

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา มีศิลป์วิทย์, การจัดการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2539.
- ขจรเกียรติ มะกรทัต, "การสื่อความหมายทางเพศจากการแสดงตลกผ่านสื่อวีดิทัศน์ 2530," วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- เจตนา นาควัชระ, ทฤษฎีเบื้องต้นแห่งวรรณคดีไทย. กรุงเทพมหานคร : ดวงกมล, 2521.
- เจาะใจคนชายช้า, ผู้จัดการรายสัปดาห์ (13-19 มกราคม 2540) : 33.
- ชอุ่ม ศรีประเสริฐสกุล, "การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาของไทย," จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ตำนานโทรทัศน์ไทยกับ จ้างง รังสิกุล. กรุงเทพมหานคร : ธนาคารกรุงเทพจำกัด, 2538.
- ทัศนีย์ กระต่ายอินทร์, "อารมณ์ขันในวรรณกรรมร้อยกรองของไทย," วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2515.
- นพดล เวชสวัสดิ์, ผู้แปล, เทคนิคการหยอดอารมณ์ขัน (ให้การพูดน่าฟัง). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2536.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์, "ตลกไทยๆ," ศิลปวัฒนธรรม (17 กรกฎาคม 2539) : 84-93.
- ภรตมูณี, "นาฏยศาสตร์," แปลโดย ร.ต.ท. แสง มนวิฑูร เบரியญ, กรุงเทพมหานคร : กรมศิลปากร, 2511.
- มาณิษา พิศาลบุตร, "การสื่อความหมายในนิตยสารการ์ตูนฉบับกระเป๋าก," วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- เมญาพิมพ์ สมประสงค์, "ความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อความคิดเรื่อง "ความเป็นไทย" ในโฆษณาที่เน้นความเป็นไทยจากสื่อโทรทัศน์," วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- เมธา เสรีธนาวงศ์, "การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของมุขตลกในรายการโทรทัศน์และวิดีโอ," วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

- เริงชัย พรหมพิชาญ, "คนโฆษณา," ผู้จัดการรายวัน (13 สิงหาคม 2540) : 14.
- วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์, "การสนทนากลุ่ม : เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ," เอกสารวิชาการชมรมการวิจัยเชิงคุณภาพ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- วีระ แก่นเพชร, "การแสดงผลในงานสื่อวีดิทัศน์ระหว่างปี พ.ศ. 2536-2537," วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- สุดรัก จรรยาวงศ์, "กลยุทธ์การสื่อสารของการ์ตูน "ขบวนการแก๊ง", " วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- อดุลย์ จากตรงคกุล, การโฆษณา, 2518.
- อรรธรา บัวพิมพ์, "วิเคราะห์วรรณกรรมร้อยกรองประเภทล้อเลียนในสมัยรัตนโกสินทร์ระหว่าง พ.ศ. 2537 - พ.ศ. 2468," วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2523.
- อัปสร แดงประดับ, "การศึกษาการสร้างความหมายโดยใช้สัตว์เป็นตัวนำเสนองานโฆษณาทางโทรทัศน์," วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- อุบลรัตน์ ศิริวุศักดิ์, "อารมณ์ขันในสื่อมวลชน," กรุงเทพมหานคร : เอส ที พี เพรส จำกัด, 2536.

ภาษาอังกฤษ

- Braude, Jacob M. Humor. The World Book Encyclopedia 9 (1997) : 389-390.
- Cantor J, Venus P. "The Effects of Humor On Recall of A Radio Advertising," Journal of Broadcasting, 24 (1), 1998 : 13-22.
- Freud, Sigmund. "Jokes and Their Relations to The Unconscious." Strachey, James. Trans. And ed. London : Cox and Wyman Ltd., 1976.
- J. Bryant & D. Zillman. "Responding to Comedy : The Sense and Nonsense in Humor," Responding to The Screen. 1991 : 261.
- R. Bauman (ed.), Folklore , Cultural Performance, and Popular Entertainments. Oxford Univ. Press, 1992.

Thompson, Alan Reynolds, The Anatomy of Drama. Berkley : University of California
Press, 1946.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางการวิเคราะห์กลยุทธ์อารมณ์ขันที่ใช้ในภาพยนตร์โฆษณาโทรทัศน์

ชื่อผู้วิเคราะห์	
ภาพยนตร์โฆษณาลำดับที่	
ชื่อเรื่อง	

วิธีการวิเคราะห์ หลังจากที่ยกภาพยนตร์โฆษณาแล้วให้ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในตารางขวามือ
หมายเหตุ ภาพยนตร์โฆษณา 1 เรื่องสามารถใช้กลยุทธ์อารมณ์ขันได้มากกว่า 1 กลยุทธ์

ลำดับที่	กลยุทธ์ "อารมณ์ขัน"	การนำมาใช้ (✓)
1	ตลกไหวพริบ	
2	ตลกกับภาษา	
3	ตลกกลไกจากโครงเรื่องหรือตลกสถานการณ์	
4	ตลกจากตัวละคร	
5	ตลกล้อเลียนเสียดสี	
6	ตลกหักมุม	
7	ตลกโครมคราม หรือ เคราะห์หามยามร้ายทางร่างกาย	
8	ตลกรักกระจุกกระจิม	
9	ตลกไปกษา ตลกถามกอนาจาร	

ความตลกของภาพยนตร์โฆษณาโทรทัศน์เรื่องนี้

ตลกน้อยที่สุด	ตลกน้อย	ตลกปานกลาง	ตลกมาก	ตลกมากที่สุด
1	2	3	4	5

ตารางการวิเคราะห์กลยุทธ์การใช้อารมณ์ขันในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์และการประเมินความตลกจากผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญในวงการโฆษณา

ลำดับที่	รายชื่อภาพยนตร์โฆษณา	ท่าทางใบหน้า	คำพูดในภาษา	ท่าทางมือของโครงเรื่อง	ตลกจากตัวละคร	ท่าทางเสียงดนตรี	ท่าทางใบหน้า	ตลกโดยบทสนทนา	ตลกที่กระทำในกรณี	ตลกจากนางเอก	จำนวนตลกที่ใช้ในภาพยนตร์โฆษณา	คะแนนความตลกจากผู้วิจัย	คะแนนผู้เชี่ยวชาญในวงการโฆษณา	คะแนนผู้เชี่ยวชาญในวงการโฆษณา 2	รวมคะแนนและค่าเฉลี่ย
1	ตลกยุค			✓✓	✓			✓✓			3	1	3	2	6
2	บอยไม่เต็ม		✓	✓	✓	✓	✓				5	4	4	5	13
3	ใบกำกับภาษี	✓✓		✓✓✓	✓✓	✓					5	3	3	4	10
4	ตรงเวลา		✓	✓	✓✓						3	2	4	1	7
5	แต่งงาน							✓✓✓			1	2	2	2	6
6	ตัวแะ			✓	✓✓	✓✓✓	✓				4	4	4	5	13
7	คุณแจ๋ว	✓			✓✓✓	✓✓					3	2	3	1	6
8	สุนัข			✓✓	✓✓						2	4	4	1	9
9	ป้าจิวพร้อม	✓✓	✓✓	✓✓		✓✓					4	4	5	4	13
10	ก๊อดซิลล่า			✓✓	✓✓	✓	✓				4	4	5	5	14
11	ฮ่องกงต้อง					✓✓✓		✓✓			2	3	3	1	7
12	นอน				✓	✓✓	✓✓				3	2	5	2	9
13	กล่องข้าวป๊อปปี้			✓	✓✓✓	✓					4	2	5	4	11

ตารางการวิเคราะห์ทัศนคติการใช้อารมณ์ขันในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์และการประเมินความตลกจากผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญในวงการโฆษณา (ต่อ)

ลำดับที่	รายชื่อภาพยนตร์โฆษณา	ตลกโหฬาร	ตลกกับภาษา	ตลกกลไกรของเรื่อง	ตลกจากตัวละคร	ตลกข้อเขียนเขียนดี	ตลกกับคน	ตลกโครงเรื่อง	ตลกที่กระตือรือร้น	ตลกตามอารมณ์	จำนวนตลกที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา	ถูกผู้วิจัยตลก	ประเมินความตลกจากผู้เชี่ยวชาญ	ประเมินความตลกจากผู้เชี่ยวชาญ	คะแนนเฉลี่ยรวม
14	กินกันเอง	✓✓	✓		✓✓✓	✓					5	4	2	5	11
15	อยากกินคน	✓	✓		✓✓✓	✓					5	4	3	5	12
16	ไปรษณีย์			✓	✓✓	✓✓					3	3	4	2	9
17	ดูลดราแมน		✓	✓✓✓	✓✓	✓✓		✓			5	3	5	5	13
18	ส่งฟ้าชิงโชค	✓	✓✓			✓	✓				4	2	4	2	8
19	ตุ๊กตุ๊ก			✓✓		✓					2	2	3	2	7
20	เจ้าคือใคร	✓	✓	✓	✓	✓	✓				5	2	3	2	7
21	เทพ โพธิ์งาม		✓✓		✓✓✓	✓					3	5	5	3	13
22	ทรัพย์สินจ้าง		✓✓✓								1	3	2	3	8
23	แมลงสาป			✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓			5	3	4	2	9
24	กังฟู			✓	✓		✓✓	✓			4	2	3	2	7
25	ปลาช้วน	✓	✓	✓✓	✓✓	✓					5	4	3	3	10
26	หนูกับแมว				✓✓✓						1	2	2	2	6

ตารางการวิเคราะห์กสฐธการใช้อารมณ์ขันในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์และการประเมินความตลกจากผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญในวงการโฆษณา (ต่อ)

ลำดับที่	รายชื่อภาพยนตร์โฆษณา	ตลกในบทกวี	ตลกในภาษา	ตลกของโครงเรื่อง	ตลกที่ตัวละคร	ตลกที่เขียนโดยดี	ตลกที่นักแสดง	ตลกที่โครงภาพ	ตลกที่การกระทำ	ตลกที่สถานการณ์	ความตลกที่ใช้ในภาพยนตร์โฆษณา	ประเมินความตลกจากผู้วิจัย	ประเมินความตลกจากผู้เชี่ยวชาญ 1	ประเมินความตลกจากผู้เชี่ยวชาญ 2	รวมคะแนนความตลก
27	ไฟในมือบ้าน			✓✓		✓	✓		✓✓		4	3	4	1	8
28	เสน่ห์	✓	✓	✓✓	✓✓	✓	✓		✓		7	5	4	5	14
29	แม่ภาค	✓		✓✓	✓✓		✓	✓			5	5	4	3	12
	รวม	11	19	32	47	30	15	5	8	0					

ผู้วิจัย ✓
 ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 ✓
 ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 ✓

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพยนตร์โฆษณาเครื่องสำอางค์กิฟฟารีน เรื่อง "เสน่ห์"



ภาพยนตร์โฆษณาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยี่ห้อต้มยำแห่ง
เรื่อง "กองช่างน้อยแม่"



ภาพยนตร์โฆษณากรรมสรรพากร เรื่อง "ใบกำกับภาษี"



ภาพยนตร์โฆษณาวิสกี้ไอ เรื่อง "ตุ๊ก ตุ๊ก"



สช. ภาควิชาการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพยนตร์โฆษณาไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัยเรื่อง "คุณแจ๋ว"



ประวัติผู้เขียน

นางสาวพรรณทิพา อุปลวรรณนา เกิดเมื่อวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2515 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาจิตวิทยา จากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปี พ.ศ. 2537 ได้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตร ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ในปีการศึกษา 2539 ปัจจุบันทำงานที่ ธนาคาร Credit Agricole Indosuez, Bangkok Branch



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย