

การศึกษาวลี และประโยคภาษาอังกฤษที่แสดงกลวิธีการนำเสนอในใบปิดหนัง
ที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา

ชนิศา นิ่มสะอาด

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2552

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ ชนิตา นิ่มสะอาด ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อานนท์ ไชยสุริยา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ดร.อุบล ธเนศชัยคุปต์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธาน

(รองศาสตราจารย์ชูจิตต์ เขียวสมบูรณ์)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อานนท์ ไชยสุริยา)

..... กรรมการ

(ดร.อุบล ธเนศชัยคุปต์)

..... กรรมการ

(ดร.สุชาดา รัตนวณิชช์พันธ์)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
การศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัส ฉกรรจ์แดง)

วันที่...18...เดือน...มิถุนายน...พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยได้ด้วยความอนุเคราะห์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อานนท์ ไชยสุริยา ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดีมาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ชูจิตต์ เจียวสมบุญณ์ ดร.อุบล ธเนศชัยคุปต์ และ ดร. สุชาดา รัตนวณิชช์พันธ์ กรรมการผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้ถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ ดร. ถัดดาวลัย แจ่มฤกษ์แจ้ง และ Mr. Daniel Coughlin ที่มาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความถูกต้องของวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณ พี่นงลักษณ์ ทองเลี่ยม และพี่ ๆ ที่น่ารักจาก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ทุกท่านที่คอยให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง และเป็นกำลังใจที่ดีแก่ผู้วิจัยเสมอมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณบิดา มารดาที่เป็นแรงบันดาลใจในการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา อีกทั้งยังเป็นแรงผลักดันและสนับสนุนแก่ผู้วิจัยในทุกระดับการศึกษา คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยมอบให้กับบุพการี คณาจารย์ และทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ โอกาสนี้

ชนิศา นุ่มสะอาด

47911033: สาขาวิชา: ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร; ศศ.ม. (ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร)

คำสำคัญ: วลี/ ประโยค/ การโฆษณา/ ใบปิดหนัง/ โปสเตอร์ภาพยนตร์

ชนิศา นิมสะอาด: การศึกษาวลี และประโยคภาษาอังกฤษที่แสดงกลวิธีการนำเสนอในใบปิดหนังที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา (A STUDY OF PHRASES AND SENTENCES INDICATED AS PRESENTATION TECHNIQUES IN TOP-TEN AMERICAN BOX OFFICE MOVIE POSTERS) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: อานนท์ ไชยสุริยา, Ph.D., อุบล ธเนศชัยคุปต์, Ph.D. 143 หน้า. ปี พ.ศ. 2552.

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวลี และประโยคที่ปรากฏในใบปิดหนังที่ทำรายได้สูงสุดของสหรัฐอเมริกา โดยมุ่งประเด็นการศึกษาประเภทของวลี รูปแบบของประโยค โครงสร้างของประโยค และกลวิธีการนำเสนอในใบปิดหนัง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ คัดเลือกจากใบปิดหนังของภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ. 2550 จำนวนทั้งหมด 60 เรื่อง เกณฑ์ที่ใช้ในการศึกษาวลีและประโยคที่ปรากฏในใบปิดหนังสร้างขึ้นจากหลักภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างของประเภทวลี รูปแบบประโยค และโครงสร้างประโยค เกณฑ์ที่ใช้ในการศึกษากลวิธีการนำเสนอในใบปิดหนังสร้างขึ้นจากหลักการโฆษณาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับใบปิดหนังของสง่า คำจัด (2546) ผลการศึกษานำเสนอในลักษณะของการพรรณนาวิเคราะห์และคำร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า ประเภทของวลีที่พบบ่อยที่สุดในใบปิดหนังมีลำดับดังนี้ นามวลี (ร้อยละ 44.4) บุพบทวลี (ร้อยละ 44.4) และกริยาวลี (ร้อยละ 11.2) รูปแบบประโยคที่พบบ่อยที่สุดในใบปิดหนังมีลำดับดังนี้ ประโยคบอกเล่า (ร้อยละ 56) ประโยคคำสั่ง (ร้อยละ 30) ประโยคคำถาม (ร้อยละ 10) และประโยคอุทาน (ร้อยละ 4) โครงสร้างประโยคที่พบบ่อยที่สุดในใบปิดหนังมีลำดับดังนี้ ประโยคโครงสร้างเอกัตถประโยค (ร้อยละ 82) ประโยคโครงสร้างสังกรประโยค (ร้อยละ 16) และประโยคโครงสร้างอนัตถประโยค (ร้อยละ 2) กลวิธีการนำเสนอที่พบบ่อยที่สุดในใบปิดหนังมีลำดับดังนี้ การกล่าวถึงเนื้อหาของภาพยนตร์ (ร้อยละ 50) การระบุวันเวลาที่ภาพยนตร์เข้าฉาย (ร้อยละ 16.7) การนำเสนอที่ได้รับอิทธิพลจากภาคที่แล้ว (ร้อยละ 9) การอ้างอิงบุคคลที่มีชื่อเสียงในภาพยนตร์ (ร้อยละ 7.7) การอวดอ้างข้อดี หรือจุดเด่นของภาพยนตร์ (ร้อยละ 7.7) การบอกประเภทของภาพยนตร์ (ร้อยละ 5) การกล่าวถึงเหตุผลที่สนับสนุนให้ไปชมภาพยนตร์ (ร้อยละ 2.6) และกล่าวถึงตัวละครในภาพยนตร์ (ร้อยละ 1.3)

47911033: MAJOR: ENGLISH FOR COMMUNICATION;

M.A. (ENGLISH FOR COMMUNICATION)

KEYWORDS: PHRASE/ SENTENCE/ ADVERTISING/ MOVIE POSTER

CHANISA NIMSA-ARD: A STUDY OF PHRASES AND SENTENCES
INDICATED AS PRESENTATION TECHNIQUES IN TOP-TEN AMERICAN BOX OFFICE
MOVIE POSTERS. THESIS ADVISORS: ARNON CHAISURIYA, Ph.D., UBON
DHANESSCHAIYAKUPTA., Ph.D. 143 P. 2009.

The purpose of this research was to study phrases and sentences in American box office movie posters, focusing on phrase types, sentence types, sentence structures and presentation techniques of movie posters. The sample used in the study consisted of 60 top-ten American box office movie posters from 2002 to 2007. The criteria used for studying phrases and sentences in the movie posters were based on structural linguistics in terms of phrase types, sentence types and sentence structures. The criteria used for studying the presentation techniques of movie posters were based on the principles of advertising and the study of Sa-Ngar Kamjud (2003). The results were presented in terms of analytical description and percentages.

The results showed that the most frequently used phrase types in movie posters were noun phrases (44.4%), prepositional phrases (44.4%) and verb phrases (11.2%). The most frequently used sentence types in movie posters were declarative sentences (56%), imperative sentences (30%), interrogative sentences (10%) and exclamatory sentences (4%). The most frequently used sentence structures in movie posters were simple sentences (82%), complex sentences (16%) and compound sentences (2%). The most frequently used presentation techniques in movie posters were: revealing the movie story (50%), indicating the released date (16.7%), continuing from the previous movie (9%), referencing famous people in the movie (7.7%), showing the outstanding benefits of the movie (7.7%), showing the movie genre (5%), showing reasons or supporting ideas to see the movie (2.6%) and revealing the cast (1.3%).

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสาร.....	5
แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณา.....	8
การวิเคราะห์ภาษาโฆษณาตามหลักภาษาศาสตร์.....	13
การวิเคราะห์กลวิธีการนำเสนอในใบปิดหนึ่ง.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	25
กลุ่มตัวอย่าง.....	25
การสร้างเกณฑ์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	35

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	37
ผลการศึกษาประเภทที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุดของ.....	
สหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ.2550.....	38
ผลการศึกษารูปแบบประโยชน์ที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุดของ.....	
สหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ.2550.....	42
ผลการศึกษาโครงสร้างประโยชน์ที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุดของ.....	
สหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ.2550.....	49
ผลการศึกษาพฤติกรรมการนำเสนอที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุดของ.....	
สหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ.2550.....	53
5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	65
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	69
บรรณานุกรม.....	70
ภาคผนวก.....	76
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	143

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 กลุ่มตัวอย่างใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2545	26
2 กลุ่มตัวอย่างใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2546	26
3 กลุ่มตัวอย่างใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2547	27
4 กลุ่มตัวอย่างใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2548	27
5 กลุ่มตัวอย่างใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2549	28
6 กลุ่มตัวอย่างใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2550	28
7 กลุ่มตัวอย่างใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุดอันดับถัดไปของสหรัฐอเมริกา..... ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ. 2550.....	29
8 สรุปเกณฑ์การวิเคราะห์ประเภทลึที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุดของ... สหรัฐอเมริกา.....	34
9 สรุปเกณฑ์การวิเคราะห์รูปแบบประโยคที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด... ของสหรัฐอเมริกา.....	34
10 สรุปเกณฑ์การวิเคราะห์โครงสร้างประโยคที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้..... สูงสุดของสหรัฐอเมริกา.....	34
11 สรุปเกณฑ์การวิเคราะห์กลวิธีการนำเสนอที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้..... สูงสุดของสหรัฐอเมริกา.....	35
12 ความถี่และร้อยละของประเภทลึที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด..... 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ. 2550.....	38
13 ความถี่และร้อยละของรูปแบบประโยคที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด.... 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ. 2550.....	42
14 ความถี่และร้อยละของโครงสร้างประโยคที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ. 2550.....	49
15 การแจกแจงความถี่ของกลวิธีการนำเสนอ โดยรวมในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ. 2550.....	53
16 ความถี่และร้อยละของกลวิธีการนำเสนอที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้..... สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ. 2550.....	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17 ความถี่และร้อยละของกลวิธีการนำเสนอประ โยคที่ปรากฏในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้ สูงสุด 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ. 2550.....	55
18 การศึกษาสถิติที่แสดงกลวิธีการนำเสนอในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด 10 อันดับ.... ของสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ. 2550.....	77
19 การศึกษาประ โยคที่แสดงกลวิธีการนำเสนอในใบปิดหนังสือที่ทำรายได้สูงสุด..... 10 อันดับของสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ. 2550.....	93

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 องค์ประกอบของการสื่อสาร.....	6
2 โครงสร้างของใบปิดหนังสือ.....	11