

ภาพพจน์ในสารคดีนิตยสาร *Reader's Digest*

Figures of Speech in Feature Stories in *Reader's Digest*

สุพานี วรรณการ*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาการใช้ภาพพจน์ (figures of speech) ที่ปรากฏในสารคดี ลักษณะของสารคดี เปรียบเทียบการใช้คำศัพท์สำนวนในสารคดีประเภทต่างๆ และรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับภาพพจน์ คำศัพท์ และสำนวนภาษาอังกฤษในสารคดีภาษาอังกฤษของนิตยสาร *Reader's Digest*

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

๑. การศึกษาการใช้ภาพพจน์ในสารคดีนิตยสาร *Reader's Digest* พบว่า การเขียนพาดหัวเรื่องสารคดีมีการใช้ภาพพจน์ ๕๐% โดยมีการใช้คำสัมผัสอักษร (alliteration) ๒๖.๖๗% การเล่นคำ (pun) ๒๓.๓๓% คำอุปลักษณ์ (metaphor) ๒๑.๑๑% การนำความตายมาล้อเล่น (graveyard) ๑๒.๒๒% การกระทบสระ (assonance) ๑๑.๑๑% คำแฝงนัย (irony) ๔.๔๔% และการกล่าวซ้ำ (repetition) ๑.๑๑% ตามลำดับ การใช้ภาพพจน์ในพาดหัวเรื่องจะปรากฏในรูปแบบของวลี (phrase) มากที่สุด ๘๗.๒๒%

การศึกษาคำอุปมาอุปไมยในเนื้อเรื่องสารคดีของนิตยสาร *Reader's Digest* พบว่ามีการใช้คำอุปลักษณ์ (metaphor) มากที่สุด ๓๗.๕๘% รองลงมาคือคำอุปมา (simile) ๑๓.๐๓% คำนามนัย (metonymy) ๑๐.๓๐% คำเลียนเสียงธรรมชาติ (onomatopoeia) ๗.๕๘% คำแฝงนัย (irony) ๖.๐๖% การ

* อาจารย์ภาควิชาภาษาอังกฤษ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

กล่าวซ้ำ (repetition) ๕.๓๐% คำสัมผัสอักษร (alliteration) ๔.๘๕% การเล่นคำ (pun) ๔.๒๔% คำถามเชิงวาทศิลป์ (rhetoric question) ๓.๐๓% คำอติพจน์ (hyperbole) ๒.๗๓% การนำความตายมาล้อเล่น (graveyard) ๒.๑๒% คำอุปนิเสธ (litotes) ๑.๕๒% การกระทบสระ (assonance) ๐.๙๑% คำสัมผัสพจน์ (synecdoche) ๐.๔๕% และคำปฏิพจน์ (oxymoron) ๐.๓๐% ตามลำดับ

๒. นิตยสาร Reader's Digest ที่พิมพ์สารคดีทุกประเภท โดยเรียงตามลำดับดังนี้ สารคดีสารสนเทศ (informative feature) ๑๘.๓๓% สารคดีวิธีทำ (How-to feature) ๑๘.๓๓% สารคดีประวัติสังเขป (personality or profile) ๑๗.๗๘% สารคดีประสบการณ์ (personal experience feature) ๑๖.๑๑% สารคดีมีโนสಾರೆ (enterprise) ๑๒.๗๘% สารคดีพรรณนา (descriptive feature) ๙.๔๔% สารคดีข่าว (news feature) ๖.๑๑% และสารคดีประวัติศาสตร์ (historical feature) ๑.๑๑%

๓. การเปรียบเทียบคำศัพท์ สำนวน ในสารคดีประเภทต่างๆ ของนิตยสาร Reader's Digest พบว่ามีการใช้คำศัพท์ภาษาไม่เป็นทางการ (informal language) และสำนวน (idioms) ในสารคดีประเภทต่างๆ แตกต่างกัน โดยมีการใช้คำศัพท์ภาษาไม่เป็นทางการในสารคดีประวัติสังเขป (personality or profile) มากที่สุด ๓๒.๐๘% ตามด้วยสารคดีมีโนสಾರೆ (enterprise) ๑๘.๘๗% สารคดีประสบการณ์ (personal experience feature) ๑๖.๙๘% สารคดีวิธีทำ (How-to feature) ๑๓.๒๑% สารคดีสารสนเทศ (informative feature) ๑๑.๓๒% สารคดีข่าว (news feature) ๓.๗๗% และสารคดีพรรณนา (descriptive feature) ๓.๖๗% ตามลำดับ และไม่พบว่ามีการใช้คำศัพท์ภาษาไม่เป็นทางการในสารคดีประวัติศาสตร์ (historical feature)

การวิเคราะห์สำนวน (idioms) ที่ปรากฏในสารคดีประเภทต่างๆ ของนิตยสาร Reader's Digest พบว่ามีการใช้สำนวนในสารคดีประวัติสังเขป (personality or profile) มากที่สุด ๓๐.๗๗% ตามด้วยสารคดีสารสนเทศ (informative feature) ๑๙.๒๓% สารคดีวิธีทำ (How-to feature) ๑๙.๒๓% สารคดีประสบการณ์ (personal experience feature) ๑๕.๓๘% สารคดีมีโนสಾರೆ

(enterprise) ๗.๖๙% สารคดีข่าว (news feature) ๓.๘๕% สารคดีพรรณนา (descriptive feature) ๓.๘๕% ตามลำดับ และไม่พบว่ามีการใช้สำนวนในสารคดีประวัติศาสตร์ (historical feature)

๔. การวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับภาพพจน์ คำศัพท์ และสำนวนภาษาอังกฤษที่ปรากฏในสารคดีนิตยสาร Reader's Digest พบว่า

๔.๑ มีสำนวนที่มีการกล่าวถึงภาพพจน์โดยตรงในสำนวนการเขียน

๔.๒ มีการใช้ภาษาแสดงแนวคิด และอารมณ์ขัน เพื่อสร้างสีสันให้กับงานเขียน และชวนให้ผู้อ่านสนใจ

๔.๓ มีการใช้สำนวนเขียนที่สร้างความประทับใจ ความสะเทือนใจแก่ผู้อ่าน

๔.๔ มีการใช้สำนวนเขียนที่ให้แก่คิดแก่ผู้อ่าน

๔.๕ มีการใช้สำนวนวิพากษ์วิจารณ์แบบเสียดสี (satirical)

Abstract

This research paper studies figures of speech which appear in feature stories and their characteristics, comparing vocabulary and idioms in different types of features as well as collecting general information on figures of speech, vocabulary and idioms in feature stories published in Reader's Digest.

The results are as follows:

1. Analysis of the titles of the feature stories published in Reader's Digest reveals that 50% of them use figures of speech and 26.67% of alliteration, 23.33% of pun, 21.11% of metaphor, 12.22% of graveyard, 11.11% of assonance, 4.44% of irony, 1.11% of repetition are employed respectively. The figures of speech which appear in the titles of the feature stories, 87.22% are written in phrases.

Analysis of the feature stories in *Reader's Digest* reveals that 37.58% of metaphor, 13.03% of simile, 10.30% of metonymy, 7.58% of onomatopoeia, 6.06% of irony, 5.30% of repetition, 4.85% of alliteration, 4.24% of pun, 3.03% of rhetoric question, 2.73% of hyperbole, 2.12% of graveyard, 1.52% of litotes, 0.91% of assonance, 0.45% of synecdoche and 0.30% of oxymoron are employed respectively.

2. *Reader's Digest* publishes all types of feature stories; namely informative features (18.33%), How-to features (18.33%), personality or profile features (17.78%), personal experience features (16.11%), enterprise features (12.78%), descriptive features (9.44%), news features (6.11%) and historical features (1.11%).

3. The comparison of *Reader's Digest* features reveals that the writers employ informal language and idioms differently. The use of informal language appears mostly in personality or profile features (32.08%) followed by enterprise features (18.87%), personal experience features (16.98%), How-to features (13.21%), informative features (11.32%), news features (3.77%) and descriptive features (3.77%) respectively. Informal language is not employed in historical features.

Analysis of idioms employed in different types of *Reader's Digest* features reveals that the use of idioms appears mostly in personality or profile features (30.77%) followed by informative features (19.23%), How-to features (19.23%), personal experience features (15.38%), enterprise features (7.69%), news features (3.85%) and descriptive features (3.85%) respectively. Idioms are not employed in historical features.

4. Analysis of general information of figures of speech, vocabulary and idioms in feature stories published in *Reader's Digest* reveals that the writers use the following literary styles :

- 4.1 direct use of figures of speech in statements
- 4.2 language that implies a good sense of humour, in order to make the features colourful and appealing to readers
- 4.3 language that is impressive and sensational
- 4.4 proverbial expressions
- 4.5 satirical literary style

บทนำ

สารคดี (feature stories) เป็นข้อเขียนที่ปรากฏอยู่ในสิ่งพิมพ์ ทั้งวารสารและนิตยสาร รวมทั้งหนังสือพิมพ์ การอ่านสารคดีจะทำให้ผู้อ่านได้รับทั้งสาระความรู้ต่างๆ และความเพลิดเพลิน วัตถุประสงค์หลักของการเขียนสารคดี คือเพื่อการนำเสนอสาระบันเทิง ภาษาที่ใช้ และรูปแบบของการเขียนสารคดีที่ปรากฏในวารสารและนิตยสาร รวมทั้งหนังสือพิมพ์จึงแตกต่างจากภาษาที่ใช้ในการเขียนข่าว รูปแบบหนึ่งของภาษาที่ใช้ในสารคดีที่น่าสนใจ คือการใช้ภาพพจน์ (figures of speech) เพื่อการสร้างสีสันให้กับสารคดี ทำให้ผู้อ่านเกิดภาพพจน์และจินตนาการตามผู้เขียน การสื่อสารระหว่างผู้เขียนสารคดีกับผู้อ่านจึงเป็นไปได้ทั้งแบบทางการ (formal) และไม่เป็นทางการ (informal)

การศึกษากาการใช้ภาพพจน์ในสารคดี จะเป็นแนวทางให้นักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่ศึกษารายวิชาการอ่านภาษาอังกฤษ ตลอดจนผู้สนใจการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อแสวงหาความรู้โดยทั่วไป ได้ใช้ในการศึกษา เพื่อพัฒนาความสามารถในการอ่านวารสาร นิตยสาร ตลอดจนหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ทำให้ได้พัฒนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความรู้ได้ทันเหตุการณ์ยิ่งขึ้น และยังเป็นการส่งเสริมนิสัยการอ่าน เนื่องจากการอ่านสารคดีเป็นการอ่านเพื่อการแสวงหาความรู้ และเพื่อการรับรู้สาระบันเทิงที่มีประโยชน์ในตัวเองอยู่แล้ว การวิจัยภาษาที่ใช้ในสารคดีจึงเป็นการส่งเสริมความเข้าใจในการอ่าน ทำให้เกิดความนิยมการอ่านสารคดีภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้น

สำหรับในประเทศไทย นิตยสารภาษาอังกฤษที่มีการตีพิมพ์สารคดีโดยเฉพาะ

ได้แก่นิตยสาร Reader's Digest สารคดีที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร Reader's Digest เป็นสารคดีเพื่อสาระบันเทิง ประกอบไปด้วยเรื่องราวที่เป็นสาระความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ สุขภาพ ตลอดจนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่างๆ ที่ทันสมัย สำหรับด้านบันเทิง มีสารคดีบทสัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในอาชีพต่างๆ สารคดีถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆ มีทั้งที่สะท้อนความรู้สึก และที่แสดงแง่คิด อารมณ์ขัน เป็นต้น กล่าวได้ว่านิตยสารฉบับนี้ตีพิมพ์สารคดีได้หลากหลายประเภท และครอบคลุมได้มากกว่านิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ ที่มักจะเน้นเรื่องราวของสารคดีประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะ ตัวอย่างเช่น สารคดีของนิตยสาร Time หรือ Newsweek ก็จะนำเสนอเรื่องราวของเศรษฐกิจและการเมืองเป็นส่วนใหญ่ ข้อมูลที่ปรากฏมักจะเป็นเรื่องราวของข้อเท็จจริง (fact) และความคิดเห็น (opinion) ดังนั้นสารคดีที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร Reader's Digest จึงมีลักษณะลีลาการเขียนที่ผู้เขียนใช้ภาพพจน์ในการนำเสนอเรื่องราวได้มากกว่า ตั้งแต่พาดหัวสารคดี (title) โปรมหัวเรื่อง (blurb) ตลอดจนถึงเนื้อเรื่อง (body) จึงน่าที่จะมีการศึกษารูปแบบของภาพพจน์ที่ใช้ในสารคดีของนิตยสารดังกล่าว เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่กว้างขวางยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาภาพพจน์ในสารคดีนิตยสาร Reader's Digest เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้อ่านได้ง่าย ครอบคลุมประเภทของสารคดีได้หลากหลาย และตีพิมพ์สารคดีที่มีการใช้ภาพพจน์ในการสร้างสีสันงูใจในการอ่าน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

๑. เพื่อศึกษาลักษณะของการใช้ภาพพจน์ที่ปรากฏในสารคดีภาษาอังกฤษของนิตยสาร Reader's Digest
๒. เพื่อศึกษาลักษณะของสารคดีที่ปรากฏในนิตยสาร Reader's Digest
๓. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการใช้คำศัพท์ จำนวนในสารคดีประเภทต่างๆ ของนิตยสาร Reader's Digest
๔. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับภาพพจน์ คำศัพท์ และจำนวนภาษาอังกฤษในสารคดี

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ครอบคลุมขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

๑. ภาพพจน์ คำศัพท์ และสำนวนในสารคดีที่ปรากฏในนิตยสาร Reader's Digest ที่ตีพิมพ์ตั้งแต่เดือนมกราคม ๒๕๔๘ ถึงเดือนธันวาคม ๒๕๔๘ จำนวน ๑๒ ฉบับ (แต่ละฉบับมีสารคดี และคอลัมน์ประจำ ตีพิมพ์ประมาณ ๑๕-๒๐ เรื่อง) จำนวน ๑๘๐ เรื่อง ที่ได้มาโดยวิธีการเจาะจงเลือก (purposive sampling) ไม่รวมงานเขียนอื่นเช่น บทความ (article) คอลัมน์ประจำ (column) ข่าว (news) และเรื่องขำขัน (joke) ทั้งหมดเป็นสารคดีที่ตีพิมพ์ในส่วนสารคดี (feature)

๒. ขอบเขตของการวิเคราะห์ภาพพจน์ ยึดตามที่กำหนดโดยฮิกส์ (Hicks 1993: 53-57) ซึ่งได้แบ่งประเภทของลีลาการใช้ภาพพจน์ในข้อเขียนทางวารสารศาสตร์ไว้ ๑๖ ประเภท เพราะเป็นแนวทางการศึกษาที่เหมาะสมกับงานเขียนร้อยแก้ว (prose) และครอบคลุมประเภทของภาพพจน์ได้สมบูรณ์ การวิเคราะห์คำอุปมาอุปไมย (metaphor) ซึ่งเป็นภาพพจน์หนึ่งในจำนวน ๑๖ ประเภท จะวิเคราะห์ตามแนวทางของเวดเดลและคณะ (Waddell and others 1972) เนื่องจากเป็นแนวทางที่ชัดเจนและครอบคลุมคำอุปมาอุปไมยได้มากกว่าแนวทางการวิเคราะห์แบบอื่น เพราะเป็นการวิเคราะห์โดยพิจารณาหลักไวยากรณ์ของประโยคร่วมด้วย ทำให้การวิเคราะห์กระทำได้ชัดเจนและแม่นยำมากกว่าวิธีอื่น

๓. ขอบเขตของการวิเคราะห์ประเภทของสารคดี ยึดตามประเภทของสารคดีที่กำหนดโดย นิวซัมและวอลเลิร์ต (Newsom and Wollert 1985 : 304-314) เป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากเป็นการจัดประเภทที่ละเอียด และครอบคลุมประเภทของสารคดีได้สมบูรณ์ ทั้งนี้โดยพิจารณาจากแง่มุมของการครอบคลุมหัวข้อที่นักเขียนมักจะนำมาเขียนเป็นสารคดี

ข้อตกลงเบื้องต้น

๑. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพพจน์ คำศัพท์ และสำนวนในสารคดีจำนวน ๑๘๐ เรื่อง ที่มีการตีพิมพ์ในนิตยสาร Reader's Digest ระหว่างเดือนมกราคม ๒๕๔๘ ถึงเดือนธันวาคม ๒๕๔๘ ในส่วนของสารคดีโดยเฉพาะ ไม่รวมถึงบทความ สารคดี หรือข้อเขียนอื่นๆ ในคอลัมน์ประจำ

๒. เนื่องจากข้อมูลภาษาที่นำมาวิเคราะห์ภาพพจน์ อาจวิเคราะห์จัดประเภทภาพพจน์ได้มากกว่าหนึ่งประเภท ตามมุมมองของการวิเคราะห์ภาพพจน์ ในกรณีนี้ดังกล่าว ผู้วิจัยจะได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยจัดเป็นภาพพจน์ประเภทเดียว ไม่นำข้อมูลภาษาส่วนนั้นมาวิเคราะห์จัดประเภทอีก เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนของข้อมูล

๓. ในการวิเคราะห์ภาพพจน์ ยึดตามแนวที่กำหนดโดยฮิกส์ (Hicks 1993: 53-57) ซึ่งได้แบ่งประเภทของลีลาการใช้ภาพพจน์ในข้อเขียนทางวารสารศาสตร์ไว้ ๑๖ ประเภท ผู้วิจัยจะไม่เสนอผลการวิเคราะห์ความหลากหลายของการใช้ถ้อยคำ (variation) ในสารคดีเป็นค่าสถิติร้อยละ เนื่องจากข้อมูลดังกล่าววิเคราะห์ได้เฉพาะเชิงคุณภาพ

๔. การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ศึกษาความถี่ (frequency) ในการปรากฏของสำนวนที่มีภาพพจน์ในสารคดี ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลภาษาที่มีภาพพจน์ที่ปรากฏในสารคดีมากกว่าหนึ่งครั้ง จะได้ทำการวิเคราะห์จัดประเภทภาพพจน์เพียงครั้งเดียว หากปรากฏอีก จะไม่นำมาพิจารณาจัดประเภทอีก เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ซ้ำซ้อน

