



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

โครงสร้างนามวลีในโฆษณาหมวกออนไลน์ Noun Phrase Structures in Online Hat Advertisements

อนันตญา พิรักษา¹

สุวรีย์ ยอดฉิม²

E-mail: suwaree.yo@ssru.ac.th

อังค้วรา เหลืองนภา³

E-mail: angvarrah.li@ssru.ac.th

¹นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: s60123405027@ssru.ac.th

^{2,3}สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สำนวจคำนามและคำคุณศัพท์ที่มีความถี่สูงในโฆษณาหมวกออนไลน์ภาษาอังกฤษและ (2) วิเคราะห์โครงสร้างนามวลีในโฆษณาหมวกออนไลน์ภาษาอังกฤษโดยมีกลุ่มตัวอย่างการศึกษา คือ โฆษณาหมวกออนไลน์จำนวน 1,000 โฆษณา จาก 100 แปรนด์ ที่ได้จากการสุ่มอย่างง่าย โดยเลือกเพียง 2 เว็บไซต์จาก 10 เว็บไซต์แรกที่ถูกค้นหามากที่สุด ด้วยคำค้น 'hat village shop' เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ Microsoft Excel 2013 ใช้ในการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์โครงสร้างนามวลี โปรแกรม AntConcใช้ในการหาค่าความถี่ และโปรแกรม TagAntใช้วิเคราะห์ชนิดของคำ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่และร้อยละ งานวิจัยนี้พบ word token จำนวน 49,234 คำ word type จำนวน 3,396 คำ คำนามและคำคุณศัพท์ที่พบในคลังข้อมูลแบ่งเป็นหมวดคำศัพท์ได้ 9 หมวด ได้แก่ Material, Component, Type, Color, Shape, Size, Tracery, Feature และ Describe การศึกษาโครงสร้างนามวลีในโฆษณาหมวกออนไลน์พบ 379 โครงสร้าง แสดงให้เห็นความหลากหลายของโครงสร้างนามวลีที่ใช้ในการโฆษณาหมวกออนไลน์ อย่างไรก็ตามโครงสร้างนามวลีส่วนมากที่พบเป็นโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน ประกอบไปด้วยเพียงคำนำหน้านามหรือคำขยายนามเพียงตัวเดียวเท่านั้น โดยที่คำนำหน้านามวลีที่ไม่พบในภาษาโฆษณาออนไลน์ ได้แก่คำบอกปริมาณและตัวเลข

คำสำคัญ โครงสร้างนามวลี, โฆษณาหมวกออนไลน์, AntConc

Abstract

This study aims to (1) study nouns and adjectives found in online hat ads and (2) analyze noun phrase structures from online hat ads. The data were 1,000 hat online ads collected from 100 brands. Data was collected from two websites of the first 10 sites that were mostly searched by using the keyword 'hat village shop'. Microsoft Excel 2013 was used as a tool to collect the data and analyze the structures of noun phrase. TagAnt program



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

was firstly used to identify noun and adjective part of speech, then AntConc program was used to identify the high frequency of nouns and adjectives. High frequent nouns and adjectives found in the corpus can be divided into 9 categories: Material, Component, Type, Color, Shape, Size, Tracery, Feature and Description. According to the research, 379 noun phrase structures can be found. This suggests a variations of noun phrase structures in hat online ads.

Keywords Noun phrase structure, online hat advertisement, AntConc

บทนำ

ภาษาโฆษณาเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการทำธุรกิจตั้งแต่การส่งเสริมการขาย ส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การเปิดตัวและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ หรือแม้แต่การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Homikx, Meurs & Boer, 2010) เนื่องจากภาษาโฆษณาสามารถช่วยโน้มน้าวใจและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ทั้งยังสามารถถ่ายทอดรายละเอียดเกี่ยวกับคุณลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าให้ผู้บริโภคได้รู้และเข้าใจได้เป็นอย่างดี ผู้บริโภคใช้โฆษณาเพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อ

ภาษาโฆษณาคือ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เกี่ยวกับสินค้า บริการ และความคิด (กัลป์ยกร วรกุลลัญญานีย์ และพรทิพย์ สัมปตตะวณิช, 2551, น.2) ภาษาโฆษณามีลักษณะภาษาที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง จึงมีความน่าสนใจต่อการศึกษาถึงลักษณะของภาษาที่ใช้ว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร เพื่อให้รู้ถึงการใช้ภาษาโฆษณาในสถานการณ์จริง เพื่อทำให้ได้ข้อมูลทางภาษาที่เป็นประโยชน์และยังสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการประกอบการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษได้

ในภาษาโฆษณาภาษาอังกฤษนั้นลักษณะภาษาที่เด่นชัดและพบได้มากที่สุดได้แก่นามวลี (Noun Phrase) ภาษาโฆษณาที่เป็นภาษาไทยในหนังสือพิมพ์ประกอบไปด้วยคำนามวลีเช่นเดียวกัน (ศรีจันทร์ วิชาติตรง, 2523) นามวลีคือกลุ่มคำที่ประกอบขึ้นจากคำต่างๆ ตั้งแต่ 2 คำขึ้นไป โดยมีคำนามเป็นคำหลัก และมีส่วนขยายมาช่วยขยายคำหลักให้ได้ใจความมากยิ่งขึ้นแต่ยังไม่สมบูรณ์เหมือนประโยค เนื่องจากไม่มีคำกริยานามวลีประกอบไปด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ คือ Determiner, Pre-modifier, Head Noun, และ Post-modifier นามวลีในภาษาอังกฤษส่วนใหญ่ประกอบไปด้วย Post-modifier (Haan, 1989) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน นามวลีมีรูปแบบโครงสร้างที่ซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากการใช้ส่วนขยายที่เพิ่มมากขึ้น (Liu & Li, 2016; Ansarifar, Shahriari & Pishghsdom, 2018; Pelclova, 2018; Jitpraneechai, 2019)

การศึกษาลักษณะของภาษาอังกฤษนั้น นับว่ามีความสำคัญมากต่อการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ เนื่องจากการศึกษาลักษณะภาษาที่ใช้อยู่จริงในชีวิตประจำวันจะทำให้ผู้เรียนภาษาอังกฤษเข้าใจถึงหลักภาษา และลักษณะของภาษาที่ใช้ในสถานการณ์จริงในแต่ละยุคแต่ละสมัย การศึกษาภาษาจึงไม่เพียงแต่ทำให้ผู้เรียนได้เข้าใจธรรมชาติของภาษาเท่านั้น แต่ยังช่วยพัฒนาให้ผู้เรียนได้เข้าใจและสามารถใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้เป็นอย่างดี

จากงานวิจัยที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่ายังไม่พบการปรากฏบทความวิจัยเกี่ยวกับโครงสร้างนามวลีในโฆษณาธุรกิจออนไลน์ เพื่อให้เข้าใจและตระหนักถึงโครงสร้างของคำนามวลีในภาษาโฆษณาซึ่งมีบทบาทสำคัญ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

ต่อการขายสินค้า คณะผู้วิจัยจึงมีเป้าหมายในการศึกษาโครงสร้างนามวลีในโฆษณาหมวกออนไลน์เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อปรับพื้นฐานความรู้ด้านโครงสร้างนามวลีในภาษาอังกฤษให้กับนักเรียน นักศึกษา และผู้วิจัยท่านอื่น โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. สำนวจำนามและคำคุณศัพท์ที่มีความถี่สูงในโฆษณาหมวกออนไลน์ภาษาอังกฤษ
2. วิเคราะห์โครงสร้างนามวลีในโฆษณาหมวกออนไลน์ภาษาอังกฤษ

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะนามวลีที่ปรากฏในโฆษณาออนไลน์ที่เป็นภาษาอังกฤษ และเป็นโฆษณาประเภทหมวก จำนวน 1,000 โฆษณา ทั้งหมด 100 แบรินด์ โดยใช้คำค้นว่า 'hat village shop'

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการวิจัยประกอบด้วยแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล ได้อธิบายไว้ดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูล

ค้นหาข้อมูลใน Google โดยใช้คำสำคัญ 'hat village shop' พบการค้นหา 121,000,000 รายการ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวอย่างโดยการสุ่มอย่างง่าย โดยเลือก 2 เว็บไซต์จาก 10 เว็บไซต์ที่ถูกค้นหามากที่สุด โดยได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมด 1,000 โฆษณาจาก 100 แบรินด์ ข้อมูลเบื้องต้นของแหล่งข้อมูลวิจัยพบข้อมูลเบื้องต้นประกอบด้วย word token ทั้งหมด 49,234 คำ และ word type ทั้งหมด 3,396 คำ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้ใช้ Microsoft Excel 2013 ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. โปรแกรม AntConc เวอร์ชัน 3.5.8 (AntConc, 2019) เป็นโปรแกรมวิเคราะห์คลังข้อมูลภาษา ใช้รวบรวมและแสดงตรรกะนี้คำใน concordance สามารถวิเคราะห์ความถี่และจัดประเภทของรายการคำศัพท์ ใช้งานง่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย
3. โปรแกรมวิเคราะห์ประเภทของคำ TagAnt เวอร์ชัน 1.2.0 (Anthony, 2015) เป็นโปรแกรมวิเคราะห์ชนิดของคำตามหลักไวยากรณ์ ซึ่งได้แก่ คำนาม(Noun) คำสรรพนาม (Pronoun) คำกริยา (Verb) คำกริยาวิเศษณ์ (Adverb) คำคุณศัพท์ (Adjective) คำบุพบท (Preposition) คำสันธาน (Conjunction) และ คำอุทาน (Interjection) เป็นโปรแกรมที่ใช้งานง่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. แปลงไฟล์ข้อมูลเป็นไฟล์นามสกุล .txt เพื่อนำไปหาความถี่โดย AntConc
2. จำแนกคำนามและคำคุณศัพท์ โดยใช้โปรแกรม TagAnt เวอร์ชัน 1.2.0



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

3. ใช้โปรแกรม AntConc เพื่อหาคำนามและคำคุณศัพท์ที่มีความถี่สูง 100 อันดับแรก
4. จัดหมวดหมู่ประเภทของคำนามและคำคุณศัพท์ที่มีความถี่สูงที่พบในคลังข้อมูลโฆษณาหมวกออนไลน์
5. วิเคราะห์โครงสร้างของนามวลีโดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel 2013

ผลการวิจัย

จากการใช้โปรแกรม AntConc เพื่อหาคำนามและคำคุณศัพท์ที่มีความถี่สูงสุด 100 อันดับแรก พบคำนามในอันดับที่ 1-10 เรียงตามความถี่สูงสุดดังนี้

คำนาม ได้แก่ Hat, Cap, Feature, Straw, Band, Brim, Side, Cotton, Crown, Style

คำคุณศัพท์ ได้แก่ Great, Comfortable, Perfect, Classic, Stylish, Unlined, Adjustable, Soft, Lightweight, Black

คำศัพท์ที่มีความถี่สูงสุดของคำนามได้แก่คำว่า hat พบความถี่ 1,994 ครั้งขณะที่ความถี่สูงสุดของคำคุณศัพท์พบความถี่ 5,241 ครั้ง คำศัพท์ที่มีความถี่สูงสุดคือ great ความถี่ 269 ครั้ง

ผลการศึกษาพบว่าในคลังข้อมูลรายการคำศัพท์ในโฆษณาหมวกออนไลน์ 1,000 โฆษณา พบ word taken จำนวน 49,234 คำ (ร้อยละ 100) และ word type 3,396 คำ (ร้อยละ 6.90) จากการสำรวจคำนามและคำคุณศัพท์ที่มีความถี่สูงในโฆษณาหมวกออนไลน์ภาษาอังกฤษ จำนวน 1,000 โฆษณา สามารถแบ่งคำศัพท์ออกเป็น 9 หมวดหมู่ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 หมวดหมู่ของคำศัพท์ภาษาอังกฤษที่พบบ่อยในโฆษณาหมวกออนไลน์

| Categories | Examples of High Frequent Words |
|------------|--|
| Material | straw (351), sweatband (291), cotton (278), wool (272), beanie (218), grosgrain (182), felt (145), leather (145), toyo (112), lining (85), satin (78), natural (64), raffia (58), fur (46), drawstring (38), linen (38), fabric (37), acrylic (27) |
| Component | brim (308), crown (234), ribbon (129), bow (94), strap (92), pin (83), cuff (82), braid (77), stripe (68), eyelet (55), visor (53), mesh (49), panel (48), twill (39), bobble (36), metal (34), tag (33), loop (20) |
| Type | fedora (211), bucket (127), baseball (91), beret (80), cloche (76), panama (54), newsboy (50), trilby (47), trucker (38), boater (35), floppy (30), snapback (30), safari (29), fisherman (19), cadet (13), sailor (13), army (12), cowboy (11), |
| Color | black (131), blue (91), navy (64), white (47), brown (32), red (31), grey (25), coffee (24), pink (23), olive (19), green (17), khaki (16), charcoal (11), tan (11), yellow (11), ivory (10), gold (9), beige (7) |
| Shape | top (58), high (53), flat (36), curve (32), deep (7), tall (5) |
| Size | little (42), small (69), big (19), large (15), short (11) |
| Tracery | leopard (18), hemp (15), dot (5), flare (5), gradient (5), star (5) |



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

| Categories | Examples of High Frequent Words |
|-------------|---|
| Feature | adjustable (133), soft (123), wide (103), comfort (101), lightweight (90), warm (83), breathable (74), ventilation (56), cool (37), elastic (31), elastic (31), breathability (30), reversible (27), cold (25), sleek (24), subtle (19), comfortably (18), repellent (18) |
| Description | beautiful (77), wonderful (31), durable (29), chic (28), elegant (25), fantastic (25), genuine (25), gorgeous (24), nice (13), pretty (10), amazing (9), cute (9), better (4) |

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าคำศัพท์ภาษาอังกฤษที่พบบ่อยในโฆษณาหมวกออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็น 9 หมวด คำศัพท์ในหมวด Material, Component, Type และ Tracery คำศัพท์ที่พบส่วนมากเป็นคำนาม ขณะที่คำศัพท์ในหมวด Color, Shape, Feature และ Description ส่วนใหญ่เป็นคำคุณศัพท์ที่ใช้ขยายคำนามเพื่อให้รายละเอียดที่ชัดเจน

จากการวิเคราะห์พบโครงสร้างของนามวลีโดยรวมที่พบในโฆษณาหมวกออนไลน์ 1,000 โฆษณาจำนวน 379 โครงสร้าง จากการวิเคราะห์โครงสร้างนามวลีแบบ Pre-modifier พบโครงสร้างหลายแบบด้วยกัน โดยโครงสร้างที่พบมากที่สุด 10 อันดับแรก (ดูตารางที่ 2) จะขึ้นต้นด้วยคำนำหน้านามในทุกโครงสร้าง โครงสร้างที่พบมากที่สุดเป็นโครงสร้างที่ซับซ้อนน้อยที่สุด โดยประกอบได้ด้วยเพียงคำนำหน้านามและคำนามเท่านั้น

ตารางที่ 2 โครงสร้างนามวลีแบบ Pre-modifier

| ลำดับ | โครงสร้าง Pre-modifier | ความถี่ | ตัวอย่างประโยค |
|-------|------------------------|---------|--|
| 1 | Det+N | 1,073 | This Beanie |
| 2 | Det+Adj+N | 427 | The organic cotton |
| 3 | Det+N+N | 344 | This straw hat |
| 4 | Det+Adj+N+N | 208 | This wonderful bobble hat |
| 5 | Det+N+N+N | 150 | A velvet hat band |
| 6 | Det+Adj+N+N+N | 77 | A comfortable grosgrain ribbon sweatband |
| 7 | Det+Adj+Adj+N | 61 | The adjustable soft sweatband |
| 8 | Det+N+N+N+N | 55 | The Aegean Greek Fisherman Cap |
| 9 | Det+Adj+N+N+N+N | 42 | A blue grosgrain ribbon hat band |
| 10 | Det+N+N+N+N+N | 35 | The Fiume Milan Straw Boater Hat |

หมายเหตุ Det (Determiner) = คำนำหน้านาม, Num (Number) = จำนวน, N (Noun) = คำนาม, Prep P. (Prepositional Phrase) = บุพบทวลี, Adj (Adjective) = คำคุณศัพท์



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

จากการวิเคราะห์โครงสร้างนามวลีแบบ Post-modifier (ดูตารางที่ 3) พบเพียง 4 โครงสร้าง โดยโครงสร้างที่พบมากที่สุด ประกอบไปด้วยเพียงคำนามและบุพบทลี (Prepositional Phrase) โดยคำนามในที่นี้จะเป็นคำนามเฉพาะ (Proper noun)

ตารางที่ 3 โครงสร้างนามวลีแบบ Post-modifier

| ลำดับ | โครงสร้าง Post-modifier | ความถี่ | ตัวอย่างประโยค |
|-------|-------------------------|---------|--|
| 1 | N+Prep P. | 85 | Snapback for easy sizing |
| 2 | N+Relative clause | 12 | Patterns which gives this hat a nice contrasted look |
| 3 | N's+N+PrepP. | 10 | Brixton's version of the classic style |
| 4 | N-N+Adj+N+N+Prep P. | 2 | Dorfman-Pacific Packable Bucket Hat in tan |

หมายเหตุ *Det (Determiner)* = คำนำหน้านาม, *Num (Number)* = จำนวน, *N (Noun)* = คำนาม, *Prep P. (Prepositional Phrase)* = บุพบทลี, *Adj (Adjective)* = คุณศัพท์

จากการวิเคราะห์โครงสร้างนามวลีแบบ Pre-N-Post-modifier พบโครงสร้างหลายแบบด้วยกัน โดยโครงสร้างที่พบมากที่สุด (ดูตารางที่ 4) ประกอบไปด้วยคำนำหน้านาม คำนาม และ บุพบทลี

ตารางที่ 4 โครงสร้างนามวลีแบบ Pre-N-Post modifier

| ลำดับ | โครงสร้าง Pre-N-Post modifier | ความถี่ | ตัวอย่างประโยค |
|-------|-------------------------------|---------|--|
| 1 | Det+N+Prep P. | 260 | The crown for ventilation |
| 2 | Det+Adj+N+Prep P. | 231 | An adjustable strap at the back to get the perfect fit |
| 3 | Det+N+N+Prep P. | 157 | A mesh back with an adjustable strap for a great fit |
| 4 | Det+N+N+N+N+N+Prep P. | 150 | The Patagonia Hats Duckbill Trucker Cap in black |
| 5 | Det+N+N+N+N+Prep P. | 124 | The Scala Straw Sun Hat with Grosgrain Bow in natural |
| 6 | Det+N+N+N+Prep P. | 123 | A summer straw hat for women |
| 7 | Det+Adj+N+N+Prep P. | 84 | A small Scala logo on the side |
| 8 | Det+N+N+N+N+N+N+Prep P. | 55 | The Avola Crushable Wool Felt Boater Hat from Scala in black |
| 9 | Det+Adj+Adj+N+Prep P. | 38 | A smart new cap from the famous brand |
| 10 | Det+Adj+N+N+N+Prep P. | 27 | a great winter bobble hat for colder days |



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

หมายเหตุ *Det (Determiner) = คำนำหน้านาม, Num (Number) = จำนวน, N (Noun) = คำนาม, Prep P. (Prepositional Phrase) =บุพบทวลี, Adj (Adjective) = คุณศัพท์*

จากการศึกษารายการคำศัพท์โครงสร้างนามวลีในโฆษณาหมวกออนไลน์จำนวน 1,000 โฆษณาพบว่าชนิดของคำ (Part of Speech) และความถี่ที่พบสามารถแยกชนิดของคำได้ 2 ประเภทหลักๆ คือ คำนามและคำคุณศัพท์ทำหน้าที่เป็นคำหลักและคำขยายเพื่ออธิบายรายละเอียดให้ชัดเจน ซึ่งสามารถถ่ายทอดรายละเอียดเกี่ยวกับคุณลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าให้ผู้บริโภคได้รู้และเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ การศึกษายังพบว่าโครงสร้างนามวลีพบเห็นได้บ่อยครั้งและหลากหลาย ไม่จำกัดแค่เพียงหนังสือเรียนแต่ยังศึกษาได้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ การศึกษาในครั้งนี้ยังช่วยส่งเสริมเนื้อหาการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ศึกษาหรือผู้เขียนเกี่ยวกับสื่อโฆษณาสามารถนำผลการศึกษารายการคำศัพท์และโครงสร้างนามวลีในโฆษณาหมวกออนไลน์ไปศึกษาและประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้หรือทำการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปได้

อภิปรายผลการวิจัย

คำนามและคำคุณศัพท์ภาษาอังกฤษที่พบในโฆษณาหมวกออนไลน์ สามารถแบ่งเป็นหมวดหลักๆ ได้ 9 หมวดคือ Material, Component, Type, Color, Shape, Size, Tracery, Feature และ Description ทั้ง 9 หมวดนี้ใช้เพื่ออธิบายองค์ประกอบและลักษณะของหมวกเพื่อช่วยให้ผู้ซื้อสินค้าเห็นภาพของสินค้าและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

ผลการศึกษาโครงสร้างนามวลีภาษาอังกฤษพบ 379 โครงสร้างในโฆษณาหมวกออนไลน์จำนวน 1,000 โฆษณา มีความถี่รวมทั้งสิ้น 2,195 ครั้งพบโครงสร้างแบบ Pre-modifier, Post-modifier และ Pre-N-Post modifier โดยโครงสร้างที่พบประกอบไปด้วยเพียงคำนาม คำคุณศัพท์และบุพบทวลี (Prepositional Phrase) โครงสร้างที่สั้นที่สุด คือ Det+Nพบในโครงสร้างแบบ Pre-modifier และ N+Prep P.พบในโครงสร้างแบบ Post-modifier โครงสร้างที่ยาวที่สุดคือ Det+N+N+N+N+N+N+N+Prep P.พบในโครงสร้างแบบ Pre-N-Post modifier ดังผลการศึกษาของ Pelclova (Pelclova, 2018) ที่ได้อธิบายว่าจากการวิเคราะห์ในโฆษณาส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหาร พบรูปแบบโครงสร้างของนามวลีที่มีอิสระและหลากหลาย แต่โครงสร้างที่พบน้อยที่สุดในภาษาโฆษณาหมวกออนไลน์ ได้แก่โครงสร้าง Post-modifier ถึงแม้โครงสร้างของนามวลีที่พบจะมีความหลากหลายแต่ยังมีองค์ประกอบพื้นฐานได้แก่ Determiner, Pre-modifier, Head Noun และ Post-modifier ซึ่งสอดคล้องกับ Haan (Haan, 1989) ที่กล่าวไว้ว่าโครงสร้างของนามวลีมีโครงสร้างที่หลากหลายและองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ คือ Determiner, Pre-modifier, Head และ Post-modifier อย่างไรก็ตาม จากการศึกษานามวลีโฆษณาหมวกออนไลน์นี้ ในส่วนของ Determiner หรือ นำหน้านามวลี ผลการศึกษาไม่พบคำบอกปริมาณและตัวเลข ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของนามวลี (ชนิษฐา ใจมโน, 2556)

ข้อเสนอแนะในการศึกษารายการคำศัพท์ต่อไปผู้วิจัยควรศึกษาคำนามวลีที่เป็นคำศัพท์เฉพาะเพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดทำคลังคำศัพท์ในหมวดต่างๆ หรืออาจศึกษาเกี่ยวกับการสร้างคำหรือคำนามประสมคำศัพท์ที่ปรากฏในรายการคำศัพท์ในโครงสร้างนามวลีจากโฆษณาออนไลน์ประเภทอื่นๆ หรืออาจศึกษาหน้าที่ของนามวลี เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจในหลักการใช้ภาษาอังกฤษในการโฆษณามากยิ่งขึ้นนอกจากนั้น ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะโฆษณาหมวกออนไลน์จำนวน 1,000 โฆษณา ทั้งหมด 100 แปรนต์ ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาไม่ได้เกิด



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

จากแหล่งอื่นเพิ่มเติม จึงอาจไม่เกิดความหลากหลายของข้อมูล ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจศึกษาจากแหล่งข้อมูลอื่นประกอบ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณาจารย์ในสาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนในการทำวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กัลป์ยกร วรกุลลัญฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2551). การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนิษฐา ใจมโน. (2556). โครงสร้างนามวลีที่มีคำลักษณนามปรากฏร่วมของภาษาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 10. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.
- ศรีจันทร์ วิชาติตรง. (2523). การศึกษาวิเคราะห์ลักษณะภาษาไทยที่ใช้โฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวันปีพ.ศ. 2519-2521. วิทยานพนธ์ อ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Ansarifar, A., Shahriari, H. & Pishghadam, R. (2018). Phrasal complexity in academic writing: A comparison of abstracts written by graduate students and expert writers in applied linguistics. *Journal of English for Academic Purposes*, 31, 58-71.
- Haan, P.D. (1989). Types of Postmodifying Clause. In B.V. Rodopi (Ed), *Postmodifying Clause in the English Noun Phrase: A corpus-based study*, (pp.53-77). Amsterdam-Atlanta, The Netherlands.
- Hornikx, J., Meurs, F., & Boer, A. (2010, April). English or A Local Language in Advertising? *Journal of Business Communication*, Volume 47, Number 2, April 2010, Pages 169-188.
- Jitpraneechai, N. (2019). Noun phrase complexity in academic writing: A comparison of argumentative English essays written by Thai and native English university students. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network Journal*, 12(1), 71-88.
- Liu, L. & Li, L. (2016). Noun phrase complexity in EFL academic writing: A corpus-based study of postgraduate academic writing. *The Journal of Asia TEFL*, 13(1), 48-65.
- Mufwere, S. (1998). The Structure of the Noun Phrase in African-American Vernacular English. In S.S Mufwere, J.R.R. Ford, G. Bailey, J. Baugh (Eds), *African-American English: Structure, history and use*, (pp.26-39). London and New York, Routledge.



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

Pelclova, J. (2018). Iconicity in independent noun phrases in print advertising. In J. Pelclova & W. L. Lu (Eds), *Persuasion in Public Discourse* (281-300). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.