

## สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา สรุปผลได้ดังนี้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนชายและนักเรียนหญิง ระดับมัธยมศึกษาเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักเรียนชายและนักเรียนหญิง เกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักเรียนชายและนักเรียนหญิงในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา
4. เพื่อศึกษาเหตุผลของการเลือกภาษาโฆษณาแต่ละประโยค

### ตัวอย่างประชากร

ตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำนวน 577 คน ซึ่งมาจากโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนราษฎร์ รวม 10 แห่ง

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในครั้งแรกสัมภาษณ์อาจารย์ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ผู้เกี่ยวข้องกับการโฆษณา และศึกษาหนังสือ พร้อมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย จากนั้น สร้างแบบสอบถามขึ้น 1 ชุด



เพื่อสอบถามนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องภาษาที่ใช้ในการโฆษณา นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้ไปทดลองใช้กับนักเรียนโรงเรียนวัดประสาธต์ จำนวน 40 คน 2 สัปดาห์ต่อมา ทดสอบซ้ำ โดยใช้แบบทดสอบชุดเดิม จากนั้นคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ แล้วนำมาปรับปรุงเพื่อใช้กับตัวอย่างประชากรที่สุ่มไว้ ได้รับแบบสอบถามคืนคิดเป็นร้อยละ 93.06 จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยมัธยิมเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความมีนัยสำคัญระหว่างนักเรียนชาย นักเรียนหญิง นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

### สรุปผลการวิจัย

1. ประชากรที่ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียนชายและนักเรียนหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน แบ่งเป็นชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 51.99 ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 48.00
2. ความสนใจในการรับสารจากสื่อมวลชน นักเรียนชายและนักเรียนหญิงในชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ ชมโทรทัศน์ และฟังวิทยุ ทุกวัน
3. นักเรียนชายและนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นใช้เวลาว่างชมโทรทัศน์ แต่ นักเรียนชายและนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายใช้เวลาว่างแตกต่างกันคือ นักเรียนชายอ่านหนังสือพิมพ์ ส่วนนักเรียนหญิงชอบฟังวิทยุ
4. ความสนใจในเนื้อหาที่สื่อมวลชนนำมาเสนอ
  - 4.1 คอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ที่นักเรียนชายชอบอ่าน คือ พาคหั่วขาว ส่วนนักเรียนหญิงชอบอ่านข่าวบันเทิง
  - 4.2 รายการโทรทัศน์ที่นักเรียนชายและนักเรียนหญิงทั้งชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายสนใจชมมากที่สุด ได้แก่ รายการภาพยนตร์
  - 4.3 รายการวิทยุที่นักเรียนส่วนใหญ่ชอบฟัง คือ รายการเพลง
5. รายการที่สื่อมวลชนควรปรับปรุง

5.1 นักเรียนชายและนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายเห็นว่า ควรปรับปรุงเนื้อหาสาระที่นำมาเสนอในหนังสือพิมพ์มากที่สุด

5.2 รายการโทรทัศน์ ที่ควรปรับปรุงนั้นนักเรียนเห็นตรงกันว่า ควรปรับปรุง การโฆษณา

5.3 นักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นเห็นว่ารายการวิทยุควรปรับปรุงเรื่อง เวลาของรายการมากที่สุด ส่วนนักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเห็นว่า ควรปรับปรุง เนื้อหาสาระของรายการ และนักเรียนหญิงทั้งหมดเห็นตรงกันว่า ควรปรับปรุงการพูดของ โฆษก

5.4 รายการวิทยุและโทรทัศน์ที่นักเรียนชายและนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษา ตอนต้นและตอนปลาย เห็นสมควรให้ลดปริมาณลงคือ รายการ โฆษณา

## 6. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา

6.1 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายทั้งชายและหญิง มีความเห็น ตรงกันว่า ปริมาณโฆษณาสินค้าในหนังสือพิมพ์มีมากเกินไป

6.2 แหล่งการ รับสาร โฆษณาของนักเรียนส่วนใหญ่รับจากโทรทัศน์ รองลงมา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และวิทยุตามลำดับ

6.3 นักเรียนส่วนใหญ่สนใจโฆษณาอยู่ในระดับพอสมควร

6.4 ประเภทโฆษณาที่นักเรียนสนใจอ่านได้แก่ โฆษณาเกี่ยวกับภาพยนตร์

6.5 โฆษณาทางโทรทัศน์ที่นักเรียนส่วนใหญ่สนใจคือ โฆษณาที่มีลักษณะเป็น ภาพยนตร์สั้น ๆ ประกอบเพลงหรือคำพูดโฆษณา

