

ภาคผนวก จ

เกณฑ์การพรรณนาวิเคราะห์

การใช้คำ วลี ประโยคภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมเพื่อสร้างความสนใจ
ที่ปรากฏในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร
ตารางที่ 95-98

ตารางที่ 95 เกณฑ์การวิเคราะห์การใช้คำภาษาอังกฤษในโฆษณา

จุดประสงค์ของการใช้คำ	วิธีใช้คำ	ตัวอย่างและผลการวิเคราะห์การใช้คำ
1. ได้รับความสนใจ	1. คำดึงดูดใจ 2. ตัวเลข 3. ชื่อ ประสิทธิภาพหรือ สถานที่คุ้นเคย 4. คำที่คิดขึ้นใหม่ 5. คำคล้องจอง 6. คำสัมผัสอักษร 7. คำสัมผัสสระ 8. คำซ้ำ 9. คำสร้างความรู้สึกจากประสาทสัมผัส 10. คำที่ทำให้ความหมายอ่อนลง	
2. สร้างความรู้สึก เป็นกันเอง	1. คำแสดง 2. คำอุทาน 3. คำเลียนเสียงธรรมชาติ	
3. การใช้คำภาษาอังกฤษนอกเหนือจากกรอบที่กำหนดไว้		

ตารางที่ 96 เกณฑ์การวิเคราะห์การใช้วลีภาษาอังกฤษในโฆษณา

จุดประสงค์ของการใช้	วิธีใช้วลี	ประเภทวลี	ตัวอย่างและผลการวิเคราะห์การใช้วลี
พาดหัวหลัก			
1. สร้างความสนใจ	1. วลีคำถาม		
2. ชักจูงให้อ่านโฆษณาหรือซื้อสินค้า	2. วลีโวหารภาพพจน์		
3. อวดอ้างเอกลักษณ์สินค้า	3. วลีโครงสร้างคู่ขนาน		
4. แจ้งข่าวสารของสินค้า	4. วลีที่มีกลุ่มคำ the only, the best, the most etc.		
5. แนะนำ/เน้นซื้อสินค้า	5. วลีเปรียบเทียบชั้นกว่า		
	6. วลีที่ใช้วิธีทางจิตวิทยา		
	7. วลีคำสัญญา		
	8. วลีบอกผลดีหรือเหตุผลของการซื้อสินค้า		
	9. วลีบอกเครื่องหมายการค้า		

ลักษณะการใช้วลีนอกเหนือจากกรอบที่กำหนดไว้

ตารางที่ 97 เกณฑ์การวิเคราะห์การใช้ประโยคภาษาอังกฤษในโฆษณา

จุดประสงค์ของการใช้ พาดหัวหลัก	โครงสร้าง/ประเภทประโยค	ตัวอย่างและผลการวิเคราะห์ การใช้ประโยค
1. เรียกว่าสนใจ	1. It is + adj. + that sth.or sb. +	
2. ชักจูงให้อ่านโฆษณา หรือซื้อสินค้า	base form of verb 2. Verb (let, make) + sth.or sb.+	
3. อวดอ้างเอกลักษณ์สินค้า	base form of ver	
4. แจ้งข่าวสารของสินค้า	3. Verb (allow, get, tell) + sth.or sb.+ to + base form of verb 4. If clause sentence 5. โครงสร้างเอกัตถประโยค 1) Subj. + Verb (Adverbial) 2) Subj.+ Verb + Obj. 3) Subj. + Verb to be + complement (N,Adj,Adv) 4) Subj. + Verb infinitive 5) Subj. + Verb + Indirect Obj.+ Direct Obj. 6) Subj. + Verb + Obj. + complement 7) ประโยคคำถามขึ้นต้นด้วยคำถาม Wh 8) ประโยคคำถามขึ้นต้นด้วยกริยาช่วย 9) ประโยคคำถาม question tag 10) ประโยคอุทาน 11) ประโยคกรรมวาจก 12) ประโยคเปรียบเทียบขั้นกว่า/ขั้นสูงสุด 13) ประโยคที่มีนามานุประโยค คุณานุประโยค หรือวิเศษยานุประโยคขยายความ 14) ประโยคที่ขึ้นต้นด้วยคำกริยาที่นำหน้าด้วย to 15) ประโยคที่มีวลีสรรขยายความ 16) ประโยคที่มีอนุประโยคเป็นประธาน 17) ประโยคที่เป็นบทสนทนา 18) ประโยคที่มีกริยาวิเศษณ์ หรืออาการกริยาวิเศษณ์ อยู่ต้นประโยค 19) ประโยคคำสั่ง 20) การเรียกชื่อบุคคล 21) การทักทาย	

ตารางที่ 97 (ต่อ)

จุดประสงค์ของการใช้
พาดหัวหลัก

โครงสร้าง/ประเภทประโยค

ตัวอย่างและผลการวิเคราะห์
การใช้ประโยค

6. โครงสร้างอเนกัตถประโยค

- 1) Subj. + Verb (Adverbial) + conjunction +
Subj. + Verb (Adverbial)
- 2) Subj. + Verb + Obj. + Conjunction +
Subj. + Verb + Obj.
- 3) Subj. + + Verb to be + Complement (N, Adj, Adv.) +
Conjunction + Subj. + Verb to be + Complement
- 4) Subj. + Verb infinitive + Conjunction +
Subj. + Verb Infinitive
- 5) Subj. + Verb + Indirect Obj. + Direct Obj. +
Conjunction + Subj. + Verb + Indirect Obj. +
Direct Obj.

- 6) Subj. + Verb + Obj. + Complement +
Conjunction + Subj. + Obj. + Complement

7. โครงสร้างสังกรประโยค

- 1) Subj. + Verb (Adverbial) + Relative Pronoun +
Subj. + Verb (Adverbial)
- 2) Subj. + Verb + Obj. + Relative Pronoun +
Subj. + Verb + Obj.
- 3) Subj. + + Verb to be + Complement (N, Adj, Adv.) +
Relative Pronoun + Subj. + Verb to be + Complement
- 4) Subj. + Verb infinitive + Relative Pronoun +
Subj. + Verb Infinitive
- 5) Subj. + Verb + Indirect Obj. + Direct Obj. +
Relative Pronoun + Subj. + Verb + Indirect Obj. + Direct Obj.
- 6) Subj. + Verb + Obj. + Complement +
Conjunction + Subj. + Obj. + Complement

3. สัญญาถึงประโยชน์
ของการซื้อสินค้า

1. If you buy products, the promise will happen.
2. When you use product, you will get benefit.

4. ให้เหตุผลจริงใจ
ให้ซื้อสินค้า

1. The fact is claim, because reason-why.
2. The product is ____ because it will ____ for you.

5. การใช้ประโยคนอกเหนือจากกรอบที่กำหนดไว้

ตารางที่ 98 เกณฑ์การวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจในโฆษณา

หน้าที่/จุดประสงค์ของพาดหัวหลัก	ประเภทของวัจนกรรม	ผลการวิเคราะห์และตัวอย่างพาดหัวหลัก
1. ได้รับความสนใจ	1. การบอกความรู้สึก 2. การบอกสภาพ 3. การชี้แนะ 4. การประกาศ 5. การปวารณาตน 6. การใช้วัจนกรรมนอกเหนือ จากวัจนกรรม 5 ประเภทที่กำหนดไว้	
2. ชักจูงให้อ่านโฆษณาหรือ ซื้อสินค้า	1. การบอกความรู้สึก 2. การบอกสภาพ 3. การชี้แนะ 4. การประกาศ 5. การปวารณาตน 6. การใช้วัจนกรรมนอกเหนือ จากวัจนกรรม 5 ประเภทที่กำหนดไว้	
3. อวดอ้างเอกลักษณ์สินค้า	1. การบอกความรู้สึก 2. การบอกสภาพ 3. การชี้แนะ 4. การประกาศ 5. การปวารณาตน 6. การใช้วัจนกรรมนอกเหนือ จากวัจนกรรม 5 ประเภทที่กำหนดไว้	
4. แจ้งข่าวสารของสินค้า	1. การบอกความรู้สึก 2. การบอกสภาพ 3. การชี้แนะ 4. การประกาศ 5. การปวารณาตน 6. การใช้วัจนกรรมนอกเหนือ จากวัจนกรรม 5 ประเภทที่กำหนดไว้	