

ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร
เกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา



นางสุรีย์ประกา ตรียเวช

006113

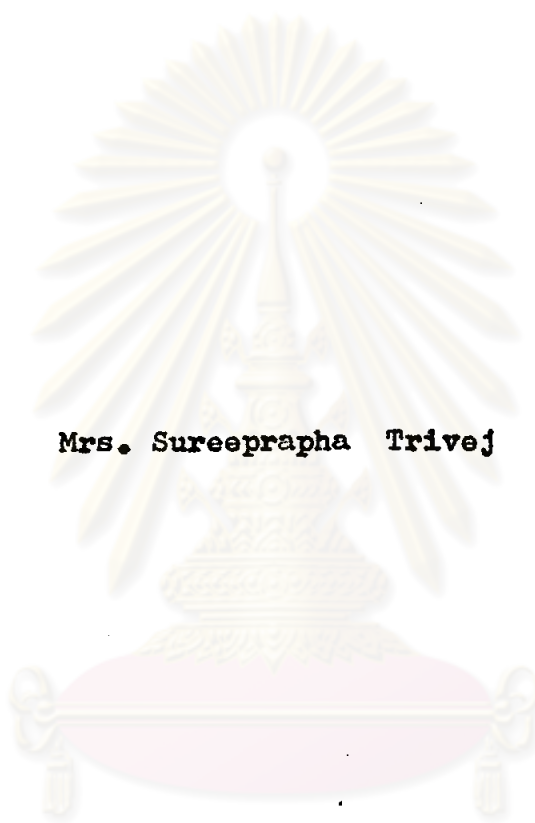
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของกา รศึกษาตามหลักสูตร ปรวิญญาศรุตศาสตร์มหาบัณฑิต

ภาควิชามัธยมศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2523

OPINIONS OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS IN BANGKOK METROPOLIS
CONCERNING LANGUAGE USED IN ADVERTISING



Mrs. Sureeprapha Trivej

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Education

Department of Secondary Education

Graduate School

Chulalongkorn University

1980

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับ
ภาษาที่ใช้ในการโฆษณา

โดย นางสุรีย์ประกา ตรีขเวช

ภาควิชา มัธยมศึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. สุจิต เพียรชอบ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

สุประคิมฐ์ บุณนาท คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุประคิมฐ์ บุณนาท)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

สุวิมล ภาครกรม ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ สุประณีต ภาครกรม)

สุจิต เพียรชอบ กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุจิต เพียรชอบ)

อุคมสิน กรรมการ
(อาจารย์พรอมพรณ อุคมสิน)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร
เกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา

ชื่อนิสิต

นางสุรีย์ประภา ตรีเวช

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. สุจิต เพ็ชรขอบ

ภาควิชา

มัธยมศึกษา

ปีการศึกษา

2522

บทคัดย่อ



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนชายและนักเรียนหญิง ระดับมัธยมศึกษาเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักเรียนชายและหญิงเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา
4. เพื่อศึกษาเหตุผลของการเลือกภาษาโฆษณาแต่ละประโยค

วิธีดำเนินการวิจัย

สร้างแบบสอบถาม 1 ชุด มีลักษณะเป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือกและแบบมาตราส่วนประเมินค่า จากนั้นนำไปแจกนักเรียนชายและนักเรียนหญิง จำนวน 620 คน จากโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนราษฎร์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 แห่ง แบบสอบถามที่นำมาวิจัยจำนวน 577 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 93.06 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีหาค่าร้อยละ ค่ามัธยิมเลขคณิต ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความเห็นระหว่างนักเรียนชายและนักเรียนหญิง นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย โดยทดสอบค่าซี แล้วนำเสนอ

ในรูปตารางและความเรียง

ผลการวิจัย

1. นักเรียนมีความเห็นว่ารายการโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนในค่านำให้เกิดการเลียนแบบการใช้ภาษาโฆษณา
2. ความคิดเห็นของนักเรียนชายและนักเรียนหญิงเกี่ยวกับลักษณะภาษาที่ใช้ในการโฆษณาไม่แตกต่างกัน และมีความเห็นอีกว่าภาษาโฆษณามีลักษณะเหมาะที่จะใช้เป็นภาษาพูดมากกว่าภาษาเขียน ใช้คำพูดหรือข้อความที่เกินจริง ทำให้เกิดการเลียนแบบหรือใช้ตามอย่าง และมีกำสร้งสำนวนที่ผิดจากแบบแผนเดิม อยู่ในระดับมาก
3. ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ความคิดเห็นที่แตกต่างกันเด่นชัด ได้แก่ ใช้คำที่จำได้ง่าย เหมาะที่จะใช้เป็นภาษาพูดมากกว่าภาษาเขียน ใช้คำพูดหรือข้อความที่เกินจริง และทำให้เกิดการเลียนแบบหรือใช้ตามอย่าง
4. นักเรียนมีความเห็นว่า ถ้อยคำสำนวนที่ใช้ในภาษาโฆษณามีทั้งเหมาะสมและไม่เหมาะสม ภาษาโฆษณาที่เหมาะสมนั้น นักเรียนให้เหตุผลว่าเพราะใช้คำคล้องจองดีมากที่สุด รองลงมาคือ ใช้ถ้อยคำที่มีความหมายดี และใช้ถ้อยคำสำนวนที่ดึงดูดความสนใจ ส่วนที่ให้เหตุผลว่าภาษาโฆษณาไม่เหมาะสม เพราะใช้คำพูดหรือข้อความที่เกินจริงมากที่สุด รองลงมาคือ ใช้ภาษาที่ฟังแล้วไม่เข้าใจความหมาย ใช้คำกำกวม คลุมเครือ และใช้คำหรือสำนวนผิดหลักภาษาไทย

Thesis Title Opinions of Secondary School Students in Bangkok
Metropolis Concerning Language Used in Advertising

Name Mrs. Sureeprapha Trivej

Thesis Advisor Associate Professor Sucharit Pienchob, Ed.D.

Department Secondary Education

Academic Year 1979

ABSTRACT

The purpose of the study

1. To study the opinions of secondary school boys and girls concerning the language used in advertising.
2. To compare the opinions of boys and girls concerning the language used in advertising.
3. To compare the opinions of the lower secondary students and the higher secondary students concerning the language used in advertising.
4. To study the reasons they select each advertising sentence.

Method of Study

The researcher constructed a series of questionnaires consisting of checklists and rating scales. The questionnaires were then sent to 620 students, boys and girls, from 10 public and private secondary schools in Bangkok Metropolis Five hundred and seventy

seven or 93.06 percent were returned. The data were tabulated and analyzed by means of percentage, arithmetic mean, standard deviation and Z test.

The result of the study

It was found that :

1. The students thought that the advertising language had some influence on their daily language.
2. There was no significant difference between boys' and girls' opinions concerning the characteristics of the advertising language and they thought that the language used was more suitable for spoken than written language. The advertising language was exaggerated, creating new expressions and the students tended to imitate what they had heard or read.
3. The opinions of the lower and higher secondary school students differed significantly at the level of .05 in the following aspects : easy to remember, suitable to be colloquial, exaggerated expressions, causing the imitation of the language used.
4. The students indicated that some expressions used in advertising were suitable for everyday usage and some were not. The majority of the students who thought that they were suitable explained that the advertising language used was punning, meaningful and attractive. Some students indicated that the expressions were exaggerated, and hard to understand, unclear and, ungrammatical.



กิตติกรรมประกาศ

นับแต่วาระแรกที่ผู้วิจัยวางโครงการที่จะเขียนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ผู้วิจัยได้รับคำแนะนำ ช่วยเหลือ ให้กำลังใจและปลอบใจ จาก รองศาสตราจารย์ ดร. สุจิต เพ็ชรขอบ อาจารย์ผู้ควบคุมการวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จได้ดังประสงค์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

ขอขอบคุณในความสำเร็จของผู้วิจัย ยังเนื่องมาจากความกรุณาของอาจารย์พร้อมพรรณ อุกมสิน ที่ให้คำแนะนำในการทาคำสถิติ อาจารย์ ดร. อังกาม ผลากรกุล ซึ่งได้ให้เอกสารที่เป็นประโยชน์ ผู้อำนวยการโรงเรียนมัธยมศึกษาที่เป็นตัวอย่างประชากร นางสาวณัฏฐา วัฒนถนอม นางสาวรัตนา รัตนสิน นางสาวพรทิพย์ กอสุวรรณ ซึ่งช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล และอำนวยความสะดวก นางสาวยุพิน จันทร์เจริญสิน ผู้ช่วยเหลือแนะนำการเขียนบท Abstract และบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งให้ทุนในการทำวิจัยเป็นเงิน 900 บาทถ้วน ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

อนึ่ง งานวิจัยครั้งนี้ จะสำเร็จลุล่วงไปไม่ได้ ถ้าปราศจากความช่วยเหลือจากเพื่อน ๆ นิสิตบัณฑิตวิทยาลัย สาขาการสอนภาษาไทย และนายแพทย์ทวีศักดิ์ ตรีเวช ผู้คอยสนับสนุน และให้กำลังใจ จนผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการทำงาน จึงขอขอบพระคุณไว้ในโอกาสนี้

สุรีย์ประกา ตรีเวช

ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย...	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ...	ฉ
กิตติกรรมประกาศ...	ช
รายการตารางประกอบ...	ญ



บท

1	บทนำ...	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา...	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย...	8
	สมมติฐานในการวิจัย...	9
	ขอบเขตของการวิจัย...	9
	ข้อตกลงเบื้องต้น...	9
	ความจำกัดของการวิจัย...	10
	คำจำกัดความ...	10
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย...	11
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง...	12
	บทความและเอกสารต่าง ๆ ทั้งของไทยและของต่างประเทศ...	12
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งของไทยและของต่างประเทศ.....	21
3	วิธีดำเนินการวิจัย...	36
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย...	36
	กลุ่มตัวอย่างประชากร...	37

	การเก็บรวบรวมข้อมูล...	38
	การวิเคราะห์ข้อมูล...	38
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล...	40
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล...	42
5	สรุปผลการวิจัย อภิปราย และขอเสนอแนะ ...	67
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย...	67
	ตัวอย่างประชากร...	67
	วิธีดำเนินการวิจัย...	67
	สรุปผลการวิจัย ...	68
	อภิปรายผลการวิจัย...	91
	ขอเสนอแนะ...	98
	ขอเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป...	100
	บรรณานุกรม ...	101
	ภาคผนวก...	108
	ประวัติผู้เขียน...	125

รายการตารางประกอบ

ตารางที่		หน้า
1	สถานภาพของตัวอย่างประชากร	43
2	ความสนใจของนักเรียนในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน	44
3	ความสนใจในการชมโทรทัศน์	45
4	ความสนใจในการฟังวิทยุ	46
5	การใช้เวลาว่างของนักเรียน	47
6	การอ่านคอลัมน์ต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์	48
7	รายการโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจชม	49
8	รายการวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบฟัง	50
9	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงในการทำหนังสือพิมพ์	51
10	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์	52
11	ความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการวิทยุที่ควรปรับปรุง	53
12	รายการวิทยุและโทรทัศน์ที่ควรจะลดปริมาณลง	54
13	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปริมาณโฆษณาสินค้าในหนังสือพิมพ์	55
14	แหล่งที่ไ้คว้าสารโฆษณา	56
15	ความสนใจในโฆษณา	57
16	ประเภทโฆษณาที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจอ่าน	58 /
17	ความสนใจชนิดของโฆษณาทางโทรทัศน์	59 /

ตารางที่ 1

18	ประเภทของโฆษณาที่นัก เรียนชอบชม...	60✓
19	อิทธิพลของรายการโฆษณาที่มีต่อนัก เรียน ...	61✓
20	เหตุผลที่ชมรายการโฆษณาสินค้า...	62
21	ความรู้สึกที่เกิดขึ้นหลังการอ่าน ชม หรือฟังรายการโฆษณา...	63
22	การแสดงออกของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อไม่สนใจรายการโฆษณาสินค้าทางโทรทัศน์ ...	64
23	ความเห็นเกี่ยวกับส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้การโฆษณาดึงดูดความสนใจ..	65✓
24	ความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาเสี่ยง เพื่อโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง. ...	66
25	ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์โฆษณา..	67
26	ความสนใจเกี่ยวกับลักษณะผู้แสดงโฆษณา ...	68✓
27	ความเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นของการมีโฆษณา...	69
28	ความเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ด้านการใช้ภาษาไทยที่ได้รับจากการฟัง อ่าน และชม โฆษณา..	70
29	เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาโฆษณาระหว่างนัก เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย..	71
30	เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ภาษาโฆษณาระหว่างนัก เรียนหญิง และนัก เรียนชาย. ...	74
31	เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับถ้อยคำสำนวนในภาษาโฆษณาระหว่างนัก เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย..	77
32	เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับถ้อยคำสำนวนในภาษาโฆษณาระหว่างนัก เรียนหญิงและนัก เรียนชาย ...	80

