คิดเป็นร้อยละ 4.08 แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 6 ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อหน่วยวัดเวลา ระยะทาง

ชนิดของคำทับศัพท์	ความถี่ของคำทับศัพท์	เป็นร้อยละ
คำทับศัพท์ที่เป็น ชื่อหน่วยวัดเวลา ระยะทาง	2	4.08
คำทับศัพท์ทั้งหมด	49	100

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็น ชื่อหน่วยวัดเวลา ระยะทาง มีความถี่ทั้งหมด 2 คำ คิดเป็นร้อยละ 4.08 ของคำทับศัพท์ทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อหน่วยวัดเวลา ระยะทาง มีน้อยเท่ากับคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อสายการบินและคำ ทับศัพท์ที่เป็นชื่อสถานที่

1.1.7 คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางการแพทย์ ดังเช่น

ตัวอย่างที่ 1

... ส่วนอาการไข้หวัดนกในคนจะคล้ายๆกับไข้หวัดใหญ่ธรรมดาเชื้อมีระยะฟักตัวสั้น 1-2 วัน มักจะแสดงอาการของโรคทันที มีไข้หนาวสั่น ปวดเมื่อยตามตัว อ่อนเพลีย น้ำมูกน้ำตาไหล อาการมักไม่รุนแรง แต่หากมีการติดเชื้อแบคทีเรียหรือไวรัสแทรกซ้อนจะมีอาการรุนแรงถึงปวดบวมได้ โดยเฉพาะในเด็กและผู้สูงอายุ. . .

(“TG Update” 2547 : 2)

จากตัวอย่างที่ 1 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า แบคทีเรีย มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Bacteria ซึ่งหมายถึงพืชชั้นต่ำเซลล์เดียว ไม่มีนิวเคลียส ไม่มีคลอโรพลาสต์ มีรูปร่างกลม เป็นท่อน โคน หรือ เป็นเกลียว โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

คำว่า ไวรัส มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Virus ซึ่งหมายถึง เชื้อไวรัส โรคที่เกิด จากไวรัส พืชของสัตว์ที่มีพิษ

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้บอกกล่าวพนักงานการบินไทยให้รู้เกี่ยวกับ การ แก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้เพื่อเป็นประโยชน์ในการ พัฒนาการควบคุมโรคติดต่อ ที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อ โรคอาการไข้หวัดนกในคนจะคล้ายๆกับไข้หวัดใหญ่ธรรมดา แต่ หากมีการติดเชื้อแบคทีเรียหรือไวรัสแทรกซ้อนจะมีอาการรุนแรงถึงปอดบวมได้

ตัวอย่างที่ 2

... จากผลประกอบการที่พูดได้ว่าน่าประทับใจมาก หลังจากที่เรฝ่าวิกฤตมาถึง 3 วิกฤต ได้แก่ วิกฤตที่เกี่ยวข้องกับบาหลี วิกฤตที่เกี่ยวข้องกับสงครามอิรักและสุดท้ายวิกฤตโรค ซาร์ส ...

(“TG Update” 2546 : 1)

จากตัวอย่างที่ 3 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า ซาร์ส มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) ซึ่ง หมายถึง เป็นชื่อของโรค ทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้บอกกล่าวพนักงานการบินไทย ให้ทราบถึงความ เคลื่อนไหวของการบินไทยที่ดำเนินธุรกิจและประสบผลสำเร็จจากผลประกอบการที่ น่าประทับใจ มาก

จากตัวอย่างด้านการใช้คำทับศัพท์ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการ บินไทย จำกัด (มหาชน) พบจำนวนคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อ ทางการแพทย์ มี ทั้งหมด 3 คำ คิด เป็นร้อยละ 6.12 แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 7 ความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อทางการแพทย์

ชนิดของคำทับศัพท์	ความถี่ของคำทับศัพท์	เป็นร้อยละ
คำทับศัพท์ที่เป็น ชื่อทางการแพทย์	3	6.12
คำทับศัพท์ทั้งหมด	49	100

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำทับศัพท์ที่เป็น ชื่อ ทางการแพทย์ มีความถี่ทั้งหมด 3 คำ คิดเป็นร้อยละ 6.12 ของคำทับศัพท์ทั้งหมด

1.1.8 คำทับศัพท์อื่นๆ ดังเช่น

ตัวอย่างที่ 1

...เลือกใช้บริการของกลุ่มพันธมิตรการบินสตาร์ อัลไลแอนซ์ เดินทางไปยังกรุงเจนีวา...

(“TG Update” 2548 : 4)

คำว่า สตาร์ อัลไลแอนซ์ มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Star Alliance ซึ่งหมายถึงกลุ่มพันธมิตรการบิน

โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้แนะนำให้ผู้โดยสาร เลือกใช้บริการของ กลุ่มพันธมิตรการบิน สตาร์ อัลไลแอนซ์ เดินทางไปยังกรุงเจนีวา

ตัวอย่างที่ 2

... ดังนั้นผมจึงขออนุมัติคณะกรรมการให้พนักงานการบินไทยได้รับโบนัส พิเศษอีก 1 เดือน เป็น 4 เดือน นอกเหนือจากเพดานโบนัสสูงสุด 3 เดือน ตามที่ได้มีข้อตกลงกับกระทรวงการคลังในอดีตนั้นเป็นสิ่งยืนยันถึงการเอาชนะต่อวิกฤตต่างๆ ใน 1 ปีที่ผ่านมา...

(“TG Update” 2546 : 1)

จากตัวอย่างที่ 2 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า โบนัส มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Bonus ซึ่งหมายถึง เงินพิเศษที่ รัฐวิสาหกิจ องค์กร บริษัท ห้างร้าน เป็นต้น จ่ายให้เป็นบำเหน็จรางวัลแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ ของตน นอกเหนือจากเงินเดือนค่าจ้าง เงินที่ให้เป็นส่วนแบ่งพิเศษแก่ผู้ถือหุ้น โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าการบินไทยได้บอกกล่าวพนักงานการบินไทยว่าการบินไทยดำเนิน ธุรกิจและประสบผลสำเร็จจากผลประกอบการที่น่าประทับใจมากจึงขออนุมัติคณะกรรมการให้ พนักงานการบินไทยได้รับโบนัส เพิ่มพิเศษอีก 1 เดือน เป็น 4 เดือน นอกเหนือจากเพดานโบนัส สูงสุด 3 เดือน

ตัวอย่างที่ 3

. . . การบินไทยจึงเปิดทำการบินไปยังเมืองเซนไน ประเทศอินเดีย โดยทำการบินใน เส้นทางไป-กลับ กรุงเทพ-เซนไน-ดูไบ ด้วยเครื่องบินแบบแอร์บัส 330-300 สัปดาห์ละ 4 เที่ยวบิน ทุกวันจันทร์ พุธ ศุกร์ และอาทิตย์ . . .

(“TG Update” 2546: 4)

จากตัวอย่างที่ 3 มีการใช้คำทับศัพท์ ดังเช่น

คำว่า แอร์บัส มาจากรูปภาษาอังกฤษคือ Airbus ซึ่งหมายถึง เป็นชื่อชนิดหนึ่งของเครื่องบิน โดยใช้หลักเกณฑ์คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษ

จากตัวอย่างด้านการใช้คำทับศัพท์ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบจำนวนคำทับศัพท์อื่นๆ มีทั้งหมด 8 คำคิดเป็นร้อยละ 16.32 แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 8 ความถี่ของคำทับศัพท์อื่นๆ

ชนิดของคำทับศัพท์	ความถี่ของคำทับศัพท์	เป็นร้อยละ
คำทับศัพท์อื่นๆ	8	16.32
คำทับศัพท์ทั้งหมด	49	100

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำทับศัพท์อื่นๆ มีความถี่ทั้งหมด 8 คำ คิดเป็นร้อยละ 16.32 ของคำทับศัพท์ทั้งหมด

จากตัวอย่างด้านการใช้คำทับศัพท์ในวารสารประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่ามีการใช้คำทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษซึ่งยืมคำภาษาอังกฤษเข้ามาแล้วออกเสียงตรงตามเดิม ส่วนใหญ่ตรงตามราชบัณฑิตสถานซึ่งถือได้ว่าวารสารประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาษาได้ถูกต้อง รวมเป็นคำทับศัพท์ทุกวงศ์ศัพท์มีทั้งหมด 49 คำ (100%) มีการใช้คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเฉพาะของเมืองและ ประเทศมี 24 คำ (49%) มีการใช้คำทับศัพท์เป็นชื่อของสถานที่มี 2 คำ (4.08%) มีการใช้คำทับศัพท์ทางภูมิศาสตร์มี 4 คำ (8.16%) มีการใช้คำทับศัพท์สายการบินมี 2 คำ (4.08%) และมีการใช้คำทับศัพท์ที่เกี่ยวกับอาหารมี 4 คำ(8.16%) มีการใช้คำทับศัพท์หน่วยวัดเวลา ระยะทาง มี 2 คำ (4.08%)มีการใช้คำทับศัพท์ทางการแพทย์ มี 3 คำ(6.12%)และ คำทับศัพท์อื่นๆมี 8 คำ(16.32%)

จากตัวอย่างด้านการใช้คำทับศัพท์ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบ ได้ดังนี้

ตารางที่ 9 ความถี่ของวงศ์ศัพท์ของคำทับศัพท์

ชนิดของวงศ์ศัพท์ของคำทับศัพท์	ความถี่ของวงศ์ศัพท์ของคำทับศัพท์	เป็นร้อยละ
คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อประเทศและเมือง	24	49
คำทับศัพท์ที่เป็นสถานที่	2	4.08
คำทับศัพท์ทางภูมิศาสตร์	4	8.16
คำทับศัพท์สายการบิน	2	4.08
คำทับศัพท์ของอาหาร	4	8.16
คำทับศัพท์หน่วยวัดเวลา ระยะทาง	2	4.08
คำทับศัพท์ทางการแพทย์	3	6.12

คำทับศัพท์อื่นๆ	8	16.32
คำทับศัพท์ทั้งหมด	49	100.00

สรุปได้ว่าจากตารางเปรียบเทียบที่ 9 พบว่ามีการใช้คำทับศัพท์ เป็นชื่อของเมืองและประเทศมากที่สุดจะเห็นได้ว่าความถี่ทั้งหมด 24 คำ คิดเป็นร้อยละ 49 คำทับศัพท์ทั้งหมด พบว่าคำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเมืองและชื่อประเทศมีมากที่สุดในการทับศัพท์เนื่องจากการบินไทย เป็นสายการบินแห่งชาติที่ได้ทำการบินไปยังหลายเมืองหลายประเทศจะเห็นได้ว่าวารสารประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาษาในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้องตรงตามราชบัณฑิตยสถาน โดยใช้วิธีทับศัพท์แบบถอดอักษรในภาษเดิมคือ ภาษาอังกฤษ เป็นภาษาไทย

1.2 คำภาษาต่างประเทศ คือคำที่เป็นคำภาษาอื่นที่ไม่ใช่ภาษาไทย คือ ภาษาอังกฤษ ด้านคำภาษาต่างประเทศ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย การใช้คำภาษาต่างประเทศ โดยอาศัยเกณฑ์การใช้คำภาษาต่างประเทศ ของ เปรมจิต ชนะวงษ์ (2538 : 149-152) ได้กล่าวว่า การยืมคำภาษาต่างประเทศเข้ามาใช้ในภาษาไทยซึ่งมีลักษณะเป็นการใช้คำภาษาต่างประเทศ ตามรูปเดิมในลักษณะ การทับศัพท์ ซึ่งได้กล่าวรายละเอียดมาแล้ว ดังเช่น

ในเรื่องคำภาษาต่างประเทศ ผู้วิจัยวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาไทยในคำภาษาต่างประเทศ โดยจำแนกตามกลุ่มพนักงาน ดังต่อไปนี้

1.2.1 คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่าง

ตัวอย่างที่ 1

. . . ดังนั้นฝ่ายการพาณิชย์จึงได้จัดทำแผนรองรับการขยาย **Capacity** ซึ่งตามแผนงบประมาณจะขยาย ASK เพิ่มเฉลี่ยประมาณ 6% ภายใน 5 ปีโดยจะมี Destination ใหม่ๆ ที่อยู่ในระหว่างการพิจารณาโดยรายละเอียดจะนำเสนอต่อไป . . .

(“TG Update” 2546: 3)

จากตัวอย่างที่ 1 มีการใช้คำภาษาต่างประเทศ ตามรูปเดิมในลักษณะการทับศัพท์คำภาษาอังกฤษ ดังเช่น

คำว่า Capacity ในภาษาไทย คาแพซิที หมายถึงว่า ความสามารถ ในอันที่จะรองรับการขยายจุดหมายปลายทางใหม่

ความหมายตามบริบทโดยรวม เป็นแผนรองรับการขยายที่ฝ่ายการพาณิชย์ ได้จัดทำแผนรองรับการขยายความสามารถร่วมกับพนักงานกลุ่มฝ่ายช่าง ในอันที่จะรองรับการขยายจุดหมายปลายทางใหม่ที่การบินไทยได้ทำการบินไปสู่จุดจุดหมายปลายทางนั้นซึ่งความสามารถในที่นี้หมายถึงพนักงานกลุ่มฝ่ายช่าง

จากตัวอย่างด้านการใช้คำภาษาต่างประเทศในวารสารประชาสัมพันธ์“TG Update” ที่มีการใช้คำภาษาต่างประเทศเพราะต้องการจะสื่อสารไปยังเฉพาะกลุ่มฝ่ายช่างนี้เท่านั้น คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่างทั้งหมดมี 3 คำคิดเป็นร้อยละ 37.5 แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 10 ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่าง

ชนิดของคำภาษาต่างประเทศ	ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศ	เป็นร้อยละ
คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่าง	3	37.5
คำภาษาต่างประเทศทั้งหมด	8	100

จากตารางที่ 10 จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่างมีความถี่ทั้งหมด 3 คำ คิดเป็นร้อยละ 37.5 คำภาษาต่างประเทศทั้งหมดซึ่งแสดงให้เห็นว่า คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่างมีมากที่สุดในการใช้คำภาษาต่างประเทศ

1.2.2 คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายครัวการบินดังเช่น

ตัวอย่างที่ 2

. . . ผู้โดยสารที่เดินทางกับการบินไทย ในเที่ยวบินที่ออกจากกรุงเทพฯ ไปยังจุดบินในประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และประเทศในตะวันออกกลางในทุกชั้นโดยสาร จะได้รับบริการอาหารพิเศษเพิ่มเติมจากรายการอาหารปกติด้วยขนม LOG CAKE . . .

