

ลักษณะการเสนอสารในข้อความโฆษณา ในหนังสือพิมพ์ภาษาไทย ระหว่าง พ.ศ. ๒๓๘๗ - ๒๔๘๗

พรทิพย์ เฉิดฉินนภา*

ภาษาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อมนุษย์มาก มนุษย์สร้างภาษาขึ้นเพื่อใช้สื่อสารให้เกิดความเข้าใจระหว่างมนุษย์ด้วยกัน มนุษย์จำเป็นต้องใช้ภาษาในการพูดคุยติดต่อประจำวัน ปรึษางานหรืออภิปรายโต้แย้งปัญหาต่างๆ ตลอดจนใช้ภาษาเพื่อสร้างความเพลิดเพลิน เช่น การประพันธ์บทเพลง บทร้อยกรองและบทละคร เป็นต้น ภาษาจึงเป็นหัวใจสำคัญในกิจกรรมการสื่อสารของมนุษย์เป็นเครื่องมือที่ให้มนุษย์ถ่ายทอดความรู้ ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี คติวัฒนธรรมจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง และคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง (วิไลวรรณ ขนิษฐานนท์, ๒๕๓๑, น.๑) และอาจกล่าวได้ว่าไม่มีมนุษย์ปกติคนใดที่จะไม่ใช้ภาษาในชีวิตประจำวัน ภาษาเป็นของกลุ่มมนุษย์ ภาษาแทรกซึมอยู่ในกิจกรรมทุกชนิดของมนุษย์ (วิชาการ, ๒๕๓๖, น.๓ - ๔) ดังนั้นกิจกรรมการดำเนินชีวิตต่างๆ ของมนุษย์ โดยเฉพาะกิจกรรมที่ต้องมีการติดต่อระหว่างบุคคลจึงต้องใช้ภาษาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น กิจกรรมการเรียนการสอน และกิจกรรมการค้าขาย เป็นต้น

กิจกรรมการค้าขายนับได้ว่าเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ที่ต้องอาศัยภาษามากที่สุด เนื่องจากการค้าขายเป็นกิจกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จึงจำเป็นต้องใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารความเข้าใจระหว่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาษาเพื่อตกลงราคาสินค้า หรือการใช้ภาษาเพื่อชี้แจงสรรพคุณหรือคุณภาพของสินค้า เจ้าของสินค้าใดสามารถเชิญชวนและชักจูงใจให้คนมาซื้อสินค้าได้ดีก็จะทำให้คนมาซื้อสินค้าได้มากเท่านั้น จึงนับได้ว่าภาษาเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า

การใช้ภาษาเพื่อชักจูงใจให้คนมาซื้อสินค้าก็คือการโฆษณา ซึ่งคำว่าโฆษณานี้ จูไรรัตน์ ลักษณะศิริ (๒๕๓๘, น. ๑) ได้กล่าวถึงหลักฐานการปรากฏใช้คำนี้ครั้งแรกในภาษาไทยดังต่อไปนี้

* อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อ.บ. (ภาษาไทย), อ.ม. (ภาษาไทย) มหาวิทยาลัยศิลปากร

พบครั้งแรกในศิลาจารึกวัดพระเสด็จซึ่งพบที่วัดพระเสด็จจังหวัดสุโขทัย ด้านที่ ๑ บรรทัดที่ ๑๗ จารึกหลักนี้สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ.๒๐๖๘ ความว่า ศกมะแมนักษัตริศุมหุรดี จึงนายพันเทพรักษา พันสุริยมาตย์ อีกอำแดงคำกอง อำแดงคำแก้ว แฝวในมันอันทรพ ศรัทธาอภัยล้าย* ใจจำนง จงประโยชน์ โฆษณาแก่มหาสัปบุรุษทั้งหลาย

คำ “โฆษณา” ในศิลาจารึกดังกล่าวหมายถึง แจ้ง ประกาศทั่วๆ ไป แตกต่างกับความหมายของ คำว่าโฆษณาในปัจจุบันซึ่งเป็นการแจ้งหรือประกาศเกี่ยวกับสินค้า แต่ข้อความข้างต้นก็เป็นหลักฐาน แสดงให้เห็นว่า คำว่า “โฆษณา” นั้นปรากฏตั้งแต่สมัยสุโขทัยแล้ว

การโฆษณาสินค้านั้นแม้ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าเกิดขึ้นในสมัยใด แต่อาจสันนิษฐานได้ว่าการ โฆษณาคงเกิดขึ้นตั้งแต่มนุษย์เริ่มรู้จักการซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งอาจจะมีการโฆษณาในลักษณะ การพูดเชิญชวนให้มาซื้อสินค้าชนิดนั้น การโฆษณาสินค้าในประเทศไทยไม่ปรากฏหลักฐานเป็นลายลักษณ์ อักษรทั้งในสมัยสุโขทัยและอยุธยา อย่างไรก็ตามผู้เขียนพบว่าในวรรณคดีไทยเรื่องสังข์ทอง บทพระราชนิพนธ์พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยได้ปรากฏการพูดเชิญชวนในลักษณะของการโฆษณาด้วยการบอกกล่าวให้มาซื้อสินค้าดังกล่าวไว้ในตอนที่ท้าวยศวิมลพานางจันทวีเดินเข้าไปในตลาดในเมือง สยามลตั้งข้อความต่อไปนี้

บัดนั้น	แม่ค้าขายของถ้วนหน้า
ครั้นเห็นสองกษัตริย์ก็สงกา	สะกิดกันพูดจาวุ่นวาย
กลางคนว่าข้าดูท้วงที	ตาที่ตะพายยามงามใจหาย
รูปพรรณสัณฐานพานจะคล้าย	กับลูกเขยเจ้านายของเรา
บ้างว่าข้าเห็นยายก็ชอบกล	ชะรอยคนมั่งมีผู้ดีเก่า
ถึงทั้งแก่แลดูยังพริ้งเพรา	ไรจุกโตแทบเท่าสองนิ้ว
ที่ปากเปราะระเรายก็ร้องทัก	มาหยุดพักให้สบายหายหิว
ดูซื้อแพรเลี้ยงโม่ไสรีว	ทั้งซุ่นตัวบักเถาของเรามี
กลางคนร้องเรียกพลางทางวิ่งตาม	เข้าจุดยามท่านตาว่ามานี้
ร้านเข้าผ้าผ่อนล้วนดีดี	เลือกดูที่งามตามชอบใจ
	(บทละครนอกเรื่องสังข์ทอง, น.๑๙๓)

ต่อมาเมื่อบ้านเมืองเจริญขึ้นจำนวนประชากรเพิ่มและการประกอบธุรกิจการค้าต่างๆ ก็เพิ่มขึ้นตามลำดับ ประกอบกับการนำการพิมพ์เข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทยทำให้เริ่มมีกิจการการพิมพ์หนังสือพิมพ์ เพื่อจำหน่าย หนังสือพิมพ์ภาษาไทยฉบับแรกคือ *บางกอกกรีคอร์เดอร์* ซึ่งพิมพ์จำหน่ายปลายสมัยรัชกาล พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ในหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ได้ปรากฏโฆษณาลายลักษณ์อักษรแรกของ ไทยคือโฆษณาขายหนังสือพิมพ์ *บางกอกกรีคอร์เดอร์* ในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ฉบับปฐมฤกษ์ ใบหนึ่ง เล่มหนึ่ง วันที่ ๔ กรกฎาคม พ.ศ.๒๔๘๗ ดังข้อความต่อไปนี้

* ข้อความอ้างอิงและตัวอย่างโฆษณาในบทความนี้ยึดการสะกดตามต้นฉบับเดิม

คำอธิบาย

พวกครูอะเมริกาซึ่งอาศัยอยู่หน้าวัดเจ้าคุณพระคลังได้ปรึกษาพร้อมใจกันว่า จะแต่งหนังสือข่าวตีพิมพ์เป็นภาษาไทย ตีพิมพ์เดือนละแผ่นขนาดกว้างยาวเท่ากับแผ่นนี้ คือ ปีหนึ่งสิบสองแผ่น...ราคาหนังสือข่าวนี้อาจจะแพงกว่าหนังสือสิบสองแผ่น ถ้าคนซื้อทั้งปีก็เอาเงินหนึ่งบาท, จะให้เงินเมื่อถึงแผ่นที่หกก็ได้, ตามแต่ใจผู้ซื้อ, อย่างหนึ่งถ้าไม่ปรารถนาจะซื้อให้ครบปี, จะซื้อแผ่นหนึ่งสองแผ่นตามใจปรารถนาของคนนั้น, ก็ตีราคาไว้แผ่นละเฟื้อง (บางกอกเรียลไทม์เตอร์ โป ๑ เล่ม ๑ วันที่ ๔ กรกฎาคม พ.ศ.๒๓๘๗ หน้า ๑)

เมื่อพิจารณาในแง่การสื่อสารจะเห็นว่า การโฆษณาที่เป็นลายลักษณ์อักษรจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ ๔ ประการ ดังนี้

๑. ผู้ส่งสาร	ได้แก่	ผู้โฆษณา
๒. สาร	ได้แก่	ข้อความโฆษณา
๓. ผู้รับสาร	ได้แก่	ผู้อ่าน
๔. สื่อ	ได้แก่	หนังสือพิมพ์

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณา ผู้ศึกษาพบว่า สารในข้อความโฆษณาในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยตั้งแต่บางกอกเรียลไทม์เตอร์ฉบับปฐมฤกษ์เป็นต้นมา เป็นการเสนอข้อมูล เกี่ยวกับสินค้าต่างๆ ด้วยภาษาเรียบง่ายและบอกรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้านั้น เช่น แหล่งผลิต สถานที่ จัดจำหน่าย และราคา เป็นต้น โฆษณาในหนังสือพิมพ์ฉบับต่อๆ มาจึงจะเริ่มเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าเพิ่มมากขึ้น และมีองค์ประกอบของการโฆษณาหลายๆ ส่วนที่คล้ายกับโฆษณาในปัจจุบัน เช่น หัวเรื่อง หัวเรื่องรอง ข้อความโฆษณา คำขวัญ คำสรุป และภาพประกอบ เป็นต้น เมื่อพิจารณาโฆษณาในส่วนที่เป็นข้อความโฆษณาในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยระหว่าง พ.ศ.๒๓๘๗ - พ.ศ.๒๔๘๗ พบว่าข้อความโฆษณาแต่ละข้อความมีลักษณะการเสนอสารด้วยการใช้ภาษาที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

๑. การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการบอกกล่าว

การโฆษณาสินค้าในหนังสือพิมพ์นั้น ผู้เขียนมักจะใช้กลวิธีการเขียนต่างๆ เพื่อให้โฆษณานั้น น่าสนใจและเชิญชวนให้ผู้อ่านมาซื้อสินค้า แต่มีโฆษณาประเภทหนึ่งซึ่งเสรี วงศ์มณฑา เรียกว่า โฆษณาประเภทแจ้งความ (information advertising) คือโฆษณาพื้นฐานที่จะต้องมีอยู่ในทุกยุคทุกสมัยทุกระบบเศรษฐกิจ เป็นโฆษณาที่เพียงบอกให้ผู้บริโภคทราบว่า มีสินค้าอะไรอยู่ที่ไหน ราคาเท่าไร และประโยชน์ของสินค้าคืออะไร ด้วยการใช้อธิบายเรียบง่ายและไม่ใช้กลวิธีการเขียนที่ซับซ้อน เช่น

เจ้าของหนังสือนิราชมืองลอนดอนนั้น อยู่ที่แฟริมปากคลองชุตตพานัน, ชื่อ นายจ่างร
หนังสือนิราชมืองลอนดอนนั้นยังมีเหลืออยู่บ้าง, ถ้าผู้ใดจะต้องการ เชิญท่านไปซื้อตามขอบ
ใจเถิด

(บางกอกเรียลไทม์เตอร์ เล่ม ๒ โปที่ ๑๑ วันที่ ๑๘ ธันวาคม พ.ศ.๒๔๐๘ หน้า ๕๓)

ห้างข้าพเจ้าได้ส่งของปลูกผีที่เมืองไส้งอนมาจำหน่ายทุกๆ เทียวเมล์ ผู้ใดต้องการขอเชิญ
ไปซื้อที่ห้างขายยาภิกริมปากคลอง

(ไม.* จีนโนสยามวารศัพท์ ฉบับวันอังคารที่ ๑๕ พฤศจิกายน พ.ศ.๒๔๕๓ หน้า ๓)

* ไม. หมายถึง ตัวอย่างโฆษณาที่มาจากเอกสารไมโครฟิล์ม หอสมุดแห่งชาติ

๒. การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการอธิบาย

การเสนอสารในข้อความโฆษณาในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยระหว่าง พ.ศ.๒๓๘๗ - พ.ศ.๒๔๘๗ พบว่ามีข้อความโฆษณาจำนวนมากที่เสนอสารด้วยการอธิบายตั้งมีผู้ให้คำนิยามการเขียนเพื่ออธิบายดังนี้ “การเขียนเพื่ออธิบาย คือ การเขียนที่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องที่เขียนนั้น เช่น อธิบาย หลักการ กฎเกณฑ์ ระบบวิธีการความรู้หรือความคิดที่เข้าใจยาก” (วัลยา ช่างขวัญยืน, ๒๕๓๔, น.๔๗)

การเขียนข้อความโฆษณาด้วยการอธิบายปรากฏตั้งแต่การโฆษณาสินค้าโฆษณาแรกของไทย คือโฆษณาขายหนังสือพิมพ์บางกอกริคอร์ดอร์และได้ใช้ต่อมาในการโฆษณาทุกสมัยดังตัวอย่างต่อไปนี้

๒.๑ การเสนอสารในการโฆษณาด้วยการอธิบายตามลำดับขั้นตอน

การอธิบายตามลำดับขั้นตอนคือการอธิบายที่แสดงเนื้อความเป็นระยะๆ หรือตามลำดับอย่างมีเหตุผลเพื่อให้เข้าใจ วิธีการเช่นนี้จะช่วยให้ผู้อ่านที่ไม่มีความรู้ในเรื่องนั้นสามารถเข้าใจได้ชัดเจน ตัวอย่างเช่น

โรคหิววัดเกิดขึ้นแล้ว ควรระวังวิธีป้องกันโรค

๑. อย่าดื่มน้ำที่ยังไม่ต้ม
๒. อย่าให้น้ำเข้าปากเมื่อเวลาอาบ
๓. ระวังอย่าให้แมลงวันตอมอาหาร

เมื่อรู้สึกว่าเป็นแล้ว อย่าตกใจให้รีบประทานยาน้ำกฤษณากลิ่นตรากิเลนทองของห้างเด็กเฮงหยูสำเพ็งทันที หมายเหตุ โรคหิววัดเป็นโรคระบาดที่ร้ายแรงที่สุด เวลาให้รักษาไม่นานเหมือนโรคภัยทั้งหลาย ชาวเราย่อมทราบกันแล้ว ฉะนั้นในเวลานี้เข้าบ้านทุกคนไม่ควรประมาทและไม่มีทางใดดีไปกว่าเตรียมยากฤษณากลิ่นไว้ป้องกันในเมื่อมีการป่วยไข้เกิดขึ้นในบ้านจะได้รักษาได้ทันที (ไม. ช่ายเพ็ชร ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๑ วันที่ ๗ มกราคม พ.ศ.๒๔๖๔ หน้า ๑๖)

๒.๒ การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยวิธีการอธิบายการเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่าง

การอธิบายโดยการเปรียบเทียบเหมาะสำหรับโฆษณาขายสินค้าที่ยังไม่เป็นที่รู้จักหรือแพร่หลายในประเทศไทย เพื่อให้ผู้ซื้อสินค้าเข้าใจสรรพคุณสินค้าโดยผ่านการเปรียบเทียบกับสิ่งที่มีอยู่แล้ว

ลูกองุ่นแห้ง ๑ ปอนด์ มีคุณค่าเท่ากับน้ำนมโค ๔ ปอนด์ องุ่นแห้งใช้แทนหมาก แทนบุหรี่ยุคหนึ่งแทนนมต่างๆ ได้ดีทีเดียว และให้ประโยชน์มากกว่าผลไม้และของหวานอื่นๆ เด็กเล็กๆ รับประทานได้เสมอไม่ทำให้กระเพาะพิการ กลับทำให้เด็กผู้รับประทานแข็งแรงขึ้น คนไข้คนป่วยรับประทานทำให้มีเรี่ยวแรงขึ้นออกชื่นใจ ตามหลักฐานผู้แยกธาตุชาวอเมริกันว่า รับประทานองุ่นแห้ง ๑ ปอนด์ มีคุณประโยชน์เท่ากับเนื้อโค ๔ ปอนด์ เท่ากับพลาสติก ๔ ปอนด์ ๓ ส่วนเท่าไข่ไก่ ๒ ปอนด์

(ไม. บางกอกการเมือง ฉบับวันเสาร์ที่ ๒๓ มิถุนายน พ.ศ.๒๔๖๖ หน้า ๒๒)

นายช่างอเมริกันประดิษฐ์ตะเกียงขึ้นใหม่กะทัดรัดแข็งแรงน่าใช้ วิธีจุดหรือดับง่ายมากสว่างถึง ๕๐๐ แรงเทียน แต่กินโซหุ้ยเพียงตะเกียงอื่นที่สว่าง ๓๐๐ แรงเทียน ถูกพายุถูกฝนไม่ดับไม่แตกไม่กลัวตัวแมลง แสงสว่างขาวนวลราคาเยาว์

(ไม. ประมวลวัน ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๗๐๘ วันศุกร์ที่ ๒๐ พฤษภาคม พ.ศ.๒๔๘๑ หน้า ๒๔)

๒.๓ การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการอธิบายโดยการนิยาม

การอธิบายด้วยการนิยามหมายถึงการอธิบายความหมายของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อให้เข้าใจได้ตรงกัน ตัวอย่างการเสนอสารในข้อความโฆษณาได้แก่

ข้าพเจ้าผู้มีชื่อหนังสือนี้ได้ตั้งเป็นเอเยนต์ที่กรุงเทพฯ สำหรับพวกอินซูเรนท์ก่าป็นนั้น ข้าพเจ้าได้จัดแจงไว้พร้อมแล้วที่ได้ทำการอินซูเรนท์คือ ให้มีหนังสือประกันด้วยหรือมีใบซิบมากและบริกเป็นต้น ถ้าเป็นเรืออย่างดีข้าพเจ้าจะรับประกันแต่เพียงสี่หมื่นเหรียญ ถ้าเป็นเรือกลไฟข้าพเจ้าจะรับประกันแต่เพียง ๗๐๐๐๐ เหรียญ

(บางกอกเรคอร์ดเดอร์ เล่ม ๒ วันที่ ๑ มีนาคม พ.ศ.๒๕๐๙ หน้า ๑๒)

ผ้าโรเบีย คือ ผ้าบางเบาแบบใหม่มีคุณค่าอย่างพิเศษที่ไม่ย้ง่าย เป็นผ้าที่มีแบบหรุหระการตา...

(ไม. สยามนิกร ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑๒๓ วันศุกร์ที่ ๕ มีนาคม พ.ศ.๒๕๗๙ หน้า ๒๘)

ฮอรัลลิกซ์ คือ แป้งนมผสมด้วยข้าวมอลต์ และเป็นอาหารชั้นเยี่ยม ซึ่งผ่านการทดลองของมหาชนทุกชั้นที่ได้รับประทานฮอรัลลิกซ์มาแต่เมื่อยังเยาว์

(ไม. สยามนิกร ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑๒๐ วันอังคารที่ ๘ มิถุนายน พ.ศ.๒๕๘๖ หน้า ๔)

๓. การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการบรรยาย

วิธีการเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการบรรยายมีวิธีการเขียนคือผู้เขียนโฆษณาเริ่มเล่าเหตุการณ์ตามลำดับเวลาและจึงสรุปว่าควรจะใช้สินค้าใดจึงจะสามารถบรรเทาอาการเหล่านั้นได้วิธีการเขียนเช่นนี้ทำให้โฆษณานั้นน่าเชื่อถือเพราะมีตัวบุคคลนั้นอยู่ในเหตุการณ์ในเรื่องนั้นๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ได้ทราบชื่อนายปอกรรยาชื่ออวมิครร์กั้แก วันนั้นนายปอพกรรยาไปดูงานศพที่วัดใกล้เคียคนดูงานมากอัดเยียดกัน อำแดงวอถูกคนเบียดจนลูกทะลักออกมา ผู้คนกำลังเบียดกันก็เหยียบย่ำลูกอำแดงวอตาย นายปอมีความเสียใจก็พากรรยามาบ้านให้อยู่ไฟได้สามวันอำแดงวอไม่สบายก็ออกไป ตั้งแต่นั้นอำแดงวอก็ป่วยไปด้วยอยู่ไฟไม่ได้เลือดลมเสียให้เปนมศกิดมาก เขาก็ขาวเหมือนน้ำเข้า ทั้งริดสีดวงก็เกิดขึ้นให้เจ็บในทรวงอกตาลเลือดตาลลมก็พลอยผสมขึ้น ชักเส้นกระดูกจุกเสียด กินไม่ได้นอนไม่หลับหอมแห้งลง ไปหาหมอรักษาเป็นหลายหมอกก็ไม่หายแทบจะถึงชีวิต วันนั้นนายสอไปเยี่ยมจึงบอกว่าไปซื้อยามมะนาโอสถมาให้กินคงหายนัก เขาขายอยู่ที่ถนนพาทูร์ดที่ห้างขายยาบ้านหมอยุติติดกันกับช่างขงเบ้งถ่ายรูป ช่างถ่ายรูปนั้นก็ตื่นก็ไม่มีผู้ได้น้ำยากี่สตรูปถ่ายก็ซัดเงินเอาไว้เก้าปีสิบปีก็ไม่ลบเลือน ยามมะนานี้มีขายอีกแห่งหนึ่งที่ถนนสามแยกสายรรางต่อที่จะไปบางรัก แต่จะซื้อยานี้แล้วจงพิเคราะห์ดูถ้าตราเหยี่ยวแล้วอย่าเอามา เป็นยาปลอม ถ้าตราไม้กางเขนแดงแล้วเอาเกิดเป็นยามมะนาโอสถ โดยยาศีจึงมีผู้ปลอมช่างมาก นายปอได้ฟังบอกก็รีบมาซื้อยานั้นไปให้กรรยากินสิ้นสี่ขวด โรคนั้นก็หายสิ้น ด้วยยานี้วิเศษแท้อาจแก้โรคทั้งหลายสิ้นหนาท่านอ้อย ถึงไม่มีโรคเลยผู้ที่นั่งทำงานมากรับประทานยานี้ก็แก้เมื่อยขบทั้งรับประทานอาหารได้ เป็นยาอายุวันชนะด้วยแท้จริง

(ไม. จีนโนสยามวารศัพท์ ฉบับวันพุธที่ ๒๖ เมษายน ร.ศ.๑๓๐ หน้า ๕)

๔. การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการใช้ภาพพจน์

จากการศึกษาการใช้ภาพพจน์ในข้อความโฆษณาในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยระหว่าง พ.ศ. ๒๓๘๗ - พ.ศ. ๒๔๘๗ พบว่ามีการใช้ภาพพจน์ประเภทเดียวคือ อุปมา (simile) ซึ่งได้แก่ความเปรียบที่เกิดจากการบอกความเหมือนกันของสิ่งของสองสิ่งด้วยคำที่แสดงการเปรียบเทียบ เช่น รวากับ เหมือน ประหนึ่ง จุด เพื่อให้เข้าใจถึงสิ่งที่ต้องการอธิบายดียิ่งขึ้น (ปรีชา ช้างขวัญยืน, ๒๕๒๕, น. ๒๑๖)

โฆษณาแรกที่มีการใช้ภาพพจน์แบบอุปมาคือโฆษณาขายยาเม็ดดับเห็ดดอก พ.ศ. ๒๔๒๗ ซึ่งข้อความโฆษณากล่าวถึงความสำคัญของดื่บที่มีต่อร่างกาย และเปรียบเทียบว่าดื่บนั้นมีลักษณะเหมือน ฟองน้ำ ดังข้อความต่อไปนี้

ก็เป็นทีรู้จักว่าดื่บเป็นเครื่องสำคัญ ทำโลหิตแลทำให้โลหิตนั้นหมดจดในการรอบกาย เพราะดื่บนั้นเป็นของใหญ่ แลเป็นของเหมือนฟองน้ำ

(ไม่. สยามสมัย เล่ม ๒ แผ่น ๒๒ วันพุธแรม ๓ ค่ำเดือน ๗ จ.ศ. ๑๒๔๖ เท่ากับ พ.ศ. ๒๔๒๗ หน้า ๑๗๘ อ้างถึงในเอนก นาวิกมูล, ๒๕๓๓, น. ๓๒)

ชนิดนี้เป็ลื่องน้ำมันน้อย จุดง่ายตายใช้ทันทุนค่าซ่อมแซมราคาถูกมีหลายขนาด จุด โคมเดียวก็สว่างทั่วทั้งบ้านราวกับกลางวัน

(ไม่. สัมพันธ์ไทย ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๒ เสาร์ที่ ๓๑ มีนาคม พ.ศ. ๒๔๖๕ หน้า ๕)

ใช้สโนไวท์ ประจำทุกเช้าเย็น จะรักษาเหงือกและฟันให้คงทนถาวร สามารถชำระ คราบสกปรกตามไรฟันให้ขาวสะอาดประดุจหิมะ ทำลายเชื้อโรคซึ่งเกิดแก่ฟันต่าง ๆ

(ไม่. ประมวลวัน ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๓๐๕ พุธสัปดาห์ที่ ๔ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๔๙๒ หน้า ๓๒)

จึงเห็นว่าโรคอย่างนี้ ถ้าจับเป็นแก่ผู้ใดเข้าแล้วก็เปรียบเหมือนงูที่มีพิษคมขบกัดเอาผู้นั้น เข้ามาแล้ว ถ้ายาที่หมอรักษานั้นมีกำลังน้อยกว่าโรคไม่พอที่จะตัดกำลังพิษมโรคนั้นได้ ก็คงเป็นอันตรายต่อชีวิต

(ไม่. สยามสมัย ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑๑๙ จันทร์ที่ ๑ มีนาคม พ.ศ. ๒๔๗๙ หน้า ๒)

ลักษณะการใช้ภาษาในการสร้างภาพพจน์แบบอุปมาประกอบด้วยข้อความ ๒ ส่วน คือ ส่วนที่ นำมากล่าวก่อนเป็นส่วนที่ต้องการเปรียบ ส่วนที่นำมาเปรียบเป็นข้อความที่นำมากล่าวที่หลังและมีคำ ช่วยเชื่อมอยู่ระหว่างข้อความทั้ง ๒ ส่วน (จินตนา พุทธเมตตะ, ๒๕๓๖, น. ๒๒ - ๒๓)

ส่วนที่ต้องการเปรียบในข้อความโฆษณาในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยระหว่าง พ.ศ. ๒๓๘๗ - พ.ศ. ๒๔๘๗ ได้แก่ สี แสงสว่าง ความสดชื่น โรค ความเย็น อวัยวะและอาการของโรคต่างๆ เป็นต้น ส่วนที่นำมาเปรียบได้แก่สิ่งต่างๆ เช่น สีหยก ฟองน้ำ ซ็อกโกแลต และส่วนที่นำมาเปรียบเป็นอาการต่างๆ เช่น ถูกบีบ หยิบทิ้ง ซึ่งเห็นได้ว่าส่วนที่นำมาเปรียบนั้นเป็นสิ่งที่คนไทยสมัยนั้นรู้จักดีอยู่แล้ว ทั้งนี้เพื่อให้ ผู้อ่านโฆษณาเกิดภาพสิ่งใหม่ที่ผู้โฆษณาต้องการเปรียบเทียบกับสิ่งเก่าที่ผู้อ่านโฆษณารู้จักดีอยู่แล้ว เพื่อให้เห็นภาพนั้นชัดเจน และบางครั้งมีการเปรียบเทียบเป็นสำนวนที่คนไทยรู้จักกันดี เช่น กลิ้งครกขึ้นภูเขา และเกลือรักษาความเค็ม เป็นต้น

๕. การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการใช้บทสนทนา

การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการใช้บทสนทนาเป็นอีกกลวิธีหนึ่งในการโฆษณา ในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยระหว่าง พ.ศ. ๒๓๘๗ - พ.ศ. ๒๔๘๗ การใช้บทสนทนาแทนการเขียนข้อความ

โฆษณายาวๆ จะทำให้โฆษณานั้นมีความแปลกใหม่ ดึงดูดใจผู้อ่านได้มากกว่าเดิม

๕.๑ บทสนทนาที่เป็นคำพูดของคนคนเดียวไม่มีภาพประกอบ

การเสนอสารในข้อความโฆษณาแบบนี้ใช้วิธีเขียนเป็นคำพูดที่เป็นข้อความสั้นๆ เกี่ยวกับคุณภาพอันดีเด่นของสินค้าที่ตนเคยใช้มาแล้ว ข้อความดังกล่าวอาจอยู่ในเครื่องหมายคำพูดหรือไม่ก็ได้ และโฆษณาเหล่านี้จะไม่มีรูปภาพประกอบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“บุตรของดิฉันรู้สึกสบายมาก เพราะใช้สบูยาโกเมศเบนนิจ ฉันรู้สึกสบายร่างกาย และผิวหนังมากเปนเพราะฉันใช้สบูยาโกเมศอย่างเดียวเท่านั้น”

(ไม. ยามาโต ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๔ วันจันทร์ที่ ๕ มิถุนายน พ.ศ.๒๔๖๕ หน้า ๗)

“เรามีกรรมกรรมครั้งใดรู้สึกว่ายายอื่นไม่ถูกโรค แต่ยารักษากรรมกรรมของแม่ลูกจันทร์ ผดุงกรรมกรรมประกาศนียบัตร เด็กผู้ใหญ่ในบ้านปวดท้องไม่สบายก็ได้ใช้นี้ทั้งนั้น เพราะ แก้ได้หลายอย่าง รู้สึกมีคุณมาก นียาของเราหมดแล้วก็ต้องไปซื้อไว้อีกสักโหล”

(ไม. ศรีกรุง ฉบับวันศุกร์ที่ ๑๖ พฤษภาคม พ.ศ.๒๔๖๗ หน้า ๑)

พี่ใหญ่ชอบดื่มแต่แบ่งนมเสมอ ดูซิ! เตี้ยวันที่พี่ใหญ่สมบูรณ์และแข็งแรงมากและเปนนกก็พาตัวยงแห่งทีมเบสบอลของโรงเรียนด้วย คุณแม่บอกว่าแบ่งนมที่พี่ใหญ่ดื่มนั้น คือแบ่งนมเนสท์เล่เอง

(ไม. สยามนิกร ปีที่ ๑ ฉบับ ๑๒๕ วันพุธที่ ๑๑ มีนาคม พ.ศ.๒๔๖๘ หน้า ๘)

“จะ...ฉันใช้สบูหอมไลฟบอยล์ดูตัวเสมอเพราะมีน้ำหอมยาคาบอิลิพิเศษผสมอยู่ด้วย แต่ไม่แรงพอที่จะทำให้ผิวหนังสับเลย”

(ไม. ประมวลวณวัน ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๖๐๘ วันพุธที่ ๑๙ มกราคม พ.ศ.๒๔๘๐ หน้า ๑๔)

๕.๒ บทสนทนาที่มีภาพประกอบ

การเสนอสารในข้อความโฆษณาลักษณะนี้เป็นคำพูดของคนในภาพ ซึ่งบุคคลนั้นอาจเป็นบุคคลที่มีจริงเป็นคนสำคัญอยู่ในสังคมหรือเป็นนักแสดงภาพยนตร์ในสมัยนั้น เช่น โยฮัน เบเนต เป็นต้น นอกจากนั้นยังจะวาดภาพประกอบเป็นคนที่ผู้โฆษณาสมมติว่าเป็นผู้ใช้สินค้านั้น คำพูดนั้นเป็นข้อความสั้นๆ เกี่ยวกับคุณภาพอันดีของสินค้าที่ตนเคยใช้มาแล้ว แต่การที่มีรูปภาพของผู้พูดประกอบข้อความโฆษณานั้นด้วย ทำให้ข้อความโฆษณานั้นน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้



คิฉันบำรุงสุขภาพด้วย
ไอวัลติน
เย็น

เครื่องดื่ม เหมาะสมัยในฤดูร้อน

ตลอดฤดูร้อนนี้
ฉันได้ ไอวัลตินเย็นทำ
มาให้ความอร่อยในรสชาติ
ต่างๆ กับ วิตามินบำรุงสุขภาพ
ของทางนี้ให้แข็งแรง
เมื่อถึงคิมไอวัลตินช่วย
บำรุงกำลังของท่าน ให้รู้สึกดี
ช่วยสุขภาพให้แข็งแรง ช่วยบำรุง
ร่างกายให้แข็งแรง บำรุงสมอง
ระงับความวิตกกังวลที่
สตรีนอยู่เสมอ

ห้าง บี.กริมแอนโท เอเจนต์แต่ผู้เดียว

ที่มา : ทหารบก วันที่ ๑๐ กันยายน ๒๔๗๙ อ้างถึงในเอนก นาวิกมูล, ๒๕๓๘, น.๗๐



โยฮัน เบห์เซต
(ได้กล่าวไว้)
ดิฉันใช้สบู่หอม ลักซ์
และรู้สึกดีมาตลอดชีวิตฉัน
วอคเตอร์ แรตเชอร์



สบู่หอม ลักซ์
๙๙% ของดาวราภพยนตร์
ใช้สบู่หอมนี้

ที่มา : โม. ประมวลวัน ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๙๕๑ วันพุธที่ ๒๖ เมษายน พ.ศ. ๒๔๘๒ หน้า ๓๓

๖. การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการใช้ทรัพย์สินหรือยกรอง

การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการใช้ทรัพย์สินหรือยกรอง หมายถึง โฆษณาที่แต่งด้วยคำประพันธ์หรือยกรองต่างๆ กัน เช่น กาพย์ยานี ๑๑ กลอนสุภาพ กลอนบทละคร กาพย์สุรางคนางค์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้โฆษณานั้นมีความโดดเด่นพิเศษ สะดุดตาผู้อ่านมากกว่าโฆษณาอื่นๆ เนื้อความโฆษณากล่าวถึงคุณภาพของสินค้าว่ามีความดีเด่นในเรื่องใดบ้าง สินค้าที่โฆษณาด้วยการใช้คำประพันธ์หรือยกรอง ได้แก่ ยาสตรีเพ็ญภาค ซึ่งเป็นสินค้าที่นิยมโฆษณาด้วยการแต่งเป็นคำประพันธ์หรือยกรองมากที่สุด นอกจากนั้นเป็นโฆษณายาฤกษ์ของห้างเพ็ญภาค แบ่งบาหยัน ไบชา และน้ำอบต่างๆ โดยใช้คำประพันธ์ เช่น กาพย์ยานี ๑๑ กาพย์สุรางคนางค์ กลอนสักวา และกลอนสุภาพ เป็นต้น

ตัวอย่างการเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการใช้ทรัพย์สินหรือยกรอง

โฆษณาเครื่องสำอางยี่ห้อบาหยัน

บัดนั้น	บาหยันพระพี่เลี้ยงโฉมฉาย
จัดสรรสุคนธ์เรียงราย	มอบหมายนางกำนัลให้ทันที
สำหรับองค์อะหะนะบุษบา	สรองสนานกายาสดศรี
จักได้ลู่ไล่อินทร์รี่	หอมระรื่นฤดียิววล
แบ่งร่าบาหยันสรรพคุณ	ผัดพักตร์ผิวลมุลหอมทวล
สิ้นสิวฝ้าต่างคำเป็นน้ำนวล	คู่ควรเป็นเครื่องสำอางไทย
(ไม่. ประมวลวณวัน ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๗๑๐ วันพุธที่ ๒๖ เมษายน พ.ศ.๒๕๔๖ หน้า ๓๕)	

โฆษณาไบชาร้านกั๊ตวออง

ก กว่าปน	ระคนกันไป
นุ๋นน้ำก	ส่งส่งมาขาย
แปลกลีแปลกรศ	ซ้อซดพอไซ้
ผู้คนทั้งหลาย	พอใจมากมี
ตำแหน่งร้านใหญ่	ไซ้ร้านถึงใหม่
เก่าแก่เต็มที	ถนนบ้านตะนาว
เชิญก้าวจรลี	จะพบร้านยี่
ห้อยกั๊ตวออง	นำวังเห็นปราด
กรมหลวงสรรพศาสตร์	สมมาดตั้งปอง
ล้วนมีไบชา	สั่งมากายกอง
บักหลีรับของ	รับรองทันที
(ไม่. บางกอกการเมือง ฉบับวันพุธที่ ๑๓ มิถุนายน พ.ศ.๒๕๖๖ หน้า ๑๔)	

๗. การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการโน้มน้าวใจ

๗.๑ การอ้างถึงความน่าเชื่อถือของบุคคล

สินค้าบางประเภทที่อาจจะไม่ใช่สิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ยา ยาสูบ และนมสด โฆษณาโดยกล่าวอ้างพระมหากษัตริย์ พระสังฆราช หรือเจ้านายชั้นสูงทรงเป็นผู้ใช้สินค้านั้นเพื่อโน้มน้าวใจให้ประชาชนทั่วไปเห็นว่าผู้ที่มีฐานะและยศศักดิ์สูงในแผ่นดินยังทรงใช้ เพราะฉะนั้นสินค้าที่

โฆษณาอันคงจะมีคุณภาพหรือสรรพคุณดีเป็นที่น่าเชื่อถือและน่าทดลองใช้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

โอลิงวิทเก็พัตเพนยาเส้นอย่างดีที่สุด ซึ่งกรมหลวงดำรงทรงอุปสมอ ราคา ๘๐ สตางค์หนึ่งกระป๋อง

(ไม. สยามออบเซอร์เวอร์ ฉบับวันพุธที่ ๕ มกราคม พ.ศ.๒๔๕๓ หน้า ๘)

(ยาลิทธิสารตราหงษ์) เป็นยารักษาโรคที่แพทย์หลวง ๘ ท่าน ได้ประชุมปรุ่่งขึ้นตามกระแสพระบรมราชโองการในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและเป็นโอสถทรงประจักษ์ของพระเจ้าอยู่หัว ถึง ๓ พระองค์มาแล้ว

(ไม. ยามาใต้ ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓๔ วันพุธที่ ๑ กรกฎาคม พ.ศ.๒๔๖๕ หน้า ๗)

ยาสตรีเพ็ญพาด เจ้านายฝ่ายในได้พากันหันมาใช้แต่ยานี้เป็นประจำมาช้านานเพิ่มพูนมากขึ้นทุกวัน ได้รับจดหมายชมเชยของผู้ที่ได้เคยใช้เป็นคุณมาแล้วหลายร้อย

(ไม. ศรีกรุง ฉบับวันจันทร์ที่ ๒๑ กุมภาพันธ์ พ.ศ.๒๔๖๙ หน้า ๒๐)

๗.๒ การอ้างถึงดารารภาพยนตร์

ดารารภาพยนตร์เป็นบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งที่สินค้าบางชนิดนำมากล่าวอ้างว่าเป็นบุคคลที่ใช้สินค้าโฆษณานั้น เพราะดารารภาพยนตร์เป็นกลุ่มบุคคลที่มีรูปร่างหน้าตาสวยงาม เป็นที่สนใจของประชาชนทั่วไป และบางคนมักจะกระทำเลียนแบบเช่น ทรงผม และการแต่งกาย เป็นต้น

เครื่องตัดผมชอลส์วี๊ด เป็นเครื่องตัดผมที่ดารารภาพยนตร์ชอลส์วี๊ดนิยมใช้ เพราะใช้ง่ายได้ผลจะตัดเอารูปไหนก็ได้ ตามใจชอบหยิกทันทานราคาถูก

(ไม. ประมวลวณวัน ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓๙ วันอังคารที่ ๑๗ มีนาคม พ.ศ.๒๔๗๘ หน้า ๑๐)

พวกดารารภาพยนตร์ทราบตระหนักถึงความสำคัญของผิวหนังที่ผิวหนังจะต้องเกลี้ยงเกลาขาวสะอาด เพราะเหตุนี้ดารารภาพยนตร์ไม่น้อยกว่า ๘๔๗ คนไว้ใจในการใช้สบู่หอม ลักส์ฟองอันขาวสะอาดอัศจรรย์นี้ จะซึ่มทราบลงไปใ้ผิวหนังชำระล้างรอยจุดดำต่างๆ และรักษาผิวหนังให้เปล่งปลั่งขึ้น

(ไม. ประมวลวณวัน ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๖๐๘ วันพุธที่ ๑๙ มกราคม พ.ศ.๒๔๘๐ หน้า ๑๔)

๗.๓ การอ้างความเป็นชาติไทย

การอ้างความเป็นชาติไทยเป็นวิธีการเสนอสารเพื่อโฆษณาสินค้าด้วยการโน้มน้าวใจให้เห็นว่าคนไทยควรที่จะเลือกใช้สินค้าไทยเพื่อส่งเสริมสินค้าไทยและความเจริญรุ่งเรืองในชาติ การอ้างความเป็นชาติไทยเป็นการเร้าอารมณ์ ทำให้คนอ่านเกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน เพราะการที่มีบุคคลมีความรู้สึกหรืออารมณ์ร่วมกัน ย่อมคล้อยตามกันได้ง่ายกว่าบุคคลที่มีความรู้สึกเป็นปฏิปักษ์ต่อกัน (วิชาการ, ๒๕๓๒, น.๑๐๙) ดังนั้น ผู้โฆษณาจึงเลือกนำการอ้างความเป็นชาติมาใช้ในการเสนอสารในข้อความโฆษณาเพื่อโน้มน้าวจิตใจให้คนมาซื้อสินค้าดังตัวอย่างต่อไปนี้

คนไทยควรนิยมในรสของไทย เมื่อสิ่งไรของเรามีอยู่สำหรับชาติไทย แลพอดีพอใช้ได้ อยู่แล้ว จะไม่ควรได้รับความนิยมแลความอุดหนุนจากคนไทยเราบ้างหรือ จึงขอเตือนเพื่อนไทยเราว่าของๆ ไทยอย่างหนึ่งคือบุหรี่ปริชทยาสุบสยามที่เป็นของไทย มีรสชาติเก่งพอใช้แล้ว ถ้าสุบบุรีไทยได้ก็ควรใช้บุรีไทยที่ถูกรสถูกอกถูกใจ แลราคาถูกด้วย

(ไม. สยามสมัย ฉบับวันเสาร์ที่ ๒๑ มกราคม ร.ศ.๑๒๙ (พ.ศ.๒๔๕๓) หน้า ๔)

พร้อมกันที่เป็นร้านคนไทย ฉะนั้นการจำหน่ายสิ่งของต่างๆ จึงจำต้องตัดทอนราคาต่างๆ ให้ถูกกว่าราคาตลาดเสมอมา เพื่อบำรุงขวัญของคนไทย เพื่อนร่วมชาติที่เคยติดกัน ว่าคนไทยขายของแพง แต่ข้าพเจ้าเป็นคนที่แพ้ค่าครหาอันนี้ ยอมขายของให้ราคา ถูกลงจนเห็นใจ และได้จัดสิ่งของไว้เป็นแผนๆ เรียกร้อยพอที่จะเลือกชมได้ตาม ความพอใจ

(ไม่. บางกอกการเมือง ฉบับวันอังคารที่ ๒๖ มิถุนายน พ.ศ.๒๕๖๖ หน้า ๑๖)

จากการศึกษาลักษณะการเขียนสารในข้อความโฆษณาในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยระหว่าง พ.ศ. ๒๓๘๗ - พ.ศ.๒๔๘๗ พบว่าผู้เขียนโฆษณาต่างก็มีวิธีการเสนอสารเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ เพื่อโน้มน้าวให้ ผู้อ่านมาซื้อสินค้าของตน ลักษณะการเสนอสารดังกล่าวปรากฏการเสนอ ๗ วิธี ได้แก่ การเสนอสาร ในข้อความโฆษณาด้วยการบอกกล่าว การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการอธิบาย การเสนอสาร ในข้อความโฆษณาด้วยการบรรยาย การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการใช้ภาพพจน์ การเสนอสาร ในข้อความโฆษณาด้วยการใช้บทสนทนา การเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการใช้บทร้อยกรอง และการเสนอสารในข้อความโฆษณาด้วยการโน้มน้าวใจ

ผู้เขียนพบว่าการเขียนข้อความโฆษณาในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยระหว่าง พ.ศ.๒๓๘๗ - พ.ศ.๒๔๘๗ มีลักษณะการเสนอสารที่แตกต่างจากข้อความโฆษณาในปัจจุบันมาก กล่าวคือข้อความโฆษณาในปัจจุบัน มักจะไม่เขียนข้อความโฆษณาที่มีเนื้อหามากแต่จะเน้นที่การใช้ภาพประกอบการโฆษณาที่มีการจัด องค์ประกอบสีสันและผู้แสดงแบบให้มีความสวยงามสะดุดตาสะดุดใจมากกว่า จึงอาจกล่าวได้ว่าการเขียน ข้อความโฆษณาที่มีเนื้อหาขนาดยาวเป็นเอกลักษณ์ที่เด่นชัดประการหนึ่งของการโฆษณาไทยในยุคแรกๆ

บรรณานุกรม

- จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ. *เอกสารประกอบการสอนวิชา ๔๑๑ ๒๐๕ การเขียนเพื่อธุรกิจและสังคม*. ภาควิชาภาษาไทย คณะ อักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๓๘. (อัดสำเนา).
- ปรีชา ช้างขวัญยืน. *ศิลปการเขียนชุดพื้นฐานของการใช้ภาษาเล่ม ๒*. กรุงเทพฯ: วิชาการ, ๒๕๒๘.
- พรทิพย์ บุญยงค์. "การเสนอสารในข้อความโฆษณาในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยระหว่าง พ.ศ.๒๓๘๗ - พ.ศ.๒๔๘๗." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ๒๕๓๘.
- ราชเลขาริการ, สำนัก. *จดหมายเหตุบางกอกรีคอร์เดอร์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์อัมรินทร์พรินติ้ง, ๒๕๓๗.
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์หน่วยที่ ๑ - ๗*. พิมพ์ครั้งที่ ๒. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๒๘.
- วัลยา ช้างขวัญยืน. *หน่วยที่ ๒ ลักษณะภาษาเขียนเอกสารการสอนชุดวิชาการอ่านภาษาไทย หน่วยที่ ๑ - ๗*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๓๔.
- วินิตา ดิถียนต์. *เอกสารคำสอนนิสิตวารคดีวิจารณ์*. ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ๒๕๓๗. (อัดสำเนา).
- วิชาการ, กรม กระทรวงศึกษาธิการ. *หนังสือเรียนภาษาพิจารณ์ เล่ม ๑*. พิมพ์ครั้งที่ ๑๐. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา, ๒๕๓๖.
- วิไลวรรณ ขนิษฐานันท์. *ภาษาและภาษาศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ ๕ กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๓.
- เสรี วงษ์มณฑา. *กว่าจะเป็นโฆษณา*. กรุงเทพฯ: เรือนแก้ว, ม.ป.ป.
- อเนก นาวิกมูล. *โฆษณาไทยสมัยแรก*. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพฯ: แสงแดด, ๒๕๓๓.
- _____ *โฆษณาคลาสสิก*. กทม.: ไนรา, ๒๕๓๘.
- อวยพร พานิช และอุบลวรรณ บิดิพัฒนาโฆสิต. "รายงานผลการวิจัยวิวัฒนาการภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์ไทย ปี พ.ศ. ๒๓๘๗ - ๒๕๒๗". ม.ป.ท, ๒๕๒๘.