



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

## คำศัพท์ภาษาอังกฤษในโครงสร้างนามวลีจากโฆษณาหนังสือออนไลน์ English Vocabulary on Noun Phrase Structures from Online Books Advertisement

สุพิชญา ซอมแก้ว<sup>1</sup> สุวรรีย์ ยอดฉิม<sup>2</sup> ปทิตตา อัคราชนกุล<sup>3</sup>

E-mail: s60123405009@ssru.ac.th, suwaree.yo@ssru.ac.th, pathitta.ak@ssru.ac.th

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ

<sup>2,3</sup>สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจความถี่คำศัพท์ภาษาอังกฤษจากโฆษณาหนังสือออนไลน์ 2) วิเคราะห์โครงสร้างคำนามวลีในโฆษณาหนังสือออนไลน์ วิธีดำเนินการคือ เลือกเว็บไซต์โฆษณาหนังสือ 10 อันดับแรก พบว่า Smashword มีจำนวนบทโฆษณามากที่สุด งานวิจัยนี้ศึกษากลุ่ม fiction 38 ประเภท จำนวน 41,589 ประเภทย่อย 10 อันดับแรก ได้แก่ (1) Romance, (2) Fantasy, (3) Gay & lesbian fiction, (4) Mystery & detective, (5) Science fiction, (6) Thriller & suspense, (7) Young adult or teen, (8) Historical fiction, (9) Adventure, (10) Horror ประเภทละ 100 บทโฆษณา รวมเป็น 1,000 บทโฆษณา ใช้โปรแกรม AntConc และ Microsoft Excel ในการวิเคราะห์ความถี่และโครงสร้างคำนามวลี ในการจัดโครงสร้างคำศัพท์ จัดเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) Noun phrase with pre-modifier, 2) Noun phrase with post-modifier และ 3) Noun phrase with pre and post modifier ผลการวิจัยพบว่า 1) คำศัพท์จาก 100 อันดับแรก พบมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ life (362), new (350), และ world (315) 2) โครงสร้างนามวลี มี 173 โครงสร้างได้แก่ (1) Adj+N (2,013), (2) N+N (669), (3) Num+N (258), (4) Adj+N+N (217) และ (5) N+and+N (171) แสดงให้เห็นโครงสร้างนามวลีหลายรูปแบบ อย่างไรก็ตามโครงสร้างส่วนมากที่พบคือ โครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน โดยมีคำนำหน้านาม และมีคำบอกปริมาณเป็นตัวเลข

**คำสำคัญ** คำศัพท์, โครงสร้างนามวลี, โฆษณาหนังสือออนไลน์

### Abstract

This research purposes are to 1) survey the frequency of English vocabulary from online book ads and 2) to analyze noun-phrase structures in online book ads. Study from the top 10 book advertisements. The Smashword contains the highest number of book ads. This study chose fiction groups by sub-category from the top 10 of 41,589 from 1,000 in 100 each including (1) Romance, (2) Fantasy, (3) Gay & lesbian fiction, (4) Mystery & detective, (5) Science fiction, (6) Thriller & suspense, (7). Young adult or teen, (8) Historical fiction, (9) Adventure and (10) Horror by using Microsoft Excel and the Anton program to analyze vocabulary frequency and classify noun-phrase structures in three groups: 1) Noun phrase with pre-modifier, 2.) Noun phrase with post-modifier and 3) Noun phrase with pre and post



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

modifier. The results shows that 1) most frequently vocabulary from ads from online books contain the following words: life (181), new (176), and world (164) 2)The overall of noun phrase structures that studied are 173 following as: (1) Adj+N (2,013), (2) N+N (669), (3) Num+N (258), (4) Adj+N+N (217) and (5) N+and+N (171) showing several noun phrase structures. However, most of the structures found are simple structures with the prefix and words to inform the quantity of numbers.

**Keywords** Vocabulary, Noun Phrase Structures, Books Online Advertisement

## บทนำ

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าคำศัพท์และภาษาเกี่ยวกับการโฆษณามีผลต่อมนุษย์อย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของ นิตยสาร, แคตตาล็อก, ป้ายประกาศ, โซเชียลมีเดีย หรือ โฆษณาต่างๆ ภาษาโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้บริโภคหลายท่านเลือกตัดสินใจ หรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันโลกเปิดกว้างอย่างมากในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ทุกคนสามารถเข้าถึงและรับรู้โฆษณาได้จากหลายช่องทาง ดังโฆษณานั้นเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเราไปโดยปริยาย บทความนี้ศึกษาเกี่ยวกับคำศัพท์และโครงสร้างของนามวลีที่พบในเว็บไซต์หนังสือโฆษณาออนไลน์ คำศัพท์คือหนึ่งในองค์ประกอบหลัก ในการศึกษาไม่ว่าจะเป็นการสอนและการอ่าน (National Reading Panel, 2000) การศึกษาภาษาอังกฤษกลายเป็นเรื่องธรรมดาในปัจจุบัน โดยเฉพาะได้หวั่น เพราะได้หวั่นนั้นได้รับการสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นทางด้านการเงิน ความเจริญทางเทคโนโลยีต่างๆจากประเทศสหรัฐอเมริกา จึงทำให้ชาวได้หวั่นได้รับอิทธิพลต่างๆจากประเทศสหรัฐอเมริกา (Srisangnam, 2018) ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคม วัฒนธรรมรวมถึงภาษาดังนั้นภาษาอังกฤษมีความสำคัญมากสำหรับนักเรียนหรือนักศึกษา ไม่ใช่เพียงเพื่อจุดประสงค์ในทางวิชาการเท่านั้น แต่รวมไปถึงอาชีพของพวกเขาด้วย การอ่านให้ประโยชน์อย่างมากในทางภาษา (Martin-Chang & Gould, 2008) ยิ่งอ่านหรือยิ่งศึกษามากก็ก็จะสามารถทำให้พัฒนาความรู้ในด้านคำศัพท์ได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาทักษะในการสะกดคำและการเขียนได้ (Harmer, 2007) การศึกษาคำศัพท์ไม่มีอะไรสำคัญไปกว่า การที่ผู้ศึกษาได้รู้คำศัพท์เพื่อเพิ่มความเข้าใจในการอ่านได้ดีและมากขึ้น (Lehr, Osborn และ Hiebert, 2005) โดยรวมไปถึงการศึกษาคำศัพท์ในการโฆษณาก็เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

การโฆษณาคือวิธีที่ดีที่สุดในการสื่อสารไปยังลูกค้า ทำให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับแบรนด์ที่มีอยู่ในตลาดและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่เป็นประโยชน์ต่อพวกเขา (Kannan & Tyagi, 2013) การใช้ภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารในภาษาต่างประเทศ การฟังพูดอ่านเขียน ตลอดจนคำศัพท์สำนวน ไวยากรณ์ การออกเสียงและวัฒนธรรมคือสิ่งที่ควรส่งเสริม (Deutsch & Rena, 1984) การโฆษณามีส่วนสำคัญในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ ภาษาโฆษณาเป็นภาษาประยุกต์พิเศษเมื่อเปรียบเทียบกับภาษาอื่นๆ (Bai, 2018) จากในบทความของ (Jan, 2004) ที่ศึกษาเกี่ยวกับนามวลีในตัวอย่างภาษาทั่วโลกกว่า 6000 ภาษา เสนอแบบจำลองความหมายเพื่ออธิบายโครงสร้างพื้นฐานของพวกเขาในภาษาธรรมชาติ เป็นการตรวจสอบคุณสมบัติทางความหมายและสัณฐานวิทยาขององค์ประกอบของวลีค่านาม แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการเรียงลำดับค่านามวลีของภาษามนุษย์ สามารถมาจากหลักการจัดลำดับสากล



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

นามวลีเป็นองค์ประกอบทางวากยสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่เป็นข้อขัดแย้งของคำกริยา มีหลายวิธีที่ไม่เพียงพอสำหรับคำจำกัดความที่ตรงเป๊ะ (Dryer, 2006) ทฤษฎีทางภาษา (linguistic theories) ส่วนใหญ่ที่ได้กล่าวไว้ว่าโครงสร้างวากยสัมพันธ์ (syntactic structure) นั้นเกี่ยวข้องกับต้นไม้ของวลีที่ซ้อนกัน (a tree of nested phrases) การบันทึกในกะโหลกศีรษะของมนุษย์และนำเสนอแบบคำต่อคำของประโยคและรายการคำเพื่อตรวจสอบว่าการทำงานของสมองซีกซ้ายแตกต่างกันอย่างไร ในระหว่างการสร้างโครงสร้างวลี ส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาษาประกอบด้วยไฮด์ส่วนหน้าชั่วคราวและส่วนหน้าที่ต้อยกว่าหลายแห่งพลังแกมมาสูงจะเพิ่มขึ้นเมื่อมีคำที่ต่อเนื่องกันในประโยคลดลงอย่างกะทันหัน เมื่อใดก็ตามที่สามารถรวมคำเป็นวลีได้ การวิเคราะห์การถดถอยแสดงให้เห็นว่าคำเพิ่มเติมหรือวลีหลายคำนั้นมีส่วนทำให้เกิดการทำงานของสมองในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน (Nelson, Karoui, Giber, Yang, Cohen, Koopman, Cash, Naccache, Hale, Pallier, และ Dehaene, 2017)

นามวลีในระดับกลางมักจะมีนามวลีที่เป็นเพียงคำนามหรือคำสรรพนาม โดยมี Determiners, Quantifiers, Numbers, Adjectives ที่จัดเป็น Pre-modifiers เนื่องจากอยู่หน้าคำนาม ตามโครงสร้างดังตัวอย่าง (The British Council, 2020)

### determiners and quantifiers > numbers > adjectives + NOUNS

นามวลีที่อยู่หลังคำนามจัดเป็น post-modifiers ดังตัวอย่างในตารางเช่น

Prepositional phrases	A man <b>with</b> a gun.
Ing phrases	The man <b>standing</b> over there.
Relative clauses	The house <b>that</b> Jack built, the woman <b>who</b> discovered radium.
That clauses	He's still very fit, <b>in spite of the fact that he's over eighty.</b>
To infinitives	I've got no decent shoes <b>to wear.</b>

Source: The British Council. (2020). Noun phrases.

และอาจจะมีได้มากกว่าหนึ่งโครงสร้างในประโยค เช่น

An eight-year old boy **with a gun** **who tried to rob a sweet shop**  
 that girl **over there** **in a green dress** **drinking a Coke**

### วัตถุประสงค์

1. สำนวความถี่คำศัพท์ภาษาอังกฤษจากโฆษณาหนังสือออนไลน์
2. วิเคราะห์โครงสร้างคำนามวลีในโฆษณาหนังสือออนไลน์

### ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะคำนามวลีที่ปรากฏในโฆษณาหนังสือออนไลน์ภาษาอังกฤษ จำนวน 1,000 โฆษณา ทั้งหมด 10 หมวดหมู่ ซึ่งใช้คำค้นว่า 'Top ten online books'



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

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเอกสาร วิธีดำเนินการประกอบด้วย แหล่งค้นคว้าข้อมูล โปรแกรมหรือเครื่องมือที่ใช้ และการวิเคราะห์ข้อมูล อธิบายดังต่อไปนี้

### แหล่งข้อมูล

ค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ Google คำสำคัญที่ใช้ คือ 'Top tenonline books' ซึ่งมีผลลัพธ์ในการค้นหา 1,710,000,000 เว็บไซต์ และเลือกเว็บไซต์ Smashwordsเนื่องจากมีจำนวนบทโฆษณามากที่สุด ศึกษา กลุ่ม fiction 38 ประเภท จำนวน 41,589 ประเภทย่อย 10 อันดับแรก ได้แก่ (1) Romance, (2) Fantasy, (3) Gay & lesbian fiction, (4) Mystery & detective, (5) Science fiction, (6) Thriller & suspense, (7) Young adult or teen, (8) Historical fiction, (9) Adventure, (10) Horror ประเภทละ 100 บท โฆษณา รวมเป็น 1,000 บทโฆษณา ใช้โปรแกรม AntConcและ Microsoft Excel ในการวิเคราะห์ความถี่ของ คำศัพท์และโครงสร้างคำนามวลี ในการจัดโครงสร้างคำศัพท์ จัดเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) Noun phrase with pre-modifier, 2) Noun phrase with post-modifier และ 3) Noun phrase with Pre and Post-modifier

โดยงานวิจัยชิ้นนี้สามารถนำไปปรับใช้กับการเรียนรู้ทางด้านโครงสร้างทางภาษาอังกฤษ รวมถึงผู้ศึกษาสามารถนำเป็นข้อสังเกตเพื่อประกอบการเรียนในทักษะต่างๆทางด้านภาษาอังกฤษโดยเฉพาะทักษะทางด้านการเขียน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยนี้ใช้โปรแกรม Microsoft Excel เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิจัยนี้ใช้โปรแกรม AntConcเพื่อการหาค่าความถี่ ซึ่งโปรแกรม AntConcนี้เป็นโปรแกรมที่ใช้รวบรวมและแสดงตรรกะของคำในบริบท และยังสามารถใช้ในการวิเคราะห์คำศัพท์ในคลังคำศัพท์ (Words bank) โดยเป็นการจัดเรียงตามความถี่ของคำศัพท์ที่ผู้ใช้ต้องการประมวลผลวิเคราะห์ภาษาทั้งในรูปแบบของ คำ และประโยคการที่ผู้วิจัยเลือกใช้โปรแกรม AntConcแทนโปรแกรมWordSmithเหตุผลเพราะว่า โปรแกรม AntConcสามารถทำในระบบปฏิบัติการ Windows ได้ทันที ไม่จำเป็นต้องที่จะต้องหาโปรแกรมซอฟต์แวร์อื่นๆมาช่วยดำเนินการในระบบแล้วจึงค่อยใช้โปรแกรม WordSmith

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าจากการใช้โปรแกรม AntConcหาคำนามและคำคุณศัพท์ที่มีความถี่สูงสุด 100 อันดับแรก พบคำนามอันดับที่ 1-10 เรียงตามความถี่สูงสุดได้ดังนี้

คำนาม ได้แก่ life, world, series, man, time, year, war, friend, family, people

คำคุณศัพท์ ได้แก่ new, own, old, secret, only, dark, bestselling, best, dead, great



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

คำศัพท์ที่มีความถี่สูงสุดของคำนามคือคำว่าlifeมีความถี่จำนวน 362 ครั้ง และความถี่สูงสุดของคำคุณศัพท์คือคำว่า newมีความถี่จำนวน 350 ครั้ง

จากการศึกษาพบว่าคำศัพท์ที่พบสามารถนำมาจัดเรียงเป็นกลุ่มคำได้ 5 กลุ่ม ได้แก่time, family, book, placeและ humanตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตาราง 1 กลุ่มคำที่พบ 5 อันดับ

No.	Groups	Vocab/Freq.
1	time (231)	year (228), past (119), old (109), dark (104), last (102), night (76), young (76), day (65), ancient (55), end (50), long (49)
2	family (172)	father (76), mother (69), son (66), brother (62), sister (60), daughter (49)
3	book (123)	series (286), war (222), murder (115), secret (109), story (105), bestselling (100), battle (84), novel (79), mystery (72), action (64), vampire (62), crime (51), adventure (48), detective (43)
4	place (79)	home (134), town (128), land (71), city (69), house (58), country (48), England (48), sea (46), local (43),
5	human (73)	man (237), friend (214), people (147), woman (124), girl (85), mate (60)

จากตารางที่1 ข้อมูลของกลุ่มคำที่พบใน 5 อันดับแสดงจำนวนความถี่ของกลุ่มคำที่สามารถพบได้ในโฆษณาหนังสือผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งกลุ่มคำเหล่านี้จะแสดงหมวดหมู่ที่พบบ่อยๆในโฆษณาหนังสือออนไลน์ เพื่อให้เป็นการง่ายต่อการใช้สืบค้นของข้อมูลต่างๆและทราบได้ว่ากลุ่มหมวดหมู่ใดที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในปัจจุบัน

- 1) โครงสร้างของนามวลีภาษาอังกฤษจากโฆษณาหนังสือออนไลน์
- โครงสร้างนามวลีจำแนกตามความถี่ได้ 173 โครงสร้าง พบมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ 1) Adj + N (2013), 2) N + N (669), 3) Num + N (258) ดังแสดงตามความถี่ 5 อันดับแรกในตาราง2



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

ตาราง 2 โครงสร้างนามวลีจำแนกตามความถี่ 5 อันดับแรก

No.	Structures	Freq.	Examples	Names of Books
1	Adj+N	2,013	new secretary	Forbidden Bliss
2	N+N	669	Nicolasi throne	Ruthless Princess
3	Num+N	258	seven years	Finally
4	Adj+N+N	217	Epic space fantasy	The Space Lore Boxed Set: Volumes 1-3
5	N+and+N	171	body and heart	Demon Dawn

1.1 โครงสร้างนามวลีแบบ pre-modifier ที่พบบ่อยที่สุดได้แก่ 1) Det+N (1,822), 2) Det+Adj+N (687), 3) Det+N+N (271) ตามลำดับ ดังแสดงตามความถี่ 5 อันดับแรกในตาราง 3

ตาราง 3 โครงสร้างนามวลีแบบ Pre-modifier

No.	Structures	Freq.	Examples	Names of Books
1	Det+N	1,822	Dane has <b>a problem</b> .	Forbidden Bliss
2	Det+Adj+N	687	they're about to face <b>the ultimate showdown</b> .	Free
3	Det+N+N	271	So, when one of <b>the club girls</b> is found broken and bloody behind the clubhouse,...	Sergeant at Arms: Devil's Henchmen MC, Book Three
4	Det+Adj+N+N	114	a forgotten song, and <b>a simple garden door</b>	Age of Legend
5	Det+Adj+Adj+N	63	Reading can give you <b>a pretty dirty imagination</b> if you're not careful...	My Daughter's Friends: (Lesbian Menage Romance Sister Valentine marriage divorce lgbt sport new adult)

จากตารางที่ 3 โครงสร้างนามวลีแบบ pre-modifier ที่มีความถี่มากที่สุด จะอยู่ในรูปของ Det+N (determiner ตามด้วย noun) เพราะว่า โครงสร้างรูปประโยคพื้นฐานที่พบเจอบ่อย จะประกอบอยู่ในรูปที่เป็น determiner ตามด้วย noun ได้แก่ a, an, the ที่ตามด้วยคำนาม ส่วนความถี่ที่พบน้อยที่สุดจะอยู่ในรูปของ



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

Det+Adj+Adj+N (determiner ตามด้วย adjective ตามด้วย adjective และตามด้วย non) ซึ่งลักษณะรูปแบบประเภทนี้จะพบได้น้อยในโฆษณาหนังสือออนไลน์ อาจจะเป็นเพราะการโฆษณานั้นต้องการประโยคสั้นๆที่เข้าใจง่ายๆ ไม่ซับซ้อน จึงเป็นสาเหตุที่มีจำนวนความถี่ที่พบได้น้อย

1.2 โครงสร้างนามวลีแบบ Post-modifier

โครงสร้างที่พบมากที่สุดได้แก่ 1) N+in preposition (6), 2) N+of preposition (6), 3) N+who clause (5) ตามลำดับ ดังแสดงตามความถี่ 5 อันดับแรกในตาราง 4

ตาราง 4 โครงสร้างนามวลีแบบ Post-modifier

No	Structure	Freq.	Examples	Names of Books
1	N+in preposition	6	Castaways <u>in Time</u> is the sixth novel <u>in the After Cilmeri series.</u>	Castaways in Time
2	N+of preposition	6	Baker <u>of cupcakes</u> , maker of trinkets, half-witch, half-dragon, dowser, alchemist ...	Artifacts, Dragons, and Other Lethal Magic (Dowser 6)
3	N+ on preposition	3	she doesn't know if she's quite ready to take that leap. With Cade <u>on the mend</u>	Luathara - Book Three of the Otherworld Trilogy
4	N+ who clause	5	Alfraed <u>who holds out against him.</u>	Warlord of the North
5	N+ ing preposition	3	Vietnam <u>carrying out covert operations in Laos:</u> Toby Parker in pilot training at Randolph AFB.	Steel Tiger

จากตารางที่ 4 โครงสร้างนามวลีแบบ post-modifier ที่มีความถี่มากที่สุด จะอยู่ในรูปของ N+ in preposition (noun ตามด้วย preposition ในรูปของ in) และอยู่ในรูปของ N+ of preposition (noun ตามด้วย preposition ในรูปของ of) เพราะว่า รูปแบบประโยคที่ใช้ N+in preposition และ รูปแบบประโยคที่ใช้ N+of preposition นี้ เป็นการใช้เพื่อแสดงให้เห็นถึงบางสิ่งบางอย่างที่ผู้พูดต้องการสื่อให้ผู้รับสารได้เข้าใจได้ง่ายขึ้น

1.3 โครงสร้างนามวลีแบบ Pre and Post-modifier

โครงสร้างนามวลีที่พบมากที่สุดได้แก่ 1) Pre and post-modifier+prepositionalphrase (1,656), 2) Pre and -post modifier +to infinitive (146),3) Pre and post-modifier +relative clause (109)ตามลำดับ ดังแสดงตามความถี่ 5 อันดับแรกในตาราง 5



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

ตาราง 5 โครงสร้างนามวลีแบบ Pre and Post-modifier

No.	Structure	Freq.	Examples	Names of Books
1.	PreNpost+prepositional phrase	1,657	<u>a club from</u> the past in unexpected ways.	Cash
2.	PreNpost+to infinitive	150	a king has <u>a second chance</u> to relive his life.	Convergence
3.	PreNpost+relative clause	111	<u>the people who</u> hurt her in person.	Broken Silence
4.	PreNpost+that clause	111	<u>the hint that</u> he doesn't stand a chance.	Stay
5.	PreNpost+ing phrase	77	<u>the man crying.</u>	Love Hacked: A May / December Romance

จากตารางที่ 5 โครงสร้างนามวลีแบบ Pre and Post-modifier ที่มีความถี่มากที่สุด จะอยู่ในรูปของ PreNpost+prepositional phrase เพราะว่า รูปแบบประโยคนี้เป็นรูปประโยคที่ลักษณะของ preposition เพื่อใช้เป็นการแสดงเนื้อหาของประโยคให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

1.4 โครงสร้างนามวลีจำแนกตามหมวดหมู่หนังสือ

จากการศึกษาโครงสร้างนามวลีโฆษณาหนังสือออนไลน์ 10 หมวดหมู่ที่พบ ใน 100 รายการ จาก 1,000โฆษณา โครงสร้างโดยภาพรวมคือ 173 โครงสร้างที่พบมากที่สุดจำแนกตามหมวดหมู่ อธิบายได้ดังนี้





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

ตาราง 6 ความถี่โครงสร้างนามวลีจำแนกตาม 10 หมวดหมู่หนังสือ

No.	Types of books	Structures most occurs	Freq.
1	adventure	Adj+N	240
2	horror	Det+N	226
3	historical fiction	Pre and post-modifier +prepositional phrase	222
4	mystery & detective	N+N	95
5	fantasy	Det+Adj+N	84
6	thriller & suspense	Det+N+N	37
7	romance	Pre and post-modifier +relative clause	17
8	science fiction	Pre and post-modifier +that clause	16
9	gay & lesbian fiction	N+ ing preposition	2
10	young adult or teen	N+ on preposition	1

จากตารางที่ 6 โครงสร้างนามวลีที่ได้จำแนกตามหมวดหมู่หนังสือ จะพบว่ารูปแบบโครงสร้างถ้าเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับทางด้าน adventure ความถี่ที่พบมากที่สุดจะมีการใช้รูปประโยคที่เป็น Adj+N เพราะว่ารูปแบบประโยคนี้เป็นการเน้นย้ำว่าหนังสือจำพวก adventure นี้จะต้องตื่นเต้นมีการผจญภัยต่าง ๆ นานา แนนอนการใช้คำประเภทที่เป็น adjective นั้น จะทำให้ผู้อ่านรู้สึกยิ่งใหญ่ตื่นเต้นไปกับหนังสือเป็นต้น

### อภิปรายผลการวิจัย

การสำรวจโฆษณาหนังสือออนไลน์ โครงสร้างนามวลีมีรูปแบบหลากหลาย เป็นไปตามผลการศึกษาของ (The British Council, 2020) อธิบายได้ว่า นามวลีในระดับกลางมักจะมีนามวลีที่เป็นเพียงคำนาม หรือ คำสรรพนาม ประกอบด้วย Determiners, Quantifiers, Numbers, Adjectives เป็นโครงสร้างใน Pre-modifiers เนื่องจากอยู่หน้าคำนาม สอดคล้องกับ (Dryer, 2006) ที่กล่าวว่า นามวลีเป็นองค์ประกอบทางวากยสัมพันธ์ทำหน้าที่เป็นข้อขัดแย้งของคำกริยา โดยมีหลายวิธีที่ไม่เพียงพอสำหรับคำจำกัดความที่ตรงตัว โครงสร้างที่พบน้อยที่สุดจากโฆษณาหนังสือออนไลน์ คือ แบบ Post-modifier แม้ว่าโครงสร้างของนามวลีบางโครงสร้างอาจมีความซับซ้อนตามทฤษฎีของ (Nelson, Karoui, Giber, Yang, Cohen, Koopman, Cash, Naccache, Hale, Pallier, และ Dehaene, 2017) ในการวิจัยนี้พบว่าภาษาโฆษณาจากหนังสือ



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

ออนไลน์ส่วนใหญ่ประกอบด้วยการเรียงลำดับคำนามวลีของภาษาของมนุษย์นั้น สามารถสังเกตได้จากหลักการจัดลำดับสากล (Jan, 2004) การศึกษาครั้งนี้ผู้อ่านสามารถนำไปปรับใช้ได้กับการเรียนในทักษะต่างๆ โดยเฉพาะทักษะทางการเขียน นอกจากนี้สามารถนำไปใช้ในเก็บข้อมูลทางการตลาดว่าคำใดที่เป็นที่นิยม เช่น ถ้าต้องการจะผลิตหนังสือที่เกี่ยวกับแนวผจญภัย คนที่ทำงานทางการตลาดถ้าจะเขียนคำโฆษณาจะต้องใช้คำที่อยู่ในรูปแบบของ คำคุณศัพท์และตามด้วยคำนาม ซึ่งจะเป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้าหรือผู้ที่สนใจเข้ามาเลือกซื้อได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไปอาจพิจารณาโดยการสืบค้นจากเว็บไซต์ในเรื่องอื่นต่อไป โดยเลือกศึกษาโฆษณาในภาษาอังกฤษ นอกจากนี้อาจวิเคราะห์ในด้านอื่น เช่น การฟังโฆษณาหรือวิดีโอจากสื่อ เป็นต้น บทความนี้ศึกษาเกี่ยวกับภาษาโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับหนังสือออนไลน์ 10 หมวดหมู่ใหญ่ เช่น adventure, horror, science fiction, fantasy, historical, mystery & detective, gay & lesbian fiction, young adult or teen, thriller & suspense และ romance ดังนั้น การศึกษาวิจัยในอนาคตอาจเกี่ยวข้องในการเพิ่มการศึกษาเฉพาะหมวดหมู่ที่มากขึ้นและอาจเพิ่มจำนวนโฆษณามากกว่า 1,000 บท อย่างไรก็ตามการดำเนินวิจัยในอนาคตจำเป็นต้องศึกษาโครงสร้างนามวลีเพื่อหาความถี่ และวิเคราะห์โครงสร้างนามวลีจากเว็บ Top 10 อันดับแรกโดยใช้พื้นฐานเกี่ยวกับการโฆษณา

#### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณาจารย์ในสาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนในการทำวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

#### เอกสารอ้างอิง

- Bai, Z. (2018). *The Characteristics of Language in Cosmetic Advertisements*. Retrieved from: <http://www.academypublication.com/ojs/index.php/tpls/article/view/tpls0807841847> [September 4, 2020].
- Chou, P. T. (2007). *The Effects of Vocabulary Knowledge and Background Knowledge on Reading Comprehension of Taiwanese EFL Students*. Peter Tze-Ming Chou. Retrieved from: *Electronic Journal of Foreign Language Teaching* 2011, Vol. 8, No. 1, pp. 108–115 © Centre for Language Studies National University of Singapore [September 4, 2020]
- Deutsch, & Rena., (1984). *Advertisements: An Overlooked Resource in the Foreign Language Classroom*. Retrieved from: <https://eric.ed.gov/?id=ED253055> [September 4, 2020].
- Dryer, M. S. (2006). *Noun Phrase Structure*. Retrieved from: To appear in 2005/2006 in *Complex Constructions, Language Typology and Syntactic Description*, Vol. 2, edited by Timothy Shopen. Cambridge University Press [September 4, 2020].
- Jan, R. (2004). *The Noun Phrase*. Retrieved from: <https://www.forskningssdatabasen.dk/en/catalog/2524914988> [September 4, 2020].



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

- Lehr, F., Osborn, J., & Hiebert, E. H. (2004). *A Focus on Vocabulary*. Retrieved from: [https://wps.pearsoncustom.com/wps/media/objects/12966/13277712/06\\_EISR\\_AFocu sonVocabulary.pdf](https://wps.pearsoncustom.com/wps/media/objects/12966/13277712/06_EISR_AFocu sonVocabulary.pdf) [September 4, 2020].
- National Reading Panel. (2000). *Effective Vocabulary Instruction By Joan Sedita*. Retrieved from: Published in "Insights on Learning Disabilities" 2(1) 33-45, 2005 [March 10, 2020]
- Robert, T. K., Mo, A., (2017). *Neurophysiological dynamics of phrase-structure building during sentence processing*. Retrieved from: PNAS May 2, 2017 114 (18) E3669-E3678; first published April 17, 2017 <https://doi.org/10.1073/pnas.1701590114> [September 4, 2020].
- Srisangnam, P. (2018). *7บทเรียนการพัฒนาไต้หวัน*. Retrieved from: <https://www.the101.world/7-lessons-from-taiwan-to-thailand/> [December 9, 2020].
- The British Council. (2020). *Noun phrases*. Retrieved from: <https://learnenglish.britishcouncil.org/english-grammar-reference/noun-phrases> [October 17, 2020].
- Use of Language in Advertisements. (2013). *English for Specific Purposes World, ISSN 1682-3257*. Retrieved from: <http://www.esp-world.info>, Issue 37, vol. 13, 2013 [September 4, 2020].