

## ลักษณะความเป็นภาษาพูดในข้อความโฆษณาใน พ.ศ.2479

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อความโฆษณาในอดีตจำนวน 240 ข้อความ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์รูปภาษามีคุณสมบัติตามกรอบทฤษฎีที่ใช้ตั้งอธิบายในบทที่ 3 (หน้า 40) ผู้วิจัยพบว่าข้อความโฆษณาทั้ง 240 ข้อความนี้มีรูปภาษาที่แสดงลักษณะความเป็นภาษาพูด 6 ลักษณะ และมีตัวอย่างรูปภาษาที่แสดงลักษณะดังกล่าว รวม 1096 ตัวอย่าง

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเสนอลักษณะความเป็นภาษาพูดในข้อความโฆษณาใน พ.ศ.2479 ด้านภาพรวมของลักษณะความเป็นภาษาพูดในข้อความโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ พ.ศ.2479 เป็นลำดับแรก จากนั้นผู้วิจัยจะเสนอรูปภาษาที่แสดงถึงลักษณะแต่ละลักษณะของความเป็นภาษาพูดในข้อความโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ พ.ศ. 2479 เป็นลำดับถัดไป รายละเอียดมีดังต่อไปนี้

### 4.1 ภาพรวมของข้อความโฆษณาใน พ.ศ. 2479

ข้อความโฆษณาในอดีตนั้นมีการใช้ลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องการซ้ำปรากฏเป็นจำนวนสูงที่สุดของลักษณะความเป็นภาษาพูดทั้งหมด ลักษณะความเป็นภาษาพูดที่ปรากฏมากเป็นลำดับถัดมา คือ ความไม่สมบูรณ์ สำหรับความเป็นภาษาพูดอีกลักษณะหนึ่งซึ่งปรากฏเป็นจำนวนไม่น้อยรองลงมาจากลักษณะการซ้ำและลักษณะความไม่สมบูรณ์ คือ ลักษณะการเข้าปฏิสัมพันธ์ ทั้งนี้ลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องการซ้ำ ความไม่สมบูรณ์ และการเข้าปฏิสัมพันธ์ เป็นลักษณะที่ปรากฏอย่างโดดเด่นในข้อความโฆษณา พ.ศ.2479

นอกจากนี้ลักษณะความเป็นภาษาพูดที่ปรากฏเป็นลำดับถัดมาจากการซ้ำ ความไม่สมบูรณ์ และการเข้าปฏิสัมพันธ์ ดังอธิบายไปในข้างต้น คือ การแสดงอารมณ์และความรู้สึก ลักษณะอรรถการเบี่ยงสูง ตามลำดับ และลักษณะความเป็นภาษาพูดที่ปรากฏเป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ ลักษณะความไม่ชัดเจน

ผู้วิจัยจะแสดงเป็นตารางภาพรวมของลักษณะความเป็นภาษาพูดในข้อความโฆษณา พ.ศ.2479 โดยลำดับจากลักษณะที่มีตัวอย่างรูปภาษาปรากฏมากที่สุด มายังน้อยที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 5 ภาพรวมของลักษณะความเป็นภาษาพูดใน พ.ศ.2479

ลักษณะความเป็นภาษาพูด	จำนวนตัวอย่างที่ปรากฏ	ร้อยละ
1. การซ้ำ	382	34.9
2. ความไม่สมบูรณ์	344	31.4
3. การซ้ำปฏิสัมพันธ์	227	20.7
4. การแสดงอารมณ์และความรู้สึก	90	8.2
5. อัตราการเบนเบี่ยงสูง	47	4.3
6. ความไม่ชัดเจน	6	0.5
รวม	10	100

จากตารางจะเห็นได้ว่าลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องการซ้ำปรากฏเป็นจำนวนที่สูงที่สุด โดยปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 34.9 ลักษณะความไม่สมบูรณ์ปรากฏเป็นจำนวนที่รองลงมา คือ ปรากฏร้อยละ 31.4 นอกจากนี้ 2 ลักษณะความเป็นภาษาพูดดังกล่าวนี้ที่ปรากฏตัวอย่างมากอย่างโดดเด่น ยังมีลักษณะการซ้ำปฏิสัมพันธ์อีกลักษณะหนึ่งที่ปรากฏมากเป็นจำนวนร้อยละ 20.7 สำหรับลักษณะการแสดงอารมณ์และความรู้สึกปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 8.2 ลักษณะความเป็นภาษาพูดที่ปรากฏน้อย 2 ลักษณะในข้อความโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ใน พ.ศ.2539 คือ ลักษณะอัตราการเบนเบี่ยงสูงซึ่งปรากฏร้อยละ 4.3 และลักษณะความไม่ชัดเจนปรากฏร้อยละ 0.5

ในตารางที่ 8 ข้างต้นนี้เป็นข้อสรุปให้เห็นภาพรวมของลักษณะความเป็นภาษาพูดของข้อความโฆษณาในอดีต พ.ศ.2479 ทั้งนี้ผู้วิจัยยังไม่ได้แสดงรูปภาพที่มีคุณสมบัติในแต่ละลักษณะโดยละเอียดแต่อย่างใด ดังนั้นในตอนต่อไปผู้วิจัยจะวิเคราะห์รูปภาพที่แสดงถึงลักษณะความเป็นภาษาพูดในแต่ละลักษณะโดยจะเสนอไปที่ละลักษณะเรียงลำดับจากการปรากฏตัวอย่างมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ตามลำดับจากตารางที่ 8

#### 4.2 รูปภาพที่แสดงลักษณะความเป็นภาษาพูดในแต่ละลักษณะ

รูปภาพซึ่งแสดงคุณสมบัติของลักษณะความเป็นภาษาพูดในแต่ละลักษณะนั้นปรากฏตัวอย่างหลายแบบ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเสนอรายละเอียดในแต่ละลักษณะเรียงลำดับจากลักษณะที่ปรากฏตัวอย่างมากที่สุด ไปยังลักษณะที่ปรากฏตัวอย่างน้อยที่สุด

การนำเสนอตัวอย่างจะใช้ตัวพิมพ์เอน และการย่อหน้าพิเศษ แทนข้อความโฆษณาที่เป็นตัวอย่าง และการขีดเส้นใต้จะขีดเส้นให้รูปภาพที่แสดงลักษณะความเป็นภาษาพูดที่กำลังกล่าว

ถึงในแต่ละตอน รายละเอียดลักษณะความเป็นภาษาพูดในแต่ละลักษณะของข้อความโฆษณาใน พ.ศ. 2479 มีดังต่อไปนี้

#### 4.2.1 ลักษณะการซ้ำ

ลักษณะการซ้ำนั้นปรากฏรูปภาษาซึ่งแสดงถึงคุณสมบัติของการซ้ำทั้งหมด 4 แบบ ได้แก่ การซ้ำคำ ซ้ำเสียง ซ้ำโครงสร้าง และซ้ำความหมาย ทั้งนี้ในแต่ละแบบมีปริมาณในการปรากฏ เป็นสัดส่วนดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยจะแสดงตารางลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องการซ้ำในแต่ละแบบ โดยลำดับการ ซ้ำแบบที่มีตัวอย่างปรากฏมากที่สุด มายังการซ้ำแบบที่มีตัวอย่างปรากฏน้อยที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 6 ลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องการซ้ำใน พ.ศ. 2479

รูปภาษา	จำนวนตัวอย่าง ที่ปรากฏ	ร้อยละ
ซ้ำคำ ซ้ำคำแบบธรรมดา	247	64.6
ซ้ำโครงสร้าง	77	20.1
ซ้ำเสียง	50	13.1
ซ้ำเสียงสระ	40	10.5
ซ้ำเสียงพยัญชนะ	10	2.6
ซ้ำความหมาย	8	2.1
รวม	382	100

จากตารางจะเห็นได้ว่ารูปภาษาที่แสดงการซ้ำที่ปรากฏตัวอย่างมากที่สุด คือ การซ้ำคำซึ่ง เป็นการซ้ำคำแบบธรรมดาซึ่งปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 64.6 รองลงมา คือ การซ้ำโครงสร้าง ปรากฏร้อยละ 20.1 สำหรับการซ้ำเสียงปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 13.1 โดยเป็นการซ้ำเสียงสระ ร้อยละ 10.5 และซ้ำเสียงพยัญชนะ ร้อยละ 2.6 ลักษณะการซ้ำที่ปรากฏน้อยที่สุด คือ การซ้ำ ความหมาย การซ้ำความหมายปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 2.1

ผู้วิจัยจะแสดงตัวอย่างการซ้ำในแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตัวอย่างการซ้าคำซึ่งเป็นการซ้าคำแบบธรรมดา

การซ้าคำแบบธรรมดาเป็นการซ้ำจากคำเดิมโดยคำเดิมปรากฏเป็นอิสระได้และคำที่นำมาซ้ำนั้นมีการซ้ำเหมือนคำเดิมทุกประการทั้งพยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ ดังรายละเอียดที่ได้เสนอไว้ในบทที่ 3 (หน้า 36) ยกตัวอย่างเช่น

รถยนต์ถูก ๆ ใหม่ ๆ เชิญทางนี้

ผงใส่แผลตราแพะเหยียบโลก ใช้โรยใส่แผลโรคสำหรับบุรุษต่าง ๆ ทั้งแผลสดและเรื้อรัง หรือแผลเนื่องจากมีน้ำเหลืองเสียต่างๆ เช่นตามผิวหนังมีอาการแสบ ๆ คัน ๆ ชวนให้เกา ตลอดจนเนื้อเปื่อยต่าง ๆ ยานี้ดีจริงๆ

ยาแสงพระอาทิตย์ ! ยาแสงพระอาทิตย์ !! ยาแสงพระอาทิตย์ !!! ขนานเดียวเท่านั้นที่กล้าท้าว่ารับประกันไม่เห็นคุณรับคืนเงิน ตามราคาที่ซื้อไป

สีครามซักผ้าสมใจนึก เชิญใช้แต่สมใจนึกผ้าของท่านที่เป็นสีขาวย ๆ จะสดใสไม่มีหมองหรือเป็นสีเหลืองต่าง ๆ ดวง ๆ วิธีใช้ก็แสนจะง่าย เพียงใส่ลงไปในห้องซักผ้าในน้ำสุดท้ายแค่หยิบมือผ้าขาวที่มีสีดุ่น ๆ ดูเก่าไม่งามเลย จะกลับเป็นผ้าขาวเหมือนเพิ่งใช้แรก ๆ โปรดทดลองใช้เถิดจะเห็นผล

รูปภาพของลักษณะการซ้ำที่ปรากฏเป็นจำนวนไม่น้อยในลำดับถัดมาคือ การซ้ำโครงสร้าง

ตัวอย่างการซ้ำโครงสร้าง เช่น

ซ้ำโครงสร้างคำว่า “แก้” และ “ก็ได้” ใน

ยาชื่อจักรวาลฟ้าครอบ แก้กาฬ ๙๐๐ จำพวก แก้โรคเปลือกหรือใช้กาฬโรค แก้พิษกาฬภายใน แก้พิษไข้ต่าง ๆ ซึ่งกระทำให้อบและสออีก แก้ลิ้นกระด้างคางแข็ง แก้พิษไข้ทุรนทุรายเพื่อคลั่ง ยานี้  
อาจสามารถแก้บรรดาพิษต่าง ๆ ได้ทุกประการ ละลายน้ำดอกไม้เทศก็ได้ แก้พิษน้ำจันทน์เทศก็ได้ ดอกมะลิสดก็ได้ คร่ำก็ได้

ซ้ำโครงสร้างคำว่า “ที่สุด” ใน

รูปงามที่สุด ทนทานที่สุด เร็วที่สุด อักษรงามที่สุด ใช้ง่ายที่  
สุด กำลังนิยมมากที่สุด

ซ้ำโครงสร้างคำว่า “ทุก” ใน

แม้ว่าแปรงสีฟันจะทำการได้ไม่ทั่วทุกซอกทุกมุมของฟัน จง  
ขัดสีฟันท่านด้วยวิธีตามแบบคอลเกต

ซ้ำโครงสร้างคำว่า “พอใจ” ใน

พอใจกลิ่น พอใจความทนทาน พอใจราคา

นอกจากนี้รูปภาพซึ่งแสดงลักษณะการซ้ำยังมีอีก 2 แบบที่ปรากฏในจำนวนถัดมาจากการซ้ำคำและโครงสร้างนั่นคือการซ้ำเสียง ทั้งนี้การซ้ำเสียงมี 2 แบบได้แก่ ซ้ำเสียงพยัญชนะและซ้ำเสียงสระ โดยการซ้ำเสียงสระปรากฏมากกว่าการซ้ำเสียงพยัญชนะ กล่าวคือการซ้ำเสียงสระมีจำนวนการปรากฏร้อยละ 10.5 ในขณะที่การซ้ำเสียงพยัญชนะมีจำนวนการปรากฏร้อยละ 2.6 ดังกล่าวไปข้างต้น ยกตัวอย่างการซ้ำเสียงพยัญชนะและสระ ดังนี้

ตัวอย่างการซ้ำเสียงสระ เช่น

ผู้วิจัยพบว่ามีลักษณะการซ้ำสระ 2 แบบ คือ

(1) ซ้ำเสียงสระเดิมทันที เช่น

ซ้ำเสียงสระ /a:/ และพยัญชนะ /j/ เช่น

นอกจากนี้ยังมีชนิดคอบเบะ คอกลม คอวี อีกมากมายหลายอย่าง

ซ้ำเสียงสระ /:/ และพยัญชนะ /n/ เช่น

โสร่งแปลก ๆ เนื้อดี สีทน นำใช้นานุง ผ้าซิ่นอย่างทันสมัย  
เจียบ ยิงที่นอนหอมอนมุ้งด้วยแล้ว ข้าพเจ้าขอคุณเสียดัง ๆ ที่  
เดี๋ยวว่าไม่มีห้างใดร้านใดจะมีดีกว่าร้านข้าพเจ้าเลย

ซ้ำเสียงสระ /o/ เช่น

ต้องการจะให้ทุก ๆ ท่านมีโอกาสได้ชมฝีมือช่างเอง โดยผู้เป็น  
ช่างไม่ต้องเที่ยวคุ้ยไม้ไผ่ฮวด

(2) ซ้ำเสียงสระเดิมแต่ถูกคั่นด้วยคำอื่นหรือความอื่น เช่น

ซ้ำเสียงสระ /a:/ เช่น

กับบ๊อชแบตตารียังไม่เคยมีมา ฉะนั้นอย่าเสียเวลาที่ท่านจะไปหาที่อื่น  
ซ้ำเสียงสระ / a:/ และพยัญชนะ / d/ เช่น

ยาน้ำเดวิดของหมอเบนาร์ดี รักษาโรคเส้นประสาททนายขาดได้จริง  
ซ้ำเสียงสระ / i/ และพยัญชนะ / t/ เช่น

ยาแสงพระอาทิตย์ปราบชิฟิลิสได้จริง

ตัวอย่างการซ้ำเสียงพยัญชนะ เช่น

กลิ่นหอมระรื่นรวยรินจับใจฉันจริง ๆ ทั่วทั้งผมงามระยับ (ซ้ำพยัญชนะ  
/ r/ )

ถ้าขึ้นท่านปล่อยปลະละเลย ร่างกายของท่านจะทุพพลภาพ (ซ้ำ  
พยัญชนะ / pl/, / l/ )

ทนทาน เสียงดัง ฟังชัด ไม่เสียจุกเสียจิกแก้กันบ่อย ๆ (ซ้ำ  
พยัญชนะ / s/, / c/ )

โรคปวดบวมตามข้อและตัวทั่วไปที่เรียกว่าลมเพลมพัด (ซ้ำพยัญชนะ  
/ l/, / p/ )

สำหรับลักษณะการซ้ำแบบสุดท้ายที่ปรากฏในข้อมูลและปรากฏเป็นจำนวนน้อยที่สุดจาก  
การซ้ำ 3 แบบแรกดังอธิบายข้างต้น ได้แก่ การซ้ำความหมาย

ตัวอย่างการซ้ำความหมาย เช่น

บางที่รู้สึกขบปวดตามกระดูกตามข้อ จนมือไม่ทำอะไรไม่ได้  
และบางที่ขึ้นเป็นเม็ด ๆ ตามสรรพางค์ร่างกาย

ตัวอย่างนี้คำว่า "สรรพางค์ร่างกาย" มีความหมายเหมือนกัน เพราะคำว่า  
"สรรพางค์" นั้นหมายถึงถึงร่างกาย เช่นกัน

ขอเชิญมาชมของถูก ๆ และนำไปใช้ทุกสิ่งทุกอย่าง

ตัวอย่างนี้คำว่า "ทุกสิ่งทุกอย่าง" นั้นมีความหมายซ้ำกัน เพราะคำว่า "ทุกสิ่ง" และ  
คำว่า "ทุกอย่าง" นั้นมีความหมายเดียวกัน คือ ทั้งหมด

นอกจากนี้ยังมีชนิด คอกลม คอแบน คอวี อีกมากมายหลายอย่าง

ตัวอย่างนี้คำว่า "มากมายหลายอย่าง" มีความหมายซ้ำกัน เพราะคำว่า "มาก  
มาย" และคำว่า "หลายอย่าง" มีความหมายเดียวกัน คือ มีจำนวนมาก

ชักได้ สีส้มซีดไม่จาง

ตัวอย่างนี้คำว่า“ไม่ซัดไม่จาง” นั้นมีความหมายเหมือนกัน เพราะคำว่า “ไม่ซัด” และคำว่า “ไม่จาง” มีความหมายเดียวกัน คือ สีอ่อนลง

#### 4.2.2 ลักษณะความไม่สมบูรณ์

ลักษณะความเป็นภาษาพูดที่แสดงด้วยไม่สมบูรณ์นั้นปรากฏด้วยรูปประโยคที่ไม่สมบูรณ์ 3 แบบ ได้แก่ ประโยคไร้ประธาน ประโยคไร้กริยา และประโยคไร้กรรม โดยปรากฏตัวอย่างของประโยคไร้ประธานมากที่สุด ปรากฏตัวอย่างประโยคไร้กรรม เป็นจำนวนที่รองลงมา และปรากฏประโยคไร้กริยาเป็นจำนวนน้อยที่สุด

ผู้วิจัยจะแสดงตารางลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องความไม่สมบูรณ์ซึ่งปรากฏประโยคไม่สมบูรณ์ทั้ง 3 แบบดังกล่าวข้างต้นโดยลำดับประโยคไม่สมบูรณ์ที่มีตัวอย่างปรากฏมากที่สุด มาอย่างน้อยที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 7 ลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องความไม่สมบูรณ์ใน พ.ศ. 2479

รูปภาษา	จำนวนที่ตัวอย่างที่ปรากฏ	ร้อยละ
ประโยคไร้ประธาน	252	73.3
ประโยคไร้กรรม	78	22.7
ประโยคไร้กริยา	14	4.0
รวม	344	100

จากตารางจะเห็นได้ว่าสัดส่วนในการปรากฏประโยคไร้ประธานปรากฏเป็นจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 73.3 ประโยคไร้กรรมปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 22.7 และประโยคไร้กริยาปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ผู้วิจัยจะแสดงตัวอย่างประโยคชนิดต่าง ๆ ซึ่งแสดงความไม่สมบูรณ์ ดังต่อไปนี้

ตัวอย่างของประโยคไร้ประธาน เช่น

ร้านตัดผมประพรีตัดผมราคา ๓ บาท ประพรีต้องการโซวีมือข้างไว้ในสถานที่ต่างๆ เพราะฉะนั้นการแยกสาขาาราคาต่ำ มิใช่จะใช้และทำด้วยของเหลว ๆ ต้องการจะให้ทุก ๆ ท่านมีโอกาสได้ชมฝีมือ

ช่างเอง โดยผู้เป็นช่างไม่ต้องเที่ยวคุยไม้ไอ้หวด และเพื่อเป็นการ  
ปฏิบัติตามคำร้องของลูกค้าส่วนมากที่อยู่ล่างให้ได้รับความสะดวก  
ข้อความข้างต้นนี้ผู้วิจัยขีดเส้นใต้กำกับประโยคไว้ประธาน อันได้แก่

มิใช่ว่าใช้และทำด้วยของเหลว ๆ

ต้องการที่จะให้ทุก ๆ ท่านมีโอกาสได้ชมฝีมือช่างเอง

ทั้งนี้หากประกอบด้วยประโยคที่มีประธานสมบูรณ์ ควรเป็น

มิใช่ว่าเราใช้และทำ (ผม) ด้วยของเหลว ๆ

เราต้องการจะให้ทุก ๆ ท่านมีโอกาสได้ชมฝีมือช่างเอง

ผู้วิจัยขีดเส้นใต้คำที่เป็นประธานของประโยคไว้ในข้อความข้างต้น อันได้แก่คำ  
ว่า “เรา” ซึ่งในข้อความโฆษณาไม่ปรากฏแต่อย่างใด นอกจากนี้คำในวงเล็บคือคำที่ทำ  
หน้าที่เป็นกรรมของประโยคและไม่ปรากฏในประโยคนี้เช่นกัน ดังนั้นประโยค “มิใช่ว่า  
ใช้และทำด้วยของเหลว ๆ” จึงเป็นประโยคที่ไร้ประธานและไร้กรรมด้วย

ตัวอย่างประโยคไร้กริยา เช่น

ปรีนซ์แฮร์รี่ น้ำยาปลูกผมขนานวิเศษ ไม่ว่าจะผมแดง กรอบ-  
และหลุดร่วงออกมาเป็นกำ ๆ ก็หายได้ภายในสองขวด

“พัลล์มัล” บุหรี่ชั้นเยี่ยม ราคาเยา ของละ ๗ สตางค์

ซากูระ เบียร์ดำ

ทันตา หน้าวังบูรพาถนนมหาไชย แพทย์ประกาศนียบัตรชั้น-  
หนึ่ง เรียนการทำฟันจากประเทศอังกฤษ.....

จากข้อความข้างต้นทั้งหมดจะเห็นได้ว่าประกอบด้วยประโยคที่ไร้กริยาได้แก่คำกริยา  
จำพวก “เป็น” “อยู่” “คือ” ทั้งนี้หากข้อความทั้งหมดมีประโยคที่สมบูรณ์ไม่ไร้กริยา ควรเป็น

ปรีนซ์แฮร์รี่เป็น (หรือ “คือ”) น้ำยาปลูกผมขนานวิเศษ ไม่ว่าจะผม  
แดง กรอบ และหลุดร่วงออกมาเป็นกำ ๆ ก็หายได้ภายในสองขวด

“พัลล์มัล” เป็น (หรือ “คือ”) บุหรี่ชั้นเยี่ยม ราคาเยา ของละ ๗  
สตางค์

ซากูระเป็น (หรือ “คือ”) เบียร์ดำ

ทันตาอยู่หน้าวังบูรพาถนนมหาไชย แพทย์ประกาศนียบัตร  
ชั้นหนึ่ง เรียนการทำฟันจากประเทศอังกฤษ.....



ผู้วิจัยขีดเส้นใต้คำที่เป็นกริยาของประโยคไว้ในข้อความข้างต้น อันได้แก่คำว่า “เป็น” ซึ่งในข้อความโฆษณาไม่ปรากฏแต่อย่างใด นอกจากนี้คำกริยาในวงเล็บนั้นหมายความว่า เป็นคำกริยาที่ชี้แทน หรือ ใช้ตัวใดตัวหนึ่งได้

ตัวอย่างประโยคไวยากรณ์ เช่น

เครื่องหนาวปีนี้!!! เครื่องหนาวตกเข้ามาสำหรับปีนี้มีเสื้อสะเว็ตเตอร์ขนสัตว์อย่างดีราคาตั้งแต่ ๕ บาทขึ้นไป ผ้าขนสัตว์ ผ้าพันคอขนสัตว์และไหม กับของอื่นๆ อะไรๆ อีกเป็นอันมาก ขอเชิญแวะชมให้ได้ มีชายที่ห่างเคียนแสง

ตู้น้ำแข็งไฟฟ้ายี่ห้อ เยนราลอิเล็กทริก รับประกัน ๔ ปี รับใช้ฟรีเสมอ มีทั้งชายและเช่า.....

ร้อน! ร้อน! ฤดูร้อนยามกระหาย ฟลอรเรนซ์กับน้ำแข็งเพนดี เยี่ยม ก่อนซื้อและดื่ม โปรดระวังของปลอม.....

ข้อความข้างต้น ประกอบด้วยประโยคไวยากรณ์ซึ่งผู้วิจัยได้ขีดเส้นใต้กำกับเอาไว้ข้างต้น อันได้แก่

มีชายที่ห่างเคียนแสง

มีทั้งชายและเช่า

ก่อนซื้อและดื่ม

ทั้งนี้ประโยคไวยากรณ์ดังกล่าวประกอบด้วย สกรรมกริยาซึ่งเป็นกริยาที่ต้องการกรรมมารับ ได้แก่กริยา คำว่า “มี” “ซื้อ” และ “ดื่ม” ดังนั้น ประโยคที่สมบูรณ์ไม่ไวยากรณ์ ควรเป็น

มีของทั้งหมดชายที่ห่างเคียนแสง

มีตู้น้ำแข็งนี้ทั้งชายและเช่า

ก่อน (ท่าน) ซื้อและดื่มฟลอรเรนซ์ โปรดระวังของปลอม

คำที่ผู้วิจัยขีดเส้นใต้กำกับเอาไว้คือคำที่ทำหน้าที่เป็นกรรมของประโยคคำเหล่านี้ไม่ปรากฏในข้อความโฆษณาแต่อย่างใด นอกจากนี้คำในวงเล็บ คือ คำว่า “ท่าน” ซึ่งทำหน้าที่เป็นประธานของประโยคก็ไม่ปรากฏในประโยค “ก่อนซื้อและดื่ม โปรดระวังของปลอม” ดังนั้นประโยคนี้จึงเป็นประโยคที่ไร้ประธานและไวยากรณ์ด้วย

จะเห็นได้ว่าข้อความโฆษณาในอดีตนั้นแสดงลักษณะความไม่สมบูรณ์ด้วยการปรากฏบางประโยคที่ขาดส่วนประกอบใดส่วนประกอบหนึ่งของประโยคที่สมบูรณ์ไป

### 4.2.3 ลักษณะการร่ำปฏิสัมพันธ์

รูปภาพซึ่งแสดงลักษณะการร่ำปฏิสัมพันธ์ในข้อความโฆษณาในอดีตนั้นปรากฏเป็นรูปประโยค 5 แบบ ได้แก่ ประโยคคำถาม ประโยคคำสั่ง ประโยคขอร้อง ประโยคเชิญชวน และประโยคแนะนำ สำหรับสัดส่วนในการปรากฏนั้นพบว่าประโยคคำสั่งปรากฏตัวอย่างเป็นจำนวนมากที่สุด ประโยคเชิญชวนปรากฏเป็นจำนวนที่มากรองลงมา ซึ่งประโยคคำสั่งและประโยคเชิญชวนจะปรากฏเป็นจำนวนที่โดดเด่นกว่าประโยคอื่น ๆ สำหรับประโยคคำถาม ประโยคแนะนำ และประโยคขอร้องปรากฏในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

ผู้วิจัยจะแสดงตารางลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องการร่ำปฏิสัมพันธ์ซึ่งให้ประโยคแบบต่างๆ ลำดับจากประโยคที่ปรากฏตัวอย่างมากที่สุด มายังประโยคที่ปรากฏตัวอย่างน้อยที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 8 ลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องการร่ำปฏิสัมพันธ์ใน พ.ศ. 2479

รูปภาพ	จำนวนตัวอย่างที่ปรากฏ	ร้อยละ
ประโยคคำสั่ง	101	44.5
ประโยคเชิญชวน	62	27.3
ประโยคคำถาม	22	9.7
ประโยคแนะนำ	22	9.7
ประโยคขอร้อง	20	8.8
รวม	227	100

จากตารางจะเห็นได้ว่าประโยคที่ปรากฏตัวอย่างสูงที่สุด คือ ประโยคคำสั่ง โดยปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 44.5 ลำดับรองลงมาคือประโยคเชิญชวนซึ่งปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 27.3 ประโยคคำถาม ประโยคแนะนำ และประโยคขอร้องปรากฏเป็นจำนวนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยที่ประโยคคำถามและประโยคแนะนำปรากฏเป็นจำนวนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 9.7 สำหรับประโยคขอร้องปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 8.8

จากตารางที่ 8 ผู้วิจัยจะแสดงตัวอย่างประโยคในแบบต่าง ๆ ดังนี้  
ตัวอย่างประโยคคำสั่ง เช่น

จงนำขันไลท่ไปยังคนขายของท่านเดี๋ยวนี

อย่าลืมทุกเวลาเช้าและกลางคืน ล้างฟันของท่านให้สะอาดด้วยยาสีฟันที่ดีที่สุด

จงชำระล้างมือและหน้าของท่านด้วยสบู่ชั้นไฮด์

ตัวอย่างประโยคเชิญชวน เช่น

ขอเชิญมาชมของราคาถูก ๆ และนำใช้ทุกสิ่งทุกอย่าง

เชิญตรงไปที่ขายไฟโรจน์

เชิญมาเลือกชมที่ *Instant beauty*

ตัวอย่างประโยคคำถาม เช่น

เมื่อเข้านี้ท่านชูปอร์เดนท์หรือเปล่า?

แลกคูปองชั้นไฮด์กับสบู่ชั้นไฮด์ชนิดใหญ่ ๑ กล่องแล้วหรือยัง?

อาหารของท่านดูเหมือนไม่มีรสชาติเลยใช่ไหม?

ตัวอย่างประโยคแนะนำ เช่น

ควรระวังกำลังซึ่งธรรมชาติให้ไว้เป็นสมบัติของปวงชนทั้งหลาย ซึ่งต้องการความทนบำรุงแล้วในเวลานี้

ท่านผู้เป็นเบาหวาน เบาเป็นไขขาว , น้ำ ล้ำไส้พิการ, กระเพาะอาหารพิการ, ตับพิการ ควรรักษาด้วยการดื่มน้ำแร่วิซี ท่านจะหายอย่างแน่นอน

ตัวอย่างประโยคขอร้อง เช่น

โปรดถามรายการที่บริษัทเรือไฟไทยจำกัด

โปรดให้ท่านลองหาที่ทำดูที่ลำปางศรี

โปรดแนะนำให้ทราบต่อ ๆ กัน

#### 4.2.4 ลักษณะการแสดงอารมณ์และความรู้สึก

ในข้อความโฆษณายุคอดีตแสดงลักษณะการแสดงอารมณ์และความรู้สึกโดยปรากฏเป็นรูปภาพ 3 แบบ ได้แก่การใช้ คำลงท้าย คำอุทาน และคำขยายกริยานั้นปริมาณ โดยที่คำลงท้ายปรากฏเป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือคำขยายกริยานั้นปริมาณ และคำอุทาน ตามลำดับ

ผู้วิจัยจะแสดงตารางลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องการแสดงอารมณ์และความรู้สึกด้วยการใช้คำลงท้าย คำขยายกริยานั้นปริมาณ และคำอุทานในสัดส่วนที่ลำดับจากมากที่สุดมาอย่างน้อยที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 9 ลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องการแสดง  
อารมณ์และความรู้สึกใน พ.ศ. 2479

รูปภาพ	จำนวนตัวอย่าง ที่ปรากฏ	ร้อยละ
คำลงท้าย	50	55.6
คำขยายกริยาเน้นปริมาณ	30	33.3
คำอุทาน	10	11.1
รวม	90	100



จากตารางจะเห็นได้ว่าคำลงท้ายปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 55.6 ซึ่งเป็นจำนวนที่ปรากฏมากที่สุด ลำดับถัดมาคือคำขยายกริยาเน้นปริมาณปรากฏเป็นจำนวนร้อยละ 33.3 สำหรับคำอุทานปรากฏร้อยละ 11.1

จากตารางที่ 9 ผู้วิจัยจะแสดงตัวอย่างแต่ละแบบดังนี้

ตัวอย่างคำลงท้าย เช่น

น้ำหอมเตี้ยเมียล่ำก็ตกมาแล้วเหมือนกัน มีขวดเล็กใหญ่  
ราคาถูกกว่าเที่ยวก่อนมาก เชิญครับ! เชิญค่ะ!  
สระผมด้วยอะไรนะที่รัก กลิ่นหอมระรื่นจับใจฉันจริง ๆ ทั้ง  
ทั้งเรือนผมงามระยับ ดิฉันสระด้วยไบอล์ค่ะ  
เมื่อท่านเกิดคันศีรษะ ท่านจะไม่มีความสุขเลย จะคิดอ่าน  
ทำอะไร ๆ ก็ไม่สะดวก  
ยานัตถ์หอมชิต สมองพิการแล แก้วหัวแก้วสติ เคลิบเคลิ้ม  
ปวดหัวเจ็บตาสิ สุดก็หายนา ลมจับตัวสั้นหุ้ม นัดครั้งเดียวหาย  
ฟลาวีล? คืออะไรนะ

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยขีดเส้นใต้คำที่เป็นคำลงท้ายไว้ อันได้แก่ ครับ ค่ะ ค่ะ เลย สิ นา  
นะ

ตัวอย่างคำขยายกริยาเน้นปริมาณ เช่น

ลอรี่ เบนชื่อของเหล่าวิศกัซันเอก กระบวนรสชาติแล้วไม่ต้อง  
คุย ถ้าหากว่าปนกับโซดาเย็นเจี๊ยบแล้ว มีสีเหลืองบาง ๆ หน่อย  
หอมเอมโชน่าชวนดื่ม ตามไฮเต็ลและสมาคมต่าง ๆ เวลานี้วิศกัซัน

