

ปัญหาและความเป็นมาของปัญหา

ภาษาเป็นแกนของวัฒนธรรม เป็นสื่อถ่ายทอดวิถีชีวิต ความรู้สึกนึกคิด จากคนรุ่นหนึ่ง ไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง เพราะวัฒนธรรมต้องอธิบาย ถ่ายเท สืบสาน สืบทอดกันด้วยภาษาและภาษาเอง ก็เป็นวัฒนธรรมร่วมที่ใหญ่ที่สุดของชุมชน วัฒนธรรมทางภาษาจึงมีทั้งด้านกว้างใหญ่ไพศาลและความลึกซึ้งซับซ้อน ภาษาสื่อความรู้สึกนึกคิดออกมาเป็นความหมายทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ทั้งโดยจำกัดและโดยกว้างขวาง วิธีสื่อความรู้สึกนึกคิดที่กว้างขวางวิธีหนึ่งก็คือ การใช้สำนวนภาษา ซึ่งแต่ละภาษาต่างก็มีวิธีใช้ที่แตกต่างกันออกไป เป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเฉพาะ ภาษาที่มีสำนวนมากย่อมแสดงถึงความร่ำรวยทางภาษาที่สามารถรองรับความรู้สึกละเอียดลออของความคิดของเจ้าของภาษา (วันเนา ฐิติน, 2534 : (ก))

คำพูดของมนุษย์เราไม่ว่าชาติใดภาษาใดแยกออกได้กว้างๆ เป็นสองอย่าง อย่างหนึ่งพูดตรงไปตรงมาตามภาษาธรรมดา พอพูดออกมาก็เข้าใจกันได้ทันที อีกอย่างหนึ่งพูดเป็นชั้นเชิงไม่ตรงไปตรงมาแต่ให้มีความหมายในคำพูดนั้นๆ คนฟังอาจเข้าใจความหมายทันที ถ้าคำพูดนั้นใช้กันแพร่หลายทั่วไปจนอยู่ตัวแล้ว แต่ถ้าไม่แพร่หลายคนฟังก็ไม่อาจเข้าใจได้ทันที ต้องคิดจึงเข้าใจหรือบางทีคิดแล้วเข้าใจไปอย่างอื่นก็ได้ หรือไม่เข้าใจเอาเลยก็ได้ คำพูดเป็นชั้นเชิงนี้เราเรียกว่า “ สำนวน ” (ชุนวิจิตรมาตรา, 2539 : 1)

สำนวนไทย เป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งของภาษาไทย เพราะเป็นคำพูดที่กลั่นกรองขึ้นเพื่อความสละสลวยสวยงามเป็นถ้อยคำที่คมคายกว่าคำพูดธรรมดา ทั้งเป็นคำพูดที่รวมใจความยาวๆ ให้สั้นลง บางครั้งผู้พูดไม่ต้องอธิบายบางสิ่งบางอย่างยืดยาว ถ้าหยิบยกเอาสำนวนมาประกอบคำพูดของตนก็จะทำให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย (วิเชียร เกษประทุม, ม.ป.ป. : 3) สำนวน จึงหมายความว่า ถ้อยคำหรือสำนวนพูดหรือเขียน ที่มีความหมายไม่ตรงกับรากศัพท์หรือตรงไปตรงมาตามพจนานุกรม แต่เป็นถ้อยคำที่มีความหมายเป็นอย่างอื่น ขึ้นอยู่กับเรื่องที่กำลังพูดถึงโดยมีชั้นเชิงของถ้อยคำชวนให้คิดหรือตีความ จึงถือว่าเป็นภาษาที่มีความลึกซึ้งซับซ้อนถือเป็นความสามารถอย่างหนึ่งในการใช้ภาษา (วันเนา ฐิติน, 2540 : 3)

ภาษาพูดที่เรียกว่า “สำนวน” นี้ มีที่มาจากสิ่งต่างๆ หรือเหตุการณ์แวดล้อมต่างๆ อยู่มากและเกิดขึ้นในหมู่ของคนช่างคิดช่างสังเกต ซึ่งเก็บเอาความจากเรื่องราวต่างๆ หรือเหตุการณ์แปลกๆ ที่เกิดขึ้น อาทิจากนิทานนิยายปรัมปราและตำนานบ้าง จากสิ่งแวดล้อมบ้าง จากสุภาสิตหรือปรัชญาของคนสำคัญๆ ในสมัยก่อนบ้าง ฯลฯ นำมาตัดทอนเอาแต่ใจความสั้นๆ หรือทำให้เป็นคำพูดสั้นๆ เพื่อความสะดวกในการที่จะใช้พูดกันและการที่นำเอาสำนวนเหล่านี้มาใช้พูดใช้เขียนก็เพื่อให้เป็นไปในทางเปรียบเทียบ กระบะเทียบ หรือประชดประชัน หรือเพื่อเป็นเครื่องเตือนสติอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งสำนวนเหล่านั้นจะแสดงความหมายในตัวประโยคของมันไว้เอง สุดแต่ว่าผู้ต้องการจะให้ความหมายของสำนวนพูดนั้นเป็นไปในทางใดทางหนึ่ง (พงจันทร์ ศรีธธา, 2518 : 3)

สำนวนไทยมีความสำคัญต่อการพูดและการเขียนภาษาไทยมาช้านาน เรามีถ้อยคำที่ใช้เป็นสำนวนอยู่มากมายทั้งสำนวนโบราณและสำนวนสมัยใหม่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมทางด้านการใช้ภาษาของเราเจริญก้าวหน้ามาก มีการประดิษฐ์ถ้อยคำสำนวนขึ้นใช้ในความหมายต่างๆ โดยไม่ต้องพูดกันตรงๆ ซึ่งอาจต้องอธิบายกันยืดเยื้อกว่าจะเข้าใจกันได้ แต่การใช้สำนวนจะทำให้เราเข้าใจได้ทันที เช่น สำนวนโบราณว่า “เล่นหัว” ทุกคนฟังแล้วก็เข้าใจว่าหมายถึงคนแก่ที่ไว้ใจไม่ได้ ชอบหลอกเด็กสาวๆ หรือสำนวนสมัยว่า “เบี้ยว” ก็หมายถึงคดโกง จะเห็นว่าการใช้สำนวนจะทำให้เราเข้าใจความหมายของคำพูดได้ลึกซึ้งและรวดเร็วขึ้น และทำให้การพูดคุยของเราออกรสชาติมากยิ่งขึ้น แม้ในการเขียนก็จะทำให้ข้อความนั้นน่าสนใจมากขึ้น (ไซลรี ปราโมช ณ อยุธยา, 2534 : 1)

สำนวน ในความหมายนี้จะสื่อความหมายออกมาเป็นความหมายโดยอ้อมและโดยกว้างขวางลึกซึ้ง เป็นความหมายที่มีทั้งในพจนานุกรมและไม่มีในพจนานุกรม คือ จะไม่ตรงกับความหมายในพจนานุกรม เช่น คำน้ำร้อนน้ำชา คำว่า น้ำร้อนน้ำชา ในที่นี้หมายถึง สิบบน หรือ สิบน้ำใจ คำว่า ยิว ในความหมายของชาวอิสราเอลนั้น ในสำนวนจะหมายถึง ชี้นิยิว หรือ เห็นแก่ตัว หรือคำว่า เบี้ยว ความหมายในพจนานุกรม คือ รสอย่างหนึ่งอย่างรสมะนาว เป็นต้น แต่สำนวนของคำว่า เบี้ยว ไม่มีความหมายอย่างนั้น เช่น “แหม วันนี้คุณแต่งตัวเบี้ยวจัง” เบี้ยวหมายถึงไปถึง จุดฉาดบาดตา หรือ เฉี่ยว คำว่า เฉี่ยว นี้ก็เหมือนกันในสำนวนไม่ได้หมายความว่า กิริยาของนกที่โฉบลงมาคว้าอาหารไปโดยเร็ว หรือ อากาศที่กระหน่ำหรือเสียดสีไปโดยเร็วแต่ไม่รุนแรงนัก ซึ่งเป็นความหมายที่อธิบายไว้ในพจนานุกรม (วันแก้ว ยูเด็น, 2540 : 3)

สำนวนไทยโดยทั่วไปมีลักษณะการแสดงออกที่เป็นพิเศษ ซึ่งเป็นลักษณะเด่นแตกต่างจากภาษาพูดหรือภาษาเขียนประเภทอื่นๆ คือ สำนวนไทยจะเป็นภาษาที่สั้น กระชับรัด ชัดเจน ติดหูติดตา ง่ายต่อความเข้าใจและมีความหมายในตัวเอง บางครั้งไม่ต้องกล่าวตรงๆ หรือบางครั้งก็นำเสนอเนื้อหาโดยใช้สำนวนเพื่อให้เรื่องที่พูดได้ความดีขึ้น

การใช้ถ้อยคำสำนวนไทย ประกอบการพูดและการเขียนในปัจจุบันสื่อความหมายไม่ได้ดีเท่าที่ควร เพราะขาดความรู้ ความเข้าใจในความหมายของสำนวน หรือใช้สำนวนผิดเนื่องจากการใช้ภาษาแตกต่างกันตามปัจจัยต่างๆ เช่น วัย ภูมิหลังทางสังคม อาชีพและความสนใจ แต่สาเหตุที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือ การนำสำนวนมาใช้โดยมีการตัด หรือเพิ่มเติมคำ หรือสร้างขึ้นจากเค้าเดิม

สำนวนไทยเป็นเครื่องชี้ให้เห็นความสามารถของการใช้ภาษา การวางเรียงถ้อยคำ การรวมความยาวๆ ให้สั้น อาจใช้เป็นเครื่องมือเตือนใจให้คนเรามีความรอบคอบ ใช้เป็นคำสอนให้รู้หน้าที่ รู้เวลาและเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นวิถีการดำเนินชีวิตของคนในอดีต (บุญเกิด รัตนแสง, 2536 : 122 - 124) สะท้อนให้เห็นความอุดมสมบูรณ์ อาชีพ การดำรงชีวิตร่วมกัน ความเชื่อและประเพณีไทย (กุสุมา รัชชมนตรี และคณะ, 2533 : 60) นอกจากนี้สำนวนไทยมีคุณค่าในด้านการศึกษาอบรม ด้านสังคมและด้านภาษา (นภลัย สุวรรณธาดา, 2528 : 892) จึงชี้ให้เห็นได้ว่าคุณค่าของสำนวนไทยนั้นปรากฏอยู่ในตัวเองอย่างชัดเจน เพียงแต่จะมีผู้ใดจะนำประโยชน์ไปใช้ในแง่ต่างๆ เท่าที่ตนเองต้องการ ซึ่งเมื่อย้อนกลับไปดูก็จะเห็นความเด่นชัดของคุณค่าและประโยชน์ของสำนวนไทยที่มีมาจากอดีตจนปัจจุบัน

สำนวนไทยเป็นจำนวนมากที่ได้รับความนิยม และมีบทบาทอย่างแพร่หลายในทุกวงการ อันสืบเนื่องมาจากมีถ้อยความที่ลึกซึ้งกินใจ จึงได้แพร่กระจายออกไปในลักษณะของภาษาเขียนที่นำมาประยุกต์ใช้ ในบทความหัวข้อเฉพาะจากหนังสือนิตยสารต่างๆ สำนวนไทยเหล่านี้จึงทำหน้าที่และมีบทบาทอย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นเรื่องที่น่ายกย่องอย่างยิ่ง

ในการศึกษาเรื่องสำนวนไทยที่ผ่านมา มีการรวบรวม เรียบเรียง จัดลำดับหมวดหมู่ แยกประเภท อธิบายความหมายและใช้ประกอบการเรียนการสอน เช่น

ขุนวิจิตรมาตรา (2539 : 729) รวบรวมความหมายของสำนวนไทยตามลำดับอักษร ก จนถึงอักษร ฮ

ไชศิริ ปราโมช ณ อยุธยา (2534 : 244) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงถ้อยคำและความหมายของสำนวนไทย

จิราภรณ์ ภัทรภาณุภัทร (2521 : 204) ศึกษาถ้อยคำที่ใช้เป็นสำนวนในภาษาไทย
 ฐะปะนีย์ นาครทรรพ (2523 : 90) รวบรวมเรียบเรียงสำนวนไทยตามลำดับอักษร ก จนถึง ต รวม 200 สำนวน โดยอธิบายความหมายของสำนวนแต่ละสำนวนในลักษณะไขความ

พงจันทร์ ศรีรักษา (2518 : 372) รวบรวมสำนวนไทย สุภามิต คำพังเพย เधिเปรียบเทียบทั้งสำนวนเก่าและใหม่ตามลำดับตัวอักษร พร้อมด้วยคำอธิบายความหมายและที่มาของสำนวน

วันนาร์ ยูเด็น (2521 : 61) รวบรวมและศึกษาจัดแบ่งประเภทเนื้อหาของสำนวนไทย ในลักษณะของวลี กลุ่มคำที่แบ่งตามเสียง ประเภทของคำที่ใช้หน้าหน้า และกลุ่มคำที่แบ่งตาม ความหมาย

จากการศึกษาถ้อยคำเชิงวิเคราะห์ การใช้สำนวนไทยในนิตยสารเกี่ยวกับบทพาดหัว โฆษณาพบว่า สำนวนไทยนำลักษณะ คำ วลีและประโยคมาใช้เป็นภาษาโฆษณาในแง่มุมต่างๆ อย่างน่าสนใจ ทำให้ผู้วิจัยสนใจในการวิเคราะห์สำนวนไทยในบทโฆษณาจากนิตยสาร ทั้งนี้นอกจาก จะได้ทราบความหมาย ลักษณะของสำนวนไทยแล้ว ยังแสดงให้เห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของ สำนวนไทย เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมทางภาษาอันเป็นมรดกของชาติสืบไป

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สำนวนไทยในบทโฆษณา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับสำนวนภาษาไทย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับภาษาโฆษณา

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับสำนวนภาษาไทย

จากการศึกษาสำนวนภาษาไทย มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.1 ชุนวิจิตรมาตรา (2539 : 729) กล่าวถึง ความหมายของคำว่า “ สำนวน ” มูลเหตุที่เกิดของสำนวน ตลอดจนประวัติความเป็นมาและได้รวบรวมสำนวนไทยต่างๆ โดยอธิบาย ถึงความหมายเรียงตามลำดับอักษร ก จนถึงอักษร ฮ

1.2 ไชลสิริ ปราโมช ณ อยุธยา (2534 : 244) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ การเปลี่ยนแปลง ถ้อยคำและความหมายของสำนวนไทย ” สรุปว่า สำนวนที่มีการเปลี่ยนแปลงถ้อยคำ มี 4 ประเภท คือ สำนวนที่มีเสียงของคำใกล้เคียงกัน สำนวนที่มีความหมายของคำ สำนวนที่มีการเปรียบเทียบ ทำนองเดียวกัน สำนวนที่มีการเพิ่มคำ ตัดคำและลำดับคำใหม่ สำนวนที่มีการเปลี่ยนแปลง ความหมาย มี 4 ประเภท คือ ความหมายเปลี่ยนเป็นความหมายอื่น ความหมายตรงข้ามกับ ความหมายเดิม ความหมายแคบลง และความหมายขยายกว้างขึ้น สำนวนต่างสมัยที่มีความหมาย เหมือนกันมี 3 ประเภท คือ สำนวนเกี่ยวกับความเป็นไปในสังคม สำนวนเกี่ยวกับวัฒนธรรม

ประเพณี และสำนวนเกี่ยวกับอุปนิสัยและความประพฤติส่วนตัว สำนวนประเภทสุดท้าย คือ สำนวนเก่าที่เลิกใช้แล้วมี 2 ประเภท คือ สำนวนที่มีเสียงสัมผัสและสำนวนที่ไม่มีเสียงสัมผัส

1.3 จิราภรณ์ ภัทรานัททร (2521 : 204) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ ถ้อยคำที่ใช้เป็นสำนวน ในภาษาไทย ” สรุปได้ว่า ถ้อยคำที่ใช้เป็นสำนวน อาจมีลักษณะส่วนประกอบเป็นคำคำเดียว หรือเป็นวลี หรือเป็นประโยคก็ได้ ลักษณะส่วนประกอบที่เป็นวลีมีทั้งที่เหมือนและแตกต่างจาก ส่วนประกอบของวลี ในภาษาธรรมดา เมื่อนำถ้อยคำเหล่านี้มาใช้ในประโยคพบว่าสามารถทำหน้าที่ ได้เหมือนคำคำเดียว หลายประเภทและหน้าที่ที่ปรากฏมี 3 แบบ คือ ชนิดที่ทำหน้าที่อย่างเดียว ชนิดที่ทำหน้าที่ 2 อย่าง และชนิดที่ทำหน้าที่ 3 อย่าง ส่วนการวิเคราะห์ความหมายของถ้อยคำ ที่ใช้เป็นสำนวน พบว่ามีความหมายเกี่ยวข้องกับความหมายเดิมหรือความหมายรวมเดิมของถ้อยคำ เป็น 4 แบบ คือ เป็นความหมายเปรียบเทียบ เป็นความหมายเกี่ยวเนื่อง เป็นความหมายที่เกิดจากการเทียบเสียงของคำ และเป็นความหมายที่ได้จากเรื่องราว ลักษณะตัวละคร วิธีการจากประเพณี วรรณคดี และการละเล่นอื่นๆ

1.4 รุประณี นาคทรรพ (2523 : 90) รวบรวมเรียบเรียงสำนวนไทย 200 สำนวน โดยอธิบายความหมายของสำนวนแต่ละสำนวนในลักษณะไขความและบอกที่มาบางสำนวนไว้ด้วย นอกจากนั้นก็บอกที่ใช้ของสำนวนนั้นๆ เช่น ใช้เป็นคำอุปมาอุปไมย ใช้ในความหมายเปรียบเทียบ และยกตัวอย่างข้อความที่ใช้กับสำนวน

1.5 พงจันทร์ ศรัทธา (2518 : 372) รวบรวมสำนวนไทยและคำพังเพย (สุภาภิต) จัดลำดับหมวดหมู่สำนวนไทยประเภทสัมผัสคล้องจอง คำพังเพย - สุภาภิตและสำบัดสำนวน ทั้ง “ สำนวนเก่า ” ในยุคโบราณและ “ สำนวนใหม่ ” ที่เกิดขึ้นในยุคนี้มาลำดับไว้ตามตัวอักษรพร้อม อธิบายความหมายแต่ละสำนวน

1.6 วันเนา ยูเดิน (2521 : 61) รวบรวมและศึกษาจัดแบ่งประเภทเนื้อหาของ สำนวนไทย ในลักษณะของวลีโดยมีการแบ่งกลุ่มคำหรือพยางค์ ที่มาของกลุ่มคำ ลักษณะ การซ้อนคำของคำซ้อน 2 คู่ และน้ำหนักของความหมายของกลุ่มคำ 4 พยางค์ กลุ่มคำที่แบ่ง ตามเสียงของคำที่นำมาซ้อน แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ กลุ่มคำที่มีเสียงสัมผัสคู่กลาง กลุ่มคำ ที่มีเสียงซ้ำในคู่ และกลุ่มคำที่ไม่มีเสียงสัมผัส นอกจากนั้นได้แบ่งกลุ่มคำตามประเภทของคำ ที่ใช้นำหน้า แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ กลุ่มคำที่ใช้คำนามนำหน้า กลุ่มคำที่ใช้คำกิริยานำหน้า และกลุ่มคำที่ใช้คำวิเศษณ์นำหน้า กลุ่มคำที่แบ่งตามความหมายแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ กลุ่มคำที่ซ้อนความหมายคล้ายตามกันหรือรับกัน กลุ่มคำที่ซ้อนความหมายขัดแย้งกัน และกลุ่มคำ ที่ซ้อนกันแล้วจึงทำให้เกิดความหมาย

1.7 วันเนาร์ ยูเด็น (2540 : 150) ศึกษาเกี่ยวกับความหมาย ขอบข่ายของสำนวนไทย ความเป็นมาของสำนวน ที่เกิดและประเภทของสำนวน ตลอดจนลักษณะโครงสร้างของสำนวน ในลักษณะที่เป็นคำเดี่ยว คำประสม วลีและลักษณะที่เป็นประโยค นอกจากนี้ได้ศึกษาวิวัฒนาการของสำนวนในลักษณะการเปลี่ยนแปลงถ้อยคำ การเปลี่ยนแปลงความหมาย สำนวนต่างสมัย และวิวัฒนาการของสำนวน

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการโฆษณา

จากการศึกษาภาษาโฆษณา ได้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 สุรีย์ ศิริพัฒน์ (2529 : 214) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ การวิเคราะห์การเขียนข้อความโฆษณาในนิตยสาร ” ทำให้ทราบถึงการใช้เทคนิคในการเขียนข้อความโฆษณาโดยทั่วไป ในส่วนที่เป็นข้อความพาดหัว ข้อความเนื้อหา ข้อความปิดท้ายและความแตกต่างของการใช้ประเภทเทคนิคในการเขียนระหว่างประเภทสินค้าบริโภคอุปโภค ตลอดจนลักษณะเฉพาะทางภาษาที่ใช้ในการสื่อสารรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่อง วิธีการโฆษณานั้นใช้ภาษาทำหน้าที่เหมาะสมกับลักษณะของสินค้าและภาษาที่ใช้ในข้อความโฆษณานั้นจะต้องเป็นภาษาง่ายๆ ไม่ซับซ้อน ถ้อยคำหนักแน่น น่าตื่นเต้น เน้นหนักถึงลักษณะเฉพาะของสินค้าและดึงดูดความสนใจ

2.2 ครีจันทร์ วิชาติตรง (2524 : 131) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ การศึกษาวิเคราะห์ลักษณะภาษาไทย ที่ใช้โฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวัน ระหว่างพุทธศักราช 2519 - 2521 ” พบว่า ลักษณะภาษาไทย โฆษณา มีการใช้คำผิดแปลกทางด้านโครงสร้าง 6 ลักษณะ คือ เพิ่มเสียงของคำ ไม่ใช้คำในที่ที่ควรใช้ ตัดส่วนของคำ ใช้คำและสำนวนต่างประเทศ ใช้คำผิดและเรียงคำผิดลำดับ นอกจากนั้นยังพบว่ามีการใช้คำที่ผิดแปลกทางด้านความหมาย 3 ลักษณะ คือ ใช้คำหลายความหมาย ใช้ถ้อยคำไม่สอดคล้องกันและใช้คำในความหมายใหม่ อีกทั้งมีการใช้คำซ้ำเสียง เพื่อให้ผู้อ่านสนใจข้อความโฆษณา มี 5 วิธี คือ การใช้คำอุทาน การใช้คำลงท้าย การใช้คำภาษาพูด การใช้คำสแลงและการใช้คำเลียนเสียงธรรมชาติ

2.3 ศักดิ์สิทธิ์ ลิ้มกุลาคมน์ (2534 : 122) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ กลวิธีการใช้คำในภาษาโฆษณามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีและนิตยสารไทย ” พบว่ามีการใช้คำสัมผัส 2 ชนิด คือ สัมผัสสระและสัมผัสพยัญชนะ การซ้ำรูปคำมี 3 ชนิด คือ ซ้ำคำทันที ซ้ำคำที่คั่นด้วยคำ และซ้ำคำที่คั่นด้วยการหยุด ซึ่งลักษณะดังกล่าวต่างจากคำซ้ำโดยทั่วไป นอกจากนี้มีการใช้คำสแลง

2 ชนิด คือ คำสแลงแท้และคำสแลงไม่แท้ ตลอดจนการใช้คำภาษาต่างประเทศและการใช้คำที่มีความหมายไม่สอดคล้องกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้เห็นคุณค่าและประโยชน์ของสำนวนไทยที่มีบทบาทอย่างแพร่หลายในทุกวงการ
2. เพื่อรวบรวมและจำแนกประเภทสำนวนไทยในบทโฆษณา
3. เพื่อศึกษาการนำสำนวนไทยไปใช้ในลักษณะต่างๆของการโฆษณา
4. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความหมายของสำนวนไทยในบทโฆษณาจากนิตยสาร

ความสำคัญและประโยชน์ของการวิจัย

1. ผลของการวิจัยและศึกษาจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้ภาษาไทย หรือผู้สนใจในเรื่องการใช้สำนวนไทย
2. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาทางด้านเนื้อหาภาษาที่ใช้ในการสื่อสารโดยตรง ผลการวิจัยจะเป็นเครื่องเสริมย้ำให้คนไทยตระหนักในคุณค่าความงามและความสำคัญของภาษาไทย
3. ผลของการวิจัยนี้จะมีส่วนกระตุ้น และส่งเสริมทางอ้อมให้ผู้ใช้ภาษาไทยเกิดความคิด และพัฒนาตนเองให้รู้จักใช้สำนวนไทยในการสื่อสาร ซึ่งถือว่าเป็นความสามารถในการใช้ภาษาในระดับสูง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ผู้วิจัยจะรวบรวมศึกษาเฉพาะสำนวนที่ใช้ในพาดหัวบทโฆษณาจากนิตยสาร 5 รายชื่อที่ตีพิมพ์ออกเผยแพร่ติดต่อกันมาเกินกว่า 3 ปี ดังนี้ ขวัญเรือน ดิฉัน พลอยแกมเพชร แพรว อิมเมจ
2. ศึกษาเฉพาะคำโฆษณาในสิ่งตีพิมพ์ประเภทนิตยสารจำนวน 5 รายชื่อ คือ ขวัญเรือน ดิฉัน พลอยแกมเพชร แพรว อิมเมจ ที่ตีพิมพ์ออกเผยแพร่ระหว่างปี พ.ศ. 2539 ถึง พ.ศ. 2540 เท่านั้น
3. ศึกษาเฉพาะพาดหัวบทโฆษณาของสินค้าเท่านั้น

ข้อตกลงเบื้องต้นในการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากนิตยสารที่เผยแพร่ระหว่างเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2539 ถึงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2540 จำนวน 5 รายชื่อนิตยสารตามขอบเขตการวิจัย
2. การศึกษาข้อมูลจะวิเคราะห์เฉพาะถ้อยคำ ในลักษณะสำนวนที่ปรากฏในพาดหัวบทโฆษณา
3. วิเคราะห์เฉพาะภาษาจากบทโฆษณาซึ่งเป็นรูปการเขียน
4. วิเคราะห์เฉพาะภาษาที่ใช้ในการโฆษณาสินค้า
5. กรณีที่มีถ้อยคำในลักษณะสำนวนปรากฏในบทโฆษณาสินค้าต่างชนิด แต่ใช้สำนวนเดียวกัน ผู้วิจัยจะใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เพียงชิ้นเดียว
6. การอ้างอิงสำนวนในพาดหัวบทโฆษณาจากนิตยสารจะระบุชื่อนิตยสาร และปีที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บ

นิยามศัพท์เฉพาะ

สำนวน หมายถึง ถ้อยคำหรือสำนวนพูดหรือเขียนที่มีความหมายไม่ตรงกับความหมายเดิมหรือตรงไปตรงมาตามพจนานุกรม แต่เป็นถ้อยคำที่มีความหมายเป็นอย่างอื่น ขึ้นอยู่กับเรื่องที่กำลังกล่าวถึง โดยมีชั้นเชิงของถ้อยคำชวนให้คิดหรือตีความ

บทโฆษณา หมายถึง ข้อความซึ่งอยู่ในรูปภาษาเขียนที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆของผู้กระทำการโฆษณาไปสู่สาธารณชนอย่างเปิดเผย เพื่อชักจูงใจหรือบอกข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง

นิตยสาร หมายถึง สิ่งตีพิมพ์ที่รูปเล่มมีความแข็งแรง กะทัดรัด สวยงาม ออกจำหน่ายตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้เป็น รายสัปดาห์ รายบ็อกซ์ รายเดือน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าใช้วิธีวิจัยจากเอกสารและข้อมูลจากถ้อยคำในลักษณะสำนวนในบทโฆษณา 5 รายชื่อนิตยสารที่ปรากฏในขอบเขตของการวิจัย และเสนอผลการศึกษาค้นคว้าแบบเชิงพรรณนา โดยมีขั้นตอนในการวิจัย ดังนี้

1. สํารวจหนังสือ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย เพื่อศึกษาเรื่องสำนวนไทยและการโฆษณา
ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานที่ศึกษาวิจัย
2. รวบรวมข้อมูลถ้อยคำในลักษณะสำนวนในนิตยสาร โดยกำหนดคุณสมบัติของ
นิตยสาร ดังนี้
 - 2.1 นิตยสารที่มีสำนวนปรากฏอยู่ในบทโฆษณา
 - 2.2 นิตยสารที่ตีพิมพ์เผยแพร่ติดต่อกันมาแล้วไม่ต่ำกว่า 3 ปี
 - 2.3 นิตยสารที่ตีพิมพ์เผยแพร่ระหว่างเดือนมกราคม 2539 ถึง เดือนธันวาคม
2540
3. นำข้อมูลของสำนวนที่ได้รวบรวมจากนิตยสารในข้อ 2 มาศึกษาวิเคราะห์ จำแนก
ประเภท ลักษณะการใช้และความหมาย เพื่อการวิจัย
4. สรุปอภิปรายผลการวิจัย