

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์รูปแบบประโยค โครงสร้างประโยคและกลวิธีการใช้วลีลีลาในการเขียนบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว วิธีการดำเนินการวิจัยจึงประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง อันประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

1. การเลือกนิตยสาร

ตรวจสอบรายชื่อ นิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิงจาก web site ต่อไปนี้

1.1 นิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายจาก Web Site -<http://www.top10links.com>
โดยนิตยสารที่พบและนำมาเป็นข้อมูล ได้แก่ นิตยสาร Esquire, GQ, For Him, Loaded, Stuff, Maxim, Men's Health, Men's Journal และ Men's Fitness

1.2 นิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศหญิงจาก Web Site -<http://www.fashionroom.com>
โดยนิตยสารที่พบและนำมาเป็นข้อมูล ได้แก่ นิตยสาร Thailand Tatler, ELLE, CLEO, Glamour และ Cosmopolitan

2. การเลือกบทโฆษณา

เลือกบทโฆษณาที่ปรากฏในนิตยสารที่พบจากห้องสมุดและร้านขายหนังสือ สำหรับบทโฆษณาในนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายที่พบมีตั้งแต่ปี ค.ศ. 2002 ถึง ค.ศ. 2004 และบทโฆษณาในนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศหญิงที่พบมีตั้งแต่ปี ค.ศ. 1996 ถึง ค.ศ. 2003

3. จำนวนบทโฆษณา

เลือกบทโฆษณาที่มีทั้งพาดหัวหลักและตัวข้อความมาทั้งหมดจากนิตยสารตามที่ระบุ โดยได้บทโฆษณาจากนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชาย จำนวน 85 ชิ้นและบทโฆษณาจากนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศหญิง จำนวน 74 ชิ้นส่วนจำนวนบทโฆษณาที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ภาษานี้อ้างอิงจาก พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2540, หน้า 91) ที่กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้นอาจมีจำนวนตั้งแต่ 30 หรือมากกว่านั้น ดังนั้นจำนวนบทโฆษณาที่

ผู้วิจัยใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ภาษาในงานวิจัยนี้ คือ บทโฆษณาในนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง กลุ่มละ 45 ชิ้น โดยมีขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 นับจำนวนคำในบทโฆษณาในนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิงทุกชิ้น

ขั้นที่ 2 แบ่งช่วงความยาวของบทโฆษณา ดังนี้

กลุ่มเพศชาย	จำนวนคำสูงสุด (115) - จำนวนคำต่ำสุด (16)
	5
กลุ่มเพศหญิง	จำนวนคำสูงสุด (162) - จำนวนคำต่ำสุด (17)
	5

ขั้นที่ 3 จัดบทโฆษณาออกเป็น 5 กลุ่ม เพื่อต้องการให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมโฆษณาที่มีความยาวทุกระดับเป็นส่วนตามที่ปรากฏในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิงดังแสดงในตารางที่ 1 และ 2 ดังนี้

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างบทโฆษณาสั้นคำในนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชาย

กลุ่มที่	จำนวนคำ (จำนวนคำ+ค่าความต่าง)	จำนวนชิ้นของ บทโฆษณา	จำนวนชิ้นของกลุ่มตัวอย่าง (45 x จำนวนชิ้นของบทโฆษณาในแต่ละกลุ่ม) จำนวนชิ้นของบทโฆษณาทั้งหมด (85)
1	16-36	18	10
2	37-57	26	14
3	58-78	17	9
4	79-99	14	7
5	100-115	10	5
รวม		85	45

ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศหญิง

กลุ่มที่	จำนวนค่า (จำนวนค่า+ค่าความต่าง)	จำนวนชิ้นของ บทโฆษณา	จำนวนชิ้นของกลุ่มตัวอย่าง (45 x จำนวนชิ้นของบทโฆษณาในแต่ละกลุ่ม)
			จำนวนชิ้นของบทโฆษณาทั้งหมด (74)
1	17-46	27	17
2	47-76	35	21
3	77-106	8	5
4	107-136	2	1
5	137-162	2	1
รวม		74	45

ลำดับที่ของจำนวนค่าในตารางการวิเคราะห์บทโฆษณาสินค้าในนิตยสารที่มุ่ง

กลุ่มเป้าหมายเพศชาย คือ

จำนวนค่าระหว่าง 16-36 อยู่ลำดับที่ 1-10

จำนวนค่าระหว่าง 37-57 อยู่ลำดับที่ 11-24

จำนวนค่าระหว่าง 58-78 อยู่ลำดับที่ 25-33

จำนวนค่าระหว่าง 79-99 อยู่ลำดับที่ 34-40

จำนวนค่าระหว่าง 100-115 อยู่ลำดับที่ 41-45

ลำดับที่ของจำนวนค่าในตารางการวิเคราะห์บทโฆษณาสินค้าในนิตยสารที่มุ่ง

กลุ่มเป้าหมายเพศหญิง คือ

จำนวนค่าระหว่าง 17-46 อยู่ลำดับที่ 1-17

จำนวนค่าระหว่าง 47-76 อยู่ลำดับที่ 18-38

จำนวนค่าระหว่าง 77-106 อยู่ลำดับที่ 39-43

จำนวนค่าระหว่าง 107-136 อยู่ลำดับที่ 44

จำนวนค่าระหว่าง 137-162 อยู่ลำดับที่ 45

วิธีการรวบรวมข้อมูล

วิธีการรวบรวมข้อมูล ประกอบไปด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. แยกนิตยสารออกเป็นนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง
2. นำบทโฆษณาสินค้าที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิงที่ผ่านขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างมาแล้ว จำนวน 45 ชิ้น มาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย การสร้างเกณฑ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลและการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

การสร้างเกณฑ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการสร้างเกณฑ์การวิเคราะห์

1.1 ทบทวนรูปแบบภาษาในการเขียนโฆษณา โครงสร้างเชิงภาษาศาสตร์ของรูปแบบประโยค โครงสร้างประโยคและวลีเพื่อกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์การใช้ภาษาในบทโฆษณา

1.2 ทดลองใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ เพื่อวิเคราะห์บทโฆษณา จำนวน 10 บทโฆษณา ซึ่งไม่นับรวมในกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ปรับเกณฑ์การวิเคราะห์ให้ครอบคลุมกับลักษณะภาษาที่ปรากฏในบทโฆษณา

1.4 นำเกณฑ์การวิเคราะห์พร้อมตัวอย่างการวิเคราะห์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน

ด้านภาษาตรวจสอบความถูกต้องตามหลักภาษาศาสตร์ ในเรื่องรูปแบบประโยค โครงสร้างประโยค และกลวิธีการใช้วลี

1.5 ปรับเกณฑ์การวิเคราะห์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ โดยการปรับเพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมก่อนนำมาวิเคราะห์ข้อมูลจริง

2. เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบภาษาในการเขียนโฆษณา โครงสร้างเชิงภาษาศาสตร์ของรูปแบบประโยค โครงสร้างประโยคและวลีที่ได้ทบทวนมานั้นสามารถนำมาสร้างเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเกณฑ์การวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ เกณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบประโยค โครงสร้างประโยคและการใช้วลี ดังนี้

2.1 เกณฑ์การวิเคราะห์รูปแบบประโยค

เกณฑ์การวิเคราะห์การใช้รูปแบบประโยค เป็นเกณฑ์ที่ได้มาจากแนวคิดทฤษฎีของ ไมเยอร์ (Myers, 1994) และจรรยา อินทร์อ่อง (2545) โดยรูปแบบประโยคที่ใช้เป็นเกณฑ์

ในการวิเคราะห์ ประกอบไปด้วย รูปแบบประโยคบอกเล่า รูปแบบประโยคคำสั่ง รูปแบบประโยคคำถามและรูปแบบประโยคอุทาน เกณฑ์การวิเคราะห์นี้รวมถึงการทำหน้าที่เป็นปฏิเสธในแต่ละรูปแบบประโยคด้วย ดังนี้

2.1.1 รูปแบบประโยคบอกเล่า วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากโครงสร้างประโยค คือ ประธาน + กริยา เช่น The best time to make a fresh start is at the end of the day.

2.1.2 รูปแบบประโยคคำสั่ง วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากโครงสร้างของประโยคคำสั่ง คือ กริยา + ส่วนขยาย เช่น Don't Lie About Your Age.

2.1.3 รูปแบบประโยคคำถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากประเภทของคำถาม ดังนี้

2.1.3.1 Yes/ No Question เป็นประโยคคำถามที่ต้องตอบด้วย Yes หรือ No มักขึ้นต้นด้วยกริยาช่วย (Auxiliary Verb) เช่น Are you ready ?

2.1.3.2 Wh-Question วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากประโยคที่ขึ้นต้นด้วย Question Word เช่น Who does your hair ?

2.1.3.3 Tag Question วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากประโยคที่ขึ้นต้นด้วยกริยาช่วย (Auxiliary Verb) + บุรุษสรรพนาม (Personal Pronoun) เช่น It's cold today, isn't it ?

2.1.3.4 Rhetorical Question เป็นประโยคคำถามที่ใช้สำนวนโวหาร นั่นคือ มีการตั้งคำถามไว้ให้แล้วเพียงคำตอบเดียว เช่น "Can you see me as a wife, mother, lover? Nor can I."

2.1.4 รูปแบบประโยคอุทาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาว่าเป็นประโยคที่มีเครื่องหมายอุทาน (!) เช่น IT HURTS! WE CAN HELP !!

2.2 เกณฑ์การวิเคราะห์โครงสร้างประโยค

เกณฑ์การวิเคราะห์โครงสร้างประโยคเป็นเกณฑ์ที่ได้มาจากแนวคิดทฤษฎีของตำราญ คำยิ่ง (ม.ป.ป.) และ โอชิมะ และ โฮค (Oshima & Hogue, 1999) โดยการวิเคราะห์นั้นพิจารณาจากส่วนประกอบของประโยค 3 ประเภท ดังนี้

2.2.1 เอกัตถประโยค วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาว่าเป็นประโยค ประโยคที่มี 1 ประโยคอิสระ (Independent Clause) ตัวอย่างประโยคที่เป็นเอกัตถประโยค เช่น Kotex introduces guaranteed protection.

2.2.2 อนเอกัตถประโยค วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาว่าเป็นประโยคที่ประกอบด้วยประโยคอิสระตั้งแต่ 2 ประโยครวมเข้าด้วยกัน ตัวอย่างประโยคที่เป็นอนเอกัตถประโยค เช่น The taste is so rich, so thrilling, it may make you just a wee bit giddy.

2.2.3 สังกрประโยค วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาว่าเป็นประโยคที่ประกอบด้วย 1 ประโยคอิสระและอนุประโยคอาศัย (Dependent Clause) ตั้งแต่ 1 อนุประโยคหรือมากกว่านั้น ตัวอย่างประโยคที่เป็นสังกรประโยค เช่น Over 4 million women every year choose a Clairol hair color because it gives them beautiful, natural looking color.

ตารางที่ 3 สรุปเกณฑ์การวิเคราะห์รูปแบบประโยคและโครงสร้างประโยคในบทโฆษณาสินค้า ในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง

ลำดับที่	รูปแบบประโยค	โครงสร้างประโยค
1.	ประโยคบอกเล่า	1. เอกัตถประโยค 2. อเนกัตถประโยค 3. สังกรประโยค
2.	ประโยคคำสั่ง	1. เอกัตถประโยค 2. อเนกัตถประโยค 3. สังกรประโยค
3.	ประโยคคำถาม	1. เอกัตถประโยค 2. อเนกัตถประโยค 3. สังกรประโยค
	3.1 Yes/ No Question	1. เอกัตถประโยค 2. อเนกัตถประโยค 3. สังกรประโยค
	3.2 Wh-Question	1. เอกัตถประโยค 2. อเนกัตถประโยค 3. สังกรประโยค
	3.3 Tag Question	1. เอกัตถประโยค 2. อเนกัตถประโยค 3. สังกรประโยค
	3.4 Rhetorical Question	1. เอกัตถประโยค 2. อเนกัตถประโยค 3. สังกรประโยค
4.	ประโยคอุทาน	1. เอกัตถประโยค 2. อเนกัตถประโยค 3. สังกรประโยค

2.3 เกณฑ์การวิเคราะห์หลักวิธีการใช้วัจนลีลา

เกณฑ์การวิเคราะห์นี้สร้างขึ้นตามแนวคิดทฤษฎีของไมเยอร์ (Myers, 1994)

บรูซอ, แอลเลด และโอลิยู (Brusaw, Alred, & Oliu, 1976) ดีวิติส, มารินี และโอมอลเลย์ (Devitis, Mariani, & O'Malley, 1989) โอชิม่า และโฮก (Oshima & Hogue, 1999) จรรยา อินทร์อ่อง (2545) สุนทร โคตรบรรเทา (2540) และ ธาณี ปาลสุทธิ์ (2529) ซึ่งแบ่งออกได้ ดังนี้

2.3.1 การใช้รูปแบบคู่ขนาน (Parallelism) วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาว่า มีการใช้รูปแบบทางไวยากรณ์ที่เหมือนกัน ดังนี้

2.3.1.1 คู่ขนานระดับคำ (Parallel Word) วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาว่า มีการใช้รูปแบบคำที่เหมือนกัน เช่น ใช้คำนาม คำกริยา คำคุณศัพท์ เหมือนกัน และหมายรวมถึง การใช้คำขยายที่มีรูปแบบคำเหมือนกันด้วย เช่น The computer instruction contains fetch, initiate, and execute stages. เป็นคู่ขนานระดับคำที่ใช้คำกริยาเหมือนกัน Fresh. Fast. Fabulous. เป็นคู่ขนานระดับคำที่ใช้คำคุณศัพท์เหมือนกัน หรือ New Improved Tampax Tampons. เป็นคู่ขนานระดับคำที่ใช้คำคุณศัพท์ (new และ improved) เพื่อขยาย Tampax Tampons เหมือนกัน

2.3.1.2 คู่ขนานระดับวลี (Parallel Phrase) วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาว่า มีการใช้รูปแบบวลีที่เหมือนกัน เช่น The computer instruction contains a fetch stage, an initiate stage, and an execute stages. เป็นคู่ขนานระดับวลีที่เป็นนามวลีเหมือนกัน หรือ New fits. New colors. New fabrics. เป็นคู่ขนานระดับวลีที่เป็นนามวลีเหมือนกัน

2.3.1.3 คู่ขนานระดับอนุประโยค (Parallel Clause) วิเคราะห์ข้อมูล โดยพิจารณาว่ามีการใช้รูปแบบอนุประโยคที่เหมือนกัน เช่น The computer instruction contains a fetch stage, it contains an initiate stage, and it contains an execute stages. เป็นคู่ขนานระดับอนุประโยคที่เป็นประโยคอิสระและมีรูปแบบอนุประโยคเหมือนกัน

2.3.1.4 คู่ขนานระดับประโยค (Parallel Sentence) วิเคราะห์ข้อมูล โดยพิจารณาว่ามีการใช้รูปแบบประโยคที่เหมือนกัน เช่น

You cycled 5 miles up hill to work.

You swam 40 lengths in a chlorinated pool.

You crawled 70 yards home from the pub.

เป็นคู่ขนานระดับประโยคที่เป็นเอกัตถประโยคและมีรูปแบบประโยคเหมือนกัน

2.3.1.5 คู่ขนานแบบใช้การเปรียบเทียบและคำตรงกันข้าม (Comparison and Contrast) วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาว่ามีการใช้รูปแบบการเปรียบเทียบและคำตรงกันข้าม

เหมือนกัน เช่น Her book provoked much comment : negative from her enemies, positive from her friends. ใช้คำตรงกันข้าม คือ negative และ positive

2.3.2 การละถ้อยคำ (Ellipsis)

การละถ้อยคำ วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากการละถ้อยคำในประโยค เช่น **Although born in Bangkok**, Nipon grew up in the South. ละประธานและกริยา คือ **he was** ในอนุประโยคแรก หรือ If Thomson don't do it, don't do it. But if they do, do. ละคำที่กล่าวถึงมาก่อนแล้ว คือ คำว่า it

2.3.3 การใช้ประโยคที่ไม่สมบูรณ์ (Incomplete Sentence) (วลี) (Phrase)

วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากวลีต่าง ๆ 6 ประเภท ดังนี้

2.3.3.1 นามวลี (Noun Phrase) วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากโครงสร้างของนามวลี ที่ประกอบด้วย ส่วนขยายหน้า (Premodifiers) ที่มีการเรียงลำดับของคำขยาย คือ Restrictor + Predeterminer + Determiner + Postdeterminer + Adjective + Noun + Head Noun เช่น Just some white athletic **socks** และส่วนขยายหลัง (Postmodifiers) ที่ถูกขยายด้วย Modified Adjective, Compounded Adjective, Uninflected Word, Adverb, Noun Phrase, Something Adjectival, Prepositional Phrase, Participial Phrase -ing Adjectival, Participial Phrase -ed Adjectival, Infinitive Phrase Adjectival to- และ Relative Clause Adjectival เช่น **The bend in the river**

2.3.3.2 กริยาวลี (Verb Phrase) วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากรูปกริยา 4 ชนิด ได้แก่ 1) Participial Phrase ทำหน้าที่ขยายคำนามหรือคำสรรพนาม ที่อาจอยู่ในรูปของ Present Participial Phrase คือ วลีที่ขึ้นต้นด้วยรูปกริยาเติม -ing เช่น **The gentleman crossing the street is my father.**, past participial phrase คือ วลีที่ขึ้นต้นด้วยรูปกริยาช่องที่ 3 เช่น **Anyone bitten by a mad dog should see a doctor at once.** และ Perfect Participial Phrase คือ วลีที่ขึ้นต้นด้วยกลุ่มคำ having + verb ช่อง 3 เช่น **Many tourists having stayed in Thailand like the hospitalities of Thais.** 2) Gerund Phrase ได้แก่ กริยาวลีที่เติม ing ทำหน้าที่เป็นประธาน เป็นกรรมหรือเป็นส่วนสมบูรณ์ในประโยค เช่น **Introducing New and Improved Tampax Tampons** 3) Infinitive with to ได้แก่ กริยาวลีที่ขึ้นต้นด้วย to ทำหน้าที่เป็นประธานหรือเป็นกรรมในประโยค เช่น **To buy a house** และ 4) Infinitive without to ได้แก่ กริยาวลีที่ขึ้นต้นด้วยคำกริยา เช่น **Experts in color**

2.3.3.3 คุณศัพท์วลี (Adjective Phrase) วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากโครงสร้างของคุณศัพท์วลี ที่ประกอบด้วย ส่วนขยายหน้า ซึ่งได้แก่คำวิเศษณ์ และส่วนขยายหลัง ได้แก่คำวิเศษณ์หรือคำบุพบท เช่น **Very tall indeed** หรือ **Too hot for me to drink**

2.3.3.4 กริยาวิเศษณ์วลี (Adverb Phrase) วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาจากโครงสร้างของกริยาวิเศษณ์วลี ที่ประกอบด้วย ส่วนขยายหน้า ซึ่งได้แก่คำวิเศษณ์ และส่วนขยายหลังได้แก่คำวิเศษณ์หรือคำบุพบท เช่น More **quickly** than last year

2.3.3.5 บุพบทวลี (Prepositional Phrase) วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาว่าเป็นวลีที่ขึ้นต้นด้วยคำบุพบท เช่น On the desk

2.3.3.6 วลีที่อยู่ในรูปของ Wh-Question Word + to + verb วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาว่าเป็นวลีที่ขึ้นต้นด้วย Wh-Question Word + to + verb เช่น Where to stop

ตารางที่ 4 สรุปเกณฑ์การวิเคราะห์กลวิธีการใช้วลีกลในบทโฆษณาสินค้าในนิตยสารภาษาอังกฤษมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง

ลำดับที่	ชนิดของกลวิธี	ลักษณะทางภาษา
1.	การใช้รูปแบบคู่ขนาน	1. คู่ขนานระดับคำ (Parallel Word) 2. คู่ขนานระดับวลี (Parallel Phrase) 3. คู่ขนานระดับอนุประโยค (Parallel Clause) 4. คู่ขนานระดับประโยค (Parallel Sentence) 5. คู่ขนานแบบใช้คำเปรียบเทียบหรือคำตรงข้าม (Comparison and Contrast)
2	การละถ้อยคำ	การละคำบางคำในประโยคไว้ในฐานที่เข้าใจหรือการละคำบางคำที่ได้มีการกล่าวถึงมาก่อนแล้ว
3.	การใช้ประโยคที่ไม่สมบูรณ์ (วลี)	1. นามวลี (Noun Phrase) 2. กริยวลี (Verb Phrase) 3. คุณศัพท์วลี (Adjective Phrase) 4. กริยาวิเศษณ์วลี (Adverb Phrase) 5. บุพบทวลี (Prepositional Phrase) 6. วลีในรูปของ Wh-Question Word + to + verb

3. วิธีการนับความถี่

การนับความถี่ของการใช้รูปแบบประโยค โครงสร้างประโยคและประเภทของวลีลีลา ในพาดหัวหลักและตัวข้อความโฆษณาใช้เกณฑ์การนับ ดังนี้

3.1 กำหนดหน่วยวิเคราะห์โดยใช้เครื่องหมายหัพภาค (.) เครื่องหมายคำถาม (?) เครื่องหมายอุทาน (!) และเครื่องหมายจุดแสดงการละย่อคำ (...) รวมทั้งในกรณีที่ข้อความที่เป็นวลีหรือประโยคที่เขียนแยกบรรทัดในพาดหัวหลักหรือตัวข้อความที่ไม่มีเครื่องหมายใด ๆ ทำยวดีหรือประโยคนั้น ๆ

3.2 การนับความถี่ของการใช้รูปแบบประโยคและ โครงสร้างประโยค นับตามหน่วยการวิเคราะห์ของรูปแบบประโยคและ โครงสร้างประโยคแต่ละชนิด เช่น How many U.K. women choose Clair? นับเป็นการใช้รูปแบบประโยคคำถาม ชนิด Wh-question 1 ครั้ง โครงสร้างประโยคเป็นเอกัตถประโยค 1 ครั้ง

3.3 การนับความถี่ของการใช้วลีลีลา นับตามหน่วยการวิเคราะห์และข้ามหน่วยการวิเคราะห์ที่มีการใช้วลีลีลาแต่ละชนิด ดังนี้

รูปแบบคู่ขนานระดับคำ นับตามหน่วยการวิเคราะห์หรือข้ามหน่วยการวิเคราะห์ที่มีการใช้รูปแบบคู่ขนานระดับคำและคำที่เป็นคู่ขนานกันจะต้องปรากฏติดต่อกันโดยไม่มีคำ วลีหรือประโยคอื่นมาแทรกยกเว้นคำเชื่อม เช่น The computer instruction contains fetch, initiate, and execute stages. นับเป็นการใช้รูปแบบคู่ขนานระดับคำ 1 ครั้ง หรือในกรณีที่หน่วยการวิเคราะห์มีคำเพียงคำเดียวและมีการใช้คำๆเดียวในหน่วยการวิเคราะห์ถัดไปอีกหนึ่งหน่วยการวิเคราะห์หรือมากกว่าติดต่อกันไป นับเป็นความถี่คู่ขนานระดับคำ 1 ครั้ง เช่น Fresh. Fast. Fabulous.

รูปแบบคู่ขนานระดับวลี นับตามหน่วยการวิเคราะห์หรือข้ามหน่วยการวิเคราะห์ที่มีการใช้รูปแบบคู่ขนานระดับวลีและวลีที่เป็นคู่ขนานกันจะต้องปรากฏติดต่อกันโดยไม่มีคำ วลีหรือประโยคอื่นมาแทรกยกเว้นคำเชื่อม เช่น The computer instruction contains a fetch stage, an initiate stage, and an execute stages. นับเป็นการใช้รูปแบบคู่ขนานระดับวลี 1 ครั้ง หรือในกรณีที่หน่วยการวิเคราะห์มีวลีเพียงวลีเดียวและมีการใช้วลีๆเดียวในหน่วยการวิเคราะห์ถัดไปอีกหนึ่งหน่วยการวิเคราะห์หรือมากกว่าติดต่อกันไป นับเป็นความถี่คู่ขนานระดับวลี 1 ครั้ง เช่น So breakthrough. So new. So sheer. So light, with Ultrasoil Microspheres that set makeup perfectly.

รูปแบบคู่ขนานระดับอนุประโยค นับตามหน่วยการวิเคราะห์ที่มีการใช้รูปแบบคู่ขนานระดับอนุประโยคและอนุประโยคที่เป็นคู่ขนานกันจะต้องปรากฏติดต่อกันโดยไม่มีคำ วลีหรือประโยคอื่นมาแทรกยกเว้นคำเชื่อม เช่น The computer instruction contains a fetch stage, it

contains an initiate stage, and it contains an execute stages. นับเป็นการใช้รูปแบบคู่ขนานระดับอนุประโยค 1 ครั้ง

รูปแบบคู่ขนานระดับประโยค นับจำนวนความถี่โดยพิจารณาจากการปรากฏของการใช้รูปแบบคู่ขนานระดับประโยคซึ่งจะประกอบด้วยหน่วยการวิเคราะห์มากกว่า 1 หน่วยและประโยคที่เป็นคู่ขนานกันจะต้องปรากฏติดต่อกันโดยไม่มีรูปแบบประโยคอื่นมาแทรก เช่น

You cycled 5 miles up hill to work.

You swam 40 lengths in a chlorinated pool.

You crawled 70 yards home from the pub.

นับเป็นการใช้รูปแบบคู่ขนานระดับประโยค 1 ครั้ง

รูปแบบคู่ขนานแบบใช้คำเปรียบเทียบหรือคำตรงกันข้าม นับตามหน่วยการวิเคราะห์ที่มีการใช้คำเปรียบเทียบหรือคำตรงกันข้าม เช่น Her book provoked much comment: negative from her enemies, positive from her friends. นับเป็นการใช้รูปแบบคู่ขนานแบบใช้คำตรงกันข้าม 1 ครั้ง

การละอ้อยคำ นับตามหน่วยการวิเคราะห์ที่มีการละอ้อยคำ เช่น **Although born in Bangkok, Nipon grew up in the South.** นับเป็นการละอ้อยคำที่ละประธานและกริยา คือ **he was** ในอนุประโยคแรก 1 ครั้ง

การใช้ประโยคที่ไม่สมบูรณ์ (วลี) นับตามหน่วยการวิเคราะห์ที่เป็นประโยคไม่สมบูรณ์ (วลี) เช่น Introducing New and Improved Tampax* tampons. นับเป็นการใช้ประโยคที่ไม่สมบูรณ์ในรูปกริยาลี 1 ครั้ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. แบ่งข้อความออกเป็นหน่วยการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องหมายหัพภาค (.) เครื่องหมายคำถาม (?) เครื่องหมายอุทาน (!) และเครื่องหมายจุดแสดงการละอ้อยคำ (...) รวมทั้งในกรณีที่ข้อความที่เป็นวลีหรือประโยคที่เขียนแยกบรรทัดในพาดหัวหลักหรือตัวข้อความที่ไม่มีเครื่องหมายใดๆ ทำวลีหรือประโยคนั้น ๆ

2. วิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละหน่วยวิเคราะห์ตามเกณฑ์การวิเคราะห์ที่กำหนด

3. บันทึกประเภทของลักษณะภาษาจากการวิเคราะห์ลงในตารางพร้อมทั้งพรรณนาวิเคราะห์

4. นับความถี่ของประเภทของลักษณะภาษาจากการวิเคราะห์

5. หาค่าร้อยละ

6. พรรณนาผลการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์การใช้ภาษาในการเขียนโฆษณา
7. สรุปผล อภิปรายและเสนอผลการวิจัย

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University