

การศึกษาวิเคราะห์ลักษณะภาษาไทยที่ใช้โฆษณา  
ในหนังสือพิมพ์รายวันระหว่างปีพุทธศักราช ๒๕๐๔ - ๒๕๒๐



นางศรีจันทร์ วิชาตรง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาภาษาไทย

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๒๔

An Analytical Study of Thai in Advertising  
in Daily Newspapers during 1976 - 1978

Mrs. Srichan Wichatrong

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts

Department of Thai

Graduate School

Chulalongkorn University

1981

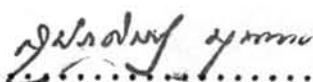
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาวิเคราะห์ลักษณะภาษาไทยที่ใช้โฆษณา  
ในหนังสือพิมพ์รายวันระหว่างปีพุทธศักราช ๒๕๑๕ - ๒๕๒๑

โดย นางศรีจันทร์ วิชาตรง

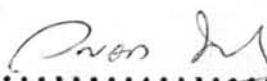
ภาควิชา ภาษาไทย

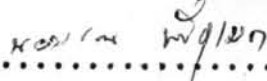
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นววรรณ พันธุเมธา

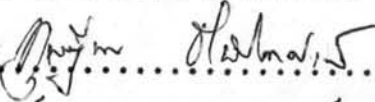
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

  
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุประดิษฐ์ บุญนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา นาคสกุล)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นววรรณ พันธุเมธา)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์ คุษฎีพร ชำนิโรคนาค)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์      การศึกษาวิเคราะห์ลักษณะภาษาไทยที่ใช้โฆษณา  
 ในหนังสือพิมพ์รายวันระหว่างปีพุทธศักราช ๒๕๑๕ - ๒๕๒๑

ชื่อนิสิต                      นางศรีจันทร์ วิชาตรง

อาจารย์ที่ปรึกษา            ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นววรรณ พันธุเมธา

ภาควิชา                        ภาษาไทย

ปีการศึกษา                    ๒๕๒๓



บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาลักษณะภาษาไทยโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวันโดยเน้นถึงลักษณะการใช้คำ ชนิดและโครงสร้างของวลีและประโยค

ข้อมูลที่น่ามาศึกษาเก็บรวบรวมจากหนังสือพิมพ์รายวัน ระหว่างปีพุทธศักราช ๒๕๑๕ - ๒๕๒๑ จำนวน ๑,๐๐๐ ฉบับ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ลักษณะการใช้คำในภาษาไทยโฆษณามี ๔๓ ลักษณะ ตัวอย่างเช่น ไม่ใช่คำลักษณนามในที่ที่ควรใช้ ตัดส่วนของคำ ใช้คำสะแลงและซ้ำคำ เป็นต้น วลีในภาษาไทยโฆษณามี ๕ ชนิด คือ นามวลี กริยาวลี สถานวลี กาลวลี และบุพบทวลี โครงสร้างนามวลีภาษาไทยโฆษณาที่เหมือนกับภาษามาตรฐานมี ๗ แบบ ที่พบเพิ่มขึ้นในภาษาไทยโฆษณามี ๑๒ แบบ โครงสร้างกริยาวลีภาษาไทยโฆษณาที่เหมือนกับภาษามาตรฐานมี ๔ แบบ ที่พบเพิ่มขึ้นในภาษาไทยโฆษณามี ๑ แบบ โครงสร้างสถานวลี ภาษาโฆษณาที่เหมือนกับภาษามาตรฐานมี ๒ แบบ ที่พบเพิ่มขึ้นในภาษาไทยโฆษณามี ๑ แบบ โครงสร้างบุพบทวลีภาษาไทยโฆษณามี ๔ แบบ โครงสร้างทั้ง ๔ แบบนี้ก็มิใช่ในภาษามาตรฐาน ประโยคภาษาไทยโฆษณามี ๓ ชนิด คือ ประโยคสามัญ ประโยคซับซ้อน และประโยคผสม

ซึ่งตรงกับภาษามาตรฐาน แต่ภาษามาตรฐานมีประโยคเชื่อมเพิ่มขึ้นอีกชนิดหนึ่ง โครงสร้างประโยคสามัญในภาษาโฆษณาที่เหมือนกับภาษามาตรฐานมี ๕ แบบ ที่พบเพิ่ม ในภาษาโฆษณามี ๑๓ แบบ โครงสร้างประโยคซับซ้อนในภาษาโฆษณาที่เหมือนกับภาษามาตรฐานมี ๒ แบบ ที่พบเพิ่ม ในภาษาโฆษณามี ๒ แบบ โครงสร้างประโยคผสมในภาษาโฆษณาที่เหมือนกับภาษามาตรฐานมี ๒ แบบ ที่พบเพิ่ม ในภาษาโฆษณามี ๑ แบบ

ผลการวิจัยเสนอเป็น ๒ บท คือ บทที่หนึ่ง เป็นบทนำ กล่าวถึงความจำเป็นมา และข้อความของปัญหา การวิจัยที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัย บทที่สอง กล่าวถึงความหมายของการโฆษณา ส่วนประกอบของข้อความโฆษณา หัวเรื่อง โฆษณาและการใช้ภาษาในการโฆษณา บทที่สาม กล่าวถึงการใช้คำในภาษาโฆษณา บทที่สี่ กล่าวถึงวลีในภาษาโฆษณา บทที่ห้า กล่าวถึงประโยคในภาษาโฆษณา บทที่หก สรุปผลการวิจัยและเสนอแนะให้ศึกษาลักษณะภาษาโฆษณาในสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เช่น วิทยุและโทรทัศน์.



advertising sentences : simple sentences, complex sentences and compound sentences. The simple sentences have 22 types of structures. The complex sentences have 4 types and the compound sentences have 3 types.

The thesis is organized into 6 chapters. The first chapter is an introduction which states the scope and the purpose of this thesis. The second chapter deals with the meaning of advertising, its component, headings and language use in advertisement. The third chapter concerns the use of words in advertising. The fourth and the fifth chapters deal with phrases and sentences in advertising respectively. And the last chapter is a recapitulation of the results.





## กิติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือและการแนะนำอย่างใกล้ชิดของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นววรรณ พันธุเมธา ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาและควบคุมงานวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งงานได้สำเร็จลงโดยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา นาคสกุล และ อาจารย์ คุชฎีพร ชำนิโรคส์านต์ ซึ่งเป็นกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ความสำเร็จของการวิจัย ยังเนื่องมาจากความกรุณาของอาจารย์ ลำพอง บุญช่วย อธิการวิทยาลัยครูเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์ ซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาของผู้วิจัย ที่คอยให้การสนับสนุนอยู่ตลอดเวลา อาจารย์จันทน์ สิริวิรัตน์ อาจารย์สุชุม เฉลยทรัพย์ และ คุณสาโรช พหลยุทธ ซึ่งได้ให้เอกสารที่เป็นประโยชน์ในการวิจัย คุณเพ็ญศรี เผ่าเหลืองทอง พนักงานแผนกสร้างงานโฆษณา บริษัท แมคแคน - แอริคสัน จำกัด คุณขวัญชัย เพกานนท์ ผู้อำนวยการฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ และ คุณวิภาพร ปราโมช พนักงานฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ บริษัท โอกลีวีแอนคิเมเชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับหลักการโฆษณา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่ได้กล่าวนามมาทั้งหมดไว้ ณ โอกาสนี้

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณบรรดามิตรสหายที่ได้มีส่วนช่วยเหลือให้งานวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จบริบูรณ์.

ศรีจันทร์ วิชาตรง.



สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... ๗

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... ๗

กิตติกรรมประกาศ..... ๗

บทที่

๑. บทนำ..... ๑

ความเป็นมาของปัญหา..... ๑

ข้อความของปัญหา..... ๒

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... ๒

งานวิจัยที่ใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์..... ๒

ความมุ่งหมายในการวิจัย..... ๒

ขอบเขตของการวิจัย..... ๒

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย..... ๔

วิธีดำเนินการวิจัย..... ๔

เครื่องหมายที่ใช้ในวิทยานิพนธ์..... ๔

อักษรย่อที่ใช้ในวิทยานิพนธ์..... ๕

๒. การโฆษณา..... ๘

ความหมายของการโฆษณา..... ๘

ส่วนประกอบของข้อความโฆษณา..... ๑๐

หัวเรื่องโฆษณา..... ๑๐

→ ประเภทของหัวเรื่องโฆษณา..... ๑๓

→ การใช้ภาษาในการโฆษณา..... ๒๒



๕ บทที่

๓. การใช้คำในการโฆษณา.....	๒๘
ลักษณะของการใช้คำในการโฆษณา.....	๒๘
ก. การใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจข้อความที่โฆษณา.....	๒๘
๑. การใช้คำผิดแปลก.....	๒๘
๒. การใช้คำที่ซ้ำเสียง.....	๔๔
ข. การใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกคุ้นเคยเป็นกันเอง.....	๕๐
๑. การใช้คำอุทาน.....	๕๐
๒. การใช้คำลงท้าย.....	๕๑
๓. การใช้คำภาษาพูด.....	๕๑
๔. การใช้คำสะแลง.....	๕๒
๕. การใช้คำเลียนเสียงธรรมชาติ.....	๕๒
๔. วลีในภาษาโฆษณา.....	๕๓
คำจำกัดความของวลี.....	๕๓
ส่วนประกอบของวลี.....	๕๔
๑. นามวลี.....	๕๔
๒. กริยาวลี.....	๕๕
๓. สถานวลี.....	๕๖
๔. กาลวลี.....	๕๖
๕. นุพบทวลี.....	๕๗
ส่วนประกอบของหน่วยในวลี.....	๕๘
๑. ส่วนประกอบของหน่วยหลัก.....	๕๘
๒. ส่วนประกอบของหน่วยคุณศัพท์.....	๖๑

บทที่ ๑

๓.	ส่วนประกอบของหน่วยจำนวน.....	๖๒
๔.	ส่วนประกอบของหน่วยลำดับที่.....	๖๔
๕.	ส่วนประกอบของหน่วยกำหนด.....	๖๙
๖.	ส่วนประกอบของหน่วยขยายเสริม.....	๗๒
๗.	ส่วนประกอบของอนุภาคยัคฆ์ศัพท์.....	๗๓
๘.	ส่วนประกอบของหน่วยแทน.....	๗๕
๙.	ส่วนประกอบของหน่วยช่วยกริยาหน้าหน่วยแทน....	๗๗
๑๐.	ส่วนประกอบของหน่วยช่วยกริยาหลังหน่วยแทน....	๘๐
๑๑.	ส่วนประกอบของหน่วยขยาย.....	๘๐
๑๒.	ส่วนประกอบของอนุภาคยัคฆ์พิเศษ.....	๘๔
	โครงสร้างของวลี.....	๘๕
๑.	โครงสร้างของนามวลี.....	๘๕
๒.	โครงสร้างของกริยาวลี.....	๘๕
๓.	โครงสร้างของสถานวลี.....	๘๘
๔.	โครงสร้างของกาลวลี.....	๑๐๐
๕.	โครงสร้างของบุพบทวลี.....	๑๐๑
๕.	ประโยคในภาษาโฆษณา.....	๑๐๓
	ชนิดของประโยค.....	๑๐๓
๑.	ประโยคสามัญ.....	๑๐๓
๒.	ประโยคซับซ้อน.....	๑๑๕
๓.	ประโยคผสม.....	๑๑๘
๖.	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	๑๒๒
	บรรณานุกรม.....	๑๒๘
	ประวัติผู้วิจัย.....	๑๓๑