6.6 นักเรียนชายชอบโฆษณาประเภทลดขบขัน แต่นักเรียนหญิงชอบโฆษณาที่ ให้ความบันเทิงแต่แทรกความรู้ไว้ด้วย

6.7 อิทธิพลของรายการโฆษณาที่มีต่อนักเรียนคือ ทำให้นักเรียนนิยมเลียนแบบ การใช้ภาษาของการโฆษณา

6.8 นักเรียนมีความเห็นตรงกันว่า การชมโฆษณาสินค้า ทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์ ใหม่ ๆ ที่ทันสมัย แต่ภายหลังการชมโฆษณา นักเรียนจะมีความรู้สึกแตกต่างกันนั้นคือ

ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นนักเรียนจะสนใจยากขึ้นอีกซ้ำอีกนั้น ในขณะที่ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายนักเรียนชายรู้สึกว่าการใช้คำนี้ แต่นักเรียนหญิงสนใจภาษาที่ใช้ในการโฆษณา

6.9 การแสดงออกของนักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นเมื่อไม่สนใจโฆษณา คือ พูดออกไปเรื่อย ๆ อย่างไม่สนใจ ส่วนนักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนหญิงทั้งหมดจะหยุดดูและทำงานอย่างอื่นแทน

6.10 นักเรียนเห็นว่าส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้การโฆษณาดึงดูดความสนใจคือภาพประกอบ

6.11 นำเสียงที่ใช้ในการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงนั้นนักเรียนส่วนใหญ่เห็นว่า สามารถโน้มน้าวผู้ฟังให้เชื่อได้ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์โฆษณานั้น ส่วนมากเห็นว่า มีลักษณะโฆษณาที่เกินความเป็นจริง

6.12 นักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นชอบโฆษณาที่เป็นการ์ตูน แต่นักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนหญิงทั้งหมด ชอบโฆษณาที่แสดง โดยเด็ก ๆ

6.13 รายการโฆษณานั้นนักเรียนเห็นว่า เป็นสิ่งจำเป็นอยู่บ้างสำหรับชีวิตประจำวัน และให้ประโยชน์ด้านการใช้ภาษาไทยคือ ได้เห็นแบบอย่างการใช้ภาษาที่ดีและไม่ดี

7. ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และตอนปลายเกี่ยวกับลักษณะภาษาโฆษณาส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ความคิดเห็นที่แตกต่างกันเด่นชัดได้แก่ใช้คำที่จำได้ง่าย เหมาะที่จะใช้เป็นภาษาพูดมากกว่าภาษาเขียน ใช้คำพูดหรือข้อความที่เกินจริง ทำให้เกิดการเลียนแบบหรือใช้ตามอย่าง ซึ่งลักษณะเหล่านี้นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มเห็นว่า เป็นลักษณะเด่นอยู่ในระดับมาก

ส่วนถ้อยคำสำนวนที่ใช้ในภาษาโฆษณานั้น นักเรียนส่วนใหญ่มีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน ถ้อยคำสำนวนที่ทั้ง 2 กลุ่มเห็นว่าแตกต่างกัน เช่น ลูกมากจะยากจน เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน, เมียคือศรีบ้าน ธนาการคือศรีนคร, แอร์ไวร์เอกลักษณ์ของเอกบุรุษ ซึ่งสำนวนเหล่านี้นักเรียนเห็นว่า เป็นภาษาสำนวนที่เหมาะสม

8. นักเรียนหญิงและนักเรียนชายมีความเห็นเกี่ยวกับลักษณะภาษาโฆษณาไม่แตกต่างกัน ความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างเด่นชัดได้แก่ เหมาะที่จะใช้เป็นภาษาพูดมากกว่าภาษาเขียน

ใช้คำพูดหรือข้อความที่เกินจริง ทำให้เกิดการเลียนแบบหรือใช้คำอย่าง มีการสร้างสำนวน  
ที่ผิดจากแบบแผนเดิม ลักษณะเหล่านี้นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มเห็นว่า เป็นลักษณะเด่นอยู่ในระดับมาก

ส่วนความเห็นในเรื่องถ้อยคำสำนวนนั้น นักเรียนชายและหญิงมีความเห็นไม่แตกต่างกัน  
เช่นกัน ส่วนที่นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มเห็นว่าแตกต่างกันเช่น ลูกมากจะยากจน นักเรียนหญิง  
เห็นว่าเหมาะสมที่สุด ส่วนนักเรียนชายเห็นว่าเหมาะสม และกระตึงแคง ชูชา ชูชา นักเรียน  
หญิงเห็นว่าไม่เหมาะสมที่สุด ในขณะที่นักเรียนชายเห็นว่าไม่เหมาะสม

9. นักเรียนส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าภาษาโฆษณามีความเหมาะสม เพราะใช้คำคล้อง  
จองมากที่สุด รองมาคือใช้ถ้อยคำที่มีความหมายดี และใช้ถ้อยคำสำนวนที่ดึงดูดความสนใจ  
ส่วนที่เห็นว่าไม่เหมาะสมนั้นให้เหตุผลว่า เพราะใช้คำพูดหรือข้อความที่เกินจริงมากที่สุด รอง  
มาคือใช้ภาษาที่ฟังแล้วไม่เข้าใจความหมายใช้คำกำกวมคลุมเครือ และใช้คำหรือสำนวนผิดหลัก  
ภาษาไทย

### อภิปรายผลการวิจัย

๑) นักเรียนส่วนใหญ่สนใจชมโทรทัศน์-อ่านหนังสือพิมพ์-และฟังวิทยุทุกวัน โดยที่  
นักเรียนชายและหญิงชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ใช้เวลาว่างส่วนใหญ่ชมรายการโทรทัศน์ แต่สำหรับ-  
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย-นักเรียนชายใช้เวลาว่างอ่านหนังสือ-นักเรียนหญิงใช้เวลาว่าง-  
ฟังวิทยุ- การที่นักเรียนใช้เวลาว่างชมโทรทัศน์ ฟังวิทยุ-และอ่านหนังสือพิมพ์- ตรงกับ  
งานวิจัยของ ศีวะพร สุคนธ์พงษ์<sup>1</sup> พรรณลีย์ เทพลักษณ์เลขา<sup>2</sup> และ

<sup>1</sup> ศีวะพร สุคนธ์พงษ์, "การวิเคราะห์บทบาทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการใช้  
ภาษาไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพฯ," หน้า 70.

<sup>2</sup> พรรณลีย์ เทพลักษณ์เลขา, "ความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีต่อ  
รายการโทรทัศน์ ปี พ.ศ. 2506" (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหา  
วิทยาลัย, 2507) หน้า 19.

นงลักษณ์ ประเสริฐธรรม<sup>1</sup> เหตุที่นักเรียนชอบดูโทรทัศน์ อาจเป็นเพราะว่าโทรทัศน์มีลักษณะพิเศษกว่าสื่อมวลชนอื่นๆ เพราะเป็นสื่อมวลชนที่รวมสื่ออื่น ๆ เข้าไปด้วยคือ เราได้เห็นภาพที่เคลื่อนไหวได้เหมือนภาพยนตร์ ได้ยินเสียงเหมือนวิทยุ และได้เห็นตัวอักษรต่าง ๆ เหมือนหนังสือพิมพ์<sup>1</sup>

2. นักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายส่วนใหญ่ชอบอ่านพาดหัวข่าว ซึ่งการพาดหัวข่าวนี้อาจมีลักษณะการใช้ภาษาที่น่าสนใจและควรศึกษา กุลทรัพย์ เกษมนนกิจ ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับการใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวว่า การพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะไทยรัฐ นิยมใช้คำพูดรุนแรง ก้าวร้าวและบิดเบือนความจริง เพื่อดึงดูดความสนใจให้ซื้อหนังสือ ภาษาแบบนี้เมื่อไคยินบ่อย ๆ เข้าจะทำให้เสียสุขภาพจิตอย่างรุนแรง<sup>3</sup> ในขณะที่นักเรียนชายชอบอ่านพาดหัวข่าว นักเรียนหญิงส่วนใหญ่กลับชอบอ่านข่าวบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 76.00 และ 82.71 ผลการสำรวจการอ่านหนังสือของชายและหญิงนี้ไม่สอดคล้องกับการสำรวจบทบาทของหนังสือพิมพ์ต่อการศึกษาเยาวชน ของนพพงษ์ คารารัตน์ ที่พบว่า เยาวชนชายและหญิงชอบอ่านเนื้อหาประเภทที่มุ่งให้ความรู้มากที่สุด<sup>4</sup>

สำหรับรายการโทรทัศน์นั้น นักเรียนชายและหญิงชอบรายการภาพยนตร์มากที่สุด ความเห็นนี้ตรงกับผลการวิจัยของ รัชจวน มีนประคิษฐ์<sup>5</sup> ส่วนรายการวิทยุที่นักเรียนชอบฟังมาก

<sup>1</sup> นงลักษณ์ ประเสริฐธรรม, "การสำรวจการใช้เวลาว่างของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-2-3" (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2502) หน้า 17.

<sup>2</sup> รัชจวน มีนประคิษฐ์, "อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายซึ่งมาจากครอบครัวที่มีฐานะแตกต่างกัน" หน้า 3-4.

<sup>3</sup> กุลทรัพย์ เกษมนนกิจ, คำบรรยายวิชาวรรณกรรมปัจจุบันสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2522

<sup>4</sup> นพพงษ์ คารารัตน์, "บทบาทของหนังสือพิมพ์รายวันที่มีต่อการศึกษาของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2519" (วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2520) หน้า 34.

<sup>5</sup> รัชจวน มีนประคิษฐ์, "อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อนักเรียน...." หน้า 87.

คือรายการเพลง ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของ เรื่องโรรัชนี วิชัยลักษณ์ ที่พบว่า นักเรียน นักศึกษาส่วนใหญ่สนใจฟังดนตรีมากที่สุด<sup>1</sup>

3. ความคิดเห็นของนักเรียนเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงในการทำหน้าที่สื่อพิมพ์คือ ควรปรับปรุงเนื้อหาสาระที่นำมาเสนอ ซึ่งตรงกับข้อเสนอแนะของประคอง นาควนิช ที่ว่า ควรปรับปรุงเนื้อหาให้ถูกต้องตรงกับความเป็นจริง<sup>2</sup> ในขณะที่ คีรณา ทองเสวก เห็นว่า ควรปรับปรุงให้มีข่าวการศึกษา สารคดีและการตอบปัญหามากขึ้น นอกจากนี้ควรลดข่าวสังคม ข่าวบันเทิง ข่าวอาชญากรรม และโฆษณาลงบ้าง<sup>3</sup>

นักเรียนชายและหญิง ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายมีความเห็นว่า รายการโทรทัศน์ควรปรับปรุงการโฆษณามากที่สุด ความเห็นนี้ไม่ตรงกับผลการสำรวจของ นิรุศ สุพรรณชาติ<sup>4</sup> ไพฑูลย์ ลิ่มมณี<sup>5</sup> และ สุนันทา เสียงแจ้ว<sup>6</sup> ที่พบว่าสิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดคือ

<sup>1</sup> เรื่องโรรัชนี วิชัยลักษณ์, "ความคิดเห็นของประชาชนในเขตดุสิตที่มีต่อการกระจายเสียงของวิทยุบางแห่งในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2516" หน้า 16.

<sup>2</sup> ประคอง นาควนิช, "การศึกษาการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันของนักเรียนอาชีวศึกษา ในจังหวัดพระนครและธนบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2513) หน้า 88.

<sup>3</sup> คีรณา ทองเสวก, "ความคิดเห็นของอาจารย์และนักศึกษาล่าชาสังคมศาสตร์เกี่ยวกับบทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อการศึกษา" หน้า จ.

<sup>4</sup> นิรุศ สุพรรณชาติ, "ความต้องการรายการโทรทัศน์สำหรับการศึกษาของประชาชนในภาคเหนือ" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518) หน้า 59.

<sup>5</sup> ไพฑูลย์ ลิ่มมณี, "ความต้องการรายการโทรทัศน์สำหรับการศึกษาของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ," หน้า 50.

<sup>6</sup> สุนันทา เสียงแจ้ว, "ความต้องการรายการโทรทัศน์สำหรับการศึกษาของประชาชนในภาคใต้," หน้า 49.

เนื้อหาของสาระของรายการ ที่ควรปรับปรุงรองลงมาคือการใช้โฆษณา จะเห็นได้ว่าแม้ความเห็นจะไม่ตรงกันนักแต่ก็มีส่วนใกล้เคียงกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะงานวิจัยของ 3 คนหลังนี้เป็นงานวิจัยที่ทำขึ้นเพื่อสำรวจความต้องการรายการโทรทัศน์ของประชาชนในภาคอื่น ๆ ไม่ใช่ภาคกลางโดยตรง ความคิดเห็นจึงอาจจะคลาดเคลื่อนไปบ้าง

สำหรับรายการวิทยุที่ควรปรับปรุงนั้น นักเรียนมีความเห็นแตกต่างกัน นักเรียนชายระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเห็นว่า ควรปรับปรุงเวลาของรายการ แต่นักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเห็นว่า ความปรับปรุงเนื้อหาของรายการ ความเห็นนี้เหมือนกับ นิคม ศรีนุเคราะห์<sup>1</sup> และปรีชา วิหคโต<sup>2</sup> ส่วนนักเรียนหญิงทั้งมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายเห็นว่า ควรปรับปรุงการพูดของโฆษก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกุลพลรัตน์ รัตนสิงห์<sup>3</sup>

4. นักเรียนส่วนใหญ่รับสารโฆษณาจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร ป้ายประกาศ ภาพยนตร์ และการโฆษณาโดยใช้ยานพาหนะ ตามลำดับ และนักเรียนมีความเห็นว่าโฆษณาในโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มีมากจนเกินไป ซึ่งจากผลสำรวจของคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ ปรากฏว่า สถานีวิทยุมีโฆษณาและบริการธุรกิจร้อยละ 6 ถึง 12 โทรทัศน์มีร้อยละ 6 ถึง 11 ส่วนหนังสือพิมพ์นั้นวันอาทิตย์มีโฆษณามากที่สุด ไทยรัฐประมาณหนึ่งในสี่

<sup>1</sup>นิคม ศรีนุเคราะห์, "ความต้องการรายการวิทยุกระจายเสียงสำหรับการศึกษาของประชาชนในภาคเหนือ" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาโสตทัศนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518) หน้า 23.

<sup>2</sup>ปรีชา วิหคโต, "ความต้องการรายการวิทยุกระจายเสียงสำหรับการศึกษาของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518) หน้า 43.

<sup>3</sup>กุลพลรัตน์ รัตนสิงห์, "ความต้องการรายการวิทยุกระจายเสียงสำหรับการศึกษาของประชาชนในกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518) หน้า 40.



ของเนื้อที่ทั้งหมด เคลื่อนไหวประมาณหนึ่งในห้า สยามรัฐมีน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 6<sup>1</sup> สำหรับ  
ไทยรัฐนั้น สุกัญญา ตีรวณิช ได้วิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐพบว่า มีการโฆษณาและ  
แจ้งความมากกว่าเนื้อหาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 21.20<sup>2</sup> แม้สื่อมวลชนจะเสนอการโฆษณา  
ในปริมาณที่มาก แต่นักเรียนส่วนใหญ่สนใจการโฆษณาอยู่ในระดับพอสมควร มีเพียงส่วนน้อยที่  
สนใจมาก โฆษณาประเภทที่นักเรียนสนใจอ่านคือโฆษณาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ซึ่งความเห็นนี้ตรงกับ  
ผลการวิจัยของ จันทรรัตน์ ระเบียบโลกที่สรุปไว้ว่า นักเรียนสนใจโฆษณาเกี่ยวกับ โปรแกรม  
ภาพยนตร์มากที่สุด<sup>3</sup> ส่วนชนิดของโฆษณาทางโทรทัศน์ที่นักเรียนสนใจนั้นคือ โฆษณาที่เป็น  
ภาพยนตร์สั้น ๆ ประกอบเพลงหรือคำพูดโฆษณา ผลการวิจัยนี้แตกต่างจากผลการวิจัยของ  
นพรัตน์ ศรีประชุม<sup>4</sup> และรัฐจวน มีประกฤษ<sup>5</sup> ที่พบว่า นักเรียนทั้งชายและหญิงชอบโฆษณาที่  
เป็นการ์ตูนมากที่สุด นอกจากนั้นยังแตกต่างจากผลการวิจัยของศิริรัตน์ เจริญศักดิ์ ที่กล่าวว่า  
นักเรียนสนใจโฆษณาสินค้าที่ทำเป็นตัวละครค่าโฆษณาตามบรรณาธิการของที่แสดงอยู่โดยไม่ต้อง  
หยุดพักแสดง<sup>6</sup> ส่วนประเภทของโฆษณานั้นนักเรียนชายชอบประเภทตลกขบขัน นักเรียนหญิง

<sup>1</sup>สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักนายกรัฐมนตรี, การศึกษามหาชน  
ของสื่อมวลชนต่อการศึกษาของชาวบ้าน (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์และท่าปากเจริญผล, 2521),  
หน้า 11 - 17.

<sup>2</sup>สุกัญญา ตีรวณิช, ประวัติการพิมพ์หนังสือพิมพ์ในประเทศไทย ภายใต้ระบบสมบูรณ์  
ชาติบริหาร (พ.ศ. 2325-2475) (กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2520), หน้า 136.

<sup>3</sup>จันทรรัตน์ ระเบียบโลก, "ความคิดเห็นเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์รายวันไทยของนักเรียน  
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนรัฐบาล กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2518," (วิทยานิพนธ์ปริญญา  
บัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518), หน้า 36.

<sup>4</sup>นพรัตน์ ศรีประชุม, "การวิเคราะห์ความสนใจของนิสิตต่อรายการโทรทัศน์," หน้า 74.

<sup>5</sup>รัฐจวน มีประกฤษ, "อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย  
ซึ่งมาจากครอบครัวที่มีฐานะแตกต่างกัน," หน้า 113.

<sup>6</sup>ศิริรัตน์ เจริญศักดิ์, "ความสนใจรายการโทรทัศน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย,"

นักเรียนหญิงชอบประเภทไหน ความบันเทิงแก่แทรกความรู้ไว้ด้วย นอกจากนี้นักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นชอบโฆษณาที่ผู้แสดงเป็นการ์ตูน ส่วนนักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนหญิง ชอบโฆษณาที่แสดงโดยเด็ก ๆ

5. นักเรียนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า โฆษณาเป็นสิ่งจำเป็นอยู่บ้างสำหรับชีวิตประจำวัน มีอิทธิพลต่อนักเรียนในด้านทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ภาษา และนำเสียงโฆษณาสมากรโน้มน้าวผู้ฟังให้เชื่อถือได้ ผลการวิจัยนี้มีส่วนคล้ายกับผลการวิจัยของรัญจวน มีประสิทธิ์ ที่พบว่า การชมโทรทัศน์ทำให้นักเรียนมีแนวโน้มไปในด้านนำคำพูดที่เป็นภาษาสะแลงไปใช้พูด และเอาอย่างวิธีการพูดของโฆษณ<sup>1</sup> และยังสอดคล้องกับการวิจัยของศิระพร สุนทรพงษ์เผ่า ที่กล่าวว่า การใช้ภาษาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อนักเรียนในด้าน วัฒนธรรมการใช้ภาษา การพูด การฟัง และการฝึกทักษะในชั้นเรียน นอกจากนี้การได้ฟังและเห็นการใช้ภาษาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความเคยชิน รับเอาคำ สำนวน ประโยค ตลอดจนลักษณะการแบ่งวรรคตอนมาใช้ในชีวิตประจำวัน<sup>2</sup> ด้วยเหตุนี้การใช้ภาษาของสื่อมวลชนจึงควรมีลักษณะคง เช่นที่เรื่องโรรัชนี วิชัยลักษณ์ เสนอแนะไว้คือ ควรควบคุมภาษาให้สุภาพ กระชับรัดกุม ไม่ใช้ภาษาที่เกินจริงหรือสร้างความรำคาญใจผู้อื่น การพูดของโฆษณควรชัดเจนถูกต้อง โดยเฉพาะคำควบกล้ำ ร และ ล ไม่ควรพูดตกตะลึง เยิ่นเย้อ หรือทำให้ภาษาเสื่อม<sup>3</sup> เมื่อพิจารณาสาเหตุที่นักเรียนนิยมเปลี่ยนแปลงการใช้ภาษาโฆษณา อาจเป็นเพราะภาษาโฆษณาส่งเสริมโดยอาศัยวิธีการทางจิตวิทยา ยั่วยุบประสาทสัมผัส ใช้คำคล้องจองที่สั้น ๆ กระชับ สามารถจำได้ง่าย หรือใช้ภาษาแปลก ๆ ที่สะดุดหูสะดุดตา<sup>4</sup> จุดเด่นเหล่านี้จึงดึงดูดให้นักเรียนนิยมเปลี่ยนแปลงโดยที่อาจรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ นอกจากนี้

<sup>1</sup> รัญจวน มีประสิทธิ์, "อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อนักเรียน..." หน้า 137.

<sup>2</sup> ศิระพร สุนทรพงษ์เผ่า, "การวิเคราะห์บทบาทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการใช้ภาษาไทย..." หน้า จ.

<sup>3</sup> เรื่องโรรัชนี วิชัยลักษณ์, "ความคิดเห็นของประชาชนในเขตอุลิตที่มีต่อการกระจายเสียง ..." หน้า จ.

<sup>4</sup> พรทิพย์ ภักธนาวิก และศรีศิริลภ บุณยจร, "การใช้ภาษากับการโฆษณา," หน้า 7-17.

นักเรียนยังมีความเห็นอีกว่า การฟัง การอ่าน และชมโฆษณา ทำให้ได้เห็นแบบอย่างการใช้ภาษาที่ดีและไม่ดี ในเรื่องนี้ สมิต สัจฉกร ใ้กล่าวว่่า หากผู้เขียนมีทัศนคติที่ถูกคองต่อการโฆษณา ก็จะสามารถใช้ภาษาเป็นเครื่องถ่ายทอดข้อความโฆษณาได้อย่างเหมาะสม แต่หากผู้เขียนมีทัศนคติที่ไม่ถูกคอง คิดว่่าเป็นการกล่าวร่อกว่วยวิธีใด ๆ ไม่ว่าจะจริงหรือเท็จให้ประชาชนหลงเชื่อซื้อสินค้า การใช้ภาษาที่พลอยไม่เหมาะสมด้วย<sup>1</sup> ด้วยเหตุนี้ นักเรียนจึงได้ฟังและได้ชมโฆษณาที่มีการใช้ภาษาทั้งที่ดีและไม่ดี

6. นักเรียนมีเหตุผลการชมรายการโฆษณาสินค้าว่าทำให้นักเรียนได้รู้จักผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ทันสมัย มากที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของศิริรัตน์ เจริญศักดิ์ ที่ปรากฏว่่า นักเรียนชมโฆษณา เพราะจว่่าเป็นคองชมเนื่องจกคองการชมรายการที่โฆษณานั้นเป็นผู้อุปถัมภ์<sup>2</sup> เกี่ยวกับความรู้สึกภายหลังการชมโฆษณา นักเรียนมีความเห็นแตกต่างกันคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ชมโฆษณาแล้วเกิดควมสนใจอยากซื้อสินค้านั้น ๆ ในขณะที่นักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายรำคาญใจ และนักเรียนหญิง เกิดควมสนใจภาษาที่ใช้ในการโฆษณา ข้อมูลนี้ทำให้เห็นว่่าโฆษณามีอิทธิพลคองนักเรียนมาก โดยเฉพาะนักเรียนที่อยู่ในวัยเด็ก แต่เมื่อนักเรียนโตขึ้นควมอยากซื้อสินค้าตามคำโฆษณาจะลดน้อยลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จอห์น อาร์ รอสซิสเตอร์<sup>3</sup>

7. นักเรียนมีความเห็นว่่าส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้การโฆษณาคึงดูดควมสนใจคือ ภาพประกอบ ซึ่งควมเห็นนี้แตกต่างจากควมคิดของผูู้ที่เกี่ยวข้องอยู่ในวงการโฆษณาคือ สุภาภรณ์ จันทรมิถล ที่กล่าวว่่า ส่วนสำคัญที่สุดของการโฆษณาคือ บทโฆษณา<sup>4</sup> เนื่องจากนักเรียน

<sup>1</sup> สมิต สัจฉกร, "ควมเห็นบางประการในการใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา," หน้า 16.

<sup>2</sup> ศิริรัตน์ เจริญศักดิ์, "ควมสนใจรายการโทรทัศน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย," หน้า 137.

<sup>3</sup> John R. Rossiter, "Does TV Advertising Affect Children?" p.52.

<sup>4</sup> สุภาภรณ์ จันทรมิถล, "อยากเป็นนักเขียนบทโฆษณาบ้างไหม," หน้า 70.

สนใจภาพประกอบของโฆษณา และส่วนใหญ่รับสาร โฆษณาจาก โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โฆษณา จึงเป็นสิ่งที่นักเรียนให้ความสนใจมาก นักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายเห็นว่า ภาพยนตร์ โฆษณามีลักษณะเกินความเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งความเห็นนี้สอดคล้องกับนักเรียนหญิง ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย แต่นักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นเห็นว่าภาพยนตร์ โฆษณาขาด ความระมัดระวังในการใช้ภาษามากที่สุด

8. ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายเกี่ยวกับลักษณะ ภาษาโฆษณา และถ้อยคำสำนวนที่ใช้ในภาษาโฆษณาส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย มีความเห็นเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณาแตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของ นักเรียนชายและนักเรียนหญิง เกี่ยวกับลักษณะภาษาโฆษณาและสำนวนที่ใช้ในภาษาโฆษณาแล้ว จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ส่วนความคิดเห็น ของนักเรียนที่แตกต่างกันนั้นคือ เหมาะที่จะใช้เป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียน ใช้คำพูดหรือข้อความที่เกินจริงทำให้เกิดการเลียนแบบหรือใช้ตามอย่าง มีการสร้างสำนวนที่ผิดจากแบบแผนเดิม

9. นักเรียนให้เหตุผลว่าภาษาโฆษณานั้นเหมาะสม เพราะใช้คำคล้องจองดี มีความหมายและดึงดูดความสนใจ ขณะเดียวกันบางครั้งมีการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม เช่น ใช้คำพูด หรือข้อความเกินจริง ใช้ภาษาที่ฟังแล้วไม่เข้าใจความหมาย ก้าวความคลุมเครือและผิดหลัก ภาษาไทย ลักษณะเหล่านี้เป็นสิ่งที่นักเรียนควรจะต้องทราบ จะได้ใช้ได้ตามความเหมาะสม และทำให้ภาษาไทยไม่ถูกทำลายทั้งรูปและความหมายจนอาจกลายเป็นภาษาที่ไม่มีแบบแผนไป ในที่สุด

#### ข้อเสนอแนะ

1. ครูภาษาไทยควรนำภาษาโฆษณามาใช้ประโยชน์ต่อการเรียนการสอนให้มากขึ้น โดยอาจใช้วิธีดังต่อไปนี้

1.1 ผูกวิเคราะห์ภาษาที่ใช้ในการโฆษณาทางสื่อมวลชน โดยช่วยกันรวบรวม ถ้อยคำสำนวนภาษาโฆษณาคำๆ และนำมาอภิปรายในชั้นเรียนว่า สำนวนโฆษณาที่รวบรวมมานั้น

ใช้คำผิดประเภท ผิดหน้าที่ หรือถูกต้องของคำหลักภาษาเช่นไรบ้าง

✓ 1.2 ผิดวิจารณ์ภาษาที่ใช้ในการโฆษณา โดยรวบรวมจากที่ต่างๆ แล้วแบ่งกลุ่มวิจารณ์ โดยพิจารณาในแง่ความเหมาะสมในด้านการใช้ภาษา

1.3 บันทึกเสียงการโฆษณาจากวิทยุและโทรทัศน์ และนำมาให้นักเรียนสังเกตการใช้คำเสียงและบทโฆษณา เพื่อสรุปเป็นหลักการโฆษณาที่ดี

✓ 1.4 ให้นักเรียนเปรียบเทียบ และสังเกตความแตกต่างระหว่างภาษาโฆษณาที่ดีและไม่ดีพร้อมทั้งชี้แจงว่า ภาษาโฆษณาที่ดีควรมีลักษณะเช่นไร

(1.5) จัดหัวข้ออภิปรายในเรื่องเกี่ยวกับความจำเป็นของการมีการโฆษณาหรือทำรายงานเสนอว่า โฆษณาประเภทใดเป็นสิ่งจำเป็นหรือไม่จำเป็น

✓ 1.6 เชิญวิทยากรมาบรรยายเกี่ยวกับเรื่อง โฆษณาสินค้าในแง่การใช้ภาษาทั้งคุณและโทษที่จะเกิดขึ้น

✓ 1.7 นำภาษาที่ใช้ในการโฆษณามาใช้ เป็นตัวอย่างในการสอนหลักภาษา

1.8 ให้นักเรียนเขียนเรียงความแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ โฆษณาในเมืองไทย

✓ 1.9 ลองฝึกให้นักเรียนเขียนคำโฆษณาโดยเน้นว่าควรใช้ถ้อยคำสำนวนให้

เหมาะสม

1.10 นำลักษณะเด่น ๆ ของการเขียนคำโฆษณามาให้นักเรียนพิจารณา เช่น ใช้คำกำกวม ใช้คำพูดที่เกินจริง ใช้คำผิดกระสวน ฯลฯ ให้นักเรียนช่วยกันหาภาษาโฆษณาที่มีลักษณะดังกล่าวนี้

2. ครูควรศึกษาการใช้ภาษาในการโฆษณา โดยไม่คำนึงว่า คำโฆษณานั้นจะเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อศึกษาอิทธิพลของ โฆษณาที่มีต่อการใช้ภาษาของนักเรียนในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน

✓ 3. ครูทุกคนควรมีส่วนช่วยแนะนำนักเรียนให้รู้จักเลือกรับภาษาจากสื่อมวลชน เพื่อให้ได้ใช้ภาษาไทยที่ถูกต้อง ไม่ใช่ปล่อยให้เป็นการระของครูภาษาไทยเท่านั้น

✓ 4. การจกักรายการโฆษณาโดยเฉพาะทางโทรทัศน์ ควรคำนึงถึงผู้ชมที่เป็นเด็กให้มากกว่าในปัจจุบัน รายการใดที่เด็กสนใจเป็นพิเศษ ควรเลือกโฆษณาที่สร้างสรรค์ และมี

ประโยชน์ เพื่อให้เด็กได้รับคำนิยามที่ดี ไม่ใช่จักโฆษณาที่มีลักษณะมอมเมาเยาวชน

5. ถ้อยคำสำนวนที่ใช้ในภาษาโฆษณาควรผ่านการตรวจแก้คำภาษาไทยให้ถูกต้องเหมาะสมไม่ใช่คำหยาบหรือคำสะแลงมากเกินไป

6. การทำพาคห้วโฆษณา บทโฆษณา หรือคำขวัญในการโฆษณา ควรจัดทำโดยผู้เชี่ยวชาญที่ประกอบด้วยนักโฆษณาและนักภาษา เพื่อสร้างสรรค์งานโฆษณาที่มีคุณภาพที่ดี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาโฆษณาระหว่างอาจารย์ นักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร และนักเรียนต่างจังหวัด เพื่อค้นหาแนวโน้มความนิยมรับภาษาโฆษณา จะได้นำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนภาษาไทย

2. ศึกษาภาษาสื่อมวลชนอื่น ๆ และภาษาโฆษณาเพื่อจะไ้ติดตามการเปลี่ยนแปลงของภาษาที่จะเกิดขึ้น จะได้นำข้อมูลที่จะนำไปแนะนำนักเรียนในการเรียนภาษาไทย

3. สำรวจความสนใจในการชมโฆษณาของประชาชน เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นส่วนตัว เพื่อนำไปปรับปรุงการโฆษณาให้มีคุณภาพ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย