

บทที่ 8

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการใช้คำและการใช้เครื่องหมายในภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวันปี พ.ศ. 2519 กับปี พ.ศ. 2529 : การศึกษาเปรียบเทียบ เป็นการศึกษาความแตกต่างของการใช้คำและการใช้เครื่องหมายในภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวันปี พ.ศ. 2519 กับปี พ.ศ. 2529 โดยพิจารณาจากเรื่องต่าง ๆ 6 ประการดังนี้

1. ชนิดของคำ
2. การใช้คำที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ
3. การใช้คำซ้ำ
4. การใช้คำที่มาจากภาษาต่างประเทศ
5. การใช้คำที่ทำให้เกิดภาพ
6. การใช้เครื่องหมาย

ชนิดของคำ

จากการศึกษาเปรียบเทียบชนิดของคำในภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวันปี พ.ศ. 2519 กับปี พ.ศ. 2529 พบว่า ชนิดของคำที่มีทั้งในปี พ.ศ. 2519 และในปี พ.ศ. 2529 จำแนกตามหน้าที่ในการสื่อสารออกเป็น 6 ชนิดคือ คำหลัก คำแทน คำขยาย คำเชื่อม คำเสริม และคำเรียก-ร้อง

เมื่อเปรียบเทียบชนิดของคำตามแต่ละปีแล้วพบว่า คำนามที่มีความถี่สูงทั้งในปี พ.ศ. 2519 และปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ คำนามสามัญ คำนามสามัญในปี พ.ศ. 2519 มีจำนวนคำ 2623 คำ คิดเป็นร้อยละ 42.00 และ คำนามสามัญในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวนคำ 4613 คำ คิดเป็นร้อยละ 34.38

คำนามสามัญที่มีความถี่สูงในปี พ.ศ. 2519 ได้แก่ คำนามสามัญที่เป็นนามธรรม คือ มีจำนวนคำ 1523 คำ คิดเป็นร้อยละ 24.6 ส่วนคำนามสามัญที่มี

ความถี่สูงในปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ คำนามวิสามันท์ที่เป็นรูปธรรม คือมีจำนวนคำ 3001 คำ คิดเป็นร้อยละ 22.37

คำนามวิสามันท์ที่มีความถี่สูงทั้งในปี พ.ศ. 2519 และปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ คำนามวิสามันท์ที่เป็นชื่อสินค้า คำนามวิสามันท์ที่เป็นชื่อสินค้าในปี พ.ศ. 2519 มีจำนวนคำ 943 คำ คิดเป็นร้อยละ 15.45 ส่วนคำนามวิสามันท์ที่เป็นชื่อสินค้าในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวนคำ 2620 คำ คิดเป็นร้อยละ 19.53

1.2 คำกริยา

คำกริยา แบ่งได้เป็น 3 ชนิดคือ คำกริยาแสดงอาการ คำกริยาแสดงสภาพ และคำกริยาแสดงความรู้สึก

เมื่อเปรียบเทียบชนิดของคำกริยาแต่ละปีแล้วพบว่า คำกริยาที่มีความถี่สูงทั้งในปี พ.ศ. 2519 และ ปี พ.ศ. 2529 ได้แก่คำกริยาแสดงอาการ คำกริยาแสดงอาการในปี พ.ศ. 2519 มีจำนวนคำ 552 คำ คิดเป็นร้อยละ 8.94 ส่วนคำกริยาแสดงอาการในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวน 1582 คำ คิดเป็นร้อยละ 11.79

2. คำแทน

คำแทนแบ่งได้เป็น 2 ชนิดคือ คำบอกบุรุษ และคำไม่ชี้เฉพาะ

เมื่อเปรียบเทียบชนิดของคำแทนแต่ละปีแล้วพบว่า คำแทนที่มีความถี่สูงทั้งในปี พ.ศ. 2519 และปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ คำบอกบุรุษ คำบอกบุรุษในปี พ.ศ. 2519 มีจำนวนคำ 98 คำ คิดเป็นร้อยละ 1.58 คำบอกบุรุษในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวนคำ 252 คำ คิดเป็นร้อยละ 1.87

คำบอกบุรุษที่มีความถี่สูงทั้งในปี พ.ศ. 2519 และปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ คำบอกบุรุษที่ 2 "คุณ" คำบอกบุรุษที่ 2 "คุณ" ในปี พ.ศ. 2519 มีจำนวนคำ 15 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.24 ส่วนคำบอกบุรุษที่ 2 "คุณ" ในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวน 103 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.76

3. คำขยาย

คำขยาย แบ่งได้เป็น 7 ชนิดคือ คำที่ขยายนาม คำที่ขยายกริยา คำที่ขยายคำบอกจำนวน คำที่ขยายคำแยกประเภท คำที่ขยายได้ทั้งคำนามและคำกริยา คำที่ขยาย

ได้ทั้งค่านาม ค่ากริยา และค่าออกจำนวน และค่าที่ขยายได้ทั้งค่านาม ค่ากริยาและ
ค่าแยกประเภท

เมื่อเปรียบเทียบชนิดของค่าขยายแต่ละปีแล้วพบว่า ค่าขยายที่มีความดีสูง
ทั้งในปี พ.ศ. 2519 และในปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ ค่าที่ขยายได้ทั้งค่านาม ค่ากริยา
และค่าแยกประเภท

ค่าที่ขยายได้ทั้งค่านาม ค่ากริยา และค่าแยกประเภทในปี พ.ศ. 2519
มีจำนวนค่า 122 ค่า คิดเป็นร้อยละ 1.97 ส่วนค่าที่ขยายได้ทั้งค่านาม ค่ากริยา
และค่าแยกประเภทในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวนค่า 495 ค่า คิดเป็นร้อยละ 3.69

4. ค่าเชื่อม

ค่าเชื่อมแบ่งได้เป็น 16 ชนิด คือ ค่าเชื่อมบอกเจ้าของ ค่าเชื่อมบอกผู้มี
ส่วนร่วม ค่าเชื่อมบอกเครื่องมือ ค่าเชื่อมบอกแหล่ง ค่าเชื่อมบอกเวลา ค่าเชื่อมบอก
ลักษณะ ค่าเชื่อมบอกความคล้อยตาม ค่าเชื่อมบอกการเปรียบเทียบ ค่าเชื่อมบอกสิ่ง
กำหนด ค่าเชื่อมบอกความขัดแย้ง ค่าเชื่อมบอกความให้เลือกเอา ค่าเชื่อมบอกเหตุ
ค่าเชื่อมบอกจุดมุ่งหมาย ค่าเชื่อมบอกเนื้อความ ค่าเชื่อมบอกการจำกัด ค่าเชื่อมบอกผล

เมื่อเปรียบเทียบชนิดของค่าเชื่อมแต่ละปีแล้วพบว่า ค่าเชื่อมที่มีความดีสูง
ทั้งในปี พ.ศ. 2519 และปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ค่าเชื่อมบอกแหล่ง ค่าเชื่อมบอกแหล่ง
ในปี พ.ศ. 2519 มีจำนวนค่า 375 ค่า คิดเป็นร้อยละ 2.51 ส่วนค่าเชื่อมบอกแหล่ง
ในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวนค่า 917 ค่า คิดเป็นร้อยละ 7.20

ค่าเชื่อมบอกแหล่งที่มีความดีสูงในปี พ.ศ. 2519 ได้แก่ "ใน" ซึ่งมีจำนวนค่า
155 ค่า คิดเป็นร้อยละ 2.51 ส่วนค่าเชื่อมบอกแหล่งที่มีความดีสูงในปี พ.ศ. 2529
ได้แก่ "ที่" ซึ่งมีจำนวนค่า 458 ค่า คิดเป็นร้อยละ 3.41

5. ค่าเสริม

ค่าเสริมแบ่งได้เป็น 3 ชนิด คือ ค่าออกมาลา ค่าออกการถาม และค่าออก
สถานภาพ

เมื่อเปรียบเทียบชนิดของคำเสริมแต่ละปีแล้วพบว่า คำเสริมที่มีความถี่สูงทั้งในปี พ.ศ. 2519 และปี พ.ศ. 2529 ได้แก่คำบอกการถาม คำบอกการถาม ในปี พ.ศ. 2519 มีจำนวนคำ 32 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.50 ส่วนคำบอกการถาม ในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวนคำ 91 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.67

คำบอกการถามที่มีความถี่สูงทั้งในปี พ.ศ. 2519 และปี พ.ศ. 2529 ได้แก่คำบอกการถาม "ไหม" คำบอกการถาม "ไหม" ในปี พ.ศ. 2519 มีจำนวนคำ 10 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.16 ส่วนคำบอกการถาม "ไหม" ในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวนคำ 31 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.23

6. คำเรียก-ร้อง

คำเรียก-ร้อง แบ่งได้เป็น 2 ชนิดคือ คำอุทาน และ คำเรียก

เมื่อเปรียบเทียบชนิดของคำเรียก-ร้องแล้วพบว่า คำเรียก-ร้อง ที่มีความถี่สูงในปี พ.ศ. 2519 ได้แก่ คำอุทานซึ่งมีจำนวนคำ 11 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.17 ส่วนคำเรียก-ร้องที่มีความถี่สูงในปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ คำเรียกซึ่งมีจำนวนคำ 25 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.18

โดยสรุปชนิดของคำในภาษาไทยในหนังสือพิมพ์รายวันปี พ.ศ. 2519 และปี พ.ศ. 2529 มีเหมือนกันทุกชนิด ที่ต่างกันคือจำนวนคำที่ใช้เท่านั้น

การใช้คำที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ

จากการศึกษาเปรียบเทียบการใช้คำที่มีลักษณะไม่เป็นทางการในภาษาไทยในหนังสือพิมพ์รายวันปี พ.ศ. 2519 กับปี พ.ศ. 2529 พบว่า การใช้คำที่มีลักษณะไม่เป็นทางการแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ การใช้คำผิด และการใช้คำที่เป็นภาษาพูด

เมื่อเปรียบเทียบลักษณะของการใช้คำผิดแต่ละปีแล้วพบว่า การใช้คำผิดที่มีความถี่สูงในปี พ.ศ. 2519 ได้แก่ ใช้คำผิดชนิดซึ่งมีจำนวนคำ 12 คำ คิดเป็นร้อยละ 48.00 ส่วนการใช้คำผิดที่มีความถี่สูงในปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ ใช้คำไม่สอดคล้องกันซึ่งมีจำนวนคำ 52 คำ คิดเป็นร้อยละ 66.66

เมื่อเปรียบเทียบการใช้คำที่เป็นภาษาพูดแต่ละปีแล้ว พบว่าการใช้คำที่เป็นภาษาพูดที่มีความถี่สูงทั้งในปี พ.ศ. 2519 และปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ การใช้คำแทนชนิดคำออกบุรุษ การใช้คำแทนชนิดคำออกบุรุษในปี พ.ศ. 2519 มีจำนวนคำ 74 คำ คิดเป็นร้อยละ 34.74 ส่วนการใช้คำแทนชนิดคำออกบุรุษในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวนคำ 193 คำ คิดเป็นร้อยละ 31.84

โดยสรุป ในเรื่องการใช้คำชนิดนั้นมีลักษณะแตกต่างกันทั้งลักษณะการใช้และจำนวนคำ ส่วนการใช้คำที่เป็นภาษาพูดนั้นแตกต่างกันเฉพาะจำนวนคำที่ใช้และการใช้คำสแลง

การใช้คำซ้ำ

จากการศึกษาเปรียบเทียบการใช้คำซ้ำในภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวันปี พ.ศ. 2519 กับปี พ.ศ. 2529 พบว่า การใช้คำซ้ำแบ่งได้เป็น 2 ชนิดคือ การซ้ำทั้งคำและซ้ำบางส่วนของคำ

เมื่อเปรียบเทียบการใช้คำซ้ำแต่ละปีแล้วพบว่า การใช้คำซ้ำที่มีความถี่สูงในปี พ.ศ. 2519 ได้แก่ การซ้ำทั้งคำ ซึ่งมีจำนวนคำ 153 คำ คิดเป็นร้อยละ 59.76 ส่วนการใช้คำซ้ำที่มีความถี่สูงในปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ การซ้ำบางส่วนของคำซึ่งมีจำนวนคำ 274 คำ คิดเป็นร้อยละ 51.99

โดยสรุป ในเรื่องการใช้คำซ้ำ การซ้ำคำที่แตกต่างกันคือ การซ้ำคำคำเดียวโดยไม่ใช้ไม้ยมก การซ้ำคำคำเดียวโดยไม่ใช้ไม้ยมกและมีคำอื่นมาคั่น การซ้ำคำโดยการกลบข้อความ ส่วน การซ้ำคำคำเดียวโดยใช้ไม้ยมกและการซ้ำบางส่วนของคำนั้นแตกต่างกัน เฉพาะจำนวนคำที่ใช้

การใช้คำที่มาจากภาษาต่างประเทศ

คำที่มาจากภาษาต่างประเทศที่นำมาศึกษาได้แก่ คำภาษาอังกฤษ คำภาษาจีน และคำภาษาญี่ปุ่น

จากการศึกษาเปรียบเทียบการใช้คำที่มาจากภาษาต่างประเทศในภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวันปี พ.ศ. 2519 กับปี พ.ศ. 2529 พบว่าลักษณะของคำภาษา

ต่างประเทศที่มีทั้งในปี พ.ศ. 2519 และในปี พ.ศ. 2529 มี 3 ลักษณะคือ เป็นคำ
 เดี่ยวที่เป็นภาษาต่างประเทศล้วน ๆ เป็นคำที่ประกอบด้วยคำภาษาไทยกับคำภาษา
 ต่างประเทศ และเป็นคำภาษาต่างประเทศกับคำภาษาต่างประเทศ

เมื่อเปรียบเทียบการใช้คำที่มาจากภาษาต่างประเทศแต่ละปีแล้วพบว่า
 ลักษณะการใช้คำที่มาจากภาษาต่างประเทศที่มีความถี่สูงในปี พ.ศ. 2519 และปี
 พ.ศ. 2529 ได้แก่ คำเดี่ยวที่เป็นภาษาต่างประเทศล้วน ๆ คำเดี่ยวที่เป็นภาษา
 ต่างประเทศล้วน ๆ ในปี พ.ศ. 2519 มีจำนวนคำ 232 คำ คิดเป็นร้อยละ 66.85
 ส่วนคำเดี่ยวที่เป็นภาษาต่างประเทศล้วน ๆ ในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวนคำ 1175 คำ
 คิดเป็นร้อยละ 80.81

โดยสรุป การใช้คำที่มาจากภาษาต่างประเทศในภาษาไทยในหนังสือพิมพ์
 รายวันปี พ.ศ. 2519 และปี พ.ศ. 2529 มีเหมือนกันทุกชนิด ที่ต่างกันคือจำนวนคำ
 ที่ใช้เท่านั้น

การใช้คำที่ทำให้เกิดภาพ

การใช้คำที่ทำให้เกิดภาพที่นำมาศึกษาคือการใช้คำที่เกิดจากการเปรียบเทียบ
 จากการศึกษาเปรียบเทียบการใช้คำที่ทำให้เกิดภาพในภาษาไทยใน
 หนังสือพิมพ์รายวันปี พ.ศ. 2519 กับปี พ.ศ. 2529 พบว่า การใช้คำที่ทำให้เกิดภาพ
 ที่มีทั้งในปี พ.ศ. 2519 และปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ การเปรียบเทียบโดยการใช้คำเชื่อม
 การเปรียบเทียบโดยการใช้ลักษณะเด่นของสิ่งที่ต้องการเปรียบเทียบมากว่าทันทีโดยไม่มี
 คำเชื่อมโยง การเปรียบเทียบเกินความจริง การเปรียบเทียบโดยการนำสิ่งไม่มีชีวิต
 หรือมีชีวิตแต่ไม่ใช่คนมากกว่าถึงราวกับเป็นคน และการเปรียบเทียบโดยการใช้คำที่มี
 ความขัดแย้งกันนำมาคู่กันได้อย่างกลมกลืน ส่วนลักษณะการเปรียบเทียบที่มีเฉพาะ
 ในปี พ.ศ. 2519 ได้แก่ การเปรียบเทียบโดยการใช้คำเลียนเสียงธรรมชาติ และ
 ลักษณะการเปรียบเทียบที่มีเฉพาะในปี พ.ศ. 2529 ได้แก่การเปรียบเทียบโดยการใช้
 ทัศนสมบัติเด่น ๆ ส่วนหนึ่งเพื่อแทนความหมายทั้งหมด

เมื่อเปรียบเทียบการใช้คำที่ทำให้เกิดภาพแต่ละปีแล้วพบว่า การเปรียบเทียบ
 ที่มีความถี่สูงในปี พ.ศ. 2519 ได้แก่ การเปรียบเทียบโดยการใช้คำเชื่อม คือมีจำนวน

ข้อความ 26 ข้อความ ส่วนการเปรียบเทียบที่มีความถี่สูงในปี พ.ศ. 2529 ได้แก่ การเปรียบเทียบโดยการนำสิ่งไม่มีชีวิตหรือมีชีวิตแต่ไม่ใช่คนมากล่าวถึงราวกับเป็นคน คือมีจำนวนข้อความ 105 ข้อความ

โดยสรุป การใช้คำที่ทำให้เกิดภาพที่มีเฉพาะในปี พ.ศ. 2519 คือการเปรียบเทียบโดยการใช้นเสียงธรรมชาติ การใช้คำที่ทำให้เกิดภาพที่มีเฉพาะในปี พ.ศ. 2529 คือการเปรียบเทียบโดยการใช้นคุณสมบัติเด่น ๆ ส่วนหนึ่งเพื่อแทนความหมายทั้งหมด ส่วนการใช้คำที่ทำให้เกิดภาพที่มีทั้ง 2 ปีนั้นแตกต่างกันที่จำนวนข้อความ

การใช้เครื่องหมาย

จากการศึกษาเปรียบเทียบเปรียบเทียบการใช้เครื่องหมายในภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวันปี พ.ศ. 2519 กับปี พ.ศ. 2529 พบว่ามีการใช้เครื่องหมาย 17 เครื่องหมาย

โดยสรุป การใช้เครื่องหมายที่มีเฉพาะในปี พ.ศ. 2519 คือการใช้เครื่องหมายไปยาลน้อย การใช้เครื่องหมายบุปผัญญา ส่วนการใช้เครื่องหมายที่มีเฉพาะในปี พ.ศ. 2529 คือ การใช้เครื่องหมายเสมอภาค การใช้เครื่องหมายไปยาลใหญ่ และการใช้เครื่องหมาย . . . ส่วนเครื่องหมายอื่น ๆ แตกต่างกันในวิธีใช้

ผลจากการศึกษาเปรียบเทียบดังกล่าวนี้ ทำให้มองเห็นว่า ลักษณะการใช้คำในภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวันไทยในระยะเวลา 10 ปีนั้น โดยลักษณะที่เป็นหลักใหญ่ ๆ แล้วไม่แตกต่างกัน ส่วนที่แตกต่างกันคือรายละเอียดในการใช้คำและจำนวนคำที่ใช้ในแต่ละปีอาจจะมีจำนวนคำที่ใช้แตกต่างกัน

ส่วนลักษณะการใช้เครื่องหมายนั้นส่วนใหญ่แตกต่างกันทั้งรูปเขียนและวิธีใช้ ลักษณะดังกล่าวนี้ทำให้มองเห็นว่าการใช้ภาษาโฆษณาในระยะเวลา 10 ปีจะมีความแตกต่างกันในเรื่องการใช้เครื่องหมายมากกว่าการใช้ถ้อยคำ

ภาษาโฆษณาเป็นภาษาเฉพาะวงการที่ใช้เพื่อการสื่อสาร การโฆษณาเป็นลักษณะหนึ่งของการสื่อสารโดยมุ่งให้ข่าวสารเป็นตัวกระตุ้นเร็วให้ผู้รับสาร เกิดพฤติกรรม

เชิงบริโภคนั้น การโฆษณาจึงเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้คนเป็นจำนวนมาก การศึกษาภาษาโฆษณาจึงเป็นการศึกษาที่ศึกษาได้อย่างกว้างขวาง ผู้วิจัยจึงอยาก จะให้ผู้ที่สนใจเรื่องภาษาโฆษณาได้ศึกษาภาษาโฆษณาในแง่มุมอื่น ๆ อีกดังต่อไปนี้

1. ภาษาโฆษณากับประเภทของสินค้า

สินค้าแต่ละประเภทมีลักษณะการใช้ภาษาเฉพาะตัว สินค้าประเภทอาหาร จะใช้ถ้อยคำให้ผู้บริโภคเห็นภาพและได้กลิ่นอาหาร จนเกิดความกระหาย สินค้าประเภท เครื่องสำอางจะใช้คำหวานละมุนละไม เช่น สวยพิลาส สมค้ำล้ำเลิศ เป็นต้น

2. ภาษาโฆษณากับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

เป็นการศึกษาถึงระดับของภาษาโฆษณาว่าควรจะใช้ภาษาระดับใดกับกลุ่ม ผู้บริโภคเป้าหมาย จะใช้คำและความอย่างไรจึงจะเป็นที่สนใจและถูกใจกลุ่มผู้บริโภค นั้น ๆ การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคอาจแบ่งตามเพศ อายุ สถานภาพทางสังคม อาชีพ การศึกษา สภาพท้องถิ่น

3. ศึกษาเปรียบเทียบภาษาโฆษณาระหว่างสื่อต่าง ๆ

สื่อโฆษณาต่างกันย่อมใช้ภาษาที่แตกต่างกัน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อโปสเตอร์และสื่อกลางแจ้ง สื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น