



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กัญญา ลุมพิกานนท์. การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับการอบรมเลี้ยงดูเด็กก่อนวัยเรียนในหนังสือพิมพ์รายวัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

กัลยา วรรณโกคา. การนำเสนอรูปแบบความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในการเรียนการสอนคณิตศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2519.

กาญจนา ถาวร. การวิเคราะห์เนื้อหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาภาษาไทยที่ปรากฏในนิตยสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

เกษม จันทร์แก้ว. การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร : คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2527.

_____. วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม. (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพมหานคร : อักษรสยามการพิมพ์, 2530.

เกษม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. สิ่งแวดล้อมและการวางแผนพัฒนาแห่งประเทศไทย.

กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2522.

_____. การอนุรักษ์ธรรมชาติในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : สยามสมาคม, 2529.

โกวิทย์ ประवालพฤษ์. การวิเคราะห์เนื้อหา. เอกสารประกอบการอบรมการวิจัย
ปฏิบัติการ การประเมินหลักสูตร ระหว่างวันที่ 12-16 กรกฎาคม 2525,
(อัสลำเนา).

โกสินทร์ รังสยาพันธ์. การศึกษาเกี่ยวกับปัญหาความสกรกเป็นพิษของสิ่งแวดลอม. วิทยานิพนธ์
ปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2521.

คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติฉบับที่ 6 พ.ศ. 2530-2534. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ยูไนเต็
โปรดักชั่น, 2530.

_____. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 พ.ศ. 2535-2539.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ยูไนเต็โปรดักชั่น, 2535.

คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, สำนักงาน. ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร:
ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2530ก.

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, "การวิจัยเชิงวิเคราะห์เนื้อหา," เอกสารวิจัย
สนเทศ 2 (มี.ค., 2531) 10-16.

จรรยา สุภาพ และคณะ. แบบเรียนสังคมศึกษา ส 102 ประเทศของเรา.

กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2522.

จิตตเสน วิวัฒนาไพบลย์ลาภ. ปัจจัยในการเลือกใช้กิจการตัวแทนโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

จิราภรณ์ กนิษฐวัต. การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. วิวัฒนาการของการบุกเบิกที่ดินทำกินในเขตป่า. กรุงเทพมหานคร :
สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, 2534.

จุมพล รอดคำดี. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย, 2532.

เฉลิมชัย ผู้พิพัฒน์. ผลของคำร่วมสมัยในโฆษณาที่มีการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาปริญญาตรี
ชั้นปีที่ 1. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

เฉลิมรัฐ ชัมพานนท์. ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมกับปัญหาการอยู่รอดของมนุษยชาติ.
วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ 12 (กรกฎาคม 2525) : 491-510.

ชิตพงศ์ ไชยวสุ. "การศึกษาปัญหาสภาวะแวดล้อม." เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง
ชีวิตและสิ่งแวดล้อม รุ่นที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์เยาวชนฯ (ไทย-ญี่ปุ่น)
ดินแดง, 7 เมษายน 2534.

ณรงค์ ขำวิจิตร. หนังสือพิมพ์รายวันกับการเสนอเนื้อหาสิ่งแวดล้อมในชุมชน
กรุงเทพมหานคร : การวิเคราะห์เนื้อหาและการสำรวจความคิดเห็นของครูใน
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ณรงค์ ณ เชียงใหม่. มลพิษสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2525.

ทวี และทัศนีย์ ทองสว่าง. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2523.

ทวีศักดิ์ ปิยะกาญจน์. "ปัญหาสภาวะแวดล้อม." มนุษย์กับธรรมชาติ. : 215-229.

กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

นนทลี วิษัณธ์. เจตคติต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายใน

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

นงมล สายะบุตร. การวิเคราะห์เนื้อหาความรู้ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ปรากฏในหนังสือเรียน

ภาษาไทยชุดทักษะสัมพันธ์ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

นภาพ ดัฒวิรุฬห์ และพลทรัพย์ สมุทรสาคร. วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมและการบริหารทรัพยากร.

กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2528.

นิวัตติ เรืองพานิช. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร : เฉลิมชาญ

การพิมพ์, 2528.

บริหารธุรกิจ, วารสาร คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

(มิถุนายน-สิงหาคม 2520).

บานชื่น บุญประเสริฐ. การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนวิชาสังคมศึกษาเพื่อพัฒนาความตระ

หนักเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่นักเรียนตามการรับรู้ของครูสังคมศึกษา ใน

ระดับมัธยมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

- บุญนำ ทานลัมฤทธิ. ความรู้และความคิดเห็นของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมสกปรก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520.
- บุญรับ ศักดิ์มณี. การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารทางด้านสิ่งแวดล้อมในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2524 (อัสสัมชัญ).
- บำรุง สุขพรรณ. บทบาทของสื่อมวลชนในการเผยแพร่และปลูกฝังค่านิยมที่พึงประสงค์ต่อเยาวชนไทย. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525.
- ประธาน พงศ์ประยูร. ผลกระทบของการควบคุมการโฆษณาของรัฐต่อการผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- ประภาวดี สืบสนธิ์. การวิจัยทางบรรณารักษศาสตร์ และสารนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ปริศนา ใจทน. การเปรียบเทียบความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- ปรีชา ส่งกิตติสุนทร. การวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมในโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

- ปรียา กาญจนกิจ. ความสัมพันธ์ระหว่างมโนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ กับเจตคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. เขตการศึกษา 12. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ปราณี สุชรัตน์ไชยกุล. ค่านิยมของนักศึกษาวิทยาลัยครูส่วนกลางเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2523.
- พรทิพย์ ชัยศิริโรจน์. โฆษณากับความรับผิดชอบต่อสังคม. สารนิพนธ์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- มานพ เล่าห์ประเสริฐ. "การอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้." มนุษย์ สิ่งแวดล้อมและสิ่งแวดล้อมศึกษา. นครปฐม : โครงการศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยมหิดล, 2534.
- มาลี เครือจิตตอนันต์. บทบาทการรณรงค์โฆษณาในธุรกิจบ้านจัดสรร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- เย็นใจ เล่าหะวนิช. "ความเชื่อและค่านิยมกับปัญหาสิ่งแวดล้อม." วารสารประชากรศึกษา 5 (ตุลาคม 2520) : 10-14.
- เยาวดี วิบูลย์ศรี. "การวัดพฤติกรรมด้านจิตพิสัย." ในเอกสารประกอบการสอนวิชา วิชาวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ 1. 1-13, 2532.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมศัพท์ภูมิศาสตร์ อังกฤษ-ไทย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ศูนย์การทหารราบ, 2516.

- วรรณา เจียรตันศิริกุล. อิทธิพลของรายการโทรทัศน์ที่มีต่อความตระหนักในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2531.
- วิชัย เทียนน้อย. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
อักษรวัฒนา, 2533.
- วินัย วีระวัฒนานนท์. กระบวนการสิ่งแวดล้อมศึกษา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
โอเดียนสโตร์, 2532.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- วิไลเจิด ทวีสิน. มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร : อักษรเจริญทัศน์, 2520.
- วันทนีย์ ฤทธิ์คุปต์. ความคิดเห็นของครูภาษาไทยและนักเรียนเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์
ที่มีผลต่อการเรียนภาษาไทยของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- วุฒิ พงศ์ชัชวาล. ทัศนคติของนักโฆษณาเกี่ยวกับบทบาทของโฆษณาต่อการพัฒนาสังคม.
ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ศาสตร์ จิตนะ. การใช้สื่อสารมวลชนในการเรียนการสอนวิชาสังคมศึกษาระดับมัธยมศึกษา
ตอนปลาย ในเขตการศึกษา 9. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย, 2528.

- ศรัทธา โรจนสุพจน์. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อมวลชน กับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอเมือง จ. เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ศุภวิทย์ เปี่ยมพงศ์สานต์. "แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติและปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญของประเทศไทย." วารสารประชากรศาสตร์. 2 (มีนาคม 2530) : 1-10.
- สมมิตร ช้างคล่อม. การวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือเสริมประสบการณ์กลุ่มสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิต ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 และ 4 ตามจุดประสงค์การเรียนรู้ในหลักสูตรประถมศึกษาพุทธศักราช 2521. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- สมศิริ มาลีแก้ว. การวิเคราะห์เนื้อหาสิ่งแวดล้อมในหนังสือเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- สมศรี แจ่มไพจิตร. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมด้านจิตพิสัยกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาเคมี ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- สนั่น ปัทมะทิน. บรรณาธิการ. ศัพท์านุกรมสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2520.

สรรรค์รวี คชาชีวะ. การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารจากสิ่งพิมพ์. กรุงเทพมหานคร :
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525.

สาคร ก่อเจริญ. การอนุรักษ์ทรัพยากรและปัญหาการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ.
พิมพ์ครั้งที่ 3 มหาสารคาม : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาสารคาม, 2523.

สาส์น จาก ฯพณฯ รองนายกรัฐมนตรี (นายพิชัย รัตตกุล). เอกสารพิเศษเนื่องในวัน
สิ่งแวดล้อมโลก 5 มิถุนายน 2532.

สังเวียน เถาอินปาก. การวิเคราะห์เนื้อหาจริยธรรมในหลักสูตรประถมศึกษา พ.ศ.
2521 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2533). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย, 2534.

สันทัต สมชีวิตา. "ทิศทางการจัดทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแผนพัฒนาฉบับที่ 7
(2535-2539)." สิ่งแวดล้อม' 34 : เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง
การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ครั้งที่ 2.

เสรี วงษ์มณฑา. หลักการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522.

_____. เอกสารประกอบการสัมมนา: อิทธิพลของความรุนแรงทางโทรทัศน์ต่อ
เยาวชนไทย. กรุงเทพฯ : สำนักคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงาน
เยาวชนแห่งชาติ, 2523 (อัสสาเนา)

- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. ธุรกิจโฆษณา. หน่วยที่ 11-15 เอกสารประกอบ
การเรียนรู้ชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา สาขานิเทศศาสตร์, กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์ สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.
- สุจิตรา รัตนกรภช. การวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ปี พ.ศ. 2519-2531
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- สุนิมิต ประทีปเสน. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารโฆษณา ส่งเสริมสังคมกับพฤติกรรม
ผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- สุนัตรา คุณากาญจน์. การวิเคราะห์เนื้อหาต้านจริยธรรมในรายการโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- สุวารีย์ วงศ์วัฒนา. พฤติกรรมเปิดรับข่าวสารกับความรู้ความตระหนัก และการมีส่วนร่วม
ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536
- สุวิมล จิวาลักษณ์. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบและแนวคิดในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์
โฆษณา สถาบันทางโทรทัศน์ขององค์กรธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- สุรัชย์ ลิกขานันต์. ความรู้เบื้องต้นวิทยุและโทรทัศน์เพื่อการศึกษา. กรุงเทพมหานคร :
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, ม.ป.ป. (อัสลำเนา).

- สุรีย์ประภา ตริยเวช. ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- อรรณพ เรียงถาวร. "บทบาทของโทรทัศน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและการศึกษา". นิตยสาร 5 (กุมภาพันธ์ 2520) : 116-119.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2518.
- อนันต์ธนา อิงกินันท์ และ เกื้อกุล คุปรัตน์. สื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์อักษรกิจ, 2525.
- อรยา เอี่ยมชื่น. การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ (พ.ศ. 2533-2534). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- อรุณีประภา หอมเศรษฐี. การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2520.
- อารยา ศุภทตมงคล. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- อารีย์ สังข์พันธ์. การใช้สื่อดิจิทัลในโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.

เอนก สิทธิประศาสตร์. "การบริหารงานการปกครองเกี่ยวกับงานด้านสิ่งแวดล้อม".

สารสิ่งแวดล้อม. 4 (มีนาคม-เมษายน 2523) : 6-8.

อุทมพร จามรमान. "การวิเคราะห์เนื้อเรื่อง", วิธีวิทยาการวิจัย. 1 (พ.ค.-ส.ค., 2529)

_____. "การวิเคราะห์เนื้อหา." โครงการอบรมนักวิจัยทางสังคมศาสตร์.

12 มกราคม 2526. (อัดสำเนา).

_____. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณลักษณะ. กรุงเทพมหานคร : พันนี้พับบลิชซิง,

2531.

อำนาจ เจริญศิลป์. โลกและการอนุรักษ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนส์โตร,

2528.

อำไพ ชูเฉลิมพร. ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการตั้งคำถามตามแนวคิดแบบ
สืบสอบกับพฤติกรรมด้านจิตพิสัยทางวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3
ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2528.

ภาษาต่างประเทศ

Alaimo, Samuel Joseph. A Study of Factors Influencing Value Preference
in Environmental Problems of Seventh Through Twelfth Grade
Students, Dissertation Abstracts International. 39 (March
1969) : 5427-5428-A.

Berelson, Bernard. Content Analysis in Communication Research.

New York : Hafner., 1971.

_____. Content Analysis in Communication Research. New York :
Free Press., 1952.

Bloom, Benjamin S., Taxonomy of Education Objectives Handbook I.

New York : David Mckey Company, Inc., 1972.

Carney, T.F. Content Analysis for Systematic Inference from
Communication. London : Balsfard, 1972.

Cartwright, Dorwin. P. Analysis of Qualitative Material. pp.421-
470 in L. Festinger and D. Katz (eds). Research Methods in
the Behavioral Sciences. New York : Holt, Rinethart &
Winston, 1969.

Childress, Ronald Barry. An Analysis of Envirnmntal Education
Program and Project Curricular in Selected Public Elementary
and Secondary Schools of the United States. Dissertation
Abstracts International. 36 (february 1976) : 4984-5A.

Comstock, George., etal. Television and Human Behavior. New York :
Columbig University Press, 1978.

Dasmann, Raymond F. Environmental Conservation. New York : John Wiley and Sons, Inc., 1968.

Good, Carter V. Dictionary of Education. New York : McGraw-Hill Book Co., 1973.

Hanneman, Gerhard J., McEwen, William J., and Coyne, Sharon A. "Public Service Advertising on Television." Journal of Broadcasting. Vol. 17 (1973) : 387-403.

Holsti, Ole R. Content Analysis for the Social Seicences and Humanities. Reading, MA : Addison-Wesley. Publishing Company, Inc., 1969.

Kerlinger, Fred N. Foundation of Behavioral Research. New York : Holt, Rinchart and Winston, 1972.

Krathwohl, David R., Bloom, Benjamins. ; and Masig, Bertram B. Taxonomy of Educational Objectives : The Classification of Educational Goals Handbook II : Affective Domain. New York : Mclay Company, Inc., 1964.

Krippendorff, Kraus. Content Analysis : An Introduction to Its Methodology. London : Sage Plublications Inc., 1980.

Lasswell, Harold D. The Structure and Function of communication in Society. The Communication of Ideas. Lyman Bryson ed. New York : Harper & Brothers, 1948.

Richmond, Jame Malcolm. A Survey of the Environmental Knowledge and Attitudes of Fifth Year Students in England. Dissertation Abstracts International. 37 (February 1977) : 5016-A.

Schramm, Wilbur. Mass Media and National Delevelopment. California : Standford University Press, 1964.

UNESCO. Environmental Education : Module for Pre-Service Training of Social Science Teachers and Supervisors for Secondary Schools. New York : Divison of Science, Technical and Environmental Education, 1985.

Winston, Barbara J. The Relationship of Awareness to Concern for Environmental Quanlity among Selected High School Students. Dissertation Abstracts International. 35(December 1974) : 3412A-3413A.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ที่ ทม 0309/

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330

กรกฎาคม 2536

เรื่อง ขอความร่วมมือในการวิจัย

เรียน

เนื่องด้วย น.ส.อรุณี อารีรักษ์ นิสิตชั้นปริญญาโท บัณฑิต ภาควิชาโสตทัศนศึกษา กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์เรื่อง "การวิเคราะห์เนื้อหาในโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม" โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประศักดิ์ หอมสนธิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในการนี้ นิสิตจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยการขอทำ สำเนาเทปวีดิทัศน์โฆษณาเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของบริษัทท่าน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดพิจารณาอนุญาตให้ น.ส.อรุณี อารีรักษ์ ได้ทำสำเนาเทปดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางวิชาการ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรากัย)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

แผนกมาตรฐานการศึกษา

โทร. 2183530

แบบวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ชื่อภาพยนตร์โฆษณา

1. หน่วยงานผู้โฆษณา

- หน่วยงานภาครัฐบาล
- องค์กรธุรกิจ
- สถาบันการเงิน
- องค์กรสาธารณกุศล
- อื่น ๆ

2. ลักษณะการนำเสนอของโฆษณาด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

- ใช้สินค้าเป็นตัวนำเสนอ (hard advertising) หมายถึง โฆษณาที่หยิบยกเอาคุณประโยชน์ของสินค้ามาเสนอขายอย่างตรงไปตรงมา
- ใช้สิ่งแวดล้อมเป็นตัวนำเสนอ (soft advertising) หมายถึง โฆษณาที่มุ่งไปในในเรื่องของการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับสินค้า และหน่วยงานผู้ผลิต โดยพยายามนำเสนอ สิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับสังคม
- สร้างจิตสำนึกโดยตรง หมายถึง โฆษณาที่มุ่งถึงการนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับสังคม โดยไม่ได้คำนึงถึงประโยชน์ทางการค้า

3. ลักษณะเนื้อหาสิ่งแวดล้อมที่นำเสนอในโฆษณา

- ปัญหาสิ่งแวดล้อม หมายถึง การหยิบยกเอาปัญหาให้เห็นเด่นชัด เช่น สาเหตุที่ทำให้น้ำเสีย อากาศเป็นพิษ หรือการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ
- คุณภาพของสิ่งแวดล้อม หมายถึง การชี้ให้เห็นประโยชน์ของสิ่งแวดล้อมหรือทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ช่วยทำให้ดินชุ่มชื้นอุดมสมบูรณ์ น้ำมีความสำคัญต่อสิ่งมีชีวิตในการอุปโภคบริโภค ฯลฯ (ข้ามไปวิเคราะห์ข้อ 7)
- ปัญหาและคุณภาพของสิ่งแวดล้อม หมายถึง โฆษณาที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาและคุณภาพของสิ่งแวดล้อมหรือทรัพยากรธรรมชาติ

4. ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่นำเสนอในโฆษณาเรื่องนี้ เป็นปัญหาด้าน
- [] ปัญหามลพิษ หมายถึง เนื้อหาที่มีลักษณะให้ความรู้ในเรื่องของมลพิษ อันตรายของมลพิษที่มีต่อสิ่งแวดล้อม การป้องกันอันตรายจากมลพิษ การส่งเสริมให้มีการลดปัญหามลพิษ
 - [] ปัญหาความเสื่อมโทรมและความร่อยหรอของสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง เนื้อหาที่มีลักษณะให้ความรู้ในเรื่องการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และการที่ทรัพยากรธรรมชาติมีจำนวนน้อยลง (ข้ามไปวิเคราะห์ข้อ 6)
5. ปัญหามลพิษที่นำเสนอเกี่ยวกับเรื่อง (เป็นไปได้มากกว่า 1 เรื่อง)
- [] ปัญหาน้ำเสีย
 - [] ปัญหาอากาศเสีย
 - [] ปัญหาดินเสีย
 - [] ปัญหาเสียงรบกวน
 - [] ปัญหาทางสายตา
 - [] ปัญหาการแปดเปื้อนของสารพิษในอาหาร
 - [] ปัญหาขยะมูลฝอย
 - [] ปัญหาการใช้สารเคมีในทางการเกษตร
 - [] ปัญหาจากสารกัมมันตภาพรังสี
6. ปัญหาความเสื่อมโทรมและความร่อยหรอของสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่นำเสนอเกี่ยวกับเรื่อง (เป็นไปได้มากกว่า 1 เรื่อง)
- [] ปัญหาป่าไม้
 - [] ปัญหาสัตว์ป่า
 - [] ปัญหาความเสื่อมโทรมของดิน
 - [] ปัญหาทรัพยากรธรณี (แร่ธาตุ ก๊าซธรรมชาติ และปิโตรเลียม)
 - [] ปัญหาทรัพยากรชายฝั่งทะเล (ป่าชายเลน ปะการัง การรุกรานชายหาด)

ปัญหาการขาดแคลนน้ำ

ปัญหาทรัพยากรประมง

7. คุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่นำเสนอเป็นคุณภาพของ (เป็นไปได้มากกว่า 1 ประเภท)

น้ำ

อากาศ

ดิน

ป่าไม้

สัตว์ป่า

ทรัพยากรธรณี (แร่ธาตุ ก๊าซธรรมชาติ ปิโตรเลียม ฯลฯ)

ทรัพยากรประมง

ทรัพยากรชายฝั่งทะเล (ป่าชายเลน ปะการัง การรุกรานชายหาด)

8. วิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ปรากฏในโฆษณาเรื่องนี้

การถนอม หมายถึง การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดโดยคงสภาพทั้งปริมาณ และคุณภาพเอาไว้ เช่น การกำหนดเขตพื้นที่ป่าสงวน อุทยานแห่งชาติ การสร้างอ่างเก็บน้ำ

การบูรณะฟื้นฟู หมายถึง การบูรณะทรัพยากรที่ได้รับความเสียหาย ให้มีสภาพเหมือนเดิมหรือเทียบเท่าของเดิม เช่น การปลูกป่าเพิ่มเติม การใส่ปุ๋ย หรือปุ๋ยขาวลงในดิน การขยายพันธุ์สัตว์ป่า ฯลฯ

การนำกลับมาใช้ใหม่ หมายถึง การนำเอาทรัพยากรที่ใช้แล้วมาใช้ใหม่ เช่น การนำขวดหรือถุงพลาสติกที่ใช้แล้วไปทำความสะอาด แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ หรือการนำเอาเศษกระดาษ เศษเหล็ก เศษแก้ว ไปใช้เป็นวัสดุ ในการผลิตใหม่ ฯลฯ

การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน หมายถึง การนำทรัพยากรที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากกว่าเดิม เช่น การเก็บกักน้ำไว้ใช้ การใช้กังหันลมวิดน้ำเข้านาเกลือ ฯลฯ

- [] การใช้สิ่งอื่นทดแทน หมายถึง การนำทรัพยากรบางอย่างมาใช้ทดแทนกัน เช่น การนำพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้แทนเชื้อเพลิง การใช้พลาสติกแทนเหล็ก ฯลฯ
- [] การสำรวจ แหล่งทรัพยากรธรรมชาติเพิ่มเติม หมายถึง การค้นหาทรัพยากรธรรมชาติที่หลงเหลืออยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อมนุษย์ เช่น การค้นหาแหล่งน้ำมัน แก๊สธรรมชาติ ฯลฯ
- [] การประดิษฐ์ของเทียมขึ้นใช้ หมายถึง การคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ มาใช้แทนทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การใช้ยางเทียม ไหมเทียม ฯลฯ
- [] การประหยัด หมายถึง การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด คุ่มค่ามากที่สุด และมีการสูญเสียน้อยที่สุด เช่น การปิดสวิตซ์ทุกครั้งหลังจากเลิกใช้ไฟฟ้า การใช้ชักโครกที่ออกแบบให้ใช้น้ำน้อย ฯลฯ
- [] การป้องกัน หมายถึง การช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ไม่ให้เสื่อมโทรมลง หรือไม่ให้เกิดมลพิษ เช่น การไม่ทิ้งขยะลงในแม่น้ำ การไม่ตัดไม้ทำลายป่า การไม่ฆ่าสัตว์ การใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว ฯลฯ

9. จุดมุ่งหมายทางการศึกษาที่ปรากฏในโฆษณาเรื่องนี้

- [] พุทธิพิสัย (Cognitive Domain)
- [] จิตพิสัย (Affective Domain) (ข้ามไปวิเคราะห์ข้อ 11)
- [] ทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) (ข้ามไปวิเคราะห์ข้อ 12)

10. ระดับการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัยที่ปรากฏในโฆษณาอยู่ในชั้น

- [] ความรู้ หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับข้อเท็จจริง และรายละเอียดของเรื่องราวให้ได้รับทราบ เพื่อมุ่งให้ผู้ชมเกิดความสามารถในการจำ และระลึกถึงข้อเท็จจริงต่าง ๆ ได้ถูกต้อง

- () ความรู้เฉพาะสิ่ง เป็นเนื้อหาที่บอกให้ทราบเกี่ยวกับความหมาย คำศัพท์ คำจำกัดความ สัญลักษณ์ เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงต่าง ๆ เช่น ซีไอไลท์ ช่วยรักษาน้ำไม่ทำให้น้ำเสีย ฯลฯ
- () ความรู้เรื่องวิธีการจัดกระทำกับสิ่งเฉพาะ เป็นเนื้อหาที่บอกให้ทราบเกี่ยวกับเรื่องราว หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ว่าเป็นมาอย่างไร บอกให้ทราบถึงแบบแผนที่ยึดถือปฏิบัติ รวมไปถึงการบอกแนวโน้มของเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น ในอนาคต ป่าไม้จะมีจำนวนลดลง เนื่องจากการลักลอบตัดไม้ทำลายป่า ฯลฯ
- () ความรู้ในเรื่องที่เป็นสากล และนามธรรม เป็นเนื้อหาที่บอกให้ทราบถึงหลักการ กฎ ทฤษฎี และโครงสร้าง การสรุปความจริงของเนื้อหาต่าง ๆ ที่ได้มีการค้นคว้ามาแล้ว เช่น เสียงที่ดังเกิน 120 เดซิเบล จะเป็นอันตรายต่อหูของมนุษย์ สารตะกั่วทำให้ร่างกายและสมองพิการ ฯลฯ
- [] ความเข้าใจ หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับใจความสำคัญของเรื่องราวหรือสิ่งต่าง ๆ โดยมุ่งให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเนื้อหาสาระได้ทันที โดยไม่จำเป็นต้องไปอ้างอิงถึงสิ่งอื่น
- () การแปลความ เป็นเนื้อหาที่มีการบรรยายหรืออธิบายถึงเรื่องราวต่าง ๆ รวมทั้งอธิบายข้อเท็จจริง ให้ความหมายของคำศัพท์ และคำจำกัดความโดยใช้ภาษาของตนเอง เช่น โฆษณาที่มีการอธิบายให้เห็นถึงปริมาณรถบนท้องถนน ซึ่งมีผลต่อมลพิษทางอากาศ ฯลฯ
- () การตีความ เป็นเนื้อหาที่มีการเปรียบเทียบหรือเนื้อหาที่แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ หรือเนื้อหาที่มีการอธิบายและสรุปสาระสำคัญของเรื่องนั้น ๆ เช่น โฆษณาที่มีการสรุปให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของปริมาณรถบนท้องถนน กับมลพิษทางอากาศ ฯลฯ

- () การขยายความ เป็นเนื้อหาที่มีการกล่าวถึงข้อมูลเชิงประจักษ์ แล้วใช้เหตุผลเพื่อคาดคะเนสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น อีก 10 ปีข้างหน้า ถ้ายังมีการลักลอบตัดไม้กันอยู่ ป่าไม้อาจจะหมดหรือสัตว์อาจสูญพันธุ์ได้ ฯลฯ
- [] การนำไปใช้ หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับหลักการ กฎเกณฑ์ วิธีดำเนินการต่าง ๆ โดยมุ่งให้ผู้ชมสามารถแก้ปัญหาใหม่ได้ เช่น การแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนในการบำบัดน้ำเสีย ฯลฯ
- [] การวิเคราะห์ หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่มีการแยกแยะเรื่องราวออกเป็นองค์ประกอบย่อย ๆ เพื่อมุ่งให้ผู้ชม สามารถค้นหาความจริงที่แฝงอยู่ว่ามีองค์ประกอบ ความสัมพันธ์กับหลักการอย่างไร
 - () การวิเคราะห์องค์ประกอบ เป็นเนื้อหาที่มีการแยกแยะองค์ประกอบว่าอะไรเป็นเหตุ อะไรเป็นผล เช่น ผลที่เกิดจากการทำลายป่า คือ สัตว์ไม่มีที่อยู่อาศัย การบอกถึงสาเหตุของการสูญพันธุ์ของสัตว์ป่า ฯลฯ
 - () การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เป็นเนื้อหาที่บอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบว่า มีความสัมพันธ์กันแบบใด เช่น เป็นเหตุเป็นผลกัน สอดคล้องกันหรือขัดแย้งกัน เช่น การบอกถึงความแตกต่างของการใช้และไม่ใช้น้ำมัน ไร้สารตะกั่ว ฯลฯ
 - () การวิเคราะห์หลักการ เป็นเนื้อหาที่มีการแยกแยะให้เห็นถึงโครงสร้าง และระบบของวัตถุ สิ่งของ เรื่องราว ว่าองค์ประกอบย่อยเหล่านั้น เกี่ยวข้องกันด้วยหลักการใด เช่น การบอกถึงหลักการในการแก้ปัญหามลพิษทางน้ำ ฯลฯ
- [] การสังเคราะห์ หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่เป็นการผสมผสานองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้เป็นเรื่องใหม่ เรื่องเดียวกัน

- () การสังเคราะห์ให้ได้เฉพาะเรื่อง เป็นเนื้อหาที่มีการนำความรู้ ความคิด ประสบการณ์ หลักการต่าง ๆ มาผสมผสานกัน และแสดงออกมาในรูปของโครงสร้าง รูปแบบ ผลผลิต การกระทำ ชิ้นงาน และแบบจำลอง ฯลฯ เช่น การนำเสนอข้อมูลจากสิ่งที่กำหนดให้ซึ่งไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ฯลฯ
 - () การสังเคราะห์เพื่อให้ได้แนวทางหรือวิธีปฏิบัติ เป็นเนื้อหาที่มีการเสนอแนวทางและขั้นตอนของการปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายบางประการ เช่น การกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาลพิษ ฯลฯ
 - () การสังเคราะห์ให้ได้ชุดของความสัมพันธ์เชิงนามธรรม เป็นเนื้อหาที่บอกให้ทราบถึงทฤษฎี สมมติฐาน ข้อค้นพบ วิธีการบางอย่าง ที่ได้มาจากการศึกษาองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ เช่น โฆษณาที่บอกให้ทราบถึงข้อค้นพบใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหาน้ำเสีย ฯลฯ
- [] การประเมิน หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่มีการชี้แนะ หรือเนื้อหาที่ได้ผ่านการวินิจฉัย ตัดสินอย่างมีหลักเกณฑ์ว่าเป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดี
- () ตัดสินโดยใช้เกณฑ์ภายใน เป็นเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงความถูกต้องเหมาะสมโดยใช้เหตุผลเท่าที่มีอยู่ในเรื่องราวนั้น เป็นหลักในการพิจารณาว่ามีความตรงตามเกณฑ์หรือไม่
 - () ตัดสินโดยใช้เกณฑ์ภายนอก เป็นเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงความถูกต้องเหมาะสม โดยดูจากมาตรฐานของสังคม กฎ ระเบียบ เป็นหลักในการพิจารณา เช่น การตัดไม้ทำลายป่า เป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย ฯลฯ
11. ระดับการเรียนรู้ด้านจิตพิสัยที่ปรากฏในโฆษณาอยู่ในชั้น
- [] การรับ หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่กระตุ้นให้เกิดความเต็มใจ จะรับสิ่งเร้าหรือให้ความสนใจต่อสิ่งเร้านั้น
- () ความตระหนัก เป็นเนื้อหาที่ชี้ให้เห็นถึงสภาวะต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ปัญหาน้ำเน่าเสีย ปัญหามลพิษในด้านต่าง ๆ เป็นต้น

- () การเต็มใจรับ เป็นเนื้อหาที่กระตุ้นให้เกิดการยอมรับที่จะสังเกตถึงปรากฏการณ์และเต็มใจรับสิ่งนั้น เช่น ถ้าไม่ประหยัดน้ำวันนี้ต่อไปภายหน้าจะไม่มีน้ำใช้ ฯลฯ
- () การเลือกให้ความสนใจ เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดความสนใจเฉพาะเรื่อง เช่น การมีความตื่นตัวในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ฯลฯ
- [] การตอบสนอง หมายถึงการเสนอเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ที่มีความสนใจ
 - () การยอมรับโดยดุษฎี เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้ปฏิบัติตามแนวทาง กฎระเบียบเพราะเป็นสิ่งสมควรกระทำโดยไม่มีข้อโต้แย้ง เช่น การห้ามตัดไม้ทำลายป่าในเขตป่าสงวน ฯลฯ
 - () การเต็มใจตอบสนอง เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้กระทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยความสมัครใจ เช่น โฆษณาที่แสดงให้เห็นถึงการบำบัดน้ำเสีย ก่อนปล่อยลงสู่แม่น้ำลำคลอง ฯลฯ
 - () ความพึงพอใจในการตอบสนอง เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดความพึงพอใจในสิ่งที่ตนกระทำด้วยความสมัครใจ เช่น โฆษณาที่แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในการใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว ฯลฯ
- [] การสร้างค่านิยม เป็นเนื้อหาที่มีการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการยอมรับและเห็นคุณค่าของสิ่งนั้น ๆ
 - () การยอมรับค่านิยม เป็นเนื้อหาที่มีการบรรยายให้เห็นถึงคุณค่าของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนพฤติกรรม วัตถุ และสิ่งแวดล้อม เช่น โฆษณาที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของป่าไม้ และต้นน้ำลำธาร ฯลฯ
 - () การชื่นชอบค่านิยม เป็นเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ ความสำคัญการตอบแทนจากสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้ชมจะได้รับและอยากทำตามคุณค่านั้น เช่น การเข้าร่วมในโครงการรักษาความสะอาด ฯลฯ

() การปฏิบัติตามค่านิยม เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการยอมรับคุณค่าโดยแสดงออกซึ่งพฤติกรรมตามความรู้สึกของคุณค่านั้น ๆ เช่น ถ้าช่วยกันปลูกต้นไม้คนละต้น อีก 10 ปีข้างหน้า เราจะมีต้นไม้คนละต้นต่อไปจะไม่มีการขาดไม้ให้เห็นอีกแล้ว ถ้าเราชอบความร่มรื่น เราต้องช่วยกันปลูกต้นไม้ ฯลฯ

[] การจัดระบบค่านิยม หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดค่านิยม โดยมีการรวบรวมค่านิยมต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กันนำเสนอในหมวดหมู่เดียวกัน และค่านิยมต่าง ๆ นี้จะเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรม หรือการแสดงออกของผู้ชม

() การสร้างมโนทัศน์เกี่ยวกับค่านิยม เป็นเนื้อหาที่ชี้ให้เห็นความคิดรวบยอดของค่านิยม หรือชี้ให้เห็นถึงข้อสรุปรวมของเนื้อหา เช่น การช่วยกันรักษาป่า คือ ต้องไม่ทำลายป่าไม้ ฯลฯ

() การจัดโครงสร้างของระบบค่านิยม เป็นเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างและความสัมพันธ์ รวมทั้งความเกี่ยวข้องของค่านิยม เช่น การเข้าช่วยจัดระบบการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ฯลฯ

[] การกำหนดคุณลักษณะตามค่านิยม หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่มีการสรุปอ้างอิง และผสมผสานสิ่งที่มีคุณค่าที่สร้างขึ้น เป็นคุณลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล

() ชุดสรุปอ้างอิง เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการปฏิบัติต่อค่านิยมตามความเชื่อด้วยความสม่ำเสมอ เช่น เมื่อไรที่มีการทำลายป่าไม้อีกก็จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อนั้น ฯลฯ

() การสร้างคุณลักษณะ เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของประเด็นในเนื้อหาที่ต้องการเสนอ การสรุปอ้างอิงและผสมผสานคุณลักษณะในภาพรวม เช่น โฆษณาที่ต้องการบอกถึงปัญหาของป่าไม้ และได้มีการสรุปลักษณะปัญหาของป่าไม้อย่างชัดเจน น้ำเสียเกิดขึ้นจากหลายสาเหตุ ประเด็นหลักก็คือเกิดจากชุมชน ฯลฯ

12. ระดับการเรียนรู้ด้านทักษะพิสัยที่ปรากฏในโฆษณาอยู่ในชั้น

- [] การรับรู้ หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการกระทำของกล้ามเนื้อ
เช่น การรับรู้วัตถุ ปริมาณ หรือความสัมพันธ์โดยอวัยวะทางด้านความรู้สึก
- () การเร้าความรู้สึก เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการไวต่อการรับรู้ โดย
ประสาททางความรู้สึก อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เช่น
ทางหู ทางตา ทางสัมผัส ทางลิ้มรส ทางกลิ่น และทางความรู้สึก
เคลื่อนไหว
- () การเลือกตัวแนะ เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดความรู้สึก ระลึกได้ และ
สามารถตัดสินใจเลือกพฤติกรรมการตอบสนองให้เหมาะสมกับ
ความต้องการของงานที่กระทำ
- () การแปลความหมาย เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการรับรู้และสามารถ
สัมพันธ์การรับรู้ต่อการกระทำของกล้ามเนื้อ
- [] การพร้อม หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการพัฒนาด้านสมอง
ร่างกาย และอารมณ์ พร้อมทั้งจะกระทำกิจกรรมทักษะนั้น
- () การพร้อมทางสมอง เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดความพร้อมในเชิงความคิด
ที่จะกระทำกิจกรรมทางทักษะบางอย่าง โดยสามารถอธิบายความรู้
ในกิจกรรมที่กระทำได้
- () การพร้อมทางร่างกาย เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการปรับตัวของร่างกาย
เพื่อที่จะกระทำกิจกรรมบางอย่าง
- () การพร้อมทางอารมณ์ เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดความปรารถนาที่จะทำ
กิจกรรมบางอย่าง
- [] การตอบสนองตามแนวทางที่ให้ หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการ
ตอบสนอง โดยการกระทำตามแบบ
- () การเลียนแบบ เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการลงมือทำตามแบบ

- () การลองผิดลองถูก เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการทดลอง กระทำ
กิจกรรมบางอย่างด้วยตัวเอง
- [] กลไก หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการกระทำกิจกรรม
ทางทักษะด้วยตนเอง โดยไม่ต้องมีแบบอย่างหรือคู่มือ
- [] การตอบสนองที่ซับซ้อน หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่มุ่งให้สามารถปฏิบัติ
กิจกรรมทางทักษะ ได้อย่างชำนาญ แคล่วคล่อง รวดเร็ว โดยใช้กำลัง
งานน้อยที่สุด ประหยัดเวลามากที่สุด
- () การตอบสนองโดยไม่ลังเลใจ เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการปฏิบัติ
กิจกรรมทักษะโดยปราศจากความลังเลใจ
- () การตอบสนองโดยอัตโนมัติ เป็นเนื้อหาที่มุ่งให้สามารถปฏิบัติโดย
สามารถใช้ทักษะของกล้ามเนื้อโดยสะดวก และสามารถควบคุม
กล้ามเนื้อได้
- [] การดัดแปลงให้เหมาะสม หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการเปลี่ยน
กิจกรรมพบทักษะ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการในการแก้ปัญหาแบบใหม่
ที่ต้องการ
- [] การริเริ่ม หมายถึง การเสนอเนื้อหาที่มุ่งให้เกิดการคิดค้น การสร้าง
กิจกรรมทางทักษะแบบใหม่

รายชื่อโฆษณาที่เป็นประชากร

1. โฆษณาชุด เปาซีไอไลท์
2. โฆษณาชุด เปาแฮนฟอร์ด
3. โฆษณาชุด รักน้ำ
4. โฆษณาชุด เมือง
5. โฆษณาชุด ขอบจันทร์
6. โฆษณาชุด ขึ้นสวรรค์
7. โฆษณาชุด เพื่อเมืองไทย
8. โฆษณาชุด ล้างหน้า
9. โฆษณาชุด หยตน้ำ
10. โฆษณาชุด เสียงแห่งความพลัดพราก
11. โฆษณาชุด ชีวิตเพื่อชีวิต
12. โฆษณาชุด ความทรงจำ
13. โฆษณาชุด อีสานเขียว
14. โฆษณาชุด Life in a balance
15. โฆษณาชุด เด็ดดอกไม้
16. โฆษณาชุด สารคดีธรรมชาติ
17. โฆษณาชุด ประหยัดน้ำ
18. โฆษณาชุด บาบูน (นก)
19. โฆษณาชุด นก (Birds)
20. โฆษณาชุด สิ่งแวดล้อม
21. โฆษณาชุด อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
22. โฆษณาชุด คลาสรูม
23. โฆษณาชุด cripple

24. โฆษณาชุด OUR FUTURE
25. โฆษณาชุด OLD MAN AND A TREE
26. โฆษณาชุด ควันพิช
27. โฆษณาชุด เสี่ยง
28. โฆษณาชุด น้ำ
29. โฆษณาชุด ต้นไม้
30. โฆษณาชุด ชยะ
31. โฆษณาชุด สิ่งแวดล้อมสดใส
32. โฆษณาชุด พระจันทร์ตกน้ำ
33. โฆษณาชุด ตาวิเศษ (บริษัทไทยน้ำทิพย์)
34. โฆษณาชุด ตาวิเศษ (สมาคมสร้างสรรค์ไทย)
35. โฆษณาชุด ตาวิเศษ (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด)
36. โฆษณาชุด ตาวิเศษ (เครื่องซีเมนต์ไทย)
37. โฆษณาชุด รักษาหน้า
38. โฆษณาชุด รักษาป่า
39. โฆษณาชุด หนังสือ
40. โฆษณาชุด ภาพถ่าย
41. โฆษณาชุด บาบบุญ (เต่า)
42. โฆษณาชุด ยิงกระต่าย
43. โฆษณาชุด เก็บดอกไม้
44. โฆษณาชุด ต้นไม้
45. โฆษณาชุด อนุรักษ์ธรรมชาติ
46. โฆษณาชุด อนุรักษ์ธรรมชาติ
47. โฆษณาชุด สิ่งแวดล้อม (กระทิงแดง)
48. โฆษณาชุด สิ่งแวดล้อม (มาม่า)

49. โฆษณาชุด สิ่งแวดล้อม (สทยูเนี่ยน)
50. โฆษณาชุด รักษาอากาศ
51. โฆษณาชุด รักษาป่า
52. โฆษณาชุด รักษาป่า
53. โฆษณาชุด สิ่งแวดล้อม (เทอโบร่า)
54. โฆษณาชุด เจ้าพระยากับตาวีเศษ (ชีวเนชั่นแนล)
55. โฆษณาชุดอนุรักษ์ธรรมชาติ (เอ็มซีซี สิทธิผล)
56. โฆษณาชุดลดมลพิษ (คาวาซากิ)
57. โฆษณาชุดลดมลพิษ (ชูชูกิ)
58. โฆษณาชุดลดมลพิษ (ฮอนด้า)
59. โฆษณาชุดลดมลพิษ (มาสด้า)
60. โฆษณาชุดลดมลพิษ (เซลล์)
61. โฆษณาชุดลดมลพิษ (เอสโซ่)
62. โฆษณาชุด ลดมลพิษ (มอลล่า)
63. โฆษณาชุด อากาศสะอาด (ชูชูกิ)
64. โฆษณาชุด ลดมลพิษ (พีทีที)
65. โฆษณาชุด สิ่งแวดล้อม (พีทีที)
66. โฆษณาชุด อนุรักษ์ธรรมชาติ (ทีเอที)
67. โฆษณาชุด อนุรักษ์สัตว์ป่า
68. โฆษณาชุด สิ่งแวดล้อม
69. โฆษณาชุด สิ่งแวดล้อม
70. โฆษณาชุด อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
71. โฆษณาชุด อนุรักษ์สัตว์ป่า
72. โฆษณาชุด อนุรักษ์ธรรมชาติ
73. โฆษณาชุดสิ่งแวดล้อม (เซ็นทรัล)

74. โฆษณาชุด อนุรักษ์ธรรมชาติ (อิมพีเรียล)
75. โฆษณาชุด สิ่งแวดล้อม (เดอะมอลล์)
76. โฆษณาชุด ปลุกต้นไม้ (เดอะมอลล์)
77. โฆษณาชุด สิ่งแวดล้อม (พาด้า)
78. โฆษณาชุด รักษาสิ่งแวดล้อม
79. โฆษณาชุด ไลปอนเอฟ
80. โฆษณาชุด มลพิษ (มิทซูบิชิ แลนเซอร์)
81. โฆษณาชุด รักษาสิ่งแวดล้อม (บริสอัลตรา)
82. โฆษณาชุด รีไซเคิล (โรบินสัน)
83. โฆษณาชุด ชยะ (ไอโม)
84. โฆษณาชุด ประหยัดน้ำ (คอตโต)
85. โฆษณาชุด สารพิษ (สี TOA)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ ได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อพิจารณาความเชื่อถือได้ระหว่างผู้วิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีประสบการณ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นอย่างดี โดยใช้หลักการของ Holsti (1969) ในการคำนวณดังนี้

$$\text{สูตร } R = \frac{2 (C_{1, 2})}{C_1 + C_2}$$

$C_{1,2}$ คือ จำนวนรายการที่ผู้ลงรหัส 2 คน มีความเห็นตรงกัน

$C_1 + C_2$ คือ จำนวนรายการทั้งหมดที่ผู้ลงรหัสทั้ง 2 ศึกษา

จากการคำนวณสูตรนี้ ค่าที่คำนวณได้ไม่ควรต่ำกว่า 0.75 จึงจะถือว่ามีความเชื่อถือได้ (สรรรค์วี คชาชีวะ, 2525)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้ร่วมลงรหัสได้สัมภาษณ์อย่างโฆษณา ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ จำนวน 15 เรื่อง ปรากฏว่าผู้ลงรหัสทั้ง 2 คน มีความเห็นตรงกัน 13 เรื่อง แล้วนำมาแทนค่าในสูตรดังนี้

$$R = \frac{2 (C_{1,2})}{C_1 + C_2}$$

$$C_{1,2} = 13$$

$$C_1 + C_2 = 30$$

$$R = \frac{2 (13)}{30}$$

$$= 0.87$$

ค่าที่คำนวณได้เท่ากับ 0.87 จึงถือว่าเครื่องมือที่ใช้ในการทำการวิจัยครั้งนี้มีความเชื่อถือได้

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ด้านสิ่งแวดล้อม

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุตารา คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วารินทร์ มาศกุล ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. อาจารย์ ศุภวิทย์ เปี่ยมพงศ์สานต์ สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ

ด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษา

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประศักดิ์ หอมสนิท ภาควิชาโสตทัศนศึกษา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรจรรย์ ณ ตะกั่วทุ่ง ภาควิชาโสตทัศนศึกษา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ประวัติผู้เขียน

นางสาวอรุณี อารีรักษ์ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการศึกษา จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เมื่อปีการศึกษา 2528 เข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาโสตทัศนศึกษา ภาควิชาโสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2534 ปัจจุบันรับราชการที่วิทยาลัยพยาบาลสวรรค์ประชารักษ์ จังหวัดนครสวรรค์ ในตำแหน่ง วิทยาจารย์ 5



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย