

สรุป อภิปราย และ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ผลของภาษาโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาไทยของนิสิตระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาผลของภาษาโฆษณาที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาไทยของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยด้านการพูด
2. ศึกษาผลของภาษาโฆษณาที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาไทยของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยด้านการเขียน
3. เพื่อเปรียบเทียบผลของภาษาโฆษณาที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาไทยของนิสิตสายวิทยาศาสตร์ และนิสิตสายสังคมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลักษณะของการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นิสิตระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีอายุตั้งแต่ 16 - 31 ปี จาก 15 คณะ เป็นนิสิตชาย 136 คน นิสิตหญิงจำนวน 108 คน รวมทั้งสิ้น 244 คน โดยแบ่งนิสิตออกเป็น 2 กลุ่ม คือ สายวิทยาศาสตร์ และสายสังคมศาสตร์ ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อให้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของประชากร การเปิดรับสื่อ ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาโฆษณา

สรุปผลการวิจัย

ภาคที่ 1

1. นิสิตชายเรียนสายวิทยาศาสตร์ มากกว่าสายสังคมศาสตร์ โดยในสายวิทยาศาสตร์คิดเป็นร้อยละ 59.6 สายสังคมศาสตร์ 40.4 ในขณะที่เพศหญิงเรียนสายสังคมศาสตร์มากกว่าสายวิทยาศาสตร์ โดยในสายวิทยาศาสตร์คิดเป็นร้อยละ 35.5 สายสังคมศาสตร์ 64.5 และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและเพศหญิง

พบว่า นิสิตชายเรียนสายวิทยาศาสตร์มากกว่าเพศหญิง โดยในสายวิทยาศาสตร์มีนิสิตชายเรียนคิดเป็นร้อยละ 68.1 นิสิตหญิงคิดเป็นร้อยละ 31.9 และในสายสังคมศาสตร์มีนิสิตหญิงเรียนมากกว่านิสิตชาย โดยในสายสังคมศาสตร์มีนิสิตหญิงเรียนคิดเป็นร้อยละ 55.6 นิสิตชายร้อยละ 44.4

2. จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 241 คน นิสิตส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 23 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.6 โดยเป็นนิสิตจากสายวิทยาศาสตร์ 65 คน สายสังคมศาสตร์ 64 คน นิสิตที่มีอายุระหว่าง 16 - 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.2 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 57 คน สายสังคมศาสตร์ 56 คน นิสิตที่มีอายุระหว่าง 25 - 31 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.2 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 1 คน สายสังคมศาสตร์ 2 คน

3. จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 239 คน เป็นนิสิตมาจาก 15 คณะ คือ วิศวกรรมศาสตร์ 29 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 นิเทศศาสตร์ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 รัฐศาสตร์ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 อักษรศาสตร์ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 นิติศาสตร์ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ศิลปกรรมศาสตร์ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 พาณิชยศาสตร์และการบัญชี 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 วิศวกรรมศาสตร์ 27 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 วิทยาศาสตร์ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 สัตวแพทยศาสตร์ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 สถาปัตยกรรมศาสตร์ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 เกษศาสตร์ 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10 แพทยศาสตร์ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 เศรษฐศาสตร์ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 สหเวชศาสตร์ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

4. ในจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน มีนิสิตที่ดูโทรทัศน์ทุกวันมากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ จำนวน 51 คน สายสังคมศาสตร์ 73 คน ดู 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 29 คน สายสังคมศาสตร์ 17 คน ดู 4-5 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 17 คน สายสังคมศาสตร์ 16 คน ไม่แน่ใจ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เป็นนิสิตสายวิทยา-



ศาสตร์ 12 คน สายสังคมศาสตร์ 11 คน สัปดาห์ละครั้ง มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 5 คน สายสังคมศาสตร์ 6 คน ไม่ได้ดูเลย มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 4 คน สายสังคมศาสตร์ 1 คน ไม่ตอบ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์

5. 5.1 ช่วงเวลาในการดูโทรทัศน์ของนิสิตในวันธรรมดาที่พบมากที่สุด คือช่วงเวลา 21.00 - 22.00 น. มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 244 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 57 คน สายสังคมศาสตร์ 67 คน ช่วงเวลา 20.00 - 21.00 น. มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 48 คน สายสังคมศาสตร์ 51 คน ช่วงเวลา 22.00 - 23.00 น. มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 46 คน สายสังคมศาสตร์ 46 คน ช่วงเวลา 23.00 - 24.00 น. มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 25 คน สายสังคมศาสตร์ 23 คน ช่วงเวลา 19.00 - 20.00 น. มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 22 คน สายสังคมศาสตร์ 24 คน ช่วงเวลา 24.00 - 02.00 น. มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 12 คน สายสังคมศาสตร์ 13 คน ช่วงเวลา 17.00 - 18.00 น. มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 8 คน สายสังคมศาสตร์ 5 คน ช่วงเวลา 16.00 - 17.00 น. มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 7 คน สายสังคมศาสตร์ 4 คน

5.2 ช่วงเวลาในการดูโทรทัศน์ของนิสิตในวันเสาร์ - อาทิตย์ ที่พบมากที่สุด คือช่วงเวลา 22.00 - 23.00 น. มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 244 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 68 คน สายสังคมศาสตร์ 63 คน ช่วงเวลา 11.00 - 14.00 น. มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 47 คน สายสังคมศาสตร์ 56 คน ช่วงเวลา 14.00 - 17.00 น. มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 37 คน สายสังคม

ศาสตร์ 37 คน ช่วงเวลา 8.00 - 11.00 น. มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 32 คน สายสังคมศาสตร์ 32 คน ช่วงเวลา 23.00 - 02.00 น. มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 28 คน สายสังคมศาสตร์ 26 คน

6. รายการโทรทัศน์ที่นิสิตชอบดูมากที่สุด ได้แก่ ละคร มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 67.4 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 74 คน สายสังคมศาสตร์ 89 คน ทอล์คโชว์ มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 66 คน สายสังคมศาสตร์ 73 คน ดนตรี มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 68 คน สายสังคมศาสตร์ 65 คน สารคดี มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 59 คน สายสังคมศาสตร์ 53 คน ข่าว มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 41 คน สายสังคมศาสตร์ 62 คน กีฬา มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 47 คน สายสังคมศาสตร์ 36 คน การ์ตูน มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 38 คน สายสังคมศาสตร์ 40 คน เกมโชว์ มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 38 คน สายสังคมศาสตร์ 38 คน

7. ประเภทของโฆษณาทางโทรทัศน์ที่นิสิตชอบดูมากที่สุด ได้แก่ โฆษณาประเภทตลกขบขัน มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 67 คน สายสังคมศาสตร์ 72 คน โฆษณาประเภทสวยงาม มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 61 คน สายสังคมศาสตร์ 71 คน โฆษณาประเภทให้ข้อคิด มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 66 คน สายสังคมศาสตร์ 66 คน โฆษณาประเภทส่งเสริมสังคม มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 62 คน สายสังคมศาสตร์ 58 คน โฆษณาประเภทสนุกสนาน มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 48 คน สายสังคมศาสตร์ 58 คน โฆษณาประเภท



ต้นเต็น ทำทากาย มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 50 คน สายสังคมศาสตร์ 47 คน

8. เหตุผลที่นิสิตชอบชมโฆษณามากที่สุด ได้แก่ เพื่อความเพลิดเพลิน มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 56 คน สายสังคมศาสตร์ 61 คน เพื่อรู้จักวิธีการโฆษณา มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 46 คน สายสังคมศาสตร์ 64 คน เพื่อรู้จักสินค้าดีชิ้น มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 35 คน สายสังคมศาสตร์ 33 คน เพื่อรู้จักเลือกสินค้า มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 29 คน สายสังคมศาสตร์ 30 คน เพื่อรู้จักภาษาแปลกๆ มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 30 คน สายสังคมศาสตร์ 24 คน เพื่อค้นรายการที่ดูค้างไว้ มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 15 คน สายสังคมศาสตร์ 21 คน ซึ่งเกี่ยวข้อง เปลี่ยนช่อง มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 16 คน สายสังคมศาสตร์ 19 คน

9. ความรู้สึกของนิสิตส่วนใหญ่เมื่อชมโฆษณาทางโทรทัศน์แล้วได้แก่ ความรู้สึกสนใจวิธีการโฆษณา มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 63 คน สายสังคมศาสตร์ 63 คน สนใจภาษาที่ใช้ในโฆษณา 59 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 26 คน สายสังคมศาสตร์ 33 คน สนใจสินค้าที่โฆษณา มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 24 คน สายสังคมศาสตร์ 25 คน ไม่สนใจเลย มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 6 คน สายสังคมศาสตร์ 2 คน

10. ความสนใจที่มีต่อการโฆษณามีนิสิตสนใจปานกลางมากที่สุด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 60 คน สายสังคมศาสตร์ 44 คน สนใจมาก มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0

เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 23 คน สายสังคมศาสตร์ 33 คน สนใจ มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 24 คน สายสังคมศาสตร์ 29 คน สนใจน้อย มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 8 คน สายสังคมศาสตร์ 9 คน สนใจมากที่สุด มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 4 คน สายสังคมศาสตร์ 2 คน ไม่สนใจ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 1 คน สายสังคมศาสตร์ 2 คน เฉยๆ มีจำนวน 4 คน สายสังคมศาสตร์

11. ส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้โฆษณาดึงดูดความสนใจตามความเห็นของนิสิตมากที่สุดได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ของบทโฆษณา มีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 81.1 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 94 คน สายสังคมศาสตร์ 103 คน ภาพโฆษณา มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 77 คน สายสังคมศาสตร์ 82 คน คำหรือข้อความโฆษณา มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 46 คน สายสังคมศาสตร์ 45 คน เสียงโฆษณา มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 33 คน สายสังคมศาสตร์ 34 คน

12. ลักษณะของคำในภาษาโฆษณาที่นิสิตชอบมากที่สุด ได้แก่ คำสั้นวนคมคาย มีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 68 คน สายสังคมศาสตร์ 80 คน คำที่จำง่าย มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 48 คน สายสังคมศาสตร์ 53 คน คำสั้นๆ กะทัดรัด มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 41 คน สายสังคมศาสตร์ 49 คน คำแปลกๆ มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 36 คน สายสังคมศาสตร์ 46 คน คำตลก มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 40 คน สายสังคมศาสตร์ 29 คน คำเร้าอารมณ์ มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 22 คน สายสังคมศาสตร์ 35 คน คำเรียบๆ เข้าใจง่าย มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ

23.0 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 25 คน สายสังคมศาสตร์ 31 คน ค่าคล้อยจอง มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 25 คน สายสังคมศาสตร์ 26 คน ค่าที่ไม่เคยฟังมาก่อน มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 22 คน สายสังคมศาสตร์ 27 คน ค่าดัดแปลงมีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 19 คน สายสังคมศาสตร์ 19 คน ค่าที่มาจากภาษาต่างประเทศ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 7 คน สายสังคมศาสตร์ 4 คน ค่าไม่สุภาพ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 2 คน สายสังคมศาสตร์ 4 คน

13. สิ่งที่ช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยจากโฆษณามากที่สุด ได้แก่ การสังเกต ส่วนวนการใช้ภาษาพูด มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 73 คน สายสังคมศาสตร์ 80 คน ได้เห็นการใช้ภาษาที่ดีและไม่ดี มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 63 คน สายสังคมศาสตร์ 82 คน ฝึกการจับใจความที่ดี มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 36 คน สายสังคมศาสตร์ 43 คน ฝึกแปลความหมายที่ดี มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 26 คน สายสังคมศาสตร์ 31 คน สังเกตการใช้ภาษาเขียน มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 11 คน สายสังคมศาสตร์ 12 คน

14. ลักษณะความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อโฆษณาในปัจจุบันมากที่สุด ได้แก่ การโฆษณาเกินความจริง มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 58.4 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 74 คน สายสังคมศาสตร์ 68 คน ขาดความระมัดระวังในการใช้ภาษา มีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 49 คน สายสังคมศาสตร์ 69 คน มุ่งขายสินค้าอย่างเดียว มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 43 คน สายสังคมศาสตร์ 49 คน ปลุกฝังค่านิยมในทางที่ผิด มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 34 คน สายสังคมศาสตร์ 42 คน ให้ความคิดที่ดี มีจำนวน 68 คน คิดเป็น

ร้อยละ 28.0 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 31 คน สายสังคมศาสตร์ 37 คน ขาดความรับผิดชอบ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 15 คน สายสังคมศาสตร์ 14 คน

15. ความคิดเห็นของนิสิตเกี่ยวกับอิทธิพลของโฆษณาที่มีต่อพฤติกรรมที่พบมากที่สุด ได้แก่ การเลียนแบบการใช้ภาษาพูด มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 73 คน สายสังคมศาสตร์ 74 คน เลียนแบบภาษาพูด มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 56 คน สายสังคมศาสตร์ 61 คน เลียนแบบการกระทำ มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 34 คน สายสังคมศาสตร์ 27 คน เลียนแบบการแต่งกาย มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 27 คน สายสังคมศาสตร์ 20 คน

ภาคที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในโฆษณา

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความหมายของภาษาในโฆษณา

นิสิตมีความเข้าใจในความหมายของสโลแกนในโฆษณาอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากและในระดับปานกลาง ในระดับมากมี 11 สโลแกน ได้แก่

รักคุณเท่าฟ้า มีความเข้าใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.095 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจระดับมาก (4.244) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจระดับมาก (3.942)

เทคโนโลยีครบวงจร มีความเข้าใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.913 นิสิตสายวิทยาศาสตร์ มีความเข้าใจปานกลาง (3.467) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.724)

ผ้าขาวจนคุณตะลึง มีความเข้าใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.913 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.874) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.951)

ซึ่มซึ่มมากกว่ามันใจทุกเวลา มีความเข้าใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.661 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.523) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.787)

ร้อยปีเอสโซ่ไทยร้อยใจขอบคุณ มีความเข้าใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.909 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.767) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (4.049)

ซึ่มซึ่มบ่ารุงล้าลิกจากรากจรดปลายผม มีความเข้าใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.641 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.683) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.598)

ทุกที่ก็บรสแท้กาแพะเย็น มีความเข้าใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.620 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.600) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.639)

เด็กๆ สร้างสรร ดูเม็กซ์สร้างเสริม มีความเข้าใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.656 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.521) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.787)

คุณเป็นหนึ่งในสำหรับเรา มีความเข้าใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.748 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.675) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.820)

ถ้าเป็นมันฝรั่งกรอบต้องมันมัน มีความเข้าใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.784 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.698) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.869)

ฝันร้ายสำหรับยุง มีความเข้าใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.579 นิสิตสายวิทยาศาสตร์ มีความเข้าใจปานกลาง (3.458) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.697)

ในระดับปานกลาง มี 19 สโลแกน ได้แก่

สัมผัสแห่งคุณภาพ มีความเข้าใจปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.473 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.375) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.569)

ชีวิตเปี่ยมรสชาติ มีความเข้าใจปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.496 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.370) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.618)

ข้าวเกรียบรวยเพื่อน มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.300 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.283) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.317)

เพื่อนคู่ปาก มีความเข้าใจปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.424 นิสิตสายวิทยาศาสตร์ มีความเข้าใจปานกลาง (3.408) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.439)

กินไม่ได้แต่แท้ มีความเข้าใจปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.448 นิสิตสายวิทยาศาสตร์ มีความเข้าใจปานกลาง (3.546) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.353)

สะอาดไม่เสียหน้า มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.645 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (2.717) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (2.574)

สดและมันอย่างมีสไตล์ มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.934 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (2.975) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (2.893)

หลุดสะตวบกวนสะอาด มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.681 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (2.605) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (2.754)

สว่างข้ามคืนคุ้มข้ามปี มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.465 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.420) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.508)

สุนทรียแห่งการขับซ็อนสูงส่ง มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.542 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจมาก (3.555) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.449)

สัมผัสอันเนียนนุ่มด้วยรสนิยมนันคลาสสิก มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.165 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.067) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.262)

ต่างที่รูปทรง ตรงที่รสชาติ มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.083 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.076) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.090)

เส้นที่เหนือจินตนาการ มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.273 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.283) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.262)

มีสีทันมาแล้วคะ มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.386 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.277) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.492)

สัมผัสเองแล้วคุณจะรู้ มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.382 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.311) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.451)

ไฟแดงแรงพอๆ กัน มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.665 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (2.700) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (2.631)

เปรี้ยวหวานซ่าส์ มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.909 นิสิตสายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (2.892) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (2.926)

พลังไม่โลอยู่ทีใจ มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.223 นิสิตสาย
วิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.142) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจ
ปานกลาง (3.303)

พร้อมสรรพประทับใจ มีความเข้าใจปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.314 นิสิต
สายวิทยาศาสตร์มีความเข้าใจปานกลาง (3.200) นิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเข้าใจ
ปานกลาง (3.426)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการใช้ภาษาโฆษณา

นิสิตมีความเห็นเกี่ยวกับลักษณะการใช้ภาษาโฆษณาอยู่ 3 ระดับ คือ มาก
ปานกลาง และ น้อย ในระดับมากมีอยู่ 8 ลักษณะ ได้แก่

คำที่จำง่าย เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.401 นิสิตสายวิทยาศาสตร์
เห็นด้วยอย่างมาก (4.350) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (4.451)

คำสั้นๆ กะทัดรัด เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.269 นิสิตสายวิทยา-
ศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (4.153) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก
(4.377)

คำที่เร้าอารมณ์ เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.913 นิสิตสายวิทยา-
ศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.842) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก
(3.984)

คำที่เห็นภาพพจน์ เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.107 นิสิตสายวิทยา-
ศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (4.050) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก
(4.164)

คำที่มีความหมายเป็นจริง เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.616 นิสิต
สายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.467) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่าง
มาก (3.762)



ค่าที่มีความหมายชัดเจน เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.781 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.675) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.885)

ค่าดึงดูดความสนใจ เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.434 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (4.325) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (4.541)

ค่าที่มีอารมณ์ขัน เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.661 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.625) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.697)

ค่าทันสมัย เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.880 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.800) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.959)

ในระดับปานกลางมีอยู่ 5 ลักษณะ ได้แก่

ค่าที่สร้างโดยไม่มีกฎเกณฑ์ เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.004 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.050) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.959)

ค่าที่ผิดหลักภาษาไทย เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.570 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.608) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.534)

ค่ากำกวม คลุมเครือ เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.599 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.650) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.549)

ค่าสะแลง เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.591 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.692) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.492)

ค่าต่างประเทศ เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.884 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.933) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.836)

ในระดับน้อยมีอยู่ 6 ลักษณะ ได้แก่

คำไม่สุภาพ เห็นด้วยน้อยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.020 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.083) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (1.959)

คำที่ไม่มีความหมาย เห็นด้วยน้อยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.471 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.558) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.385)

คำฟุ่มเฟือย เห็นด้วยน้อยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.372 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.492) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.254)

คำที่ไม่เป็นที่เข้าใจ เห็นด้วยน้อยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.194 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.292) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.098)

คำดล้องจองแต่ความหมายไม่มี เห็นด้วยน้อยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.517 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.658) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.377)

ภาคที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของภาษาโฆษณาที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาไทย

ตอนที่ 1 ภาษาโฆษณาส่งเสริมการใช้ภาษาไทยของนิสิตในชีวิตประจำวัน

นิสิตมีความเห็นว่าภาษาโฆษณาช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมาก และ ระดับปานกลาง ในระดับมากมี 8 รูปแบบ ได้แก่

ฝึกวิจารณ์และคิดหาเหตุผล เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.793 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.731) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.853)

ฝึกการฟังหรือสรุปใจความ เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.768 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.723) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.912)

ได้แบบอย่างการพูดที่กระชับ เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.560 นิสิต
สายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.563) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่าง
มาก (3.557)

ได้แบบอย่างการพูดแบบต่างๆ เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.567 นิสิต
สายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.534) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่าง
มาก (3.598)

ได้ข้อสังเกตการใช้ศิลปะในการพูด เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.787
นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.795) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่าง
มาก (3.779)

ฝึกการถ่ายทอดความคิดเป็นคำพูด เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.718
นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.696) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่าง
มาก (3.738)

ทำให้รู้จักคำหรือภาษาเพิ่มขึ้น เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.670 นิสิต
สายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.658) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก
(3.680)

ได้รับความรู้ใหม่เกี่ยวกับภาษา เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.645
นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.554) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่าง
มาก (3.730)

ในระดับปานกลางมี 12 รูปแบบ ได้แก่

ได้แบบอย่างการใช้สำนวนภาษาไทย เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.315
นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.294) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปาน
กลาง (3.336)

ได้ตัวอย่างการใช้ภาษาที่ดี เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.938 นิสิต
สายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.849) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง
(3.025)

ได้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของภาษา เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย
3.128 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.101) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็น
ด้วยปานกลาง (3.156)

ได้แบบอย่างการพูดที่ถูกต้อง เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.063 นิสิต
สายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.992) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง
(3.131)

ได้แบบอย่างการเขียนภาษาที่กระชับ เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.502
นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.478) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปาน
กลาง (3.525)

ได้แบบอย่างการเขียนสำนวนได้ถูกต้อง เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย
2.949 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.009) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็น
ด้วยปานกลาง (2.893)

ได้แบบอย่างการเขียนต่างๆ เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.242 นิสิต
สายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.114) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก
(3.361)

สามารถแยกลักษณะทางภาษาได้ถูกต้อง เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย
3.208 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.097) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็น
ด้วยปานกลาง (3.312)

ได้ภาษาแปลกๆ เก็บไว้ใช้ เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.462 นิสิต
สายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.377) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง
(3.541)

เป็นแนวทางในการคิดสร้างคำใหม่ เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.500
นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.533) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปาน
กลาง (3.533)



ตอนที่ 2 การนำเอาภาษาโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวัน

นิสิตมีความเห็นเกี่ยวกับการนำเอาภาษาโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก ปานกลาง และ ระดับน้อย ในระดับมากมี 1 ลักษณะ

ใช้พูดกับเพื่อน เห็นด้วยอย่างมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.963 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (4.009) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยอย่างมาก (3.919)

ในระดับปานกลาง มี 5 ลักษณะ ได้แก่

ใช้พูดกับเด็กหรือผู้ที่มีอายุน้อยกว่า เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.191 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.212) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.171)

ใช้พูดกับพี่น้องภายในบ้าน เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.320 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.305) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (3.333)

ใช้พูดกับญาติ เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.610 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.627) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.594)

ใช้พูดกับคนทั่วไป เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.759 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.771) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.748)

ใช้เขียนจดหมายส่วนตัว เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.847 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.848) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยปานกลาง (2.846)

ในระดับน้อย มี 7 ลักษณะ ได้แก่

ใช้พูดกับอาจารย์ เห็นด้วยน้อยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.353 นิสิตสายวิทยาศาสตร์ เห็นด้วยน้อย (2.137) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.098)

ใช้พูดกับพ่อแม่ เห็นด้วยน้อยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.469 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.407) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.529)

ใช้พูดในการอภิปรายหน้าชั้นเรียน เห็นด้วยน้อยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.224 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.195) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.252)

ใช้เขียนจดหมายเป็นทางการ เห็นด้วยน้อยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.643 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยน้อย (1.695) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (1.594)

ใช้เขียนตอบข้อสอบ เห็นด้วยน้อยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.793 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยน้อย (1.839) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (1.748)

ใช้เมื่อมีการเขียนบทความ เห็นด้วยน้อยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.033 นิสิตสายวิทยาศาสตร์เห็นด้วยน้อย (1.992) นิสิตสายสังคมศาสตร์เห็นด้วยน้อย (2.073)

ตอนที่ 3 ผลของภาษาโฆษณาที่มีต่อการเลียนแบบของนิสิต

1. โฆษณาที่นิสิตจำได้มากที่สุด ได้แก่ โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต มีจำนวน 58 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 33 คน สายสังคมศาสตร์ 25 คน โฆษณาเบียร์ไทยตราสิงห์ มีจำนวน 47 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 18 คน สายสังคมศาสตร์ 25 คน โฆษณาคอฟฟี่เมต มีจำนวน 29 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 16 คน สายสังคมศาสตร์ 13 คน

2. ข้อความโฆษณาที่นิสิตจำได้มากที่สุด ได้แก่ กินไม่ได้แต่แท้ มีจำนวน 60 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 31 คน สายสังคมศาสตร์ 29 คน รักคุณเท่าฟ้า มีจำนวน 56 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 29 คน สายสังคมศาสตร์ 27 คน มีสทินมาแล้วคะ มีจำนวน 34 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 16 คน สายสังคมศาสตร์ 18 คน

3. ลักษณะของคำในภาษาโฆษณาที่นิสิตมีความเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ คำสั้น กะทัดรัดมีจำนวน 86 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 35 คน สายสังคมศาสตร์ 51 คน คำที่จำง่าย มีจำนวน 83 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 33 คน สายสังคมศาสตร์ 50 คน คำดึงดูดความสนใจ มีจำนวน 47 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 29 คน สายสังคมศาสตร์ 18 คน คำที่เห็นภาพพจน์ มีจำนวน 19 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 9 คน สายสังคมศาสตร์ 10 คน คำตลกขบขัน มีจำนวน 15 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 11 คน สายสังคมศาสตร์ 4 คน

4. นิสิตมีความเห็นเกี่ยวกับลักษณะของภาษาโฆษณาว่า ไม่เหมาะสม มีจำนวน 125 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 56 คน สายสังคมศาสตร์ 69 คน เหมาะสม มีจำนวน 116 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 58 คน สายสังคมศาสตร์ 58 คน ปานกลาง มีจำนวน 32 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 19 คน สายสังคมศาสตร์ 13 คน

5. คำสโลแกนที่นิสิตคิดขึ้นเมื่อใช้ในการโฆษณาสินค้า นิสิตพิจารณาจากลักษณะ และคุณภาพของสินค้าเพียงอย่างเดียว มีจำนวน 107 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 56 คน สายสังคมศาสตร์ 51 คน สร้างสรรค์โดยใช้รูปแบบและการสัมผัสคล้องจอง มีจำนวน 52 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 22 คน สายสังคมศาสตร์ 30 คน มีทั้งการเล่นคำ เล่นภาษาคำคล้องจอง และการเสนอลักษณะและคุณภาพของสินค้า มีจำนวน 58 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 30 คน สายสังคมศาสตร์ 28 คน

6. ประเภทของสื่อที่นิสิตยึดถือและเลียนแบบในการคิดคำโฆษณามากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ (โฆษณา) มีจำนวน 184 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 90 คน สายสังคมศาสตร์ 94 คน สื่อวิทยุ มีจำนวน 24 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 19 คน สายสังคมศาสตร์ 5 คน หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 12 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 10 คน สายสังคมศาสตร์ 2 คน

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาผลของภาษาโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาไทยของนิสิตระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลักษณะเบื้องต้นของข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Simple Random Sampling ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 243 คน เป็นนิสิตชาย 136 คน นิสิตหญิง 107 คน มีช่วงอายุระหว่าง 16-31 ปี เป็นนิสิตจากสายวิทยาศาสตร์ 122 คน สายสังคมศาสตร์ 121 คน

การเปิดรับสื่อโทรทัศน์

นิสิตระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีนิสัยในการดูโทรทัศน์ โดยนิยมที่จะดูทุกวัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wilbur Schramm ที่เกี่ยวกับการใช้เวลาในการชมโทรทัศน์ของเด็ก ปรากฏว่าในวันธรรมดา เด็กอายุ 3 ขวบ ใช้เวลาดูโทรทัศน์ 45 นาที ต่อวัน (จันทร์-ศุกร์) เด็กอายุ 5 ขวบ การชมโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน เด็กระหว่างเกรด 5-8 การชมโทรทัศน์จะสูงขึ้นประมาณ 3 ชั่วโมงต่อวัน การชมโทรทัศน์จะเพิ่มจำนวนถึงเกรด 12 ในวันเสาร์-อาทิตย์ การชมจะเพิ่มขึ้นจากเดิมโดยเฉลี่ย ครั้ง-1 ชั่วโมง (Wilbur Schramm 1961 : 3) และจากการวิจัยเกี่ยวกับเด็กไทยของ บำรุงสุข และคณะ พบว่าร้อยละ 90 ของกลุ่มเด็กที่ทำการศึกษามีนิสัยในการดูโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 90 (Siha-Umphai, B. and other, 1965) Hemmeleit, oppenheim and Vince กล่าวว่า การดูโทรทัศน์เป็นกิจกรรมที่เด็กนิยมทำมากที่สุด มากกว่าการพูดคุยกับพ่อแม่ และการฟังวิทยุ (Hemmeleit, Oppenheim and Vince 1958) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างนิสิตสายวิทยาศาสตร์กับนิสิตสายสังคมศาสตร์ พบว่า นิสิตสายสังคมศาสตร์มีนิสัยในการดูโทรทัศน์บ่อยกว่านิสิตสายวิทยาศาสตร์

การใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ของนิสิตส่วนใหญ่ในวันธรรมดาประมาณ 1-2 ชั่วโมงโดยเฉลี่ยต่อวัน ในช่วงเวลา 20.00-21.00 น. เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่นิสิตส่วนใหญ่จะกลับบ้านแล้ว ส่วนในวันเสาร์-อาทิตย์ นิสิตมักจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์โดยเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมงต่อวัน ในช่วงเวลา 11.00-14.00 น. และ 20.00-23.00 น.

ประเภทของรายการที่นิสิตสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ส่วนใหญ่ชอบมากที่สุดมักจะเป็นรายการที่เกี่ยวกับด้านบันเทิง เช่น ละคร ทอล์คโชว์ และดนตรี เนื้อหาของรายการดังกล่าว สามารถทำให้เกิดความสนุกสนาน ผ่อนคลายความตึงเครียดของผู้เปิดรับได้ดี

ความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณาทางโทรทัศน์

โฆษณาส่วนใหญ่ที่นิสิตชอบดูมักเป็นโฆษณาประเภทตลกขบขัน สวยงาม และให้ข้อคิดโดยมีอัตราเฉลี่ยที่ไม่ต่างกันมากนักระหว่างนิสิตสายวิทยาศาสตร์และนิสิตสายสังคมศาสตร์ ซึ่งเหตุผลในการชมโฆษณาทางโทรทัศน์ของนิสิตนั้น ส่วนใหญ่คือ ความเพลิดเพลิน และเพื่อที่จะได้รู้จักวิธีการโฆษณา หลังจากที่ได้ชมโฆษณาแล้ว ทั้งนิสิตสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ ส่วนใหญ่จะมีความรู้สึกสนใจในวิธีการโฆษณา แต่ความสนใจนี้จะอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านความเห็นเกี่ยวกับส่วนประกอบที่ทำให้โฆษณาดึงดูดความสนใจก็คือ ความคิดสร้างสรรค์ของบทโฆษณา และภาพโฆษณา (สุภาภรณ์ วิมลพรรณ 2521 : 70) จากการวิจัยพบว่า ส่วนสำคัญที่ทำให้โฆษณาน่าสนใจ คือบทโฆษณา ส่วนคำหรือข้อความโฆษณาก็พบในการโฆษณา มักจะเป็นคำที่สั้นวนคมคาย คำที่จำได้ง่าย และคำที่มีลักษณะสั้นๆ กะทัดรัด ซึ่งคำเหล่านี้จะมีส่วนช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวัน ในเรื่องการสังเกตสำนวนการใช้ภาษาพูด และการใช้ภาษาที่ดีและไม่ดีในงานโฆษณา นอกจากนั้นนิสิตยังมีความเห็นว่าโฆษณาในปัจจุบันมักจะโฆษณาเกินความจริง ขาดความระมัดระวังในการใช้ภาษา เนื่องจากการมุ่งขายสินค้าเพียงอย่างเดียว ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการเลียนแบบการใช้ภาษาพูดมากที่สุด



ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความหมายของภาษาในโฆษณา

นิสิตส่วนใหญ่มีความเข้าใจในระดับปานกลางถึงมาก ซึ่งลักษณะของคำที่ใช้มักเป็นคำที่เข้าใจง่าย มีสัมผัสคล้องจอง และเป็นคำที่ไม่ยากจนเกินไป นิสิตสายวิทยาศาสตร์และนิสิตสายสังคมศาสตร์มีความเห็นที่ใกล้เคียงกัน ในเรื่องของความเข้าใจในความหมายของภาษาโฆษณา

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการใช้คำในภาษาโฆษณา

นิสิตส่วนใหญ่ทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ มีความเห็นว่า การใช้คำในภาษาโฆษณานั้น ส่วนมากมักเป็นคำที่จำง่าย คำสั้นๆ กะทัดรัด คำเร้าอารมณ์ คำที่เห็นภาพพจน์ คำที่มีความหมายเป็นจริง คำที่มีความหมายชัดเจน คำที่ดึงดูดความสนใจ คำที่มีอารมณ์ขัน และคำที่ทันสมัย นอกจากนี้ นิสิตยังมีความเห็นว่า ภาษาที่ใช้ในโฆษณามีทั้งเหมาะสมและไม่เหมาะสมในแง่ของความถูกต้องในการใช้ในอัตราเฉลี่ยที่ไม่แตกต่างกัน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของภาษาโฆษณาที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาไทย

ตอนที่ 1 ภาษาโฆษณาช่วยส่งเสริมการใช้สำนวนภาษาไทยในชีวิตประจำวัน

นิสิตส่วนใหญ่ทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ มีความเห็นว่า ภาษาโฆษณาช่วยส่งเสริมการใช้สำนวนภาษาไทยในชีวิตประจำวันในระดับปานกลาง ได้แก่ การได้แบบอย่างการใช้สำนวนภาษาไทย, การได้ตัวอย่างการใช้ภาษาไทยที่ดี, การได้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของภาษา (การพูดอย่างถูกกาลเทศะ), การได้แบบอย่างการพูดที่ถูกต้อง, การได้แบบอย่างการเขียนภาษาที่กระชับ, การได้แบบอย่าง



การเขียนสำนวน และการเขียนแบบต่างๆ, สามารถแยกลักษณะทางภาษาได้, การ
ได้ภาษาแปลกๆ เก็บไว้ใช้ และการได้แนวทางในการคิดค่าใหม่

ตอนที่ 2 การนำเอาภาษาไปใช้ในชีวิตประจำวัน

นิสิตทั้งสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ มีความเห็นตรงกันอย่างมากกว่า
ภาษาโฆษณาที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันนั้น มักจะนำไปใช้พูดกับเพื่อนมากที่สุด

ผลของภาษาโฆษณาที่มีต่อการเลียนแบบของนิสิต

ตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Albert Bandura นั้น การเลียนแบบนับ
เป็นหนทางหนึ่งที่จะนำไปสู่การเรียนรู้ โดยการมีประสบการณ์ร่วมกับตัวแบบ โดยที่ผู้
เรียนรู้จะทำหน้าที่เป็นผู้สังเกตโดยมีขั้นตอนต่างๆ คือ

1. ระยะของการเรียนรู้โดยการสร้างความสนใจในตัวแบบ
2. ระยะของการรำลึกและการจดจำ
3. ระยะของการเลียนแบบและการสร้างพฤติกรรมการนำไปใช้

จากทฤษฎีการเรียนรู้ เราจะพบได้ว่า ภาษาโฆษณามีผลต่อการนำไปใช้ของนิสิต
โดยการเลียนแบบ จากแบบสอบถามทั้ง 6 ข้อ ที่เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้นิสิตได้
นึกถึงและทบทวนสิ่งที่พบในโฆษณาโดยใช้ความจำ แสดงให้เห็นว่านิสิตได้เกิดการเรียน
รู้ พบว่าโฆษณาที่นิสิตนึกถึงและจำได้มากที่สุด ได้แก่ โฆษณาไทยประกันชีวิต เบียร์ไทย
ตราสิงห์ คอฟฟี่เมต ส่วนคำหรือข้อความในโฆษณาที่นิสิตจำได้มากที่สุด ได้แก่ กินไม่
ได้แต่เท่ รักคุณเท่าฟ้า มิสทีนมาแล้วคะ โดยมีอัตราเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกันระหว่างนิสิต
สายวิทยาศาสตร์กับสายสังคมศาสตร์ ในขั้นตอนของการเลียนแบบและการนำไปใช้นั้น
พบว่า จากการที่ให้นิสิตลองคิดค่าหรือสโลแกนเพื่อใช้โฆษณาสินค้า พบว่า ลักษณะของ
การแต่งคำโฆษณามีอยู่ 3 ประเภท คือ การสร้างสารโดยใช้รูปแบบและความสัมผัส

คล้องจอง, มุ่งเสนอแต่ลักษณะและคุณภาพของสินค้าโดยตรง, มีทั้งการเล่นคำสัมผัสคล้องจองและการเสนอลักษณะสินค้า ซึ่งลักษณะของการแต่งคำหรือสโลแกนเพื่อใช้โฆษณานั้น นิสิตมักจะใช้ลักษณะและคุณภาพของสินค้าโดยตรงมากที่สุด โดยที่นิสิตสามารถจดจำและเลียนแบบมาจากสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะโฆษณาเป็นจำนวน 184 คน ซึ่งนับเป็นจำนวนถึง 75.40 % และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างนิสิตสายวิทยาศาสตร์และนิสิตสายสังคมศาสตร์ พบว่า มีความใกล้เคียงกันทั้งในเรื่องของการคิดคำหรือสโลแกน เพื่อใช้ในการโฆษณาและการเลียนแบบการใช้คำจากสื่อโทรทัศน์

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่องผลของภาษาโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาไทยของนิสิตระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ผลสรุปว่า นิสิตสายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์ มีนิสัยในการชมโทรทัศน์ในเรื่องของ ช่วงเวลา ประเภทของรายการ อยู่ในอัตราเฉลี่ยใกล้เคียงกัน โฆษณาที่นิสิตส่วนใหญ่ชอบดูมักเป็นโฆษณาประเภทตลกขบขัน สวยงาม และให้ข้อคิด ซึ่งเหตุผลในการชมโฆษณาก็คือ เพื่อความเพลิดเพลิน และต้องการที่จะรู้วิธีการโฆษณาหลังจากชมโฆษณาแล้ว นิสิตสนใจวิธีการโฆษณาอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนจุดสำคัญที่ทำให้โฆษณานั้นมีความดึงดูดใจ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ของบทโฆษณา ภาพในโฆษณา และคำหรือข้อความโดยคำหรือข้อความในโฆษณา มักเป็นคำที่มีลักษณะเป็นส่วนวนคมคาย จำได้ง่าย และมีลักษณะสั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการเลียนแบบการใช้ภาษาพูดของนิสิตมากที่สุด โดยเฉพาะในกลุ่มเพื่อน ในเรื่องภาษาเขียนปรากฏว่า นิสิตไม่นิยมที่จะนำไปใช้เลย แม้จะเป็นการเขียนในเรื่องส่วนตัวก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากภาษาโฆษณาไม่เหมาะที่จะนำมาใช้สื่อสารในลักษณะของภาษาเขียน เพราะไม่อาจสื่อความหมายได้ดีเท่าการสื่อสารโดยใช้ภาษาพูด นอกจากนี้ยังพบอีกว่า โฆษณาที่นิสิตจำได้มากที่สุดนั้น นอกจากจะมีความคิดสร้างสรรค์ที่ดีแล้ว ภาษาที่ใช้ในการโฆษณาโดยเฉพาะสโลแกนปิดท้าย มีส่วนสำคัญที่ทำให้นิสิตนึกถึงและจำได้ เช่น กินไม่ได้แต่เท่ โดยลักษณะของสโลแกนนั้นมักประกอบไปด้วย คำที่มีลักษณะคล้องจอง สัมผัส หรือไม่ก็อาจเป็นคำสั้นๆ แต่มีความหมายชัดเจน เช่น ก็ผม

คนไทย คำต่างๆ ที่พบในโฆษณานั้น นิสิตส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามันไม่เหมาะสม ในแง่ของการใช้ภาษาที่ไม่ถูกต้องและไม่เป็นที่เข้าใจ เนื่องจากผู้ที่มีหน้าที่ในการผลิตโฆษณามักจะมุ่งแต่จะขายสินค้าเพียงอย่างเดียว โดยละเลยการพิจารณาก่อนจะทำการเผยแพร่ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน อันเป็นผลเสียต่อการใช้ภาษาไทยโดยรวม

จากการคิดค่าเพื่อใช้ในการโฆษณาพบว่า นิสิตสายวิทยาศาสตร์และนิสิตสายสังคมศาสตร์มีความสามารถใกล้เคียงกัน แต่จะแตกต่างกันตรงที่ว่า นิสิตสายสังคมศาสตร์ส่วนใหญ่มีความคิดสร้างสรรค์ในการใช้ภาษาในรูปแบบต่างๆ เช่น คำคล้องจอง ที่นอกจากจะมีความหมายที่ค่อนข้างชัดเจนแล้ว ยังเป็นคำที่สามารถจดจำได้ง่ายได้ดีกว่านิสิตสายวิทยาศาสตร์ เช่น สบู่ดี ถนอมตังค์ ใช้แล้วไม่เป็นสังคัง กลิ่นหอมชวนดม

ในบางครั้งนิสิตอาจจะใช้ภาษาที่ไม่ใช้คำสัมผัสเลย แต่จะใช้คำที่มีลักษณะเป็นวลีในการโฆษณาสินค้า เช่น คุณภาพดีราคา ซึ่งแม้จะเป็นวลีสั้นๆ แต่ก็สามารถอธิบายถึงตัวสินค้าได้ชัดเจน จะสังเกตเห็นได้ว่า บ่อยครั้งที่เดี่ยวนั้นนิสิตสามารถจำข้อความโฆษณาได้ โดยที่ไม่รู้เลยว่า เป็นข้อความโฆษณาของสินค้าอะไร เช่น โฆษณาไทยประกันชีวิต ซึ่งมีสโลแกนว่า ก็ผมคนไทย โดยส่วนใหญ่นิสิตจะจำได้แต่คำว่า ก็ผมคนไทย โดยที่ไม่ทราบว่าเป็นโฆษณารุ่นนั้นเป็นโฆษณาอะไร

ลักษณะของภาษาที่ใช้ในการโฆษณาของนิสิต ไม่ว่าจะเป็นการใช้คำสัมผัส การเสนอลักษณะของสินค้าโดยตรง หรือ มีทั้งคำสัมผัสและการเสนอลักษณะของสินค้าโดยตรง ล้วนแต่เป็นอิทธิพลที่ได้รับมาจากโฆษณาทางโทรทัศน์ เนื่องจากนิสิตมีความคิดที่ว่า การนำภาษาโฆษณาไปใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันเป็นเรื่องที่โก้เก๋ทันสมัย และน่าลอกเลียนแบบ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ผลของภาษาโฆษณาทางโทรทัศน์มีทั้งผลดีและผลไม่ดี ผลในแง่ดีก็ได้แก่ การได้เห็นตัวอย่างของการใช้ภาษาแบบต่างๆ รวมทั้งการรู้จักเลือกและพิจารณาถึงรูปแบบของการใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา ส่วนผลในแง่ไม่ดีก็คือ การจดจำและการลอกเลียนแบบโดยขาดผู้ที่ให้ความรู้ เนื่องจากในปัจจุบันโทรทัศน์ได้กลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและใกล้ชิดกับนิสิตมากที่สุด ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ ชานาญ รอดเหตุภัย (2522 : 166) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อการใช้ภาษาไว้ว่า "สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาเป็นอันมาก ประชาชนมักเรียนรู้ภาษาจากสื่อมวลชน

โดยไม่รู้สีกตัวและมีกใช้ตามอย่างอัตโนมัติ และเมื่อเปรียบเทียบผลของภาษาโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาระหว่างนิสิตสายวิทยาศาสตร์และนิสิตสายสังคมศาสตร์ สรุปได้ว่ามีความแตกต่างในอัตราที่น้อยมากหรือเกือบจะเรียกได้ว่าไม่แตกต่างกันเลย ทั้งในด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ โฆษณา ภาษาในโฆษณา รวมทั้งผลของภาษาโฆษณา

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ที่ทำหน้าที่ในการผลิตโฆษณา โดยเฉพาะผู้เขียนคำโฆษณาควรจะต้องมีการพิจารณาเลือกสรรคำในการโฆษณาอย่างพิถีพิถันในเรื่องความถูกต้องทางหลักภาษาและความหมายของคำที่ใช้ ก่อนที่จะเผยแพร่ออกสู่ประชาชน
2. ควรจัดให้มีการอบรมการใช้ภาษาไทยที่ถูกต้องแก่บริษัทโฆษณาต่างๆ โดยเชิญผู้ที่มีความรู้ด้านภาษาไทยเป็นวิทยากรในการสัมมนา
3. คำต่างๆ ที่เป็นคำแปลกใหม่ ซึ่งคิดขึ้นเองโดยไม่ปรากฏในพจนานุกรม ควรจะต้องมีการตรวจสอบและทดลองนำมาใช้ เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในเรื่องของความหมาย
4. ผู้ผลิตงานโฆษณา ควรจะต้องมีความสำนึกในจรรยาบรรณต่อวิชาชีพของตนเองและสังคมอยู่เสมอ
5. เมื่อนิสิตดูหรือชมโฆษณา ควรพิจารณาถึงความถูกต้องและเหมาะสมของภาษาโฆษณาด้วยตนเองก่อนเชื่อถือและนำไปใช้
6. การนำภาษาโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวัน นิสิตควรจะต้องพิจารณาถึงกาลเทศะ และบุคคลที่จะสื่อสารด้วย ว่าคำใดควรจะนำมาใช้หรือไม่
7. ควรจะมีผู้ที่คอยให้ความรู้เกี่ยวกับความถูกต้องในภาษาโฆษณาแก่นิสิต
8. รัฐบาลควรมีมาตรการที่เข้มงวดในการพิจารณาการใช้คำหรือภาษาโฆษณา ก่อนที่จะอนุญาตให้เผยแพร่สู่ประชาชน

9. ควรจัดให้มีการประชุมระหว่างนักวิชาการด้านภาษาไทยกับเจ้าหน้าที่พิจารณา
งานโฆษณา เพื่อสร้างมาตรการในการตรวจสอบการใช้ภาษาไทยในงานโฆษณา
10. รัฐบาลควรที่จะมีมาตรการที่ชัดเจนและรัดกุมเกี่ยวกับการใช้ภาษาในโฆษณา