๕. การศึกษาการใช้คำศัพท์ สำนวนในสารคดี จะศึกษาเฉพาะคำศัพท์ภาษาไม่เป็นทางการ (informal language) และการใช้สำนวน (idioms) เพราะเป็นการใช้ภาษาที่ทำให้สารคดีแตกต่างออกไปจากข้อเขียนประเภทอื่น เช่น ข่าว และบทความ เป็นต้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

ขั้นตอนในการดำเนินงานการวิจัยมีดังต่อไปนี้

๑. ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวกับรูปแบบของภาพพจน์ และสารคดีประเภทต่างๆ
๒. เก็บรวบรวมข้อมูล คือสารคดีจากนิตยสาร Reader's Digest ฉบับเดือนมกราคม ๒๕๔๘ ถึงเดือนธันวาคม ๒๕๔๘ จำนวน ๑๒ ฉบับ
๓. จำแนกสารคดีที่ปรากฏในนิตยสาร Reader's Digest ออกจากงานเขียนอื่น เช่น บทความ (article) คอลัมน์ประจำ (column) ข่าว (news) และเรื่องขำขัน (joke)
๔. จากการวิเคราะห์ในข้อ ๓ รวบรวมสารคดีได้จำนวน ๑๘๐ เรื่อง ทำการอ่านเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีดำเนินการดังต่อไปนี้

๑. การวิเคราะห์ภาพพจน์

วิเคราะห์ตามแนวทางของฮิกส์ (Hicks 1993 : 53-57) ที่ได้จัดประเภทของภาพพจน์ในการเขียนทางวารสารศาสตร์ไว้ ๑๖ ประเภท เพราะครอบคลุมประเภทของภาพพจน์ในงานเขียนร้อยแก้ว (prose) ได้สมบูรณ์ และเป็นต้นแบบในงานเขียนทางวารสารศาสตร์ที่แพร่หลาย โดยทำการจำแนกประเภทภาพพจน์ดังต่อไปนี้

๑. การสัมผัสอักษร (alliteration)

การสัมผัสอักษร เป็นการใช้คำที่มีพยัญชนะพ้องกัน เพื่อก่อให้เกิดความสัมผัส โดยยังสามารถรักษาความหมายที่ต้องการสื่อได้ด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

safe and sound

slow but sure

chop and change

share and share alike

petticoat protest

followed in footsteps

few and far between

๒. การกระทบสระ (assonance)

การกระทบสระ เป็นการใช้คำที่มีเสียงสระเดียวกันในคำที่ตามมา เพื่อให้สัมผัสเสียงกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

The cat sat on my lap.

๓. การนำความตายมาล้อเล่น (graveyard)

การนำความตายมาล้อเล่น เป็นการใช้ภาษาที่น่าเรื่องของการบาดเจ็บโรคร้าย ความพิการ หรือความตายมาล้อเล่น ด้วยเจตนาต่างๆ ไม่ว่าจะ มองในแง่อารมณ์ขัน หรือต้องการล้อเลียน หรือเสียดสี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

Hot under the cholera.

๔. คำอติพจน์ (hyperbole)

คำอติพจน์ เป็นการใช้ถ้อยคำที่ดูจะกล่าวอ้างเกินจริง เพื่อเน้นน้ำหนักของคำพูด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

A million thanks

๕. คำแฝงนัย (irony)

คำแฝงนัย เป็นการใช้คำที่มีความหมายไม่ตรงตามตัวอักษร ดังตัวอย่างเรื่องต่อไปนี้เป็นแฝงนัยเสียคือ

A woman who scurvies a car crash, borrows a mobile phone and telephones her husband to report her survival—only to be knocked down and killed later.

๖. คำอุปนิเสธ (litotes)

คำอุปนิเสธ เป็นการใช้ภาพพจน์เมื่อผู้พูดเน้น หรือขยายความคำพูดโดยการปฏิเสธสิ่งที่ตรงกันข้าม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

Rome is no mean city.

๗. คำอุปลักษณะณ์ (metaphor)

คำอุปลักษณะณ์ เป็นการใช้คำแทนสิ่งหนึ่งด้วยสิ่งอื่นที่คล้ายคลึงกัน โดยที่ทั้งสองสิ่งนั้นต้องมีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

blanket of snow

pillar of strength

tower of strength

tip of the iceberg

sweep under the rug

local boy made good

hit out at

(bitter) battle

under siege

fight

massacre

blast

axe

vicious / cowardly attack

mount a defense

๘. คำนามนัย (metonymy)

คำนามนัย เป็นการเรียกชื่อสิ่งหนึ่งโดยใช้อีกสิ่งอื่นที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันแทน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

He is a lover of the bottle.

ประโยคข้างต้น กล่าวว่า “เขาเป็นคนรักขวด” มีความหมายว่า “เขาเป็นคนขี้เมา” โดยใช้ “ขวด” เป็นสัญลักษณ์แทนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในที่นี้ขวดกับคนไม่มีลักษณะร่วมกัน (ซึ่งเป็นคุณสมบัติของคำอุปลักษณ์)

๙. คำเลียนเสียงธรรมชาติ (onomatopoeia)

คำเลียนเสียงธรรมชาติ เป็นการใช้คำที่เลียนเสียงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ คำนั้นๆ ไปถึงความหมายได้ในตัวเอง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

He has hacking cough.

๑๐. คำปฏิพจน์ (oxymoron)

คำปฏิพจน์ เป็นการนำคำที่มีความหมายขัดแย้งกันมาใช้ด้วยกันเพื่อผลในการแสดงความรู้สึก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

He shows cruel kindness.

๑๑. การเล่นคำ (pun)

การเล่นคำ เป็นการนำเอาคำที่ออกเสียงเหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน แต่มีความหมายต่างกันมาใช้แทนกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

All the fax about technology

ในที่นี้มีการเล่นคำ ‘fax’ แทน ‘fact’

๑๒. การกล่าวซ้ำ (repetition)

การกล่าวซ้ำ เป็นการซ้ำถ้อยคำเพื่อหวังผลเน้นให้เห็นความสำคัญ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

Romeo, Romeo, wherefore are thou Romeo.

๑๓. คำถามเชิงวาทศิลป์ (rhetoric question)

คำถามเชิงวาทศิลป์เป็นคำถามที่ถามขึ้นมาโดยไม่ต้องกราคำตอบ แต่เป็นการถามเพื่อเน้นย้ำบางสิ่งบางอย่าง เป็นศิลปะการใช้ภาษาเพื่อการจูงใจ หรือสร้างความประทับใจแก่ผู้อ่าน มักจะปรากฏในรูปของคำถามของพาดหัว หรือพาดหัวรอง

ผู้เขียนจะใช้คำถามเหล่านี้นำเข้าสู่เรื่องที่จะนำเสนอต่อไป สร้างความสงสัย อยากรู้ อยากรู้อยากเห็น ให้ผู้อ่านเสาะแสวงหาคำตอบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

Have you ever been to China?

คำถามดังกล่าวเป็นการเปิดประเด็นข้อเขียนที่จะได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวในจีน ที่ผู้อ่านจะได้อ่านต่อไป

๑๔. คำอุปมา (simile)

คำอุปมา เป็นการเปรียบเทียบสิ่งสองสิ่ง โดยนำสิ่งหนึ่งมาอุปมาว่า เหมือนกับอีกสิ่งหนึ่ง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

My love is like a red, red rose.

๑๕. คำสัณพจน์ (synecdoche)

คำสัณพจน์ เป็นรูปแบบหนึ่งของภาษา คล้ายอุปมา แต่เป็นการเอา ส่วนย่อยมากล่าวหมายแทนถึงส่วนเต็ม หรือเอาส่วนเต็มมาใช้หมายถึงส่วนย่อย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

All hands on deck.

เป็นประโยคที่ใช้ในการเดินเรือ 'hands' ในที่นี้หมายถึงลูกเรือทุกคน ให้มาพร้อมกันที่ดาดฟ้าเรือ ใช้ในนัย หมายถึงทุกคนต้องร่วมแรงร่วมใจ จึงจะทำการได้สำเร็จ

๑๖. ความหลากหลาย (variation)

การใช้ถ้อยคำที่หลากหลาย เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก เพิ่มสีสันให้กับงานเขียน สามารถกระทำได้หลากหลายวิธี วิธีที่มักใช้ในงานเขียนได้แก่ การใช้คำสรรพนาม (pronoun) หรือการใช้วลี (phrase) ในการอ้างถึงสิ่งที่ได้กล่าวไปแล้ว

จัดทำรายการประเภทของภาพพจน์ และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติร้อยละ

๒. การวิเคราะห์ลักษณะของสารคดี

วิเคราะห์ตามแนวทางของนิวส์มและวอลเลิร์ต (Newsom and Wollert 1985 : 304-314) ซึ่งได้แบ่งประเภทของสารคดีเป็น ๘ ประเภท เนื่องจากการจัดประเภทสารคดีที่ละเอียด และครอบคลุมประเภทของสารคดีได้สมบูรณ์ ทั้งนี้โดยพิจารณาจากแง่มุมของการครอบคลุมหัวข้อที่นักเขียนมักจะนำมาเขียนเป็นสารคดี โดยทำการจำแนกประเภทของสารคดีดังต่อไปนี้

- ประเภทของ สรรคดี
๑. สรรคดีข่าว (news feature)
 ๒. สรรคดีประวัติสังเขป (personality or profile)
 ๓. สรรคดีสารสนเทศ (informative feature)
 ๔. สรรคดีประวัติศาสตร์ (historical feature)
 ๕. สรรคดีประสบการณ์ (personal experience feature)
 ๖. สรรคดีพรรณนา (descriptive feature)
 ๗. สรรคดีวิธีทำ (How-to feature)
 ๘. สรรคดีมีโนสาเร่ (enterprise)

จัดทำรายการประเภทของสรรคดี และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติร้อยละ

๓. การวิเคราะห์คำศัพท์ และสำนวนในสรรคดีแต่ละประเภท

จัดทำรายการคำศัพท์ภาษาไม่เป็นทางการ (informal language) และสำนวน (idioms) ที่พบในสรรคดีแต่ละประเภท และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติร้อยละ

ผลการวิจัย

๑. ผลการวิเคราะห์ภาพพจน์

การวิเคราะห์ภาพพจน์พบว่า การเขียนพาดหัวเรื่องสรรคดีมีการใช้ภาพพจน์ ๕๐% โดยมีการใช้ คำสัมผัสอักษร (alliteration) ๒๖.๖๗% การเล่นคำ (pun) ๒๓.๓๓% คำอุปลักษณ์ (metaphor) ๒๑.๑๑% การนำความตายมาล้อเล่น (graveyard) ๑๒.๒๒% การกระทบสระ (assonance) ๑๑.๑๑% คำแฝงนัย (irony) ๔.๔๔% และการกล่าวซ้ำ (repetition) ๑.๑๑% ตามลำดับ การใช้ภาพพจน์ในพาดหัวเรื่องจะปรากฏในรูปแบบของ วลี (phrase) มากที่สุด ๘๗.๒๒%

การศึกษาการใช้ภาพพจน์ในเรื่องสรรคดีของนิตยสาร Reader's Digest พบว่ามีการใช้คำอุปลักษณ์ (metaphor) มากที่สุด ๓๗.๕๘% รองลงมาคือคำอุปมา (simile) ๑๓.๐๓% คำนามนัย (metonymy) ๑๐.๓๐% คำเลียนเสียงธรรมชาติ (onomatopoeia) ๗.๕๘% คำแฝงนัย (irony) ๖.๐๖% การกล่าวซ้ำ (repetition) ๕.๓๐% คำสัมผัสอักษร (alliteration) ๔.๘๕% การเล่นคำ (pun) ๔.๒๔% คำถามเชิงวาทศิลป์ (rhetoric question) ๓.๐๓% คำอติพจน์ (hyperbole) ๒.๗๓% การนำความตายมาล้อเล่น (graveyard) ๒.๑๒% คำอุปนิเสธ (litotes) ๑.๕๒% การกระทบสระ (assonance) ๐.๙๑% คำสัมผัสพจน์

(synecdoche) ๐.๕๕% และคำปฏิพจน์ (oxymoron) ๐.๓๐% ตามลำดับ

๒. ผลการวิเคราะห์ประเภทของสารคดี

การวิเคราะห์ประเภทของสารคดีที่ปรากฏในนิตยสาร Reader's Digest จำนวน ๑๘๐ เรื่อง พบว่ามีการตีพิมพ์สารคดีทุกประเภท โดยเรียงตามลำดับมากน้อยดังนี้ สารคดีสารสนเทศ (informative feature) ๑๘.๓๓% สารคดีวิธีทำ (How-to feature) ๑๘.๓๓% สารคดีประวัติสังเขป (personality or profile) ๑๗.๗๘% สารคดีประสบการณ์ (personal experience feature) ๑๖.๑๑% สารคดีมีโนสारे (enterprise) ๑๒.๗๘% สารคดีพรรณนา (descriptive feature) ๙.๔๔% สารคดีข่าว (news features) ๖.๑๑% และสารคดีประวัติศาสตร์ (historical feature) ๑.๑๑%

๓. ผลการวิเคราะห์คำศัพท์และสำนวน

การวิเคราะห์สารคดีนิตยสาร Reader's Digest พบว่ามีการใช้คำศัพท์ภาษาไม่เป็นทางการ (informal language) และสำนวน (idioms) ในสารคดีประเภทต่างๆ ของนิตยสาร Reader's Digest แตกต่างกันโดยมีการใช้คำศัพท์ภาษาไม่เป็นทางการ (informal language) ในสารคดีประวัติสังเขป (personality or profile) มากที่สุด คิดเป็น ๓๒.๐๘% ตามด้วยสารคดีมีโนสारे (enterprise) ๑๘.๘๗% สารคดีประสบการณ์ (personal experience feature) ๑๖.๙๘% สารคดีวิธีทำ (How-to feature) ๑๓.๒๑% สารคดีสารสนเทศ (informative feature) ๑๑.๓๒% สารคดีข่าว (news feature) ๓.๗๗% และสารคดีพรรณนา (descriptive feature) ๓.๗๗% ตามลำดับ และไม่พบว่ามีการใช้คำศัพท์ไม่เป็นทางการในสารคดีประวัติศาสตร์ (historical feature)

การวิเคราะห์สำนวน (idioms) ที่ปรากฏในสารคดีประเภทต่างๆ ของนิตยสาร Reader's Digest สรุปได้ว่ามีการใช้สำนวนในสารคดีประวัติสังเขป (personality or profile) มากที่สุด คิดเป็น ๓๐.๗๗% ตามด้วย สารคดีสารสนเทศ (informative feature) ๑๙.๒๓% สารคดีวิธีทำ (How-to feature) ๑๙.๒๓% สารคดีประสบการณ์ (personal experience feature) ๑๕.๓๘% สารคดีมีโนสारे (enterprise) ๗.๖๙% สารคดีข่าว (news feature) ๓.๘๕% สารคดีพรรณนา (descriptive feature) ๓.๘๕% ตามลำดับ และไม่พบว่ามีการใช้สำนวนในสารคดีประวัติศาสตร์ (historical feature)

๔. การใช้สำนวนที่พบในสารคดี มีลักษณะที่พอจะสรุปได้ดังต่อไปนี้

๑. มีสำนวนที่มีการกล่าวถึงภาพพจน์โดยตรงในสำนวนการเขียน

๒. มีการใช้ภาษาแสดงแง่คิด และอารมณ์ขัน เพื่อสร้างสีสันในกับงานเขียน และชวนให้ผู้อ่านสนใจ

๓. มีการใช้สำนวนเขียนที่สร้างความประทับใจ ความสะเทือนใจแก่ผู้อ่าน

๔. มีการใช้สำนวนเขียนที่ให้แง่คิดแก่ผู้อ่าน

๕. มีการใช้สำนวนวิพากษ์วิจารณ์แบบเสียดสี (satirical)

อภิปรายผล

๑. การใช้ภาพพจน์ในสารคดี

มีการใช้ภาพพจน์เพียง ๗ ประเภท ในการเขียนพาดหัวเรื่อง คือคำสัมผัสอักษร (alliteration) การเล่นคำ (pun) คำอุปลักษณ์ (metaphor) การนำความตายมาล้อเล่น (graveyard) การกระทบสระ (assonance) คำแฝงนัย (irony) และการกล่าวซ้ำ (repetition) โดยปรากฏในรูปวลีมากที่สุด จึงกล่าวได้ว่า ภาพพจน์ดังกล่าวเป็นภาพพจน์ที่มีประสิทธิภาพในการนำมาใช้เขียนให้สะดุดตาผู้อ่านได้ในข้อความสั้น ๆ แบบวลี เพราะในการเขียนพาดหัวเรื่อง จะต้องใช้ข้อความที่สั้น กระชับ สะดุดตาผู้อ่าน และสื่อความถึงเนื้อเรื่องให้มากที่สุด ภาพพจน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้ดีที่สุด และง่ายที่สุด คือการใช้คำสัมผัสอักษร

มีการใช้ภาพพจน์ในเนื้อเรื่องครบทุกประเภท และภาพพจน์ที่มีการใช้มากที่สุด คือคำอุปลักษณ์ (metaphor) ซึ่งสอดคล้องกับที่สารานุกรม Encyclopedia Britannica จัดให้คำอุปลักษณ์ (metaphor) เป็นภาพพจน์ที่สำคัญที่สุด และมีการใช้มากที่สุดเพราะครอบคลุมไปถึงสัญลักษณ์ (symbol) และจินตภาพ (image) เมื่อมีการเขียนโดยใช้ภาพพจน์ จึงมักจะเป็นสิ่งแรกที่ผู้เขียนใช้ นอกจากนี้ ข้อค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ ยังสอดคล้องกับหลักการเขียนสารคดีที่เวดเดลและคณะ (Waddell and others 1972) ให้คำแนะนำว่า นักเขียนควรสร้างสีสันให้กับประโยคด้วยการใช้ภาพพจน์ที่มีการใช้กันมาแต่ดั้งเดิมในประโยค เป็นวลีที่สดใหม่ ได้สรรพทสีในบทประพันธ์ และสร้างจินตนาการ โดยใช้การพูดอย่างหนึ่งแต่มีความหมายอีกอย่างหนึ่ง

ภาพพจน์ช่วยให้คำพูดสื่อความได้มากกว่าความหมายตรงตัวของคำนั้นๆ ภาพพจน์ต้องการบางสิ่งบางอย่างจากผู้อ่าน ผู้อ่านต้องเข้าใจความหมายแฝงของคำที่ อาจจะมีมากมาย ผู้อ่านต้องจินตนาการให้เห็นภาพ และตระหนักถึงภาพที่อยู่เบื้องหลัง

ภาพพจน์ นอกจากนี้ ผู้เขียนยังต้องมีลีลาการใช้ภาพพจน์ ผู้เขียนต้องหลีกเลี่ยงถ้อยคำที่นักประพันธ์ชอบใช้จนเป็นอื้อหู่ (cliche) และต้องเข้าใจภาพพจน์แต่ละประเภทอย่างถ่องแท้ จึงจะสามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. ประเภทของสารคดี

จะเห็นได้ว่าสารคดีที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร Reader's Digest มีความหลากหลาย ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า นอกจากจะมีความหลากหลายในประเภทของสารคดีแล้ว ยังมีความหลากหลายในหัวข้อของเนื้อหาด้วย ทำให้ตอบสนองความสนใจของผู้อ่านที่หลากหลายได้ ซึ่งสอดคล้องกับที่อัลเบิร์ต โคล (Albert Cole อ้างใน Digby-Junger 2002) กล่าวว่า Reader's Digest เป็นนิตยสารที่มีบทบาทยิ่งในการสื่อสารของคนเรา เพราะมีหัวข้อสารคดีที่ครอบคลุม ตั้งแต่วิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม จริยธรรม สุขภาพ ทุกขเวทนา การศึกษา ชีวประวัติ ชีวิตสัตว์ การใช้ชีวิต เพศ ไปจนถึงเรื่องขำขัน ซึ่งหัวข้อที่หลากหลายส่งผลให้มีสารคดีครบทุกประเภท

ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบว่าสารคดีสารสนเทศ (informative) และสารคดีวิธีทำ (How-to) เขียนถึงหัวข้อทางสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และการใช้ชีวิตมากที่สุด เช่น การต่อสู้กับโรคหัวใจ การลดน้ำหนัก การไชยา การผ่าตัดคัดลยกรรม เป็นต้น ลำดับรองลงมาคือสารคดีประวัติสังเขป (personality or profile) และสารคดีประสบการณ์ (personal experience) จะเป็นการเล่าประสบการณ์ของผู้ที่ผ่านเหตุการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น สึนามิ โคลนถล่ม น้ำป่าหลากท่วมบ้านเรือน และแผ่นดินถล่ม เป็นส่วนใหญ่ แสดงให้เห็นว่าได้มีการเกิดภัยพิบัติที่เป็นโศกนาฏกรรมครั้งใหญ่ในส่วนต่างๆ ทั่วโลกหลายครั้ง

๓. คำศัพท์และสำนวน

การวิเคราะห์คำศัพท์และสำนวนได้ข้อค้นพบว่า ในการเขียนสารคดีแบบประวัติสังเขป (personality and profile) ซึ่งเป็นสารคดีที่สะท้อนให้เห็นความเป็นตัวตนของบุคคลที่ประสบความสำเร็จ หรือมีแง่มุม ปรัชญา การใช้ชีวิตที่น่าสนใจ ผู้เขียนนิยมที่จะถ่ายทอดโดยใช้ภาษาไม่เป็นทางการ เพราะในการเขียนสารคดีประเภทนี้ ผู้เขียนต้องวาดภาพให้ผู้อ่านรู้จักถึงนิสัยใจคอ บุคลิกภาพ ผู้ที่เขาเขียนถึง โดยการบรรยายลักษณะรูปร่าง หน้าตา คำพูดและท่าทางที่ใช้ จึงมีลีลาการเขียนที่แตกต่างจากชีวประวัติทั่วไปที่ต้องใช้ภาษาทางการ (formal language)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า ผู้เขียนนิยมใช้คำศัพท์ภาษาไม่เป็นทางการในสารคดี

มโนสำเนา (enterprise) และสารคดีประสบการณ์ (personal experience) ในลำดับรองลงมา เพราะเป็นสารคดีซึ่งถ่ายทอดประสบการณ์ หรือบรรยายเหตุการณ์ระทึกใจ อุบัติภัย ต่างๆ โดยผ่านสายตาหรือมุมมองของผู้ที่รอดชีวิตจากเหตุการณ์นั้นๆ งานเขียนประเภทนี้จึงต้องการลีลาที่ทึ่งให้อ่านระทึกใจ หรือมีอารมณ์ร่วมไปกับเหตุการณ์นั้นๆ ด้วย ซึ่งการใช้ภาษาไม่เป็นทางการสามารถสนองวัตถุประสงค์ของผู้เขียนได้เป็นอย่างดี

การศึกษาคำศัพท์และสำนวน ได้ข้อสรุปว่า นอกเหนือจากการใช้ภาพพจน์ในการสร้างลีลาและพลังให้กับงานเขียนประเภทสารคดีแล้ว ยังสามารถกระทำได้ด้วยการใช้คำศัพท์ภาษาไม่เป็นทางการ (informal language) และสำนวนที่มักจะมีการใช้ในบทสนทนาในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว เช่น การใช้สำนวนให้แง่คิด อารมณ์ขัน สร้างความประทับใจ หรือเสียดสี แต่ในงานเขียนจะมีการใช้สำนวนที่มีการกล่าวถึงภาพพจน์โดยตรงในสำนวนเขียน เช่น มีการใช้คำ “metaphor” ในการเปรียบเทียบ ใช้คำ “rhetoric question” ในการถามเปรย และใช้คำ “ironically” ในการเสียดสี ซึ่งโดยปรกติแล้วจะไม่ค่อยปรากฏในสำนวนพูด ในบทสนทนาชีวิตประจำวันโดยตรง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยภายหลัง มีดังต่อไปนี้

๑. ควรมีการศึกษาภาพพจน์ที่ใช้ในสารคดีนิตยสารภาษาอังกฤษฉบับอื่นๆ เช่น นิตยสารการเมืองและเศรษฐกิจ Time หรือ Newsweek หรือนิตยสารเพื่อความงามและความบันเทิง Elle, Metropolitan หรือ Vogue เพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบการใช้ภาพพจน์ในนิตยสารที่หลากหลายประเภทมากขึ้น

๒. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบ พัฒนาการในการใช้ภาพพจน์ในข้อเขียนประเภทสารคดี เพราะการใช้ภาษาย่อมมีการเปลี่ยนแปลง เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ด้านความแตกต่างของการใช้ภาษาในแต่ละยุคสมัย

๓. ควรมีการศึกษาภาพพจน์ประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาพพจน์ที่มีความสำคัญ และมีการใช้ในภาษาอังกฤษมาก เช่น คำอุปลักษณ์ (metaphor) คำสัมผัสอักษร (alliteration) ให้ละเอียดมากยิ่งขึ้น

๔. ควรมีการนำข้อค้นพบในการศึกษาครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้า การสอนการอ่าน เช่น รายวิชาการอ่านทั่วไป และการอ่านหนังสือพิมพ์ ซึ่งจะมีข้อเขียนประเภทสารคดีปรากฏอยู่ เพื่อสร้างความเข้าใจในการอ่านที่ดีขึ้น สำหรับการสอนเขียนสามารถนำข้อมูลและข้อค้นพบที่ได้ไปใช้ในการสอนเขียนได้เช่นกัน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

นาฏยา ตนานนท์. News reporting การรายงานข่าว. กรุงเทพมหานคร : Nut Republic, ๒๕๔๖.

พิศิษฐ ชวาลารวัช. การรายงานข่าวขั้นสูง. กรุงเทพมหานคร : ดอกหญ้า, ๒๕๔๐.

ภรณ์ อารังสัจย์. ภาษาอังกฤษในหนังสือพิมพ์. คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๒๘.

รัชนี โชลิตติกุล. สำนวนอังกฤษ-สำนวนไทย. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๗.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมศัพท์วรรณกรรม. กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๔๕.

_____. พจนานุกรมศัพท์วรรณกรรม : ภาพพจน์ ไหวहार และกลการประพันธ์. กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๓๙.

_____. ศัพท์บัญญัติอังกฤษ-ไทย, ไทย-อังกฤษ รูปแบบซีดีรอม รุ่น ๑.๑ [CD-ROM]. ๒๕๔๕. สืบค้นจาก ราชบัณฑิตยสถาน.

ลำดวน จาดใจดี. คู่มือนักแปลข่าว. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร : ดวงกลมสมัย, ๒๕๔๘.

วิวัฒน์ ใจเที่ยง. การอ่านหนังสือพิมพ์. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๙.

สรรเสริญ สุวรรณประเทศ. รู้ศัพท์กับข่าว. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, ๒๕๓๙.

ภาษาอังกฤษ

Barbara C., Palmer and Mary Alice Brooks. "Reading until the cows come home : Figurative language and reading comprehension." *Journal of Adolescent and Adult Literacy* 47, 5 (February 2004) : 370-379.

Baddock, Barry. *Scoop!* Oxford : Pergamon, 1984.

Bartel, Joan Corliss. *The Metropolitan Daily News : Understanding American Newspaper.* New Jersey : Regents / Prentice Hall, 1994.

- Bobby Hawthorne. "Types of Feature Stories." paper provided by Interscholastic League Press Conference, 2005.
- Biggs, Andrew. **Learning English by The Nation**. Bangkok : Se-Education, 2000.
- Britannica Concise Encyclopedia**. Chicago : Encyclopedia Britannica, 2002.
- Crump, Spencer. **Fundamental of Journalism**. New York : McGraw-Hill, 1974.
- Digby-Junger, Richard. "Reader's Digest." **St James Encyclopedia of Pop Culture** (2002).
- Encyclopedia Americana international edition** (1976).
- Encyclopedia Britannica** (1968).
- Feniouk, Boris A and others. "The Proton-Driven Rotor of ATP Synthase : Ohmic Conductance (10 fS), and Absence of Voltage Gating." **Biophysical Journal** 86 (June 2004) : 4094-4109.
- Franklin, Jon. "Going the Distance." **WJR** 15 (January/February 1993) : 21-22.
- Frederickson, Terry and Paul Wedel. **English by Newspaper**. Bangkok : The Post Publishing, 1991.
- Hicks, Wynford. **English for Journalists**. London and New York : Routledge, 1993.
- Iuamsupanimit, Somchit. **English In Newspaper**. Nakhornpathom : Silpakorn University, 1986.
- Itule, Bruce D. and Douglas A Anderson. **News Writing and Reporting for Today's Media**. New York : McGraw-Hill, 1994.
- James H., Leigh. "The use of figures of speech in print ad headlines." **Journal of Advertising** (June 1994).
- Keeble, Richard. **The Newspaper Handbook**. London : Routledge, 1994.
- Lakoff, George and Mark Johnson. **Metaphors We Live By**. Chicago : Chicago Press, 1981.
- Mencher, Melvin. **News Reporting and Writing**. Fifth edition. Iowa : Wm. C. Brown, 1987.
- Moore, Jeanies McAdams and Chris Lamb. "Analysis Shows Trends for Pulitzer Feature Stories." **Newspaper Reading Journal** (Winter 2005).

- Newsom, Dough and James A. Wollert. **Media Writing**. California : Wadsworth, 1985.
- Pelletier, Luc R. "Writing a feature article: Not all articles are alike." **Nurse Author & Editor** (Fall 2003).
- Redfern, Walter. **Puns**. London : Blackwell, 1984.
- Rowling, J.K. **Harry Potter and the Chamber of Secrets**. London : Bloomsbury, 1998.
- Schinke-Llano. **Time : We the People**. Illinois : National Textbook, 1989.
- Siriphan Suwannalai. "Translation techniques of figurative language in Venich Vanich by HM King Rama VI." Master Thesis, Mahidol University, 2003.
- Tierky, Etiersky and Robert Hughes. **Morning Edition**. Illinois : National Textbook Company, 1997.
- Waddell, Marie L., Robert M. Esch, and Roberta R. Walker. **The Art of Styling Sentences**. New York : Barron Educational Series, 1972.
- Walker, David J. **Exploring Newspaper**. London : Macmillan, 1993.
- Williamson, Daniel R. **Featuring Writing for Newspaper**. New York : Hasting House, 1975.

แหล่งข้อมูล

Reader's Digest. January, 2005 – December, 2005

Time

Bangkok Post

The Nation

www.english.unitechnology.ac.nz

www.en.wikipedia.org

www.efl.htmlplanet.com

www.findarticles.com

www.hps.com

www.newyorktimes.com

www.Thetimes.co.uk

www.USA.Today.com