

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ผลของคำร่วมสมัยในโฆษณาที่มีผลต่อการใช้ภาษาไทยของ นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 นี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปรากฏว่า เรื่องการโฆษณานั้นมีผู้เขียนและทำการวิจัยไว้เป็นจำนวนพอสมควร แต่สำหรับ เรื่องเกี่ยวกับ ภาษาที่ใช้ในการโฆษณานั้นยังมีน้อย อย่างไรก็ตามในบทนี้ผู้วิจัยขอเสนอเอกสารและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. บทความและเอกสารต่าง ๆ ทั้งของไทยและต่างประเทศ
2. งานวิจัยทั้งของไทยและของต่างประเทศ

บทความและเอกสารต่าง ๆ ทั้งของไทยและต่างประเทศ

ภาษากับการโฆษณา

การโฆษณามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ไม่ว่าจะไป ณ ที่ใด หรือ กระทำสิ่งใด มักจะพบเห็นหรือได้ยินการโฆษณาอยู่ตลอดเวลา บางครั้งก่อให้เกิดความรำคาญ หรืออารมณ์เสีย แต่บางครั้งก็น่าสนใจและควรสนับสนุน เช่น โฆษณาชักชวนให้รักษาความสะอาด ของบ้านเมือง และรู้จักประหยัด การโฆษณาที่ดีควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมบ้างพอสมควร ไม่ใช่โฆษณาเพื่อหวังเพิ่มยอดขายนำสินค้าน่าอย่าง เดียวเท่านั้น

การที่โฆษณาจะน่าสนใจ และทำให้ผู้รับสารเกิดความต้องการสินค้าหรือไม่นั้น สุภาภรณ์ จันทรมล (2521 : 70) กล่าวว่า บทโฆษณาถือเป็นส่วนสำคัญที่สุดสำหรับการโฆษณา เพราะสามารถบรรยายความคิด ข้อดีและประโยชน์ของสินค้าให้คนเข้าใจได้ดีด้วยลายลักษณ์อักษร

มบุญ แสงศิริฤ และคณะ (2519 : 142-153) ได้เสนอความเห็นเกี่ยวกับ โครงสร้างของข้อความโฆษณาว่า ควรจะประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. ความคิดของหัวเรื่อง ควรเป็นข้อความที่สามารถดึงความสนใจของคนให้หยุด อ่านโฆษณาได้ในทันทีทันใด รูปแบบโดยทั่วไปของหัวเรื่องอาจแบ่ง เป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

- 1.1 หัวเรื่องที่เป็นสัญญาโดยตรง คือหัวเรื่องที่เขียนขึ้นโดยเน้นในด้าน ความกระจ่างคือ ผู้อ่านอ่านแล้วทราบทันทีว่าจะใช้ทำอะไร และเป็นประโยชน์อย่างไรบ้าง



- 1.2 หัวเรื่องที่เป็นข่าว คือหัวเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้อ่านหรือครอบครัว เป็นหัวเรื่องทีอ่านแล้วทำให้ทราบว่าสินค้านั้นจะช่วยให้เกิดความสะอึกสบายได้ เช่นไร
- 1.3 หัวเรื่องที่ทำให้อยากรู้อยากเห็นหรือหัวเรื่องที่เร้าใจ กระตุ้นให้คนอ่านอยากรู้อยากเห็น และอยากติดตามเรื่องราวต่อไป
- 1.4 หัวเรื่องเฉพาะกลุ่ม หัวเรื่องชนิดนี้ไม่เขียนให้กว้างออกไป แต่จะเน้นถึงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อให้มีความรู้สึกว้าใจเพื่อเขาเท่านั้น เช่น ไวทอปสำหรับนักกีฬา
- 1.5 หัวเรื่องที่เป็นคำสั่ง เป็นการเขียนประเภทเร้าใจโดยตรง มีลักษณะเป็นคำสั่งที่จะให้คนซื้อหรือใช้สินค้า เช่น วันเด็กปีนี้ เชิญพาบุตรหลานของท่านมาเที่ยวชมสินค้า น่าสนใจที่ร้านศึกษาศึกษาภัณฑ์พาณิชย์

2. การขยายความและรายละเอียด ควรมีการเพิ่มเติมข้อความให้มีรายละเอียดสนับสนุนข้อความที่กล่าวไว้ในหัวเรื่องหลัก และรายละเอียดควรเขียนให้กระจ่าง ปราศจากข้อสงสัย

3. การพิสูจน์หรือการทำให้มั่นใจ ซึ่งอาจทำได้โดยการรับประกันคืนเงิน หรือจัดหาใบรับรองคุณภาพของสถาบันที่มีชื่อเสียงมาลงประกอบไว้

4. คำสรุป ถือเป็นส่วนสำคัญมากเพราะว่าผู้อ่านโฆษณาจะมีปฏิกริยาในทางบวกหรือลบต่อสินค้าก็ขึ้นอยู่กับจุดนี้ การเขียนสรุปมักจะเขียนเป็นแบบกระตุ้นในแง่ของเหตุผลหรือประโยชน์ โดยทั่ว ๆ ไปมักจะมีแนวโน้มดังนี้ ให้ไปยังร้านตัวแทนหรือโชว์รูมเพื่อดูการสาธิตของสินค้า ขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม หรือให้สั่งซื้อทางไปรษณีย์

ด้วยเหตุที่บทโฆษณาเป็นส่วนสำคัญสำหรับการโฆษณาดังกล่าวแล้ว นักโฆษณาที่ประสบความสำเร็จจึงควรจะเป็นทั้งนักภาษาและนักโฆษณา ทั้งนี้เพื่อสร้างบทโฆษณาที่น่าสนใจยิ่งขึ้น ธวัช พลังเทพินทร์ (2516 : 105-109) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังนี้ ผู้ที่ใช้ภาษาเพื่อการโฆษณาควรเป็นทั้งนักภาษาและนักโฆษณา ต้องใช้ความรู้ ความสามารถหลาย ๆ อย่างประกอบกัน การใช้ความรู้ทางภาษาอย่างเดียวไม่ช่วยให้ประสบความสำเร็จ ต้องใช้ความสามารถในฐานะนักภาษาสร้างโฆษณารื่น คำโฆษณาธรรมดาอาจจืดชืด ต้องปรุงแต่งคำนั้น เพื่อยั่วให้ผู้รับเกิดความรู้อยากลองลิ้มรส การปรุงแต่งคำโฆษณาให้ดีไม่ใช่หมายถึงการปรุงแต่งให้เกินจริง

นักโฆษณาที่ดีต้องเสนอแต่ความจริง สร้างความเชื่อถือและมีความรับผิดชอบต่อสังคม คุณสมบัติทางภาษาของนักโฆษณาควรมีดังต่อไปนี้

1. มีความรู้รอบรวยทางภาษา ต้องรู้จักสะสมศัพท์คำต่าง ๆ อาจจะสะสมจากการอ่าน การเขียน การคิด รู้จักรวบรวมภาษาจากหลาย ๆ แห่งไว้เป็นสมบัติของตนเอง
2. ต้องรู้จักเลือกใช้ภาษาอย่างประหยัด ตรงเป้าหมายและมีประสิทธิภาพที่สุด
3. รู้จักใช้เทคนิคหรือวิธีการประยุกต์ให้เป็นภาษาที่ทันสมัย เค่น แปก และ น่าสนใจ
4. ต้องมีจิตวิทยาในการใช้ภาษา เพราะคำโฆษณาบางคำอ่านแล้วอาจเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบก็ได้

มานะ กรรณเสนา (2520 : 90-94) ได้เขียนบทความเรื่อง "สร้างสรรค์งานโฆษณาอย่างไรจึงจะขายสินค้าได้" และได้้นำคำกล่าวของ เดวิด โอกลิวี่ (David Ogilvy) นักเขียนโฆษณาเอกของโลก มากล่าวว่า การโฆษณาทางโทรทัศน์ไม่ควรจะมีข้อความบรรยายแบบน้ำท่วมทุ่ง เพราะภาพที่แสดงสำคัญกว่าสิ่งที่พูด จึงควรให้ภาพโทรทัศน์เป็นผู้เล่าเรื่องราวของมันเอง ข้อบกพร่องของการโฆษณาทางโทรทัศน์ คือ มีโฆษณาจำนวนมากที่มุ่งให้ผู้ชมสนใจอยู่กับคำพูดที่ไม่มีประโยชน์ ซึ่งเป็นการโฆษณาที่ผิด เพราะบางครั้งการสร้างโฆษณาที่ดีอาจจะไม่ต้องใช้คำพูดใด ๆ เลยก็ได้ ส่วนการโฆษณาทางสิ่งตีพิมพ์ การพาดหัว (Headlines) ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะโดยมากผู้อ่านจะอ่านพาดหัวของโฆษณามากกว่าข้อความโฆษณา (Body Copy) การพาดหัวโฆษณาจึงควรใช้ภาษาง่าย ๆ บอกสิ่งที่ต้องการจะบอกด้วยภาษาธรรมดาที่ผู้อ่านไม่ต้องหยุดคิด หรือหยุดแปลความหมายที่คลุมเครือในพาดหัวนั้น และจำนวนคำที่ใช้พาดหัวก็เป็นสิ่งสำคัญ จากการสำรวจพบว่า พาดหัวตั้งแต่ 10 คำ หรือมากกว่านั้นทำให้ขายสินค้าได้ดีกว่าการพาดหัวสั้น ๆ พาดหัวระหว่าง 8 ถึง 10 คำ มีผลมากที่สุดต่อการระลึกได้ของผู้บริโภค และยังพบอีกว่าผู้อ่านโฆษณาจะลดลงอย่างรวดเร็วเมื่อคำโฆษณาเพิ่มขึ้นถึง 50 คำ แต่โฆษณาที่บรรจุคำระหว่าง 50 คำขึ้นไปจนถึง 500 คำ กลับมีผู้อ่านลดลงไปเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ชาร์ล แอล วิทเทอร์ (Charles L. Whitter 1955 : 47) ได้กล่าวว่า การโฆษณาไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาทางสิ่งตีพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือแม้แต่ป้ายโฆษณาข้างถนน

ควรจัดทำขึ้นโดยคำนึงถึงหน้าที่ 5 ประการของการโฆษณา ดังนี้

1. โฆษณานั้น ๆ ควรมีความคิด (Idea) แทรกอยู่ ซึ่งควรเป็นความคิดที่ดี และสร้างสรรค์
2. โฆษณาจะต้องมีพลังที่จะทำให้ผู้ซื้อหยุดชะงักเมื่อฟังและชมโฆษณานั้น ๆ
3. การโฆษณาควรดึงดูดใจให้ลูกค้าสนใจสินค้าของคนอยู่เสมอ โดยการสร้างความอยากรู้อยากเห็น ด้วยการใช้คำพูดให้ลูกค้าอยากฟังต่อจนจบ
4. เนื้อหาสาระของการโฆษณาควรเป็นดังนี้
 - 4.1 ให้เนื้อหาสาระเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับอย่างเต็มที่
 - 4.2 กล่าวถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้าที่โฆษณา อันมีคุณสมบัติพิเศษเหนือสินค้าชนิดเดียวกันอื่น ๆ
5. การโฆษณานั้นควรมีแรงกระตุ้นที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในสินค้า ฉะนั้น การโฆษณาควรโน้มน้าวจิตใจของผู้รับสารให้เกิดความรู้สึกว่า
 - 5.1 คำโฆษณาเกี่ยวกับสินค้านั้น เป็นจริง
 - 5.2 สินค้านั้นจะสนองความต้องการของผู้ซื้ออย่างคุ้มค่ายิ่งกว่าสินค้าประเภทเดียวกันอื่น ๆ

มอริส ไอ แมนเดล (Maurice I. Mandell 1972 : 419-423) ให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อความโฆษณาว่า การพาดหัวเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นการชักนำให้มีการอ่านรายละเอียด และบางทีการพาดหัวข่าวเพียงอย่างเดียวก็อาจทำให้โฆษณานั้นได้รับความสำเร็จ ส่วนในเรื่องข้อความควรมีคำบรรยายอย่างละเอียดที่จะเป็นการสร้างความสนใจต่อผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่กำลังโฆษณายู่ ทำให้เกิดความต้องการและกระตุ้นให้มีการปฏิบัติคือ ชื่อผลิตภัณฑ์นั้นในที่สุดข้อความนี้อาจใช้เป็นคำขวัญ (Slogan) เพื่อให้ลูกค้าจำผลิตภัณฑ์ และสัญลักษณ์สินค้าได้ ส่วนมากคำขวัญมีลักษณะเป็นการพาดหัวนั่นเอง

พรทิพย์ ภัทรนาวิก และศรีศิลป์ บุญขจร (2517 : 7-17) ได้เสนอบทความเรื่อง "การใช้ภาษากับการโฆษณา" ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ ภาษาโฆษณาเป็นภาษาที่มีรูปแบบเฉพาะ เพราะต้องเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อแข่งกับการขยายตัวของการค้าขาย

การโฆษณาจึงมักมีวิธีการใช้ภาษาที่แตกต่างกันออกไป สำหรับโฆษณาทางโทรทัศน์และภาพยนตร์ เนื่องจากสามารถใช้ทั้งภาพและเสียงประกอบ การใช้ภาษาจึงเป็นไปในรูปใช้คำคล้องจองให้จำง่าย สร้างคำแปลกใหม่ให้สะดุดหู และสร้างบทสนทนาเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ฟังโดยใช้เสียงและสร้างภาษาที่ง่าย ๆ สั้น ๆ ให้จำได้ง่าย การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์สามารถใช้ภาพประกอบ และลงรายละเอียดได้เต็มที่ ส่วนโฆษณาทางป้ายโฆษณามักนิยมใช้ทั้งภาพประกอบ และตัวหนังสือซึ่งส่วนใหญ่ใช้ เป็นคำขวัญสั้น ๆ เพราะผู้อ่านมีเวลาสำหรับอ่านไม่มากนัก ผู้เขียนบทความนี้ยังได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของการโฆษณาว่ามีวิธีการสร้างขึ้น ดังต่อไปนี้

1. วิธีการทางจิตวิทยา มีการสร้างโดยยึดหลัก

- 1.1 การลากเข้าพวก เช่น ใคร ๆ ก็ใช้ ทุกสังคมนิยมใช้ ทั่วโลกรู้จักดี
- 1.2 เน้นเรื่องชาตินิยม เช่น ไทยทำไทยใช้ เพื่อคนไทย โดยคนไทย ฯลฯ
- 1.3 การเข้าหาชาวบ้านหรือมวลชน เช่น รถยนต์ขวัญใจชาวบ้าน ฯลฯ
- 1.4 เน้นจุดเด่นเฉพาะกลุ่ม เช่น สำหรับนักธุรกิจชั้นสูง ฯลฯ
- 1.5 การมอบน้ำใจไมตรี เช่น เราสามารถช่วยท่านได้ เราห่วงใยดวงใจ

ของคุณ ฯลฯ

- 1.6 ทำให้ขาดความมั่นใจในตนเอง เช่น คุณกำลังตกอยู่ในอันตราย

ความรักของเธอก็เริ่มเลือน เลือนหายไป ฯลฯ

2. โฆษณาเกินความจริง เช่น ครีมไข่มุกแท้ คุณภาพล้านเปอร์เซ็นต์ ฯลฯ

3. การอำพรางบางส่วน วิธีนี้เป็นการใช้โฆษณาโดยไม่ให้ความจริงทั้งหมด

ให้ผู้บริโภคคิดสรุปเอง ภาษาที่ใช้มักออกมาในรูปภาษาเลือน (Vague) เช่น ไม่มีใครเหมือน ไม่เหมือนใคร ใช้ยาสิฟัน...ดีกว่า กู้ก็กู้...ถึงใจ ฯลฯ

4. การยั่วยุประสาทมัมผัส การใช้ภาษามักสรรหาหรือสร้างคำที่สื่อความหมายทางประสาทมัมผัสอยู่ในรูปแปลกใหม่ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน เช่น เล็กดี รสโค คุณรู้สึกโอเล่ เคี้ยวหนึบ อมนี้้ง ทานมัน ฯลฯ

5. การสร้างคำขวัญ วิธีนี้จะใช้คำสะดุดหูและคา เพื่อให้จำง่าย โดยอาจใช้วิธีต่อไปนี้

- 5.1 การใช้คำคล้องจอง เช่น สาวสะเท็น หนุ่มสะท้าน โลมสะคราญ ฯลฯ
 - 5.2 ใช้คำพูดสั้น ๆ สื่อความหมายชัดเจน เช่น จี๊วแต่แจ้ว ฯลฯ
 - 5.3 ใช้คำสั้นกระชับ คล้องจอง รวมทั้งเล่นสัมผัสอักษรด้วย เช่น จีบเดียว
จับใจ เล็กประหยัด เลิศประโยชน์ ฯลฯ
 - 5.4 ใช้คำซ้ำเพื่อช่วยให้จำง่าย เช่น ทนแดด ทนฝน ทนทาน ฯลฯ
 - 5.5 การใช้ภาษาสะแลง เช่น หย่อยยอ้าให้เซด ฯลฯ
 - 5.6 สร้างคำใหม่ที่ไม่เป็นไปตามระบบภาษาไทย ซึ่งบางคำนั้นมักกล่าวว่า
เป็นภาษารวมใจ เช่น สำหรับแซมเป็นที่คุณรัก กระดาษสารพัดเช็ด พลังซัก ฯลฯ
 - 5.7 คำขวัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคตระหนักถึงภาวะเศรษฐกิจของชาติ เช่น
น้ำมันทุกหยดมีประโยชน์ควรประหยัด ฯลฯ
6. การใช้คำต่างประเทศ เช่น ซูเปอร์คราม พลังน็อค ฯลฯ
 7. การตั้งชื่อสินค้าด้วยภาษาสะกดหู เพื่อหลีกเลี่ยงการโอ้อวดสรรพคุณจนเกินไป
เช่น ซอมบ๋อยใหม่ ทัมใจ ฯลฯ

ผู้เขียนบทความได้สรุปว่า ภาษาโฆษณาเป็นภาษาที่มีอิทธิพลมาก เนื่องจากเป็นภาษา
ที่ไต่กันได้เห็นอยู่ทุกวัน ผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากภาษาโฆษณามากที่สุดคือ เยาวชน ซึ่งยังไม่สามารถ
พิจารณาได้ว่าคำที่ใช้ในภาษาเหล่านั้นถูกต้องหรือไม่ จึงจดจำไปใช้ในการเขียน การพูด ทำให้
เกิดผลเสียต่อลักษณะภาษาไทย และจะทำให้ภาษาไทยกลายเป็นภาษาที่ไม่มีระเบียบแบบแผน
ไปในที่สุด

สมิต ลัทธกร (2516 : 15-18) ซึ่งเป็นผู้หนึ่งที่อยู่ในวงการโฆษณาได้เสนอ
ความเห็นของตนในบทความเรื่อง "ความเห็นบางประการในการใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา"
ดังนี้ การใช้ภาษาในการเขียนคำโฆษณาย่อมมีแนวคิดแตกต่างกัน สุดแต่ความรับผิดชอบของผู้เขียน
หากผู้เขียนมีทัศนคติที่ถูกต้องต่อการโฆษณา การเขียนคำโฆษณาจะทำได้ดีมีประสิทธิภาพ สามารถ
ใช้ภาษาเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารอย่างเหมาะสม แต่หากมีทัศนคติที่ไม่ถูกต้อง คิดเพียงว่าเป็น
การป่าวร้องไม่ว่าจริงหรือเท็จให้ประชาชนหลงเชื่อและซื้อสินค้า การใช้ภาษาที่หลอกลวงไม่เหมาะสม
ไปด้วย ตามหลักการเขียนคำโฆษณา คำโฆษณาควรจะสั้น ชัดเจนและจูงใจ ด้วยเหตุนี้ผู้เขียน
คำโฆษณาจึงมีแนวโน้มที่จะเลือกหาคำที่ไม่ซ้ำใครหรือไม่เหมือนใครมาสร้างความสนใจ

ให้เกิดการจดจำ และนับวันจะมีแนวโน้มแข่งขันกันในด้านความแปลกใหม่มากขึ้น โดยถือว่าเป็นการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีนักภาษาบางคนกล่าวว่า ภาษาโฆษณาทำให้ภาษาวិบัติ แต่ผู้เขียนบทความไม่เห็นด้วย เพราะการกล่าวว่าภาษาโฆษณาเป็นภาษาวิบัตินั้นมีเหตุผลเพียงการอ้างรูปแบบที่มีอยู่เดิมเป็นเครื่องพิจารณา ซึ่งเป็นการพิจารณาตัดสินภาษาอย่างใจแคบ แสดงว่าต้องการรักษาของเก่าเท่านั้น ไม่ใช่เหตุผลที่ดีพอ

นิสิตปริญญาโทมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2521 : 55-58) ได้ศึกษาการใช้คำในการเขียนโฆษณา และเสนอความเห็นที่ว่าภาษาโฆษณามีลักษณะการใช้ภาษานอกจากที่กล่าวแล้วในข้างต้น ดังต่อไปนี้

1. ใช้ภาษาเปรียบเทียบ เช่น ผมยาวดุจประกายไหม เพื่อให้ผิวหน้าของคุณงามละม้ายคละไมดุจเทพธิดา
2. ใช้คำในรูปของปัญหา คำทาย เช่น อะไรเอ๋ย หอมเจี๊ยบ หวานจ้อย ฯลฯ
3. ใช้คำผิดกรณวณ เช่น รสโต กลิ่นสะอาด คุณภาพคับแก้ว ฯลฯ
4. ใช้ภาษาที่สร้างอารมณ์ขัน เช่น คืมไสเมเกาหลิดังกุยจับ สดชื่นเสมอ กีบกับน้ำดู ฯลฯ
5. ใช้คำสั่งโดยตรง เช่น จงใช้แต่ยาสีฟันไกลซ์ติด เลิกใช้สิ่งที่ล้ำสมัยกับผมของคุณเสียที ฯลฯ
6. ใช้คำขอร้อง เช่น โปรดอย่าทำบ้านเมืองสกปรกนะคะ สยามกลการ จำกัด เพื่อนที่แสนดี ฯลฯ
7. ใช้การอ้างสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความเชื่อถือ วิธีอ้างมีดังต่อไปนี้
 - 7.1 การอ้างพวก เช่น ใคร ๆ ก็ชอบใช้แต่แป้งของน้องหนู ชนทุกชั้นชอบอ้อมเบีปซี่ ฯลฯ
 - 7.2 การอ้างบุคคล เช่น ทศนวรรณ ดาราตุ๊กตาทองถนอมกิวพรรณด้วยลักศ์พิเศษ ฯลฯ
 - 7.3 อ้างอำนาจ เช่น ธนาคารออมสิน รัฐบาลเป็นประกัน ธนาคารกรุงไทย จำกัดของรัฐบาล สัญลักษณ์แห่งความมั่นคงตลอดกาล ฯลฯ
 - 7.4 อ้างเวลา เช่น ยาหม่องขาวดาลิง มีจำหน่ายมากกว่า 30 ปีแล้ว ฯลฯ

7.5 อ่างบุญคุณ เช่น เอลโซมีมีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ชัมมิต
ครึ่งราคาเพื่อประชาชน ฯลฯ

การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณาจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะบทโฆษณาต้องการใช้ภาษา
ที่ใหม่ ๆ แปลก ๆ เพื่อให้ภาษามีรสชาติดมากขึ้น แม้ว่าภาษาที่ใช้จะผิดจากแบบแผนที่เคยมีมา
แต่ถ้าสามารถชัดเจนให้ผู้ใช้สนใจซื้อสินค้าได้ ก็มักนิยมใช้ภาษาไม่ถูกหลักเหล่านั้น เช่น กลิ่นสะอาด
เล็กคิรสโต ถ้อยคำเหล่านี้ สุรียา รัตนกุล (2516 : 131) ให้ความเห็นว่า ในแง่ของภาษา
เป็นภาษาที่ผิดแต่มองในทัศนะการโฆษณา เป็นภาษาที่ถูก เพราะจะสามารถชักจูงให้คนซื้อสินค้า
ได้ ด้วยเหตุนี้จึงมีคนบางกลุ่มกล่าวว่าภาษาโฆษณาทำให้ภาษาวิบัติ ก่อให้เกิดปัญหาในการเรียน
การสอนภาษาไทย แต่บางกลุ่มก็กล่าวว่า ภาษาโฆษณาทำให้เกิดความงอกงามในภาษา และ
มีคำใช้อย่างกว้างขวางเพียงพอกับความต้องการ

ระเบียบข้อบังคับที่ควบคุมสื่อมวลชน

เนื่องจากวิทยุและโทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่แพร่หลายอย่างกว้างขวาง และมีอิทธิพล
ต่อผู้ฟังและผู้ชมมาก ปัญหาการใช้ภาษาของวิทยุและโทรทัศน์นั้นมีมานาน และเป็นปัญหาที่รัฐบาล
มิได้นิ่งนอนใจ ได้พยายามแก้ไข จึงได้จัดให้มีการอบรม สัมมนา และออกกฎระเบียบต่าง ๆ
เพื่อแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาการใช้ภาษาให้ถูกต้อง โดยกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงาน
ที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงเป็นผู้ดำเนินการ

ในปี พ.ศ. 2507 กรมประชาสัมพันธ์ ได้จัดให้มีการอบรมเจ้าหน้าที่ประจำสถานี
วิทยุและโทรทัศน์ เรื่องการอ่านออกเสียงและการใช้ภาษาทางวิทยุ โดยจัดเป็นหลักสูตร ดังนี้

1. วิธีการอ่านออกเสียง
 - ก. คำภาษาไทย
 - ข. คำร้อยกรองต่าง ๆ
 - ค. คำบาลีและสันสกฤต
 - ง. ชื่อนุคคล สถานที่ และสิ่งของซึ่งเป็นคำภาษาต่างประเทศ
2. การใช้ภาษาทางวิทยุ
 - ก. การเรียบเรียงภาษาไทยที่เหมาะสมสำหรับวิทยุ
 - ข. การใช้ราชาศัพท์ (กรมประชาสัมพันธ์ 2507)

ปี พ.ศ. 2515 มีการสัมมนาแห่งชาติครั้งที่ 1 ว่าด้วยวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ เรื่องการส่งเสริมให้รายการมีคุณค่า จัดโดยคณะกรรมการประสานงานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ผู้เข้าร่วมสัมมนาประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ควบคุมการจัดรายการ และเจ้าหน้าที่จัดรายการของสถานีวิทยุ 22 แห่ง สถานีวิทยุโทรทัศน์ 8 แห่ง อาจารย์ผู้สอนวิชารายการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ กรรมการผู้ตรวจภาพยนตร์โทรทัศน์ และคณะกรรมการประสานงานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อการศึกษาแห่งชาติ แนวการสัมมนาประกอบด้วยเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. แผนวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อการศึกษา
 2. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทย ความเป็นมา วิธีจัดรายการ ฯลฯ
 3. ปัญหาการจัดรายการในปัจจุบันและวิธีแก้
 4. รายการที่จัดอยู่ในปัจจุบัน และรายการที่น่าจะจัดให้มี
 5. ความรับผิดชอบของสถานีในด้านจิตใจของผู้ฟังวัยต่าง ๆ
 6. การจัดรายการให้มีคุณค่า
 7. รายการวิทยุและโทรทัศน์ในด้านศิลปวัฒนธรรม
 8. การช่วยกันทุกฝ่ายเพื่อรักษาบรรทัดฐานของรายการ
 9. วิทยุโทรทัศน์ให้อะไรแก่ใคร
 10. รายการประเภทต่าง ๆ การเตรียมงาน และการขอความร่วมมือ
- (สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี 2518)

ในปี พ.ศ. 2518 มีระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ขึ้น โดยมีคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ โดยเรียกชื่อย่อว่า "กบว." เป็นผู้มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมดูแล มีสาระสำคัญที่เกี่ยวกับภาษาไทย คือ ทุกสถานีต้องออกอากาศรายการที่มีเสียงพูดทุกรายการด้วยเสียงของเจ้าหน้าที่ ผู้ประกาศ หรือผู้จัดรายการ ที่ได้ใบรับรองการเป็นผู้ประกาศจากกรมประชาสัมพันธ์แล้วเท่านั้น เว้นแต่รายการถ่ายทอดคนนอกสถานที่ รายการสัมภาษณ์บุคคล รายการของทางราชการ รายการบันเทิง และรายการบรรยายของวิทยากร และทุกสถานีต้องออกอากาศเป็นภาษาไทย ยกเว้น



1. การแจ้งชื่อที่ตั้งและขนาดของความถี่คลื่นวิทยุของสถานีเป็นภาษาต่างประเทศ
2. เพลงที่มีคำร้อง เป็นภาษาต่างประเทศ หรือแสดงเพื่อการบันเทิงโดยมีการพูดประกอบ เป็นภาษาต่างประเทศ
3. คำให้สัมภาษณ์ของบุคคลที่กล่าวเป็นภาษาต่างประเทศ
4. การกล่าวอ้างข้อความเพื่อประกอบบทความ ข่าว หรือสารคดี หรือข้อความที่เกี่ยวกับการโฆษณาทางการค้า
5. การถ่ายทอดเสียงในฟิล์มจากภาพยนตร์ต่างประเทศ
6. รายการทางวิชาการ
7. ถ่ายทอดรายการสด
8. รายการที่เป็นรายการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ
9. รายการอื่นที่ กบว. ให้ความเห็นชอบ

คำว่า "ภาษาไทย" ให้ความหมายรวมถึงภาษาพื้นเมืองในท้องถิ่นต่าง ๆ ของประเทศไทยด้วย

ส่วนวัตถุประสงค์ของการส่งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ให้กระทำเพื่อวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้าใจในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข
2. ส่งเสริมนโยบายและประโยชน์ส่วนรวมของประเทศชาติ ทั้งในด้านการเมือง การทหาร การเศรษฐกิจ และสังคม
3. ส่งเสริมให้ประชาชนมีความสำนึกและความรับผิดชอบต่อประเทศชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์
4. ส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามัคคีร่วมมือร่วมใจซึ่งกันและกัน
5. เชิญชวนให้ประชาชนตอบโต้และต่อต้านศัตรู ตลอดจนลัทธิที่เป็นภัยต่อประเทศชาติ และมีความร่วมมือกับมิตรประเทศ
6. เป็นสื่อมวลชนที่ดีสำหรับการสื่อข่าวทั่วไป และข่าวจากรัฐบาลไปสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีและถูกต้องโดยรวดเร็ว

7. สนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานของส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ เจ้าของสถานหรือกิจการของทางราชการ

8. สนับสนุนกิจการเกี่ยวกับการศึกษาของชาติ

9. ส่งเสริมให้ประชาชนช่วยกันรักษาวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และภาษาไทยให้ดำรงอยู่ด้วยดี

10. ให้ความรู้และความบันเทิงแก่ประชาชนโดยชอบด้วยวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และศีลธรรมอันดีงาม

11. ร่วมมือกับนานาชาติที่เป็นมิตรของประเทศไทย ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และรายการที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน

ต่อมาปี พ.ศ. 2520 คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ได้ออกระเบียบว่าด้วยการนำข่าวหรือบทความมาออกอากาศ โดยห้ามดัดแปลงหรือต่อเติม เป็นบทสนทนาโต้ตอบและก่อนวิจารณ์ข่าวต้องอ่านเนื้อหาข่าวแท้ ๆ เสียก่อน แล้วจึงวิจารณ์ได้ แต่ต้องไม่เป็นไปในทางที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคล สถาบัน หรือหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง หรือขัดนโยบายของรัฐบาล

ต่อมาอีกในปี พ.ศ. 2521 คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ได้ออกระเบียบว่าด้วยการโฆษณาสินค้า และบริการธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ โดยมีสาระสำคัญดังนี้ คือ

1. ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดี หรือไม่ก่อให้เกิดความแตกแยกสามัคคีระหว่างคนในชาติ หรือไม่กระทบกระเทือนต่อสัมพันธไมตรีระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ

2. ไม่เหยียดหยาม หรือเป็นการดูหมิ่นเหยียดหยามหรือทับถมบุคคลอื่น หรือสินค้าและบริการธุรกิจอื่น ไม่ว่าจะ เป็นสินค้าและบริการธุรกิจชนิดหรือประเภทเดียวกันหรือไม่

3. ไม่เป็นข้อความสองแง่สองง่าม ที่มีความหมายเหยียดหยามหรือเป็นภาพ หรือข้อความขู่ข่มการฉ้อโกง

4. ไม่เป็นการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณของสินค้าและบริการธุรกิจอันเป็นเท็จ หรือเกินความจริง

5. ไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกหวาด เสียวหรือตกใจแก่ผู้ฟังหรือผู้ชมโดยทั่วไป
6. นำเสียงในการพูด โฆษณาหรือเสียงที่ใช้ประกอบต้องสุภาพ

นอกจากนี้ยังต้องโฆษณาเป็นภาษาไทยที่ถูกต้อง หากจะเป็นภาษาต่างประเทศ ก็เฉพาะที่จำเป็นต้องระบุ เช่น ชื่อสินค้า บริษัทห้างร้าน ผู้ผลิต หรือประเทศผู้ผลิต ทั้งนี้ ผู้ที่ต้องการจะออกอากาศหรือแพร่ภาพต้องส่งบทให้คณะกรรมการตรวจเสียงก่อน (คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ 2521)

ส่วนหนังสือพิมพ์เนื่องจากเป็นสื่อมวลชนภาคเอกชน สถานะทางเศรษฐกิจทำให้ สื่อมวลชนเน้นลักษณะทางธุรกิจมากกว่าลักษณะบริการทางสาธารณะ ความอยู่รอดและความเจริญของหนังสือพิมพ์จึงขึ้นอยู่กับบโฆษณากวการธุรกิจเป็นสำคัญ คนส่วนใหญ่ที่อ่านหนังสือพิมพ์มีการศึกษาไม่สูงนักมักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ที่มุ่งตลาดมากกว่าหนังสือพิมพ์คุณภาพ ดังนั้น หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จึงมีคุณภาพต่ำ ความรับผิดชอบในด้านต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ รวมทั้งในด้านการใช้ภาษา จึงค่อนข้างต่ำ ภาษาที่ใช้มุ่งให้สะดุดตา เกิดความอยากรู้อยากเห็นมากกว่า ความถูกต้องของภาษา หนังสือพิมพ์ที่ดีที่นำเอาสาระสำคัญที่มีประโยชน์ต่อปวงชนมาทำ เป็นเรื่องราวที่อ่านแล้วเข้าใจง่ายและถูกต้อง มีวิธีเขียนข่าวที่ชัดเจน ย่นย่อ ใช้ภาษาที่ดี เสนอข่าวด้วยหลักฐานที่เชื่อถือได้ และเป็นธรรมแก่เจ้าของข่าว และเนื้อหาที่แบ่งสัดส่วนได้เหมาะสมนั้น ก็มีอยู่บ้าง แต่มีจำนวนน้อยและไม่เป็นที่นิยมเท่ากับหนังสือพิมพ์ที่มุ่งตลาด

เคนเนท อี แอนเดอร์สัน (Kenneth E. Anderson 1972 : 18) มีความเห็นว่า ภาษาไม่คงที่และมีการเคลื่อนไหว เมื่อมีการเปลี่ยนวัฒนธรรมภาษาจะเปลี่ยนไปด้วย คำใหม่ ๆ และแบบแผนใหม่ ๆ กลายเป็นมาตรฐาน คำเก่าเปลี่ยนแปลงหรือหายไปจากชีวิตประจำวัน การใช้ภาษาเป็นเครื่องกำหนดภาษา แต่ภาษาที่จะเสนอทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะต้องประกอบด้วย ไวยากรณ์ที่ดี ถ้อยคำที่ประทับใจ โครงสร้างของประโยคถูกต้อง และสะกดถูกต้อง

การใช้ภาษาที่ดีนั้นจะต้องรัดกุม แจ่มแจ้ง เหมาะสม เข้าใจได้รวดเร็ว และมีลักษณะระบุเจาะจงหรือบ่งเฉพาะ เพื่อให้สื่อความหมายได้ชัดเจน (สมิต สัชฎกร 2516 : 17)

เนื่องจากภาษาไทยมีคำที่มีความหมายใช้ได้มาก ความหมายหนึ่งมีคำหลายคำที่จะแสดงออกหรือคำ ๆ เดียว แต่มีความหมายหลายอย่าง การทำบทโฆษณาก็เลือกเอาจากคำต่าง ๆ เหล่านี้ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงภาพที่จะเกิดขึ้นจากการใช้คำด้วย เช่น คุณสมบัติทางด้านความเบา

คำพูด หิว หลัว ลอยละล่อง ภาพ ส่ำลี้ นุ่น ชนบก

การใช้ภาษาจะต้องประหยัดคำที่สุด แต่ตรงเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพที่สุดสนองความต้องการในการสื่อความหมายของผู้พูดมากที่สุด ไม่ใช่ภาษาฟุ่มเฟือย โดยใช้คำน้อยแต่กินความมาก นอกจากนี้ยังต้องมีเทคนิคคือใช้ภาษาที่เด่น แปลก น่าสนใจ ใช้ภาษาที่ทันสมัย มีการประยุกต์ภาษาให้เหมาะสม จะต้องมีจิตวิทยาในการใช้ภาษาด้วย เช่น คำว่าสวย มีคำขยายต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้ความรู้สึกต่างกัน เช่น สวยทรุ สวยเก๋ สวยพริ้ง ฯลฯ (ธวัช พลังเทพินทร์ 2517)

ภาษาไทยเป็นภาษาที่มีวัฒนธรรม ดังนั้นการใช้ภาษาที่ดีจะต้องใช้ให้เหมาะสมตามฐานะของบุคคล หรือคามระดับของสังคม เช่น สังคมเพื่อนสนิทใช้คำอย่างหนึ่ง ใช้กับบุคคลทั่วไปอย่างหนึ่ง ใช้กับบุคคลระดับสูงอีกอย่างหนึ่ง เป็นต้น เรียกว่าเป็นการแสดงวัฒนธรรมในการใช้ภาษา (ม.ล.บุญเหลือ เทพยสุวรรณ 2520 : 17-18)

จากบทความและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังที่ได้เสนอมานี้เป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่า ภาษาที่ใช้ในการโฆษณานั้น ผู้เขียนคำโฆษณามักจะสรรหาหรือประดิษฐ์คำที่แปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่มีใช้เป็นคำพูดที่ใช้กันเป็นปกติประจำวัน ทั้งนี้เพื่อมุ่งหวังผลของการโฆษณาที่จะให้ประชาชนเกิดความสนใจ เมื่อได้ยินหรือได้อ่านและเกิดความจดจำได้ง่ายและเร็วที่สุด โดยมีได้คำนึงถึงว่าการใช้ภาษาในโฆษณานั้นเป็นคำที่มีความหมายถูกต้องหรือไม่ หรือใช้เหมาะสมกับประโยคหรือสำนวนนั้น ๆ หรือไม่ ซึ่งนักวิชาการหรือนักภาษาบางท่านอาจจะยอมรับว่าเป็นคำที่ทันสมัย แต่บางท่านอาจจะไม่ยอมรับ และกล่าวหาว่าเป็นภาษาร่วมสมัย ก่อให้เกิดปัญหาการเรียนการสอนและการนำไปใช้เป็นอย่างมาก

สื่อมวลชนกับนักศึกษา

"สื่อมวลชน" เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนเป็นจำนวนมาก สื่อมวลชนประกอบไปด้วยหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ซึ่งการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชนเป็นกระบวนการอันสำคัญของการสื่อสารมวลชน

"การสื่อสารมวลชน" (Mass Communication) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนสารจากแหล่งข่าวสารโดยผ่านช่องทางสื่อสาร (Media of Mass Communication) เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ ไปยังผู้รับสารจำนวนมากมาย ภายใต้อิทธิพลของเวลาสั้นและรวดเร็ว โดยมีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญคือ เพื่อต้องการเผยแพร่ กระจายข่าวสาร เพิ่มพูนความรู้ รวมทั้งเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (ถม ทรัพย์เจริญ 2523 : 156)

หน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคม หน้าที่ของสื่อสารมวลชน (Functions of Mass Communication) หรือหน้าที่ของสื่อมวลชนมีหน้าที่ 4 ประการ คือ (บุญเลิศ ศุภดิถก 2525 : 49)

1. สังเกตการณ์และรายงานสภาพแวดล้อม (Surveillance of the Environment) ซึ่งคอยรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ และเสนอข่าวสาร (News) ไปยังประชาชนทั่วไปในสังคม
2. ประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมให้สัมพันธ์กันเพื่อปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม (Porrelation of the parts of Society) โดยอธิบายข้อกำหนดและความเห็น (Interpretation Prescription and Editorial)
3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมไปยังอนุชนรุ่นต่อไป (Transmission of Social inheritance) ซึ่งมีหน้าที่ให้การศึกษาแนะนำ (Education or Instruction)
4. มีหน้าที่ให้ความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งมีหน้าที่ให้ความบันเทิงแก่ประชาชนทั่วไป

จากหน้าที่ของสื่อมวลชนดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่าสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในสังคมสามารถถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดและวัฒนธรรมไปสู่ประชาชนได้ ถ้าประเทศเจริญก้าวหน้า

สังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สื่อมวลชนย่อมมีบทบาทสำคัญเพิ่มมากขึ้น เป็นลำดับ
สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้เน้นศึกษาถึงสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ซึ่งจะ
เห็นว่า เป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทมากสำหรับนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร

สื่อโทรทัศน์

ปัจจุบันโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่นับวันจะมีบทบาทและอิทธิพลอันสำคัญต่อชีวิตประจำวัน
และการศึกษาของคนเรามากขึ้น และโทรทัศน์ก็กำลังได้รับการวิจารณ์กันอย่างกว้างขวางถึง
ผลดีผลเสียในแง่ต่าง ๆ

โทรทัศน์ในประเทศไทย เป็นกิจการของรัฐบาลที่เอกชนมีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน
การเริ่มเปิดดำเนินการได้รับอิทธิพลมาจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศสหรัฐอเมริกา
ทั้งในด้านเทคนิคและการบริหารงาน และเนื่องจากการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็น
ไปในรูปลักษณะใดก็ตาม จำเป็นต้องดำเนินการในรูปธุรกิจ โดยอาศัยรายได้จากค่าเช่าเวลา
ในการจัดรายการและค่าโฆษณาเพื่อดำเนินการ ถึงแม้ว่าบางสถานีจะได้เงินช่วยเหลือจาก
รัฐบาลก็จัดว่าเป็นรายได้ส่วนน้อยเมื่อเทียบกับรายจ่ายในการดำเนินงาน ดังนั้นการให้ความบันเทิง
จึงเป็นวัตถุประสงค์หลักของสถานี ส่วนการให้ความรู้เป็นหน้าที่รองลงมา (บุญทิวา นาคะตะ
2524 : 3)

ประเภทของโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์ส่วนมากมีลักษณะคล้าย ๆ กัน เช่น เสนอข้อมูล ข่าวสาร ความรู้
บันเทิงและวิชาการ ฯลฯ แต่ละรายการจะเน้นเนื้อหาอย่างน้อยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของสถานี
ดังนั้นหากถือความมุ่งหมายของการออกรายการโทรทัศน์เป็นเกณฑ์แล้วก็อาจแบ่งประเภทของ
โทรทัศน์ได้ 3 ประเภท คือ

1. โทรทัศน์เพื่อการค้า (Commercial Television) โทรทัศน์ประเภทนี้
มุ่งทางด้านธุรกิจและการโฆษณากิจการและสินค้า เป็นส่วนใหญ่ มุ่งต่อผู้ชมที่เป็นประชาชน
โดยทั่วไปทุกระดับชั้น ลักษณะของรายการส่วนมากเป็นประเภทบันเทิงสลับโฆษณา นอกนั้น
เป็นรายการข่าวสาร ความรู้ ศิลปวัฒนธรรมบ้างเล็กน้อย



ในสหรัฐอเมริกา โทรทัศน์เพื่อการค้ำนี้ได้เป็นปัญหาสร้างความวิตกกังวลให้กับบุคคลหลายฝ่ายโดยเฉพาะพวกครุมีความกังวลเป็นพิเศษที่โทรทัศน์เพื่อการค้าให้ผลกระทบกระเทือนต่อนักเรียนหลายประการ

ประการแรก ครูได้พบว่าโทรทัศน์เพื่อการค้ำมีทั้งข้อน่าสนใจและน่าหวั่นเกรง เมื่อประจักษ์ชัดว่าแม้แต่รายการที่มีคุณภาพค่าก็ตาม จะมีผู้ชมถึง 3 ล้านคน หรือมากกว่านั้น และรายการที่มีคุณภาพสูง จะมีผู้ชมจำนวนถึง 20 ล้านคน หรือมากกว่านั้น ในปี ค.ศ. 1946 สหรัฐอเมริกามีสถานีโทรทัศน์ 6 สถานี รั้งใช้ผู้ชมประมาณ 8,000 คน ถึงปี ค.ศ. 1966 มีสถานีโทรทัศน์ 699 สถานี มีผู้รับชมถึง 70 ล้านคน และโทรทัศน์ก็ได้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญในชีวิตประจำวันของคนอเมริกัน

ประการที่สอง ครูกังวลว่าโทรทัศน์ได้ท้วงเหนียวเอาเวลาของเด็ก ๆ ไว้อย่างมาก วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilber Schramm) และคณะของเขาได้สำรวจค้นพบว่า เด็ก ๆ เริ่มดูโทรทัศน์ตั้งแต่อายุ 3 ขวบและใช้เวลาชมรายการโทรทัศน์ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) วันละ 45 นาที เด็ก 5 ขวบใช้เวลาชมโทรทัศน์โดยเฉลี่ยวันละ 2 ชั่วโมง จากอายุ 6 ขวบ จนกระทั่งถึงชั้นเกรดที่ 6 คือเมื่อเด็กกำลังจะก้าวเข้าสู่วัยหนุ่มสาว เวลาที่ใช้ชมโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ เป็นประมาณ $2-2\frac{1}{2}$ ชั่วโมง ดังนั้นเวลาชมโทรทัศน์เพิ่มขึ้นอย่างแน่นอนในระหว่างที่เด็กเรียนชั้นเกรดที่ 5 ถึงเกรดที่ 8 เป็น 3 ชั่วโมงหรือมากกว่าเล็กน้อยในวันหนึ่ง ๆ ต่อจากวัยนี้ระดับเวลาการชมโทรทัศน์จะค่อย ๆ ลดต่ำลงจนกระทั่งถึงชั้นเรียนเกรดที่ 12 (อายุประมาณ 17 ปี) เวลาการชมรายการโทรทัศน์จะกลับมาเป็นระหว่าง $2-2\frac{1}{2}$ ชั่วโมงต่อ 1 วันอีกครั้งหนึ่ง เวลาดังกล่าวนี้เป็นผลคร่าว ๆ เกี่ยวกับการชมโทรทัศน์ในวันธรรมดา ส่วนในอาทิตย์เด็กจะชมโทรทัศน์โดยเฉลี่ยแล้วเพิ่มขึ้นประมาณวันละ $\frac{1}{2}-1$ ชั่วโมง

ประการที่สาม ครูทราบความจริงว่า โทรทัศน์เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดถกเถียงปัญหาต่าง ๆ ภายในครอบครัว ซึ่งครูก็ทราบดีว่าอิทธิพลอันตรงหลังของโทรทัศน์ได้เป็นแม่แบบในด้านความคิดเห็นของครอบครัว ในที่สุดเด็กจะนำความคิดเห็นนี้คิดตัวมาที่โรงเรียน และจะแสดงออกมาโดยการเสนอแนะเป็นในรูปที่ว่า ถ้าคิดว่า ...แต่ครูก็รู้ว่าโทรทัศน์ให้ประโยชน์เสมือนเป็น "หน้าต่างของโลก" ได้ให้โอกาสซึ่งไม่เคยมีมาก่อนแก่เด็ก ให้ได้รับประสบการณ์

แปลก ๆ ที่เคยมีข้อจำกัดว่าเด็กจะรู้ได้ก็โดยการติดต่อกันตัวต่อตัวเท่านั้น นักเรียนจะไม่
ประหลาดใจในตัวครู เมื่อครูสอนคำศัพท์เรื่องเกี่ยวกับจรวด การเดินทางในอวกาศ เป็นต้น

ประการสุดท้าย ครูเชื่อว่าโทรทัศน์ก่อให้เกิดอันตรายทั้งทางอารมณ์หรือทาง
กายภาพได้ จากการศึกษาเกี่ยวกับโทรทัศน์นั้นแสดงให้เห็นว่า โทรทัศน์ก่อให้เกิดอันตรายให้
กับเด็กได้หลายประการ สำหรับ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilber Schramm) แล้วเขาได้กล่าว
แสดงความคิดเห็นไว้ว่า สำหรับเด็กบางคนภายใต้สถานการณ์อย่างหนึ่ง โทรทัศน์อาจจะก่อให้เกิด
อันตราย แต่สำหรับเด็กบางคนภายใต้สถานการณ์เดียวกัน โทรทัศน์อาจจะก่อให้เกิดประโยชน์
อย่างมาก ดังนั้นโทรทัศน์จึงเป็นสิ่งที่ให้ทั้งอันตรายและประโยชน์แก่เด็ก (James W. Brown,
Richard B. Lewis, and Fred F. Hareleroad 1969 : 297)

2. โทรทัศน์เพื่อการศึกษา (Educational Television) หรือที่เรียกย่อ ๆ
ว่า ETV นั้น อัลเลน อี โคนิค (Allen E. Koenig 1967 : 3) ได้ให้นิยามไว้ว่า

คือสื่อที่เผยแพร่รายการเกี่ยวกับข่าวสารต่าง ๆ การสอน วัฒนธรรมหรือเรื่องราว
เกี่ยวกับสาธารณสุขและให้ความบันเทิง สื่อคำนี้มีความหมายถึงวิธีการหลาย ๆ อย่าง
ในการถ่ายทอดรายการการศึกษา ซึ่ง ETV อาจถูกส่งออกไปทางอากาศหรือโดยแบบ
โทรทัศน์วงจรปิดก็ได้ ดังนั้น ETV จึงมีความหมายที่กว้างขวางครอบคลุมถึงทุก ๆ แบบ
ของรายการการศึกษา

ในหนังสือ Manual of Audio Visual Techniques ได้แบ่งโทรทัศน์เพื่อ
การศึกษาออกเป็น 2 แบบ คือ

1. โทรทัศน์วงจรเปิด (Open-Circuit Television) การส่งกระจายเสียง
แบบนี้หมายความว่าสัญญาณ จะถูกส่งออกไปโดยเครื่องส่งสัญญาณ ส่วนสัญญาณจะส่งออกไปได้
ไกลในอาณาเขตแคบที่ขึ้นอยู่กัสภาพของภูมิประเทศบริเวณนั้นด้วย ถ้าภูมิประเทศเป็นที่ราบ
สัญญาณจะส่งไปได้ไกล แต่ถ้าเป็นภูมิประเทศที่มีภูเขาอยู่มาก สัญญาณที่โทรทัศน์สามารถส่ง
ออกไปได้ก็เป็นระยะใกล้ ๆ เพราะสัญญาณโทรทัศน์เดินเป็น เส้นตรงจาก เครื่องส่งสู่เสาอากาศ
ของ เครื่องรับโทรทัศน์ของผู้ชมที่บ้าน

2. โทรทัศน์วงจรปิด (Close-Circuit Television) การส่งกระจายเสียงแบบนี้หมายความว่าสัญญาณจะถูกส่งออกไปทาง Coaxial Cable การแพร่ภาพและเสียงจึงเป็นไปในวงจรจำกัดแค่สาย Coaxial Cable เดินไปถึง ประโยชน์ที่แตกต่างไปจากโทรทัศน์วงจรเปิดอีกอย่างหนึ่งก็คือ โทรทัศน์วงจรปิดไม่มีปัญหาเรื่องการขออนุญาตจัดตั้งจาก The Federal Communication Commission (FCC)

3. โทรทัศน์เพื่อการสอน (Instructional Television) หรือเรียกย่อ ๆ ว่า ITV เป็นการใช้โทรทัศน์สำหรับการสอนโดยตรงตามหลักสูตร นี่คือข้อแตกต่างจากโทรทัศน์การศึกษา ดังนั้นความหมายของโทรทัศน์การสอนก็คือ ความเป็นพิเศษเกี่ยวกับประโยชน์ด้านต่าง ๆ ที่ใช้กับโรงเรียนหรือวิทยาลัยซึ่งอธิบายได้ว่า เป็นการนำโทรทัศน์เข้าไปใช้ในหลักสูตรตามปกติของโรงเรียนหรือวิทยาลัยโดยไม่คำนึงถึงระดับอายุและชั้นเรียน และโดยไม่คำนึงว่าวิชาเหล่านั้นจะให้เครดิตหรือไม่ รวมทั้งการสอนของโรงเรียนตามหลักสูตรเป็นการช่วยการสอนของครู ดังนั้นโทรทัศน์การสอนจึงอาจเป็นโทรทัศน์ระบบวงจรเปิดหรือโทรทัศน์ระบบวงจรปิดหรือหมายถึงโทรทัศน์ทั้งสองระบบ (James W. Brown, Richard B. Lewis, and Fred. F. Harchleroad 1969 : 302)

ประเภทของรายการโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศตามสถานีต่าง ๆ นั้น แต่ละรายการมีความแตกต่างกันในด้านวิธีการเสนอรายการ และเนื้อหาของรายการซึ่งเหมาะกับผู้ชมแต่ละวัย เพศและระดับการศึกษา จึงได้มีการแยกประเภทของรายการโดยยึดหลักเกณฑ์แตกต่างกันไป จุ่มพล รอดคำดี (2523 : 77) โดยเสนอเกณฑ์การแบ่งแยกประเภทของรายการโทรทัศน์ออกเป็น 4 ลักษณะคือ

1. แบ่งโดยเอาเนื้อหาของรายการ (Content) เป็นหลัก
2. แบ่งโดยเอาวิธีการเสนอรายการ (Presentation) เป็นหลัก
3. แบ่งโดยเอาผู้ชมหรือผู้ฟัง (Audience) เป็นหลัก
4. แบ่งโดยเอาหน้าที่ของสื่อมวลชน (Function) เป็นหลัก

ในแต่ละลักษณะดังกล่าวข้างต้นแบ่งแยกประเภทของรายการที่แตกต่างกันออกไปอีกหลายลักษณะ สัญญา สัญญาวิวัฒน์ และสุพัศตรา เพชรบุรี (2526 : 77-78) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับประเภทของรายการโทรทัศน์ไว้ดังนี้

1. การแบ่งตามวัตถุประสงค์และหน้าที่หลัก สามารถแบ่งได้เป็นรายการ 4 ประเภท คือ
 - 1.1 ประเภทข่าวสาร เช่น ข่าวประจำวัน วิเคราะห์ข่าวจากนิตยสาร เป็นต้น
 - 1.2 ประเภทความรู้ เช่น สารคดี อภิปราย บทความ เป็นต้น
 - 1.3 ประเภทบันเทิง เช่น ละคร เพลง สารบันเทิง ตอบปัญหาชิงโชค เป็นต้น
 - 1.4 ประเภทบริการสังคมและธุรกิจ เช่น ประกาศของทางราชการ ประกาศสาธารณกุศล การโฆษณาสินค้า เป็นต้น
2. การแบ่งตามเนื้อหาสาระ สามารถแบ่งได้ 5 รูปแบบ คือเกี่ยวกับกิจกรรมต่อไปนี้
 - 2.1 ด้านสังคม การเมือง การปกครอง
 - 2.2 ด้านเศรษฐกิจ เช่น รายการเกี่ยวกับปากท้องของประชาชน เกี่ยวกับการเกษตรหรืออุตสาหกรรมลงทุน รายการแนะนำอาชีพ
 - 2.3 ด้านสุขภาพอนามัย เช่น รายการชี้แจงเกี่ยวกับอาหารหรือสาร เป็นพิษ รายการชีวิตและสุขภาพ
 - 2.4 ด้านความรู้ วิทยาการและเทคโนโลยีสมัยใหม่
 - 2.5 ด้านศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและศาสนา
3. การแบ่งตามลักษณะของผู้รับสาร สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ
 - 3.1 แบ่งตามอายุของผู้รับสาร เช่น รายการสำหรับเด็ก รายการสำหรับวัยรุ่น
 - 3.2 แบ่งตามเพศของผู้รับสาร เช่น รายการสำหรับแม่บ้าน
 - 3.3 แบ่งตามลักษณะกลุ่มอาชีพ เช่น รายการเพื่อการเกษตร การทำสวนยาง

4. การแบ่งตามวิธีการนำเสนอรายการ สามารถจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ได้ ๑ ประเภท ได้แก่

4.1 รายการพูดคุย เช่น รายการเสนอบทความ รายการสัมภาษณ์ รายการอภิปราย

4.2 รายการข่าว เช่น ข่าวประจำวัน วิเคราะห์ข่าว สรุปข่าว รายการถ่ายทอดข่าวสด รายการสารคดีเชิงข่าว รายการนิตยสารข่าว

4.3 รายการสารคดีทั่วไปและรายการสารคดีลักษณะพิเศษ

4.4 รายการนิตยสาร

4.5 รายการการศึกษา เช่น รายการสอนตามบทเรียน รายการการศึกษาผู้ใหญ่ รายการการศึกษานอกระบบโรงเรียน

4.6 รายการสารบันเทิง เช่น รายการบันเทิงเบาสมอง รายการตอบปัญหาชิงโชค

4.7 รายการละคร

4.8 รายการคนตรี

4.9 รายการประกาศและโฆษณา

จะเห็นได้ว่ารายการโทรทัศน์ในประเทศไทย เป็นลักษณะผสมผสานมิได้ยึดเกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่งโดยเฉพาะ

สื่อหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ส่วนมากเป็นของ เอกชนดำเนินการเอง โดยรัฐมีหน้าที่ดูแลให้อยู่ในกรอบของศีลธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณี เสรีภาพของหนังสือพิมพ์แต่ละประเทศจะแตกต่างกัน หรือเหมือนกันในบางส่วน เพราะยึดเอาขนบธรรมเนียมประเพณีมาร่วมพิจารณาด้วย แต่หนังสือพิมพ์ก็มีภาระหน้าที่เสนอข่าวต่อประชาชนตามหน้าที่กับทั้ง เป็นตลาดแห่งความคิดเห็น หนังสือพิมพ์จึงมีบทบาทต่อประเทศ ซึ่งจะมีทั้ง เสรีภาพและความรับผิดชอบควบคู่กันไป ความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ย่อมจะต้องรับผิดชอบต่อความมั่นคงของรัฐ และไม่กระทำการอันเป็นการบ่อนทำลายความมั่นคงของประเทศชาติ หนังสือพิมพ์ย่อมไม่ละเมิดสิทธิส่วนตัวของผู้อื่นอันทำให้ผู้อื่น เสื่อมเสียเกียรติยศ และชื่อเสียง

ในด้านการควบคุมหนังสือพิมพ์นั้น ประชาชนมีส่วนสำคัญคือ เป็นผู้อ่านหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจเอกชนต้อง เสนอสนองแก่ประชาชนซึ่งเป็นลูกค้า หากหนังสือพิมพ์กระทำการอันมิชอบ ประชาชนก็ไม่อ่าน ธุรกิจก็ล้มจมต้องเลิกกิจการไป หนังสือพิมพ์จึงต้องมีนโยบายที่จะเสนอสนองตามความต้องการของสังคมนั้น ๆ นอกจากประชาชนจะมีส่วนควบคุมหนังสือพิมพ์ด้วยแล้ว กลุ่มอาชีพของหนังสือพิมพ์จะมีการควบคุมกันเอง (Self-Regulation) เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคม มีจรรยาบรรณของหนังสือพิมพ์ ระบบการควบคุมเช่นไรจะต้องพิจารณาให้เหมาะสมถึงสภาพของสังคมนั้น ๆ ทั้งนี้เพื่อเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการธำรงรักษาเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ไว้ (บำรุง สุขพรรณ 2516 : 351-352)

หนังสือพิมพ์ในปัจจุบันมีคุณลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลเฉพาะในหมู่คนที่อ่านหนังสือออก ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนผู้อ่านหนังสือออกมากขึ้น จำนวนผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์จึงได้เพิ่มขึ้นมากตามลำดับ จนกระทั่งกลายเป็นความต้องการของคนเราซึ่งจะต้องอ่านเป็นประจำทุกวัน และในช่วงเวลาว่างใด ๆ ก็ได้
2. หนังสือพิมพ์มีลักษณะเป็นเอกสารที่ถาวร หากข้อเท็จจริงหรือสงสัยตอนใดก็สามารถอ่านทบทวนได้ทันที โดยไม่มีขบวนการยุ่งยากและซับซ้อนเหมือนการใช้สื่อชนิดอื่น ฉะนั้นตามห้องสมุดต่าง ๆ จึงนิยมเอาหนังสือพิมพ์ที่อ่านแล้วนำมาเย็บรวมเป็นเล่ม หรือนำมาถ่ายเก็บไว้ในรูปของไมโครฟิล์ม เพื่อสะดวกในการค้นคว้าหรือนำไปอ้างอิง หรือเป็นเอกสารประกอบ
3. มีส่วนในการสร้างประชาชาติในเรื่องต่าง ๆ ได้ทั้งนี้เนื่องมาจากหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เป็นของเอกชน ฉะนั้นหนังสือพิมพ์จึงเป็นตัวถ่วงดุลย์และสอดส่องการทำงานของรัฐบาลหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐได้เป็นอย่างดี หนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่รักษาผลประโยชน์ให้กับประชาชน รายได้ของหนังสือพิมพ์นั้นจะต้องขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ไปอ่าน จึงเป็นสิ่งที่หนังสือพิมพ์จะหลีกเลี่ยงไม่ได้ในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้อ่าน
4. หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้ดี โดยการมอบหมายให้นักเรียนไปค้นคว้าหรือไปตัดมาติดกระดาษนิเทศ เพื่อเป็นการส่งเสริมการเรียนในวิชาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามหนังสือพิมพ์ก็มีทั้ง

สิ่งที่ดีและสิ่งที่เลว หากหนังสือพิมพ์ฉบับใดไม่ตีก็จะให้โทษได้เหมือนกัน ซึ่งจะให้โทษมากกว่า สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์และวิทยุ ซึ่งควบคุมโดยรัฐบาลซึ่งมีระเบียบแบบแผนดีกว่า (อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกูล คุปรัตน์ 2524 : 57-61)

สื่อมวลชนกับการศึกษา

การศึกษาอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การศึกษาอย่างมีระเบียบแบบแผน (Formal education) และการศึกษาอย่างไม่มีระเบียบแบบแผน (Informal education) ความหมายของการศึกษาโดยทั่วไป จะหมายถึงการศึกษาอย่างมีระเบียบแบบแผน หรือการศึกษาในระบบโรงเรียนนั่นเอง แต่การศึกษาอย่างไม่มีระเบียบแบบแผน หรือการศึกษานอกระบบโรงเรียนก็นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง และเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยการเรียนรู้จากประสบการณ์ สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ รวมทั้งการเรียนรู้จากสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

"การศึกษานอกโรงเรียนเป็นการศึกษาที่ไม่มีขอบเขตจำกัด ไม่มีใครดูแลให้ เป็นไปในทางใดทางหนึ่ง กระบวนการศึกษานอกโรงเรียนนี้ สื่อสารมวลชนนับว่าเป็นเครื่องมือของการศึกษาที่สำคัญที่สุดที่คนมีโอกาสดูได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว" (ไพฑูริย์ สีนลารัตน์ 2516)

เกษม สิริสัมพันธ์ (65-66) กล่าวถึง บทบาทของสื่อมวลชนด้านการศึกษาว่า สื่อมวลชนมีบทบาทในด้านต่าง ๆ ของการศึกษาไม่แพ้วงการอื่น ๆ ทุกวันนี้สื่อมวลชนทั้งประเภท สิ่งพิมพ์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ กำลังเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการสอนในชั้นเรียน ในวงการศึกษายอมรับว่า เครื่องมือเหล่านั้นไม่ว่าจะเป็น ภาพถ่าย ภาพเขียน ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ หรืออื่น ๆ ถ้าได้รับการพิจารณาอย่างถูกต้องแล้วจะเป็นอุปกรณ์ที่ช่วยให้การสอน การเรียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดผลดีแก่ผู้เรียนอย่างแน่นอน

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีประโยชน์ต่อการศึกษาไม่ว่าจะเป็นการศึกษาในระบบโรงเรียนหรือการศึกษานอกระบบโรงเรียน

โทรทัศน์ให้คุณค่าด้านการศึกษาหลายประการ ดังนี้คือ

1. สามารถนำข่าวสารทั้งภาพและเสียงไปสู่คนหมู่มากได้โดยง่ายและรวดเร็ว
2. โทรทัศน์จะรวบรวมคุณค่าที่ดี ๆ ของวิทยุและโทรทัศน์เข้าไว้ด้วยกัน ทำให้มีกำลังชักชวนแรง สามารถสร้างความ เชื่อถือ ทศนคติ ของชุมชนได้เป็นอย่างดี
3. ช่วยย่นเวลาการอธิบาย การพูด บรรยาย และการพาไปชมสถานที่นั้น ๆ ได้
4. อาจใช้เป็นเครื่องมือในการปรับปรุงสภาพสังคม วัฒนธรรม ความประพฤติ และการแต่งกายได้
5. ช่วยให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกว่าเหตุการณ์นั้น ๆ มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับตน จำต้องรับรู้ สามารถ เปลี่ยนความรู้สึกนึกคิดได้
6. ถ้าหากผู้ปกครองมีความสามารถ โดยรู้จักเลือกและแนะนำให้เด็กชมรายการที่ดี โทรทัศน์จะมีบทบาทช่วยในการอบรมฝึกนิสัยที่ดีแก่เด็กได้
7. โทรทัศน์จะช่วย เสริมบทเรียนและการสอนของครูให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

หนังสือพิมพ์มีคุณค่าในด้านการศึกษา ดังนี้

1. ช่วยให้ผู้อ่านมีความรู้กว้างขวางขึ้น เช่น การอ่านข่าวประจำวันทั้งในประเทศ และต่างประเทศ สารคดีบาง เรื่องมีเนื้อหาที่มีสาระความรู้มาก อาจช่วยเสริมสร้างและเพิ่มพูน ความรู้ในวิชาที่เรียนให้กว้างมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยให้นักเรียน เป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ความเป็นไป การดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบันได้เป็นอย่างดีอีกด้วย
2. ช่วยปลูกฝังนิสัยให้ เป็นคนรักการอ่าน มีความกระตือรือร้นที่จะค้นคว้าหาความรู้ เพิ่มเติมอยู่เสมอ ช่วยให้เป็นคนมีความคิดวิจารณ์เนื้อหาและเรื่องราวต่าง ๆ จากการอ่าน และก่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความมั่นใจในตนเอง
3. ทำให้ทราบเกี่ยวกับความเคลื่อนไหว การค้นคิดประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ ให้ความรู้รอบตัวเป็น เสมือนกระจกเงาส่องสภาพความเป็นไปในสังคม (นิสิตปริญญาโทปีที่ 2 2507 : 10)

"นักศึกษา" ถือว่าเป็นบุคคลที่อยู่ในวัยเยาวชน ซึ่งเป็นวัยสำคัญที่สูงขึ้นมาจากวัยเด็ก และเป็นวัยที่จะย่าง เข้าสู่วัยผู้ใหญ่ต่อไปในอนาคต จึงเป็นวัยที่มีความเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ

ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความสนใจ นักศึกษาซึ่งถือว่าเป็นเด็กวัยรุ่น หรือ วัยเยาวชนนี้ จะมีพลังมาก ไม่ว่าจะเป็นชายหรือหญิงจะสนใจในกิจกรรม เป็นกลุ่มมาก ซึ่ง กิจกรรมจะเริ่มจากความสนใจของนักศึกษาเอง อาจจะสามารถได้ว่า นักศึกษาในวัยรุ่นมีความสนใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (สุโท เจริญสุข 2520 : 35)

1. สนใจในเรื่องสุขภาพ ได้แก่ เรื่องการกิน การพักผ่อนนอนหลับ เรื่องเสื้อผ้า ความสะอาด และการป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ
2. สนใจเรื่องเพศ สนใจในการปรับปรุงตัวให้เข้ากับเพื่อนต่างเพศ การปฏิบัติตนให้เข้ากับเพศตรงข้าม การเลือกเพื่อนต่างเพศ เป็นต้น
3. ความสนใจในการเลือกอาชีพ ชั้นแรกนักศึกษาคงสนใจในอาชีพในลักษณะเพื่อฝัน และสนใจในหลาย ๆ อาชีพ ต่อมาจึงสนใจในอาชีพที่แท้จริงเป็นจั้งขึ้นมา และลดจำนวนอาชีพลง นอกจากนี้อาชีพที่เขาสนใจเลือกนั้นจะเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับความสามารถของเขา มากยิ่งขึ้น ซึ่งการเลือกอาชีพของนักศึกษานี้อาจจะเกี่ยวข้องกับ
 - บรรพบุรุษ บิดามารดาประกอบอาชีพใด บุตรจะนำไปประกอบต่อ
 - เจริญรอยตามบิดามารดา
 - เพื่อไปทำงานที่ไหนก็ไปตาม หรือ เพื่อนไป เรียนที่ไหนก็ไปตาม
 - สภาพสังคม สังคมนิยมอาชีพใดนักศึกษามักนิยมตาม
 - ความสามารถของตนเอง นักศึกษามีความถนัดทางใด เข้าเรียนไป ตามทางนั้น ถ้าสามารถเลือกอาชีพได้ตรงความถนัดเพียงใด ก็จะทำให้อนาคตของนักศึกษา เจริญก้าวหน้าตามนั้น
4. สนใจในันทนาการ การทำงานอดิเรกชอบเล่น เป็นกลุ่ม เป็นทีมมุ่งความสำเร็จ ของทีมมากกว่าของบุคคล
5. สนใจค้นคว้าและสร้างจินตนาการ เช่น การสนใจการประดิษฐ์ การค้นคว้า ทางด้านวิทยาศาสตร์ การเขียนภาพ แต่งบทประพันธ์
6. สนใจการสร้างนิสัยการเรียนที่ดี เด็กนักศึกษายพยายามคิดว่าทำอะไรจึงจะ เรียนได้ผลดี ทำงานให้มีประสิทธิภาพ ทำอย่างไรจึงจะแก้ปัญหายาก ๆ ได้
7. สนใจเรื่องคุณสมบัติส่วนตัว นักศึกษาจะสนใจในลักษณะทั้งหลายที่จะนำคนไปสู่ ความสำเร็จในด้านการทำงาน สังคมกับบุคคลอื่น เช่น สนใจบุคคลิก การวางท่าทาง การสนทนา กับเพื่อนฝูง และคุณลักษณะอื่นที่จำเป็นในการเข้าสังคม

๘. สนใจในเรื่องปรัชญาชีวิต ขณะที่เข้าสู่วัยรุ่นจะนึกถึงหลักของศีลธรรม จรรยา
ทำอะไรมีกฎเกณฑ์ มักจะพบว่าเด็กนักศึกษาในวัยรุ่นนี้มีอุดมคติ สุภาสิตประจำตัว บางครั้ง
เขียนไว้บนปกสมุดหรือหนังสือ ทั้งนี้เป็นเครื่องเตือนใจว่าสนใจในปรัชญาชีวิต และเป็นแนวทาง
ในการดำเนินชีวิตด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สุนีย์ เครือนิล (2520 : 45-47) ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "ข้อบกพร่องในการใช้
ภาษาไทยของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย" เพื่อค้นคว้าและศึกษาถึงสาเหตุที่นักเรียนใช้ภาษา
ผิด ๆ และไม่เห็นความสำคัญของภาษาไทย ซึ่งเป็นภาษาประจำชาติ โดยการสอบถามจาก
ตัวแทนสื่อมวลชน และรวบรวมภาษาไทยจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ผลปรากฏว่าการสอนของครู
หลักสูตรและสื่อสารมวลชนมีส่วนทำให้เกิดข้อบกพร่องในการใช้ภาษาไทยของนักเรียนชั้น
มัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้วิจัยได้เสนอแนะให้ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องแก้ไข

ศรีจรัส ศัณทิกุล (2506 : 62-64) ได้วิจัยเรื่อง "การศึกษาการใช้ภาษาสแลง
ของนักเรียนวัยรุ่นโรงเรียนราษฎร์ในจังหวัดพระนคร" เพื่อศึกษาเกี่ยวกับภาษาสแลงซึ่ง
แพร่หลายในหมู่นักเรียน อะไรมีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาสแลงตลอดจนทัศนคติของนักเรียนต่อ
การใช้ภาษาสแลง โดยการสังเกตการใช้ภาษาสแลงของนักเรียนโรงเรียนราษฎร์ 6 แห่ง
เป็นโรงเรียนชาย 3 แห่ง โรงเรียนหญิง 3 แห่ง เป็นจำนวน 600 คน ผลปรากฏว่า
นักเรียนชายใช้คำสแลงมากกว่าและบ่อยครั้งกว่านักเรียนหญิง คำสแลงนักเรียนนำมาจาก
เพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือสื่อมวลชน

จันทร์นวล พรหมมาส (2511 : 35-37) ได้วิจัยเรื่อง "การศึกษาเปรียบเทียบ
ทัศนคติการเขียนภาษาไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 แผนกวิทยาศาสตร์กับแผนกศิลปะ"
โดยใช้แบบสอบถามกับตัวอย่างประชากรที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 แผนกวิทยาศาสตร์
และแผนกศิลปะ จำนวน 1000 คน จากโรงเรียนรัฐบาลในจังหวัดพระนคร ผลการวิจัยสรุปว่า
นักเรียนแผนกวิทยาศาสตร์มีทักษะในการใช้ภาษาคิดว่านักเรียนแผนกศิลปะทั้งในด้านหลักภาษา
การสะกด การวางรูปสระ วรรณยุกต์ คำรันท์ การเว้นวรรคตอน การย่อหน้า ตลอดจนส่วน
การเขียนภาษาไทย มีข้อเสนอแนะข้อหนึ่งว่าควรปรับปรุงภาษาที่สื่อมวลชนใช้ เพราะเป็นแหล่ง
สำคัญในการแพร่ภาษาคิด ๆ ไปสู่ประชาชน สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาของนักเรียนมาก
ฉะนั้นควรจะมีการแนะนำหรือควบคุมการใช้ภาษาของสื่อมวลชนต่าง ๆ ให้ถูกต้อง น่าฟัง น่าอ่าน

กว่าที่เป็นอยู่นี้ เพื่อช่วยแก้ปัญหาการแพร่ภาษาที่ผิด ๆ ให้ลดน้อยลง

รมย์ อุปรมย์ (2511 : 78-80) ได้สำรวจความสนใจของอาจารย์มหาวิทยาลัย ที่มีต่อหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษและภาษาไทยในกรุงเทพ โดยมีจุดประสงค์จะศึกษา ถึงลักษณะหนังสือพิมพ์ ลักษณะการอ่าน ความเชื่อและประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ที่อาจารย์ได้รับ ตัวอย่างประชากรเป็นอาจารย์จากมหาวิทยาลัยทุกแห่งที่มีในขณะนั้น รวมทั้งสิ้น 235 คน วิจัย ใช้แจกแบบสอบถามซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า และเลือกตอบ ผลการวิจัย พบว่า อาจารย์ส่วนใหญ่ชอบอ่านสยามรัฐ เคลิวิสต์ ไทยรัฐ และพิมพ์ไทย ตามลำดับ และ ผู้วิจัยยังได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างหนังสือพิมพ์กับการศึกษาไว้ว่า หนังสือพิมพ์มีอิทธิพล ทางอ้อมต่อผู้ที่อยู่ในวัยเรียน ถ้าหนังสือพิมพ์เสนอ เรื่องศิลปวัฒนธรรม ใช้คำพูดขยายโลน หรือ ใช้คำพูดไม่ถูกหลักภาษา นักเรียนก็จะได้รับสิ่งที่ไม่ดีงามจากหนังสือพิมพ์ ในทำนองเดียวกัน ถ้าหนังสือพิมพ์เสนอ เรื่องราวที่มีประโยชน์ต่อการศึกษา ใช้ภาษาที่ถูกต้อง นักเรียนก็จะได้รับประโยชน์เหล่านั้นจากหนังสือพิมพ์ ฉะนั้นหน้าที่ของหนังสือพิมพ์และโรงเรียนจึงมีส่วนสัมพันธ์กัน หนังสือพิมพ์ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งมีหน้าที่ให้การศึกษาแก่มวลชน ทุกระดับจึงควรเสนอสิ่งที่ถูกต้อง ใช้ภาษาที่ดี และเสนอความรู้ที่มีประโยชน์

นอกจากนั้น พัชรี รังสิกุล (2511 : 64-65) ได้สำรวจความสนใจของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นต่อรายการโทรทัศน์ เพื่อศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับความสนใจของเด็ก มัธยมศึกษาตอนต้นว่า ในใจความรายการใดและรายการนั้นมีประโยชน์หรือไม่ ประโยชน์และโทษของโทรทัศน์ต่อการเรียนและสุขภาพของเด็ก โดยการส่งแบบสอบถามไปยังนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาตอนต้น 3 โรงเรียน จำนวน 200 คน ผลการวิจัยปรากฏว่า นักเรียนชอบดูรายการ ภาพยนตร์ ฉะครโทรทัศน์ และทายปัญหามากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวและสารคดี กีฬา นำเที่ยว ภาษาและวรรณคดี ผู้วิจัยเสนอแนะว่า นักเรียนควรเลือกดูรายการโทรทัศน์เฉพาะที่มีประโยชน์ จริง ๆ ครูควรสอนให้เด็กสังเกตจดจำและรับความรู้จากโทรทัศน์ แนะนำให้รู้จักวิจารณ์การพูด ของโฆษก ข้อความโฆษณา สถานีโทรทัศน์ควรระมัดระวังการใช้ภาษาที่ถูกต้อง เพื่อเป็นตัวอย่าง ที่ดีแก่เด็ก ควรเพิ่มภาพยนตร์สารคดี คนตรี ศิลปวัฒนธรรมของชาติ

สื่อมวลชนอื่น ๆ ที่มีบทบาทสำคัญนอกเหนือจากหนังสือพิมพ์และวิทยุแล้ว ยังมี โทรทัศน์ซึ่ง เป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนได้ทุกเพศทุกวัยและทุกระดับ ให้ทั้งความบันเทิง และความรู้อันต่าง ๆ จึงได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก และทำให้เกิดการเลียนแบบ

ต้นฉบับ หน้าขาดหาย

4. การชมโฆษณาสินค้านั้น มีประโยชน์ปานกลางและนักเรียนส่วนมากเห็นว่า ทำให้รู้จักสินค้าต่าง ๆ ดีขึ้น รองลงมาคือ ทำให้รู้จักตัดสินใจเลือกสินค้า

5. การชมโทรทัศน์มีผลต่อพฤติกรรมของนักเรียน คือ นักเรียนส่วนใหญ่มีแนวโน้มไปในด้านการนำเอาคำพูดที่เป็นภาษาสแลงไปใช้พูด รองลงมาคือ การเลียนแบบกิริยา ท่าทาง และการเอาอย่างวิธีการพูดของโฆษก

6. นักเรียนที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะไม่ค่อยดี สนใจอยากซื้อสินค้าตามที่ได้ชมจากการโฆษณาทางโทรทัศน์มากกว่านักเรียนที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะดี

ศิริรัตน์ เจริญศักดิ์ (2513 : 72-74) ได้ศึกษา "ความสนใจรายการโทรทัศน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสนใจ ประโยชน์ ความคิด เห็น และอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อการเรียน ต่อการแต่งกาย กิริยาท่าทาง และการพูดของนักเรียน โดยออกแบบสอบถามส่งไปยังนักเรียนชายและนักเรียนหญิงจากโรงเรียนราษฎร์ และรัฐบาลในเขตพระนครและธนบุรี จำนวน 950 คน ผลการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาพบว่า นักเรียนชายและหญิงชอบรายการโฆษณาเพียงส่วนน้อย และเห็นว่ามีประโยชน์เล็กน้อยเท่านั้น สำหรับประเภทของโฆษณาสินค้าที่นักเรียนชอบ ได้แก่ รายการโฆษณาที่ทำเป็นตัวอักษรคำโฆษณาตามบนรายการขณะที่กำลังแสดงอยู่โดยไม่ต้องหยุดพัก รองลงมาคือ โฆษณาประเภทภาพยนตร์สั้น ๆ ประกอบเพลงหรือคำพูดโฆษณา ส่วนโฆษณาที่นักเรียนไม่ชอบมากที่สุดคือโฆษณาที่ใช้โฆษกโฆษณาเป็นรายการสด นอกจากนี้นักเรียนให้เหตุผลการชมโฆษณาว่าทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ทันสมัย รองลงมาคือทำให้รู้จักสินค้าต่าง ๆ ดีขึ้น และมีนักเรียนเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เห็นว่าวิธีการโฆษณาที่น่าสนใจ ในด้านเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในรายการโทรทัศน์ นักเรียนเห็นว่าควรปรับปรุงการใช้ภาษาในบางรายการให้ดีกว่านี้

สายสุพรรณ สุพรรณพรรค (2516 : 32-35) ได้สำรวจความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนพณิชยการเชตุพน ต่อรายการโทรทัศน์ ปีการศึกษา 2516 เพื่อศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยพิจารณาว่านักเรียนสนใจรายการใด เฉลี่ยแล้วชมรายการโทรทัศน์วันละกี่ชั่วโมง ศึกษาประโยชน์และโทษของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็ก ตัวอย่างประชากร เป็นนักเรียนในกรุงเทพมหานครที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้น

มัธยมศึกษาปีที่ 4 5 และ 6 ของโรงเรียนพิชชการเซตุน โดยวิธีแจกแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด ผลการสำรวจพบว่า รายการที่นักเรียนชอบดูมากที่สุดได้แก่ รายการภาพยนตร์ ส่วนรายการที่ได้รับความสนใจน้อยได้แก่รายการเกี่ยวกับภาษา วรรณคดี และรายการโฆษณาสินค้า และได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ครูควรสอนให้นักเรียนสังเกตคำพูดที่เป็นภาษิตคำพังเพยที่ได้รับจากโทรทัศน์เพื่อนำมาอภิปราย ให้รู้จักการวิจารณ์การพูดของโฆษก ข้อความที่โฆษณา บทละคร และภาพยนตร์ต่าง ๆ สถานีโทรทัศน์ควรกวาดล้างเรื่องการใช้ภาษาให้ถูกต้อง โดยเฉพาะในการพากย์ภาพยนตร์และการโฆษณาสินค้า เพราะการที่เด็กได้ยินภาษาสำนวนที่ไม่ถูกต้องเสมอ ๆ อาจทำให้เกิดความเคยชิน และนำไปใช้จนคิดเป็นนิสัย

ไพบุลย์ ลีมณี (2518 : 75-78) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ความต้องการรายการโทรทัศน์สำหรับการศึกษาของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ" การสำรวจนี้ต้องการทราบ ความสนใจ ความคิด เห็น ความต้องการและประโยชน์ที่จะได้จากโทรทัศน์ โดยแจกแบบสอบถาม ให้ประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นชาย 229 คน และหญิง 175 คน ผลการสำรวจ ส่วนที่เกี่ยวกับการโฆษณา สรุปได้ดังนี้

1. ประเภทของรายการโทรทัศน์ที่ประชาชนสนใจชมตามลำดับมากที่สุด คือ รายการความรู้หรือสารคดี รายการข่าว รายการบันเทิง และรายการโฆษณา
2. การชมรายการโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้ประชาชนรู้จักสินค้ามากขึ้น และรู้จักเลือกสินค้าดีขึ้น แต่ขณะเดียวกันก่อให้เกิดความรำคาญอีกด้วย
3. ประชาชนเห็นว่ารายการโทรทัศน์ในปัจจุบันควรปรับปรุงทุกด้าน โดยเฉพาะด้านเนื้อหาสาระของรายการควรปรับปรุงมากที่สุด รองลงมาคือ วิธีโฆษณาและการพูดของโฆษก
4. ประชาชนต้องการให้เพิ่มรายการความรู้หรือสารคดี รายการบันเทิง รายการข่าวมากใกล้เคียงกัน ส่วนรายการโฆษณาต้องการให้ลดน้อยลง

เครือวัลย์ ชัชกุล (2518 : 84-85) ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาการศึกษาเกี่ยวกับการใช้คำที่ไม่เหมาะสมในหนังสือพิมพ์" โดยส่งแบบสอบถามไปยังนักศึกษาหญิงและชาย จำนวน 400 คน จากวิทยาลัยครูในกรุงเทพมหานคร 6 แห่ง ผลการวิจัย คือ นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าการใช้คำในหนังสือพิมพ์ไม่เหมาะสม

มากที่สุด รองลงมาคือไม่แน่ใจว่าจะเหมาะสมหรือไม่ มีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าเหมาะสม สาเหตุที่นักศึกษาเห็นว่าไม่เหมาะสมคือ ใช้ภาษาผิดหลักภาษามากที่สุด รองลงมาคือ ไม่ควรใช้เป็นภาษาเขียน ใช้ศัพท์ผิด ใช้คำผิดความหมาย ใช้ภาษาหรือสำนวนต่างประเทศ ใช้คำกำกวม ใช้คำฟุ่มเฟือย และใช้คำที่เป็นไปไม่ได้ตามลำดับ นักศึกษาส่วนน้อยที่เห็นว่าการใช้คำในหนังสือพิมพ์เหมาะสม ให้เหตุผลว่า ใช้คำเข้าใจง่าย เร้าอารมณ์ และเปรียบเทียบดี เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้คำในหนังสือพิมพ์ระหว่างนักศึกษาชายและหญิงโดยส่วนรวมปรากฏว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาของบุคคลโดยทั่ว ๆ ไป เพราะมีคนเป็นจำนวนมากไม่น้อยที่เชื่อถือภาษาหนังสือพิมพ์ และนำภาษานี้ไปใช้ในการพูดและการเขียนในชีวิตประจำวัน เครือวัลย์ ชัชกุล (2518 : 71-73) มองเห็นความสำคัญของเรื่องนี้ จึงได้ทำการวิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาการศึกษาเกี่ยวกับการใช้คำไม่เหมาะสมในหนังสือพิมพ์" เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ส่วนตัวอย่างประชากรเป็นนักศึกษาหญิงและชาย จำนวน 400 คน จากวิทยาลัยครูในกรุงเทพมหานคร 6 แห่ง คือ วิทยาลัยครูจันทระเกษม วิทยาลัยครูธนบุรี วิทยาลัยครูบ้านสมเด็จเจ้าพระยา วิทยาลัยครูสวนดุสิต และวิทยาลัยครูสวนสุนันทา ปรากฏผลการวิจัยดังต่อไปนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าการใช้คำในหนังสือพิมพ์ไม่เหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือไม่แน่ใจว่าจะเหมาะสมหรือไม่ มีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าเหมาะสม สาเหตุที่นักศึกษาเห็นว่าไม่เหมาะสมเพราะใช้ผิดหลักภาษามากที่สุด รองลงมาคือ ไม่ควรใช้เป็นภาษาเขียน ใช้ศัพท์ผิด ใช้คำผิดความหมาย ใช้ภาษาหรือสำนวนต่างประเทศ ใช้คำกำกวม ใช้คำฟุ่มเฟือย และใช้คำที่เป็นไปไม่ได้ ตามลำดับ นักศึกษาส่วนน้อยที่เห็นว่าการใช้คำในหนังสือพิมพ์เหมาะสม ให้เหตุผลว่าใช้คำเข้าใจง่าย เร้าอารมณ์ และเปรียบเทียบดี เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้คำในหนังสือพิมพ์ระหว่างนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงโดยส่วนรวม ปรากฏว่าไม่มีความแตกต่างกัน

ไมตรี เจริญศิลป์ (2518 : 86-87) ได้ศึกษาเรื่อง "บทบาทของหนังสือพิมพ์รายวัน ในการศึกษาของระบบของเยาวชน" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษานอกระบบในหนังสือพิมพ์รายวันฉบับต่าง ๆ และศึกษาความสนใจ ข้อคิดเห็น ตลอดจนความต้องการของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อเรื่องและเนื้อหาทางการศึกษา

นอกระบบ ในหนังสือพิมพ์รายวันดำเนินการวิจัยโดยวิเคราะห์เนื้อหาด้านการศึกษานอกระบบของหนังสือพิมพ์รายวัน ที่มีสำนักพิมพ์อยู่ในกรุงเทพมหานคร รวม 6 ฉบับ และส่งแบบสอบถามไปยังเยาวชนที่มีอายุ 10-18 ปี ในกรุงเทพมหานคร รวม 412 คน ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

1. หนังสือพิมพ์รายวันเหล่านี้ให้การศึกษาอกระบบกับเยาวชนในรูปแบบของสารคดี วิชาการน้อย เมื่อเทียบกับเนื้อหาอื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบกันทั้ง 6 ฉบับแล้ว หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ให้ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาด้านสารคดี-วิชาการในการศึกษานอกระบบแก่เยาวชนมากที่สุด หนังสือพิมพ์สยามรัฐให้การศึกษาอกระบบกับเยาวชนในรูปแบบของข่าว บทความ บทความวิชาการทางการเมืองการปกครองมากที่สุด หนังสือพิมพ์สยามศรี ให้การศึกษาอกระบบกับเยาวชนในรูปแบบของข่าว บทความ บทความวิชาการทางเศรษฐกิจการค้ามากที่สุด

2. เยาวชนมีความสนใจเนื้อหาการศึกษาอกระบบในรูปแบบของสารคดี-วิชาการในหนังสือพิมพ์รายวันมาก และสนใจข่าวการศึกษาข่าว ส่วนการศึกษาอกระบบในรูปแบบของข่าว บทความ บทความวิชาการด้านต่าง ๆ สนใจปานกลาง

3. เยาวชนเห็นว่าการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันช่วยในการศึกษานอกระบบมาก คือ ช่วยให้เกิดความรู้อันเป็นประโยชน์ ช่วยการศึกษาในโรงเรียนมากโดยเฉพาะวิชาความรู้ทั่วไป และช่วยให้เกิดความรู้รอบตัวกว้างขวาง เป็นความรู้ที่ทันสมัย นอกจากนี้ยังเห็นว่าการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันทำให้ได้ความรู้ด้านการเมืองการปกครองมาก

4. เยาวชนต้องการให้หนังสือพิมพ์รายวันปรับปรุงการเสนอข่าวให้ถูกต้อง เป็นจริงมากขึ้น ส่วนเนื้อหาการศึกษาอกระบบในรูปแบบของสารคดี-วิชาการนั้น เยาวชนต้องการให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะสารคดี-วิชาการด้านวิทยาศาสตร์ สุขภาพอนามัย การศึกษา ศาสนา ศิลธรรมจรรยา ความรู้ด้านอาชีพการเกษตร และความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ

และในปีเดียวกันนี้ ศิริณา ทองเสวด (2528 : 79) ได้วิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นของอาจารย์และนักศึกษาสาขาสังคมศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อการศึกษา" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ความสนใจในเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์และความเหมาะสมในปริมาณเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ ตัวอย่างประชากรเป็นอาจารย์ 68 คน และนักศึกษา 574 คน จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ ผลการวิจัยปรากฏว่า อาจารย์และนักศึกษาสงสัยว่าการเมือง บทความ และบทวิจารณ์มากที่สุด เพราะมีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ต่อการเรียนการสอน ช่วยกระตุ้นให้มีความคิดริเริ่ม และเข้าใจสังคมได้ดี ส่วนการโฆษณาสินค้าและแจ้งความทั่วไปของเอกชน หรือรัฐ เกี่ยวกับธุรกิจจะให้ประโยชน์ต่อการศึกษาในด้านให้ความรู้ทางเศรษฐกิจปานกลางเท่านั้น แต่มีประโยชน์มากเกี่ยวกับการทราบความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทางธุรกิจซึ่งมีผลทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ดีขึ้น แต่ก็ควรลดให้น้อยลง ไม่ควรใช้ข้อความและภาพที่มุ่งให้ความบันเทิงส่งไปทางลามกอนาจาร ทำลายศีลธรรม และวัฒนธรรม และควรจะเว้นการโฆษณาที่เกินจริง

โทรทัศน์จัดเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีบทบาทต่อการศึกษาอย่างมาก ศิวะพร สุคนธ์พงศ์เผ่า (2520 : 90-93) ได้วิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์บทบาทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการใช้ภาษาไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานคร" เพื่อศึกษาว่านักเรียนมีความสนใจต่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ เพียงใด การใช้ภาษาไทยของสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะนำผลดีหรือผลเสียมาสู่นักเรียนตลอดจนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จะมีบทบาทในการช่วยส่งเสริมทักษะการใช้ภาษาของนักเรียนอย่างไรบ้าง โดยใช้แบบสอบถามกับนักเรียนชาย 240 คน นักเรียนหญิง 270 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. สื่ออิเล็กทรอนิกส์นำทั้งผลดีและผลเสียมาสู่นักเรียนคือช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาในด้านต่าง ๆ แต่ใช้คำสั่งหรือสร้างแบบแผนสำนวนขึ้นมาใหม่ทำให้ภาษาวิบัติ
2. นักเรียนชอบชมโทรทัศน์มากกว่าฟังวิทยุหรือชมภาพยนตร์ รายการที่นักเรียนชอบคือรายการประเภทให้ความบันเทิง
3. การใช้ภาษาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อนักเรียนในด้านวัฒนธรรมการใช้ภาษา การพูดและการฟัง รวมทั้งการฝึกทักษะในชั้นเรียนด้วย
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทในการส่งเสริมทักษะการใช้ภาษาอย่างมีประสิทธิภาพในด้านกาฟัง การพูด การอ่าน การเขียน
5. การได้ฟังและได้เห็นการใช้ภาษาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทำให้นักเรียนเกิดความเคยชินและรับเอาคำ สำนวน ประโยค ตลอดจนลักษณะการแบ่งวรรคตอนมาใช้ใน



ชีวิตประจำวัน

การโฆษณากำลังมีบทบาท มีอิทธิพลต่อเยาวชนอย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่องของการใช้ภาษา สุริย์ประกา ตรีเวช (2522 : 88-91) ได้วิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา" เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักเรียนชายและนักเรียนหญิงเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา และเหตุผลของการเลือกภาษาโฆษณาแต่ละประโยค โดยใช้แบบสอบถาม 1 ชุดกับนักเรียนชายและหญิงจำนวน 620 คน จากโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนราษฎร์ในเขตกรุงเทพมหานคร นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่ามัชฌิม เลขคณิต ค่าความ เบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์การวิจัยสรุปว่า นักเรียนมีความ เห็นว่ารายการโฆษณามีอิทธิพลต่อนักเรียนในด้านทำให้เกิดการเลียนแบบการใช้ภาษาโฆษณา และภาษา โฆษณามีลักษณะเหมาะที่จะใช้เป็นภาษาพูดมากกว่าภาษาเขียน มักใช้คำพูดหรือข้อความที่เกินจริง และมีการสร้างสำนวนที่ผิดจากแบบแผนเดิม ภาษาโฆษณาที่เหมาะสมนั้นนักเรียนให้เหตุผลว่าเพราะใช้คำคล้องจองดีมากที่สุด รองลงมาคือใช้ถ้อยคำที่มีความหมายดี และใช้ถ้อยคำสำนวนที่ดึงดูดความสนใจ ส่วนที่ให้เหตุผลว่าภาษาโฆษณาไม่เหมาะสมเพราะใช้คำพูดหรือข้อความที่เกินจริงมากที่สุด รองลงมาคือใช้ภาษาที่ฟังแล้วไม่เข้าใจความหมาย ใช้คำกำกวม คลุมเครือ และใช้คำหรือสำนวนผิดหลักภาษาไทย

ปาริชาติ ทุดน้อย (2524 : 67-69) ได้วิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นของครูภาษาไทยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการใช้ภาษาไทยของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร" เพื่อศึกษาความคิดเห็นของครูภาษาไทยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการใช้ภาษาไทยของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามกับครูภาษาไทย จำนวน 200 คน จากโรงเรียนรัฐบาลในกรุงเทพมหานคร นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่ามัชฌิม เลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ครูภาษาไทยมีความเห็นว่าสื่อมวลชนช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยของนักเรียนด้านการฟังเกี่ยวกับการใช้ความรู้ความคิดใหม่ ๆ จากการฟังข่าวสาร บทความและความรู้ต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

2. ครูภาษาไทยมีความเห็นว่าสื่อมวลชนช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาด้านการฟัง การพูดและการอ่านของนักเรียนเกี่ยวกับการได้เห็นตัวอย่างการใช้ภาษาทั้งที่ดี และไม่ดี รวมทั้งได้แบบอย่างศิลปะการอ่านชนิดต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

3. ครูภาษาไทยมีความเห็นว่าสื่อมวลชนช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาด้านการพูด ของนักเรียนเกี่ยวกับการได้แบบอย่างการออกเสียง ร ล และคำควบกล้ำอยู่ในระดับมาก

4. ครูภาษาไทยมีความเห็นว่าสื่อมวลชนช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยของนักเรียน เกี่ยวกับการเขียนส่วนที่ถูกต้องเหมาะสม การใช้คำสแลง การใช้คำพุ่มเพื่อย และใช้ภาษา ก่ากวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย

วันทนีย์ ฤทธิคุปต์ (2528 : 46, 110) ได้วิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นของครู ภาษาไทยและนักเรียนเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ที่มีผลต่อการเรียนภาษาไทย ของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย" เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของครูภาษาไทย และนักเรียนเกี่ยวกับ รายการโทรทัศน์ที่มีผลต่อการเรียนภาษาไทยของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยใช้ แบบสอบถามกับครูผู้สอนภาษาไทยระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 90 คน และนักเรียน ชายหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปีการศึกษา 2528 อีกจำนวน 610 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่ามัชฌิม เลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่ารายการโทรทัศน์มีทั้งผลดีและผลเสียต่อการเรียน ภาษาไทยของนักเรียน ในส่วนที่เป็นผลดีคือ ให้ความรู้ทางภาษาไทยและการใช้ภาษา ตลอดจน ช่วยในการฝึกทักษะในการฟัง การพูด การอ่านและการเขียน ในส่วนที่เป็นผลเสียนั้น ได้แก่ ความผิดพลาดบกพร่องเกี่ยวกับการเสนอความรู้ทางภาษาไทย และการใช้ภาษาที่ไม่ถูกต้อง และเหมาะสมของการโฆษณา โฆษก พิธีกร ดังนั้น หากครูภาษาไทยสามารถนำส่วนดีของรายการ โทรทัศน์มาใช้ให้เป็นประโยชน์ นำมาเป็นอุปกรณ์การสอน หรือจัดกิจกรรมการเรียนการสอน จะช่วยให้นักเรียนสนใจเรียนมากขึ้น และช่วยชี้แนะแนวทางในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ ที่ดีมีประโยชน์ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนภาษาไทยของนักเรียนอย่างยิ่ง ในทำนองเดียวกัน หากสถานีโทรทัศน์ ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบ ระมัดระวังในการเสนอรายการแล้ว รายการโทรทัศน์จะมีประโยชน์ต่อผู้ชมอย่างมาก

ค.ศ. 1958 โรแลนด์ ดี คลิง (Roland D. Klink) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสำรวจการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมโฆษณาทางโทรทัศน์ของครูโรงเรียนประถมศึกษา ของรัฐอินเดียนา ผลการวิจัยสรุปได้ว่า รายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ ดึงดูดใจนักเรียนไป และมีประโยชน์ในทางช่วยให้นักเรียนรู้ศัพท์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสนทนามากขึ้น แต่ทำให้นักเรียนอ่านหนังสือน้อยลง และเนื้อหาของโปรแกรมโฆษณาทางโทรทัศน์นำมาประกอบการเรียน การสอนได้น้อยมาก

ค.ศ. 1958 ไฮลด์ ฮิมเมลเวท และคนอื่น ๆ (Hilde Himmelweit and Others) ได้ทำการวิจัยเรื่อง โทรทัศน์กับเด็ก (Television and Children) โดยมีวัตถุประสงค์ ที่จะศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กในด้านต่าง ๆ โดยใช้วิธีส่งแบบสอบถามไปยังเด็กที่ เลือกไว้เป็นจำนวน 4,500 คน เด็กเหล่านี้อายุ 10-14 ปี ผลการสำรวจในส่วนที่เกี่ยวข้อง กับโฆษณาปรากฏว่า เด็กมีแนวโน้มที่จะดูรายการโฆษณาซึ่งมีอิทธิพลมากเหมือนกัน บริษัทโฆษณามักจะเลือกรายการที่แน่ใจว่าเด็กและคนส่วนใหญ่ "ติด" รายการนั้น ๆ เพื่อโฆษณาสินค้าของตน เด็กเป็นจำนวนมากจะรบเร้าให้พ่อแม่หรือผู้ปกครองซื้อสินค้าที่ตนเห็นในรายการโฆษณา เพราะ เห็นแก่ "ของแถม" ที่ทำไว้ล่อใจเด็ก และมีผู้ใหญ่จำนวนไม่น้อยที่มีนิสัยซื้อสินค้าตามคำโฆษณา จูงใจ หรือบางครั้งเห็นแก่ของแถม โดยมีได้คำนึงถึงคุณค่าหรือ เนื้อแท้ของสินค้านั้น ๆ ว่ามี ราคาย่อมเยาหรือคุณภาพพอที่จะซื้อหาหรือไม่ แม้จะไม่มีผลเสียโดยตรง แต่ก็ เป็นผลเสียทางอ้อม เพราะจะทำให้มีแนวโน้มที่จะเป็นคนเชื่อคนง่าย ชอบอะไรอย่างผิวเผิน ไม่ได้พิจารณาให้ลึกซึ้ง หรือกลายเป็นผู้มีลักษณะคบคนก็ดูแต่ภายนอก ซึ่งเป็นลักษณะนิสัยที่ไม่ดี

ค.ศ. 1962 วิลเบอร์ แชรรม และคนอื่น ๆ (Wilbur Schramm and Others) ได้สำรวจลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ของนักเรียนที่เมืองซานฟรานซิสโก โดยการสอบถาม ทดสอบ และสัมภาษณ์นักเรียน ระดับชั้น 10 และระดับชั้น 12 กลุ่มตัวอย่างแต่ละระดับชั้น มีประมาณ 200-400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนระดับชั้น 10 อ่านเรื่องขบขัน (Comics) ร้อยละ 61.00 ข่าวกีฬาร้อยละ 42.00 โฆษณาและข่าวบริการสาธารณะร้อยละ 58.00 ข่าวสังคมร้อยละ 11.00 ข่าวในประเทศร้อยละ 23.00 ข่าวต่างประเทศร้อยละ 31.00 บทบรรณาธิการร้อยละ 13.00 และอื่น ๆ ร้อยละ 31.00 ส่วนนักเรียนระดับชั้น 12 อ่าน ภาพนิยายร้อยละ 59.00 ข่าวกีฬาร้อยละ 45.00 โฆษณาและข่าวบริการสาธารณะร้อยละ

76.00 ข้าวสังคัม ร้อยละ 16.00 ข้าวในประเทศ ร้อยละ 36.00 ข้าวต่างประเทศ ร้อยละ 40.00 บทบรรณาธิการ ร้อยละ 22.00 และอื่น ๆ ร้อยละ 41.00 นอกจากนี้ยังพบว่า เด็กที่มีสติปัญญาสูง ชอบอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าเด็กที่มีสติปัญญาต่ำ

คัมเบลล์ เจ แคมป์เบลล์ (W. J. Campbell) ได้ทำการวิจัยในปี ค.ศ. 1965 เรื่องผลที่จะเกิดขึ้นจากการดูโทรทัศน์ของเด็กในชั้นประถมศึกษา ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของรายการโฆษณาทางโทรทัศน์ มีผลต่อผู้ดูเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะเด็กและแม่บ้าน สำหรับเด็กนั้น อิทธิพลของการโฆษณาทางโทรทัศน์จะมากน้อยหรือไม่มีเลย ขึ้นอยู่กับตัวเด็กเอง ว่ามีทัศนคติเฉลียวฉลาดแค่ไหน และขึ้นอยู่กับพ่อแม่ หรือผู้ปกครองที่จะคอยให้การอบรมแนะนำ ให้เด็กรู้จักตัดสินใจว่าสิ่งใดมีคุณค่าหรือไม่ หรือเลว ตลอดจนสอนให้รู้จักคิดถึงเหตุผลในการตัดสินใจ เป็นประการสำคัญ

ลาซาร์สเฟลด์ และเคนดอลล์ (Lazarsfeld and Kendall 1972 : 425-437) ได้สำรวจพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของประชากรอเมริกัน โดยกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนชาวอเมริกันทั่วประเทศ ให้สอบถามเกี่ยวกับการฟังวิทยุ การชมโทรทัศน์ ภาพยนตร์ การอ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสารและหนังสืออื่น ๆ พบว่า นิสัยในการฟังวิทยุย่อมมีความสัมพันธ์กับการรับสารจากสื่ออื่น ๆ ด้วย กล่าวคือ ผู้ที่ติดตามรายการวิทยุจะติดตามรายการทางโทรทัศน์ ชอบไปชมภาพยนตร์บ่อย ๆ ชอบอ่านหนังสือ หนังสือพิมพ์ ตลอดจนนิตยสารต่าง ๆ ด้วย กลุ่มที่ฟังวิทยุน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวันก็จะชมโทรทัศน์น้อย ไม่ไปชมภาพยนตร์เลยใน 1 เดือน ไม่ได้รับสารจากสื่ออื่น ๆ ด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า วิทยุ ที่อยู่อาศัย และเพศ เกี่ยวข้องกับการรับสารด้วย

ปี ค.ศ. 1977 จอห์น อาร์ รอสซิเตอร์ (John R. Rossiter) ได้ทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อเด็ก กลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นเด็กอายุ 2-12 ปี ทำการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามเพื่อดูความเข้าใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่ได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา ผลการวิจัยปรากฏว่า ในด้านความเข้าใจเกี่ยวกับการโฆษณาเด็กยิ่งมีอายุมากจะยิ่งเข้าใจโฆษณามากขึ้น ขณะเดียวกันจะสนใจโฆษณาน้อยกว่าสมัยยังเป็นเด็กเล็ก การโฆษณาทางโทรทัศน์สามารถชักจูงให้เด็กสนใจสินค้าที่โฆษณาได้มาก และเด็กมักจะรบเร้าผู้ปกครองให้ซื้อสินค้าตามโฆษณาเหล่านั้น แต่พฤติกรรมนี้จะลดน้อยลงเมื่อเด็กโตขึ้น ทั้งผู้ใหญ่และเด็กส่วนใหญ่

มักกล่าวว่าไม่สนใจชมโฆษณา แต่จากการศึกษาพบว่า โฆษณามีอิทธิพลต่อเด็กและผู้ใหญ่พอสมควร นอกจากนี้ผู้ใหญ่ไม่ชอบให้เด็กดูโฆษณาเพราะคิดว่า โฆษณาสินค้าต่าง ๆ มักหลอกลวงให้เด็กหลงเชื่อ แต่จากการวิจัยไม่มีข้อมูลปรากฏชัดว่าโฆษณาคือ

เจมส์ ไรมัส แมคกราท (James Thomas Mc.Grath 1982 : 3845-A)

ได้วิจัยเรื่อง "การศึกษาความตระหนักของผู้ปกครองถึงการใช้โทรทัศน์และอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อนักเรียนระดับประถมศึกษา" เพื่อศึกษาว่าผู้ปกครองของเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาของโรงเรียนใน 3 ตำบลของเมืองแมสซาชูเซตส์ ได้แก่ สโตนแฮม (Stoneham) คิงสตัน (Kingston) และโฮปเดล (Hopedale) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองตระหนักถึงอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กและยอมรับข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเวลาที่เด็กใช้ในการชมโทรทัศน์และอิทธิพลทั่วไปของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็ก และยอมรับว่าพ่อแม่ควรควบคุมดูแลลูกของตนเกี่ยวกับนิสัยการดูโทรทัศน์ และผู้ปกครองควรมีปฏิสัมพันธ์กับเด็กในปกครองของตนในการชมรายการต่าง ๆ

จากงานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้เสนอมานี้เป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่า นับวันการโฆษณาจะยังมีบทบาทสำคัญต่อเยาวชน หรือนักเรียน นักศึกษา เป็นอย่างมาก ทั้งในแง่ของการใช้ภาษา และพฤติกรรมการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ซึ่งบทบาทของการโฆษณานั้นจะอาศัยอิทธิพลของสื่อมวลชนเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรืออื่น ๆ ซึ่งสื่อมวลชนต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อเด็กและเยาวชนเป็นอย่างมาก