



สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์ลักษณะภาษาไทยที่ใช้โฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวัน ระหว่างปีพุทธศักราช ๒๕๑๔ - ๒๕๒๑ สรุปผลได้เป็น ๓ หัวข้อ คือ

๑. ลักษณะคำในภาษาโฆษณา
๒. ลักษณะวลีในภาษาโฆษณา
๓. ลักษณะประโยคในภาษาโฆษณา

๗ ๑. ลักษณะคำในภาษาโฆษณา

ผู้วิจัยได้แยกลักษณะการใช้คำในภาษาโฆษณาเป็น ๒ ลักษณะ คือ การใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจข้อความโฆษณาและการใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกคุ้นเคยเป็นกันเอง

๑.๑ การใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจข้อความที่โฆษณา มี ๒ วิธี คือ การใช้คำผิดแปลกและการใช้คำที่ซ้ำเสียง

๑.๑.๑ การใช้คำผิดแปลก เป็นการให้คำให้ผิดแปลกไปจากภาษาที่ใช้กันอยู่โดยปกติ บางกรณีก็ผิดไวยากรณ์ แต่บางกรณีก็เพียงแค่แปลกไปจากภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน แบ่งได้เป็น ๒ ประเภทคือ การใช้คำผิดแปลกทางคำโครงสร้างและการใช้คำผิดแปลกทางความหมาย

๑.๑.๑.๑ การใช้คำผิดแปลกทางคำโครงสร้าง มี ๖ ลักษณะคือ เพิ่มเสียงของคำ ไม่ใช่คำในที่ที่ควรใช้ ตัดส่วนของคำ ใช้คำและสำนวนต่างประเทศ ใช้คำผิดและเรียงคำผิดลำดับ

๑.๑.๑.๒ การใช้คำผิดแปลกทางความหมาย มี ๓ ลักษณะคือ ใช้คำหลายความหมาย ใช้ด้อยคำไม่สอดคล้องกัน และใช้คำในความหมายใหม่

๑.๑.๒ การใช้คำที่ซ้ำเสียง พิจารณาได้ ๒ แ่ง คือ สิ่งที่ซ้ำ  
และลักษณะที่ซ้ำ

๑.๑.๒.๑ สิ่งที่ซ้ำ มี ๗ ลักษณะ คือ ซ้ำเสียงสระ  
ซ้ำเสียงพยัญชนะต้น ซ้ำเสียงพยัญชนะต้นและพยัญชนะสะกด ซ้ำเสียงสระและเสียง  
พยัญชนะสะกด ซ้ำเสียงพยัญชนะ  
ต้นเสียงวรรณยุกต์และเสียงพยัญชนะสะกด ซ้ำบางส่วนของคำและซ้ำคำ

๑.๑.๒.๒ ลักษณะที่ซ้ำ มี ๒ ลักษณะ คือ ซ้ำเสียงใน  
พยางค์ ซ้ำทั้งพยางค์

๑.๒ การใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจข้อความที่โฆษณา มี ๕ วิธี  
การใช้คำอุทาน การใช้คำลงท้าย การใช้คำภาษาพูด การใช้คำสะแลง และการใช้  
คำเลียนเสียงธรรมชาติ

๒. ลักษณะวลีในภาษาโฆษณา

วลีในภาษาโฆษณามี ๕ ชนิด คือ นามวลี กริยาวลี สถานวลี กาลวลี  
และบุพบทวลี

๒.๑ ส่วนประกอบของวลี

๑. นามวลี มีส่วนประกอบ ๗ ชนิด คือ หน่วยหลัก หน่วย  
คุณศัพท์ หน่วยจำนวน หน่วยลำดับที่ หน่วยกำหนด หน่วยขยายเสริมและอนุพากย์  
คุณศัพท์

๒. กริยาวลี มีส่วนประกอบ ๕ ชนิด คือ หน่วยแก่น หน่วยช่วย  
กริยาหน้าหน่วยแก่น หน่วยช่วยกริยาหลังหน่วยแก่น หน่วยขยายและอนุพากย์พิเศษ

๓. สถานวลี มีส่วนประกอบ ๒ ชนิด คือ คำบุพบทและนามวลี

๔. กาลวลี มีส่วนประกอบ ๒ ชนิด คือ คำบุพบทและนามวลี

๕. บุพบทวลี มีส่วนประกอบ ๒ ชนิด คือ คำบุพบทและนามวลี

## ๒.๒ ส่วนประกอบของหน่วยในวลี

๒.๒.๑ ส่วนประกอบของหน่วยหลัก มีส่วนประกอบอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้คือ คำนามคำเดียว คำสรรพนามคำเดียว คำนามเรียงกันโดยมีคำเชื่อมนาม คำนามเรียงกันโดยไม่มีคำเชื่อมคำนามและคำสรรพนามเรียงกันโดยมีคำเชื่อมนาม

๒.๒.๒ ส่วนประกอบของหน่วยคุณศัพท์ มีส่วนประกอบอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้คือ คำคุณศัพท์คำเดียว คำลักษณะนามกับคำคุณศัพท์ คำคุณศัพท์กับคำกริยาวิเศษณ์

๒.๒.๓ ส่วนประกอบของหน่วยจำนวน มีส่วนประกอบอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้คือ คำจำนวนนับและคำลักษณนาม คำหน้าจำนวนและคำลักษณนาม คำหน้าจำนวน - คำจำนวนนับ และคำลักษณนาม คำจำนวนนับ - คำลักษณนามและคำหลังจำนวน คำหน้าจำนวนและคำจำนวนนับ คำลักษณนามและคำจำนวนนับ คำหน้าจำนวน - คำลักษณนามและคำจำนวนนับ คำลักษณนาม - คำจำนวนนับและคำหลังจำนวน คำหน้าจำนวน - คำลักษณนาม - คำจำนวนนับและคำหลังจำนวน

๒.๒.๔ ส่วนประกอบของหน่วยลำดับที่ มีส่วนประกอบอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้คือ คำลำดับที่ คำลักษณนามกับคำลำดับที่

๒.๒.๕ ส่วนประกอบของหน่วยกำหนด มีส่วนประกอบอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้คือ คำบอกกำหนดเสียงตรี คำบอกกำหนดเสียงจัตวา คำไม่บอกกำหนด คำลักษณนามกับคำบอกกำหนดเสียงตรี คำลักษณนามกับคำบอกกำหนดเสียงจัตวา

๒.๒.๖ ส่วนประกอบของหน่วยขยายเสริม มีส่วนประกอบอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้คือ สถานวลีลดฐานะ กาลวลีลดฐานะ

๒.๒.๗ ส่วนประกอบของอนุพากย์คุณศัพท์ จะมีคำเชื่อมอนุพากย์ "ที่" หรือคำเชื่อมอนุพากย์ "ซึ่ง" นำหน้าอนุพากย์

๒.๒.๘ ส่วนประกอบของหน่วยแก่น มีส่วนประกอบอย่างใดอย่างหนึ่ง  
ต่อไปนี้คือ คำกริยาสรรพนามคำเดียว คำกริยาอาการคำเดียว คำกริยาสรรพนามเรียง  
กัน ๒ คำ ไม่มีคำเชื่อมกริยา คำกริยาสรรพนามเรียงกัน ๒ คำ มีคำเชื่อมกริยา  
คำกริยาอาการเรียงกัน ๒ คำ คำกริยาสรรพนามเรียงกัน ๓ คำ ไม่มีคำเชื่อมกริยา  
คำกริยาสรรพนามเรียงกัน ๓ คำ มีคำเชื่อมกริยา

๒.๒.๙ ส่วนประกอบของหน่วยช่วยกริยาหน้าหน่วยแก่น มีส่วนประกอบ  
อย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้คือ คำช่วยหน้ากริยาคำเดียว คำช่วยหน้ากริยา ๒ คำ  
คำช่วยหน้ากริยาและคำว่า "ไม่" คำ "ไม่" คำเดียว คำ "ไม่" และคำช่วยหน้ากริยา

๒.๒.๑๐ ส่วนประกอบของหน่วยช่วยกริยาหลังหน่วยแก่น มีส่วนประกอบ  
อย่างใดอย่างหนึ่งคือ คำช่วยหลังกริยาคำเดียว

๒.๒.๑๑ ส่วนประกอบของหน่วยขยาย มีส่วนประกอบอย่างใดอย่างหนึ่ง  
ต่อไปนี้คือ คำกริยาวิเศษณ์คำเดียว คำกริยาวิเศษณ์ ๒ คำ สถานวลีลดฐานะและกาล  
วลีลดฐานะ คำกริยาวิเศษณ์และสถานวลีลดฐานะ บุพบทวลีลดฐานะ

๒.๒.๑๒ ส่วนประกอบของอนุพากย์วิเศษณ์ จะมีคำเชื่อมอนุพากย์  
"ว่า" หรือ "ให้" นำหน้าอนุพากย์

๒.๓ โครงสร้างของวลี

๒.๓.๑ นามวลี มีโครงสร้าง ๑๕ แบบ คือ แบบ ล แบบ ล ค  
แบบ ล จ แบบ ล ก แบบ ล ค จ แบบ ล ค ขส แบบ ล ขส แบบ ล ค  
ลท ขส แบบ ล ลท ขส แบบ ล จ ขส แบบ ล ก ขส แบบ จ แบบ จ ล  
แบบ จ ค ล แบบ จ ล ขส แบบ จ ค ขส แบบ ค จ แบบ ลท ขส แบบ ค

๒.๓.๒ กริยาวลี มีโครงสร้าง ๕ แบบ คือ แบบ ก แบบ ก ช<sub>๒</sub>  
แบบ ก ข แบบ ก ช<sub>๒</sub> ข แบบ ก ข ช<sub>๒</sub> แบบ ช<sub>๑</sub> ก แบบ ช<sub>๑</sub> ก ช<sub>๒</sub>  
แบบ ช<sub>๑</sub> ก ข ช<sub>๒</sub> แบบ ช ก

๒.๓.๓ สถานวลี มีโครงสร้าง ๓ แบบ คือ แบบ บ ล แบบ บ ฆ  
แบบ บ ล กน

๒.๓.๔ กาลวลี มีโครงสร้าง ๒ แบบ คือ แบบ บ ล แบบ บ จ

๒.๓.๕ บุพบทวลี มีโครงสร้าง ๔ แบบ คือ แบบ บล แบบ บ ล ค  
แบบ บ ล ลท แบบ บ ล จ

### ๓. ลักษณะประโยคในภาษาโฆษณา

ประโยคในภาษาโฆษณา มี ๓ ชนิด คือ ประโยคสามัญ ประโยคซับซ้อน  
และประโยคผสม

๓.๑ ประโยคสามัญ มีโครงสร้าง ๒๒ แบบ คือ แบบ อ แบบ ป  
อ แบบ อ ป แบบ ส ต แบบ ป ส ต แบบ ป ส แบบ อ ด ถ แบบ อ ถ  
ว แบบ อ ว แบบ อ ถ สบ ว แบบ อ ว ถ สบ แบบ ป ส ต ถ แบบ ว  
ป ส ต สบ แบบ ส ต ว แบบ ส ต สบ แบบ ส ต ถว แบบ ส ต ถ สบ  
แบบ ส สบ แบบ แค แบบ นค นค แบบ นค นค นค และแบบ นค นค นค นค

๓.๒ ประโยคซับซ้อน มีโครงสร้าง ๔ แบบ คือ แบบอนุพากย์หลักกับ  
อนุพากย์วิเศษณ์ แบบอนุพากย์หลักกับอนุพากย์นาม แบบอนุพากย์หลักกับอนุพากย์  
คุณศัพท์ แบบอนุพากย์รวมกับอนุพากย์หลัก

๓.๓ ประโยคผสม มีโครงสร้าง ๓ แบบ คือ แบบอนุพากย์หลัก  
๒ อนุพากย์เรียงกัน แบบอนุพากย์หลัก ๓ อนุพากย์เรียงกัน และแบบอนุพากย์หลัก  
๔ อนุพากย์เรียงกัน

ขอเสนอแนะ

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการวิจัยลักษณะภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวัน ซึ่งเป็นสื่อมวลชนที่มีลักษณะแตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ตรงที่วิทยุกระจายเสียงสามารถให้เสียง แสดงอารมณ์ ความรู้สึกของผู้พูดได้ หรือโทรทัศน์ที่ให้ทั้งเสียงและภาพที่เคลื่อนไหวได้ คุณสมบัติที่สื่อมวลชนทั้งสองชนิดมีต่างไปจากหนังสือพิมพ์รายวันดังกล่าว ย่อมจะเป็นองค์ประกอบที่ทำให้ลักษณะภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวัน วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์แตกต่างกันไปได้ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงใคร่เสนอแนะให้ผู้วิจัยอื่น ๆ ได้ศึกษาลักษณะภาษาโฆษณาในวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ เพื่อเปรียบเทียบลักษณะภาษาโฆษณาในสื่อมวลชนที่ต่างประเภทกัน