

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากหัวข้อข่าว เนื้อความข่าว และรูปภาพข่าวที่เกี่ยวกับประเพณีสงกรานต์ที่ปรากฏในหน้าหนึ่งรวมไปถึงเนื้อเรื่องและบทความต่างๆจากหน้าอื่นๆของหนังสือพิมพ์ 3 ฉบับในระยะเวลาดังกล่าว โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ วจนภาษา (Verbal Presentation) และอวจนภาษา (Visual Presentation) โดยเน้นการวิเคราะห์หัวข้อข่าว เนื้อความข่าว และรูปภาพข่าวที่เกี่ยวกับประเพณีสงกรานต์โดยใช้กรอบความคิดเรื่องวาทกรรมสื่อ (Media discourse) มาวิเคราะห์ ได้แก่ การใช้คำซ้ำ (Contextual and formal links) รูปแบบการพาดหัวข่าว (News headlines) และทฤษฎีการใช้กล้อง (Camera techniques)

ผลจากการค้นคว้าอิสระพบว่าหนังสือพิมพ์ได้นำเสนอประเพณีสงกรานต์โดยยังคงสะท้อนความสำคัญของคุณค่าความเป็นไทยในด้าน ครอบครัว ชุมชน และศาสนาไว้อย่างครบถ้วน และยังสะท้อนให้เห็นความสำคัญของคุณค่าเหล่านี้เพิ่มมากขึ้นในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา เช่นคุณค่าทางครอบครัวที่ผู้คนต่างเดินทางกลับภูมิลำเนาเดิมในช่วงวันหยุดสงกรานต์ ส่งผลให้ประชาชนกลับสู่ชุมชนและเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางชุมชนได้จัดขึ้น รวมไปถึงคุณค่าทางศาสนาที่พบว่าประชาชนเข้าร่วมพิธีกรรมและกิจกรรมทางศาสนาในช่วงประเพณีสงกรานต์กันมากขึ้นเช่นกัน อย่างไรก็ตามหนังสือพิมพ์ไม่ได้สะท้อนแค่ภาพของประเพณีสงกรานต์ว่าเป็นประเพณีที่อนุรักษ์วัฒนธรรมไทยไว้เท่านั้น แต่ได้พยายามสร้างภาพลักษณ์ใหม่ๆที่เกี่ยวข้องกับประเพณีสงกรานต์ เช่น การเล่นสาดน้ำอย่างรุนแรง การสร้างภาพการเฉลิมฉลองสงกรานต์ หรือการนำเสนอภาพอุบัติเหตุบนท้องถนนในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งภาพเหล่านี้ได้กลายเป็นประเด็นที่อาจจะเบี่ยงเบนความสำคัญของคุณค่าทางวัฒนธรรมของประเพณีสงกรานต์

Independent Study Title The Presentation of Songkran Festival in Thai Daily Newspapers During 1999-2008

Author Ms.Thanyalak Kumprom

Degree Master of Arts (English)

Independent Study Advisory Committee

Asst. Prof. Panit Boonyawattann Chairperson

Asst. Prof. Supaporn Martin Member

Assoc. Prof. Unchalee Sermsongsawat Member

ABSTRACT

The purpose of the study on the presentation of Songkran festival in Thai daily newspapers during 1999-2008 was to conduct a discourse analysis on the media presentation of the Songkran festival. The data were collected from 270 newspapers printed from April 8th to 16th of April from 1999 to 2008. The study looked at how the newspapers presented Songkran in the three Thai values; family, community and religion and whether they reflect, construct or distort the image of Songkran.

The verbal and visual presentations were collected from news headlines, news stories and photographs of Songkran from the front pages and inside pages of the three newspapers. The analysis framework used to analyse the data of Songkran are media discourse, contextual and formal links, news headlines and camera techniques.

It was found that newspapers reflected the traditional presentation of Songkran in terms of the three Thai values: family, community and religion. Moreover, the three values of Songkran through the 10-year period have increased and gained more recognition. People were concerned more about their family; they returned home and gathered with the family members during the long holiday of Songkran. The increase of family concern also raised community value. When people return to their hometown, they had more chance to participate with their community and perform religious activities on Songkran Day. However, the newspapers did not only reflect the traditional Thai values, they also tried to construct the new images related to Songkran by presenting the new features related to Songkran such as fun water splashing, celebration, traffic accidents, etc. which could distract readers' attention from the real meaning of traditional Songkran.