

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

การประกวดโฆษณายอดเยี่ยมแห่งประเทศไทยครั้งที่ 16 ประจำปี 2534 - 2535 ,  
สยามกราฟฟิค จำกัด , 2535

โครงการส่งเสริมสื่อมวลชนเพื่อเด็ก มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก . " เด็กกับการโฆษณา "   
รายงานสรุปผลการสัมมนาทางวิชาการ , คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533.

นพมาศ ชีระเวคิน, จิตวิทยาสังคม , สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2534.

ภาณี วงษ์เอก, "วิธีการศึกษาแบบจัดสนทนากลุ่ม" ในการศึกษาเชิงคุณภาพเทคนิค  
การวิจัยสนาม (นศรปฐม, โครงการเผยแพร่ข่าวสารและการศึกษาด้านประชากร,  
สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ,2531).

โยธิน คັນสนยุทธ. จิตวิทยาสังคม , สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ , 2529.

วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์. เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ , กรุงเทพมหานคร , ชมรมการวิจัย  
เชิงคุณภาพ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2531.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ และสุภัตรา เพชรมณี. บทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อการดำรงชีวิตของ  
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2526.

สุกัญญา ตริระวานิช และนันทริกา คุ่มไพโรจน์, "รายงานการวิจัยอิทธิพลของสื่อต่อเด็ก  
ในกรุงเทพมหานคร" , กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2527. (อัสสาเนา)

สุรางค์ ไคว์ตระกูล. จิตวิทยาการศึกษา , สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533.

หลุย จาปาเทศ. จิตวิทยาใจ (มปท. มปป.).



### วิทยานิพนธ์

- กมลวรรณ โล่ห์สิวานนท์, การศึกษาความรุนแรงในข่าวโทรทัศน์กับทัศนคติความรุนแรงของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย , วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534.
- ชนบทพันธุ์ ตั้งมณี, ทัศนคติของเด็กที่มีต่อผู้นำเสนอสารโฆษณาทางโทรทัศน์ , วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2534.
- ปาริฉัตร มั่นคง, ทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อโฆษณาและสินค้าในโฆษณาที่แสดงออกเกี่ยวเนื่องกับกามารมณ์ , วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2534.
- วัชรภรณ์ ตระกูลดิษฐ์, บัณฑิตที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการยอมรับการทำงานน่าน้ำนม แพนใหม่ ของเกษตรกรอำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2525.

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาษาอังกฤษ

Allpor, G.W. The Historical background of Mordern Social Psychology,  
InG. Lindzey & E. Aronsor [Eds] , Handbook of social  
Psychology (Vol. 1) Reading , Mass. Addison-Wesley , 1968.

Atkinson, R.L. et al. Introduction to Psychology , 8th New York :  
Harcourt Brace Javanovich Publishers ,1981.

Bormann, Ernest G. Dission and Group Method Theory and Practice,  
New York : Harper & Row Publishers ,1969.

Byrne & Nelson, Interpersonal Attaction and Attitude Similarity  
Journal of Abnormal and Social Psychology , 1961.

Comstock, George, Televition Bareau of Advertising . New York  
Columbia University Press , 1978.

Eleanor E. Maccoby, " The Effects of Television on Children ",  
The Seice of human communication, Wilbur Schrammed.  
(New York : basic Books , Inc 1963 )

Halloran, James, The Effect of the Media Portrayal of Vioience  
and aggression, Tunstall, J ( Ed ) London ,  
Media Sociology: A Reader ; countable, 1970.

Hilgard Atkinson and Atkinson, Introduction to Psychology  
Fifth edition, Harcoust Brace Jovanano, inc 1971.



Janis, I., & Feshbach; S.Effects of fear - arousing Communication.

Journal of Abnormal and Social Psychology, 1953.

Maccoby & Cacklin, Socialialization in the Context of Family;

Parent-child Interaction In E.M. Hetherington ( Ed.),

Handbook of Child Paychology, (Vol. 4),

New York : Wiley, 1983.

Maslow A.H. Motivation and Personnality, (2nd ed.)

New York: harper and Row , 1970.

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





คลาสรูม 45 วินาที ผลิตภัณฑ์/บริการ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย เจ้าของผลิตภัณฑ์  
 การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ตัวแทนโฆษณา ลีโอ เบอร์เนทท์ ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา  
 สยาม สตูดิโอ ผู้ออกความคิด ภาพ อิงควัต/ขนิษฐา ขนิษฐนันท์ นิภา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์/  
 ชื่นสุข สุรนธัญญากร ผู้อำนวยการถ่ายภาพ/ผู้กำกับ ภรณ์ เจตสมมา/เรนศ กิตติกนกกุล  
 กลุ่มเป้าหมาย ชาย/หญิง 20-40 ปี

ผู้ใหญ่ให้เราดื่มนม เพื่อจะได้แข็งแรง...ใช่ บอกให้

เรากินผักเยอะ ๆ ให้แข็งแรง...ให้เราไปหาหมอพัน

...ให้ตัดเล็บ...ให้ออกกำลังกาย...ให้ล้างมือ...ให้ดูสุนัข

...ให้อย่านอกดึก สุขภาพจะได้แข็งแรง...เอ...แล้วทีเวลา

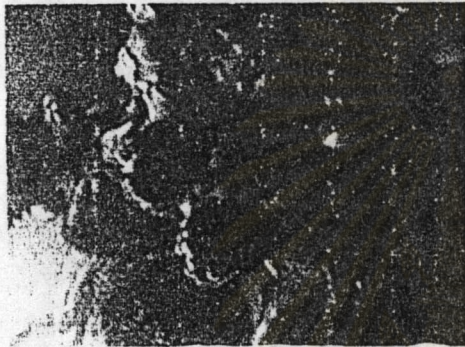
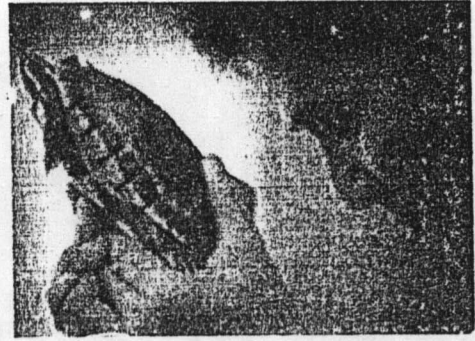
เขาบอกให้ผู้ใหญ่ให้ใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว...ผู้ใหญ่

ไม่เห็นใช่เลย...สุขภาพเด็กไทยมีดีมน เพราะสารตะกั่วในอากาศสูง

ถึงขีดอันตรายแล้ว...เดิมไม่เดิมน้ำมันไร้สารตะกั่ว ทำไมต้องรอให้

เด็กถาม... เอ...หรือว่าพวกผู้ใหญ่เขาไม่ห่วงเราจริง



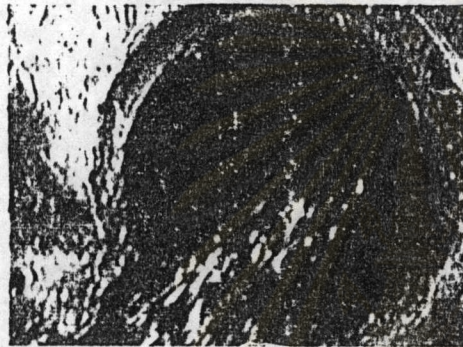
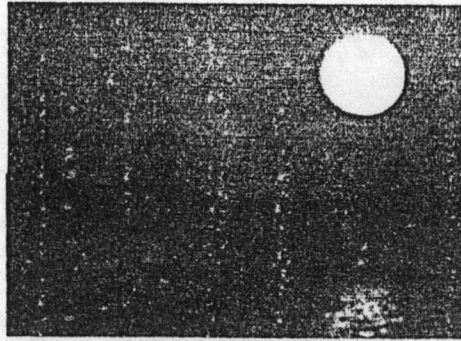


บาบบุญ 2 (เต่า) 30 วินาที ผลิตภัณฑ์/บริการ มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืช  
 แห่งประเทศไทย เจ้าของผลิตภัณฑ์ มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชแห่งประเทศไทย  
 ตัวแทนโฆษณา โอกลีวี แอนด์ เมเชอร์ (ประเทศไทย) ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา เฟิร์สท์ ยูนิค  
 ผู้ออกความคิด อภิชัย ภักดีบุตร/บพิตร กตัญญูสิทธิ์ ผู้อำนวยการถ่ายภาพ/ผู้กำกับ ประจิตพล  
 ตั้งศรีตระกูล กลุ่มเป้าหมาย บุคคลทั่วไป

หากการให้อิสระภาพชีวิต คือ จุดเริ่มของการจบชีวิต

ใครจะบอกได้ว่า มันเป็นบุญหรือบาป

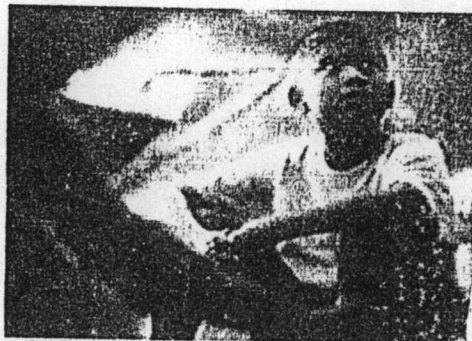
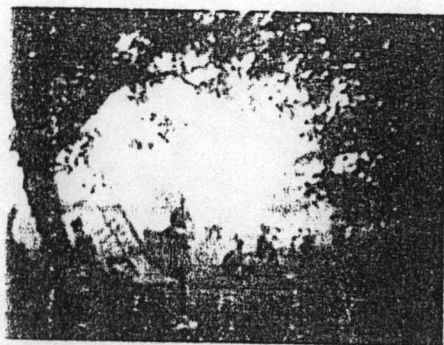




ขอจันทร์ 30 วินาที **ผลิตภัณฑ์/บริการ** ตาวิเศษ **เจ้าของผลิตภัณฑ์** สมาคมสร้างสรรค์ไทย  
**ตัวแทนโฆษณา** ลินดาส (ประเทศไทย) **ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา** สยาม สตูดิโอ **ผู้ออกความคิด**  
**อารยะ ศรีภักยาฉัตร/ไตรรัตน์ อนันตนิติเวชย์/บารวัน พินิจไชย/มิรินทร์ เปาทุຍ** **ผู้อำนวย**  
**การถ่ายทำ/ผู้กำกับ** สุมิตรา ลิมาปิยะพันธ์/สุนทร วงศ์เลิศวิทย์ **กลุ่มเป้าหมาย** บุคคลทั่วไป

จันทร์เอ๋ยจันทร์เจ้า ขอข้าวขอแกง ขอแหวนทองแดง  
 ผูกมือน้องข้า ขอเจ้าพระยาให้น้องข้าเห็น ขอบลา  
 เป็นเป็นไหม้หนวกว้าย ขอน้ำใสใสน้องข้าที่  
 ขอน้ำใจดีให้น้องข้าบ้าง ขอตัวอย่างให้น้องข้าตาม  
 ขอแม่น้ำของข้ากลับคืน... รักษาเจ้าพระยาไว้ให้  
 ลูกหลาน บานัดน้ำเสียก่อนทิ้ง รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ





วัด 45 วินาที ผลิตภัณฑ์/บริการ บุนชิวเมนต์ตราเสือ เจ้าของผลิตภัณฑ์ เครื่องซีเมนต์ไทย  
 ตัวแทนโฆษณา ลินตาส (ประเทศไทย) ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา เพ็รส์ ยูนิท ผู้ออกความคิด  
 ม.ร.ว.พันธุ์ดิส ดิสกุล ผู้อำนวยการถ่ายภาพ/ผู้กำกับ ประจิตพล ตั้งศรีตระกูล กลุ่มเป้าหมาย  
 บุคคลทั่วไป

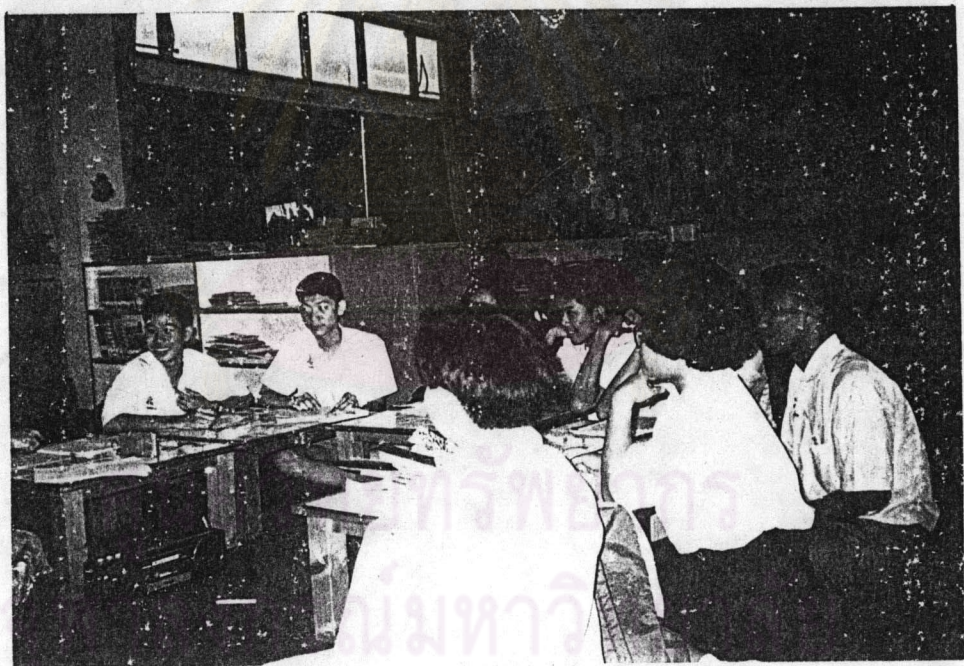
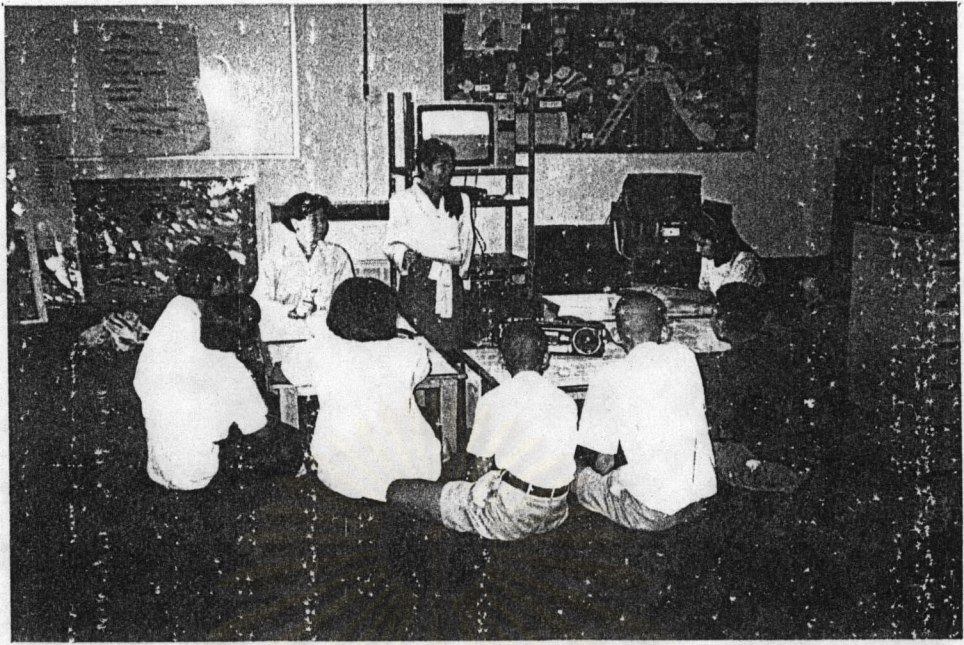
ศูนย์วิทยุโทรทัศน์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ่อครับ... พ่อเชื่อหรือเปล่า ว่าทำดีแล้วได้ดี

เชื่อสิลูก

ผมก็เชื่อครับ





บรรยากาศระหว่างการสนทนากลุ่ม





บรรยากาศระหว่างการสนทนากลุ่ม





ผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ที่ ทม 0310/

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330

ธันวาคม 2536

เรื่อง ขอความร่วมมือในการคัดเลือกนักเรียนเพื่อการวิจัย  
เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย รายละเอียดและฟอร์มการคัดเลือกนักเรียน

เนื่องด้วย น.ส.นภรภิสัญญ์ ลักกิตโร นิสิตชั้นปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็น  
วิทยานิพนธ์ เรื่อง การศึกษาทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริม ในการนี้  
นิสิตจำเป็นต้องศึกษาในกลุ่มนักเรียนในโรงเรียนของท่าน โดยการคัดเลือกนักเรียนที่มีอายุ  
10 ปี ถึง 16 ปี จำนวน 50 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาดังกล่าว โดยจะคัดเลือก  
ตามคุณสมบัติบางประการ ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการวิจัยครั้งนี้ ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องแจกฟอร์ม  
เพื่อคัดเลือกนักเรียน และขอความร่วมมือให้นักเรียนตอบแบบฟอร์มและนำกลับคืนมาเพื่อให้นิสิต  
ผู้วิจัยคัดเลือกและติดต่อนัดหมายไปอีกครั้งหนึ่ง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดอนุญาตให้ น.ส.นภรภิสัญญ์  
ลักกิตโร และผู้ช่วยได้เข้าพบและขอความร่วมมือจากอาจารย์ประจำชั้นในการดำเนินการ  
ดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการ จักเป็นพระคุณยิ่ง

ความแสดงความนับถือ

( รองศาสตราจารย์ ดร.ดรุณี หิรัญรักษ์ )

คณบดี

สำนักงานบัณฑิตศึกษา

โทร. 218-2153



แบบฟอร์มการคัดเลือกนักเรียนเพื่อการวิจัย  
( Recruitment Form )

โปรดตอบคำถามและทำเครื่องหมาย หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ชื่อ.....นามสกุล.....  
โรงเรียน.....  
อายุ.....ปี ระดับชั้นเรียน.....

นักเรียนรู้จักภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมหรือไม่ ถ้ารู้จักให้ทำเครื่องหมาย ในข้อนั้น ๆ  
( ตอบทุกข้อที่รู้จัก )

โฆษณาถนนสีขาว

โฆษณาสบู่ลัคส์

โฆษณาปูนซิเมนต์ตราเสือ " ทาดีได้ดี ทาชั่วได้ชั่ว "

โฆษณา บตท. " น้ำมันไร้สารตะกั่ว "

โฆษณายาสีฟันคอลเกต

โฆษณาโรบินสัน " ส่งเสริมคุณค่าชีวิต "

โฆษณาอนุรักษ์ธรรมชาติ

โฆษณาข้าวเกรียบฮานาก้า



|| | โฆษณา แบน ไรต์ ออน พอร์เม้น

|| | โฆษณา โกดัก " ประเพณีไทย "

|| | โฆษณา กางเกงยีนส์แรงเลอร์

|| | โฆษณา เจ้าพระยากับตาวีเศษ

|| | โฆษณา การป้องกันโรคเอดส์

|| | โฆษณา เบียร์ซี่

โฆษณา ส่งเสริมสังคมที่นักเรียนชอบมากที่สุด คือ.....

เพราะ.....

.....

.....

นักเรียนสนใจ เข้าร่วมกิจกรรมการสนทนากลุ่ม เรื่อง ภาพยนตร์โฆษณา ส่งเสริมสังคมหรือไม่

|| | สนใจ

|| | ไม่สนใจ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม

" ทศนคติของเด็กนักเรียนที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม "

#### 1) ความพึงพอใจในโฆษณาส่งเสริมสังคม

1.1 นักเรียนชอบเนื้อเรื่องของโฆษณาหรือไม่ เพราะอะไร อธิบาย

1.2 นักเรียนชอบภาพในโฆษณาหรือไม่ เพราะอะไร

1.3 นักเรียนชอบดนตรี/เพลงในโฆษณาหรือไม่ เพราะอะไร

1.4 นักเรียนชอบอย่างอื่นในโฆษณาอีกหรือไม่

1.5 นักเรียนไม่ชอบอย่างอื่นในโฆษณาอีกหรือไม่

#### 2) ความเข้าใจในโฆษณาส่งเสริมสังคม

2.1 นักเรียนคิดว่าผู้ผลิตโฆษณามีวัตถุประสงค์อะไรในการโฆษณา เพราะอะไร

2.2 นักเรียนคิดว่าโฆษณาเหล่านี้ จะบรรลุวัตถุประสงค์ ในการสร้างความเข้าใจแก่คนดูหรือไม่ เพราะอะไร

2.3 นักเรียนคิดว่าเนื้อหาหลักของโฆษณา ให้ความสำคัญในการปลูกฝังจิตใจคนดูในเรื่องใด เพราะอะไร

#### 3) การแสดงความรู้สึกและอารมณ์ต่อโฆษณาส่งเสริมสังคม

3.1 นักเรียนคิดว่าเพื่อน ๆ ของนักเรียน จะรู้สึกเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับเนื้อเรื่องในโฆษณา



-ถ้าเห็นด้วย คิดว่าเพราะอะไร

-ถ้าไม่เห็นด้วย คิดว่าเพราะอะไร

3.2 นักเรียนคิดว่า โฆษณา ให้อ้อมลเกี่ยวกับการปลุกฝังจิตใจ ได้เพียงพอหรือไม่ เพราะอะไร

4) ความคิดเห็นในการปลุกฝังจริยธรรมและคุณธรรมในโฆษณา

4.1 นักเรียนคิดว่าผู้ชมจะจดจำสิ่งที่สอน และปลุกฝังไว้ในโฆษณา ได้หรือไม่ เพราะอะไร

4.2 นักเรียนคิดว่าโฆษณา ๓ ดังกล่าวปลุกฝังเรื่องอะไรแก่ผู้ชม และคิดว่าผู้ชมสามารถจดจำและนำไปปฏิบัติตามเนื้อเรื่องที่ปลุกฝังไว้หรือไม่ เพราะอะไร

-ถ้าจดจำและปฏิบัติตาม เพราะอะไร

-ถ้าไม่ปฏิบัติตาม เพราะอะไร

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย







### การเปิดรับสื่อโทรทัศน์

#### 1. นักเรียนดูโทรทัศน์บ่อยแค่ไหน

2-3 ชั่วโมง	4-5 ชั่วโมง
มากกว่า 5 ชั่วโมง	

#### 2. นักเรียนชอบดูรายการใดในโทรทัศน์

รายการเพลง	เกมส์โชว์
ภาพยนตร์การ์ตูน	ภาพยนตร์เรื่องยาว
ละครโทรทัศน์	อื่น ๆ (ระบุ)...

#### 3. นักเรียนชอบดูโฆษณาหรือไม่

ชอบ (ทำข้อ 4)	ไม่ชอบ (ทำข้อ 5)
---------------	------------------

#### 4. ชอบเพราะโฆษณานี้ทำอะไร

ความรู้	ความสนุกสนาน	ดูนายแบบนางแบบ
เพลงประกอบ	อยากรู้เรื่องสินค้าหรือบริการ	
อื่น ๆ (ระบุ).....		