(“TG Update” 2547: 2)

จากตัวอย่างที่ 2 มีการใช้คำภาษาต่างประเทศ ตามรูปเดิมในลักษณะการทับศัพท์ คำภาษาอังกฤษ ดังเช่น

คำว่า LOG CAKE ในภาษาไทย ลอก เค้ก หมายความว่า เป็นชื่อขนมคริสต์มาส เค้กเพื่อฉลองในเทศกาลคริสต์มาสซึ่งลักษณะของลอกเค้กจะทำลักษณะคล้ายท่อนไม้ แต่งหน้าด้วย ช็อกโกแลตเป็นลายไม้และตกแต่งเป็นรูปดอกไม้คริสต์มาสสีแดง

ความหมายตามบริบทโดยรวมเป็นโครงการที่จัดขึ้นเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยว มาใช้บริการของการบินไทยโดยผู้โดยสารที่เดินทางกับการบินไทยในเที่ยวบินที่ออกจากกรุงเทพฯ ไป ยังจุดบินในประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และประเทศในตะวันออกกลางในทุกชั้น โดยสาร จะได้รับบริการอาหารพิเศษเพิ่มเติมจากรายการอาหารปกติด้วยขนม LOG CAKE หมายความว่า เป็นชื่อขนมคริสต์มาสเค้กเพื่อฉลองในเทศกาลคริสต์มาสซึ่งลักษณะของลอกเค้กจะทำลักษณะคล้าย ท่อนไม้ แต่งหน้าด้วยช็อกโกแลต เป็นลายไม้ และตกแต่งเป็นรูปดอกไม้คริสต์มาสสีแดง

จากตัวอย่างด้านการใช้คำภาษาต่างประเทศในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ที่มีการใช้คำภาษาต่างประเทศเพราะต้องการจะสื่อสารไปยังเฉพาะกลุ่มนี้เท่านั้นทำให้ง่าย และสะดวกในการใช้คำที่จะติดต่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย

จากตัวอย่างด้านการใช้คำภาษาต่างประเทศในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ที่มีการใช้คำภาษาต่างประเทศเพราะต้องการจะสื่อสารไปยังเฉพาะกลุ่มฝ่าย ครีว การบินนี้เท่านั้น คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายครีวการบินทั้งหมดมี 2 คำคิดเป็น ร้อยละ 25 แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 11 ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายครีวการบิน

ชนิดของคำภาษาต่างประเทศ	ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศ	เป็นร้อยละ
คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายครีวการบิน	2	25
คำภาษาต่างประเทศ ทั้งหมด	8	100

จากตารางที่ 11 จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายครีวการบินมีความถี่ทั้งหมด 2 คำ คิดเป็นร้อยละ 25 คำภาษาต่างประเทศทั้งหมดซึ่งแสดงให้เห็นว่า คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายครีวการบินมีน้อยกว่าคำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่าง

1.2.3 คำภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังเช่น

ตัวอย่างที่ 3

... หลังจากเหตุการณ์นี้ผมหวังว่าการบินไทยจะเป็นองค์กรหนึ่งที่มีส่วนช่วยในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยการเชิญชวนและนำนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉพาะทางภาคใต้ จนกระทั่งกลับเข้าสู่ภาวะปกติ โดยการบินไทยได้ริเริ่มโครงการ **Southern Thailand Recover** และโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการเดินทางเข้ามายังประเทศไทยให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ...

(“TG Update” 2548: 1)

จากตัวอย่างที่ 3 มีการใช้คำภาษาต่างประเทศ ตามรูปเดิมในลักษณะการทับศัพท์ คำภาษาอังกฤษ ดังเช่น

คำว่า Southern ในภาษาไทยเขาเรียก เซิร์น หมายความว่า ทางใต้คือแหล่งท่องเที่ยวที่ค้นพบใหม่ทางตอนใต้ของประเทศไทย

คำว่า Thailand ในภาษาไทย ไทแลนด์ หมายความว่า ประเทศไทย ที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยแหล่งท่องเที่ยว

คำว่า Recover ในภาษาไทย รีคัพ เวอะ หมายความว่า ค้นพบใหม่ คือแหล่งท่องเที่ยวที่ค้นพบใหม่ทางตอนใต้ของประเทศไทย

ความหมายตามบริบทโดยรวมเป็นโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว ที่ ค้นพบใหม่ทางตอนใต้ของประเทศไทยและการบินไทยจะเป็นองค์กรหนึ่งที่มีส่วนช่วย ในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากตัวอย่างด้านการใช้คำภาษาต่างประเทศในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ที่มีการ ใช้คำภาษาต่างประเทศเพราะต้องการจะสื่อสารไปยังเฉพาะกลุ่ม เท่านั้นทำให้ง่าย และสะดวก ในการใช้คำที่จะติดต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวกับโครงการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว คำ ภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งหมดมี 3 คำคิดเป็นร้อยละ 37.5 แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 12 ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ชนิดของคำภาษาต่างประเทศ	ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศ	เป็นร้อยละ
คำภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว	3	37.5
คำภาษาต่างประเทศ ทั้งหมด	8	100

จากตารางที่ 12 จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความถี่ทั้งหมด 3 คำ คิดเป็นร้อยละ 37.5 คำภาษาต่างประเทศทั้งหมดซึ่งแสดงให้เห็นว่า คำภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีจำนวนคำเท่ากับคำ ภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่าง

จากตัวอย่างด้านการใช้คำภาษาต่างประเทศในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ข้างต้นจะเห็นได้ว่าใช้รูปภาษาคงเดิม ที่ใช้คำภาษาต่างประเทศ

เพราะว่าเป็นวารสารที่ต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มซึ่งถือได้ว่าวารสารประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาษาได้ถูกต้อง รวมเป็นคำภาษาต่างประเทศมีทั้งหมด 8 คำ (100%) มีการใช้คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่างมี 3 คำ (37.5%) มีการใช้คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายครีเอทีฟมี 2 คำ (25%) มีการใช้คำภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวมี 3 คำ (37.5%)

จากตัวอย่างด้านการใช้คำภาษาต่างประเทศในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบ ได้ดังนี้

ตารางที่ 13 ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศ

ชนิดของคำภาษาต่างประเทศ	ความถี่ของคำภาษาต่างประเทศ	เป็นร้อยละ
คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่าง	3	37.5
คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายครีเอทีฟ	2	25.0
คำภาษาต่างประเทศเกี่ยวกับ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว	3	37.5
คำภาษาต่างประเทศทั้งหมด	8	100

สรุปได้ว่าจากตารางเปรียบเทียบที่ 13 พบว่ามีการใช้คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายช่างมากที่สุดจะเห็นได้ว่าความถี่ทั้งหมด 3 คำ คิดเป็นร้อยละ 37.5 เท่ากับคำภาษาต่างประเทศเกี่ยวกับ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วน คำภาษาต่างประเทศเฉพาะพนักงานกลุ่มฝ่ายครีเอทีฟมี ความถี่ทั้งหมด 2 คำ คิดเป็นร้อยละ 25 มีการใช้คำภาษาต่างประเทศตามรูปเดิมในลักษณะการทับศัพท์คำ ภาษาอังกฤษ

1.3 คำย่อและคำตัด คำย่อ คือ การลดรูปของคำหรือการทำให้คำนั้นสั้นลง โดยทั่วไปการย่อคำจะปรากฏในรูปของ พยัญชนะหนึ่งตัวตามด้วยเครื่องหมายมหัพภาค (.) เช่น พ.ศ. ย่อมาจากพุทธศักราช ต. ย่อมาจาก ตำบล เป็นต้น คำตัด คือ การตัดหรือลดรูปของคำให้เหลือน้อยกว่าคำเดิมเพื่อให้พยางค์สั้นเข้า โดยทั่วไปจะเป็นประโยชน์ในกรณีที่ต้องใช้คำเต็มบ่อยๆ และเพื่อหลีกเลี่ยงการพูดซ้ำคำเดิม จึงใช้การตัดคำเพื่อคำนั้นสั้นลง เช่น กรมฯ จุฬาฯ เป็นต้น ด้านคำย่อและคำตัด ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย การใช้คำย่อและคำตัด โดยอาศัยเกณฑ์การใช้คำย่อและคำตัดของ ปรีชา ช่างขวัญยืน (2525: 188-189) และหลายๆท่านซึ่งได้กล่าวรายละเอียดมาแล้ว ดังเช่น

ตัวอย่างที่ 1

. . . สรุปผลสำรวจการศึกษาผลกระทบต่อพนักงานกรณีย้ายฐานปฏิบัติงานฯ ซึ่งการบินไทยได้ว่าจ้าง ABAC ได้ทำการแจกแบบสอบถามแก่พนักงานทุกคน . . .

(“TG Update” 2547: 3)

จากตัวอย่างที่ 1 มีการใช้คำย่อ ดังเช่น

คำว่า ABAC หมายถึง ASSUMPTION BUSINESS ADMINISTRATION COLLEGE (มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ) คำย่อนี้เป็นชื่อเฉพาะของ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญซึ่งใช้ตาม เจ้าของหน่วยงานเขาใช้แบบนี้เป็นที่เข้าใจกันแล้ว
หลักการทำให้คำนั้นสั้นลง โดยทั่วไปการย่อคำจะปรากฏในรูปของ พยัญชนะหนึ่งตัวตาม ด้วยเครื่องหมายมหัพภาค (.) โดยอาศัยเกณฑ์การใช้คำย่อ ของ ปรีชา ช่างขวัญยืน (2525: 188-189)

ตัวอย่างที่ 2

. . . ด่วน. . . ครส. อนุมัติการปรับเงินเดือนและการจ่ายเงินย้อนหลังแล้วคณะทำงานฯ เร่งดำเนินการอย่างเต็มที่เข้า ครม. . . .

(“TG Update” 2548: 4)

จากตัวอย่างที่ 2 มีการใช้คำย่อ ดังเช่น

คำว่า ครส. หมายถึง คณะกรรมการแรงงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ คำย่อนี้เป็นชื่อเฉพาะใช้ตามเจ้าของ หน่วยงานเขาใช้แบบนี้เป็นที่เข้าใจกันแล้ว
หลักการทำให้คำนั้นสั้นลง โดยทั่วไปการย่อคำจะปรากฏในรูปของ พยัญชนะหนึ่งตัวตาม ด้วยเครื่องหมายมหัพภาค (.) โดยอาศัยเกณฑ์การใช้คำย่อ ของ ปรีชา ช่างขวัญยืน (2525: 188-189)

ตัวอย่างที่ 3

... ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ตั้งอยู่บนถนนบางนา – ตราด กม. 15 อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีพื้นที่รวมประมาณ 20,000 ไร่ โดยการบินไทยได้บันทึกข้อตกลงกับบริษัททำอากาศยาน จำกัด (มหาชน) ให้บริษัทฯ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ เป็นระยะเวลา 30 ปี ในพื้นที่ประมาณ 5 แสนตารางเมตร หรือกว่า 300 ไร่ ...

(“TG Update” 2548: 4)

จากตัวอย่างที่ 3 มีการใช้คำย่อและคำตัด ดังเช่น

คำว่า กม. หมายถึง กิโลเมตร คำย่อนี้เป็นชื่อเฉพาะใช้วัดระยะทางใช้ตามกันมานานแล้วเขาใช้แบบนี้เป็นที่เข้าใจกันแล้ว
หลักการทำให้ค่านั้นสั้นลง โดยทั่วไปการย่อคำจะปรากฏในรูปของ พยัญชนะหนึ่งตัวตาม ด้วยเครื่องหมายหัพภาค (.) โดยอาศัยเกณฑ์การใช้คำย่อ ของ ปรีชา ช้างขวัญยืน (2525: 188-189)

คำว่า บริษัทฯ หมายถึง บริษัทการบินไทย คำตัดนี้เป็นการตัดหรือลดรูปของคำให้เหลือน้อยกว่าคำเดิม เพื่อให้พยางค์สั้นเข้า โดยทั่วไปจะเป็นประโยชน์ในกรณีที่ต้องใช้คำเต็มบ่อยๆ และเพื่อหลีกเลี่ยงการพูดซ้ำคำเดิม จึงใช้การตัดคำเพื่อค่านั้นสั้นลง คำตัดนี้เป็นชื่อ เฉพาะใช้ตามเจ้าของหน่วยงานเขาใช้แบบนี้เป็นที่เข้าใจกันแล้ว
หลักการทำให้ค่านั้นสั้นลง โดยทั่วไปการตัดคำจะปรากฏในรูปของ คำหนึ่งตัวตามด้วยเครื่องหมายไปยาลน้อย(๗) โดยอาศัยเกณฑ์การใช้คำตัด ของ ปรีชา ช้างขวัญยืน (2525: 188- 189)

จากตัวอย่างด้านการใช้คำย่อและคำตัดในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ช้างต้น เป็นคำย่อและคำตัดที่คนทั่วไปรู้จักและใช้กันในสังคมอยู่แล้ว ทำให้ง่ายแก่การเข้าใจโดยไม่ต้องอธิบายเพิ่มเติมซึ่งการใช้คำย่อและคำตัดในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้คำย่อของหน่วยงานของรัฐ

1.4 คำเฉพาะอาชีพ คือภาษาที่ใช้สื่อสารเข้าใจกันในหมู่มนุษย์บางกลุ่มเพราะไม่สามารถให้คนทั้งประเทศเข้าใจตรงกันได้ ด้านคำเฉพาะอาชีพ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย การใช้ คำเฉพาะอาชีพโดยอาศัยเกณฑ์การใช้ คำเฉพาะอาชีพ ของ พนมพร นิรันดร์วิ และ เทพี จรัสจรวงเกียรติ (2538: 49) ได้กล่าวไว้ว่าคำศัพท์เฉพาะอาชีพ คือศัพท์ที่ใช้เฉพาะวงการ หรือเฉพาะผู้ที่ศึกษาวิชาการแขนงนั้นๆ เช่น ศัพท์ทางจิตวิทยา ศัพท์ทางการแพทย์ ศัพท์ทางการศึกษา ศัพท์ทางวิทยาศาสตร์ ฯลฯ คนทั่วไป อาจไม่เข้าใจความหมายได้ ซึ่งได้กล่าวรายละเอียดมาแล้ว ดังเช่น

ตัวอย่างที่ 1

... **CR** จัดเทศกาลของขวัญแสนอร่อยระหว่างวันที่ 20 ธันวาคม 2542 – 5 มกราคม 2543 ณ ห้องขอบคุณ เราขอมอบของขวัญด้วยผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ PUFF & PIE ราคาตั้งแต่ 250 บาทขึ้นไป...

(“TG Update” 2542 : 3)

จากตัวอย่างที่ 1 มีการใช้คำเฉพาะอาชีพ ดังเช่น

คำว่า **CR** หมายถึง เป็นตำแหน่ง **DIRECTOR OF RESTAURANT AND CATERING SERVICE DEPARTMENT** ผู้อำนวยการฝ่ายภัตตาคารและโภชนาการภายในประเทศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งคำว่า **CR** เป็นคำเฉพาะอาชีพ ที่ใช้เรียกแทน ผู้อำนวยการฝ่ายภัตตาคารและโภชนาการภายในประเทศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เข้าใจในหมู่มนุษย์บางกลุ่มก็คือพนักงานการบินไทยเท่านั้น แต่ไม่สามารถให้คนทั้งประเทศเข้าใจตรงกันได้และคำว่า **CR** ไม่ได้เป็นคำย่อที่ย่อมาจากคำภาษาอังกฤษ เหมือนคำทั่วไป เหตุผลที่ใช้คำว่า **CR** เพราะว่าเป็นคำที่สั้น และ ง่ายต่อการจดจำ

ตัวอย่างที่ 2

... **DD/กนก อภิรดี** เป็นประธานจัดงานในเทศกาลคริสตมาสของกลุ่มคริสตชนการบินไทย...

(“TG Update” 2548: 1)

จากตัวอย่างที่ 2 มีการใช้คำเฉพาะอาชีพ ดังเช่น

คำว่า DD หมายถึง เป็นตำแหน่ง President กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งคำว่า DD เป็นคำเฉพาะอาชีพที่ใช้เรียกแทน ผู้อำนวยการใหญ่ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เข้าใจในหมู่คนเพียงบางกลุ่มก็คือกลุ่ม พนักงานการบินไทย เท่านั้นแต่ไม่ สามารถให้คนทั้งประเทศเข้าใจตรงกันได้และคำว่า DD ไม่ได้เป็นคำย่อที่ย่อ มาจากคำภาษาอังกฤษเหมือนคำทั่วไป เหตุผลที่ใช้คำว่า DD เพราะว่าเป็นคำที่สั้นและ ง่ายต่อการ จดจำ

ตัวอย่างที่ 3

... เพื่อสร้างความประทับใจอย่างไม่รู้ลืมในทุกจุดบริการให้กับผู้โดยสารทุกท่านนับตั้งแต่ จุดที่ผู้โดยสารที่ติดต่อจนถึงจุดหมายปลายทางในลักษณะของการให้บริการแบบครบวงจร บนแนวคิด 3 มิติ คือ เชื้อถือ เป็นสากล และ **THAI TOUCH** ...

(“TG Update” 2548 : 1)

จากตัวอย่างที่ 3 มีการใช้คำเฉพาะอาชีพ ดังเช่น

คำว่า THAI TOUCH หมายถึง มีเสน่ห์แบบไทย เป็นการบริการเพื่อสร้างความประทับใจ อย่างไม่รู้ลืมในทุกจุดบริการให้กับผู้โดยสารทุกท่านของบริษัทการบินไทยซึ่งคำว่า THAI TOUCH เป็นคำเฉพาะอาชีพที่เข้าใจในหมู่คนเพียงบางกลุ่มก็คือ กลุ่มพนักงานการบินไทยเท่านั้นแต่ไม่ สามารถให้คนทั้งประเทศเข้าใจตรงกันได้เหตุผลที่ใช้ คำว่า THAI TOUCH เพราะว่าเป็น คำที่สั้น และ ง่ายต่อการจดจำ

จากตัวอย่างด้านการใช้คำเฉพาะอาชีพ ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ข้างต้น คำว่า คำเฉพาะอาชีพ ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่ยากเกินไปสำหรับคน ทั่วไปที่ยังไม่รู้จักรู้ ไม่คุ้นเคยกับคำเฉพาะอาชีพ บางคำดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นและใช้กันไม่ แพร่หลายในสังคมซึ่งอาจจะทำให้ยากแก่การเข้าใจและใช้กันในเฉพาะคนบางกลุ่มเท่านั้น

สรุปได้ว่าการใช้คำที่พบในวารสารประชาสัมพันธ์จะเป็นคำทับศัพท์ มากที่สุดและอันดับรองลงมาคำเฉพาะอาชีพและอันดับที่ สามคือคำภาษาต่างประเทศซึ่งเป็นภาษาที่ใช้สื่อสารเข้าใจกันในหมู่นักเฉพาะพนักงานการบินไทยเท่านั้น

2. การใช้ประโยค

ประโยคคือกลุ่มของคำที่มีใจความครบบริบูรณ์และมีความกระชับ ในด้านความหมาย การใช้ประโยค ในภาษาไทย ได้มีผู้ศึกษาหลายท่านและจำแนกประเภทของประโยคโดยใช้หลักเกณฑ์ในการแบ่งที่แตกต่างกันไปผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การศึกษาของการใช้ประโยค โดยอาศัยเกณฑ์การใช้ประโยคของนววรรณ พันธุเมธา (2527: 112-119) จากหนังสือไวยากรณ์ซึ่ง นววรรณ พันธุเมธาได้กล่าวถึงประโยคแบ่งได้ 3 ลักษณะดังได้กล่าวมาแล้ว

ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงประโยคที่พบในวารสารประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็นประเภทต่างๆ สรุปได้ดังนี้

2.1 ประโยคความเดียว คือ ประโยคที่มีหน่วยกริยา 1 หน่วย มีหน่วยนาม 1 หน่วย หรือมากกว่านั้น และอาจจะมีหน่วยเสริมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้

ในเรื่องประโยคความเดียว ผู้วิจัยวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาไทยใน ประโยคความเดียวดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

... การบินไทย / เปิด / เส้นทางบิน / ใหม่ ...

(“TG Update” 2542: 1)

จากตัวอย่างที่ 1 การบินไทย เปิดเส้นทางบินใหม่ เป็น ประโยคความเดียว

วิเคราะห์ตามเกณฑ์ได้ดังนี้คือ เปิด.....ใหม่ เป็น หน่วยกริยา 1 หน่วยที่ทำหน้าที่เป็นกริยา

การบินไทย	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ หน้าที่เป็นประธาน
-----------	------	--

เส้นทางบิน	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ หน้าที่เป็นกรรม
------------	------	--

ใหม่	เป็น	หน่วยเสริมกริยา
------	------	-----------------

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าประโยคความเดียวในวารสารประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยประธานกริยา กรรม และหน่วยเสริม

ตัวอย่างที่ 2

...การบินไทย / เปิด / สำนักงานขาย ...

(“TG Update” 2544 : 3)

จากตัวอย่างที่ 2 การบินไทยเปิดสำนักงานขาย เป็นประโยคความเดียว

วิเคราะห์ตามเกณฑ์ได้ดังนี้คือ	เปิด	เป็น	หน่วยกริยา 1 หน่วยที่ทำ หน้าที่เป็นกริยา
-------------------------------	------	------	---

การบินไทย	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ หน้าที่เป็นประธาน
-----------	------	--

สำนักงานขาย	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ หน้าที่เป็นกรรม
-------------	------	--

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าประโยคความเดียวในวารสารประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยประธานกริยา กรรม

ตัวอย่างที่ 3

... การบินไทย / เพิ่ม / เที่ยวบิน / ภายในประเทศ ...

(“TG Update” 2546: 5)

จากตัวอย่างที่ 3 . การบินไทย เพิ่มเที่ยวบินภายในประเทศ เป็น ประโยคความเดียว

วิเคราะห์ตามเกณฑ์ได้ดังนี้คือ	เพิ่ม	เป็น	หน่วยกริยา 1 หน่วยที่ทำหน้าที่เป็นกริยา
	การบินไทย	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำหน้าที่เป็นประธาน
	เที่ยวบิน	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำหน้าที่เป็นกรรม
	ภายในประเทศ	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำหน้าที่ เป็นหน่วยเสริม

จากตัวอย่างสรุปได้ว่า ประโยคความเดียวในวารสารประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยประธานกริยา กรรม และ หน่วยเสริม

จากตัวอย่างด้านการใช้ประโยคความเดียวในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ข้างต้น พบประโยคความเดียว 10 ประโยคคิดเป็นร้อยละ 30.3 จากประโยคทั้งหมด 33 ประโยคซึ่งถือว่าวารสารประชาสัมพันธ์เขียนประโยคความเดียวที่มีใจความสมบูรณ์มีประธาน-กริยา-กรรม-ส่วนเสริม อ่านแล้วเข้าใจง่ายและเห็นภาพคล้อยตามได้อย่างถูกต้องตามแนวทางของ นววรรณ แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 14 ความถี่ของประโยคความเดียว

ชนิดของประโยค	ความถี่ของประโยค	เป็นร้อยละ
ประโยคความเดียว	10	30.3
ประโยคทั้งหมด	33	100

จากตารางที่ 14 จะเห็นได้ว่าความถี่ของประโยคความเดียวมีความถี่ทั้งหมด 10 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 30.3 ของประโยคทั้งหมด

2.2 ประโยคความรวม คือ ประโยคที่มีหน่วยกริยาตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป มีหน่วยนาม 1 หน่วย หรือมากกว่านั้น และอาจมีหน่วยเสริมและหน่วยเชื่อมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้

ในเรื่องประโยคความรวม ผู้วิจัยวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาไทยใน ประโยคความรวม ดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

...บริษัทการบินไทยเป็นบริษัทที่ใหญ่ และมีลักษณะงานหลากหลาย...

(“TG Update” 2542: 2)

จากตัวอย่างที่ 1 เป็นประโยคความรวมที่มีคำว่า และ เป็นหน่วยเชื่อม และสามารถแยก เป็นประโยคความเดียวได้ 2 ประโยคดังนี้คือ

ประโยคความเดียวประโยคที่ 1. คือ บริษัทการบินไทยเป็นบริษัทที่ใหญ่

ประโยคความเดียวประโยคที่ 2. คือ บริษัทการบินไทยมีลักษณะงานหลากหลาย

วิเคราะห์ตามเกณฑ์ได้ดังนี้คือ เป็น และ มี เป็น หน่วยกริยา 2 หน่วยที่ทำหน้าที่เป็นกริยา

บริษัทการบินไทย เป็น หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ
หน้าที่เป็นประธาน

บริษัท และ ลักษณะงาน เป็น หน่วยนาม 2 หน่วยที่ทำ
หน้าที่เป็นกรรม

ที่ใหญ่ และ หลากหลาย เป็น หน่วยเสริม

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าประโยคความรวมนี้ละประธานในประโยคที่ 2 เป็นประโยคความรวมที่มีคำว่า และ เป็นหน่วยเชื่อม

ตัวอย่างที่ 2

... บริษัทฯ กำลังปรับปรุงที่นั่งและอุปกรณ์เพิ่มความสะดวกสบาย...

(“TG Update” 2542: 1)

จากตัวอย่างที่ 2 เป็นประโยคความรวมที่มีคำว่า และ เป็นหน่วยเชื่อม และสามารถแยกเป็นประโยคความเดียวได้ 2 ประโยคดังนี้คือ

ประโยคความเดียวประโยคที่ 1. คือ บริษัทฯ กำลังปรับปรุงที่นั่ง

ประโยคความเดียวประโยคที่ 2. คือ กำลังปรับปรุงอุปกรณ์เพิ่มความสะดวกสบาย

วิเคราะห์ตามเกณฑ์ได้ดังนี้คือ กำลังปรับปรุง เป็น หน่วยกริยา 1 หน่วยที่ทำ
หน้าที่เป็นกริยาร่วม

บริษัทฯ เป็น หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ
หน้าที่เป็นประธาน

อุปกรณ์ และ ที่นั่ง เป็น หน่วยนาม 2 หน่วยที่ทำ
หน้าที่เป็นกรรม

ความสะดวกสบาย เป็น หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ
หน้าที่ เป็นหน่วยเสริม

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าประโยคความรวมนี้ละกริยาในประโยคที่ 2 เป็นประโยคความรวมที่มีคำว่า และ เป็นหน่วยเชื่อม

ตัวอย่างที่ 3

... ผมชื่นชมและประทับใจในการทำงานของพวกท่าน เป็นอย่างมาก...

(“TG Update” 2543: 1)

จากตัวอย่างที่ 3 เป็นประโยคความรวมที่มีคำว่า และ เป็นหน่วยเชื่อม และสามารถแยกเป็นประโยคความเดียวได้ 2 ประโยคดังนี้คือ

ประโยคความเดียวประโยคที่ 1. คือ ผมชื่นชมในการทำงานของพวกท่านเป็นอย่างมาก

ประโยคความเดียวประโยคที่ 2. คือผมประทับใจในการทำงานของพวกท่านเป็นอย่างมาก

วิเคราะห์ตามเกณฑ์ได้ดังนี้คือ ชื่นชมในและ
ประทับใจใน เป็น หน่วยกริยา 2 หน่วย
ที่ทำหน้าที่เป็นกริยา

ผม เป็น หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ
หน้าที่เป็นประธานร่วม

การทำงาน เป็น หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ
หน้าที่เป็นกรรม

ของพวกท่านเป็นอย่างมาก เป็น หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ
หน้าที่หน่วยเสริม

จากตัวอย่างสรุปได้ว่าประโยคความรวมนี้ละประธานในประโยคที่ 2 เป็นประโยคความรวมที่มีคำว่า และ เป็นหน่วยเชื่อม

จากตัวอย่างด้านการใช้ประโยคความรวมในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ข้างต้น พบประโยคความรวม 10 ประโยคคิดเป็นร้อยละ 30.3 จากประโยคทั้งหมด 33 ประโยคซึ่งถือว่าวารสารประชาสัมพันธ์เขียนประโยคความรวมที่มีใจความสมบูรณ์มีประโยคความรวมบางประโยคมีประธานร่วม ประโยคความรวมบางประโยคมีกริยาร่วม และมีคำว่า และ เป็นตัวเชื่อม แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 15 ความถี่ของประโยคความรวม

ชนิดของประโยค	ความถี่ของประโยค	เป็นร้อยละ
ประโยคความรวม	10	30.3
ประโยคทั้งหมด	33	100

จากตารางที่ 15 จะเห็นได้ว่าความถี่ของประโยคความรวม มีความถี่ทั้งหมด 10 ประโยคคิดเป็นร้อยละ 30.3 ของประโยคทั้งหมด

จากตัวอย่างด้านการใช้ประโยคความรวมในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ข้างต้นส่วนมากจะ เป็นประโยคความรวมที่มีหน่วยเชื่อมคำว่า และ เป็นหน่วยเชื่อมและมีคำว่า จึง แต่ เพราะ เป็นหน่วยเชื่อมน้อยมาก ที่ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างมา ทำการศึกษาวิจัยวิเคราะห์อย่างละเอียดสามารถอ่าน ประโยคความรวมเข้าใจได้ง่าย และเห็นภาพคล้อยตามได้อย่างถูกต้องเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไปในภายภาคหน้า

2.3 ประโยคความซ้อน คือ ประโยคที่มีหน่วยกริยา 1 หน่วย มีหน่วยนาม 1 หน่วย หรือมากกว่านั้นและอาจจะมีหน่วยเสริมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้ เช่นเดียวกับประโยคความเดียว ต่างกันที่ตรงหน่วยขยายของหน่วยนามหรือหน่วยกริยาในประโยคความซ้อนไม่ใช่คำแต่เป็นประโยค

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ตัวอย่างที่ 1

. . . ผู้ที่จะเข้ามาเป็นผู้นำในขณะนี้ ต้องเป็นที่ยอมรับของพนักงาน ประชาชน และ สื่อมวลชน ...

(“TG Update” 2544: 1)

- จากตัวอย่างที่ 1 สามารถแยกเป็นประโยคความเดียวได้ 2 ประโยควิเคราะห์ตามเกณฑ์ได้ ดังนี้คือ

1. ประโยคความเดียวหลัก คือ ผู้..... ต้องเป็นที่ยอมรับของ..... พนักงาน ประชาชน และ สื่อมวลชน

วิเคราะห์ตามเกณฑ์ได้ดังนี้คือต้องเป็นที่ยอมรับของเป็น	หน่วยกริยา 1 หน่วยที่ทำ
	หน้าที่เป็นกริยา
ผู้	เป็น หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ
	หน้าที่เป็นประธาน
พนักงาน ประชาชน และ สื่อมวลชน	เป็น หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ
	หน้าที่เป็นกรรม

2. ประโยคความเดียวเสริม คือ ที่จะเข้ามาเป็นผู้นำในขณะนี้ เป็น ประโยคความเดียวเสริม ขยายในหน่วยนาม ของ คำว่า ผู้

ผู้	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ
		หน้าที่เป็นประธาน
จะเข้ามาเป็น	เป็น	หน่วยกริยา 1 หน่วยที่ทำ
		หน้าที่เป็นกริยา
ผู้นำ	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำ
		หน้าที่เป็นกรรม
ในขณะนี้	เป็น	หน่วยเสริม

ตัวอย่างที่ 3

... พนักงานต้อนรับภาคพื้นแห่งประเทศไทยที่ตัดจากผ้าไหมไทยไว้ต้อนรับ ...

(“TG Update” 2548: 4)

- จากตัวอย่างที่ 3 สามารถแยกเป็นประโยคความเดียวได้ 2 ประโยควิเคราะห์ตามเกณฑ์ได้ ดังนี้คือ

1. ประโยคความเดียวหลัก คือ พนักงานต้อนรับภาคพื้นแห่งประเทศไทยไว้ต้อนรับ

วิเคราะห์ตามเกณฑ์ได้ดังนี้คือแต่ง และ ไว้ต้อนรับ เป็น หน่วยกริยา 2 หน่วยที่ทำหน้าที่เป็นกริยา

พนักงานต้อนรับภาคพื้น	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำหน้าที่เป็นประธาน
ชุดไทย	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำหน้าที่เป็นกรรม
ไว้ต้อนรับ	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยเสริม

2. ประโยคความเดียวเสริม คือ ที่ตัดจากผ้าไหมไทย เป็นประโยคความเดียวเสริมขยายในหน่วยนามของ คำว่า ชุดไทย

ชุดไทย	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำหน้าที่เป็นประธาน
ตัด	เป็น	หน่วยนาม 1 หน่วยที่ทำหน้าที่เป็นกริยา
จากผ้าไหมไทย	เป็น	หน่วยเสริม

จากตัวอย่างด้านการใช้ประโยคความซ้อนในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ข้างต้นส่วนมากจะเป็น เป็นประโยคความซ้อนที่มีทั้ง ประโยคความซ้อนที่มีประโยคขยายในหน่วยนาม และประโยคความซ้อนที่มีประโยคขยายในหน่วยกริยา พบประโยคความซ้อนมีทั้งหมด 13 ประโยคคิดเป็นร้อยละ 39.4 จากประโยคทั้งหมด 33 ประโยค แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 16 ความถี่ของประโยคความซ้อน

ชนิดของประโยค	ความถี่ของประโยค	เป็นร้อยละ
ประโยคความซ้อน	13	39.4
ประโยคทั้งหมด	33	100

จากตารางที่ 16 จะเห็นได้ว่าความถี่ของประโยคความซ้อนมีความถี่ทั้งหมด 13 คำ คิดเป็นร้อยละ 39.4 ของประโยคทั้งหมด

ดังนั้นจากตัวอย่างด้านการใช้ประโยคในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ข้างต้นดังกล่าวส่วนมากจะเป็นประโยคความซ้อน

จากตัวอย่างด้านการใช้ประโยคในวารสารประชาสัมพันธ์ รวมเป็นประโยคมีทั้งหมด 33 ประโยค(100%) มีการใช้ประโยคความเดียวมี 10 ประโยค (30.3%) มีการใช้ประโยคความรวมมี 10 ประโยค (30.3%) มีการใช้ประโยคความซ้อนมี 13 ประโยค (39.4%) พบว่ามีการใช้ประโยคความซ้อนมากที่สุด

จากตัวอย่างด้านการใช้ประโยคในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบ ได้ดังนี้

ตารางที่ 17 ความถี่ของประโยค

ชนิดของประโยค	ความถี่ของประโยค	เป็นร้อยละ
ประโยคความเดียว	10	30.3
ประโยคความรวม	10	30.3
ประโยคความซ้อน	13	39.4
ประโยคทั้งหมด	33	100.00

จากตารางที่ 17 ด้านการใช้ประโยคในวารสารประชาสัมพันธ์ รวมเป็นประโยคมีทั้งหมด 33 ประโยค(100%) มีการใช้ประโยคความเดียวมี 10 ประโยค (30.3%) มีการใช้ประโยคความรวม

10 ประโยค (30.3%) มีการใช้ประโยคความซ้อนมี 13 ประโยค (39.4%) พบว่ามีการใช้ประโยคความซ้อนมากที่สุด

3. การใช้โวหาร

ลักษณะ โทวิวัฒน์และพรทิพย์ ไชยรัตน์ (2537: 1-4) ได้กล่าวถึงการใช้โวหาร สรุปได้ว่าการใช้โวหารคือการใช้ถ้อยคำอย่างมีชั้นเชิง ให้ได้เนื้อความใจความที่ดี ความหมายแจ่มแจ้งชัดเจน ตรงตามที่ต้องการถ่ายทอดความรู้ ความคิด ประสบการณ์ จินตนาการและอื่น ๆ ให้ผู้อ่านทราบ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การศึกษาของการใช้โวหารโดยอาศัยเกณฑ์การใช้โวหารของลักษณะ โทวิวัฒน์และพรทิพย์ ไชยรัตน์ (2537: 1-4) จากหนังสือการใช้ภาษาไทย 2 ซึ่ง ลักษณะ โทวิวัฒน์และพรทิพย์ ไชยรัตน์ ได้กล่าวถึงโวหารแบ่งได้ 5 ลักษณะดังนี้ คือ

3.1 บรรยายโวหาร หรือ อธิบายโวหาร หมายถึง การเขียนบรรยายให้ผู้อ่านทราบถึงเรื่องราว ประสบการณ์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นเรื่องที่ผู้เขียนประสบ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายใช้คำน้อยแต่กินความมาก ให้ความสนใจให้ผู้อ่านติดตามอ่าน งานเขียนชนิดบรรยายโวหาร เช่น นิทาน เล่าเรื่อง เล่าเหตุการณ์ ประวัติ ชีวประวัติ ตำนาน จดหมายเหตุต่างๆ บทความ การบรรยายฉาก เป็นต้น

ตัวอย่างที่ 1

. . . การบินไทยจัดเลี้ยงสังสรรค์นักกีฬาเฟสติกเกมส์และเยาวชนผู้พิการชาวไทยกว่า 1,500 คน เพื่อเป็นการส่งเสริม และให้กำลังใจแก่นักกีฬาผู้พิการทุกคนที่ทำการแข่งขันกีฬาเฟสติกเกมส์ครั้งที่ 7 และแสดงถึงพลังความสามารถของนักกีฬาคณพิการ . . .

(“TG Update” 2542 : 3)

จากตัวอย่างที่ 1 เป็นบรรยายโวหารประเภทเล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงให้ผู้อ่านทราบถึงเรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงที่การบินไทยจัดเลี้ยงสังสรรค์นักกีฬาเฟสติกเกมส์ และเยาวชนผู้พิการชาวไทยกว่า 1,500 คน เพื่อเป็นการส่งเสริม และให้กำลังใจแก่นักกีฬาผู้ พิการทุกคนที่ทำการแข่งขันกีฬา เฟสติกเกมส์ครั้งที่ 7 และแสดงถึงพลังความสามารถ ของนักกีฬาคณพิการ และ เป็นการใช้ถ้อยคำอย่างตรงไปตรงมา อ่านเข้าใจง่าย

ตัวอย่างที่ 2

. . . การบินไทยร่วมออกร้านในงานกาชาดประจำปี 2547 โดยมีการเล่นเกมชิงรางวัลบัตรโดยสารเครื่องบินการจำหน่ายสินค้าราคาลดพิเศษ 10-50% จากร้าน THAI Shop และเบเกอรี่ของร้านฟู้ แอนด์ พาย ระหว่าง วันที่ 29 มีนาคม ถึง 6 เมษายน ที่ผ่านมา ณ บริเวณลานพระบรมรูปทรงม้า . . .

(“TG Update” 2548 : 4)

จากตัวอย่างที่ 2 เป็นบรรยายโวหารประเภทเล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงให้ผู้อ่านทราบถึงเรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงที่การบินไทยร่วมออกร้านในงานกาชาดประจำปี 2547 ใช้ถ้อยคำอย่างตรงไปตรงมา อ่านเข้าใจง่าย

ตัวอย่างที่ 3

. . . ฝ่ายบริหารและคณะกรรมการสมาคมสโมสรพนักงานการบินไทย จัดพิธีสงฆ์ พระพุทธรูปประจำ บริษัทฯ เนื่องในโอกาสวันสงกรานต์ เพื่อความเป็นสิริมงคลกับ บริษัทฯ และพนักงาน รวมทั้งเป็นการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีสงกรานต์ นอกจากนั้น ยังจัดให้มีการรดน้ำคำหัวขอพรจากท่าน DH และ DD การจำหน่ายสินค้าไทยภายในบริเวณ ห้องโถง อาคาร 1 สำนักงานใหญ่. . .

(“TG Update” 2548 : 4)

จากตัวอย่างที่ 3 เป็นบรรยายโวหารประเภทเล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงให้ผู้อ่านทราบถึงเรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงที่อยากให้อ่านรู้ว่าฝ่ายบริหารและคณะกรรมการ พนักงานการบินไทยจัดพิธีสงฆ์ และ สืบสานวัฒนธรรมประเพณีสงกรานต์ เป็นการ ใช้ ถ้อยคำเร้าความสนใจให้ผู้อ่านติดตามอ่าน เพื่อให้ปฏิบัติสืบทอดกันต่อไป

3.2 พรรณนาโวหาร หมายถึง การเขียนพรรณนาเนื้อความโดยผู้เขียนเขียนจากความรู้สึก อารมณ์หรือจินตนาการ เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเห็นภาพและคล้อยตามผู้เขียนได้ใช้ภาษาที่ ไพเราะงดงาม สละสลวย ละเอียดลออ มีชั้นเชิงมาก อาจมีการเล่นคำ เล่นเสียง เล่นความหมาย ตลอดจนการเปรียบเทียบเพื่อให้ซาบซึ้ง อ่านได้เพลิน ประทับใจ งานเขียนพรรณนาโวหาร เช่น การ

สร้างบรรยากาศ การพรรณาสีที่เป็นนามธรรม เช่น ความรัก ความเหงา ความดี การพรรณา ความงามต่างๆ เป็นต้น รูปธรรม

ตัวอย่าง ที่แสดงถึงการพรรณาโวหารในวารสารประชาสัมพันธ์นี้ ไม่พบ เนื่องจากในวารสารประชาสัมพันธ์เป็นวารสารที่แจ้งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารอย่างตรงไปตรงมาเป็น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงเขียนบรรยายโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ซึ่งต่างจากพรรณาโวหาร เป็นการเขียนพรรณาเนื้อความโดยผู้เขียนเขียนจากความรู้สึก อารมณ์หรือจินตนาการ เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเห็นภาพและคล้อยตามผู้เขียนได้ใช้ภาษาที่ ไพเราะงดงาม สละสลวย ละเอียดลออ มีชั้นเชิงมาก ซึ่งต่างกับบรรยายโวหารโดยสิ้นเชิง

3.3 เทศนาโวหาร หมายถึง โวหารที่เขียนขึ้นเป็นทำนองสั่งสอน ชักชวนโดยชี้แนะคุณและโทษชี้แจงเหตุผลหรือพิสูจน์ให้เห็นข้อเท็จจริงเพื่อมุ่งหวังให้ผู้อ่านเกิดความเชื่อถือและปฏิบัติตาม

ตัวอย่างที่ 1

. . . ตามที่มีข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ วิทยุ และทีวี ได้เสนอข่าวเรื่อง “การปล่อยโคมลอยเป็นอันตรายต่อเครื่องบิน” นั้นเป็นผลมาจากการที่บริษัทการบินไทยได้ร่วมกับคณะทำงานตรวจสอบมาตรการความปลอดภัย ด้านการขนส่งทางอากาศ กระทรวงคมนาคม กรมการบินพาณิชย์และการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย ได้ร่วมกันรณรงค์ให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดทางภาคเหนือช่วยกันระมัดระวังการปล่อยโคมลอย ซึ่งมีจำนวนและขนาดใหญ่มากขึ้นในขณะที่ปล่อยขึ้นท้องฟ้าอาจเป็นอันตรายกับเครื่องบินโดยสารทุกประเภทได้ ถ้าเกิดการชนกันบนอากาศ จากผลการประชุมร่วมกับคณะทำงานตรวจสอบมาตรการความปลอดภัย ด้านการขนส่งทางอากาศ บริษัทฯ ได้จัดส่งผู้แทนร่วมเดินทางไปกับคณะทำงานฯ ไปยังจังหวัดเชียงราย และเชียงใหม่

(“TG Update” 2543 : 2)

จากตัวอย่างที่ 1 เป็นเทศนาโวหารประเภทการชักชวนให้ประชาชนรู้ว่าการปล่อยโคมลอยเป็นอันตรายต่อเครื่องบิน”นั้นเป็นผลมาจากการที่บริษัทการบินไทยได้ร่วมกับคณะทำงานตรวจสอบมาตรการความปลอดภัย ด้านการขนส่งทางอากาศ กระทรวงคมนาคม เป็นการชี้แจงเหตุผล หรือพิสูจน์ให้เห็นข้อเท็จจริง เพื่อมุ่งหวังให้ผู้อ่านเกิดความเชื่อถือในการ ใ้วางใจในเรื่องของความปลอดภัยและเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติของคณะทำงาน

ตัวอย่างที่ 2

. . . บริษัทฯ จะทำการจ่ายย้อนหลังให้ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2546 ถึงเดือนมีนาคม 2547 (6 เดือน) เป็นยอดเงินรวมในการดำเนินการตามขั้นตอนนี้ ประมาณ 283 ล้านบาท แต่เนื่องจากบริษัทฯมีข้อผูกพันตามข้อตกลงกับ สหภาพแรงงานฯ ฉบับวันที่ 18 มีนาคม 2546 ให้บริษัทฯ จ่ายย้อนหลังตั้งแต่ 1 เมษายน 2546 (12 เดือน) สหภาพฯ จึงเสนอให้จ่ายย้อนหลังให้กับพนักงานในระดับต่างๆ ดังนี้

- พนักงานระดับ 1-3 จ่ายย้อนหลัง 12 เดือน

- พนักงานระดับ 4-5 จ่ายย้อนหลัง 10 เดือน

- พนักงานระดับ 6-7 จ่ายย้อนหลัง 8 เดือน

- พนักงานระดับ 8-10 จ่ายย้อนหลัง 6 เดือน

ส่วนพนักงานที่ไม่ได้กำหนดไว้ในระดับทั้งหมดได้ย้อนหลัง 6 เดือนและฝ่ายบริหาร ให้อยู่ในการพิจารณาของบริษัทฯ. . .

(“TG Update” 2547 : 2)

จากตัวอย่างที่ 2 เป็นเทศนาโวหารประเภทชี้แจงเหตุผลให้กับพนักงานการบินไทย หรือ พิสูจน์ให้เห็นข้อเท็จจริง เกี่ยวกับบริษัทฯว่ามีภารกิจจ่ายการปรับเงินเดือนซึ่งจะทำการจ่ายเงินย้อนหลังให้กับ พนักงานในระดับต่างๆทั้งหมดได้ย้อนหลัง 6 เดือน

ตัวอย่างที่ 3

. . . การบินไทยได้ปรับปรุงชั้นบริการใหม่ในเส้นทางไป-กลับ กรุงเทพฯ-โคเปนเฮเกน และเส้นทางไป-กลับ กรุงเทพฯ-สต็อกโฮล์ม เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2547 เป็นต้นไป เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารแถบสแกนดิเนเวีย ซึ่งนิยมนั่งเครื่องบิน

ในชั้นธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ โดยทำการปรับชั้นบริการของผู้โดยสารและปรับการบริการใหม่ ดังนี้

- ชั้น Royal Executive Premium Class ผู้โดยสารจะมีที่นั่งที่สะดวกสบายขึ้น โดยนั่งในบริเวณด้านหน้าของเครื่องบิน รวมทั้งระบบสาระบันเทิงบนเครื่องบิน (Inflight Entertainment) ซึ่งมีรายการภาพยนตร์และเพลงที่มีความหลากหลายการบริการและคัดสรรอาหารที่พิเศษในราคาเท่ากับชั้นธุรกิจซึ่งมีราคาเต็มหน้าตั๋ว (Full Fare) โดยมีจำนวนที่นั่ง 18 ที่นั่ง

- ชั้น Economy Class Deluxe ผู้โดยสารจะมีเก้าอี้ที่นั่งที่ใหญ่ขึ้นบริเวณตอนกลางของเครื่องบิน มีการบริการที่พิเศษกว่าเดิม รวมทั้งการคัดสรรอาหารที่พิเศษ ในราคาเท่ากับชั้นประหยัดราคาเต็มหน้าตั๋ว (Full Fare) มีจำนวนที่นั่ง 62 ที่นั่ง

- ส่วนที่นั่งชั้นประหยัด (Economy) การบินไทยยังคงจัดการบริการเหมือนเดิม โดยมีจำนวนที่นั่ง 325 ที่นั่ง . . .

(“TG Update” 2547 : 2)

จากตัวอย่างที่ 3 เป็นเทศนาโวหารประเภทการชักชวนให้ผู้โดยสารเชื่อถือและปฏิบัติตามที่จะมาใช้บริการที่พิเศษกว่าเดิม รวมทั้งการคัดสรรอาหารที่พิเศษ ในราคาเท่ากับ ชั้นประหยัดราคาเต็มหน้าตั๋ว เพื่อมุ่งหวังให้ผู้โดยสารแถบสแกนดิเนเวีย เกิดความเชื่อถือ และกลับมาใช้บริการเหมือนเดิม

3.4 สาธกโวหาร หมายถึงการเขียนโดยยกตัวอย่างหรือยกเรื่องราวมาประกอบให้สมจริง เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจยิ่งขึ้น ลักษณะของโวหารชนิดนี้มักจะเป็นสิ่งที่ เป็นข้อเท็จจริงอันเป็นที่ยอมรับ และสอดคล้องกับประเด็นหลักของงานเขียนนั้น

ตัวอย่างที่ 1

... คณะพนักงานการบินไทยอาสาสมัครออกหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ของมูลนิธิดวงแก้วเพื่อ
 ผ่าตัดแก้ไขความพิการของเด็กปากแหว่ง เพดานโหว่ และเนื้องอกต่างๆ ในถิ่นทุรกันดาร
 ของจังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดใกล้เคียง เนื่องในโอกาสวันเด็กแห่งชาติ
 “โครงการรอยยิ้มเพื่อพ่อ” เป็นโครงการเฉลิมพระเกียรติแด่องค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่
 หัวในวโรกาสทรงเจริญพระชนมายุ 72 พรรษา โดยมีมูลนิธิดวงแก้ว กระทรวง ศึกษาธิการ
 และกองทัพเรือร่วมด้วย ...

(“TG Update” 2542 : 4)

จากตัวอย่างที่ 1 เป็นสารกโฆหารประเภทที่เขียนโดยยกตัวอย่างหรือยกเรื่องราวมา
 ประกอบให้สมจริง อธิบายให้รู้ว่า คณะพนักงานการบินไทยอาสาสมัคร ออกหน่วยแพทย์เคลื่อนที่
 ของมูลนิธิดวงแก้ว เพื่อผ่าตัดแก้ไขความพิการของเด็กปากแหว่ง เพดานโหว่ และเนื้องอกต่างๆ ใน
 ถิ่นทุรกันดารของจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดใกล้เคียงเนื่องในโอกาสวันเด็กแห่งชาติ “โครงการ
 รอยยิ้มเพื่อพ่อ” เป็นการใช้ถ้อยคำอย่าง ตรงไปตรงมาอ่านเข้าใจง่าย และส่งผลทำให้ประชาชนมี
 ความรู้สึกและภาพพจน์ที่ดีต่อคณะพนักงานการบิน ไทยอาสาสมัครที่ทำให้พวกเขาหายจากความ
 พิการ ปากแหว่ง เพดานโหว่ และเนื้องอก ต่างๆ

ตัวอย่างที่ 2

... เพื่อเป็นการแนะนำการใช้บริการบัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-TICKETING) ของ
 การบินไทยสมาชิกโปรแกรมสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส ที่ใช้บริการ E-TICKET จะ
 ได้รับไมล์สะสมพิเศษจำนวน 500 ไมล์ ในเที่ยวบินแรก สำหรับเส้นทางภายในประเทศ
 ของการบินไทย ตั้งแต่บัดนี้จนถึง วันที่ 30 กันยายน 2544 นี้ ซึ่งไมล์สะสมพิเศษจำนวน
 ดังกล่าวจะถูกโอนเข้าสู่บัญชีของสมาชิก R.O.P. ของแต่ละคนหลังจากโปรโมชันสิ้นสุด
 ซึ่งจะเป็นโบนัสพิเศษให้แก่สมาชิก ที่ใช้บริการ E-Ticketing ในระหว่างนี้ ...

(“TG Update” 2548 : 4)

จากตัวอย่างที่ 2 เป็นสารกโฆหารประเภทที่เขียนดดยยกตัวอย่างหรือยกเรื่องราวมาประกอบ
 ให้สมจริง อธิบายให้รู้ว่า เพื่อเป็นการแนะนำ การใช้บริการบัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์
 (E-TICKETING) ของการบินไทยสมาชิกโปรแกรมสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส ที่ใช้บริการ E-
 TICKET จะได้รับไมล์สะสมพิเศษจำนวน 500 ไมล์ในเที่ยวบินแรกสำหรับเส้น ทาง

ภายในประเทศของการบินไทยเป็นการใช้ถ้อยคำอย่างตรงไปตรงมา และ ส่งผลทำให้ผู้โดยสารมีความพึงพอใจที่จะมาใช้บริการกับการบินไทย

ตัวอย่างที่ 3

. . . การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ให้กับผู้โดยสาร ได้แก่ ปรับปรุงที่นั่งและระบบสาระความบันเทิงบนเครื่องบินให้ทันสมัย การตกแต่งห้องรับรองพิเศษให้มีบรรยากาศแบบไทยพร้อมระบบสื่อสารทาง internet จัดทีมแพทย์ของการบินไทยประจำสนามบินในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน จัดระบบเก็บข้อมูลผู้โดยสารเพื่อใช้ในงานบริการ จัดรถบริการส่งผู้โดยสารชั้นหนึ่ง และธุรกิจไปยังที่พักในทุกเที่ยวบิน ปรับปรุงระบบขนถ่ายสัมภาระให้รวดเร็วและเกิดการสูญหายและเสียหายน้อยที่สุด . . .

(“TG Update” 2544 : 2)

จากตัวอย่างที่ 3 เป็นสารกโหวารประเภทที่เขียนโดยยกตัวอย่างหรือยกเรื่องราวมาประกอบให้สมจริง อธิบายให้รู้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ให้กับผู้โดยสาร ได้แก่ ปรับปรุงที่นั่งและระบบสาระความบันเทิงบนเครื่องบินให้ทันสมัย การตกแต่งห้องรับรองพิเศษให้มีบรรยากาศแบบไทยเป็นการใช้ถ้อยคำอย่างตรงไปตรงมาอ่านเข้าใจง่าย และส่งผลทำให้ผู้โดยสารชั้นหนึ่ง และ ธุรกิจมีความพึงพอใจ และ ประทับใจในความสะดวกสบายในการใช้บริการใหม่ต่างๆที่ทางการบินไทยจัดมาบริการอย่างดีเยี่ยมจึงทำให้ ผู้โดยสารชั้นหนึ่ง และธุรกิจกลับมาใช้บริการกับการบินไทยอีก

3.5 อุปมาโวหาร หมายถึง การเขียนเปรียบเทียบเพื่อประกอบข้อความ เป็นเครื่องช่วยให้งานเขียนมีรสชาติแสดงความรู้สึกนึกคิดของผู้เขียนได้แจ่มชัด และแสดงจินตนาการได้กว้างไกลกว่าถ้อยคำธรรมดา ทำให้ผู้อ่านเข้าใจ หรือมีความรู้สึกที่ชัดเจนยิ่งขึ้น การเปรียบเทียบมักเปรียบเทียบสิ่งที่เข้าใจยากกับสิ่งที่เข้าใจง่ายหรือสิ่งที่เป็นามธรรมกับสิ่งที่เป็รูปธรรม

ตัวอย่างที่แสดงถึงอุปมาโวหารในวารสารประชาสัมพันธ์นี้ ไม่พบ เนื่องจากในวารสารประชาสัมพันธ์เป็นวารสารที่แจ้งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงเขียนบรรยายโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ซึ่งต่างจากอุปมาโวหาร เป็นการเขียน เปรียบเทียบเพื่อประกอบข้อความ เป็นเครื่องช่วยให้งานเขียนมีรสชาติแสดงความรู้สึกนึกคิดของ ผู้เขียนได้

แจ่มชัด และแสดงจินตนาการได้กว้างไกลกว่าถ้อยคำธรรมดา ทำให้ผู้อ่านเข้าใจหรือมีความรู้สึก
ลึกซึ้งชัดเจนยิ่งขึ้น การเปรียบเทียบมักเปรียบสิ่งที่เข้าใจยากกับสิ่งที่เข้าใจง่ายหรือสิ่งที่เป็
นามธรรมกับสิ่งที่ป็นรูปธรรม

จากการศึกษาการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการ
บินไทย จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับการใช้โวหาร จะพบว่าเป็นบรรยายโวหารส่วนมากมี 8 โวหาร
(50%)จากโวหารทั้งหมด 16 (100%)พรรณนาโวหาร ไม่พบ เทศนาโวหารมี 3 โวหาร(18.8%)สาธก
โวหารมี 5(31.2%) โวหารอุปมาโวหารในวารสารประชาสัมพันธ์นี้ ไม่พบ

จากตัวอย่างด้านการใช้โวหารในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบิน
ไทย จำกัด (มหาชน) แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบ ได้ดังนี้

ตารางที่ 18 ความถี่ของโวหาร

ชนิดของโวหาร	ความถี่ของโวหาร	เป็นร้อยละ
บรรยายโวหาร	8	50.0
พรรณนาโวหาร	0	0
เทศนาโวหาร	3	18.8
สาธกโวหาร	5	31.2
อุปมาโวหาร	0	0
โวหารทั้งหมด	16	100.0

จากตารางด้านการใช้โวหารในวารสารประชาสัมพันธ์รวมเป็นโวหารมีทั้งหมด 16โวหาร
(100%) เกี่ยวกับการใช้โวหาร จะพบว่าเป็นบรรยายโวหารส่วนมากมี 8 โวหาร (50%)จากโวหาร
ทั้งหมด 16 (100%)พรรณนาโวหาร ไม่พบ เทศนาโวหารมี 3 โวหาร(18.8%)สาธกโวหารมี 5
(31.2%) โวหารอุปมาโวหารในวารสารประชาสัมพันธ์นี้ ไม่พบ

ตอนที่ 2 เนื้อหาของสาร

ในการวิเคราะห์ เนื้อหาสาร ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การศึกษาของการแบ่งเนื้อหาสารตามวัตถุประสงค์ โดยอาศัยเกณฑ์การแบ่งเนื้อหาสารตามวัตถุประสงค์ ของ สิริวรรณ นันทจันทุล (2549: 63-64) จากหนังสือภาษาไทยในสื่อมวลชนซึ่ง สิริวรรณ นันทจันทุล ได้กล่าวถึง การแบ่งเนื้อหาสารตามวัตถุประสงค์ แบ่งได้ 5 ประเภทดังนี้ คือ

1. เนื้อหาสารให้ความรอบรู้
2. เนื้อหาสารให้ความรู้
3. เนื้อหาสารให้ความบันเทิง
4. เนื้อหาสารโน้มน้าวใจ
5. เนื้อหาสารจรรโลงใจ

1. เนื้อหาสารให้ความรอบรู้

สารให้ความรอบรู้ คือ ข้อความหรือเรื่องราวที่เกี่ยวกับข่าวสาร เหตุการณ์ความเป็นไปของสังคม ประเทศชาติ อาทิ ข่าวคราวของคนในครอบครัว วงศาคณาญาติ เพื่อนร่วมงาน ข่าวคราวความเคลื่อนไหวของหน่วยงานที่ทำ ข่าวคราวในวงการอาชีพที่ประกอบกิจการงานอยู่ ตลอดจนความเป็นไปของบ้านเมืองในด้านต่างๆ เช่น ข่าว บทความให้ความรู้ทั่วไป รายการสารคดี ซึ่งวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ส่งข้อมูลไปยังพนักงานการบินไทย

ตัวอย่างที่ 1

... การบินไทย ติดอันดับ 1 ใน 9 สายการบินตรงต่อเวลา การบินไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นสายการบินที่ตรงต่อเวลาเป็นอันดับ 3 ในจำนวน 9 สายการบินในภูมิภาคเอเชีย-

แปซิฟิก จากองค์กรสหสัมพันธ์สายการบินในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งได้จัดทำรายงาน สถิติการตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน สำหรับสายการบินในกลุ่มสมาชิก ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ และขั้นตอนการรายงานข้อมูลต่างๆ ให้สายการบินปฏิบัติโดยยึดหลักเกณฑ์ตามมาตรฐาน ของ IATA แล้วทำการรายงานข้อมูลผลของการดำเนินงาน กลับมายัง AAPA เพื่อสรุปผล ต่อไป...

(“TG Update” 2540 : 1)

จากตัวอย่างที่ 1 เป็นเนื้อหาสาระให้ความรอบรู้ประเภทลักษณะเนื้อหาสาระกล่าวถึงข่าว คราวความเคลื่อนไหวของบริษัท การบินไทย เกี่ยวกับการดำเนินงานว่าการบินไทยได้รับ การ จัดอันดับให้เป็นสายการบินที่ตรงต่อเวลาเป็นอันดับ 3 ในจำนวน 9 สายการบินใน ภูมิภาค เอเชีย-แปซิฟิก จากองค์กรสหสัมพันธ์สายการบิน ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก

ตัวอย่างที่ 2

... ผู้บริหารกัตตาการการบินไทยภายในประเทศ เผยผลประกอบการปีที่ผ่านมา สามารถ ทำรายได้กว่า 1,000 ล้านบาท ตั้งเป้าปี 2540 รายได้ต้องไม่ต่ำกว่า 1,100 ล้านบาท ระบุ สัดส่วนรายได้การทำอาหารขึ้นเครื่องบินกับรายได้กัตตาการ 60:40 วางแผนเปิดกัตตาการ เพิ่มในส่วนสนามบินภูธร 4 สนามบิน ...

(“TG Update” 2540 : 1)

จากตัวอย่างที่ 2 เป็นเนื้อหาสาระให้ความรอบรู้ประเภทลักษณะเนื้อหาสาระกล่าวถึงข่าว คราวความเคลื่อนไหวของบริษัท การบินไทย เกี่ยวกับการดำเนินงานกัตตาการการบินไทย ภายในประเทศว่ามี ผลประกอบการปีที่ผ่านมาสามารถ ทำรายได้กว่า 1,000 ล้านบาท

ตัวอย่างที่ 3

... ฝ่ายบริหารพร้อมใจครบเงินค่าครองชีพ สำนักประชาสัมพันธ์/WU แจ้งว่าฝ่ายบริหาร ของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ และผู้อำนวยการใหญ่ รวมทั้งหมด 30 คน ได้พร้อมใจ กันงดรับค่าครองชีพ ทั้งจำนวน 100% ตั้งแต่เดือนมกราคม 2541 เป็นต้นไป ทั้งนี้เพื่อเป็น

การสนับสนุนและ เป็นแบบอย่างให้กับพนักงานในการเร่งรัดดำเนินมาตรการลดค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ทุกๆด้าน เพื่อลดผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน . . .

(“TG Update” 2541 : 1)

จากตัวอย่างที่ 3 เป็นเนื้อหาสารให้ความรอบรู้ประเภทลักษณะเนื้อหาสารกล่าวถึงเรื่องราวที่เกี่ยวกับ ข่าวสารความเคลื่อนไหว ของฝ่ายบริหาร ที่ประกอบกิจการงานอยู่ บริษัท การบินไทย พร้อมใจครบเงินค่าครองชีพเพื่อสนับสนุนและเป็นแบบอย่างให้กับพนักงาน ในการเร่งรัดดำเนินมาตรการลดค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ

จากการศึกษาการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับเนื้อหาสารให้ความรอบรู้ จะพบว่าเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับข่าวคราวความเคลื่อนไหวของบริษัท การบินไทย เกี่ยวกับการดำเนินงานของการบินไทยส่วนมาก เพราะวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” เป็นวารสารที่เขียนเล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงซึ่งเป็นการเขียนบรรยายให้ผู้อ่านทราบถึงเรื่องราวประสบประการณ์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในการทำงาน และผู้เขียนใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

2. เนื้อหาสารให้ความรู้

สารให้ความรู้ คือ ข้อความหรือเรื่องราวที่เกี่ยวกับความรู้ทั่วไปในการดำเนินชีวิต เช่น การรับประทานอาหารอย่างถูกหลัก มารยาทในสังคมปัจจุบัน ระวังเพื่อสุขภาพกายและใจ เป็นต้น นอกจากนี้รวมถึงข้อความที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทางวิชาการในสาขาวิชาการต่างๆ เช่น แพทยศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปศาสตร์ เป็นต้น เช่น บทความวิชาการ งานวิจัย ซึ่งวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ส่งข้อมูลไปยังพนักงานการบินไทย

ตัวอย่างที่ 1

. . . “การบินไทยร่วมน้ำใจแก้ไขความพิการ” ที่ผ่านมาได้ออกหน่วยมาแล้วที่โรงพยาบาล ศรีสังวาลย์ จ.แม่ฮ่องสอน โรงพยาบาลยางตลาด จ.กาฬสินธุ์ และโรงพยาบาลจังหวัดน่าน สำหรับแผนการออกหน่วยครั้งต่อไป ระหว่างวันที่ 27-29 กรกฎาคม 2540 ที่โรงพยาบาลยางตลาด จ.กาฬสินธุ์ วันที่ 10-12 สิงหาคม 2540 ที่โรงพยาบาลศรีสังวาลย์ จ.แม่ฮ่องสอน

วันที่ 21-22 กันยายน 2540 ที่โรงพยาบาลจังหวัดน่าน ซึ่งล้วนเป็นเขตที่มีผู้ป่วยมาขอรับการรักษาเป็นจำนวนมาก การช่วยเหลือผู้ป่วยที่มีความผิดปกติทางร่างกายดังกล่าวโดยการนำของนาวาเอก นายแพทย์ปิโยรส ปรียานนท์ ประธานมูลนิธิดวงแก้ว มุ่งมั่นที่จะช่วยคนพิการผู้ด้อยโอกาสด้วยวิชาการทางการแพทย์ที่ได้ร่ำเรียนมา ซึ่งมูลนิธิดวงแก้วจัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขความพิการที่เป็นมาแต่กำเนิดหรือเป็นผลมาจากความเจ็บป่วยและอุบัติเหตุต่างๆ รวมทั้งแผลเป็นไฟไหม้ น้ำร้อนลวก . . .

(“TG Update” 2540 : 2)

จากตัวอย่างที่ 1 เป็นเนื้อหาสาระให้ความรู้ ประเภทลักษณะเนื้อหาสาระกล่าวถึง เรื่องที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ความรู้ทางวิชาการในสาขาวิชาการทางแพทยศาสตร์ ว่าการบินไทยได้ให้ความรู้และ การช่วยเหลือให้ผู้ป่วยที่มีความผิดปกติทางร่างกาย ให้มีความรู้ ในการที่จะปฏิบัติตน ได้อย่างถูกต้องจาก ความเจ็บป่วย และ อุบัติเหตุต่างๆ รวมทั้งแผลเป็นไฟไหม้ น้ำร้อนลวก เพื่อให้มีความรู้ที่จะช่วยเหลือตัวเองให้อยู่รอด และ ดำเนินชีวิตอยู่ต่อไปได้

ตัวอย่างที่ 2

. . . การบินไทยจัดของหวานบริการในเทศกาลสงกรานต์ การบินไทยได้นำ “มะม่วง” ผลไม้ประจำฤดูกาลมาจัดทำ “มูสมะม่วง (Mango Mousse Delight)” เป็นรายการของหวานสำหรับผู้โดยสารบนเครื่องบินการบินไทย โดยจะให้บริการผู้โดยสารทุกชั้นทุกเที่ยวบินระหว่างประเทศที่ออกจากกรุงเทพฯ (ยกเว้นเที่ยวบินที่บริการอาหารเช้า) ในวันที่ 13 เมษายน 2544 ทั้งนี้เพื่อร่วมฉลองเทศกาลสงกรานต์ อีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่และแนะนำผลไม้ไทยให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติอีกด้วย . . .

(“TG Update” 2544 : 4)

จากตัวอย่างที่ 2 เป็นเนื้อหาสาระให้ความรู้ประเภทลักษณะเนื้อหาสาระกล่าวถึง เรื่องที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปในการดำเนินชีวิตว่าการบินไทยจัดของหวานบริการใน เทศกาลสงกรานต์โดยได้นำ “มะม่วง” ผลไม้ประจำฤดูกาลมาจัดทำเป็น “มูสมะม่วง” (Mango Mousse Delight) คือ เป็นชื่อของขนมหวานของชาวตะวันตกทำได้โดยนำเนื้อมะม่วงสุกมาบดหรือปั่นให้เหลวเป็น Sauce ผสมกับ Whipped cream และ น้ำตาลทรายดี ให้มีเนื้อละเอียดใให้อากาศแทรกเข้าไปจนขึ้นฟูมีรสชาติหวานมันแล้วนำไปบีบใส่ภาชนะ เป็น ถ้วยตาม ที่

ต้องการ และแต่งหน้า มูสมะม่วงให้สวยงามด้วยเนื้อมะม่วงที่ Slice เป็น แผ่นบางๆ และนำไป เสิร์ฟสำหรับผู้โดยสารบนเครื่องบินการบินไทยในเทศกาลสงกรานต์ เพื่อเป็นการเผยแพร่ และแนะนำผลไม้ไทยให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติอีกด้วย

ตัวอย่างที่ 3

. . . บริษัทการบินไทยจะจัดการบริการอาหารพิเศษ กุ้งตะไคร้ ปลาทับทิมนั่งชอสมะนาว (สำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่ง) หรือปลาทับทิมราดชอสกระเพรา (สำหรับผู้โดยสารชั้นธุรกิจ และประหยัด) และ ขนมมันสำปะหลังแต่งหน้าด้วยถั่วแดง จากโครงการหลวงสำหรับผู้โดยสารที่เดินทางในทุกเที่ยวบินที่ออกจากกรุงเทพฯ ระหว่างวันที่ 11-13 สิงหาคม 2547 โดยรายการอาหารดังกล่าวได้เลือกใช้วัตถุดิบ และ สมุนไพรภายในประเทศ ทั้งนี้เพื่อ ต้องการนำเสนอคุณค่าของสมุนไพรไทย ที่นำมาประกอบเป็นอาหารไทยเพื่อ สุขภาพ ให้ เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลกภายใต้วิสัยทัศน์ “เสนออาหารไทย” และ ยังเป็นการ ส่งเสริมผลผลิตของโครงการหลวงและเกษตรกรภายในประเทศอีกด้วย . . .

(“TG Update” 2547 : 4)

จากตัวอย่างที่ 3 เป็นเนื้อหาสาระให้ความรู้ ประเภทลักษณะเนื้อหาสาระกล่าวถึง เรื่องราวที่ เกี่ยวกับความรู้ทั่วไปในการดำเนินชีวิต เป็นการนำเสนอคุณค่าของสมุนไพรไทย ที่นำมาประกอบ เป็นอาหารไทยเพื่อสุขภาพ ให้เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลกภายใต้วิสัยทัศน์ “เสนออาหารไทย” อย่างเช่นตะไคร้เป็นสมุนไพรไทยที่มีสรรพคุณคือกินแล้วจะแก้ท้องอืดท้องเฟ้อปวดท้องส่วน มะนาวเป็นสมุนไพรไทยที่เชื่อกันว่ามีสรรพคุณละลายเสมหะได้ดี และแก้ไอและปัจจุบันจาก ผลการวิจัยเชื่อกันว่าสามารถฆ่าเชื้อไวรัสต่างๆ ได้อีกด้วยและยัง มีสมุนไพรไทยอีกมากมายที่ บริษัทการบินไทยได้นำมาจัดประกอบเป็นอาหารไทยเพื่อ สุขภาพและนำมาบริการเป็นอาหาร พิเศษ

จากการศึกษาการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับเนื้อหาสาระให้ความรู้ ประเภทลักษณะเนื้อหาสาระกล่าวถึง เรื่อง ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปในการดำเนินชีวิตส่วนมากเช่นเกี่ยวกับเรื่องอาหาร และความรู้ เกี่ยวกับการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่เพราะวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” เป็นวารสารที่

เขียนเล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงซึ่งเป็นการเขียนบรรยายให้ผู้อ่านทราบถึงเรื่องราวประสบประการณ์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

3. เนื้อหาสารให้ความบันเทิง

สารให้ความบันเทิง คือ ข้อความหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาให้ความสนุกสนานรื่นเริงบันเทิงใจ รวมทั้งข้อความเรื่องราวที่กระทบใจ สะเทือนอารมณ์ ทำให้เกิดความไหวรู้สึกทางบวกหรือทางลบ สารประเภทนี้ เช่น เรื่องสั้น นวนิยาย การ์ตูน ขำขัน เพลง บทร้อยกรอง เป็นต้น

ตัวอย่างที่แสดงถึงเนื้อหาสารให้ความบันเทิงในวารสารประชาสัมพันธ์ ไม่พบ เนื่องจากในวารสารประชาสัมพันธ์ เป็นวารสารที่แจ้งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรงไปตรงมาเป็น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงเขียนบรรยายโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ซึ่งต่างจากเนื้อหาสารให้ความบันเทิง เป็นข้อความหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาให้ความสนุกสนานรื่นเริงบันเทิงใจ รวมทั้งข้อความเรื่องราวที่กระทบใจ สะเทือนอารมณ์ ทำให้เกิดความไหวรู้สึกทางบวกหรือทางลบ สารประเภทนี้ เช่น เรื่องสั้น นวนิยาย การ์ตูน ขำขัน เพลง บทร้อยกรอง

4. เนื้อหาสารโน้มน้าวใจ

สารโน้มน้าวใจ คือข้อความหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาชักจูงใจให้คิดคล้อยตาม เชื่อถือตาม จนถึงปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารต้องการ เช่น โฆษณา คำขวัญ ข้อความเชิญชวนให้บริจาคทรัพย์สิน สิ่งของเพื่อกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น ซึ่งวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ส่งข้อมูลไปยังพนักงานการบินไทย

ตัวอย่างที่ 1

. . . บริษัทฯ ได้เปิดเส้นทางบินใหม่สู่เมือง ปูซาน สาธารณรัฐเกาหลีในตารางบินภาคฤดูร้อน ตั้งแต่ 31 มีนาคม 2545 เนื่องจากการบินไทย เล็งเห็นว่า เมืองปูซานเป็นเมืองที่มีความสำคัญและใหญ่เป็นอันดับ 2 ของสาธารณรัฐเกาหลี อีกทั้งยังมีอัตราการเติบโตและการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงมาก เป็นตลาดท่องเที่ยวที่ใหญ่และสำคัญต่อประเทศไทย ซึ่งที่ผ่านมาปริมาณนักท่องเที่ยว ชาวเกาหลีใต้ที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ย

เพิ่มขึ้นทุกปี และที่สำคัญในปี 2545 นี้ เมืองปูซาน ได้รับการคัดเลือกเป็นสถานที่จัดการแข่งขันฟุตบอลโลก ครั้งที่ 15 ซึ่งจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและชมฟุตบอลโลกที่เมืองปูซานในปีนี้อย่างมากมาย รวมทั้งยังเป็นสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 14 ในเดือนตุลาคมนี้ อีกด้วย จึงนับเป็นโอกาสอันดีที่การบินไทย เปิดจุดบินใหม่นี้ เพื่อรองรับปริมาณผู้โดยสารและขยายเส้นทางบินในภูมิภาคเอเชียให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

(“TG Update” 2545 : 3)

จากตัวอย่างที่ 1 เป็นเนื้อหาสารโน้มน้าวใจ ประเภทลักษณะเนื้อหาสารกล่าวถึง เรื่องที่มีเนื้อหาเชิญชวนให้ท่องเที่ยวเมืองปูซานซึ่งเป็นเมืองที่มีความสำคัญ และใหญ่เป็นอันดับ 2 ของสาธารณรัฐเกาหลี มีอัตราการเติบโตและการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงมาก เป็นตลาดท่องเที่ยวที่ใหญ่และสำคัญต่อประเทศไทยและเพื่อเป็นการเชิญให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เดินทางไปเที่ยวเมืองปูซาน

ตัวอย่างที่ 2

... ผมในนามของฝ่ายบริหารและพนักงานทุกท่านรู้สึกเสียใจต่อเหตุการณ์ธรณีพิบัติทางภาคใต้ ซึ่งก่อให้เกิดความสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินอย่างมหาศาล ทั้งของชาวไทยและชาวต่างชาติที่ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เหตุการณ์ในครั้งนี้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรง ทั้งต่อชีวิต ทรัพย์สินและสภาพจิตใจของผู้ประสบภัยและครอบครัว การบินไทยในฐานะสายการบินแห่งชาติได้ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประสบภัยและผู้โดยสาร ของการบินไทยในทุกๆด้าน นับแต่วันแรกที่เกิดเหตุการณ์ อาทิ จัดตั้งศูนย์ประสานงานให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ การเปลี่ยนแบบเครื่องบินและการจัดเที่ยวบินพิเศษเพื่อรองรับจำนวนผู้โดยสาร ผู้ป่วย การขนส่ง ของบริจาคเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย รวมถึงการขนส่งศพของผู้เสียชีวิตในเหตุการณ์ดังกล่าว หลังจากเหตุการณ์นี้ ผมหวังว่า การบินไทยจะเป็นองค์กรหนึ่งที่มีส่วนช่วยในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดย การเชิญชวนแนะนำนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉพาะทางภาคใต้ จนกระทั่งกลับเข้าสู่ภาวะปกติ โดยการบินไทยได้ริเริ่มโครงการ Southern Thailand Recover และ โครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการเดินทางเข้ามายังประเทศไทยให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ...

(“TG Update” 2548 : 1)

จากตัวอย่างที่ 2 เป็นเนื้อหาสารโน้มน้าวใจ ประเภทลักษณะเนื้อหาสารกล่าวถึง เรื่อง ที่มีเนื้อหาเชิญชวนให้ช่วยเหลือแก่ผู้ประสบภัยในทุกๆด้าน นับแต่วันแรกที่เกิดเหตุการณ์ การบินไทยจัดตั้งศูนย์ประสานงานให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ และเพื่อเป็นการเชิญ ชวนแนะนำนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศให้เดินทางกลับมาท่องเที่ยวใน ประเทศไทย เหมือนเดิม

ตัวอย่างที่ 3

. . . รายการสะสมไมล์รอยัล ออร์คิด พลัส เชิญชวนสมาชิกมอบไมล์ช่วยภาคใต้ จนถึง วันที่ 31 พฤษภาคม 2548 โดยจะนำไมล์สะสมไปมอบให้แก่สภากาชาดไทย เพื่อใช้ในการ แลกบัตรโดยสารเครื่องบิน และการขนส่งเวชภัณฑ์ เครื่องอุปโภคบริโภคเพื่อไปช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยทางใต้และตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงวันที่ 7 มกราคมที่ผ่านมา มีสมาชิกฯ บริจาคไมล์สะสมประมาณ 3.5 ล้านไมล์ . . .

(“TG Update” 2548: 1)

จากตัวอย่างที่ 3 เป็นเนื้อหาสารโน้มน้าวใจ ประเภทลักษณะเนื้อหาสารกล่าวถึง เรื่อง ที่มีเนื้อหาเชิญชวนให้ช่วยเหลือแก่ผู้ประสบภัยในทุกๆด้านโดยรายการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส เชิญชวนสมาชิกมอบไมล์ช่วยเหลือภาคใต้ โดยจะนำไมล์สะสมไปมอบให้แก่สภากาชาดไทย เพื่อใช้ในการแลกบัตรโดยสารเครื่องบินและการขนส่งเวชภัณฑ์เครื่องอุปโภคบริโภคเพื่อไป ช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางใต้

จากการศึกษาการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับเนื้อหาสารโน้มน้าวใจ ประเภทลักษณะเนื้อหาสารกล่าวถึง เรื่อง เรื่องราวที่มีเนื้อหาชักจูงใจให้คิดคล้ายตาม เชื่อถือตามจนถึงปฏิบัติตาม ข้อความเชิญชวนให้บริจาคทรัพย์สินของเพื่อกิจกรรมต่างๆเพราะวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” เป็นวารสารที่เขียนเล่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงซึ่งเป็นการเขียนบรรยายให้ผู้อ่านทราบถึงเรื่องราวประสบประการณ์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

5. เนื้อหาสารจรรยาบรรณ

สารจรรยาบรรณ คือข้อความหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาให้คติข้อคิดในการดำเนินชีวิต ในการประกอบอาชีพการงาน ทำให้ผู้รับสารมีสติไตร่ตรองแก้ไขปัญหาต่างๆ มีความซึ้งคิด รอบคอบ ประพฤติปฏิบัติตนในทางถูกต้องตามทำนองคลองธรรมอันจะก่อให้เกิดความสุขในชีวิต สารประเภทนี้ เช่น ปาฐกถาธรรม พระบรมราโชวาท พระธรรมเทศนา คำแนะนำ นิทานชาดก หนังสือธรรมะ เป็นต้น ปรัชญา คุณธรรม พัฒนาจิตใจ ซึ่งวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ส่งข้อมูลไปยังพนักงานการบินไทย

ตัวอย่างที่แสดงถึงเนื้อหาสารจรรยาบรรณในวารสารประชาสัมพันธ์นี้ ไม่พบ เนื่องจากในวารสารประชาสัมพันธ์เป็นวารสารที่แจ้งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงเขียนบรรยายโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ซึ่งต่างจากเนื้อหาสารจรรยาบรรณ เป็นข้อความหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาให้คติข้อคิดในการดำเนินชีวิต ในการประกอบอาชีพการงาน ทำให้ผู้รับสารมีสติไตร่ตรองแก้ไขปัญหาต่างๆ มีความซึ้งคิด รอบคอบ ประพฤติปฏิบัติตนในทางถูกต้องตามทำนองคลองธรรมอันจะก่อให้เกิดความสุขในชีวิต สารประเภทนี้ เช่น ปาฐกถาธรรม พระบรมราโชวาท พระธรรมเทศนา คำแนะนำ นิทานชาดก หนังสือธรรมะ

จากการศึกษาการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับการใช้เนื้อหาสาร พบว่าผู้เขียนมีการใช้เนื้อหาสารให้ความรอบรู้ เป็นส่วนมาก มี 9 (45%)จากเนื้อหาสารทั้งหมด 20 (100%)เนื้อหาสารให้ความรู้มี 6 (30%)เนื้อหาสารให้ความบันเทิงไม่พบ เนื้อหาสารโน้มน้าวใจมี 5 โวหาร(25%)เนื้อหาสารจรรยาบรรณในวารสารประชาสัมพันธ์นี้ ไม่พบ

จากตัวอย่างด้านการใช้เนื้อหาสารในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แสดงเป็นตารางเปรียบเทียบ ได้ดังนี้

ตารางที่ 19 ความถี่ของเนื้อหาสาร

ชนิดของเนื้อหาสาร	ความถี่ของเนื้อหาสาร	เป็นร้อยละ
เนื้อหาสารให้ความรอบรู้	9	45.0
เนื้อหาสารให้ความรู้	6	30.0
เนื้อหาสารให้ความบันเทิง	0	0
เนื้อหาสารโน้มน้าวใจ	5	25
เนื้อหาสารจรรโลงใจ	0	0
เนื้อหาสารให้ความรอบรู้ทั้งหมด	20	100.0

จากตารางที่ 19 ด้านการใช้โวหารในวารสารประชาสัมพันธ์รวมเป็นเกี่ยวกับการใช้เนื้อหาสาร พบว่าผู้เขียนมีการใช้เนื้อหาสารให้ความรอบรู้เป็นส่วนมาก มี 9 (45%)จากเนื้อหาสารทั้งหมด 20 (100%)เนื้อหาสารให้ความรู้มี 6 (30%)เนื้อหาสารให้ความบันเทิงไม่พบ เนื้อหาสารโน้มน้าวใจมี 5 โวหาร(25%)เนื้อหาสารจรรโลงใจในวารสารประชาสัมพันธ์นี้ ไม่พบ

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

สรุป

การวิจัยเรื่อง “การใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาในด้านการใช้คำ การใช้ประโยค การใช้โวหารในวารสาร “TG Update” ประชาสัมพันธ์ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) และเพื่อศึกษาเนื้อหาในวารสารประชาสัมพันธ์ โดยใช้วิธีการศึกษาจากวารสาร TG Updates ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยการศึกษาในช่วงเดือน มกราคม , เมษายน, กรกฎาคม , ธันวาคม (พ.ศ. 2547-2548) รวมจำนวน 36 ฉบับ

ในบทนี้ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การใช้ภาษา

1. การใช้คำ ผลการศึกษาพบว่ามีการใช้คำ ดังนี้คือ

1.1 คำทับศัพท์ในวารสารประชาสัมพันธ์ มีการใช้คำทับศัพท์ แบบถอดอักษรในภาษาเดิมคือภาษาอังกฤษซึ่งยืมคำภาษาอังกฤษเข้ามาแล้วออกเสียงตรงตามเดิมเป็นคำไทยส่วนใหญ่ตรงตามราชบัณฑิตสถานซึ่งถือได้ว่าวารสารประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาษาได้ถูกต้อง รวมเป็นคำทับศัพท์ทุกวงศ์ศัพท์มีทั้งหมด 49 คำ (100%) มีการใช้คำทับศัพท์ที่เป็นชื่อเฉพาะของเมืองและ ประเทศ มีมากที่สุด 24 คำ (49%) มีการใช้คำทับศัพท์เป็นชื่อของสถานที่มี 2 คำ (4.08%) มีการใช้คำทับศัพท์ทางภูมิศาสตร์มี 4 คำ (8.16%) มีการใช้คำทับศัพท์สายการบินมี 2 คำ (4.08%) และมีการใช้คำทับศัพท์ที่เกี่ยวกับอาหารมี 4 คำ(8.16%) มีการใช้คำทับศัพท์หน่วยวัดเวลา ระยะทาง มี 2 คำ (4.08%)มีการใช้คำทับศัพท์ทางการแพทย์ มี 3 คำ(6.12%)และ คำทับศัพท์

1.2 คำภาษาต่างประเทศในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นคำภาษาอังกฤษใช้รูปภาษาคงเดิมที่เป็นชื่อเฉพาะเช่น คำว่า Campaign

Happy Andaman, Southern Thailand Recover เป็นคำภาษาต่างประเทศที่ใช้รูปเดิม สื่อความหมาย ได้ชัดเจนกว่า การแปลเป็นภาษาไทยที่คนทั่วไปรู้จักและใช้กันในสังคมอยู่แล้วเพราะความเคยชินใช้กัน มาเช่นนี้ทำให้ง่ายแก่การเข้าใจโดยไม่ต้องอธิบายเพิ่มเติม

1.3 คำย่อและคำตัดในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นคำไทย คำย่อและคำตัดที่คนทั่วไปรู้จักและใช้กันในสังคมอยู่แล้วทำให้ง่ายแก่ การเข้าใจโดยไม่ต้องอธิบายเพิ่มเติม เช่น คำว่า ก.พ.ผ ปตท. ครม. ครส. กม. กรุงเทพฯ แต่มีคำย่อ และคำตัดบางตัว เช่นคำว่า ABAC ที่คนทั่วไปยังไม่รู้จักและใช้กันไม่แพร่หลายในสังคมซึ่งใช้กันใน วงแคบอาจจะทำให้ยากแก่การเข้าใจ

1.4 คำเฉพาะอาชีพ ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นคำภาษาอังกฤษ คำเฉพาะอาชีพ ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่ยากเกินไปสำหรับคนทั่วไปที่ ยังไม่รู้จัก ไม่คุ้นเคยกับคำเฉพาะอาชีพ คำว่า DD FZ Aircraft Sparepart Star Alliance บางคำดังที่ ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นและใช้กันไม่แพร่หลายในสังคมซึ่งอาจจะทำให้ยากแก่การเข้าใจและใช้กัน ในเฉพาะคนบางกลุ่มเท่านั้น

สรุปได้ว่าการใช้คำที่พบในวารสารประชาสัมพันธ์ส่วนมากจะเป็นคำทับศัพท์เป็นคำไทยที่ พบมากที่สุด และ อันดับที่สองคือคำเฉพาะอาชีพเป็นคำภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาที่ใช้สื่อสารเข้าใจ กันในหมู่คนเฉพาะพนักงานการบินไทยเท่านั้น อันดับที่สาม คือคำภาษาต่างประเทศและอันดับที่สี่ คือคำย่อและคำตัดตามลำดับ

2. การใช้ประโยค ผลการศึกษาพบว่ามีการใช้ประโยค ดังนี้คือ

2.1 ประโยคความเดียวในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนมากจะ เป็นประโยคความเดียว ชนิดมีประธาน- กริยา-กรรม-เสริม ซึ่งถือว่าเป็นประโยคที่มีใจความสมบูรณ์ อ่านแล้วเข้าใจง่ายและเห็นภาพคล้อยตามได้อย่างถูกต้อง พบประโยคความเดียว 10 ประโยคคิดเป็นร้อยละ 30.3 จากประโยคทั้งหมด 33 ประโยคซึ่งถือว่า วารสารประชาสัมพันธ์เขียนประโยคความเดียวที่มีใจความสมบูรณ์มีประธาน-กริยา-กรรม-ส่วน เสริม อ่านแล้วเข้าใจง่ายและเห็นภาพคล้อยตามได้อย่างถูกต้องตามแนวทางของ นววรรณ แสดง เป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

2.2 ประโยคความรวมในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบประโยคความรวม 10 ประโยคคิดเป็นร้อยละ 30.3 จากประโยคทั้งหมด 33 ประโยคซึ่งถือว่าวารสารประชาสัมพันธ์เขียนประโยคความรวมที่มีใจความสมบูรณ์มีประโยคความรวมบางประโยคมีประธานร่วม ประโยคความรวมบางประโยคมีกริยาร่วมและมีคำว่า และ เป็นตัวเชื่อม

2.3 ใช้ประโยคความซ้อนในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ข้างต้นส่วนมากจะเป็น เป็นประโยคความซ้อนที่มีทั้ง ประโยคความซ้อนที่มีประโยคขยายในหน่วยนาม และประโยคความซ้อนที่มีประโยคขยายในหน่วยกริยา แต่ส่วนมากจะเป็นประโยคความซ้อนที่มีประโยคขยายในหน่วยนามพบประโยคความซ้อนมีทั้งหมด 13 ประโยคคิดเป็นร้อยละ 39.4 จากประโยคทั้งหมด 33 ประโยค

สรุปได้ว่าการใช้ประโยคที่พบในวารสารประชาสัมพันธ์ส่วนมากจะเป็นประโยคความซ้อนที่พบมากที่สุดและอันดับที่สองคือประโยคความรวมอันดับที่สามคือประโยคความเดียวตามลำดับ

3. การใช้โวหาร ผลการศึกษาพบว่ามีการใช้โวหาร ดังนี้คือ

จากการศึกษาการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับการใช้โวหาร จะพบว่าเป็นบรรยายโวหารส่วนมาก พรรณาโวหาร ไม่พบ อันดับที่สองคือสาธกโวหารมี อันดับที่สามคือเทศนาโวหาร โวหารอุปมาโวหารในวารสารประชาสัมพันธ์นี้ ไม่พบ

ตอนที่ 2. เนื้อหาของสาร ผลการศึกษาพบว่ามีการใช้เนื้อหาของสาร

จากการศึกษาการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับการใช้เนื้อหาสาร พบว่าผู้เขียนมีการใช้เนื้อหาสารให้ความรอบรู้มากที่สุด อันดับที่สองคือเนื้อหาสารให้ความรู้ เนื้อหาสารให้ความบันเทิงไม่พบและอันดับที่สามคือเนื้อหาสารโน้มน้าวใจ)เนื้อหาสารจรรโลงใจในวารสารประชาสัมพันธ์นี้ ไม่พบ

อภิปรายผล

1. วารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ใช้คำทับศัพท์ที่เป็นคำรูปคงเดิมของภาษาอังกฤษซึ่งเป็นนามเฉพาะของประเทศต่างๆ และ ชื่อเมืองต่างๆ และ คำนามทั่วไปที่เป็นคำทับศัพท์เกี่ยวกับอาหารซึ่งผู้เขียนต้องการที่จะเล่าถึงประสบการณ์ที่เขาได้พบเห็นมาจากต่างประเทศ และ เมืองต่างๆที่ผู้เขียนใช้คำทับศัพท์ก็เนื่องจากต้องการให้คนอ่านแล้วเกิดความเข้าใจได้ง่ายกว่าการอ่านคำภาษาอังกฤษซึ่งจะต้องมาแปลเป็นภาษาไทยเป็นการยุ่งยาก ส่วนคำภาษาต่างประเทศใช้เป็นคำภาษาอังกฤษซึ่งจะเห็นได้ว่าใช้รูปแบบทับศัพท์ภาษาคงเดิมที่เป็นชื่อเฉพาะทางสายอาชีพนั้นๆจะเป็นผู้รู้ และ เชี่ยวชาญเกี่ยวกับคำภาษาต่างประเทศ เพื่อไว้สื่อสารเฉพาะกลุ่มของพนักงานการบินไทยเท่านั้น ส่วนคำย่อและคำตัดเป็นคำย่อและ คำตัดที่คนทั่วไปรู้จัก และ ใช้กันในสังคมอยู่แล้วทำให้ง่ายแก่การเข้าใจโดยไม่ต้องอธิบายเพิ่มเติม ส่วนคำเฉพาะอาชีพก็จะเป็นคำเฉพาะอาชีพที่ใช้สื่อสารเฉพาะกลุ่มของพนักงานการบินไทยเท่านั้น ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่ยากเกินไปสำหรับคนทั่วไป ที่ยังไม่คุ้นเคยกับคำเฉพาะอาชีพ ซึ่งใช้กันไม่แพร่หลายในสังคมซึ่งทำให้ยากแก่การเข้าใจ และ ใช้กันในเฉพาะกลุ่มพนักงานการบินไทยเท่านั้น ดังที่กล่าวมาแล้วนั้นบริษัทการบินไทย ควรจะมีการเขียนคำอธิบายประกอบของคำที่คนอ่านแล้วไม่ทราบความหมายอย่างเช่น คำเฉพาะอาชีพเพื่อให้คนทั่วไปอ่านแล้วเข้าใจได้เลยซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมหาศาล

2. วารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีการใช้ประโยคเป็นประโยคความซ้อนเพราะผู้ส่งสารต้องการให้ข้อมูลที่เป็นรายละเอียดเพิ่มเติมมากขึ้นยิ่งขึ้นไรก็ตามก็เป็นประโยคความซ้อนที่เข้าใจได้ง่าย ประโยคความซ้อนจะมีทั้งประโยคความเดียวและประโยคความรวมซ้อนกันอยู่ในประโยคความซ้อน ซึ่งการใช้ประโยคความซ้อน จะเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมทางด้านอาหารและเป็นประโยคที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในประเทศไทย

3. วารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีการใช้บรรยายโวหารซึ่งเป็นการเขียนบรรยายเล่าให้ผู้อ่านทราบถึงเรื่องราวประสบการณ์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในการดำเนินงานซึ่งผู้เขียนได้เห็น และ ต้องการจะเล่าสู่โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเขียนตรงไปตรงมา ส่วนเทศนาโวหารเขียนเพื่อเป็นการชี้แนะเกี่ยวกับ วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของไทยให้เกิดความเชื่อถือ และ ปฏิบัติตามส่วน สาธกโวหารก็จะเขียนโดยยกตัวอย่าง มาประกอบ

เพื่อให้ผู้อ่านอ่านแล้วเข้าใจและคล้อยตามข้อเท็จจริงนั้นส่วนมากจะเป็นการผลิตอาหารและเกี่ยวกับการโปรโมชันให้ใช้บัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ก็จะมีโบนัสพิเศษให้แก่สมาชิก

4. วารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีการใช้เนื้อหาสาระให้ความรอบรู้เป็นส่วนมาก เพราะจะเขียนเกี่ยวกับเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของการประกอบธุรกิจว่าแต่ละปีมีการประกอบธุรกิจดีมากน้อยแค่ไหนก็จะมาเขียนเล่าให้กับ กลุ่มพนักงานการบินไทยได้ทราบข่าวสารส่วนเนื้อหาสาระให้ความรู้คือข้อความหรือเรื่องราวที่เกี่ยวกับ ความรู้ทั่วไปของการดำเนินชีวิตเสนอคุณค่าทางอาหารของสมุนไพร และ เสนอข่าวเกี่ยวกับทางด้านสุขภาพเพื่อให้กลุ่มพนักงานที่มีความเสี่ยงสูงรู้จักป้องกันตนเอง ให้ปลอดภัยจากโรคร้ายไข้เจ็บที่จะเข้ามาคุกคามถึงชีวิต ได้ส่วนเนื้อหาสาระ โน้มน้าวใจก็จะเป็นเรื่องราวที่มีเนื้อหาชักจูงใจให้เชื่อถือ และ ปฏิบัติตามหรือเป็นเรื่องเชิญชวนให้ช่วยเหลือผู้ประสบภัยในทุกๆ ด้าน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาการใช้ภาษาไทยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)เป็นวิทยานิพนธ์สาขาวิชาเอกภาษาไทยเป็นงานวิจัยที่มุ่งศึกษาเพื่อให้ทราบถึงการใช้คำในด้านการใช้คำยังมีเนื้อหาอีกมากมายที่ผู้วิจัยคิดว่าควรจะทำการศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับคำศัพท์เฉพาะอาชีพซึ่งคิดว่าเฉพาะคำศัพท์เฉพาะอาชีพมีจำนวนมากเพียงพอที่จะทำการวิจัยในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ซึ่ง เป็นศัพท์เฉพาะกลุ่มพนักงานการบินไทยเท่านั้น ส่วนด้านการใช้ประโยคผู้วิจัยพบว่ายังมีเนื้อหาที่น่าสนใจที่จะศึกษาอีกมากมายในส่วนงานวิจัยของผู้วิจัยขอขอบคุณประโยชน์แก่รุ่นน้องที่จะศึกษาในรุ่นต่อไป การใช้โวหารและเนื้อหาของสารผู้วิจัยพบว่ายังมีสิ่งที่น่าสนใจที่จะศึกษาอีกมากมายเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update” ควรจะจัดให้มีการพัฒนาบุคลากรในด้านการใช้ภาษาเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนและการใช้เทคโนโลยีต่างๆที่ทันสมัย และสนับสนุนให้นำมาใช้ในวารสารประชาสัมพันธ์ “TG Update”

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- กระแสรี่ มาลาษากรณี่. 2530. **วรรณกรรมไทยปัจจุบัน**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- กาญจนา นาคสกุล. 2524. **การใช้ภาษา**. กรุงเทพมหานคร: เคล็ดไทย.
- กำชัย ทองหล่อ. 2537. **หลักภาษาไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์
- กิติมา สุรสนธิ. 2542. **ความรู้ทางการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตรารณี่ สุทธิวรเศรษฐ์. 2534. **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒน์ และคณะ. 2523. **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการ
โฆษณาและการประชาสัมพันธ์, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เจือ สตะเวทิน. 2518. **การใช้ภาษาระดับปริญญาตรี**. กรุงเทพมหานคร: สุทธิสารการพิมพ์.
- นัตรา บุนนาค และคณะ 2522. **ศิลปะการใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันและทางธุรกิจ**.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- ชม ภูมิภาค. 2526. **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ชลธิชา กัลลค้อย. 2517. **การใช้ภาษา**. กรุงเทพมหานคร: เคล็ดไทย.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. 2527. **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อมวลชน**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชาติ คงฤทธิ์. 2545. **ศึกษาการใช้ภาษาพูดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์รายวัน**.
วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย, มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ชำนาญ รอดเหตุภัย. 2522. **สัมมนาการใช้ภาษาไทยปัจจุบัน**. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานครการพิมพ์.

ชัยนันท์ นันทพันธ์. 2528. **ประชาสัมพันธ้อย่างไรจึงจะได้ผล**. กรุงเทพมหานคร:
บริษัทบพิชการพิมพ์

ชัยยงค์ พรหมวงศ์. 2529. **หลักการสื่อสารที่มีประสิทธิผล**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.

ไชยยศ เรื่องสุวรรณ. 2522. **ทฤษฎีและการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเคียนสโตร์.

ฐะปะนีย์ นาครทรรพ. 2521. **การสอนหลักภาษาไทย จุลสารภาษาไทย**. เล่มที่ 5. โรงพิมพ์ส่งเสริม
อาชีพ โรงเรียนสารพัดช่าง.

ดวงใจ ไทยอุบล. 2543. **ทักษะการเขียนภาษาไทย**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คำรัสศิริ ชาติเสริมศักดิ์. 2550. **การศึกษาการใช้ภาษาไทยในงานเขียนของ พญ.พรทิพย์ โรจน
สุนันท์**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เตรียม ดันติเวชกุล. 2531. **แนวโน้มการประชาสัมพันธของกรมตำรวจในช่วงปีพ.ศ. 2532-2542**.
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทวีศักดิ์ เพ็ชรทรัพย์. 2542. **ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธในการณรงค์เพื่อเพิ่มจำนวน
นักศึกษา: ศึกษาเฉพาะกรณี มหาวิทยาลัยเกริก**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกริก.

นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์. 2539. **นักบริหารกับงานประชาสัมพันธ**. กรุงเทพมหานคร.

นววรรณ พันธุมธา. 2527. **ไวยากรณ์ไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาสน์การพิมพ์.

บรรจบ พันธุมธา. 2520. **ภาษาต่างประเทศในภาษาไทย**. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

_____. 2545. **ลักษณะภาษาไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บุญเหลือ เทพยสุวรรณ. 2520. **ภาษาไทยที่ถูกกลืน**. กรุงเทพมหานคร:พิมพ์.

ประจวบ อินอ้อด. 2520. **ศัพทานุกรมสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

ประทีป วาทิกทินกร. 2543. **ลักษณะและการใช้ภาษาไทย : การใช้ภาษา**. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ประสิทธิ์ กาพย์กลอน. 2523. **ภาษากวี**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.

_____. 2545. **การเตรียมการพูดและการเขียน**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ปิ่นวรรณ วาจางาม. 2548. “**ลีลาภาษาในนวนิยายของ ว.วินิจฉัยกุล**”.

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปราณี กุลลวณิชย์. 2547. “**การแปลกับสมรรถนะในการแข่งขันระดับโลก**.” วารสารอักษรศาสตร์
ปีที่ 33, ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน); 115-117.

เปรมจิต ชนะวงศ์. 2538. **หลักภาษาไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 8. นครศรีธรรมราช. โครงการตำราและ
เอกสาร ทางวิชาการ.

ประมะ สตะเวทิน. 2540. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.

ปรีชา ช่างขวัญยืน. 2525. **ศิลปะการเขียน**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิชาการ.

_____. 2542. **เทคนิคการเขียนและผลิตตำรา**. พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผะอบ โปษะกฤษณะ. 2532. **ลักษณะเฉพาะของภาษาไทย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

พนมพร นิรัญทวี และ เทพี จรัสจรุงเกียรติ 2538. **การใช้ภาษา 1**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. 2539. **การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพริก.

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2531. **การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรทิพย์ ภัทรนาวิก.2542. **การใช้ภาษา**. กรุงเทพมหานคร: รวมสาส์น.

พระยาอุปกิตศิลปสาร. 2544 . **หลักภาษาไทย**. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.

เพียรศิริ วงศ์วิภานนท์. 2526. **ความสัมพันธ์ทางไวยากรณ์ 3 ชนิดกับการรวมตำแหน่งวลีในประโยคภาษาไทย**. ศาสตร์แห่งภาษา ฉบับที่ 2. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนตรี เข้มกสิกร. 2526. **เอกสารประกอบการสอนการใช้เทคโนโลยีทางการสอนในห้องเรียน**. ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒสงขลา.

เมตตา กฤตวิทย์. 2532. **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์.

มนัสติยา เจ้าคูรี. 2549. **การศึกษาวิเคราะห์ลีลาภาษาในงานเขียนสารคดีของ มานพ ถนอมศรี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาศึกษาศาสตร์. 2528. **ภาษาเพื่อการสื่อสาร**. หน่วยที่ 8-15 กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

_____. 2529. เอกสารการสอนชุดภาษาไทย 6. (การเขียนสำหรับครู) หน่วยที่ 1-8 กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ระวีวรรณ มณีนัย. 2535. แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทย.
กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ราชบัณฑิตยสถาน. 2533. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 กรุงเทพฯ ๑.

ลักษณ์ โทวิวัฒน์ และ พรทิพย์ ไชยรัตน์. 2537. การใช้ภาษาไทย 2. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ลักษณ์ สตะเวทิน. 2540. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: เฟื่องฟ้าพรินติ้ง.

วัฒนา พุทธางกูรานนท์. 2535. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.

วาสนา เกตุเงิน. 2530. การเขียน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

วาสนา บุญสม. 2541. การใช้ภาษาไทย 1. พิมพ์ครั้งที่ 4 . กรุงเทพมหานคร: SR PRINTING.

วิจิตร อวาทกุล. 2539. การประชาสัมพันธ์ : เทคนิคและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนา
พานิชย์.

วิทยา อ่อนช้อย. 2531. การประชาสัมพันธ์. สหวิทยาอีสานใต้สุรินทร์: อัดสำเนา.

วิรัช ลภีรัตนกุล. 2532. หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช.

วิภา กงกะนันท์. 2538. วรรณคดีศึกษา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

วีระ อรัญมงคล. 2538. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สูดิจิตอลเฟสท.

ศรีจันทร์ วิชาติตรง.2541. **หลักภาษาไทย**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันราชภัฏพระนคร.

สมเกียรติ รัชต์มณี. 2549. **ภาษาวรรณศิลป์**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมชื่น เชี่ยวกุล. 2537. **การวิเคราะห์กลวิธีในการใช้ภาษา และเนื้อหาของเพลงของธงไชย
แมคอินไตย์**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สมพร มั่นตะสูตร. 2525. **สัมมนาการใช้ภาษาไทยปัจจุบัน**. กรุงเทพมหานคร: พีระพัฒนา.

_____. 2538. **การเขียนเพื่อการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

สมเพียร เกษมทรัพย์.2542.**ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สวนิต ยมาภัย. 2541. “ **การสื่อสารด้วยภาษา**,”เอกสารการสอนชุดวิชาการใช้ภาษาไทย (ฉบับ
ปรับปรุง). สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สะอาด ตันสุกผล. 2538. **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรมการฝึกหัดครู.

สังคม ภูมิพันธุ์. 2530. **การศึกษาการดำเนินงานและปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สังวาล คงจันทร์.2538. **การใช้ภาษา2** . กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาภาษาไทย,คณะศิลปศาสตร์,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สาคร บุญเลิศ. 2538. **ภาษาไทยสำหรับครูประถมศึกษา**.หน่วยศึกษานิเทศก์. สำนักงานสภาสถาบัน
ราชภัฏ

สาวิตรี หมวดเมือง. 2546. **การศึกษาความต้องการและการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ของ
ศาลปกครองศึกษากรณีข้าราชการมหาวิทยาลัยของรัฐ**.

วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
ภาควิชาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิริวรรณ นันทจันทุล. 2549. ภาษาไทยในสื่อมวลชน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.

สุกัญญา บุญยบัณฑิต. 2541. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการลดแลกประหยัดไฟ.
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุกัญญา พงษ์หาญพานิชย์. 2547. การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะการใช้ภาษาไทยในโฆษณาใน
นิตยสารสำหรับวัยรุ่นและนิตยสารสำหรับผู้ใหญ่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาภาษาไทย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุจริต เพ็ชรชอบ และ สายใจ อินทร์พรชัย. 2523. วิธีสอนภาษาไทยระดับมัธยมศึกษา.
ไทยวัฒนาพานิชย์.

สุดารัตน์ บัวศรี. 2547. การศึกษาภาษาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันจากเรื่องขบขันในนิตยสาร
แพรวและนิตยสารชีวจิต. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. 2540. หลักภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช. จำกัด.

สุนันท์ อัญชลินุกูล. 2546. ระบบคำภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร: โครงการเผยแพร่ ผลงานวิชาการ
คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุพิน ปัญญามาก. 2526. การวางแผนการประชาสัมพันธ์รัฐวิสาหกิจ. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- ศุภมิตร จิตศรีทธา. 2550. ศึกษาการใช้ภาษาและเนื้อหาในนิตยสารส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาไทย สำหรับเยาวชน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุรัตน์ ศรีราษฎร์ และ คณะ. 2545. การใช้ภาษาไทย 1. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาภาษาไทย, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสนีย์ แดงวัง. 2525. การประชาสัมพันธ์แนวความคิดและหลักวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อักษรบัณฑิต.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: เอเอ็นการพิมพ์.
- เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต. 2534. การเขียนสำหรับการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดวงกมล.
- องอาจ จิยะนันท์. 2523. เอกสารประกอบการสอนการจัดบริการสื่อการสอน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2544. ภาษาศาสตร์สังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนงค์วรรณ ชัยยืน. 2527. การศึกษาสถานภาพความต้องการและการใช้โสตทัศนูปกรณ์ในงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณ ภาณุพงศ์. 2530. คำบรรยายในการสัมมนาผู้แทนกระทรวงทบวงกรม. กรุงเทพมหานคร.
- อลิสา เลียงรื่นรมย์. 2549. ลีลาภาษาในเพลงลูกทุ่งของ สลา คุณวุฒิ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อัปสรศรี พลอดเปลี่ยว. 2533. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Cutlip,S. and Center,A.1978. **Effective Public Relation.** (7th ed). Newjersey: A paramount Communications Company.

Lesly, P. (1991). **Lesly's Handbook of Public Relations and Communications.** (4th ed). Chicago : Probus Publishing Company.

Lesly, P. (1992). **Lesly's Handbook of Public Relations and Communications.** Singapore: Probus Publishing Company.

ภาคผนวก

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ –นามสกุล	นางดวงเดือน ศรีวัฒนทรัพย์
วัน เดือน ปี ที่เกิด	13 มีนาคม 2503
สถานที่เกิด	จังหวัด ลำปาง
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2527
ตำแหน่งปัจจุบัน	Supervisor
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)