

กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับ “การศึกษา” และ “การเรียนกวดวิชา”  
ในวาทกรรมโฆษณาสถาบันกวดวิชา

Linguistic Devices and the Presentation of Education Sets and Tutorial Ideas in the  
Advertising Discourse of Tutoring Institutes

ชัชณพงค์ อินทรเกษม\*

Citsanupong Intarakasame

หลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-Mail: chi-sanupong\_thai@hotmail.co.th

**บทคัดย่อ**

บทความนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับการนำเสนออุดมการณ์ในวาทกรรมโฆษณาสถาบันกวดวิชาตามแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้จากตัวบทโฆษณาสถาบันกวดวิชาที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้าสยามสแควร์ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2555 – เมษายน 2556 ผลการวิจัยพบว่า วาทกรรมโฆษณาสถาบันกวดวิชา มีรูปแบบการนำเสนอ 2 รูปแบบ ได้แก่ โฆษณาที่สื่อความทางธุรกิจโดยตรงและบทความเชิงโฆษณา กลวิธีทางภาษาที่วาทกรรมโฆษณาใช้เพื่อสื่ออุดมการณ์มี 2 กลวิธีคือ (1) กลวิธีทางวัจนภาษา ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การใช้อุปมาอุปไมย การอ้างถึง การใช้ทัศนภาวะ การกล่าวเกินจริง การใช้คำยืนยันของผู้ที่ประสบความสำเร็จ การใช้มูลบท การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ และการใช้วัจนลีลาแบบเป็นกันเอง (2) กลวิธีทางอวัจนภาษา ได้แก่ การใช้ภาพประกอบการโฆษณา และการใช้ขนาดของตัวอักษร กลวิธีภาษาดังกล่าวได้นำเสนอความคิดในวาทกรรมโฆษณาสถาบันกวดวิชา 3 ชุดความคิด คือ (1) ชุดความคิดที่เกี่ยวข้องกับนักเรียน ได้แก่ นักเรียนควร “เป็นคนเก่ง” และ “เป็นที่ 1” นักเรียนมักจะขาดความพร้อมความมั่นใจและมีปัญหาการเรียน (2) ชุดความคิดที่เกี่ยวข้องกับสถาบันกวดวิชา ได้แก่ ผู้สอนกวดวิชา มีความรู้ความสามารถสูงและเป็นที่ยอมรับจากนักเรียน ผู้สอนกวดวิชาเป็นผู้ที่เหมาะสมในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ นักเรียน ผู้สอนกวดวิชาเป็นผู้แก้ไขปัญหาการเรียนและทำให้นักเรียนประสบความสำเร็จจากการเรียนและการสอบแข่งขัน สถาบันกวดวิชาเปรียบเสมือนครอบครัวและคนใกล้ชิด (3) ชุดความคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและการเรียนกวดวิชา ได้แก่ การศึกษาคือการแข่งขันและจะต้องฝ่าฟันเพื่อไปสู่ความสำเร็จ เป้าหมายของการศึกษาคือการสอบเข้าเรียนต่อในสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักเรียน การเรียนกวดวิชาเสริมสร้างความมั่นใจและทำให้นักเรียนประสบความสำเร็จในการเรียนและการสอบแข่งขัน การเรียนกวดวิชาทำให้นักเรียนมีปัญหการเรียนต่าง ๆ หดหายไปและทำให้นักเรียนเป็นคนเก่ง การเรียนกวดวิชาคือเส้นทางสู่ความสำเร็จ การเรียนกวดวิชาคือการลงทุนที่คุ้มค่า ทั้งนี้ชุดความคิดดังกล่าวล้วนแล้วแต่สะท้อนการศึกษาในระบบ โรงเรียนและการแข่งขันทางการค้าระหว่างสถาบันกวดวิชาต่าง ๆ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอ “อุดมการณ์การศึกษาเชิงพาณิชย์”

**คำสำคัญ:** กลวิธีทางภาษา, วาทกรรมโฆษณา, สถาบันกวดวิชา

## Abstract

This research is aimed at studying the relationship between linguistic devices and the presentation of ideology in the advertising discourse by adopting Critical Discourse Analysis approach. The data consist of advertising texts from tutoring institutes is located in Siam Square shopping center from May 2012 to April 2013. It is found that the advertising discourse of tutoring institutes adopt both product advertisings and the advertorials. The linguistic devices adopted in the data can be divided into 2 types: (1) the verbal language, including the use of lexical selection, metaphor, claiming, modality, overstatement, confirmation by successful people, presupposition, rhetorical question, casual style and (2) the non-verbal language, including the use of images in advertisements, various sizes of the letters. The linguistic devices is presented the 3 ideas in the advertising discourse are (1) the set of the students' ideas: The students should be an intellect and be first.. The students often lack of readiness and confidence and having learning problems. (2) the set of the tutoring institutes' ideas: The tutors have a high knowledge and are accepted by the students. The tutors are appropriate to pass on knowledge to the students. The tutors solve the students' problems. The tutoring institutes like a family and intimate. (3) the set of the education and tutorial' ideas: The education is the competition that lead to successful. The goal of the education is the getting into famous education institutes. The tutorial is needed for the students. The tutorial makes confidence in the learning and the competition. The tutorial solves the learning problems and to be an intellect. The tutorial is the way to success. The tutorial is investment that be worthwhile. Furthermore the set of the ideas play a significant role in presenting "the ideology of commercial education."

**Keywords:** linguistic devices, advertising discourse, tutoring institutes

## บทนำ

วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา  
(Devahastin Na Ayutthaya, 2008) ได้เขียนบทความเผยแพร่ผ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ว่า การปฏิรูปการศึกษาในช่วงที่ผ่านมาได้พยายามแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระบบการศึกษา และปัญหาหนึ่งที่สังคมให้ความสำคัญ คือ "ปัญหาการเรียนกวดวิชา" แม้ว่า การเรียนกวดวิชาเกิดขึ้นในสังคมไทยมานานแล้ว แต่รูปแบบการเรียนกวดวิชาในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปมาก ซึ่งเป็นสิ่งที่การศึกษาในระบบโรงเรียนกำลังกังวลว่าจะกลายเป็นปัญหาการศึกษาที่สำคัญเรื่องหนึ่ง

โดยเฉพาะลักษณะพิเศษของการเรียนกวดวิชาในปัจจุบันที่ทำให้สังคมเห็นภาพของ "ธุรกิจการศึกษา"

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการเรียนกวดวิชาได้รับความนิยมนามากสำหรับนักเรียน โดยเฉพาะนักเรียนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยมีเหตุผลว่าการเรียนกวดวิชาจะทำให้ตนประสบความสำเร็จในการเรียนและการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อ งานวิจัยของไพฑูรย์ สินลารัตน์ (Simlarat, 2002) ได้กล่าวถึงประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการกวดวิชาโดยกล่าวถึงภาพรวมและตั้งข้อสังเกตไว้ว่า การกวดวิชาสะท้อนปัญหาของ

การศึกษาที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ในกระบวนการกวาด  
วิชาได้สะท้อนความแตกต่าง ความเหลื่อมล้ำ และ  
ความได้เปรียบเสียเปรียบทางการศึกษาสูงมาก ซึ่ง  
ในระบบการศึกษาปกติก็มีความแตกต่างและความ  
เหลื่อมล้ำกันอยู่แล้วแต่การกวาดวิชาได้สะท้อนสิ่ง  
เหล่านั้นอย่างชัดเจน