## 5. ไม่ชอบโฆษณาเพราะอะไร

- |                    |                           |                      |
|--------------------|---------------------------|----------------------|
| นำเบื้อ            | โฆษณามากเกินไป            | ขัดจังหวะความบันเทิง |
| ทำลายวัฒนธรรม      | เนื้อเรื่องไม่น่าเชื่อถือ |                      |
| อื่น ๆ (ระบุ)..... |                           |                      |

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**Focused Group Interview** เป็นวิธีการวิจัยที่เหมาะสมในการถามความรู้สึกนึกคิดที่ลึกซึ้ง โดยเฉพาะทางด้านเหตุผล แรงจูงใจ ซึ่งไม่สามารถหารายละเอียดได้จากการทำวิจัยแบบสำรวจ หรือแบบทดลองแต่ถึงอย่างไรวิธีวิจัยนี้ก็มีจุดแข็งและจุดอ่อน เช่นเดียวกับวิธีวิจัยรูปแบบอื่น เพียงแต่ว่าผู้วิจัยต้องการข้อมูลแบบใด ลึกซึ้งแค่ไหน และวิธีอะไรจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของนักวิจัยได้

#### จุดดีของ Focused Group Interview มีดังนี้

1. ได้ผลการวิจัยเร็ว เพราะใช้กลุ่มตัวอย่างที่เล็กและเฉพาะเจาะจง รวมทั้งการมีแนวคำถามในการสนทนานั้นช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาได้เพียงตรงขึ้น
2. ค่าใช้จ่ายไม่แพงมากนัก ถึงแม้จะมีรายจ่ายในส่วนของผู้มาร่วมสนทนาบ้างก็ตาม
3. ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มเต็มไปด้วยเนื้อหาและมีความหลากหลาย
4. เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการทำวิจัยเชิงสำรวจ เนื่องจากวิธีการวิจัยนี้จะช่วยเพิ่มเติม ขยายโลกทัศน์ให้มองอะไรกว้างกว่าที่เคยมอง

#### จุดอ่อนของ Focused Group Interview มีดังนี้

1. ข้อจำกัดของกลุ่มตัวอย่างที่เล็กและเฉพาะเจาะจง ทำให้วิธีการนี้ไม่เหมาะสมในการประมาณประชากรโดยใช้สถิติแบบใช้ความน่าจะเป็น อย่างไรก็ตาม การเพิ่มจำนวนตัวอย่างก็ไม่ใช่วิธีที่ถูกต้อง เพื่อที่จะได้เป็นตัวแทนของประชากร เพราะว่าการวิจัยแบบนี้เป็นการวิจัยขั้นบุกเบิก (Exploratory Research) เท่านั้น
2. ในการดำเนินการสนทนา ความคิดเห็นของผู้ร่วมสนทนาอาจถูกครอบงำจากผู้ร่วมสนทนาที่แสดงความคิดเห็นมาก ดังนั้นผู้ดำเนินการสนทนาสามารถแก้ไขในจุดนี้ได้ โดยการพยายามให้ผู้ร่วมสนทนาคนอื่น ๆ ได้แสดงความคิดเห็นได้บ้าง และพยายามตัดบทผู้ร่วมสนทนาที่แสดงความคิดเห็นมากลง



3. การใช้ Focus Group Interview มักมีปัญหาคือในเรื่องการนำความคิดเห็นของผู้วิจัยหรือผู้ดำเนินการสนทนา เข้ามาในการสนทนากลุ่มหรือการวิเคราะห์โดยปกติผู้วิจัยหรือผู้ดำเนินการสนทนามักมีคำตอบในใจของตนเองเกี่ยวกับเรื่องที่พูดคุย และเมื่อมีผู้สนทนาได้เสนอตามความคิดนั้นก็สรุปว่าเป็นอย่างที่ดีไว้ เพราะฉะนั้นการเปิดใจให้กว้างระหว่างการสนทนาและการวิเคราะห์ช่วยลดอคติลงได้บ้าง



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ประวัติผู้เขียน

น.ส.นภรณิสต์ ลักกิตโร เกิดที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เมื่อ 18 ตุลาคม 2505 สำเร็จบริหารธุรกิจ สาขาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (เอกการประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยรามคำแหงเมื่อปี 2528 และเข้าศึกษาต่อสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี 2534 ปัจจุบันรับราชการสังกัดกรมการฝึกหัดครูกระทรวงศึกษาธิการ



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย