



ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลของภาษาโฆษณาที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาไทยของนิสิตระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะเสนอผลการวิจัยทั้งหมด 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม การรับสารโฆษณา และความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในโฆษณา

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับความหมายของภาษาในโฆษณา
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการใช้ภาษาโฆษณา

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของภาษาโฆษณาที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาไทยของนิสิตระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ภาษาโฆษณาช่วยส่งเสริมการใช้สำนวนภาษาไทยของนิสิตในชีวิตประจำวันเพียงใด
- การนำเอาภาษาในโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวัน
- ผลของภาษาโฆษณาที่มีต่อการเรียนรู้ของนิสิต

ภาคที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของประชากร การรับสารโฆษณาและความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของนิสิต จำแนกตามเพศ

เพศ	วิทยาศาสตร์	ศิลป์	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	81	55	136	56.0
หญิง	38	69	107	44.0
รวม	119	124	243	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า นิสิตส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 81 คน และสายศิลป์ 55 คน นิสิตเพศหญิงมีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 38 คน สายศิลป์ 69 คน

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของนิสิต จำแนกตามอายุ

อายุ	วิทยาศาสตร์	ศิลป์	จำนวน	ร้อยละ
16 - 19	57	56	109	45.2
20 - 23	65	64	129	53.6
25 - 31	2	1	3	1.2

จากตารางที่ 2 พบว่า นิสิตส่วนใหญ่ มีอายุ 20-23 ปี มีจำนวนทั้งสิ้น 129 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 จากนิสิตทั้งหมด 241 คน เป็นนิสิตจากสายวิทยาศาสตร์ 65 คน สายสังคมศาสตร์ 64 คน

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของนิสิต จำแนกตามคณะ

คณะ	จำนวน	ร้อยละ
ครุศาสตร์	29	12.1
นิเทศศาสตร์	18	7.5
รัฐศาสตร์	16	6.3
อักษรศาสตร์	18	7.5
นิติศาสตร์	22	9.2
ศิลปกรรมศาสตร์	19	5.8
พาณิชยศาสตร์/บัญชี	14	5.9
วิศวกรรมศาสตร์	27	11.3
วิทยาศาสตร์	18	7.5
สัตวแพทย์	11	4.6
สถาปัตยกรรมศาสตร์	10	4.2
เภสัชศาสตร์	19	10
แพทยศาสตร์	14	5.9
เศรษฐศาสตร์	7	2.7
สหเวชศาสตร์	1	0.4
รวม	243	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า นิสิตที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ นิสิตครุศาสตร์ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 รองลงมาได้แก่ นิสิตวิศวกรรมศาสตร์ มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

ความบ่อยในการดูโทรทัศน์	ศิลป์	วิทยาศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตอบ	-	1	1	0.4
ดูทุกวัน	73	51	134	51.0
4 - 5 ครั้ง/สัปดาห์	16	17	33	13.6
2 - 3 ครั้ง/สัปดาห์	17	29	46	18.9
สัปดาห์ละครั้ง	6	5	11	4.5
ไม่แน่ใจ	11	12	23	9.5
ไม่ได้ดูเลย	1	4	5	2.1
รวม	124	119	243	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ความบ่อยครั้งในการดูโทรทัศน์มากที่สุด จากนิสิตจำนวน 243 คน มีนิสิตที่ดูโทรทัศน์ทุกวันจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 เป็นนิสิตสายศิลป์จำนวน 73 คน สายวิทยาศาสตร์ 51 คน รองลงมาได้แก่การดูโทรทัศน์ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 เป็นนิสิตสายศิลป์จำนวน 17 คน สายวิทยาศาสตร์ 29 คน

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการดูโทรทัศน์

5.1 วันธรรมดา

ช่วงเวลา	ศิลป์	วิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
16.00 - 17.00 น.	4	7	11	4.5
17.00 - 18.00 น.	5	8	13	5.3
19.00 - 20.00 น.	24	22	46	18.9
20.00 - 21.00 น.	51	48	99	40.6
21.00 - 22.00 น.	67	57	124	50.8
22.00 - 23.00 น.	46	46	92	37.7
23.00 - 24.00 น.	23	25	48	19.7
24.00 - 02.00 น.	13	12	25	10.2

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ช่วงเวลาในการดูโทรทัศน์ของนิสิตในวันธรรมดาที่พบมากที่สุดคือช่วงเวลา 21.00 - 22.00 น. จำนวน 124 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 50.8 จากจำนวนนิสิต 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 57 คน สายสังคมศาสตร์ 67 คน รองลงมาได้แก่ช่วงเวลา 20.00 - 21.00 น. มีจำนวน 99 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 40.6 จากจำนวนนิสิต 243 คน เป็นนิสิตจากสายวิทยาศาสตร์ 48 คน สายสังคม-ศาสตร์ 51 คน

5.2 วันเสาร์ - อาทิตย์

ช่วงเวลา	ศิลป์	วิทย์	จำนวน	ร้อยละ
8.00 - 11.00 น.	32	32	64	26.4
11.00 - 14.00 น.	56	47	103	42.6
14.00 - 17.00 น.	37	37	74	30.6
17.00 - 20.00 น.	34	31	65	26.9
20.00 - 23.00 น.	63	68	131	54.1
23.00 - 02.00 น.	26	28	54	22.3

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ช่วงเวลาในการดูโทรทัศน์ของนิสิตในวันเสาร์ - อาทิตย์ ที่พบมากที่สุดคือช่วงเวลา 20.00 - 23.00 น. จำนวน 131 คน โดยคิดเป็น ร้อยละ 54.1 จากจำนวนนิสิต 242 คน โดยเป็นนิสิตจากสายวิทยาศาสตร์ 68 คน สายสังคมศาสตร์ 63 คน รองลงมาคือช่วงเวลา 11.00 - 14.00 น. มีจำนวน 103 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 42.6 จากจำนวนนิสิต 242 คน โดยเป็นนิสิตสาย วิทยาศาสตร์ 47 คน สายสังคมศาสตร์ 56 คน

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของรายการโทรทัศน์ที่ชอบดู

ประเภทรายการโทรทัศน์	ศิลป์	วิทย์	จำนวน	ร้อยละ
ละคร	89	74	163	67.4
เกมส์โชว์	38	38	76	31.4
กีฬา	36	47	83	34.3
ข่าว	62	41	103	42.6
ทอล์คโชว์	73	66	139	57.4
ดนตรี	65	68	113	55.0
สารคดี	53	59	112	46.3
การ์ตูน	40	38	78	32.2

จากตารางที่ 6 พบว่า รายการโทรทัศน์ที่นิสิตชอบดูมากที่สุดได้แก่ ละคร มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 67.4 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 74 คน สายสังคมศาสตร์ 89 คน รองลงมาได้แก่รายการทอล์คโชว์ มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 57 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 66 คน สายสังคมศาสตร์ 73 คน

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ชอบดู

ประเภทของโฆษณา	ศิลป์	วิทย์	จำนวน	ร้อยละ
ส่งเสริมสังคม	58	62	120	49.6
สวยงาม	71	61	132	54.5
ให้ข้อคิด	66	66	132	54.5
ต้นเต็น ท้าทาย	47	50	97	40.1
ตลกขบขัน	72	67	139	57.4
สนุกสนาน	58	48	106	43.8

จากตารางที่ 7 พบว่า ประเภทของโฆษณาที่นิสิตชอบดูมากที่สุดได้แก่ โฆษณาประเภทตลกขบขัน มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 62 คน สายสังคมศาสตร์ 58 คน รองลงมาได้แก่ โฆษณาประเภทสวยงาม และประเภทให้ข้อคิด มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน โฆษณาประเภทสวยงาม เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์จำนวน 61 คน สายสังคมศาสตร์ 71 คน โฆษณาประเภทให้ข้อคิดเป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 66 คน สายสังคมศาสตร์ 66 คน

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ชอบชมโฆษณาทางโทรทัศน์

เหตุผลที่ชอบชมโฆษณา	ศิลป์	วิทย์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความเพลิดเพลิน	61	56	117	48.3
เพื่อรู้จักสินค้าดีขึ้น	33	35	68	28.1
เพื่อรู้จักเลือกสินค้า	30	29	59	24.4
เพื่อรู้จักวิธีการโฆษณา	64	46	110	45.5
เพื่อรู้จักภาษาแปลกๆ	24	30	54	22.3
เพื่อค้นเวลารายการที่ดู	21	15	36	14.9
ซึ่งเกี่ยวข้องเปลี่ยนช่อง	19	16	35	14.5

จากตารางที่ 8 พบว่า เหตุผลที่ชอบชมโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุดคือ เพื่อความเพลิดเพลินมีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 56 คน สายสังคมศาสตร์ 61 คน รองลงมาคือ เพื่อรู้จักวิธีการโฆษณา มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 46 คน สายสังคมศาสตร์ 64 คน



ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละ ความรู้สึกเมื่อชมโฆษณาของโทรทัศน์

ความรู้สึกเมื่อชมโฆษณา	ศิลป์	วิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจวิธีโฆษณา	63	63	126	52.1
สนใจภาษาที่ใช้ในโฆษณา	33	26	59	24.4
สนใจสินค้าที่โฆษณา	25	24	49	20.2
ไม่สนใจเลย	2	6	8	3.3

จากตารางที่ 9 พบว่า ความรู้สึกส่วนใหญ่ของนิสิตเมื่อชมโฆษณาทางโทรทัศน์แล้ว ได้แก่ ความรู้สึกสนใจวิธีการโฆษณา มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 63 คน สายสังคมศาสตร์ 63 คน รองลงมาคือ ความรู้สึกสนใจภาษาที่ใช้ในการโฆษณา มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 242 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 26 คน สายสังคมศาสตร์ 33 คน

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของความสนใจที่มีต่อการโฆษณา

ความสนใจที่มีต่อการโฆษณา	ศิลป์	วิทย์	จำนวน	ร้อยละ
สนใจมากที่สุด	2	4	6	2.5
สนใจมาก	33	23	56	23.0
สนใจ	29	24	53	21.8
สนใจปานกลาง	44	60	104	42.8
สนใจน้อย	9	8	17	7.0
ไม่สนใจ	2	1	3	1.2
เฉยๆ	4	-	4	1.6

จากตารางที่ 10 พบว่า ความสนใจที่มีต่อการโฆษณามีนิสิตสนใจปานกลางมากที่สุดเป็นจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตจากสายวิทยาศาสตร์ 60 คน สายสังคมศาสตร์ 44 คน รองลงมาได้แก่ สนใจมาก มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 23 คน สายสังคมศาสตร์ 33 คน



ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของความเห็นเกี่ยวกับส่วนประกอบที่ทำให้โฆษณานั้นดึงดูดความสนใจ

ส่วนประกอบที่ทำให้โฆษณาน่าสนใจ	ศิลป์	วิทย์	จำนวน	ร้อยละ
ความคิดสร้างสรรค์ของบทโฆษณา	103	94	197	81.1
เสียงโฆษณา	34	33	67	27.6
ภาพโฆษณา	82	77	159	65.4
คำหรือข้อความโฆษณา	45	46	91	37.4

จากตารางที่ 11 พบว่า ส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้โฆษณานั้นดึงดูดความสนใจ ตามความเห็นของนิสิตมากที่สุด ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ของบทโฆษณา มีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 81.1 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 94 คน สายสังคมศาสตร์ 103 คน รองลงมาได้แก่ ภาพโฆษณา มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 77 คน สายสังคมศาสตร์ 82 คน

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละ ความชอบที่มีต่อลักษณะคำในภาษาไทยชนวน

ลักษณะคำในภาษาไทยชนวน	ศิลปิน	วิทย์	จำนวน	ร้อยละ
ชอบคำเรื่อยๆ เข้าใจง่าย	31	29	56	23.0
ชอบคำสำนวน คมคาย	80	68	148	60.9
ชอบคำตัดแปลง	19	19	38	15.6
ชอบคำคล้องจอง	26	25	51	21.0
ชอบคำที่จำง่าย	53	48	101	41.6
ชอบคำแปลกๆ	46	36	82	33.7
ชอบคำไม่สุภาพ	4	2	6	2.5
ชอบคำที่มาจากภาษาต่างประเทศ	4	7	11	4.5
ชอบคำตลก	29	40	69	28.4
ชอบคำที่ไม่เคยฟังมาก่อน	27	22	49	20.2
ชอบคำสั้นๆ กะทัดรัด	49	41	90	37.0
ชอบคำที่เร้าอารมณ์	35	22	57	23.5

จากตารางที่ 12 พบว่า ลักษณะของคำในภาษาไทยชนวนที่นิสิตชอบมากที่สุด ได้แก่ คำสำนวนคมคาย มีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 68 คน สายสังคมศาสตร์ 80 คน รองลงมา ได้แก่ คำที่จำง่ายมีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 จากจำนวนนิสิต 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 48 คน สายสังคมศาสตร์ 53 คน

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นว่าโฆษณาช่วยส่งเสริมความรู้ใน
ด้านการใช้สำนวนภาษาไทย

ความรู้ในด้านการใช้สำนวนภาษาไทย	ศิลป์	วิทย์	จำนวน	ร้อยละ
ฝึกแปลความหมายที่ดี	31	26	57	23.5
สังเกตสำนวนการใช้ภาษาพูด	80	73	153	63.0
ฝึกการจับใจความที่ดี	43	36	79	32.5
สังเกตการใช้ภาษาเขียน	12	11	23	9.5
ได้เห็นการใช้ภาษาที่ดีและไม่ดี	82	63	145	59.7

จากตารางที่ 13 พบว่า สิ่งที่ช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยจากโฆษณามากที่สุด ได้แก่ การสังเกตสำนวนการใช้ภาษาพูด มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 73 คน สายสังคมศาสตร์ 80 คน รองลงมาได้แก่ การได้เห็นการใช้ภาษาที่ดีและไม่ดี มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 63 คน สายสังคมศาสตร์ 82 คน

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของการโฆษณาในปัจจุบัน

ลักษณะของการโฆษณา	ศิลป์	วิทย	จำนวน	ร้อยละ
มุ่งขายสินค้าอย่างเดียว	49	43	92	37.9
ขาดความรับผิดชอบ	14	15	29	11.9
โฆษณาเกินความเป็นจริง	68	74	142	58.4
ปลุกฝังค่านิยมในทางที่ผิด	42	34	76	31.3
ขาดความระมัดระวังในการใช้ภาษา	69	49	118	48.6
ให้ความคิดที่ดี	37	31	68	28.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ลักษณะของการโฆษณาในปัจจุบัน ตามความเห็นนิสิตมากที่สุด ได้แก่ การโฆษณาเกินความเป็นจริง มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 58.4 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์จำนวน 74 คน สายสังคมศาสตร์ 68 คน รองลงมาคือ การขาดความระมัดระวังในการใช้ภาษา 118 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด 243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 49 คน สายสังคมศาสตร์ 69 คน

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละ ความคิดเห็นของอิทธิพลของโฆษณาที่มีต่อ
พฤติกรรมของนิสิต

พฤติกรรม	ศิลป์	วิทย์	จำนวน	ร้อยละ
เลียนแบบการใช้ภาษาพูด	74	73	147	60.5
เลียนแบบภาษาพูด	61	56	117	48.1
เลียนแบบการกระทำ	27	34	61	25.1
เลียนแบบการแต่งกาย	20	27	47	19.5

จากตารางที่ 15 พบว่า อิทธิพลของโฆษณาที่มีต่อการเลียนแบบการใช้ภาษาพูดของ
นิสิตพบมากที่สุด มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด
243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 73 คน สายสังคมศาสตร์ 74 คน รองลงมาคือ
เลียนแบบภาษาพูด มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 จากจำนวนนิสิตทั้งหมด
243 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 56 คน สายสังคมศาสตร์ 61 คน

ภาคที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในโฆษณา

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความหมายของภาษาในโฆษณา

ตารางที่ 16

ภาษาโฆษณา (สโลแกนปิดท้าย)	ศิลป์		วิทย์		รวม		ความหมาย
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
สัมผัสแห่งคุณภาพ	3.569	.905	3.375	.908	3.473	.906	ปานกลาง
ชีวิตเปี่ยมรสชาติ	3.618	.873	3.370	.901	3.496	.894	ปานกลาง
รักคุณเท่าฟ้า	4.244	.728	3.942	.964	4.095	.864	มาก
เทคโนโลยีครบวงจร	3.724	.978	3.467	.840	3.597	.919	มาก
ข้าวเกรียบรวยเพื่อน	3.317	1.126	3.283	1.039	3.300	1.082	ปานกลาง
เพื่อนคู่ปาก	3.439	.907	3.408	.948	3.424	.926	ปานกลาง
กินไม่ได้แต่แท้	3.353	1.171	3.546	1.141	3.448	1.158	ปานกลาง
สะอาดไม่เสียหน้า	2.574	1.067	2.717	.945	2.645	1.009	ปานกลาง
สดและมันอย่างมีสไตล์	2.893	.925	2.975	.939	2.934	.931	ปานกลาง
ขาวจนคุณตะลึง	3.951	.917	3.874	1.013	3.913	.964	มาก
หลุดสะดวกบวกลดสะอาด	2.754	1.181	2.605	1.027	2.680	1.108	ปานกลาง
ชิมซึบมากกว่า มันใจทุกเวลา	3.787	.929	3.530	.934	3.661	.938	มาก
สว่างข้ามคืน คุ่มข้ามปี	3.508	1.093	3.420	1.004	3.465	1.049	ปานกลาง
สุนทรีย์แห่งการซึบซึบอันสูงส่ง	3.549	.928	3.555	.927	3.542	.926	ปานกลาง
สัมผัสที่เนียนนุ่ม ด้วยรสนิ่ม	3.262	1.051	3.067	.968	3.165	1.013	ปานกลาง
คลาสสิก							

ภาษาโฆษณา (สโลแกนปิดท้าย)	ศิลป์		วิทย์		รวม		ความหมาย
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ต่างที่รูปทรง ตรงที่รสชาติ	3.090	1.106	3.076	.931	3.083	1.021	ปานกลาง
ร้อยปีเอสโซ่ไทย ร้อยใจ	4.049	.841	3.767	.933	3.909	.897	มาก
ขอบคุณ							
เส้นที่เหนือจินตนาการ	3.262	.870	3.283	.871	3.273	.869	ปานกลาง
ชิมซึบนำรุ่มล้ำลิ้นจากรากจรด	3.598	.924	3.683	.860	3.641	.892	มาก
ปลายผม							
ทุกที่กับรสแท้กาแฟเย็น	3.639	.971	3.600	.893	3.620	.931	มาก
มีสีทันมาแล้วคะ	3.492	1.123	3.277	1.104	3.386	1.116	ปานกลาง
สัมผัสเองแล้วคุณจะมี	3.451	1.122	3.311	1.048	3.382	1.086	ปานกลาง
เด็กๆ สร้างสรรค์ ดูเมื่อกี้	3.787	.938	3.521	.832	3.656	.895	มาก
สร้างเสริม							
คุณเป็นหนึ่งในเรา	3.820	1.029	3.675	.972	3.748	1.001	มาก
ไฟแดงแรงพอๆ กัน	2.631	1.137	2.700	1.112	2.665	1.123	ปานกลาง
เปรี้ยวหวานซ่าส์	2.926	1.173	2.892	1.158	2.909	1.163	ปานกลาง
ถ้าเป็นมันฝรั่งกรอบต้องมันมัน	3.869	.970	3.698	1.021	3.784	.998	มาก
พลังไมโลอยู่ที่ใจ	3.303	1.028	3.142	1.110	3.223	1.070	ปานกลาง
ฝันร้ายสำหรับยูง	3.697	.987	3.458	.925	3.579	.962	มาก
พร้อมสรรพประทับใจ	3.426	.995	3.200	.984	3.314	.994	ปานกลาง
รวม	3.458	.489	3.350	.485	3.405	.489	

จากตารางที่ 16 พบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีความเข้าใจในความหมายของภาษาโฆษณาอยู่ในระดับปานกลาง โดยในจำนวนสโลแกนทั้ง 30 สโลแกน มีนิสิตที่มีความเข้าใจในระดับกลาง 19 สโลแกน ระดับมาก 11 สโลแกน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการใช้คำในภาษาโฆษณา

ตารางที่ 17

ลักษณะภาษาโฆษณา	ศิลป์		วิทย์		รวม		ความหมาย
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ใช้คำที่จำง่าย	4.451	.657	4.350	.682	4.401	.670	มาก
ใช้คำสั้นๆ กระชับรัด	4.377	.708	4.158	.799	4.269	.761	มาก
ใช้คำที่เร้าอารมณ์	3.984	.823	3.842	.850	3.913	.838	มาก
ใช้คำที่เห็นภาพพจน์	4.164	.775	4.050	.906	4.107	.843	มาก
ใช้คำที่มีความหมายชัดเจน	3.885	1.030	3.675	1.168	3.781	1.103	มาก
ใช้คำดึงดูดความสนใจ	4.541	.619	4.325	.712	4.434	.674	มาก
ใช้คำที่อารมณ์ขัน	3.697	.987	3.625	.908	3.661	.947	มาก
ใช้คำทันสมัยเหมาะกับสถานการณ์	3.959	.885	3.800	.875	3.880	.882	มาก
ใช้คำที่สร้างโดยไม่มีกฎเกณฑ์	2.959	1.269	3.050	1.383	3.004	1.325	ปานกลาง
ใช้คำที่ผิดหลักภาษาไทย	2.533	1.484	2.608	1.416	2.570	1.441	ปานกลาง
ใช้คำคำถ้ามคลุมเครือ	2.549	1.409	2.650	1.476	2.599	1.441	ปานกลาง
ใช้คำไม่สุภาพ	1.959	1.222	2.083	1.149	2.021	1.186	น้อย
ใช้คำสะแลง	2.492	1.208	2.692	1.333	2.591	1.273	ปานกลาง



ลักษณะภาษาโฆษณา	ศิลป์		วิทย์		รวม		ความหมาย
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ใช้คำต่างประเทศ	2.836	1.215	2.933	1.228	2.884	1.220	ปานกลาง
ใช้คำที่ไม่มีความหมาย	2.385	1.326	2.558	1.352	2.471	1.339	น้อย
ใช้คำฟุ่มเฟือย	2.254	1.243	2.492	1.316	2.372	1.283	น้อย
ใช้คำที่ไม่เป็นที่เข้าใจ	2.098	1.275	2.292	1.212	2.194	1.246	น้อย
ใช้คำคล้องจองแต่ความหมายไม่มี	2.377	1.222	2.658	1.185	2.517	1.209	น้อย
ใช้คำที่ความหมายเป็นจริง	3.762	.988	3.467	1.037	3.616	1.021	มาก
รวม	3.507	.632	3.433	.597	3.472	.615	

จากตารางที่ 17 พบว่า นิสิตมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการใช้คำในภาษาโฆษณาอยู่ในระดับมากจำนวน 9 ลักษณะ ระดับปานกลาง 5 ลักษณะ และในระดับน้อย 5 ลักษณะ จากตารางแสดงให้เห็นว่า นิสิตมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการใช้ภาษาโฆษณาอยู่ในมากมากที่สุด

ภาคที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของภาษาโฆษณาที่มีต่อการใช้สำนวนภาษาไทย

ตอนที่ 1 ภาษาโฆษณาส่งเสริมการใช้ภาษาไทยของนิสิตในชีวิตประจำวันเพียงใด

ตารางที่ 18

การใช้สำนวนภาษาไทย	ศิลป์		วิทย์		รวม		ความหมาย
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ได้ตัวอย่างสำนวนการใช้ ภาษา	3.336	1.041	3.294	.995	3.315	1.017	ปานกลาง
ได้ตัวอย่างการใช้ภาษาที่ดี	3.025	1.146	2.849	.917	2.938	1.041	ปานกลาง
ได้ตัวอย่างการใช้ภาษาที่ไม่ดี	3.648	.926	3.395	.895	3.523	.918	ปานกลาง
ฟังเพื่อฝึกวิจารณ์และคิด หาเหตุผล	3.853	.915	3.731	.980	3.793	.948	มาก
ฝึกการฟังเพื่อสรุปใจความ	3.812	.930	3.723	.947	3.768	.938	มาก
ได้แบบอย่างการพูดที่กระชับ	3.557	.996	3.563	.899	3.560	.947	มาก
ได้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ของภาษาเช่นการพูดถูก กาลเทศะและบุคคล	3.156	1.114	3.101	.960	3.128	1.039	ปานกลาง
ได้แบบอย่างการพูดที่ถูกต้อง ชัดเจนชัดคำ	3.131	1.150	2.992	1.025	3.063	1.090	ปานกลาง
ได้แบบอย่างการพูดแบบต่างๆ	3.598	1.050	3.534	.874	3.567	.966	มาก



การใช้สำนวนภาษาไทย	ศิลป์		วิทยา		รวม		ความหมาย
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ได้ข้อสังเกตการใช้ศิลปะในการพูด เช่น การเน้นคำ การใส่อารมณ์	3.779	.914	3.795	.815	3.787	.865	มาก
ฝึกถ่ายทอดความคิดเป็นคำพูด	3.738	.952	3.698	.917	3.718	.933	มาก
ได้แบบอย่างการเขียนภาษาที่กระชับ	3.524	.911	3.478	.921	3.502	.914	ปานกลาง
ได้แบบอย่างการเขียนสำนวนได้ถูกต้อง	2.893	1.112	3.009	.959	2.949	1.041	ปานกลาง
ได้แบบอย่างการเขียนต่างๆ	3.361	.988	3.114	1.062	3.242	1.030	ปานกลาง
ฝึกการสังเกตการใช้ภาษา	3.877	.829	3.719	.896	3.801	.865	มาก
ทำให้รู้จักคำหรือภาษาเพิ่มขึ้น	3.680	.981	3.658	.881	3.670	.932	มาก
ได้รับความรู้ใหม่เกี่ยวกับภาษา	3.730	.882	3.554	.957	3.645	.921	มาก
ทำให้สามารถแยกลักษณะทางภาษาได้ถูกต้อง	3.312	1.114	3.097	1.013	3.208	1.070	ปานกลาง
ได้ภาษาแปลกๆ เก็บไว้ใช้	3.541	1.069	3.377	1.008	3.462	1.041	ปานกลาง
เป็นแนวทางในการคิดสร้างคำใหม่	3.533	1.062	3.465	1.074	3.500	1.066	ปานกลาง
รวม	3.507	.632	3.433	.597	3.472	.615	

จากตารางที่ 18 พบว่า นิสิตมีความคิดเห็นที่ว่าภาษาโฆษณาช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยของนิสิตในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก 8 รูปแบบ ระดับกลาง 12 รูปแบบ จากตารางแสดงให้เห็นว่านิสิตมีความเห็นว่าภาษาโฆษณาช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันในระดับปานกลางมากที่สุด

ตอนที่ 2 การนำเอาภาษาโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวัน

ตารางที่ 19

ลักษณะการนำไปใช้ ในชีวิตประจำวัน	ศิลป์		วิทย์		รวม		ความหมาย
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ใช้พูดกับเพื่อน	3.919	.988	4.009	.920	3.963	.955	มาก
ใช้พูดกับผู้ใหญ่หรือผู้ที่มีอายุ มากกว่า	2.366	1.103	2.334	.989	2.353	1.047	น้อย
ใช้พูดกับเด็กหรือผู้ที่มีอายุ น้อยกว่า	3.171	1.099	3.212	1.037	3.191	1.067	ปานกลาง
ใช้พูดกับอาจารย์	2.098	1.036	2.137	1.033	2.117	1.032	น้อย
ใช้พูดกับพ่อแม่	2.529	1.003	2.407	1.096	2.469	1.049	น้อย
ใช้พูดกับพี่น้องภายในบ้าน	3.333	1.091	3.305	.956	3.320	1.026	ปานกลาง
ใช้พูดกับญาติ	2.594	1.085	2.627	1.019	2.610	1.052	ปานกลาง
ใช้พูดกับคนทั่วไป	2.748	1.135	2.771	.973	2.759	1.057	ปานกลาง
ใช้พูดในการอภิปรายหน้า ชั้นเรียน	2.252	1.106	2.195	1.023	2.224	1.064	น้อย
ใช้เขียนจดหมายส่วนตัว	2.846	1.145	2.848	1.145	2.847	1.143	ปานกลาง

ลักษณะการนำไปใช้ ในชีวิตประจำวัน	ศิลป์		วิทย์		รวม		ความหมาย
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ใช้เขียนจดหมายเป็นทางการ	1.594	1.085	1.695	1.042	1.643	1.063	น้อย
ใช้เขียนตอบข้อสอบ	1.748	1.098	1.839	1.038	1.793	1.068	น้อย
ใช้เมื่อมีการเขียนบทความ	2.073	1.161	1.992	1.025	2.033	1.095	น้อย
รวม	2.559	.763	2.565	.691	2.562	.728	

จากตารางที่ 19 พบว่า นิสิตมีความเห็นเกี่ยวกับการนำเอาภาษาโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก 1 ลักษณะ ระดับปานกลาง 5 ลักษณะ ระดับน้อย 7 ลักษณะ จากตารางแสดงให้เห็นว่า นิสิตมีความเห็นเกี่ยวกับการนำเอาภาษาโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับน้อยมากที่สุด

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนของโฆษณาที่นิสิตจำได้มากที่สุด

โฆษณา	ศิลป์	วิทย์	จำนวน
ไทยประกันชีวิต	25	33	58
เบียร์ไทยตราสิงห์	29	18	47
คอฟฟี่เมต	13	16	29

จากตารางที่ 20 พบว่า โฆษณาที่นิสิตจำได้มากที่สุด คือ โฆษณาไทยประกันชีวิต มีจำนวน 58 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 33 คน สายสังคมศาสตร์ 25 คน



ตารางที่ 21 แสดงจำนวนของข้อความในโฆษณาที่นิสิตจำได้มากที่สุด

ข้อความโฆษณา	ศิลป์	วิทย์	จำนวน
กินไม่ได้แต่แท้	29	31	60
รักคุณเท่าฟ้า	27	29	56
มีสทินมาแล้วคะ	18	16	34

จากตารางที่ 21 พบว่า ข้อความในโฆษณาที่นิสิตจำได้มากที่สุด ได้แก่ กินไม่ได้แต่แท้ มีจำนวน 60 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 31 คน สายสังคมศาสตร์ 29 คน

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนของความเห็นเกี่ยวกับลักษณะคำในภาษาโฆษณาที่จำได้

ลักษณะคำ	ศิลป์	วิทย์	จำนวน
คำสั้น กระชับ ได้ใจความ	51	35	86
คำง่าย	50	33	83
คำดึงดูดความสนใจ	18	29	47
คำเห็นภาพพจน์	10	9	19
คำตลกขบขัน	4	11	15

จากตารางที่ 22 พบว่า ลักษณะของคำในภาษาโฆษณาที่นิสิตมีความเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ คำสั้น กระชับ ได้ใจความ มีจำนวน 86 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 35 คน สายสังคมศาสตร์ 51 คน

ตารางที่ 23 แสดงความเห็นของนิสิตที่มีต่อลักษณะของภาษาโฆษณา

ความคิดเห็น	ศิลป์	วิทย์	จำนวน
เหมาะสม	58	58	116
ไม่เหมาะสม	69	56	125
ปานกลาง	13	19	32

จากตารางที่ 23 พบว่า นิสิตมีความเห็นเกี่ยวกับลักษณะของภาษาโฆษณาว่าไม่เหมาะสมมากที่สุด จำนวน 125 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 58 คน สายสังคมศาสตร์ 58 คน

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนลักษณะของภาษาที่นิสิตใช้ในการเขียนสโลแกนเพื่อการโฆษณาสินค้า

ลักษณะของคำที่ใช้เขียนโฆษณา	ศิลป์	วิทย์	จำนวน
สร้างสรรค์โดยใช้รูปแบบและความสัมพันธ์คล้องจอง	30	22	52
มุ่งเสนอแต่ลักษณะและคุณภาพของสินค้าโดยตรง	51	56	107
มีทั้งการเล่นคำ เล่นภาษา คำคล้องจอง และ การเสนอลักษณะและคุณภาพของสินค้า	28	30	58

จากตารางที่ 24 พบว่า การคิดคำสโลแกนที่ใช้ในการโฆษณา นิสิตนิยมที่จะนำลักษณะและรูปแบบของสินค้ามาใช้ประกอบในการคิดคำสโลแกน ซึ่งมีจำนวน 107 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 56 คน สายสังคมศาสตร์ 51 คน

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนของสื่อที่นิสิตยึดแบบอย่างในการเขียนคำโฆษณา

ชนิดของสื่อ	ศิลป์	วิทย์	จำนวน
โทรทัศน์	94	90	184
วิทยุ	5	19	24
หนังสือพิมพ์	2	10	12

จากตารางที่ 25 พบว่า ประเภทของสื่อที่นิสิตยึดถือและเลียนแบบในการคิดคำโฆษณา มากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ มีจำนวน 184 คน เป็นนิสิตสายวิทยาศาสตร์ 90 คน สายสังคมศาสตร์ 94 คน รองลงมา ได้แก่ สื่อวิทยุ มีจำนวน 24 คน เป็นนิสิตสาย วิทยาศาสตร์ จำนวน 19 คน สายสังคมศาสตร์ 5 คน