มีชื่อหอม นักเรียกหากันออกจ่าละห้วน ท่านที่เป็นคอคิวก็ชนิดอื่น ๆ  
พอได้ชิมรสนี้ครั้งเดียวก็ติดใจเสมอ ราคาถูกกว่ารส เพราะ รสแพง  
กว่าราคา เชิญเรียกดื่มจาก ห้างนายเลิศ

จากตัวอย่างนี้ คำขยายกริยาเน้นปริมาณ ได้แก่ คำว่า “เจียบ” ซึ่งขยายคำกริยาคำว่า  
“เย็น” มีความหมายเน้นว่าเย็นมาก คำว่า “หน้อย” ขยายกริยาคำว่า “บาง ๆ” มีความหมายเน้นว่า  
สีบางแบบอ่อนมาก คำว่า “นัก” ขยายกริยาคำว่า “หอม” มีความหมายเน้นว่าหอมมาก

ตัวอย่างคำอุทาน เช่น

คำว่า อ้อ! โื้อะ! พุโธ่! เดชะบุญ! จากตัวอย่างข้อความโฆษณา ดังนี้

อ้อ! น้ำหอมเตี้ยเมียล่ำก็ตกมาแล้วเหมือนกัน มีขวดเล็กขวด  
ใหญ่ ราคาถูกกว่าที่ยวก่อนมาก

โื้อะ! แม่บ้านทุกคนโปรดอย่าลืม เครื่องปรุงตรา “เยียม” อัน  
ควรหามาประจำบ้าน

พุโธ่! ขอโทษอย่าตำหนิครับ ยาปลูกผมงอกงามกว่าจะ  
ตัวยาจริงได้ และหมักกว่าจะได้ที่กินเวลา ๖ เดือน รุ่นใหม่ทำแล้ว  
เมื่อไหร่จะแจ้งความทันที

ข้าพเจ้าคิดว่าชาตินี้คงไม่มีความสุขอีกต่อไปและต้องพิการ  
แน่ๆ แต่ เดชะบุญ! ยาเม็ดชันตุลินของนายกิมพงษ์ ทองซัท ผู้จัด  
การบริหารย่าวราชจำกัดได้ปรุงขึ้น ข้าพเจ้าขอแนะนำว่าจงใช้แต่ยา  
เม็ดชันตุลิน จะเป็นการปลอดภัยของท่านได้แน่

#### 4.2.5 ลักษณะอัตราเบี่ยงสูง

รูปภาพที่แสดงลักษณะอัตราเบี่ยงสูงในข้อความโฆษณาคือตอนนั้นปรากฏเรื่องการ  
จัดเรียงคำในประโยคซึ่งไม่เป็นไปตามระเบียบไวยากรณ์ปกติของภาษาไทย ทั้งนี้ระเบียบ  
ไวยากรณ์ที่ปกติแล้วการจัดเรียงคำในประโยคจะเป็นลักษณะที่วางประธานอยู่ในตำแหน่งแรก  
กริยาอยู่ในตำแหน่งถัดมาและกรรม ตามลำดับ ข้อความโฆษณาใน พ.ศ. 2479 ปรากฏความเบ  
ี่ยงการจัดเรียงคำแปลกไปจากปกติ 2 รูปแบบ ได้แก่ การวางกรรมไว้ตำแหน่งแรก และวาง  
ประธานไว้ตำแหน่งสุดท้าย โดยการวางกรรมไว้ตำแหน่งแรกปรากฏเป็นจำนวนมากกว่าการวาง  
ประธานไว้ตำแหน่งสุดท้าย ผู้วิจัยจะแสดงเป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 10 ลักษณะความเป็นภาษาพูดเรื่องอัตราการเบนเบี่ยงสูงใน  
พ.ศ.2479

รูปภาพ	จำนวนตัวอย่างที่ปรากฏ	ร้อยละ
การจัดเรียงคำในประโยค		
-วางกรรมไว้ตำแหน่งแรก	44	93.6
-วางประธานไว้ตำแหน่งสุดท้าย	3	6.4
รวม	47	100

จากตารางจะเห็นได้ว่าลักษณะการจัดเรียงคำโดยนำกรรมมาวางไว้ในตำแหน่งแรกปรากฏเป็นจำนวนที่สูงถึงร้อยละ 93.6 เมื่อเทียบกับการจัดเรียงคำโดยวางประธานไว้ในตำแหน่งสุดท้ายแล้วมีจำนวนการปรากฏที่ไม่ถึงร้อยละ 10 ผู้วิจัยจะแสดงตัวอย่างในแต่ละแบบดังนี้

ตัวอย่างการวางกรรมไว้ในตำแหน่งแรก เช่น

การวางกรรมไว้ในตำแหน่งแรกนั้นจะมีโครงสร้างการจัดเรียงคำเป็น กรรม ประธาน กริยา เช่น

สมิท ตามท้องตลาดกำลังนิยม

ทั้งนี้โครงสร้างการจัดเรียงคำที่เป็นไปตามระเบียบทางไวยากรณ์ ควรเป็น "ตามท้องตลาดกำลังนิยมสมิท"

ลุงเท้าชนิดนี้ตั้งแต่เกิดสงคราม ก็ไม่มีเข้ามาขายเลย

ทั้งนี้โครงสร้างการจัดเรียงคำที่เป็นไปตามระเบียบทางไวยากรณ์ ควรเป็น "ตั้งแต่เกิดสงคราม ก็ไม่มีลุงเท้าชนิดนี้เข้ามาขายเลย"

หวัด เด็กซีโรคซีไข้ปนบอย

ทั้งนี้โครงสร้างการจัดเรียงคำที่เป็นไปตามระเบียบทางไวยากรณ์ ควรเป็น "เด็กซีโรคซีไข้ปนหวัดบอย"

