

การวิเคราะห์ภาษาในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษ  
มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง

กัลยา ทั้งทอง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา

เมษายน 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา  
วิทยานิพนธ์ของ กัลยา ทั้งทอง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

.....ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มาลี นิสสัยสุข)

.....กรรมการ

(ดร. สุชาดา รัตนวณิชช์พันธ์)

.....กรรมการ

(ดร. อุบล ธเนศชัยคุปต์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มาลี นิสสัยสุข)

.....กรรมการ

(ดร. สุชาดา รัตนวณิชช์พันธ์)

.....กรรมการ

(ดร. อุบล ธเนศชัยคุปต์)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมถวิล จริตकर)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ชูจิตต์ เขียวสมบูรณ์)

บัณฑิตวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. ประทุม ม่วงมี)

วันที่ 19 เดือน เมษายน พ.ศ. 2550

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา  
จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา  
ประจำภาคต้น ปีการศึกษา 2548

## ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มาลี นิสสัยสุข ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่า เพื่อให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไขและช่วยเหลือในการปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดีมาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ ดร. สุชาดา รัตนวณิชช์พันธ์ และ ดร. อุบล ธเนศชัยคุปต์ กรรมการผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ให้คำแนะนำซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้ถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบคุณ ดร. ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์ ที่ให้คำแนะนำและเอื้อเฟื้อคำรื้ออันเป็นประโยชน์ยิ่งสำหรับงานวิจัยนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ มารดาและครอบครัว ที่ได้สนับสนุนให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา คุณค่าและประโยชน์ที่ได้จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบให้บุพการี คณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิทยาการและทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งมีอาภรณ์นามได้ทั้งหมดไว้ ณ ที่นี้

กัลยา ทั้งทอง

45911066: สาขาวิชา: ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร; ศศ.ม. (ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร)

คำสำคัญ: โฆษณา/ นิตยสารภาษาอังกฤษ

กัลยา ทั้งทอง: การวิเคราะห์ภาษาในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษ

มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง (AN ANALYSIS OF LANGUAGE USED IN ADVERTISEMENTS IN GENDER-ORIENTED ENGLISH MAGAZINES) อาจารย์ผู้ควบคุม  
วิทยานิพนธ์: มาลี นิสสัยสุข, Ph.D., สุชาดา รัตนวาณิชย์พันธ์, Ph.D., อุบล ชเนศชัยกุลป์, Ph.D.  
177 หน้า. ปี พ.ศ. 2550.

งานวิจัยฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ภาษาในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง เอกสารที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นบทโฆษณาสินค้าจากนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง ประเภทละ 45 บทโฆษณาเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์สร้างขึ้นจาก โครงสร้างเชิงภาษาศาสตร์ของรูปแบบประโยค โครงสร้างประโยคและวัจนลีลา ส่วนรูปแบบภาษาในการเขียน โฆษณาและความแตกต่างระหว่างภาษาที่ใช้กับเพศชายและเพศหญิงใช้เป็นกรอบในการวิจัย ผลการวิเคราะห์นำเสนอในลักษณะของการพรรณนาวิเคราะห์และคำร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า การใช้รูปแบบประโยคและการใช้โครงสร้างประโยคในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง มีการใช้รูปแบบประโยคและโครงสร้างประโยคที่ใกล้เคียงกัน ส่วนกลวิธีการใช้วัจนลีลาพบว่า นิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายมีการใช้ประโยคที่ไม่สมบูรณ์(วลี) ในสัดส่วนที่มากกว่านิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศหญิง ส่วนในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศหญิงมีการใช้โครงสร้างคู้ขนานในสัดส่วนที่มากกว่านิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชาย อย่างไรก็ตามผู้เขียนบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิงไม่ได้ใช้โครงสร้างภาษาและวัจนลีลาที่แตกต่างกันมากจนปรากฏเป็นข้อแตกต่างที่ชัดเจน

45911066: MAJOR: ENGLISH FOR COMMUNICATION;  
MA. (ENGLISH FOR COMMUNICATION)

KEYWORDS: ADVERTISEMENT / ENGLISH MAGAZINE

KANLAYA TANGTONG: AN ANALYSIS OF LANGUAGE USED IN  
ADVERTISEMENTS IN GENDER-ORIENTED ENGLISH MAGAZINES. THESIS

ADVISORS: MALEE NITSAISOOK, Ph.D., SUCHADA RATTANAWANITPUN, Ph.D.,  
UBON DHANESSCHAIYAKUPTA, Ph.D. 177 P. 2007.

The purpose of the research was to analyze language used in advertisements in gender-oriented English magazines. The sample used in the study consisted of 45 advertising messages in gender-oriented English magazines. The criteria used for analyzing the language used in advertisements were based on structural linguistics in terms of sentence structures and types and rhetorical styles. The principles of advertising language and the differences of male and female languages were the scope of this study. The results were presented in terms of analytical description and percentage.

The findings indicated that the use of forms and sentence structures in both gender-oriented English magazines were similar. The result on the style of writing indicated that male-oriented English magazines used incomplete sentences (phrases) more than female-oriented English magazines did and female-oriented English magazines used parallelism more than male-oriented English magazines did. However, the advertising writers in gender-oriented English in terms of types and structures of sentences and rhetorical styles, the languages use in the gender-oriented English magazines were not significantly different.

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....  | จ    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....   | ฉ    |
| สารบัญ.....   | ช    |
| สารบัญตาราง.....  | ฌ    |
| บทที่   |      |
| 1 บทนำ.....   | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....   | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....  | 2    |
| คำถามในการวิจัย.....  | 3    |
| ขอบเขตในการวิจัย.....   | 3    |
| คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....  | 3    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....   | 4    |
| 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....   | 5    |
| แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการ โฆษณาและลักษณะของภาษาโฆษณา.....   | 5    |
| ความแตกต่างระหว่างภาษาที่ใช้กับเพศชายและเพศหญิง.....  | 21   |
| โครงสร้างเชิงภาษาศาสตร์ของรูปแบบประโยค โครงสร้างประโยค<br>และวจนลีลา.....                                 | 23   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาในบทโฆษณา.....  | 33   |
| 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....   | 35   |
| การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....  | 35   |
| วิธีการรวบรวมข้อมูล.....  | 38   |
| การวิเคราะห์ข้อมูล.....   | 38   |
| 4 ผลการวิจัย.....   | 47   |
| ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์การใช้รูปแบบประโยคในนิตยสารภาษาอังกฤษ<br>มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง.....    | 47   |
| ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การใช้โครงสร้างประโยคในนิตยสารภาษาอังกฤษ<br>มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... | 53   |

## สารบัญ (ต่อ)

| บทที่  | หน้า |
|--|------|
| ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์กัลวิธีการใช้วัจนลีลาในนิตยสารภาษาอังกฤษ<br>มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง.....  | 57   |
| 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....   | 69   |
| คำถามที่ 1 ภาษาในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมาย<br>เพศชายและเพศหญิงมีความถี่ในการใช้รูปแบบประโยคแต่ละชนิด<br>มากน้อยเพียงใด.....          | 69   |
| คำถามที่ 2 ภาษาในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมาย<br>เพศชายและเพศหญิงมีความถี่ในการใช้โครงสร้างประโยคแต่ละชนิด<br>มากน้อยเพียงใด.....       | 72   |
| คำถามที่ 3 ภาษาในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมาย<br>เพศชายและเพศหญิงมีความถี่ในการใช้กัลวิธีการใช้วัจนลีลาแต่ละชนิด<br>มากน้อยเพียงใด..... | 74   |
| ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....  | 76   |
| บรรณานุกรม.....  | 77   |
| ภาคผนวก.....   | 80   |
| ภาคผนวก ก.....   | 81   |
| ภาคผนวก ข.....   | 85   |
| ประวัติย่อของผู้วิจัย.....   | 177  |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า   |
|----------|--|
| 1        | กลุ่มตัวอย่างบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชาย..... 36  |
| 2        | กลุ่มตัวอย่างบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศหญิง..... 37   |
| 3        | สรุปเกณฑ์การวิเคราะห์รูปแบบประโยคและ โครงสร้างประโยคในบทโฆษณาสินค้า<br>ในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 40                    |
| 4        | สรุปเกณฑ์การวิเคราะห์หลักวิธีการใช้วัจนลีลาในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสาร<br>ภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 43                             |
| 5        | จำนวนหน่วยวิเคราะห์และความถี่ที่ปรากฏการใช้รูปแบบประโยคในพาดหัวหลัก<br>ในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 51     |
| 6        | ความถี่และร้อยละของการใช้รูปแบบประโยคในพาดหัวหลักในบทโฆษณาสินค้า<br>ในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 51                       |
| 7        | จำนวนหน่วยวิเคราะห์และความถี่ที่ปรากฏการใช้รูปแบบประโยคในตัวข้อความ<br>ในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 52     |
| 8        | ความถี่และร้อยละของการใช้รูปแบบประโยคในตัวข้อความโฆษณาในบทโฆษณา<br>สินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 53                  |
| 9        | จำนวนหน่วยวิเคราะห์และความถี่ที่ปรากฏการใช้โครงสร้างประโยคในพาดหัวหลัก<br>ในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 55  |
| 10       | ความถี่และร้อยละของการใช้โครงสร้างประโยคในพาดหัวหลักในบทโฆษณาสินค้า<br>ในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 56                    |
| 11       | จำนวนหน่วยวิเคราะห์และความถี่ที่ปรากฏการใช้โครงสร้างประโยคในตัวข้อความ<br>ในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 57  |
| 12       | ความถี่และร้อยละของการใช้โครงสร้างประโยคในตัวข้อความในบทโฆษณาสินค้า<br>ในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 57                    |
| 13       | จำนวนหน่วยวิเคราะห์และความถี่ที่ปรากฏหลักวิธีการใช้วัจนลีลาในพาดหัวหลัก<br>ในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 66 |
| 14       | ความถี่และร้อยละของการใช้วัจนลีลาในพาดหัวหลักในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสาร<br>ภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง..... 66                           |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่   | หน้า |
|--|------|
| 15 จำนวนหน่วยวิเคราะห์และความถี่ที่ปรากฏกลวิธีการใช้วจนลีลาในตัวข้อความ<br>ในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง ..... | 67   |
| 16 ความถี่และร้อยละของการใช้วจนลีลาในตัวข้อความ โฆษณาในบทโฆษณาสินค้า<br>ในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง .....                   | 68   |
| 17 การวิเคราะห์รูปแบบประโยคและ โครงสร้างประโยคในภาคหัวหลักและตัวข้อความ<br>ในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง ..... | 86   |
| 18 การวิเคราะห์กลวิธีการ ใช้วจนลีลาในภาคหัวหลักและตัวข้อความในบทโฆษณาสินค้า<br>ในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง .....            | 123  |