

## บรรณานุกรม

## ภาษาไทย

- กัญญา วงษ์ศิริ, การบริหารกิจการโฆษณา : กรุงเทพฯ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2521.
- จินตลา ตึงสภักย์, สื่อสารมวลชน, ปีที่ 8, ฉบับที่ 3, 2516.
- เจียม ลี้มสไต, นิเทศศาสตร์, ปีที่ 7, ฉบับที่ 3, 2522.
- ฉายศิลป์ เชื้อชวชาญนิพนธ์. การจัดสรรเวลาโฆษณาสินค้าของสถานีโทรทัศน์ ในกรุงเทพมหานคร กับการส่งเสริมความนิยมสินค้าไทย. เอกสารประกอบการวิจัย เสนอทีมของ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2 ตุลาคม 2525 (อ้อตสำเนา)
- เฉลิมพร อุ่นแก้ว, เสรีภาพสื่อมวลชนภายใต้กรอบแห่งกฎหมายไทย, วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534
- เฉลียว บุรืภักดี, วิทยาศาสตร์สังคม, สำนักงานวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : กรุงเทพฯ, 2517.
- ชนัญชี กาญจนอุไรโรจน์, โฆษณา, "น้ำผึ้งหรือยาพิษ", สื่อมวลชนปริทัศน์ ปีที่ 4, ฉบับที่ 16, 2533.
- ชวณะ ภวกานันท์, ทิศทาง, 25 พฤศจิกายน - 1 ธันวาคม 2528.
- ช่อม ประเสริฐสกุล, การวิเคราะห์เนื้อหารายการภาพยนตร์โฆษณาของไทย, รายงานการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533
- ดวงดาว พันธมนาวิน, จิตวิทยาจริยธรรมและจิตวิทยาภาษา : กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2524.
- ถาวร โสภ้อมร, การบริหารงานโฆษณา. นนทบุรี, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.
- ธุรกิจเมืองไทย, มารยาทในการโฆษณา : กรุงเทพฯ, 12 มกราคม 2519
- นิพนธ์ คันธาสวี, สรุปรายงาน การวิจัย การศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับทัศนคติของคนไทย บางกลุ่มที่มีต่อทหารอเมริกันที่ประจำการในประเทศไทย : กรุงเทพฯ, โรจนพิมพ์ส่งเสริมและฝึกอบรม, 2511

- บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา, เสรีภาพในการปั่นน้ำเป็นตัวของธุรกิจโฆษณา, มติชนรายวัน, ฉบับวันที่ 20 พฤศจิกายน 2532.
- ปรีชา ส่งกิตติสุนทร, การวิเคราะห์เนื้อหาต้าน จริยธรรมในโฆษณา, วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาโสตทัศนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ, ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย : กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2520.
- ประธาน พงศ์ประยูร, ผลกระทบของการควบคุมการโฆษณาของวิทยุต่อการผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ในประเทศไทย, วิทยานิพนธ์พาณิชย์ศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525
- พิจิต รัตกุล. นิเทศศาสตร์. ปีที่ 7, ฉบับที่ 3, 25222.
- พรทิพย์ ชัยศิริโรจน์, การควบคุมโฆษณาในประเทศไทย, คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523.
- ระเด่น ทักษณา และ สุกัญญา ตีระวานิช, กฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชน. นนทบุรี, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.
- ริชาร์ด อัมเป, จรรยาบรรณในการโฆษณา : ครรลองในวิชาชีพการศึกษาเฉพาะเรื่อง, สารนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.
- วุฒิ พงศ์พัชวาล, ทัศนคติของนักโฆษณาเกี่ยวกับบทบาทของโฆษณาต่อการนิจรรณาสังคม, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532
- วัฒนา พัฒนพงศ์ และคณะ, สื่อมวลชนกับบทบาทด้านจริยธรรม. รายงานการวิจัย, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
- วิรัช สภีรัตน์กุล, หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. นนทบุรี, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.
- ศรีธวัฒน์ อิศิระวิวงศ์. บทบาทของกองเผยแพร่ และควบคุมการโฆษณา กระทรวงสาธารณสุข ในการนิจรรณาคควบคุม การโฆษณาสินค้าประเภทอาหารและยา วิทยานิพนธ์พาณิชย์ศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525
- สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อชีวิต ความรับผิดชอบต่อสังคม : กรุงเทพฯ, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.

