

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- บุญชม ศรีสะอาด. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. เล่มที่ 2. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ชมรมเด็ก, 2538.
- บุหงา ชัยสุวรรณ. ผลของเทคนิคช่วยจำต่อการระลึกถึงภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- โยธิน คັນสนบุทข และคณะ. จิตวิทยา. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2533.
- วินัส พีชวณิชย์ และ สมจิต วัฒนาชยากุล. สถิติสำหรับนักสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ประกายพริก, 2521.
- ศิริชัย กาญจนวาสิ. สถิติศาสตร์: หลักการและเหตุผล. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- สื่อทีวี "ไอ้ตัวจุด". ประชาชาติธุรกิจ (8-9 สิงหาคม 2541): 17-18.
- สุชา จันทน์เอม. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2538.
- ไสว เสียมแก้ว. ความจำของมนุษย์: ทฤษฎี และวิธีสอน. กรุงเทพมหานคร: มิตรสยาม, 2528.
- อิกบี เคนเน็ต แอล. ความจำ. พิมพ์ครั้งที่ 2. แปลโดย กิติกร มีทรัพย์ และกาญจนา ทำสุวรรณ. กรุงเทพมหานคร: ยงพลเทรตติ้ง, 2530.

ภาษาอังกฤษ

- Assael, H. Consumer behavior and marketing action. 5 th ed. Cincinnati, OH: International Thomson, 1994.
- Anderson, N. S. Mnemonics. Encyclopedia of psychology. 2 (1994): 420.
- Baldi, A. P. ; De Beni, R. ; Comoldi, C. ; and Cavedon, A. Some conditions for the occurrence of the bizarreness effect in free recall. British Journal of Psychology. 76 (1985): 427-436.
- Bellezza, F. S. Mnemonic Devices: Classification, Characteristics and Criteria. Review of Education Research. 51, 2 (Summer 1981): 247-275.
- Bugelski, B. R. Memory. Encyclopedia of psychology. 2 (1994): 382-384.
- Cermak, L. S. Human memory research and theory. NY: Ronald, 1972.

- Du Plessis, E. Recognition versus Recall. Journal of Advertising Research. 34, 3 (1994): 75-91.
- Elliott, M. T. and Speck, P. S. Consumer perceptions of advertising clutter and its impact across various media. Journal of Advertising Research. 38, 1 (1998): 29-41.
- Glass, G. V. and Stanley, J. C. Statistical methods in education and psychology. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-hall, INC, 1970.
- Groeger, J. A. Memory & remembering: Everyday memory in context. Hong Kong: Addison Wasley Longman, 1997.
- Ha, L. Observation: Advertising clutter in consumer magazines: Dimensions and effects. Journal of Advertising Research. 36, 4 (1996): 76-84.
- Krugman, H. E. Point of view: Limits of attention to advertising. Journal of Advertising Research. 28, 5 (1988): 47-50.
- McDaniel, M. A. ; DeLosh, E. L. ; Einstein, G. O. ; May, C. P. and Brady, P. The bizarreness effect: It's not surprising, It's complex. Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition. 21, 2 (1995): 422-435.
- McDaniel, M. A. and Einstein, G. O. Bizarre Imagery as an effective memory aid: The importance of distinctiveness. Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition. 12, 1 (1986): 54-65.
- Reed, S. K. Cognition: Theory and application. 4 th ed. Pacific Grove, CA: Brooks/ Cole, 1996.
- Searleman, A. and Herrmann, D. Memory from a boarder perspective. Singapore: McGraw-Hill, 1994.
- Sissors, J. Z. and Bumble, L. Advertising media planning. 5 th ed. Lincolnwood, IL: NTC Business Books, 1995.
- Wingfield, A. Human learning and memory: An introduction. NY: Harper & Row, 1979.
- Yalch, F. R. Memory in a jingle jungle: Music as a mnemonic device in communicating advertising slogans. Journal of Applied Psychology. 976 (1991): 268-275.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบประเมินความไม่คาดคิดมาก่อนในภาพยนตร์โฆษณา

จากภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 12 เรื่อง ขอความกรุณาท่านอาจารย์ช่วยให้คะแนน โดยพิจารณาจากภาพที่ไม่คาดคิดมาก่อนที่ปรากฏในโฆษณา กำหนดให้คะแนนเต็มของความไม่คาดคิดมาก่อนเป็น 10 คะแนน

โฆษณาเรื่องที่	ระดับความไม่คาดคิดมาก่อน									
	← น้อย → มาก									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Super Noodles "Selfish"										
2. Super Noodles "Clean"										
3. Knorr										
4. Road Safety										
5. Pizza Pop										
6. Nissan-Easy Drive										
7. Volk Passat										
8. Diesel "No jeans"										
9. Bud Light "Pole"										
10. Audi										
11. Treo										
12. Don't Drink and Drive										

ข้อเสนอแนะ

แบบประเมินความไม่คาดคิดมาก่อนในภาพยนตร์โฆษณา

ในภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 12 เรื่อง สิ่งที่ท่านไม่คาดคิดมาก่อนในโฆษณาแต่ละเรื่องคือ

โฆษณาเรื่องที่	สิ่งที่ไม่คาดคิดมาก่อน
1. Super Noodles "Selfish"	
2. Super Noodles "Clean"	
3. Knorr	
4. Road Safety	
5. Pizza Pop	
6. Nissan-Easy Drive	
7. Volk Passat	
8. Diesel "No jeans"	
9. Bud Light "Pole"	
10. Audi	
11. Treo	
12. Don't Drink and Drive	

ภาพยนตร์โฆษณาทดลองเรื่องที่ 1 รถกระบะนิสสัน อีซี ไครฟ์ (ความยาว 56 วินาที)

1.



2.



3.



4.



5.



6.



ภาพยนตร์โฆษณาทดลองเรื่องที่ 1 รถกระบะนิสสัน อีซี ไดรฟ์ (ความยาว 56 วินาที)

(ต่อ)

7.



8.



9.



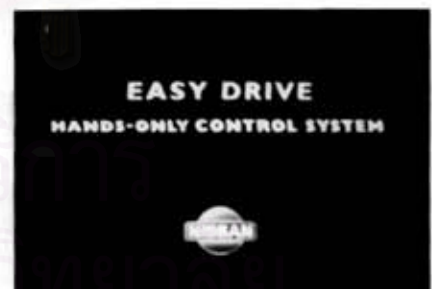
10.



11.



12.



เสียง : กับนิสสัน อีซี ไดรฟ์

เสียง : ทุกอย่างเป็นไปได้...ด้วยมือคุณ

หมายเหตุ ภาพที่ 10 คือภาพที่ไม่คาดคิดมาก่อนของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ มีเฉพาะในภาพยนตร์โฆษณาเงื่อนไข

ภาพยนตร์โฆษณาทดลองเรื่องที่ 2 ยาบรเทาปวตริโอ (ความยาว 36 วินาที)

1.



2.



3.



4.



5.



6.



ภาพยนตร์โฆษณาทดลองเรื่องที่ 2 ยาบรเทาปาดทรีโอ (ความยาว 36 วินาที) (ต่อ)

7.



8.



9.



10.



เสียง : กับงานสำคัญ บางครั้งก็มี
เรื่องให้คุณต้องปวดหัว

11.



เสียง : ทรีโอ ยาบรเทาปาดรสมินต์
ช่วยคุณได้

12.



เสียง : คลายปวด

หมายเหตุ ภาพที่ 7 คือภาพที่ไม่คาดคิดมาก่อนของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ มีเฉพาะในภาพยนตร์โฆษณาเงื่อนไข

ด.ช./ ค.ญ./ นาย/ นางสาว _____ เลขที่ _____

แบบสอบถามชุดที่ 1

1. จากการที่ท่านได้ชมภาพยนตร์โฆษณาไปเมื่อสักครู่ ท่านสามารถจำโฆษณาเรื่องใดได้บ้าง (กรุณาตอบเท่าที่ท่านระลึกได้)

1)

2)

3)

4)

5)

6)

7)

8)

9)

10)

11)

12)

เมื่อท่านตอบข้อ 1 เสร็จแล้ว กรุณาหยุดรอเจ้าหน้าที่ตรวจสอบ หากเจ้าหน้าที่วงกลมหน้าโฆษณาที่ท่านตอบ กรุณาทำแบบสอบถามชุดที่ 2 ต่อ หากไม่มีวงกลมหน้าโฆษณา กรุณาส่งแบบสอบถามชุดนี้คืนเจ้าหน้าที่

ด.ช./ ด.ญ./ นาย/ นางสาว _____ เลขที่ _____

แบบสอบถามชุดที่ 2

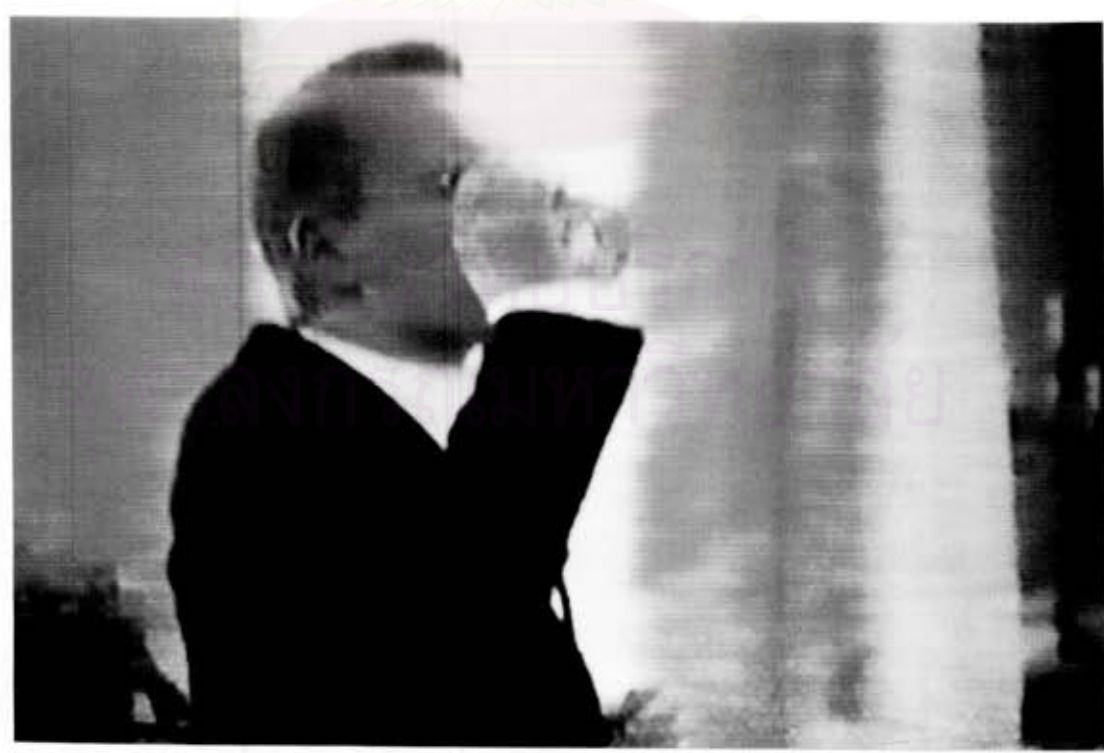
2.1 ท่านสามารถจำเรื่องราวอะไรได้บ้างเกี่ยวกับภาพยนตร์โฆษณาที่มีวงกลมหน้าข้อ คอบเท่าที่ท่านสามารถระลึกได้ไม่ว่าจะเป็นภาพ หรือเสียงในโฆษณา

ตราและประเภทสินค้า	ภาพ	เสียง
โฆษณาเรื่องที่ 1 ตราสินค้า..... ประเภทสินค้า.....		
โฆษณาเรื่องที่ 2 ตราสินค้า..... ประเภทสินค้า.....		

2.2 ท่านคิดว่าโฆษณานี้ต้องการสื่อ หรือบอกอะไรให้ท่านทราบ

โฆษณาเรื่องที่	สิ่งที่ต้องการสื่อ หรือบอกให้ทราบ
1.	
2.	

ภาพประกอบแบบสอบถามชุดที่ 3



ด.ช./ ด.ญ./ นาย/ นางสาว _____ เลขที่ _____

แบบสอบถามชุดที่ 3

3. กรุณาตอบคำถามในแต่ละข้อ หลังจากผู้วิจัยแสดงแผ่นภาพ

3.1 หลังจากการชมแผ่นภาพ ท่านจำโฆษณานี้ได้หรือไม่

- จำได้ (กรุณาทำต่อข้อ 3.2)
- จำไม่ได้ (ยุติการตอบแบบสอบถามชุดที่ 3)

3.2 ท่านคิดว่าเป็นโฆษณาสินค้าประเภทใด

- ประเภท.....
- ไม่ทราบ

3.3 ท่านจำได้หรือไม่ว่าเป็นสินค้าตราอะไร

- จำได้ คือ ตรา.....
- จำไม่ได้

3.4 โปรดระบุภาพ คำพูด หรือเสียง ของโฆษณาดังกล่าวที่ท่านจำได้โดยละเอียด

ภาพ	เสียง
<p style="font-size: 2em; color: lightgray; opacity: 0.5;">สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p>	<p style="font-size: 2em; color: lightgray; opacity: 0.5;">สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p>

3.5 ท่านคิดว่าโฆษณานี้ต้องการสื่อหรือบอกอะไรให้ท่านทราบ

ภาพประกอบแบบสอบถามชุดที่ 4



ด.ช./ ด.ญ./ นาย/ นางสาว _____ เลขที่ _____

แบบสอบถามชุดที่ 4

4. กรุณาตอบคำถามในแต่ละข้อ หลังจากผู้วิจัยแสดงแผ่นภาพ

4.1 หลังจากการชมแผ่นภาพ ท่านจำโฆษณานี้ได้หรือไม่

- จำได้ (กรุณาทำต่อข้อ 4.2)
 จำไม่ได้ (ยุติการตอบแบบสอบถามชุดที่ 4)

4.2 ท่านคิดว่าเป็นโฆษณาสินค้าประเภทใด

- ประเภท.....
 ไม่ทราบ

4.3 ท่านจำได้หรือไม่ว่าเป็นสินค้าตราอะไร

- จำได้ คือ ตรา.....
 จำไม่ได้

4.4 โปรดระบุภาพ คำพูด หรือเสียง ของโฆษณาดังกล่าวที่ท่านจำได้โดยละเอียด

ภาพ	เสียง

4.5 ท่านคิดว่าโฆษณานี้ต้องการสื่อหรือบอกอะไรให้ท่านทราบ

ประวัติผู้เขียน

นางสาววรรณรัตน์ แสงสุรีย์วัชรรา เกิดวันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2519 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต จากคณะวิทยาศาสตร์ ภาควิชาวิทยาศาสตร์ทางภาพถ่ายและเทคโนโลยีทางการพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รุ่นที่ 21 ในปีการศึกษา 2539 จากนั้นได้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รุ่นที่ 3 เมื่อ พ.ศ. 2540



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย