

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- การประกวดโฆษณายอดเยี่ยมแห่งประเทศไทยครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ : สยามศิลปการพิมพ์, 2534.
- "ฉีกตลาดให้กับสินค้า สร้างจุดต่างหาคู่แข่ง." มีเดีย. 6, 70 (เมษายน 2533) : 85-97.
- "เผยกลยุทธ์การตลาดจับหัวใจผู้บริโภค ดนตรี...ดารา...กีฬา...เซ็กซ์ Psychological Marketing." คู่แข่ง. 5, 60 (กันยายน 2528) : 87-94/103-105.
- มาลี บุญศิริพันธุ์. "รายงานการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของการใช้สื่อมวลชนกับการพัฒนาชนบทไทย." สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523.
- "ยุทธวิธีสร้างสรรค์โฆษณา." ad & art. 1, 7 (กันยายน 2532) : 62-63.
- รองริน วรัญญ์ (นามแฝง). "คตินิยมบริโภคกับการโฆษณา." สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์. 37, 5 (15-21 กรกฎาคม 2533) : 31.
- วิรัช ลภีรัตน์กุล. "IMAGE กับความหมายทางด้านการประชาสัมพันธ์." นิเทศสาร. 7, 1 (กันยายน 2521) : 13-17.
- ศิริชัย ศิริเกษ. "การวิจัยเชิงคุณภาพ/การแสวงหาทิศทางใหม่ของนิเทศศาสตร์." วารสารนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533 : 32.
- ศิริชัย อภิรัตน์. "เบื้องหลังงานสร้างหนัง-สร้างเมือง." คู่แข่ง. 10, 121 (ตุลาคม 2533) : 186-192.
- สัญญาพงศ์ สุวรรณสิทธิ์. "Sex Appeal สมรรถมีสปีดแห่งยุค." คู่แข่ง. 11, 124 (มกราคม 2534) : 223-228.
- สุทธิณี อุปนันชัย. "ดาวเดี่ยวในสยาม นิดา สุกัศน์ ณ ออยุธยา." คู่แข่ง. 11, 122 (พฤศจิกายน 2533) : 145-150.

สุภาวงศ์ จันทวานิช. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2533.

สุวัฒนา วงศ์กะพันธ์. "จิตวิทยาเพื่อการโฆษณา." นิเทศสาร. 7, 1 (กันยายน 2521) :
1-4.

สุขุม ศุภนิตย์. คู่มือกฎหมายเกี่ยวกับการทำธุรกิจโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2534.

เสรี วงษ์มณฑา. กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2534.

_____. "โฆษณามันยังงัยกันแน่?" วารสารสื่อสารมวลชน. 2, 1 (มิถุนายน-ตุลาคม
2526) : 5-6.

_____. "ทำไมถึงใช้เพลงในโฆษณา." วารสารสื่อสารมวลชน. 2, 2 (พฤศจิกายน-
มีนาคม 2526) : 5-6.

"หมอลือพลเสี้ยให้เด็กเป่าเสื่อโฆษณา." ไทยรัฐ. (24 สิงหาคม 2535) : 19.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. อุตสาหกรรมโฆษณาและผลกระทบที่มีต่อการผลิตข่าวสารและวัฒนธรรม.
กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สัมภาษณ์

กิตติศักดิ์ สุวรรณโกศล. ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา. สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2535.

ต่อ สันติศิริ. ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัทเน็กซ์จำกัด. สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2535.

ปรีชา เชาวน์โชติช่วง. กรรมการผู้จัดการบริษัทประภิตแอนด์เอฟซีบี จำกัด. สัมภาษณ์,
8 พฤษภาคม 2535.

ศศิ วัฒนพานิช. ครีเอทีฟกรุปเฮด ฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัทลิโอเบอร์เนทท์ (ประเทศไทย)
จำกัด. สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2535.

เศรษฐวัฒน์ ณ. หนองคาย. กรรมการบริหารบริษัทมีเดียไฟกัส จำกัด. สัมภาษณ์,
15 พฤษภาคม 2535.

ภาษาอังกฤษ

- Big Idea in Europe. ad & art. 1, 9 (กุมภาพันธ์ 2533) : 48-50.
- Boorstin, D. The Image. New York : Atheneum, 1973.
- Bostock, Roy J. Myths of Advertising. ad & Art. 1, 4 (กันยายน 2532)
: 50.
- Bradbury, M., and McFarlane, J. (ed.) Modernism 1890-1930. Middlesex
: Penguin Books, 1976.
- Chen, K. Post-Marxism : between/beyond critical postmodernism and
cultural studies. In C. Sparks (ed.), Media, Culture and
Society, pp. 35-51. London : Sage, 1991.
- Connor, S. Post Modernist Culture : An Introduction to Theories of
the Contemporary. New York : Basil Blackwell, 1989.
- Dunn, R. Postmodernism : Populism, Mass Culture, and Avant-Garde.
In M. Featherstone(ed.), Theory, Culture & Society,
pp. 111-135. London : Sage , 1991.
- Engel, James F., Warshaw, Martin R. and Kinnear, Thomas C. Promotional
Strategy : Managing the Marketing Communications Process.
5th ed. Illinois : Richard D. Irwin, 1983.
- Ferguson, M. Marshall McLuhan revisited : 1960s zeitgeist victim or
pioneerpostmodernist? In C. Sparks (ed.) Media, Culture and
Society, pp. 71-90. London : Sage, 1991.
- Hay, J. Advertising as a Cultural Text (Rethinking Message Analysis
in a Recombinant Culture). In B. Dervin, L. Grossberg,
B.S. O'Keefe, and E. Wartella (eds.) Rethinking Communication,
pp. 129-152. California : Sage, 1989.

- Kotler, P. Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation & Control. 6th ed. New Jersey : Prentice-Hall, 1988.
- Marra, James L. Advertising Creativity : Techniques for Generating Ideas. New Jersey : Prentice-Hall, 1990.
- Martineau, P. Motivation in Advertising : Motives that Make People Buy. New York : McGraw-Hill, 1957.
- Maslow, A.H. Motivation and Personality. 2nd ed. New York: Haper & Row, 1970.
- Mayer, W. The Image Makers Secrets of Successful Advertising. London : Orbis, 1985.
- Prakit & FCB. Annual Profile, 1991.
- Selz, P. Art in Our Times : a Pictorial History 1890-1980. New York : Harry N. Abrams, 1981.
- Sinclair, J. Image Incorporated : Advertising as Industry and Ideology. London : Crom Helm, 1987.
- Sparks, C. Editorial. Media, Culture and Society pp. 5-7. London : Sage, 1991.
- Tetzeaff, D. Divide and conquer : popular culture and social control in late capitalism. In C. Sparks (ed.) Media, Culture and Society pp.9-33. London : Sage, 1991.
- Toulmin, S. The Uses of Argument. Cambridge University Press, 1964.

ประวัติผู้เขียน

นางสาวอรยา เอี่ยมชื่น เกิดเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2505 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิชาเอกวรรณคดีอังกฤษ ในปี 2526 และเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาแปลภาษาไทย-อังกฤษ จากคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำเร็จการศึกษาในปี 2528 พ.ศ. 2529 ทำงานในฝ่ายสร้างสรรค์บริษัทประกัน แอนด์ เอฟซีบี จำกัด จนถึงปี 2533 ได้ลาออกจากตำแหน่งครีเอทีฟกรุ๊ปเฮด เพื่อศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ระหว่างการศึกษา รับงานอิสระในฐานะนักแปลบทความและก๊อปปีไรท์เตอร์ เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2534 ได้รับคัดเลือกเป็นตัวแทนนักศึกษาด้านสื่อสารมวลชนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ (สยช.) เข้าร่วมโครงการมิตรภาพสำหรับศตวรรษที่ 21 ณ ประเทศญี่ปุ่น



ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย