

บทที่ ๓

การใช้คำในภาษาโฆษณา

ลักษณะของการใช้คำในการโฆษณา

จีโอฟฟรีย์ เอ็น ลีช กล่าวว่าการโฆษณาที่จะประสบผลสำเร็จได้ จะต้องม
ลักษณะ ๔ ประการ ดังนี้

๑. ดึงดูดความสนใจมาสู่บทโฆษณา
๒. คงความสนใจนั้นให้มียุคต่อไป
๓. ทำให้จำได้หรือถึงขั้นที่ทำให้รู้สึกคุ้นเคย
๔. กระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติในทางที่ถูกต้อง^๑

5. วิธีที่จะเขียนข้อความโฆษณาให้มีลักษณะทั้ง ๔ ประการดังกล่าวได้ ก็โดยการ
ใช้ภาษาที่ไม่ถูกแบบแผน ซึ่งอาจจะเป็นการเขียนสะกดการันต์ผิด การใช้ภาษาที่หรูหรา
การคิดประเภทรูศัพท์ขึ้นใหม่ เป็นต้น

^๑ Geoffrey N. Leech, English in Advertising : A Linguistic Study of Advertising in Great Britain (London : William Clowes and Sons, 1966), p. 27.

"To be a success, a typical advertisement must accomplish four things in sequence :

1. It must draw attention to itself.
2. It must sustain the interest it has attracted.
3. It must be remembered, or at any rate recognised as familiar.
4. It must prompt the right kind of action."

(ในวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยจะศึกษาลักษณะการใช้คำในหัวเรื่องและหัวเรื่องรองของข้อความโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวันเท่านั้น) ลักษณะการใช้คำในหัวเรื่องและหัวเรื่องรองของข้อความโฆษณาเท่าที่พบ จำแนกเป็น ๒ หมวดใหญ่ ๆ ดังนี้

- ก. การใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจข้อความที่โฆษณา
- ข. การใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกคุ้นเคยเป็นกันเอง
- ก. การใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจข้อความที่โฆษณา

การใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจสิ่งที่โฆษณา แบ่งได้เป็น ๒ ประเภท คือ

๑. การใช้คำผิดแปลก
๒. การใช้คำที่ซ้ำเสียง

๑. การใช้คำผิดแปลก

การใช้คำผิดแปลกไปจากภาษาที่ใช้กันอยู่โดยปกติ ก็เพื่อให้ผู้อ่านสะดุดตา สะดุดใจ และเกิดความสนใจสิ่งที่โฆษณา ลักษณะภาษาที่ผิดแปลกไปนี้ บางกรณีก็ผิดกฎเกณฑ์ของภาษา ถือว่าผิดไวยากรณ์ แต่บางกรณีก็เพียงแค่แปลกไปจากภาษาที่ใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน มีลักษณะใกล้เคียงกับภาษาวรรณคดี การใช้ถ้อยคำผิดแปลกแบ่งได้เป็น ๒ ประเภท คือ

- ๑.๑ การใช้คำผิดแปลกทางด้านโครงสร้าง
- ๑.๒ การใช้คำผิดแปลกทางด้านความหมาย

๑.๑ การใช้คำผิดแปลกทางด้านโครงสร้าง

การใช้คำผิดแปลกทางด้านโครงสร้างแบ่งได้เป็น ๖ ลักษณะ ดังนี้

- ๑.๑.๑ เพิ่มเสียงของคำ
- ๑.๑.๒ ไม่ใช้คำในที่ที่ควรใช้
- ๑.๑.๓ ตัดส่วนของคำ

๑.๑.๔ ใช้คำและสำนวนต่างประเทศ

๑.๑.๕ ใช้คำผิด

๑.๑.๖ เรียงคำผิดลำดับ

๑.๑.๑ เพิ่มเสียงของคำ

การเพิ่มเสียงของคำเป็นการเพิ่มเสียงพยัญชนะท้ายคำ ตามลักษณะการประกอบคำในภาษาอังกฤษ ซึ่งจะเพิ่มเสียง ๘ ท้ายคำนามพหูพจน์ หรือท้ายคำกริยาในประโยคที่ประธานเป็นเอกพจน์ บุรุษที่ ๓ ในภาษาไทยมีการเลียนแบบการเพิ่มเสียง ๘ ท้ายคำโดยการเพิ่มเสียง ษ์ หรือ ส์ ท้ายคำในศัพท์สะแลง บางคำและในภาษาไทย

ตัวอย่าง ๑) เสริมหลังสูช้ เคิมหลังซ้าส์ เรียกคีมแคะกระแซ่ทอง

(ไทยรัฐ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๒๑)

๒) สาวซ้าส์กับสคาร์ไลท์

(ไทยรัฐ ๗ กรกฎาคม ๒๕๒๑)

สูช้ และ ซ้าส์ มาจากคำว่า สู และ ซ้า ซึ่งเป็นคำไทย แต่มีผู้นิยมนำสูช้ และ ส์ เคิมท้าย ๒ คำนี้เป็น สูช้ และ ซ้าส์ ตามลำดับ เพราะอิทธิพลของภาษาอังกฤษ

๑.๑.๒ ไม่ใช้คำในที่ที่ควรใช้

การไม่ใช้คำในที่ที่ควรใช้มี ๒ ลักษณะ คือ

๑.๑.๒.๑ การละคำ

๑.๑.๒.๒ ไม่ใช้คำลักษณะนามในที่ที่ควรใช้

3 ส่วน

๑.๑.๒.๑ การละคำ

การละคำหมายถึง การละคำบางคำในประโยค

ตัวอย่าง ๑) ดู เย็นเฟลเคอร์สูงกว่าถึง ๒๕ % ถูกกว่าถึง ๓๕ %

(เคลวินีส ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๒๐)

ตามปกติในการเปรียบเทียบ หลังคำ กว่า จะต้องมียุคตามมา ตัวอย่างนี้แสดงการละคำนามหลังคำว่า คำนามที่ละไว้เป็นสิ่งที่ใช้เปรียบเทียบกับ คำนามที่มาข้างหน้าในภาษาโฆษณา มักจะใช้คำ กว่า โดยไม่มีคำนามที่เปรียบเทียบ ถ้าหากจะมีคำนามที่นำมาเปรียบเทียบด้วย ก็เป็นการกล่าวถึงสินค้าอื่นกว้าง ๆ ไม่ระบุชื่อเครื่องหมายการค้า ดังตัวอย่าง

ความแตกต่างที่เหนือกว่าโทรทัศน์อื่น โทรทัศน์
อิตาซี "เปิดมูบ ถักบีบ"

๒) เย็นเจียบ เจียบสนธิ ทองแอร์ Comet

(บ้านเมือง ๒๖ เมษายน ๒๕๒๐)

ทอง ในตัวอย่างนี้ เป็นคำช่วยหน้ากริยา ซาคำกริยาที่ถูกควรเป็น ทอง ไรแอร์ Comet

๓) ทะนุถนอม ้วยความรักและความชำนาญงาน

(บางกอกเคลสิใหม่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๒๐)

ทะนุถนอม เป็นกริยากรรม ซึ่งควรต้องมีกรรมตามมา ตัวอย่างนี้แสดง การละคำที่เป็นกรรม โดยที่ไม่เคยกล่าวถึงมาก่อน เปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้ใช้ความนึก คึกของคน เป็นการดึงดูความสนใจของผู้อ่านได้วิธีหนึ่ง

๑.๑.๒.๒ ไม่ใช่ คำลักษณะนามในที่ที่ควรใช้

ตัวอย่าง สาม ผู้ยิ่งใหญ่ รวมอยู่ในปฏิมากรรมคนตรีขึ้นเคียงกัน

(เคลวินีส ๒๒ สิงหาคม ๒๕๒๑)

สาม เป็นคำจำนวนนับ ควรต้องมีคำลักษณะนามตามมา ตัวอย่างนี้ไม่มี คำลักษณะนาม แต่หน้าคำนามผู้ยิ่งใหญ่มาไว้ในตำแหน่งคำลักษณะนามแทน

๑.๑.๓ ตัดส่วนของคำ

การตัดส่วนของคำ หมายถึง การนำเพียงส่วนใดส่วนหนึ่งของ
คำมาใช้

ตัวอย่าง สนใหม่คะ ... หุ่นอย่างนี้... จะหิ้วก็ได้

(เคลวินีส ๖ ธันวาคม ๒๕๒๑)

สน คำเต็มคือ สนใจ เป็นการตัดส่วนของคำ เพื่อให้คำนั้นดูแปลกและ
น่าสนใจ

๑.๑.๔ ใช้คำและสำนวนต่างประเทศ

การใช้คำและสำนวนต่างประเทศในภาษาไทยนั้นพบมี
๓ ลักษณะ คือ

๑.๑.๔.๑ ใช้คำต่างประเทศแต่เขียนทับศัพท์ด้วยอักษรไทย

๑.๑.๔.๒ ใช้คำต่างประเทศและเขียนเป็นภาษาต่างประเทศ

๑.๑.๔.๓ ใช้สำนวนภาษาต่างประเทศ

๑.๑.๔.๑ ใช้คำต่างประเทศแต่เขียนทับศัพท์ด้วยอักษรไทย

ตัวอย่าง ๑) สง่า... ควบคู่กับ รุมรุมโลก ! ราโค ซูเปอร์ไทม์

(ไทยรัฐ ๑๔ กรกฎาคม ๒๕๑๕)

ซูเปอร์ไทม์ เป็นคำที่เขียนทับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า super time ตรงกับ
ภาษาไทยว่า ยอกแหยงเวลา

๒) ฟอร์คเสนอเพียราเอกซ์ตรา A - 1 ในราคา เอกซ์ตรา
ประหยัด

(บ้านเมือง ๒๕ เมษายน ๒๕๑๕)

เอกซ์ตรา เป็นคำที่เขียนทับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า extra ตรงกับภาษาไทย

ว่า พิเศษ

๑.๑.๔.๒ ใช้คำต่างประเทศและเขียนเป็นภาษาต่างประเทศ

ตัวอย่าง ใช้ OKI กุ่มกา ใช้ OKI ไม่ต้อง Walk to talk

(บ้านเมือง ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๑๕)

Walk to talk เป็นภาษาอังกฤษ ตรงกับภาษาไทยว่า เดินไปพูด

๑.๑.๔.๓ ใช้สำนวนภาษาต่างประเทศ

ตัวอย่าง ถนอมดวงตาของคุณไว้ ภายใต้กรอบแว่นอันแสนสวย

(ไทยรัฐ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๑๕)

ภายใต้กรอบแว่นอันแสนสวย เป็นสำนวนต่างประเทศ ทวีใช้ว่า
ให้กรอบแว่นอันแสนสวยถนอมดวงตาของคุณไว้

๑.๑.๕ ใช้คำผิด

การใช้คำผิดมี ๒ ลักษณะ คือ

๑.๑.๕.๑ ใช้คำผิดชนิด

๑.๑.๕.๒ ใช้คำไม่ผิดชนิดแต่ผิดคำ

๑.๑.๕.๑ ใช้คำผิดชนิด

การใช้คำผิดชนิด หมายถึง การเลือกคำชนิดต่าง ๆ มาใช้ใน
ประโยคอย่างไม่ถูกต้อง เช่น ใช้คำกริยาในตำแหน่งคำนาม หรือใช้คำกริยาในตำแหน่ง
คำคุณศัพท์ เป็นต้น การใช้คำผิดชนิดอาจแบ่งได้เป็น ๓ ลักษณะ คือ

๑.๑.๕.๑.๑ ใช้คำกริยาวิเศษณ์ในตำแหน่งคำกริยา

๑.๑.๕.๑.๒ ใช้คำกริยาในตำแหน่งคำลักษณะนาม

๑.๑.๕.๑.๓ ใช้คำบุพบทในตำแหน่งคำกริยา

๑.๑.๕.๑.๑ ใช้คำกริยาวิเศษณ์ในตำแหน่งคำกริยา

ตัวอย่าง กระจกแฉง ซู่ซู่....อีกแล้ว

(ไทยรัฐ ๒๗ ตุลาคม ๒๕๑๘)

ซู่ซู่ เป็นคำกริยาวิเศษณ์ ในตัวอย่างนี้ ซู่ซู่ อยู่ในตำแหน่งคำกริยา

๑.๑.๕.๑.๒ ใช้คำกริยาในตำแหน่งคำลักษณะนาม

ตัวอย่าง ๑) ๗ เพลินทั้ง จากเคนวูก

(เคลวินีส ๑๒ เมษายน ๒๕๑๘)

เพลินทั้ง เป็นคำกริยา ๒ คำเรียงกัน ในตัวอย่างนี้ อยู่ในตำแหน่งคำ
ลักษณะนาม

๒) สามสบาย ไฟโอเนียร์

(สยามรัฐ ๒ ธันวาคม ๒๕๑๘)

สบาย เป็นคำกริยา ในตัวอย่างนี้อยู่ในตำแหน่งคำลักษณะนาม

๑.๑.๕.๑.๓ ใช้คำบุพบทในตำแหน่งคำกริยา

ตัวอย่าง สู่ซิคินี่และเมลเบอร์นอาทิตย์ละ ๒ เทียว กับ "บริการทอง"
ของ เอ็ม เอ เอส

(เคลวินีส ๒๒ มกราคม ๒๕๑๘)

สู่ เป็นคำบุพบท ในตัวอย่างนี้อยู่ในตำแหน่งคำกริยา เพราะว่าได้มีการ
ละคำกริยา "ไป"

๑.๑.๕.๒ ใช้คำไม่ผิดชนิดแต่ผิดคำ

การใช้คำไม่ผิดชนิดแต่ผิดคำมีลักษณะเดียวคือ

- ใช้คำเชื่อมผิด

ตัวอย่าง สุกนึ่ง สุกสวิง สวยจริง ๆ กั๊ แพ้ชั้นเสื่อยี่ภักหลายร้อยแบบ

(เกล็ดนิวส์ ๖ มีนาคม ๒๕๑๘)

กั๊ เป็นคำเชื่อมนาม^๑ ซึ่งไม่ควรอยู่หลังคำกริยา สวย ตัวอย่างนี้เป็น การใช้คำเชื่อมนามผิด ที่ถูกควรใช้ ควย

๑.๑.๖ เรียงคำผิดคำกั๊

การเรียงคำผิดคำกั๊ คือ การเรียงคำในลักษณะที่ไม่มีใช้ใน ภาษา

ตัวอย่าง ๑) แจกฟรี แอปฟิคาราโค ทุกครึ่งชั่วโมง

(บางกอกเดลิโทม์ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๒๐)

ฟรี เป็นคำกริยาวิเศษณ์ ถ้าคำกริยาในประโยคเป็นคำกริยาอาการ คำกริยาวิเศษณ์จะอยู่หลังคำกริยาอาการ แต่ถ้าเป็นคำกริยาสกรรม คำกริยาวิเศษณ์ จะอยู่หลังคำนามที่ทำหน้าที่เป็นกรรม ตัวอย่างนี้คำกริยาวิเศษณ์อยู่ในตำแหน่งที่ผิด ที่ถูกควรเป็น

- แจกนาฟิคาราโค ฟรี ทุกครึ่งชั่วโมง

๒) เราพบแล้ว ! ที่ห้องซั น้ายากำจัดยุง กลิ่นหอม

(ดาวสยาม ๑๔ ตุลาคม ๒๕๒๑)

แล้ว เป็นคำช่วยหลังคำกริยา ถ้าคำกริยาในประโยคเป็นคำกริยาอาการ คำช่วยหลังกริยาจะอยู่หลังคำกริยาอาการ แต่ถ้าเป็นคำกริยาสกรรม คำช่วยหลังกริยา จะอยู่หลังคำนามที่ทำหน้าที่เป็นกรรม ตัวอย่างนี้คำช่วยหลังกริยาอยู่ในตำแหน่งที่ผิด

^๑ คำเชื่อมนาม ตรงกับ คำบุพบท ในหนังสือภาษาไทย ของพระยาอุปทิศ- ศิลปสาร.

ที่ถูกต้องเป็น

- เรวาทบ คีทอถข์ น้ายากำจักขุง กลิ่นหอม แล้ว

๓) โต้โยค้ำ โล้ท - เอช น่องเล็ก วางจของ กำไรสูง

(เคลนิวีส์ ๑๒ มีนาคม ๒๕๒๐)

๑ เป็นคำกริยาวิเศษณ์ ขยาย วาง ซึ่งเป็นคำกริยากรรม ตัวอย่างนี้ คำกริยาวิเศษณ์อยู่ในตำแหน่งที่ผิด ที่ถูกต้องอยู่หลังกรรมซึ่งตามหลังคำกริยากรรม ควรเป็น วางของจ

✓ ๑.๒ การใช้คำผิดแปลกทางคำนความหมาย

การใช้คำผิดแปลกทางคำนความหมาย หมายถึง การนำคำมาใช้ โดยให้คำมีความหมายแตกต่างไปจากความหมายเดิมของคำนั้น หรือนำคำที่ความหมายไม่สอดคล้องกันมาไว้ด้วยกัน ลักษณะการใช้คำผิดแปลกทางคำนความหมายมี ๓ ประการ ดังนี้

๑.๒.๑ ใช้คำหลายความหมาย

๑.๒.๒ ใช้ถ้อยคำไม่สอดคล้องกัน

๑.๒.๓ ใช้คำในความหมายใหม่

๑.๒.๑ ใช้คำหลายความหมาย

คำส่วนมากในภาษามีหลายความหมาย แต่เมื่อใช้คำหลายความหมายในปริบท ปริบทจะช่วยให้เราทราบไคว่าคำหลายความหมายนั้นควรมีความหมายว่าอย่างไร โดยปรกติผู้ใ้ภาษามีไคว่มีเจตนาจะใช้คำหลายความหมายให้เกิดความกำกวมตีความไคว่หลายอย่าง แต่ในภาษาโฆษณา มักจะมีการใช้คำ

หลายความหมาย โดยจงใจให้ความหมาย ๒ แง่

ตัวอย่าง ๑) สนไหมคะ....หนูอย่างนี้....จะหิวก็ได้

(เคลวินีส ๒ ธันวาคม ๒๕๒๑)

ตัวอย่างนี้เป็นข้อความโฆษณาโทรทัศน์ขนาดกระเป๋าหิ้ว ให้หญิงสาวเป็นคนพูด ทำให้ตีความได้ว่า หญิงสาวเชื่อเชิญชวนโฆษณาให้มาสนใจตัวเอง เพราะคำว่า หนู ซึ่งหมายถึงรูปร่าง อาจจะหมายถึงรูปร่างของหญิงสาวหรือแบบของโทรทัศน์ก็ได้ คำว่า หิว ก็มี ความหมายได้ ๒ อย่าง คือ ยกไป หรือ เข้าหญิงสาวไปหาความสำราญด้วยกัน

๒) หนูแถมหมกเนื้อหมกตัวเลยกะ

(ไทยรัฐ ๕ มีนาคม ๒๕๒๐)

ตัวอย่างนี้เป็นข้อความโฆษณาตู้เย็นแถมผ้าขนหนู ให้หญิงสาวนุ่งผ้าขนหนู ซึ่งเป็นของแถม และพูดข้อความนี้ ทำให้ตีความได้ว่า นอกจากแถมผ้าขนหนูที่หญิงสาวนุ่งอยู่แล้ว ผู้ซื้อตู้เย็นนี้หอนี้อาจจะได้ของแถมอื่น ๆ จากหญิงสาวคนอื่นอีก

๑.๒.๒ ใช้ถ้อยคำไม่สอดคล้องกัน

การใช้ถ้อยคำไม่สอดคล้องกันมี ๔ ลักษณะ ดังนี้

๑.๒.๒.๑ การใช้คำคุณศัพท์ไม่สอดคล้องกับคำนาม

๑.๒.๒.๒ การใช้คำกริยาไม่สอดคล้องกับคำนาม

๑.๒.๒.๓ การใช้คำกริยาวิเศษณ์ไม่สอดคล้องกับคำกริยา

๑.๒.๒.๔ การใช้ถ้อยคำที่มีความหมายขัดแย้งกัน

๑.๒.๒.๑ การใช้คำคุณศัพท์ไม่สอดคล้องกับคำนาม

การใช้คำคุณศัพท์ไม่สอดคล้องกับคำนาม เป็นการใช้คำ
คุณศัพท์กับคำนามที่มีลักษณะไม่สอดคล้องกันทางความหมาย

ตัวอย่าง ๑) กริ้ว หรรษา กริ้ว อิตาจิ

(ไทยรัฐ ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๒๐)

หรรษา แปลว่า ความรื่นเริง ความยินดี เป็นลักษณะของสิ่งมีชีวิต การใช้
ขยายคำที่หมายถึง สิ่งมีชีวิต แต่ตัวอย่างนี้ หรรษา ขยายคำ กริ้ว ซึ่งหมายถึงสิ่งไม่มี
ชีวิต

๒) ริเณซี่ บรันดิช นิกแรก ของเมืองไทย รส นิ่ม

จิบ เคี้ยว เท่านั้น ท่านจะลิ้ม บรันดิช นิกอื่น

(บ้านเมือง ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๑๘)

รส มีลักษณะทางความหมายที่เกี่ยวข้องกับชีวประสาท^๒ ส่วนคำ นิ่ม มี
ลักษณะทางความหมายที่เกี่ยวข้องกับกายประสาท ดังนั้นเมื่อนำคำ นิ่ม ขยายคำ รส

๑ ดู ปราณี กุลละวณิชย์, "พลังของภาษาแหวกแนว." ใน ภาษาพิณี,
หน้า ๔๔ - ๕๐ (อัครสาเนา).

^๒ชีวประสาท ในการวิจัยนี้หมายถึงการรับรู้ความรู้สึกทางลิ้น ผู้วิจัยขอจำแนก
การรับรู้ความรู้สึกประสาทสัมผัสเป็น ๖ ประการ คือ

- ๑. จักขุประสาท = การรับรู้ความรู้สึกทางตา
- ๒. โสตประสาท = การรับรู้ความรู้สึกทางหู
- ๓. สนาณประสาท = การรับรู้ความรู้สึกทางจมูก
- ๔. จีวาหาประสาท = การรับรู้ความรู้สึกทางลิ้น
- ๕. กายประสาท = การรับรู้ความรู้สึกทางกาย
- ๖. มโนประสาท = การรับรู้ความรู้สึกทางใจ

จึงทำให้แปลกไปจากภาษาปกติที่เราใช้ เปรี้ยว หวาน มัน เค็ม ขยายรส

๑.๒.๒.๒ การใช้คำกริยาไม่สอดคล้องกับคำนาม

การใช้คำกริยาไม่สอดคล้องกับคำนามมี ๒ ลักษณะ คือ

๑.๒.๒.๒.๑ การใช้คำกริยาไม่สอดคล้องกับประธาน

๑.๒.๒.๒.๒ การใช้คำกริยาไม่สอดคล้องกับกรรม

๑.๒.๒.๒.๑ การใช้คำกริยาไม่สอดคล้องกับประธาน

การใช้คำกริยาไม่สอดคล้องกับประธาน เป็นการใช้คำกริยากับคำนามที่เป็นประธาน ซึ่งมีลักษณะไม่สอดคล้องกันทางความหมาย

ตัวอย่าง ๑) วินดีเลอร์ ยีนส์ เจ็บทุกแบบ แสบทุกสี มีทุกไซส์
ราคาไม่ขมขื่น

(ไทยรัฐ ๑๖ สิงหาคม ๒๕๒๑)

เจ็บ แสบ และ ขมขื่น เป็นกริยาของสิ่งมีชีวิต แต่ประธานคือ วินดีเลอร์
ยีนส์ และ ราคา เป็นสิ่งไม่มีชีวิต

๒) ระเบิดแล้ว ...! งานแสดงนาฬิกาสมองกลครั้งยิ่งใหญ่...!

(เคลิวิสต์ ๑๐ เมษายน ๒๕๒๐)

ระเบิด เป็นกริยาของวัตถุ เช่น คิน หิน โรงเรือน แต่งงานแสดงนาฬิกา
ไม่ใช่วัตถุ

๑.๒.๒.๒.๒ การใช้คำกริยาไม่สอดคล้องกับกรรม

ตัวอย่าง ไม่ต้อง ยุบราคา ยิ่งถูกกว่าหายห่วง กาแลนต์

(ไทยรัฐ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๒๐)

ยุบ เป็นคำกริยาแปลว่า เลิก เช่น ยุบตำแหน่ง หลอมให้ละลาย เช่น
ยุบแหวน จะไม่ใช่กับคำราคา

๑.๒.๒.๓ การใช้คำกริยาวิเศษณ์ไม่สอดคล้องกับคำกริยา

การใช้คำกริยาวิเศษณ์ไม่สอดคล้องกับคำกริยา เป็นการใช้คำกริยาวิเศษณ์กับคำกริยาที่มีลักษณะไม่สอดคล้องกันทางความหมาย

ตัวอย่าง ๑) แขนกอช สวยเจ็บ แสนแสบ สวมบ๊ีบ กระทบมือ
(ไทยรัฐ ๓ กันยายน ๒๕๒๑)

สวย เป็นคำกริยาอกรรมยอย มีลักษณะทางความหมายที่เกี่ยวข้องกับจักขุประสาท

เจ็บ เป็นคำกริยาอกรรมมีลักษณะทางความหมายเกี่ยวข้องกับกายประสาทเมื่อนำมาใช้ขยาย สวย เป็น สวยเจ็บ จึงทำให้ดูแปลก สะกุกตา

๒) บ้านสตรามิต สวยสนิทใจ
(สยามรัฐ ๗ มิถุนายน ๒๕๒๐)

สนิทใจ เป็นคำกริยาวิเศษณ์มีความหมายว่า ไม่มีข้อเคลือบแคลงสงสัยอื่นใดในใจอีกเลย มักใช้เป็นคำขยายเกี่ยวกับความเชื่อ เช่น เชื่อสนิทใจ ตัวอย่างนี้แสดงการใช้คำกริยาวิเศษณ์ สนิทใจ กับคำกริยา สวย ซึ่งมีลักษณะไม่สอดคล้องกันทางความหมาย

๑.๒.๒.๔ การใช้ถ้อยคำที่มีความหมายขัดแย้งกัน

การใช้ถ้อยคำที่มีความหมายขัดแย้งกัน เป็นการนำถ้อยคำที่มีความหมายขัดแย้งกันมาใช้ด้วยกัน

ตัวอย่าง ๑) เปลือยไม่โป้ แต่โก๋เข้าชั้น กาแลนท์ทอปเลส
(ไทยรัฐ ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๑๘)

เปลือย กับ โป้ มีความหมายใกล้เคียงกัน ปกติการเปลือยจะต้องไป เปลือยกับไม่โป้ จึงมีความหมายขัดแย้งกัน ตัวอย่างนี้แสดงการใช้คำที่มีความหมายขัดแย้งกัน ทำให้สะกุกตา สะกุกใจ

๒) แผนชี้ให้สัมผัสที่คุณไม่รู้สึ

(ไทยรัฐ ๗ พฤศจิกายน ๒๕๒๑)

ที่คุณไม่รู้สึ เป็นอนุพากย์คุณศัพท์ ที่มีความหมายตรงข้ามกับสิ่งที่ถูกขยาย
คือ สัมผัส เพราะ สัมผัส แปลว่า การถูกต้องทำให้เกิดความรู้สึก* แต่อนุพากย์ที่มา
ขยายใช้ ไม่รู้สึ ซึ่งเป็นการใช้คำที่มีความหมายขัดแย้งกัน

๑.๒.๓ ใช้คำในความหมายใหม่

มีวิธีการใช้ ๖ วิธี ดังนี้

- ๑.๒.๓.๑ ซ่อนคำ
- ๑.๒.๓.๒ อุปมา
- ๑.๒.๓.๓ อุปลักษณะ
- ๑.๒.๓.๔ อติพจน์
- ๑.๒.๓.๕ บุคลาธิษฐาน
- ๑.๒.๓.๖ ปรพากษ์

๑.๒.๓.๑ ซ่อนคำ

การซ่อนคำ คือ การนำคำมาซ่อนกันใ้คำใหม่ ความหมาย
ใหม่

ตัวอย่าง คุณจะเข็มขลิ้งควยมากจนกาง สวยพรราวเส้นที่
นาร์ก...ควยโคลท์วูก

(ดาวสยาม ๒๗ ธันวาคม ๒๕๒๑)

เข้มขลัง เป็นคำซ้อนซึ่งสร้างขึ้นใหม่จากคำกริยาวิเศษณ์ ๒ คำ คือ เข้ม แปลว่า กล้า แรง แก่ จัด^๑ และ ขลัง แปลว่า กำลังแรง ไซ้ในความศักดิ์สิทธิ์^๒

๑.๒.๓.๒ อุปมา (simile) คือ ภาพพจน์^๓ เปรียบเทียบสิ่งที่เหมือนกันโดยมีคำเชื่อมโยง เช่น คำว่า เหมือน กุจ กัง เช่น ปาน ราว ประหนึ่ง เพียงเทียบ ฯลฯ คำใดคำหนึ่งปรากฏอยู่

ตัวอย่าง กิ่งเพชร เคนสวยควย เรือนสม

(เคลวินีส ๑๐ ธันวาคม ๒๕๒๑)

กิ่งเพชร เคนสวยควย เรือนสม เป็นข้อความที่เป็นภาพพจน์ที่ให้ความหมายทำนองเปรียบเทียบ^๔ ว่า นาฬิกาข้อมือเรือนหนึ่งงดงามมากเหมือนเพชรที่มีความงามเด่น เพราะมีตัวเรือนนาฬิกาทรงรับอย่างเหมาะสม

^๑พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๔๘๓ หน้า ๒๐๘.

^๒เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๘๓.

^๓ชลธิรา กลัคอยู่. "การอ่าน." ใน การใช้ภาษา ของ กาญจนา นาคสกุล และคนอื่น ๆ (กรุงเทพฯนคร : สำนักพิมพ์เคล็คไทย, ๒๕๒๑), หน้า ๒๕๐.๑ ให้นิยามว่า ภาพพจน์คือ คำหรือกลุ่มคำที่เกิดจากกลวิธีใช้คำเพื่อให้เกิดภาพที่แจ่มชัดและลึกซึ้งขึ้นในใจของผู้อ่านและผู้ฟัง คำสามารถสื่อให้เห็นภาพได้ เช่น ผู้ชาย ผู้หญิง แต่คำที่สื่อภาพเหล่านี้ไม่เรียกว่าภาพพจน์ เพราะภาพพจน์เป็นผลของการใช้คำอย่างมีศิลปะโดยกลวิธีการเปรียบเทียบซึ่งมีต่าง ๆ กัน.

^๔เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๕๑.

^๕อุปมา กับ ภาพพจน์ที่ให้ความหมายทำนองเปรียบเทียบมีความหมายเดียวกัน.

๑.๒.๓.๓ อุปลักษณ์ (Metaphor) คือภาพพจน์เปรียบเทียบที่นำลักษณะเด่นของสิ่งที่ต้องการเปรียบมากกว่าทันทีโดยไม่มีคำเชื่อมโยง หรือ บางครั้งอาจมีคำว่าเป็น คือ คำใดคำหนึ่งปรากฏอยู่^๑

ตัวอย่าง ถูกเขี้ยว กลามอันทรงพลังของรถบรรทุก

(บ้านเมือง ๒ กันยายน ๒๕๑๕)

ถูกเขี้ยว กลามอันทรงพลังของรถบรรทุก เป็นข้อความที่เป็นภาพพจน์ที่ให้ความหมายทำนองเปรียบเป็น^๒ ว่า ยางรถยนต์ถูกเขี้ยวมีความแข็งแรงประดุจกลามอันแข็งแรงของรถบรรทุก

๑.๒.๓.๔ อศิปจน์ (Hyperbole) คือ ภาพพจน์เปรียบเทียบเกินความจริง^๓

ตัวอย่าง รักคุณเท่าฟ้า

(บ้านเมือง ๑๓ มิถุนายน ๒๕๑๕)

รักคุณเท่าฟ้า เป็นข้อความที่เป็นภาพพจน์เปรียบเทียบเกินความจริง เพราะเปรียบความรักที่มีต่อผู้นั้นว่ามีความกว้างขวางเท่ากับท้องฟ้า

๑.๒.๓.๕ บุคลาธิษฐาน (Personification) คือ ภาพพจน์ที่เกิดจากการเปรียบเทียบ โดยนำสิ่งไม่มีชีวิตหรือมีชีวิตแต่ไม่ใช่คนมากล่าวถึงราวกับเป็นคน^๔

^๑ชลธิรา กลัดอยู่. "การอ่าน." ใน การใช้ภาษา, ของ กาญจนานาคสกุล และคนอื่น ๆ, หน้า ๒๔๐.๑.

^๒ภาพพจน์ที่ให้ความหมายทำนองเปรียบเป็น และอุปลักษณ์มีความหมายอย่างเดียวกัน.

^๓ชลธิรา กลัดอยู่. "การอ่าน." ใน การใช้ภาษา, ของ กาญจนานาคสกุลและคนอื่น ๆ, หน้า ๒๔๐.๓.

^๔เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๔๐.๓.

ตัวอย่าง หนูชื่อ...แสงโสมคะ...โทรมาคุยกับหนูช๊ะ...หนูจะ
มอบความสุขให้กับคุณคะ ที่ ปชส. ๒๕๑๗๕๔๘

(ตะวันตกยาม ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๒๑)

หนูชื่อแสงโสมคะ โทรมาคุยกับหนูช๊ะ หนูจะมอบความสุขให้กับคุณคะ เป็น
ภาพพจน์ที่เกิดจากการเปรียบเทียบชนิดอุปมาและฐาน โดยการเปรียบเทียบให้สุราแสงโสม
เป็นผู้หญิง ใช้สรรพนามแทนที่ หนู และใช้คำลงท้าย คะ ซึ่งเป็นคำลงท้ายสำหรับผู้พูด
ที่เป็นผู้หญิง

๑.๒.๓.๖ ปรพักษ์ (Antithesis) เป็นภาพพจน์ที่เกิดจากการ
เปรียบเทียบโดยใช้คำที่มีความหมายตรงกันข้าม

ตัวอย่าง มาสค้ำ ๘๐๘ โฉมใหม่ในราคาเก่า

(สยามรัฐ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๑๘)

ตัวอย่างนี้เป็นภาพพจน์ที่เกิดจากการเปรียบเทียบโดยใช้คำที่มีความหมาย
ตรงกันข้ามคือ ใหม่ กับ เก่า ขยายคำนามที่มาข้างหน้าคือ รูปโฉมใหม่ กับ ราคาเก่า

๒. การใช้คำที่ซ้ำเสียง

ผู้เขียนโฆษณาอาจเลือกใช้คำที่ซ้ำเสียงเพื่อเร้าความสนใจและเพื่อให้
จำง่าย เราพิจารณาจากการซ้ำเสียงได้ ๒ ประการ คือ

๒.๑ สิ่งที่ซ้ำ

๒.๒ ลักษณะที่ซ้ำ

๒.๑ สิ่งที่ซ้ำ มีดังนี้

๒.๑.๑ ซ้ำเสียงสระ

๒.๑.๒ ซ้ำเสียงพยัญชนะต้น

๒.๑.๒.๑ ซ้ำเสียงพยัญชนะต้นเสียงเดียว

๒.๑.๒.๒ ซ้ำเสียงพยัญชนะต้น ๒ เสียง

๒.๑.๓ ข้าเสียงพยัญชนะต้นและเสียงพยัญชนะสะกด

๒.๑.๔ ข้าเสียงสระและเสียงพยัญชนะสะกด

๒.๑.๕ ข้าเสียงพยัญชนะต้น เสียงวรรณยุกต์และเสียงพยัญชนะ
สะกด

๒.๑.๖ ข้าบางส่วนของคำ

๒.๑.๗ ข้าคำ

๒.๑.๑ ข้าเสียงสระ

การข้าเสียงสระเพื่อให้เกิดเสียงสัมผัสกันระหว่างคำ

ตัวอย่าง ลกราคา ฝาลมรอน

(เกลินิวส์ ๑๒ เมษายน ๒๕๑๔)

ราคา กับ ฝา มีเสียงสระ อา ขำกัน

๒.๑.๒ ข้าเสียงพยัญชนะต้น

การข้าเสียงพยัญชนะต้นมี ๒ ลักษณะ คือ

๒.๑.๒.๑ ข้าเสียงพยัญชนะต้นเสียงเดียว

๒.๑.๒.๒ ข้าเสียงพยัญชนะต้น ๒ เสียง

๒.๑.๒.๑ ข้าเสียงพยัญชนะต้นเสียงเดียว

ตัวอย่าง กิ่ง เพชร เกน สวย กวย เรือนสม

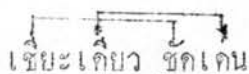
(ดาวสยาม ๑๐ ธันวาคม ๒๕๒๑)

กิ่ง เกน และ กวย แสดงการข้าเสียงพยัญชนะต้นเสียงเดียว

คือเสียง ก

๒.๑.๒.๒ ซ้ำเสียงพยัญชนะต้น ๒ เสียง

ตัวอย่าง ๑) ใหม่ ! ชุกกลอง ออโศกตาร์ พ็อคเก็ต

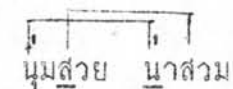


เซี่ยะเคี้ยว ชุกเคน

(เถลินิวส์ ๑๕ เมษายน ๒๕๒๐)

เซี่ยะเคี้ยว กับ ชุกเคน แสดงการซ้ำเสียงพยัญชนะต้น ๒ เสียง คือ เสียง ช กับ ก

๒) ชีซาร์ ลีสาย นุ่มสววย นาสวม



(ดาวสยาม ๕ กันยายน ๒๕๒๑)

นุ่มสววย กับ นาสวม แสดงการซ้ำเสียงพยัญชนะต้น ๒ เสียง คือ น ในคำ นุ่ม กับ นำ และ ส ในคำ สววย กับ สวม

๒.๑.๓ ซ้ำเสียงพยัญชนะต้นและเสียงพยัญชนะสะกดตัวอย่าง สววยแต่ไม่สววย

(เถลินิวส์ ๑๕ มีนาคม ๒๕๒๐)

สววย กับ สววย มีเสียงพยัญชนะต้นเป็น ส และเสียงพยัญชนะสะกดเป็น ย เหมือนกัน

๒.๑.๔ ซ้ำเสียงสระและเสียงพยัญชนะสะกดตัวอย่าง เสียงคงฟังชก ประหยกก็ อีกก็

(ดาวสยาม ๘ กรกฎาคม ๒๕๒๑)

กั กับ ทั มีเสียงสระ อะ และเสียงพยัญชนะ ง สะกดเหมือนกัน ทำ
ให้คำทั้งสองมีเสียงสัมผัสกัน

ชั กับ หัย มีเสียงสระ อะ และเสียงพยัญชนะ ค สะกดเหมือนกัน ทำ
ให้คำทั้งสองมีเสียงสัมผัสกัน

๒.๑.๕ ซ้ำเสียงพยัญชนะต้น เสียงวรรณยุกต์และเสียงพยัญชนะสะกด

ตัวอย่าง จ่ายปุ๊ ไคปุ๊ กล้องโพราลอยด์คัลเลอร์แพ็ค ๑๐๐

(เคลวินส์ ๑๘ เมษายน ๒๕๒๐)

ปุ๊ และ ปุ๊ แสดงการซ้ำเสียงพยัญชนะต้น ป เสียงวรรณยุกต์ ตรี และ
เสียงพยัญชนะสะกด บ

๒.๑.๖ ซ้ำบางส่วนของคำ

การซ้ำบางส่วนของคำ หมายถึง การนำเอาเพียงส่วนหนึ่งของ
คำมาซ้ำเสียงกัน

ตัวอย่าง ฉิวหน้าสกใส ดูงามสกสวย

(ไทยรัฐ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๒๑)

ตัวอย่างนี้แสดงการซ้ำเสียง ส ซึ่งเป็นเสียงพยางค์ต้นของคำซ้อน
สกใส และ สกสวย

๒.๑.๗ ซ้ำคำ

การซ้ำคำมี ๔ ประการ คือ

๒.๑.๗.๑ ซ้ำคำโดยมีคำอื่นมาก่อน

๒.๑.๗.๒ ซ้ำคำโดยไม่มีคำอื่นมาก่อน

๒.๑.๗.๓ ซ้ำคำและเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์

๒.๑.๗.๔ ซ้ำคำพ้องเสียง

๒.๑.๗.๑ ซ้ำคำโดยมีคำอื่นมาก่อน

ตัวอย่าง ยิ่งใส่ยิ่งสวย ยิ่งซึกยิ่งนี้ เป็นทางเกงยีนส์ Samco

(เคลวินาส์ ๖ มีนาคม ๒๕๒๐)

คำว่า ยิ่ง ซ้ำกันโดยมีคำกริยาคั่น

๒.๑.๗.๒ ซ้ำคำโดยไม่มีคำอื่นคั่น

ตัวอย่าง โรคผิวหนัง คัน คัน....คัน !

(ไทยรัฐ ๑ ตุลาคม ๒๕๒๑)

คำว่า คัน ซ้ำกันโดยไม่มีคำอื่นมาก่อน

๒.๑.๗.๓ ซ้ำคำและเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์

ตัวอย่าง ฝนมา การ่สั่นก็่ยัง....่สวย....่สวย

(ไทยรัฐ ๒ สิงหาคม ๒๕๒๐)

คำว่า ่สวย และ ่สวย ซ้ำกันโดยมีการเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์ของคำแรกด้วย

๒.๑.๗.๔ ซ้ำคำพ้องเสียง

คำพ้องเสียง คือ คำที่ออกเสียงเหมือนกันแต่สะกดต่างกัน

ความหมายต่างกัน^๑

ตัวอย่าง สวยทั้งรูป รุบก็หอม....สแคนชา สปอรัท....
รถ นิยม แตง รส นิยม

(เกลนิวิสต์ ๒๒ สิงหาคม ๒๕๒๑)

รถ กับ รส พ้องเสียงกัน เมื่อปรากฏด้วยกันจะเหมือนกับว่ามีกร^๑ซ้ำคำ

๒.๒ ลักษณะที่ซ้ำ มีดังนี้

๒.๒.๑ ซ้ำเสียงในพยางค์

๒.๒.๒ ซ้ำทั้งพยางค์

๒.๒.๑ ซ้ำเสียงในพยางค์

ตัวอย่าง ๑) คิม ทิม สัก นิ ก จะ ติ ก จ อ

(สยามรัฐ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๒๐)

นิ ก กับ ติ ก แสดงกร^๑ซ้ำเสียงสระและเสียงพยัญชนะสะกด จ อ กับ จ อ
 แสดงกร^๑ซ้ำเสียงพยัญชนะ ต่างพยางค์กัน

๒) ล ก ว า ค า เ า ล ม ร อ น

(เกลนิวิสต์ ๑๒ เมษายน ๒๕๑๘)

ร ก ว า ค า เ า ล ม ร อ น แสดงกร^๑ซ้ำเสียงสระในคำเดียวกัน

^๑ ณะอบ ไปชกฤษณะ, การเขียน (พระนคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย-
 ธรรมศาสตร์, ๒๕๑๐), หน้า ๕๗.

๒.๒.๒ ซ้ำทั้งพยางค์

ตัวอย่าง ๑) กัทสัน สร้างสรรค์ชั้นนี้ใหม่ ยิ่ง ใจ ยิ่ง ประ หัย ค
(คราวสยาม ๕ กันยายน ๒๕๒๑)

ยิ่ง แสดงการซ้ำทั้งพยางค์

ข. การใช้คำที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกคุ้นเคยเป็นกันเอง

วิธีการที่จะทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกคุ้นเคยและเป็นกันเอง ในภาษา
โฆษณา มี ๕ วิธี ดังนี้

- ๑. การใช้คำอุทาน
- ๒. การใช้คำลงท้าย
- ๓. การใช้คำภาษาพูด
- ๔. การใช้คำสะแลง
- ๕. การใช้คำเลียนเสียงธรรมชาติ

๑. การใช้คำอุทาน

ตัวอย่าง ๑) อูย.... ได้ยินเสียงหายใจก้วยละ
(คราวสยาม ๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๑๕)

- ๒) โอโฮ!! ชิติเห็นกวอหซ์มีเข็ม
- อูฮู ! ชิติเห็นกวอหซ์ไม่มีเข็ม

(คราวสยาม ๑๗ สิงหาคม ๒๕๒๑)

อูย โอโฮ และ อูฮู เป็นคำอุทาน

๒. การใช้คำลงท้าย

การใช้คำลงท้ายในภาษาโฆษณา เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกเหมือนกับว่ากำลังสนทนากับผู้พูดข้อความโฆษณา

ตัวอย่าง ๑) เชิญเข้าร่วมสุขุกับก็กิแฮปปีคลับซิกะ
ชิงรางวัลใหญ่ ๆ มากมายคะ

(ประชาธิปไตย ๑๘ มิถุนายน ๒๕๑๘)

๒) พลิกดูกานหลังซิกะ โอโฮ อัดบนกระดากะโกกักเขี้ยวนะ

(ไทยรัฐ ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๒๐)

ซิกะ คะ และ นะ เป็นคำลงท้าย

๓. การใช้คำภาษาพูด

ตัวอย่าง ๑) ว้าย! ตกกะใจ แนะ!!! เครื่องซักผ้าอัตโนมัติ
คอมพิวเทอร์แมติก

(เคลนิวิสต์ ๒๕ มิถุนายน ๒๕๑๘)

ตกกะใจ เป็นภาษาพูด ภาษาเขียนจะใช้ ตกใจ

๒) ที่รัก....ผมคุณสวยจัง

(ดาวสยาม ๑๘ สิงหาคม ๒๕๒๑)

จัง เป็นภาษาพูด ภาษาเขียนจะใช้ มาก เหลือเกิน

๑คร.วิจินต์ ภาณุพงศ์, โครงสร้างภาษาไทย : ระบบไวยากรณ์, หน้า ๖๑-๖๓. ให้นิยามคำลงท้ายว่า "คำลงท้าย คือ คำที่ปรากฏในตำแหน่งท้ายสุดของประโยค หรืออาจจะปรากฏในตำแหน่งท้ายส่วนของประโยค".

๔. การใช้คำสะแลง

คำสะแลง คือ คำที่ตั้งให้ตามอารมณ์แก้วัยรุ่น คำเหล่านี้เกิดขึ้นชั่วคราว
ชั่วคราวแล้วก็หายไป

ตัวอย่าง ๑) เครื่องรับแบบ "แยกส่วน" ที่ว่าดี ๆ เห็นทีจะต้อง
"ซิคซาย" ให้ เคนวูด KR - 6030 เสียแล้ว

(เคลลินิวส์ ๖ ธันวาคม ๒๕๒๑)

ซิคซาย เป็นคำสะแลง หมายความว่า หลีกเลี่ยงให้

๒) สวยเสียอย่างเรื่องคังไม้ตองดู โปมาแมกซี่

(ไทยรัฐ ๒๐ กรกฎาคม ๒๕๑๕)

ดู เป็นคำสะแลง หมายถึง การสนับสนุนให้ทำสิ่งที่ผู้สนับสนุน

ต้องการ

๕. การใช้คำเลียนเสียงธรรมชาติ

ตัวอย่าง ๑) ด้นบึง....กึ่งเปรี๊ยะ สิ่งคำสมองกล

(ไทยรัฐ ๕ กรกฎาคม ๒๕๑๕)

๒) ใหม่ ! ชุกกลอง ออโต้สตาร์ พ็อคเก็ต

เขียะเกี้ยว ชักเคน

(เคลลินิวส์ ๑๕ เมษายน ๒๕๒๐)

บึง เปรี๊ยะ และ เขียะ เป็นคำเลียนเสียงธรรมชาติ