- สุจิตรา รัตนกรกช, การวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ตั้งแต่ปี 2519-2531  
 วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
 2533.
- สุนิมิตร ประทีปเสน, ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับโฆษณาส่งเสริมสังคม กับพฤติกรรมผู้บริโภค  
 วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
 2535.
- สุลักษณ์ ศิวรักษ์, ประสบการณ์วิชาชีพ สารนิเทศศาสตร์. นนทบุรี, คณะศิลปศาสตร์  
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2533.
- เสวีชัย พันธรังษี, วารสารที่ระลึกในงานฉลอง 25 ปี คณะวารสารและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์ : กรุงเทพฯ 2522.
- เสวี วงษ์มณฑา, การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. นนทบุรี คณะนิเทศศาสตร์  
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532
- หลุย จำปาเทศ, จิตวิทยาจุใจ (มปท. มปป).
- อาภา จันทรสกุล, จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ศรีสงวนการพิมพ์, 2526.

### ภาษาอังกฤษ

- Bandura, Albert, Social Learning Theory. Englewood Cliffs, NJ : Prentice.  
 Hall., 1977.
- Budd, Richard W. and Brent D. Ruben eds. Approach to human Communication  
 Rochell Park, New Jersey : Hayden Book Company, Inc., 1972
- Charles A. Kiesler, Barry E. Collins and Norman Miller, Attitude Change,  
 New York : John Wiley & Son Inc., 1969.
- Kay W. Moral Development Landon : George Allen and Unwin Ltd., 1970.
- Mandell, Maurice I. Advertising. 4<sup>th</sup> ed. New Jersey : Prentice.  
 Hall Inc., 1984
- Owen, Steven V., Froman, Rubin D., and Moscow, H. Educational Psychology.  
 2<sup>nd</sup>. Boston : Little Brown and Comp. Inc., 1981
- Triandis, Harry C, Attitude and Attitude Change, Son Inc., 1971.

ภาคผนวก

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

30 มิถุนายน 2535

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการกรอกแบบสอบถาม

เรียน

เนื่องด้วย นาย วินัย เจียมวิเศษสุข ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณาในปัจจุบันกับจรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณา" โดยทำการศึกษาความคิดเห็นของนักโฆษณา, คณะกรรมการตรวจสอบโฆษณา, อาจารย์ในระดับอุดมศึกษา และผู้บริโภค เพื่อประกอบการเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ชั้นปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยการรายงานผลจะเป็นการรายงานรวมมิใช่เป็นรายบุคคล ซึ่งผลการวิจัยนี้คาดว่าจะ เป็นประโยชน์ทางการศึกษาของทางคณะนิเทศศาสตร์ ตลอดจนผู้สนใจ

ทางฝ่ายอาจารย์ที่ปรึกษานิสิต มีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์ เพื่อกรอกข้อมูลจำนวน.....ชุด ตามที่แนบมานี้ด้วย

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นาย วินัย เจียมวิเศษสุข)

ขอแสดงความนับถือ

(รศ. ดร. ยุกล เบลูจรงค์กิจ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

เลขที่แบบสอบถาม.....

## แบบสอบถาม

## เรื่อง

ความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณาในปัจจุบันกับจรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณา  
กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

( ) ต่ำกว่า ม. 3

( ) จบ ม. 3 หรือเทียบเท่า

( ) จบ ม. 6 หรือเทียบเท่า

( ) กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา

( ) จบอนุปริญญา หรือเทียบเท่า

( ) จบปริญญาตรี

( ) จบปริญญาโท

( ) จบปริญญาเอก

( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. อาชีพ.....

5. ตำแหน่ง.....

6. สถานที่ทำงาน.....



ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับในโฆษณาในปัจจุบัน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร โปรดระบุ

ความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณาในปัจจุบัน	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยมาก	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด
1. การสร้างสรรค์โฆษณาในปัจจุบันปฏิบัติตามขั้นตอนของกฎหมาย					
2. มีการนำเสนอรูปแบบเอกลักษณ์ไทย ในโฆษณาที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน					
3. โฆษณาในปัจจุบันส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
4. โฆษณาสร้างแรงจูงใจ ให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้า					
5. โฆษณาในปัจจุบันส่งเสริมความผูกพันและความห่วงใยภายในครอบครัว					
6. โฆษณานำเสนอคุณประโยชน์ของสินค้า					

ความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณาในปัจจุบัน	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยมาก	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด
7. โฆษณาส่งเสริมโครงการพัฒนาต่าง ๆ ของรัฐบาล อาทิ เช่น การรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง โครงการอีสานเขียว โครงการลดมลพิษในอากาศ เป็นต้น					
8. โฆษณาในปัจจุบันเสนอข้อความหรือภาพ กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกทางเพศ					
9. โฆษณาใช้ภาษาเร้าความรู้สึกเพื่อดึงดูดความสนใจผู้บริโภคในที่จะให้จำข้อความ และตัวสินค้าให้ได้					
10. การสร้างรูปแบบโฆษณา เลียนแบบโฆษณาได้รับความนิยมอยู่					
11. โฆษณาในปัจจุบัน แทรกวิธีการใช้สินค้า					
12. โฆษณาที่เขียนคำเตือนให้ทราบในกรณีที่เป็นอันตราย					
13. โฆษณาเสนอข้อความกระทบกระทั่งทางเชื้อชาติ					



ความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณาในปัจจุบัน	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยมาก	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด
14. โฆษณาแสดงความเชื่อทางไสยศาสตร์ หรือสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติ					
15. การเสนอข้อมูลที่เป็นจริงเกี่ยวกับสินค้าในโฆษณาเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า					
16. โฆษณาเปรียบเทียบสินค้าประเภทเดียวกันเพื่อสร้างจุดเด่นของสินค้าของตน					
17. โฆษณาในปัจจุบันแสดงความห่วงใยในสุขภาพอนามัยของผู้บริโภค					
18. โฆษณาในปัจจุบัน เสนอข้อมูลสินค้าเพียงด้านเดียว					
19. โฆษณาสอดแทรกค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคม					
20. โฆษณาสร้างเครื่องหมายการค้าใกล้เคียงกับสินค้าคู่แข่ง					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณา นักโฆษณาควรจะนำไปปฏิบัติ  
ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร โปรดระบุ

ความคิดเห็นที่มีต่อจรรยาบรรณ วิชาชีพโฆษณา	ควรนำไปปฏิบัติ				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย มาก	ไม่เห็นด้วย มากที่สุด
1. ปฏิบัติตามกฎหมายทุกขั้นตอน					
2. ส่งเสริมเอกลักษณ์อันดีงาม ของชาติ					
3. ส่งเสริมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ เช่น สิ่งแวดล้อม เป็นต้น					
4. มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค					
5. สร้างความผูกพัน และความ ห่วงใยภายในครอบครัว					
6. แสดงคุณประโยชน์ของสินค้า					
7. ส่งเสริมโครงการพัฒนา ต่าง ๆ ของรัฐบาล อาทิเช่น การรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง โครงการอีสานเขียว โครงการ ลดมลพิษในอากาศ เป็นต้น					

ความคิดเห็นที่มีต่อจรรยาบรรณ วิชาชีพโฆษณา	ควรนำไปปฏิบัติ				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย มาก	ไม่เห็นด้วย มากที่สุด
8. ใช้ข้อความหรือภาพกระตุ้นให้ เกิดความรู้สึกทางเพศ					
9. ใช้ภาษาเร้าความรู้สึก เพื่อดึงดูด ความสนใจของผู้บริโภค					
10. เสนอรูปแบบโฆษณาเลียน แบบโฆษณาได้รับความนิยมอยู่					
11. อธิบายวิธีการใช้สินค้า					
12. เขียนคำเตือนให้ทราบ ในกรณี ที่เป็นอันตราย					
13. เสนอข้อความกระทบกระทั่งทาง เชื้อชาติ					
14. แสดงความเชื่อทางไสยศาสตร์ หรือสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติ					

<p>ความคิดเห็นที่มีต่อจรรยาบรรณ วิชาชีพโฆษณา</p>	ควรนำไปปฏิบัติ				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย มาก	ไม่เห็นด้วย มากที่สุด
15. นำเสนอข้อมูลที่เป็นจริงเกี่ยวกับ กับสินค้า					
16. เปรียบเทียบสินค้าประเภท เดียวกัน					
17. ห่วงใยในสุขภาพ อนามัยของ ผู้บริโภค					
18. ให้ข้อมูลของสินค้าเพียงด้านเดียว					
19. ส่งเสริมค่านิยม และบรรทัดฐาน ของสังคม					
20. สร้างเครื่องหมายการค้าใกล้ เคียงกับสินค้าคู่แข่ง					

## ประวัติผู้เขียน

นายวินัย เจียมวิเศษสุข เกิด 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2510 ที่จังหวัดกรุงเทพฯ สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรีนิเทศศาสตรบัณฑิต ภาควิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จบในปีการศึกษา 2532 เคยทำงานเป็นอาจารย์ประจำภาควิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ลาออกมาศึกษาต่อปริญญาโท ในสาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2534