ทุกวันนี้มีธุรกิจทางการกวาดวิชา  
เกิดขึ้นอย่างมากมาย และสถาบันกวาดวิชาแต่ละ  
แห่งได้พยายามนำเสนอตนเองด้วยวิธีการที่  
หลากหลายเพื่อจะทำให้มีผู้เรียนมาสมัครเรียนกวาด  
วิชาดังกล่าว ผู้วิจัยสังเกตว่าปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้  
ธุรกิจสถาบันกวาดวิชาเจริญเติบโตและเป็นที่รู้จัก  
มากยิ่งขึ้นนั่นก็คือการโฆษณาเกิดขึ้นด้วยรูปแบบ  
และวิธีการที่แตกต่างกันออกไป โดยใช้กลยุทธ์  
ต่าง ๆ ช่วงชิงผู้บริโภคซึ่งในที่นี้ก็คือนักเรียน  
นั่นเอง โฆษณาสถาบันกวาดวิชา เป็นโฆษณาที่มี  
วัตถุประสงค์ในการขายบริการทางการศึกษาที่  
สถาบันกวาดวิชาจัดไว้ โดยมีการเผยแพร่  
ประชาสัมพันธ์ข้อมูลในลักษณะต่าง ๆ เพื่อเป็น  
การโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ โฆษณา  
สถาบันกวาดวิชาในปัจจุบันมีลักษณะเป็นการ  
โฆษณาที่แฝงการค้าด้วยการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ  
แต่ผู้ผลิตโฆษณายามแสดงให้เห็นว่าตนไม่ได้  
หวังผลกำไรจากการขายบริการกวาดวิชาเหล่านั้น  
หากแต่เป็นผู้มาช่วยเปิดโอกาสทางการศึกษา และ  
เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งของการศึกษาที่  
นอกเหนือจากในระบบนั้นคือในสถานศึกษา  
นอกจากนี้โฆษณาสถาบันกวาดวิชายังได้แฝง  
ความคิดเกี่ยวกับเรื่องการศึกษาและการเรียนกวาด  
วิชาโดยใช้กลวิธีทางภาษาที่หลากหลาย

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลวิธีทาง  
ภาษาในการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับการศึกษาใน  
วาทกรรมโฆษณาสถาบันกวาดวิชาว่ามีกลวิธีใดบ้าง  
และกลวิธีเหล่านั้นสื่อความคิดเกี่ยวกับการศึกษา

อย่างไร ทั้งนี้ผู้วิจัยเชื่อว่าภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญ  
ที่ผู้ผลิตโฆษณาใช้ในการประกอบสร้างความคิด  
ความเชื่อบางประการแก่ผู้บริโภคด้วยการตอกย้ำ  
และผลิตซ้ำผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ จนทำให้  
ผู้บริโภคเชื่อและเกิดการยอมรับและปฏิบัติตามสิ่ง  
ที่ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวาดวิชาได้นำเสนอใน  
ที่สุด

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาในการนำเสนอ  
ความคิดเกี่ยวกับ “การศึกษา” และ “การเรียนกวาด  
วิชา” ในวาทกรรมโฆษณาสถาบันกวาดวิชา

## กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวาทกรรมจำเป็นต้องวิเคราะห์  
กลวิธีทางภาษาเพื่อที่จะสามารถทำความเข้าใจ  
เรื่องราวในสังคมที่มีความสลับซับซ้อนได้ พร้อมทั้ง  
ทั้งใช้แนวคิดและวิธีการทางสังคมเพื่อช่วยในการ  
ค้นคว้าและตีความสิ่งที่ซ่อนเร้นในภาษาให้  
สะท้อนความคิดบางประการออกมาได้ วิธีการที่  
นำภาษามาใช้เป็นเครื่องมือในการค้นหาความคิด  
บางประการที่ซ่อนอยู่นั้น ชนกพร อังสุวิริยะ  
(Angsuviriya, 2008) เรียกว่า แนวทางของวาท  
กรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์เป็น  
การศึกษาโครงสร้างของภาษาในวาทกรรมเพื่อทำ  
ความเข้าใจสังคม ทำให้มองเห็นวิธีการใช้อำนาจ  
การครอบงำ และความไม่เท่าเทียมกันที่ถูกผลิต  
และผลิตซ้ำภายใต้อุดมการณ์บางอย่าง  
(Fairclough, 1995) หรืออาจกล่าวได้ว่า  
จุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์  
ก็เพื่อให้เข้าใจอุดมการณ์ที่แฝงอยู่เบื้องหลังการใช้  
ภาษานั้นเอง (Fairclough, 1995) กล่าวไว้ว่า การ  
วิเคราะห์ภาษาตั้งแต่การเลือกใช้คำศัพท์ การเลือก

โครงสร้างประโยคแบบต่าง ๆ องค์ประกอบตัว  
บท ตลอดจนการตีความหมาย จะทำให้สามารถ  
อธิบายความคิดบางอย่างที่แฝงอยู่ในวาทกรรม

### วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์  
เป็นวิธีการวิจัยในการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษา  
ผู้วิจัยได้ใช้กลวิธีทางอรรถศาสตร์และวัจนปฏิบัติ  
ศาสตร์และอาศัยแนวคิดการวิเคราะห์กลวิธีทาง  
ภาษาตามที่ Van Dijk (2006) ได้เสนอวิธีการ  
วิเคราะห์กลวิธีทางภาษาในคัมภีร์ไว้เป็นแนวทาง  
เบื้องต้น เช่น การเลือกคำที่มีความหมายนัย  
ประหวัดในทางบวก/ลบ การใช้อุปสรรค การใช้  
ถ้อยคำนัยผกผัน การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ ฯลฯ  
ทั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะกลวิธีที่ใช้ในการสื่อ  
ความคิดเกี่ยวกับการศึกษาและการเรียนการสอน  
ในวาทกรรมโฆษณาสถาบันกวดวิชาเท่านั้น

### ประชากรในการวิจัย

คัมภีร์โฆษณาสถาบันกวดวิชาที่ตั้งอยู่ใน  
บริเวณศูนย์การค้าสยามสแควร์ ตั้งแต่เดือน  
พฤษภาคม 2555-เมษายน 2556

### ผลการวิจัย

#### กลวิธีทางภาษา

กลวิธีทางภาษา เป็นการเลือกใช้ถ้อยคำ  
ต่าง ๆ ของผู้ผลิตโฆษณาเพื่อสร้างหรือสื่อความคิด  
ความเชื่อเกี่ยวกับ “การศึกษา” และ “การเรียนกวด  
วิชา” ขึ้นในวาทกรรมโฆษณาสถาบันกวดวิชา  
จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ามีกลวิธีทางภาษาที่ใช้  
นำเสนอความคิดเกี่ยวกับ “การศึกษา” และ “การ  
เรียนกวดวิชา” ดังนี้

#### 1. การใช้อุปสรรค

อุปสรรค (metaphor) คือ การ  
เปรียบเทียบสิ่งหนึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งที่นำมา  
เปรียบนั้นมาจากต่างวงความหมายกัน (Lakoff &  
Johnson, 1980, 2003; ญัฐพร พานโพธิ์ทอง)  
(Panpothong, 1999) เรียกสิ่งที่เป็นต้นแบบของการ  
เปรียบเทียบว่า “source domain” หรือ “vehicle”  
และเรียกสิ่งที่ถูกนำมาเปรียบเทียบว่า “target domain”  
หรือ “tenor” ซึ่ง ศิริพร ภักดีผาสุข  
(Phakdeephassook, 2010) โดยเลคอฟและจอห์น  
สัน (Lakoff and Johnson, 1980, 2003) ได้แบ่งอุป  
สรรคออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ถ้อยคำอุปสรรค  
(Metaphorical expressions) และมโนอุปสรรค  
(Conceptual metaphor) โดยผู้วิจัยพบมโนอุป  
สรรคที่ใช้เพื่อสื่อความคิดเกี่ยวกับการศึกษาดังนี้

#### 1.1 มโนอุปสรรค การศึกษา คือ การ ทำสงคราม

มโนอุปสรรคการศึกษา คือ การ  
ทำสงคราม เป็นมโนทัศน์ที่สะท้อนให้เห็นว่า  
การศึกษา คือ การทำสงครามซึ่งจะต้องมีคู่ต่อสู้  
และยังต้องฟันฝ่าอุปสรรคต่าง ๆ อย่างมากมาย อีก  
ทั้งจะต้องเอาชนะคู่ต่อสู้เหล่านั้นด้วยวิธีการต่าง ๆ  
ให้ได้ ตัวอย่างถ้อยคำที่สื่ออุปสรรคสงคราม เช่น  
พิชิต อารูธ ขจัด วิกฤติ ปฏิวัติ ต่อสู้ สยบ เป็นต้น

ตัวอย่าง 1

“ปิดเทอมนี้...มาเตรียมฝ่าวิกฤติพิชิต

ADMISSION กันดีกว่า”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตโฆษณา  
สถาบันกวดวิชาใช้ถ้อยคำที่สื่อมโนทัศน์ว่า  
การศึกษา คือ การทำสงคราม โดยผู้ผลิตโฆษณา  
เลือกใช้ชุดของคำที่มีความหมายสื่อถึงการทำ  
สงคราม ในตัวอย่างได้เลือกใช้คำ “พิชิต” เป็นวง  
คำศัพท์ที่สื่อความหมายถึงยุทธวิธีในการกำจัด  
คู่แข่ง ในที่นี้คือการสอบ ADMISSION โดย

สถาบันกวศวิชาจะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ ให้แก่นักเรียน เพื่อให้นักเรียนสามารถนำความรู้ในเรื่องวิชาต่าง ๆ ไปใช้ในการสอบแข่งขัน

ตัวอย่าง 2

“ติดอาวุธทางสมอง ... พร้อมลุยเข้ามหา’ลัย”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวศวิชาใช้ถ้อยคำที่สื่อโทนทัศนคติว่า การศึกษา คือ การทำสงคราม โดยผู้ผลิตโฆษณาเลือกใช้ชุดของคำที่มีความหมายสื่อถึงการทำสงคราม ในตัวอย่างได้เลือกใช้คำ “อาวุธ” เป็นวงคำศัพท์ที่สื่อความหมายในเรื่องของเครื่องมือที่ใช้กำจัดคู่แข่งสงคราม ในที่นี้อาวุธทางสมองจึงหมายถึงวิชาความรู้ที่ทางสถาบันกวศวิชาได้เป็นผู้สอนเพื่อนำไปใช้แข่งขันกับนักเรียนคนอื่นในการสอบต่าง ๆ

1.2 มโนอุปลักษณ์ การศึกษา คือ การแข่งขันกีฬา

มโนอุปลักษณ์การศึกษา คือ การแข่งขันกีฬา เป็นมโนทัศน์ที่สะท้อนให้เห็นว่า การศึกษาเป็นสิ่งที่จะต้องมีการแข่งขันอยู่เสมอ มีช่วงเวลาของการแข่งขัน และเป้าหมายของการแข่งขัน นั่นคือ การสอบแข่งขันเข้าเรียนต่อได้ ประสบความสำเร็จ ถ้อยคำอุปลักษณ์การแข่งขันที่พบ เช่น เส้นชัย ไค้สูงสุดท้าย สตาร์ท คู่แข่ง คู่แข่งขัน ดิคเตอร์โบ ขับเคียว ชนะ เป็นต้น

ตัวอย่าง 3

“ชีววิทยา...ออกแบบได้ มุ่งสู่เส้นชัยแห่งความสำเร็จกับ Bio-Super Melody & Bio Trick Trip มิติใหม่แห่งการเรียนการสอนชีววิทยาให้ง่ายกว่าที่คิด ร้องได้ ทำได้แบบ 100%”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวศวิชาใช้ถ้อยคำที่สื่อโทนทัศนคติการศึกษา คือ การแข่งขันกีฬา โดยผู้ผลิตโฆษณา

สถาบันกวศวิชาได้เลือกใช้ชุดของคำที่มีความหมายถึงการแข่งขันกีฬา ในตัวอย่างได้เลือกใช้คำ “เส้นชัย” เป็นวงคำศัพท์ที่สื่อความ หมายถึงจุดหมายปลายทางของการแข่งขันกีฬา เพื่อต้องการให้นักเรียนตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนว่าทำอะไรจึงไปสู่การเรียนที่ประสบความสำเร็จได้ตามความมุ่งหวัง โดยในตัวอย่างได้ชี้ถึงเคล็ดลับในการเรียนและชี้ให้เห็นว่าการศึกษาคือการแข่งขันกีฬาโดยมีจุดหมายของการแข่งขันเปรียบเป็นเส้นชัยแห่งความสำเร็จจากการเรียนและการสอบแข่งขัน

ตัวอย่าง 4

“บนสนามสอบระดับประเทศอันดับหนึ่งของนักเรียนมัธยมต้น ขับเคียวกับคู่แข่งที่เตรียมตัวมาเต็มที่กว่า 13,000 ชีวิตต่อปี ทำท่ายด้วยข้อสอบที่ต้องใช้เทคนิคการคำนวณที่รวดเร็ว ถูกต้องและแม่นยำในเวลาแสนจำกัด”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวศวิชาใช้ถ้อยคำที่สื่อโทนทัศนคติการศึกษา คือ การแข่งขันกีฬา โดยผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวศวิชาได้เลือกใช้ชุดของคำที่มีความหมายถึงการแข่งขันกีฬา ในตัวอย่างได้เลือกใช้คำกริยา “ขับเคียว” เป็นวงคำศัพท์ที่สื่อความหมายถึงการแข่งขันที่มีคู่แข่งที่มีความสามารถและต้องใช้ความรู้ความสามารถมากเพื่อให้ชนะและเลือกใช้คำ “คู่แข่ง” เพื่อให้นักเรียนตระหนักว่าการสอบดังกล่าวไม่ได้มีนักเรียนสอบเพียงคนเดียว หากแต่มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก และนักเรียนจะต้องสามารถเอาชนะคู่แข่งให้ได้ หากนักเรียนได้เรียนกวศวิชาดังกล่าวเพื่อเป็นการเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับการสอบ และทำให้นักเรียนประสบความสำเร็จจากการสอบแข่งขันได้

### 1.3 มโนอุปลักษณ์ การเรียนกวดวิชา

#### คือ การเดินทาง

มโนอุปลักษณ์การเรียนกวดวิชา คือ การเดินทาง เป็นมโนทัศน์ที่สะท้อนให้เห็นว่า การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่สามารถแสวงหาได้เรื่อย ๆ เปรียบเหมือนการเดินทาง และจุดหมายของการเดินทางในที่สุด นั่นคือการสอบเข้าเรียนต่อและสอบแข่งขันได้ประสบความสำเร็จ ถ้อยคำอุปลักษณ์การเดินทางที่พบ เช่น จุดเริ่มต้น หนทาง เส้นทาง ทาง ถนน เป็นต้น

#### ตัวอย่าง 5

“ให้ซัมเมอร์นี้เป็นจุดเริ่มต้นบนหนทางแห่งความสำเร็จของน้อง ๆ ทุกคน”

จากตัวอย่างจะแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาใช้ถ้อยคำที่สื่อมโนทัศน์ว่าการศึกษา คือ การเดินทาง โดยผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาได้เลือกชุดของคำที่มีความหมายถึงการเดินทาง ในตัวอย่างได้เลือกใช้คำ “จุดเริ่มต้น” เป็นวงคำศัพท์ที่สื่อความหมายถึงจุดเริ่มของเส้นทางการเดินทาง เพื่อชี้ให้เห็นว่าการเรียนกวดวิชาเป็นจุดเริ่มต้นของการเดินทางไปสู่ความสำเร็จ และเลือกใช้คำ “หนทาง” เป็นวงคำศัพท์ที่สื่อความหมายถึงเส้นทางของการเดินทาง เพื่อชี้ให้เห็นว่าการเรียนกวดวิชาเป็นหนทางที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ

#### ตัวอย่าง 6

“...เพื่อที่จะให้น้อง ๆ พร้อมที่จะปรับตัวและสู้ไปด้วยกัน ด้วยเทคนิคใหม่ที่จะมาแก้ไขปัญหาการเรียนให้กับน้อง ๆ เพื่อมุ่งสู่เส้นทางแห่งความสำเร็จตามปณิธานของเราที่ตั้งใจไว้”

จากตัวอย่างจะแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาใช้ถ้อยคำที่สื่อมโนทัศน์ว่าการศึกษา คือ การเดินทาง โดยผู้ผลิตโฆษณา

สถาบันกวดวิชาได้เลือกชุดของคำที่มีความหมายถึงการเดินทาง ในตัวอย่างได้เลือกใช้คำ “เส้นทาง” เป็นวงคำศัพท์ที่สื่อความ หมายถึงเส้นทางของการเดินทาง ซึ่งให้เห็นว่าการเรียนกวดวิชาเปรียบเสมือนหนทางที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ โดยตัวอย่างจะนำเสนอเทคนิคใหม่ที่จะช่วยแก้ไขปัญหาการเรียน หากนักเรียนได้เรียนกวดวิชาจะทำให้นักเรียนประสบความสำเร็จได้ตามที่ตั้งใจ

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ผลิตใช้ถ้อยคำที่สื่อมโนอุปลักษณ์เพื่อชี้ให้เห็นถึงความคิดที่ผู้ผลิตวาทกรรมโฆษณาต้องการนำเสนอ โดยการใช้มโนอุปลักษณ์ (การศึกษา คือ การทำสงคราม) และ (การศึกษา คือ การแข่งขันกีฬา) ในวาทกรรมโฆษณาสถาบันกวดวิชา ได้สื่อความคิดว่าการศึกษาคือการแข่งขันและจะต้องฝ่าฟันเพื่อไปสู่ความสำเร็จ และการใช้มโนอุปลักษณ์ (การศึกษา คือ การเดินทาง) สื่อความคิดว่า การเรียนกวดวิชาคือเส้นทางสู่ความสำเร็จ

## 2. การอ้างอิง

การอ้างอิง คือ การใช้ถ้อยคำที่เป็นข้อมูลต่าง ๆ จากผู้ผลิตโฆษณาเพื่อใช้เป็นหลักฐานในการอ้างอิง ซึ่งจะทำให้ข้อมูลดังกล่าวได้รับการยอมรับและเกิดความน่าเชื่อถือ โดยข้อมูลที่นำมาใช้ในการอ้างอิงนั้นอาจเป็นข้อมูลในลักษณะต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารมั่นใจว่าเป็นประโยชน์ต่อการนำเสนอและทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยการใช้การอ้างอิงในงานวิจัยนี้มีดังนี้

### 2.1 การอ้างอิงข้อเท็จจริงทั่วไป

การอ้างอิงข้อเท็จจริงทั่วไป เป็นการแสดงข้อมูลที่เป็นที่เข้าใจ เป็นข้อมูลที่รับรู้ทั่วกันว่าเป็นความจริง อาจเกิดขึ้นได้อย่างปกติหรืออาจเป็นความเชื่อของผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาว่าสิ่งที่ได้นำเสนอเป็นความจริงหรือเป็นสิ่งที่คนทั่วไปรับรู้ร่วมกันและมีความคิดความเชื่อ

แบบนั้น โดยโฆษณาพยายามชี้ให้เห็นว่าสิ่งที่นำเสนอเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญต่อนักเรียน โดยที่นักเรียนไม่มีทางเลือกอื่นนอกจากการเรียนกวดวิชา

ตัวอย่าง 7

“...สิ่งสำคัญที่สุดอีกอย่างหนึ่งในการเรียนของนักเรียนทุกคน คือ ความพร้อมสำหรับก้าวต่อไปในระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนชื่อดัง”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาได้เลือกใช้กลวิธีการอ้างถึงข้อเท็จจริงทั่วไป กล่าวคือ ผู้ผลิตโฆษณาได้เลือกใช้ถ้อยคำว่า “สิ่งสำคัญที่สุดอีกอย่างหนึ่งในการเรียนของนักเรียนทุกคน” นั้นแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตมีความเชื่อว่าสิ่งที่นำเสนอเป็นความจริงทั่วไปที่ว่า การเรียนต่อในโรงเรียนที่มีชื่อเสียงเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับนักเรียน เพื่อเป็นการเน้นย้ำให้นักเรียนมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนกวดวิชา และยังแฝงความคิดว่า เป้าหมายของการศึกษาคือ การสอบเข้าเรียนต่อในสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง

ตัวอย่าง 8

“เป็นที่ทราบกันดีว่า ปัจจุบันการที่จะได้เรียนในคณะและมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงจะต้องมีการแข่งขันกันกับนักเรียนจำนวนมากเพื่อแย่งชิงที่นั่งมาให้ได้ และน้อง ๆ จะต้องพยายามขวนขวายหาผู้ช่วยที่ดีที่จะทำให้ตนเองประสบความสำเร็จ...”

จากตัวอย่างจะแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้กลวิธีการอ้างถึงข้อเท็จจริงทั่วไป กล่าวคือ ผู้ผลิตโฆษณาได้เลือกใช้ถ้อยคำว่า “เป็นที่ทราบกันดีว่า” นั้นแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตมีความเชื่อว่าสิ่งที่นำเสนอเป็นความจริงทั่วไปที่ว่า การศึกษาคือการแข่งขันและนักเรียนจะต้อง

แข่งขันกับนักเรียนจำนวนมากเพื่อที่จะได้ชัยชนะ นั่นคือการได้ศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาที่ดีอีก ทั้งนักเรียนจะต้องพยายามหาวิธีการและตัวช่วยต่าง ๆ มาช่วยทำให้นักเรียนประสบความสำเร็จ นั่นก็คือการเรียนกวดวิชา และยังแฝงความคิดว่าการศึกษาคือการแข่งขันและจะต้องฝ่าฟันเพื่อไปสู่ความสำเร็จ

## 2.1 การอ้างถึงเหตุผล

การอ้างถึงเหตุผล เป็นการกล่าวถึงเหตุผลต่าง ๆ เพื่อชี้ให้เห็นว่าสิ่งที่ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาได้นำเสนอแก่ผู้รับสารนั้น เป็นสิ่งที่มีเหตุและผล น่าเชื่อถือ สังกัดได้จากคำแสดงเหตุผล เช่น เพราะ....จึง ดังนั้น ย่อม เนื่องจาก..ดังนั้น หาก ทำให้ เป็นต้น

ตัวอย่าง 9

“หากนักเรียนได้เตรียมพร้อมก่อนลงสนามสอบจริงกับสถาบันกวดวิชาของเราแล้วจะทำให้นักเรียนมั่นใจและทำข้อสอบได้อย่างมีความสุข ผลลัพธ์ที่ออกมาดีแน่นอน!”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาได้เลือกใช้กลวิธีการอ้างถึงเหตุผล กล่าวคือ ผู้ผลิตโฆษณาพยายามนำเสนอว่า สถาบันกวดวิชาจะสร้างความมั่นใจในการสอบให้แก่นักเรียนเพื่อผลลัพธ์ที่ดีได้ โดยอ้างสาเหตุว่านักเรียนควรได้เรียนกวดวิชาดังกล่าวจากสถาบันกวดวิชาเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อม โดยอาจแฝงความคิดว่าการเรียนกวดวิชาเสริมสร้างความมั่นใจในการเรียนและการสอบแข่งขัน

ตัวอย่าง 10

“เพราะการเรียนต่อในมหาวิทยาลัยดี ๆ ที่มีชื่อเสียงเป็นความใฝ่ฝันของนักเรียนหลาย ๆ คน ดังนั้นนักเรียนจะต้องพยายามใฝ่หาความรู้ต่าง ๆ และผู้ช่วยที่ดีที่จะทำให้ตนเองประสบความสำเร็จตามที่ตั้งใจ”

จากตัวอย่างจะแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้กลวิธีการอ้างถึงเหตุผลเพื่อทำให้นักเรียนเกิดความคิดว่าการที่ได้ศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงเป็นเป้าหมายการศึกษาของนักเรียน ซึ่งผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้ข้อความที่แสดงเหตุผลที่สัมพันธ์กันและจะทำให้นักเรียนผู้อ่านโฆษณาเชื่อตามสิ่งที่โฆษณาได้นำเสนอว่า การศึกษามีเป้าหมาย คือ การสอบเข้าเรียนต่อในสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง

ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาได้พยายามนำเสนอข้อมูล 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสาเหตุและส่วนที่เป็นผลลัพธ์ที่สัมพันธ์กัน เพื่อทำให้ผู้รับสารเกิดความคิดคล้อยตามและเชื่อในสิ่งที่ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาได้นำเสนอว่าสิ่งที่ได้นำเสนอผ่านโฆษณานั้นเป็นสิ่งที่มีความดีและตั้งอยู่บนหลักพื้นฐานของความเป็นจริง ทำให้ผู้รับสารรู้สึกไว้วางใจเชื่อมั่นในสถาบันกวดวิชา และจะทำให้ผู้รับสารเกิดการตัดสินใจเรียนสถาบันกวดวิชาเหล่านั้น

### 3. การใช้ทัศนภาวะ

ชนกพร อังศุวิริยะ (Angsuviriya, 2008, p. 157) กล่าวว่า ทัศนภาวะ หมายถึง คำที่ครอบคลุมรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งยอมให้ผู้พูดแสดงการเปลี่ยนแปลงระดับการให้คำมั่นหรือความเชื่อในบางเรื่อง ทัศนภาวะมีความสำคัญในการแสดงให้เห็นโลกสมมติจากความคิดของผู้เขียนที่ต้องการนำเสนอความคิดต่าง ๆ ในวาทกรรม ด้วยคำแสดงทัศนภาวะ เช่น ควร ไม่ควร ต้อง จำเป็นต้อง ย่อม เชื่อว่า เป็นต้น โดยการวิเคราะห์จะไม่ได้อธิบายเพียงคำเดียวเพราะอาจจะทำให้ไม่เข้าใจความคิดของผู้ผลิตโฆษณาได้ชัดเจน จึงต้องอธิบายร่วมกับข้อความต่าง ๆ ที่ปรากฏด้วย

นววรรณ พันธุเมธา (Panmaeka, 2006, p. 72) แนะนำว่า การใช้คำว่า ควร หรือ ไม่ควรแสดง

ความเห็นของผู้พูดด้วยการใช้เหตุและผล การใช้คำว่า ควร หรือ ไม่ควรเป็นการแนะนำวิธีปฏิบัติที่นักเรียนพึงกระทำพร้อมกับการใช้เหตุผลเพื่อทำให้นักเรียนเห็นนั้น ๆ มีน้ำหนักและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ตัวอย่าง 11

“น้อง ๆ ควรเรียนคอร์สระดับพื้นฐานในช่วงปิดเทอม ก่อนที่จะเรียนในโรงเรียนตอนเปิดเทอม เพื่อป้องกันปัญหาสำหรับบางโรงเรียนที่เรียนสลับบทเรียนต่างจากหลักสูตร หรือปัญหาการเรียนไม่ทัน ใช้สอบที่โรงเรียน”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาได้เลือกใช้กลวิธีการใช้ทัศนภาวะ กล่าวคือ ผู้ผลิตโฆษณาได้เลือกใช้ถ้อยคำว่า “ควร” เพื่อเป็นการแสดงความเห็นของผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชา และการใช้คำว่า ควรเป็นการแนะนำวิธีปฏิบัติที่นักเรียนพึงกระทำพร้อมกับการใช้เหตุผลดังกล่าวมาประกอบเพื่อให้นักเรียนเห็นนั้นๆ มีน้ำหนักและน่าเชื่อถือ โดยตัวอย่างได้แนะนำให้นักเรียนเรียนคอร์สระดับพื้นฐานในช่วงปิดเทอม เพื่อป้องกันปัญหาการเรียนที่จะเกิดขึ้นในโรงเรียนช่วงเปิดเทอม อีกทั้งยังแฝงความคิดว่า การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับนักเรียน

การใช้คำกริยา เชื่อว่า เพื่อแสดงข้อความที่กล่าวเป็นความเห็นส่วนบุคคล เป็นการใช้ทัศนคติของผู้พูด เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านรู้สึกเห็นพ้องต้องกันหรือเพื่อแนะนำให้ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม (รัชนิท พงศ์อุดม) (Pongudom, 2005, p. 111)

ตัวอย่าง 12

“เราเชื่อว่าคอร์สเรียนต่าง ๆ ที่เราสร้างขึ้นมามีความต้องการของน้อง ๆ จะช่วย



ให้น้อง ๆ เตรียมพร้อมรับมือกับการสอบต่าง ๆ  
ทุกสนามสอบได้อย่างมั่นใจ”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิต  
โฆษณาสถาบันกวดวิชาได้เลือกใช้กลวิธีการใช้  
ทัศนภาวะ กล่าวคือ ผู้ผลิตโฆษณาได้เลือกใช้  
ถ้อยคำว่า “เชื่อว่า” เพื่อเป็นการแสดงความเห็น  
ของผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชา และการใช้คำ  
ว่า เชื่อว่า เป็นการชักนำความคิดให้แก่ นักเรียนให้  
น่าเชื่อถือ โดยตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นว่าถ้า  
นักเรียนเรียนคอร์สต่าง ๆ แล้วจะทำให้พร้อม  
รับมือกับการสอบต่าง ๆ ด้วยความมั่นใจ อีกทั้ง  
ยังแฝงความคิดว่า การเรียนกวดวิชาเสริมสร้าง  
ความมั่นใจในการเรียนและการสอบแข่งขัน

#### 4. การใช้คำยืนยันของผู้ที่ประสบความสำเร็จ

การใช้คำยืนยันของผู้ที่ประสบความสำเร็จ  
ความสำเร็จ คือ การยืนยันด้วยคำพูดหรือคำ  
สัมภาษณ์ของผู้ที่ประสบความสำเร็จจากการเรียน  
กวดวิชาเพื่อแสดงให้เห็นว่า ผู้สอนและสถาบัน  
กวดวิชานั้น ๆ มีส่วนสำคัญที่ทำให้ปัญหาการเรียน  
หมดสิ้นไปและประสบความสำเร็จในการเรียน  
การสอนต่าง ๆ อาจกล่าวถึงปัญหาที่ผู้เรียนกวด  
วิชาประสบมาก่อน แต่ปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้น  
สามารถแก้ไขได้หากเรียนกวดวิชา ด้วยเหตุนี้การ  
ใช้คำยืนยันของผู้ที่ประสบความสำเร็จจึงเป็น  
กลวิธีที่ทำให้ผู้อ่านโฆษณาเข้าใจถึงเหตุผลและ  
ความจำเป็นที่จะต้องเรียนกวดวิชานั้น ๆ

ตัวอย่าง 13

“ตั้งแต่เรียนคณิตศาสตร์มาผมไม่เคยรู้  
เรื่องเลขจนได้มาเรียนที่นี่ อาจารย์ทำให้วิชา  
คณิตศาสตร์เป็นวิชาที่ง่ายขึ้น ไม่ซับซ้อน อาจารย์  
มีเทคนิคต่าง ๆ มากมายที่ผมไม่เคยได้เรียนใน

โรงเรียนมาก่อน ถ้าผมไม่ได้เรียนพิเศษที่นี่ก็คงไม่  
เข้าใจแน่ ๆ”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า มีการยก  
ข้อความการใช้คำยืนยันของผู้ที่ประสบ  
ความสำเร็จโดยใช้ถ้อยคำ “ถ้าผมไม่ได้เรียนพิเศษ  
ที่นี่ก็คงไม่เข้าใจแน่ ๆ” ซึ่งอาจจะสะท้อนให้เห็น  
ว่า การเรียนพิเศษทำให้มีความเข้าใจมากขึ้นจาก  
เดิมที่ไม่เคยรู้เรื่องเลย ด้วยเทคนิคและวิธีการสอน  
ของสถาบันกวดวิชา อีกทั้งยังเป็นการแฝง  
ความคิดว่า การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็น  
สำหรับนักเรียน

ตัวอย่าง 14

“ผมเป็นคนหนึ่งที่ไม่ค่อยเก่งวิชา  
คณิตศาสตร์ พอได้มาเรียนกับพี่โอ้ทำให้ผมเข้าใจ  
มากขึ้น พี่โอ้สอนดีมาก มีเทคนิคต่าง ๆ มากมาย  
ที่ช่วยในการทำโจทย์ให้ง่ายขึ้น ทำให้ผมเข้าใจ  
วิชาคณิตศาสตร์มากขึ้น และยังช่วยทำให้ผม  
มั่นใจเวลาทำข้อสอบว่าผมจะทำคะแนนได้ดี  
แน่นอนครับ”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า มีการยก  
ข้อความการใช้คำยืนยันของผู้ที่ประสบ  
ความสำเร็จโดยใช้ถ้อยคำ “ทำให้ผมเข้าใจวิชา  
คณิตศาสตร์มากขึ้น และยังช่วยทำให้ผมมั่นใจ  
เวลาทำข้อสอบว่าผมจะทำคะแนนได้ดีแน่นอน  
ครับ” ซึ่งอาจจะสะท้อนให้เห็นว่า การเรียนพิเศษ  
ทำให้มีความเข้าใจมากขึ้นและเกิดความมั่นใจใน  
การทำข้อสอบ ด้วยเทคนิคและวิธีการสอนของ  
สถาบันกวดวิชา อีกทั้งยังเป็นการแฝงความคิดว่า  
การเรียนกวดวิชาเสริมสร้างความมั่นใจในการ  
เรียนและการสอบแข่งขัน

#### 5. การใช้การกล่าวเกินจริง

การใช้การกล่าวเกินจริง คือ การย้า  
ความรู้สึกที่มีต่อความหมายนั้นให้เห็นเป็นเรื่อง

สำคัญหรือยิ่งใหญ่ สมเกียรติ รัชมณี

(Rakmanee, 2006) อีกทั้งยังใช้เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้อ่านโฆษณาเกิดความรู้สึกว่าสิ่งที่ผู้ผลิตโฆษณาได้นำเสนอนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็น และเกิดความคิดความเชื่อคล้อยตามสิ่งที่ผู้ผลิตโฆษณาได้นำเสนอ

ตัวอย่าง 15

“ที่สุดแห่งการเรียนรู้แสนสนุก ได้ความรู้แบบเต็ม ๆ เพื่อเพิ่มเกรดในชั้นเรียนและการสอบแข่งขันที่ได้ผลเกิน 100%”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาได้เลือกใช้กลวิธีการใช้การกล่าวเกินจริง กล่าวคือ “เพื่อเพิ่มเกรดในชั้นเรียนและการสอบแข่งขันที่ได้ผลเกิน 100%” แสดงให้เห็นว่าผลลัพธ์จากการเรียนกวดวิชาที่นักเรียนจะได้ผลเกินความคาดหมายของผู้เรียนที่เป็นไปได้ และจะทำให้ผู้เรียนเกิดความมั่นใจและเชื่อมั่นในประสิทธิภาพการเรียนการสอนของสถาบันกวดวิชาดังกล่าว อีกทั้งยังแฝงความคิดว่าการเรียนกวดวิชาเสริมสร้างความมั่นใจในการเรียนและการสอบแข่งขัน

ตัวอย่าง 16

“เสริมสร้างความมั่นใจเกิน 100! กับคอร์สตะลุยโจทย์ก่อนการลงสนามสอบจริง ADMISSION 56”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาได้เลือกใช้กลวิธีการกล่าวเกินจริง กล่าวคือ “เสริมสร้างความมั่นใจเกิน 100!” แสดงให้เห็นว่า การเรียนกวดวิชาจะทำให้ นักเรียนมีความมั่นใจเกินความคาดหมายกับการสอบจริง อีกทั้งยังแฝงความคิดว่า การเรียนกวดวิชาเสริมสร้างความมั่นใจในการเรียนและการสอบแข่งขัน

## 6. การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

(Rhetorical question) คือ คำถามที่ไม่ได้ต้องการจะมุ่งหาคำตอบแต่เป็นการถามที่ผู้ผลิตโฆษณามีวัตถุประสงค์เพื่อชี้แนะหรือมีความคาดหวังคำตอบจากผู้อ่านข้อความโฆษณาอยู่ในใจแล้ว รัชนิษฐ์ พงศ์อุดม (Pongudom, 2005) ดังนั้นคำถามเชิงวาทศิลป์จึงเป็นกลวิธีหนึ่งที่จะทำให้ผู้อ่านเกิดความคิดและตระหนักถึงสิ่งที่ผู้ผลิตโฆษณาได้ถาม โดยที่ผู้ผลิตโฆษณาได้คาดหวังคำตอบไว้แล้วว่า คำตอบที่ได้จะต้องสอดคล้องและตรงตามความต้องการที่ผู้ผลิตโฆษณาได้คิดไว้ อีกทั้งยังส่งผลให้ผู้อ่านโฆษณาย่อมเกิดการเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อและพฤติกรรมต่าง ๆ ตามที่ผู้ผลิตโฆษณาได้นำเสนอไว้

ตัวอย่าง 17

“ม.ต้น ที่จะลงแข่งขันสอบเข้าเตรียมอุดม ปี 56 ซึ่งเป็นสนามสอบระดับมัธยมปลายอันดับหนึ่งของประเทศ จับเดียวกับคู่แข่งกันกว่า 13,000 ชีวิต ทำทายด้วยข้อสอบระดับอภิมหาหิน และความเคร่งเครียดในเวลาแสนจำกัด น้อง ๆ แน่ใจหรือว่าพร้อมแล้ว? ถ้ายังมาเสริมสร้างความมั่นใจ 100% กันที่นี้ดีกว่า”

จากตัวอย่างจะแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาพยายามกระตุ้นและทำให้นักเรียนเกิดการนึกคิดว่าตนเองพร้อมหรือยังกับการสอบที่จะมีผู้แข่งขันจำนวนมากและข้อสอบที่ยากโดยการใช้ข้อความว่า “น้อง ๆ แน่ใจหรือว่าพร้อมแล้ว?” โดยที่ผู้ผลิตโฆษณามีคำตอบในใจแล้วว่านักเรียนยังไม่พร้อมในการสอบ ดังนั้นหนทางที่จะทำให้ นักเรียนเกิดความมั่นใจพร้อมสำหรับการสอบคือการเรียนกวดวิชา ซึ่งจะเป็นหนทางที่จะทำให้ นักเรียนประสบความสำเร็จจากการสอบแข่งขันอย่างเต็ม

100% อีกทั้งยังแฝงความคิดว่า การเรียนกวดวิชา เสริมสร้างความมั่นใจในการเรียนและการ สอบแข่งขัน

ตัวอย่าง 18

“น้อง ๆ ม.ปลาย เตรียมพร้อมหรือยัง มั่นใจแค่ไหนกับการสอบ ADMISSION ปีนี้?”

สถาบันกวดวิชาเจี๋ย ร่วมจัดหนักจัดเต็มให้น้อง ม.ปลาย ติวเข้ม...กระชับ ครอบคลุม ทุกเนื้อหา พร้อมเสริมเทคนิคพิเศษ ย้ำจุดที่ไม่ควรมองข้าม สร้างความมั่นใจ 100 % เพื่อนำไปใช้ในการสอบแข่งขัน”

จากตัวอย่างจะแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาใช้กลวิธีการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์เพื่อทำให้นักเรียนเกิดการถูกคิดและตระหนักถึงความพร้อมในการสอบ ADMISSION ซึ่งเป็นการสอบที่สำคัญและผู้ผลิตโฆษณาได้พยายามนำเสนอเพื่อให้นักเรียนคิดและตัดสินใจเรียนกวดวิชา เนื่องจากนักเรียนยังขาดความพร้อม หากได้เรียนกวดวิชาแล้วจะทำให้ให้นักเรียนมีความมั่นใจ 100% อีกทั้งผู้ผลิตโฆษณามีความคาดหวังให้นักเรียนมาเรียนกวดวิชาดังกล่าว และยังแฝงความคิดว่าการเรียนกวดวิชาเสริมสร้างความมั่นใจในการเรียนและการสอบแข่งขัน

## 7. การใช้มูลบท

ศิริพร ภักดีผาสุข (Phakdeephassook, 2010, p. 58) การใช้มูลบท คือ การใช้รูปภาษาเพื่อสื่อความเชื่อหรือความรู้เบื้องต้นที่มีอยู่ก่อนโดยไม่ต้องเอ่ยถึงความเชื่อหรือความรู้นั้นโดยตรง อาจเกิดขึ้นได้จากการใช้คำศัพท์หรือวลีบางคำที่ทำให้นึกถึงความหมายอื่นนอกเหนือจากความหมายที่ปรากฏอยู่ในถ้อยคำ (รัชนิท พงศ์อุดม) (Pongudom, 2005, p. 115) ผู้วิจัยพบการใช้มูลบทที่สัมพันธ์กับการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับการศึกษาดังนี้

## 7.1 การใช้มูลบทเพื่อแนะว่า

**คุณลักษณะเชิงบวกของนักเรียนสามารถเพิ่มขึ้นได้**

การใช้มูลบทเพื่อแนะว่า

คุณลักษณะเชิงบวกของนักเรียนสามารถเพิ่มขึ้นได้ เป็นการบอกให้เห็นถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่นักเรียนควรมีและเป็นสิ่งที่นักเรียนทั่วไปอยากมี ซึ่งจะให้เห็นว่าคุณลักษณะดังกล่าวเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญสำหรับนักเรียนในปัจจุบันผลการวิเคราะห์พบว่า มีการใช้คำแสดงคุณลักษณะเชิงบวกของนักเรียน เช่น เก่ง ที่ 1 ฉลาด ชาญฉลาด เป็นต้น ควบคู่กับคำที่แสดงว่าเป็นสิ่งที่เปลี่ยนไปจากที่มี เช่น กว่าเดิม เสริม เปลี่ยน เป็นต้น

ตัวอย่าง 19

“แค่เรียนกับเรา น้อง ๆ ก็เก่งกว่าเดิมได้อย่างแน่นอน”

จากตัวอย่างจะแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตโฆษณาสถาบันกวดวิชาเลือกใช้ถ้อยคำว่า “แค่เรียนกับเรา น้อง ๆ ก็เก่งกว่าเดิมได้อย่างแน่นอน” เพื่อสะท้อนให้เห็นว่า ความเก่งของน้อง ๆ สามารถเก่งขึ้นได้อีกหากได้รับการเรียนกวดวิชาดังกล่าว โดยการใช้คำว่า “กว่าเดิม” จึงอนุมานได้ว่าเดิมมีอยู่แล้วแต่สามารถทำให้เก่งเพิ่มขึ้นได้ ดังนั้นหากนักเรียนอยากเก่งกว่าเดิมจึงจำเป็นต้องเรียนกวดวิชาดังกล่าว และยังเป็นการแฝงความคิดว่าการเรียนกวดวิชาทำให้นักเรียนมีคุณลักษณะเชิงบวก

## 7.2 การใช้มูลบทเพื่อแนะว่าปัญหา

**การเรียนของนักเรียนเป็นสิ่งที่ควรกำจัดหรือทำให้ลดน้อยลงและหมดไป**

การใช้มูลบทเพื่อแนะว่าปัญหาการเรียนของนักเรียนเป็นสิ่งที่ควรกำจัดหรือทำให้

ลดน้อยลงและหมดไป เป็นการบอกให้เห็นถึง ปัญหาการเรียนของนักเรียนในเรื่องต่าง ๆ ว่าควร ทำให้หมดไป ซึ่งปัญหาดังกล่าวนั้นจะส่งผลต่อ การเรียนและการสอบแข่งขันต่าง ๆ ของนักเรียน อย่างมาก สถาบันกวดวิชาจึงเป็นผู้ที่จะทำให้ ปัญหาดังกล่าวนั้นหมดไป ผลการวิเคราะห์พบว่า มีการใช้คำกริยาที่แสดงถึงการทำให้ ลดน้อยลง และทำให้หมดไป เช่น ลด กำจัด กลบ หยุต ฯลฯ ร่วมกับคำที่แสดงสภาพปัญหาเพื่อสื่อความ ว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ควรทำให้หมดไป

ตัวอย่าง 20

*“ลดปัญหาการเรียนต่าง ๆ ให้หมดไป เสริมความรู้ใหม่ที่ไม่เคยได้เรียนมาก่อน”*

จากตัวอย่างจะแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิต โฆษณาสถาบันกวดวิชาเลือกใช้คำว่า “ลด” ควบคู่ กับถ้อยคำ “ปัญหาการเรียนต่าง ๆ” ซึ่งอาจ อนุมานได้ว่าเดิมมีปัญหาการเรียนต่าง ๆ เกิด ขึ้นกับนักเรียนอยู่ ดังนั้นหากนักเรียนได้รับการ เรียนกวดวิชาดังกล่าวก็น่าจะช่วยทำให้ปัญหาการเรียนต่าง ๆ ลดลง อีกทั้งยังได้เสริมความรู้ใหม่ที่ นักเรียนไม่เคยได้เรียนมาก่อนอีกด้วย และยังเป็น การแฝงความคิดว่าการเรียนกวดวิชาทำให้ปัญหา การเรียนหมดไป

จากกลวิธีการใช้มูลบทเพื่อเน้นความ ดังกล่าวข้างต้นสามารถสื่อความคิดได้ว่า การ เรียนกวดวิชาทำให้นักเรียนมีคุณลักษณะเชิงบวก และปัญหาการเรียนหมดไป

### การสรุปผลการวิจัย

บทความวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์กลวิธีทาง ภาษาในการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับ “การศึกษา” และ “การเรียนกวดวิชา” ในวาทกรรมโฆษณา สถาบันกวดวิชา โดยมีคำถามวิจัยว่ากลวิธีทาง

ภาษาในการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับ “การศึกษา” และ “การเรียนกวดวิชา” ในวาทกรรมดังกล่าวมี อะไรบ้าง และกลวิธีทางภาษาเหล่านั้นนำเสนอ ความคิดเกี่ยวกับ “การศึกษา” และ “การเรียนกวด วิชา” อย่างไรบ้าง

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กลวิธีทาง ภาษาในการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับ “การศึกษา” และ “การเรียนกวดวิชา” ในวาทกรรมโฆษณา สถาบันกวดวิชา มีทั้งหมด 7 กลวิธี ได้แก่ การใช้ อุปถัมภ์ การอ้างถึง การใช้ทัศนภาวะ การใช้ คำยืนยันของผู้ที่ประสบความสำเร็จ การกล่าวเกิน จริง การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ การใช้มูลบท

กลวิธีทางภาษาได้นำเสนอความคิด เกี่ยวกับ “การศึกษา” และ “การเรียนกวดวิชา” หลายความคิด โดยผู้วิจัยสามารถสรุปความคิด ย่อย ๆ ที่เกี่ยวกับ “การศึกษา” ได้ดังนี้ (1) การศึกษาคือการแข่งขันและจะต้องฝ่าฟันเพื่อไ้ ไปสู่ความสำเร็จ (2) เป้าหมายของการศึกษา คือ การสอบเข้าเรียนต่อในสถาบันการศึกษาที่มี ชื่อเสียง ส่วนความคิดที่เกี่ยวกับ “การเรียนกวด วิชา” สามารถสรุปเป็นความคิดย่อย ๆ ได้ดังนี้ (1) การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับนักเรียน (2) การเรียนกวดวิชาเสริมสร้างความมั่นใจในการ เรียนและการสอบแข่งขัน (3) การเรียนกวดวิชาทำ ให้นักเรียนมีคุณลักษณะเชิงบวกและปัญหาการเรียนหมดไป (4) การเรียนกวดวิชาคือเส้นทางสู่ ความสำเร็จ

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ ศึกษาเพียงกลวิธีทางภาษาในการนำเสนอความคิด เกี่ยวกับการศึกษาและการเรียนกวดวิชาจาก วาทกรรมโฆษณาสถาบันกวดวิชาเท่านั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงไม่สามารถกล่าวอ้างได้ว่าเป็น ความคิดเกี่ยวกับการศึกษาและการเรียนกวดวิชาที่ แท้จริงทั้งหมดในสังคมได้ ด้วยเหตุนี้การนำเสนอ

ความคิดเกี่ยวกับการศึกษาและการเรียนกวดวิชา  
ในวาทกรรมโฆษณาจึงเป็นความพยายามของ  
ผู้ผลิตโฆษณาที่มุ่งหวังผลประโยชน์ทางการค้าจาก  
นักเรียนซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของ  
วาทกรรมนี้

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษากลวิธีทางภาษาในการนำเสนอ  
ความคิดเกี่ยวกับคำอื่น ๆ



## References

- Angkanitkit, J. (2014). *Discourse analysis*. Bangkok: Thammasat University. (in Thai)
- Angsuviriya, C. (2008). *Femininity" in Satrisarn magazine (1948-1996) : A relation between language and ideology*. Doctoral dissertation in Public Administration, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Devahastin Na Ayutthaya, W. (2008). *The differences of business and educating business*.  
14 February, 2013. from <http://www.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID=9510000059592>  
(in Thai)
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London: Longman.
- Panmaeka, N. (2006). *Ruk pasa*. Bangkok: Chulalongkorn university. (in Thai)
- Panpothong, N. (1999). The function of metaphor from view of Thai speaker. *Thai language and literature*.  
16 (December 1999), 249-268. (in Thai)
- Phakdeephassook, S. (2010). *Discourse of Femininity un the Advertisements in Thai Health and Beauty Magazines*. Thai Department Faculty of Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Pongudom, R. (2005). *The relationship between language and values on beauty: A study of advertising discourse on cosmetics in Thai*. Master's thesis in Linguistics, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Rakmanee, S. (2006). *Rhetoric language*. Thai Department, Faculty of Humanities, Kasetsart University.  
(in Thai)
- Sinlarat, P. (2002). *Tutoring of the secondary student in Thai*. Bangkok: Office of the Education Council.  
(in Thai)
- Van Dijk, T. A. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse and Society*. 12(2006), 359-383.