ไฟฟ้ารักษาโรคชนิดนี้ชาติเยอรมันเป็นผู้ประดิษฐ์ขึ้นก่อน

ทั้งนี้โครงสร้างการจัดเรียงคำที่เป็นไปตามระเบียบทางไวยากรณ์ ควรเป็น "ชาติเยอรมันเป็นผู้ประดิษฐ์ไฟฟ้ารักษาโรคชนิดนี้ขึ้นก่อน"

ตัวอย่างการการวางประธานไว้ตำแหน่งสุดท้าย เช่น

การวางประธานไว้ในตำแหน่งสุดท้ายนั้นจะมีโครงสร้างการจัดเรียงคำเป็น กริยา (กรรม) ประธาน เช่น

ระงับอาการไล่ ฟอกโลหิต ฟอกน้ำเหลือง ทำให้ฝีและแผล

เหล่านี้หายเร็ว ยาเม็ดแอมป์เซสซิน

ทั้งนี้โครงสร้างการจัดเรียงคำที่เป็นไปตามระเบียบทางไวยากรณ์ ควรเป็น “ยาเม็ดแอมป์เซสซินระงับอาการไล่ ฟอกโลหิต ฟอกน้ำเหลือง ทำให้ฝีและแผลเหล่านี้หายเร็ว

จากตัวอย่างข้อความการเบนเบี่ยงทางด้าน การจัดเรียงคำในข้อความโฆษณาในอดีตทั้งหมด เราอาจเรียกได้ว่าเป็นลักษณะการให้ความสำคัญของหัวเรื่องที่ต้องการจะกล่าวถึงก่อนเป็นอันดับแรกจึงจัดเรียงไว้ในตำแหน่งต้นของประโยคซึ่งเรียกว่า topicalization หรือ focalization (Quirk 1972)

#### 4.2.6 ลักษณะความไม่ชัดเจน

รูปภาพที่แสดงความไม่ชัดเจนในข้อความโฆษณายุคอดีตปรากฏเพียงแบบเดียวคือคำสั่งท้ายความ โดยมีจำนวนที่ปรากฏ 6 ตัวอย่าง ยกตัวอย่างเช่น

ห้างราชวงศ์จะแจกปฏิทินอย่างฉิวรายวันสำหรับปี 1924 ซึ่งงดงามกว่าของปีที่แล้วมาแก่บรรดาผู้ซื้อสิ่งของต่าง ๆ หรือผู้เคยอุดหนุนเสมอ ๆ เพื่อเป็นของแถมพวก อนึ่งราคาส่งของต่างๆที่จะขายในวันที่ได้กำหนดไว้ข้างบนนี้ ก็จะได้ลดลงต่ำที่สุดเป็นพิเศษอีกด้วย เพราะฉะนั้นขอเชิญท่านรีบไปเสีย มิฉะนั้นที่งาม ๆ จะหมดเสีย สิ่งของและเครื่องประดับประดาร่างกาย ผ้าหมี่ที่นอนหมอนมุ้ง นาฬิกา นาฬิกาต่าง ๆ เครื่องแก้วเจียระไน และสรรพสิ่งของเครื่องใช้อะไรต่อมิอะไรต่าง ๆ

ตู้น้ำแข็งไฟฟ้าที่มีชื่อที่สุดในโลก General Electric บริษัทเปิดโอกาสให้เช่าตู้เล็ก 25.00 บาท ตู้ใหญ่ 30.00 บาทต่อเดือน คิดรวมทั้งค่าแรงไฟ ค่าต่อสายไฟฟ้าและขนไปตั้งให้เสร็จ ใช้ได้ดีกว่าตู้น้ำแข็งธรรมดา และความเย็นในตู้ก็มีอยู่เสมอเหมาะแก่การรักษา น้ำนม อาหาร และผักอะไรต่อมิอะไร ต้องตามอนามัย

เครื่องหนาวปีนี้!!! เครื่องหนาวตกเข้ามาสำหรับปีนี้มีเสื้อสะเว็ดเตอร์ขนสัตว์อย่างดีราคาตั้งแต่ ๕ บาทขึ้นไป ผ้าขนสัตว์ ผ้าพัน

คอชนสัตว์และไหม กับของอื่น ๆ อะไร ๆ อีกเป็นอันมาก ขอเชิญ  
แวะชมให้ได้ มีขายที่ห้างเคียนแสง

จากข้อความข้างต้นปรากฏคำว่า “อะไรต่อมิอะไร” และคำว่า “อะไร ๆ” ซึ่งเป็นคำที่ผู้พูด  
แสดงให้เห็นถึงการจบการให้ตัวอย่างที่แจ่มแจ้งไปก่อนหน้านี้ถ้าหากไม่บริบทที่กล่าวก่อนหน้านี้  
จะไม่สามารถทราบได้อย่างชัดเจนว่า คำว่า อะไรต่อมิอะไร หรือ อะไร ๆ มีความหมายอ้างถึง  
รายการอะไรบ้าง

ทั้งหมดที่อธิบายข้างต้นนี้เป็นการแสดงลักษณะความเป็นภาษาพูดที่ปรากฏใช้ในข้อความ  
โฆษณายุคอดีต (พ.ศ.2479) โดยภาพรวมและรายละเอียดต่างๆ โดยผู้วิจัยได้แสดงสัดส่วนในการ  
ใช้ลักษณะความเป็นภาษาพูดโดยรวมและรูปภาพซึ่งแสดงคุณสมบัติในแต่ละลักษณะ สำหรับ  
บทต่อไปผู้วิจัยจะแสดงลักษณะความเป็นภาษาพูดที่ปรากฏใช้ในข้อความโฆษณา พ.ศ.2539