

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กิตติกานต์ ภูมิสวัสดิ์. การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดในกรุงเทพมหานคร, 2529.
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. พลศาสตร์ของการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
ธรรมาธิราช, 2531.
- จิราภรณ์ อารยะรังสฤษฎ์. ศึกษาศาสตร์. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1-4 (ตุลาคม 2527-กันยายน  
2531)
- จุมพล รอดคำดี. การสื่อสารในพลศาสตร์ของการสื่อสาร. เอกสารการสอน มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ. กรุงเทพมหานคร : คราฟแมน  
เพรส, 2527.
- ขวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์,  
2527.
- ชาญชัย พิจิตรวัยปริษา. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาโทรศัพท์มือถือ. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ชิบ จิตนิยม. ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้  
ใช้บริการเคเบิลทีวี : ศึกษาเฉพาะกรณี สมาชิกของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล  
บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอบีซี). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- ดารณี ถนอม. พฤติกรรมการเปิดรับสารความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทาง  
สื่อมวลชนของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ทัศนัย สุนทรวิภาต. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย กับการ  
ท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ เมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- นฤมล โรหิตจันทร์. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติ เกี่ยวกับ  
โครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ" .วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- บุญชัย รัตน์วีระประดิษฐ์. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาทางวิทยุโทร  
ทัศน์กับความสนใจและการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของเยาวชน : ศึกษาเฉพาะเยาวชน  
ที่เป็นสมาชิกของศูนย์ส่งเสริมกีฬาของศูนย์เยาวชนกรุงเทพมหานคร (ไทย-ญี่ปุ่น).  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ปิยกุล เลาว์ณย์ศิริ. ภาพยนตร์กับสังคม. วารสารศาสตร์ ปีที่ 4 เล่มที่ 1 (มิถุนายน-กันยายน 2526)
- ผู้จัดการรายวัน. ระบบตัวหนังสือใหม่สัมผัสเดียวก็สนุกได้. (4 กรกฎาคม 2538) : 30
- พรทิพย์ ท้วมเรืองรัมย์. บทบาทของสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- พัชนี เขยจรรยา. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเป็นเมือง การเปิดรับข่าวสารและความทันสมัยของประชาชน : ศึกษากรณีประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.
- พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์. การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- พระ จิรโสภณ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2535
- ไพบุลย์ คณะเศรษฐศาสตร์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของเยาวชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- ภัทณิดา พันธุมเสน. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของนักเรียนโรงเรียนสตรีนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534 (เอกสารถ่ายสำเนา)
- ราศรี ธรรมนิยม. จิตวิทยาพัฒนาการฉบับสมบูรณ์. เอกสารประกอบการสอนวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา, 2524. (เอกสารโรเนียวเย็บเล่ม)
- วรพล พรหมิกบุตร. เรดิโอ 2000. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ศรี พรินติ้ง เซ็นเตอร์ 2538
- วันทนี้อย์ แสนภักดี. ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2534.
- วินัย สุขแสวง. (ผู้พูด) "แม่กกาซินไหวต" (รายการวิทยุเรดิโอไหวต ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM.93.5 MHz) , 18 กรกฎาคม 2538.
- วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : กิ่งจันทร์การพิมพ์, 2523
- วีคเอนด์. ไฮเทคจอเงิน ปีที่ 3 ฉบับที่ 1293/1188 (31 ธันวาคม -1 มกราคม 2538)

- วุฒิชัย จำรงค์. พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2523.
- ศรีธรรม์ โรจน์สุพจน์. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อมวลชนกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531
- สุนารี ประสานเสริมส่ง. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วของผู้เลือกใช้น้ำมันเบนซินสำหรับรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- สุภาพงษ์ ระรวยทรง. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสารความรู้ และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- สุภารักษ์ จุตระกุล. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- สุรพงษ์ โสณะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- เสรี วงษ์มณฑา. โฆษณา : เมื่อมองสองแว่นขยาย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2528.
- ..... จิตวิทยาในการสื่อสาร. วารสารศาสตร์ ปีที่ 6 เล่มที่ 2 (พฤศจิกายน 2529)
- อรรถพร กงวิไล. การศึกษาเชิงทดลองอิทธิพลเกี่ยวกับทิศทางของข่าวสารในบทวิจารณ์เพลงเพลงกับความสนใจชื่อเพลงของเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- อรุณ งามดี. งานประกวดภาพยนตร์แห่งชาติครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : หมึกพิมพ์เพรส, 2538.
- อารีพร อำนวยกิจเจริญ. ปัจจัยบุคลิกภาพและการเลี้ยงดูของครอบครัวของวัยรุ่นที่มีอิทธิพลต่อการชม ทีวีคอนเสิร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

## ภาษาอังกฤษ

- Atkin, C.K. New model for mass communication research. New York : The Free Press, 1973.
- Bailyn, L. Mass Media and Children : A study of exposure habits and cognitive effects. Psychological Monographs 73 (1959) : 1-48.
- Ball-Rokeach, S. and DeFleur, M.O L. A dependency model of mass media effects. Communication Reserch, 1976.
- Becker S.L. Discovering mass communication. Illinois : Scott Foresman and Company Glenview, 1978.
- Colin, C. On Human Communication : A review, A survey, and Criticism. New York : Holt, Rhinehart and winston, 1978.
- Comstock et al. Television and human behavior. New York : Colombia University Press. Citing Nielson Company. National audience demographic reports, 1974.
- DeFleur, M.L. Theories of mass Communication. New York : David McKay, 1966.
- Dominick, J.R. The dynamics of mass communication. New York : McGraw Hill Pub, 1990.
- Galloway, J.J. and Meek, F.L. Audience uses nad gratifications : An expectancy model. Communication Research 8, 1981.
- Greenburg, B.S. and Kumata, H. National sample predictors of mass media use. Journalism Quarterly 45, 1 (1968) : 641-646.
- Hovland, C.I. and Janis, I.L. and Kelly, H.H. Communication and persuasion. New Haven, Conn : Yale University Press, 1953.
- ..... and Weiss, W. The influence of source credibility on communication effectiveness. Public Opinion Quarterly 16 (1961) : 635-650.
- Hurlock, B. Child development. New York : McGraw Hill Book Company, 1964.
- Katz, E., Blumler, J.G. and Gurevitch, M. Utilization of mass communication by the individual. In blumler, J.G. and Katz, E. (Eds), The Uses of Mass Communications Current Perspective on Gratifications Research. London : Sage, 1974.
- Kelman, H.C. and Hovland, C.I. reinstatement of the communicator in delayed measurement of opinion change. Journal of Abnormal and Social Psychology vol.48, 1953.

- Klapper, J.T. reinforcement, Minor change, and related phenomena. The effects of the mass communication. Glencoe, Illinois : The Free Press, 1960.
- Lasswell, H.D. The structure and function of communication in society. New York : Harpen & Brothers, 1948.
- Lerner, D. The passing of traditional : Modernizing the middle east. New York : The Free Press, 1958.
- Link, H.C. and Hopf, H.A. People and Books. New York : Rohn Industry Comittee, Book Manufacture Institute, 1946.
- McComb, M.E, and Becker, L.B. Using mass communication theory. Englewood Cliffs : N.J. Princtice Hall, 1979.
- McKinney, F. Counceling for personal adjustment. Boston : Houghton Muffin Co., Ltd. 1958.
- Merrill, J.C. and lowenstein, R.L. Media messages and men : New perspectives in communication. Chicago : Roand Mc.Nally College Publishing company, 1973.
- Rayburn, J.D. and Palmgreen, P. An expectancy value approach to media gratifications. In Rosengren, K.E., Wenner, L.A. and Palmgreen, P.(eds), Media Gratifications Research : Current Perspectives. Beverly-Hill : Sage, 1985.
- Riley and Flowerman, Group relations as a variable in communication Research. America Sociologist Review Vol. 16, 1951.
- Rogers, E.M. Communication strategies for family planning. New York : The Free Press, 1973.
- ....., and Floyed F.E. Communication of innovation. New York : The Free Press, 1971.
- ....., and Svenning L. Modernization among Peasants : The impact of communication. New York : Holt Rinehart and Winston, 1969.
- Rush, M., and Athoff, P. Introduction to political sociology. Great Britain : Western Printing Serviced Press Ltd., 1971.
- Schramm, W. Channels and audiences in handbook of communication. Chicago : Roand Mc.Nally College Publishing Company, 1973.
- Steiner, G.A. The people look at television : A study of audience attitudes. New York : The Free Press, 1973.

Wenner, L.A. Model specification and theoretical development in gratifications sought and obtained research : A comparison of discrepancy and transational approach. *Communication Monographs* 53, 1986.

Wright, C.R. *Mass communication : A sociological perspective*. New York : Random House, 1972.



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายการวิทยุที่เปิดรับ  
ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์

รายการ	สถานี	จำนวน	ร้อยละ
จำชื่อรายการไม่ได้	-	175	51.0
เรดิโอโหวต	93.5	80	23.3
ฮอตเวฟ	91.5	49	14.2
กรีนเวฟ	104.5	30	8.7
เรดิโอโนพรีอบเบลสม	88.0	20	5.8
สไมล์เรดิโอ	99.5	16	4.7
เอ็นเตอร์เทนเมนต์สเตชัน	96.5	8	2.3
บูมเรดิโอ	90.0	7	2.0
คลื่น Z	88.5	7	2.0
เรดิโอรีแล็กซ์	93.0	4	1.2
เพลงไทยคุณขอมมา	93.0	4	1.2
แซ็ท แอนด์ ชัน	90.5	2	0.5
รายการเพลงสากล	รวมสถานี	6	1.7
รายการอื่นๆ	ไม่ทราบสถานี	5	1.5
รวม		343	100.0

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายการโทรทัศน์ที่เปิดรับ  
ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์

รายการ	สถานี	จำนวน	ร้อยละ
สีสันบันเทิง	3	119	37.4
เส้นทางบันเทิง	7	53	16.7
แม่กกาซีนหลังเลนส์	5	51	16.0
โชว์โหม่ บาย ศศิธร	9	41	12.9
แหวดวงบันเทิง	3	30	9.4
ฮอลลิวูดรีพอร์ต	5	22	6.9
มายาวิชัน	7	21	6.6
บันเทิงคดี	5	10	3.1
ซีเนมา ซีเนมา ซีเนมา	IBC 2	7	2.2
โฆษณาทางโทรทัศน์	รวมสถานี	6	1.9
ทีนทอล์ค	5	4	1.3
ทีวีบันเทิง	3	4	1.3
คัมมิ่ง แอ็ทแทร์คชัน	IBC 2	2	0.6
สพายทีวี	IBC 6	2	0.6
ทีวีโหวด	9	2	0.6
4 ทุ่สมแควร์	7	2	0.6
HBO เอ็นเตอร์เทนเมนต์	IBC 5	1	0.3
HBO อินไซด์ฮอลลิวูด	IBC 5	1	0.3
เพื่อนกันวันเสาร์	5	1	0.3
เปิดโลกบันเทิง	5	1	0.3
จำชื่อรายการไม่ได้	รวมสถานี	4	1.3
รวม		318	100.0

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามนิตยสารทั่วไปที่เปิดรับ  
ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์

นิตยสารทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เธอกับฉัน	28	19.3
เดอะบอย	19	13.1
แพรว	13	8.9
ผู้หญิง	4	2.8
แองเจิ้ล	4	2.8
แพรวสุดสัปดาห์	3	2.1
คู่สร้างคู่สม	3	2.1
ขวัญเรือน	3	2.1
สกุลไทย	2	1.4
สตรีสาร	2	1.4
ดิฉัน	2	1.4
อิมเมจ	1	0.7
สีสัน	1	0.7
สารคดี	1	0.7
วัยหวาน	1	0.7
วัยน่ารัก	1	0.7
ซิสเตอร์	1	0.7
ชีวิตชีวา	1	0.7
จำนวนผู้อ่านนิตยสารทั่วไป	145	100.0

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามนิตยสารภาพยนตร์ที่เปิดรับ

นิตยสารภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ดาราภาพยนตร์	71	33.3
ทีวีพูล	45	22.2
สตาร์พิกส์	37	18.2
ภาพยนตร์บันเทิง	19	9.4
เอนเตอร์เทน	15	7.4
สตาร์ แอนด์ สไตส์	12	5.9
ซีเนแม็ก	6	2.9
ทีวี วีดีโอไทม์	3	1.5
ทีวีบันเทิง	3	1.5
ทีวีแม็กกาซีน	3	1.5
ดาราไทย	3	1.5
ฟิล์มวิว	1	0.5
รวม	203	100.0

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์

หนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	361	89.1
เดลินิวส์	279	68.9
มติชน	73	18.0
ข่าวสด	156	38.5
สยามรัฐ	19	4.7
สยามโพสต์	21	5.2
แนวหน้า	14	3.5
บ้านเมือง	16	4.0
ดาวสยาม	5	1.2
ผู้จัดการรายวัน	12	3.0
กรุงเทพธุรกิจ	19	4.7
บางกอกโพสต์	32	7.9
เดอะเนชั่น	34	8.4
รวม	405	100.0

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 พฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ และเหตุผลในการตัดสินใจชมภาพยนตร์

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์ตามโรงภาพยนตร์

ความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละ 4 ครั้งหรือมากกว่า	33	8.1
เดือนละ 2-3 ครั้ง	159	39.3
เดือนละ 1 ครั้งหรือน้อยกว่า	213	52.6
รวม	405	100.0

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการไปชมภาพยนตร์

พฤติกรรมการไปชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ดูคนเดียว	51	87.4
ดูกับเพื่อนกลุ่มใหญ่	238	41.2
ดูกับเพื่อนแค่ 2 คน	182	55.1
ดูกับครอบครัว	89	78.0
รวม	405	100.0

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่เลือกชมภาพยนตร์

เวลาที่เลือกชม	จำนวน	ร้อยละ
รอบ 10.00 น.	99	24.4
รอบ 12.00 น.	168	41.5
รอบ 14.00 น.	173	42.7
รอบ 17.00 น.	125	30.9
รอบ 19.00 น.	79	19.5
รอบ 21.00 น.	34	8.4

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของภาพยนตร์ที่เลือกชม

ประเภทของภาพยนตร์ที่เลือกชม	จำนวน	ร้อยละ
ตลกขบขัน	256	36.8
บู๊ ดุเดือด สงคราม	128	68.4
สยองขวัญ ผี	148	63.5
ผจญภัย ตื่นเต้น แอ็คชั่น	298	26.4
ชีวิตรัก วัยรุ่น	139	65.7
ชีวิตรักเศร้า ชีวิตที่ต่อสู้	78	80.7
การ์ตูน	84	79.3
แนววิทยาศาสตร์ แฟนตาซี	155	61.7
รวม	405	100.0

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)


ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการชมภาพยนตร์

เหตุผลในการชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความบันเทิง	306	75.6
พักผ่อนหย่อนใจ /ฆ่าเวลา	235	58.0
ชอบติดตามหนังใหม่	98	24.2
อยากได้ความรู้	55	13.6
ชอบดูเทคนิคพิเศษ	189	46.7
ชอบดูดารานำแสดง	150	37.0
รวม	405	100.0

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาพยนตร์ที่เลือกชม

ภาพยนตร์ที่เลือกชม	จำนวน	ร้อยละ
ภาพยนตร์ฝรั่ง	316	78.0
ภาพยนตร์ไทย	49	12.1
ภาพยนตร์จีน	34	8.4
ภาพยนตร์ญี่ปุ่น	6	1.5
รวม	405	100.0



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการให้สื่อมวลชน  
ปรับปรุงการเสนอข่าวสารในด้านเนื้อหาสาระ

สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มเนื้อหาสาระให้ได้ใจความมากขึ้น	81	20.0
บอกทั้งข้อดีข้อเสียของภาพยนตร์นั้นๆ มิใช่ชมอย่างเดียว และควรวิจารณ์ให้ตรงกับ ความจริง	48	11.9
ดีอยู่แล้วไม่ต้องปรับปรุง	25	6.2
ควรให้ข้อมูลที่กระชับ ได้ใจความสำคัญ	17	4.2
ควรบอกถึงเนื้อหาต่างๆของภาพยนตร์	14	3.5
ควรบอกให้ครอบคลุมทุกอย่าง รวมทั้ง เบื้องหน้า เบื้องหลัง ที่มา การถ่ายทำ	13	3.2
บอกเรื่องย่อและแนวของภาพยนตร์	5	1.2
ไม่ควรวิจารณ์โดยใช้ความคิดเห็นส่วนตัว มากเกินไป	4	0.9
ควรบอกถึงเนื้อหาสาระของภาพยนตร์ มากกว่าพูดถึงดาราที่แสดง	3	0.7
ควรนำเสนอข่าวสารโดยมีข้อคิดและ คติธรรมมากขึ้น	2	0.5
เขียนให้เข้าใจง่าย ๆ	2	0.5
ควรเสนอข่าวสารในหลายแง่มุม และให้ มีแง่มุมแปลกใหม่	2	0.5
ไม่ตอบ	189	46.7
รวม	405	100.0



ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการให้สื่อมวลชน  
ปรับปรุงการเสนอข่าวสารในด้านความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร

สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวสารที่ได้รับมีความทันสมัย และรวดเร็วดีอยู่แล้ว	99	24.4
อยากให้ข่าวสารที่ได้ทันสมัยทัน เหตุการณ์และรวดเร็วกว่านี้	93	22.9
อยากให้เสนอข่าวสารที่ทันสมัยและ สอดคล้องกับต่างประเทศ	12	3.0
อยากให้ปรับปรุงการโฆษณาและ การเสนอวันเวลาในการฉาย ภาพยนตร์ให้ชัดเจนขึ้น	1	0.2
อยากให้ข่าวสารได้รับรู้พร้อมกันทั่ว ประเทศ	1	0.2
ไม่ตอบ	199	49.1
รวม	405	100.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการให้สื่อมวลชน  
ปรับปรุงการเสนอข่าวสารในด้านความน่าเชื่อถือของข่าวสาร

สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
สื่อมวลชนควรให้ข้อมูลด้วยความตรงไปตรงมา ชัดเจนแน่นอน มีความเป็นกลางมากกว่านี้	160	39.5
มีความน่าเชื่อถือดีอยู่แล้ว	34	8.4
ควรเสนอข่าวสารโดยไม่ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ และไม่โฆษณาเกินจริง	8	2.0
ควรอ้างอิงแหล่งข่าวเพื่อความน่าเชื่อถือ	8	2.0
ข่าวสารที่ได้รับเชื่อได้บ้าง ไม่ได้บ้าง	8	2.0
ส่วนใหญ่จะเชื่อตนเอง	187	46.1
ไม่ตอบ		
รวม	405	100.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการให้สื่อมวลชนปรับปรุงการเสนอข่าวสารในด้านปริมาณข่าวสารที่ได้รับ

สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ควรเพิ่มปริมาณการนำเสนอข่าวสารให้มากขึ้น	113	27.9
ได้รับข่าวสารเพียงพออยู่แล้ว	76	18.8
ได้รับข่าวสารมากเกินไป	7	1.7
ควรนำเสนอข่าวสารให้เหมาะกับเนื้อที่หรือเวลาที่มี	2	0.5
บางที่ก็ได้รับมาก บางที่ก็ได้รับน้อย	1	0.2
ควรเพิ่มข่าวสารทางโทรทัศน์ให้มากขึ้น	1	0.2
ไม่ตอบ	205	50.6
รวม	405	100.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข  
แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามที่ต้องการคำตอบจากท่าน เพื่อใช้ประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ ท่านนั้นมิได้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ขอขอบคุณมากค่ะ แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 4 ตอน โปรดทำทุกตอน

กรุณาระบุคำตอบโดยขีดเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (ข้อ 1-5)

1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

2. อายุ \_\_\_\_\_ ปี

3. การศึกษา

1. ไม่ได้เรียน  2. ประถมศึกษา  
 3. มัธยมต้น  4. มัธยมปลาย  
 5. ปวช., ปวท.  6. อนุปริญญา, ปวส.  
 7.ปริญญาตรี  8. สูงกว่าปริญญาตรี

4. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพอะไร

1. นักเรียน/นักศึกษา  
 2. พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร  
 3. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 4. กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ  
 5. แม่บ้าน  
 6. วางงาน/กำลังหางานทำ  
 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ \_\_\_\_\_)

5. ท่านมีรายได้ส่วนตัวเดือนละเท่าไร (นักเรียน/นักศึกษาได้รับเงินเดือนจากผู้ปกครองเท่าไร)

1. 3,000 บาท หรือต่ำกว่า  
 2. 3,001-6,000 บาท  
 3. 6,001-10,000 บาท  
 4. 10,001-15,000 บาท  
 5. ตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ข้อ 6-14) โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในวงกลมหน้าข้อที่ท่านเลือก

• โดยปกติท่านเคยเห็นหรือได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ จากใครหรือสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

6. รายการวิทยุที่ท่านได้ฟังข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ (โปรดระบุชื่อรายการอย่างน้อย 1 รายการ)

(ถ้าท่านไม่เคยได้รับข่าวสารจากวิทยุให้ข้ามไปทำข้อ 7)

รายการ \_\_\_\_\_ สถานี \_\_\_\_\_

รายการ \_\_\_\_\_ สถานี \_\_\_\_\_

ฟังแต่จำชื่อรายการไม่ได้

6.1 ท่านได้ฟังข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากสื่อวิทยุบ่อยเพียงใด

1. มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง  
 2. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง  
 3. สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง  
 4. เดือนละ 1-2 ครั้ง  
 5. น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากสื่อวิทยุเพียงใดในเรื่องดังต่อไปนี้

ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อวิทยุ	พอใจมาก	ค่อนข้างพอใจ	เฉย ๆ	ไม่ค่อยพอใจ	ไม่พอใจเลย
เนื้อหาสาระ					
ความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร					
ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร					
ปริมาณข่าวสารที่ได้รับ					

7. รายการโทรทัศน์ที่ท่านรับชมข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ (โปรดระบุชื่อรายการอย่างน้อย 1 รายการ)  
 (ถ้าท่านไม่เคยได้ข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ให้ข้ามไปทำข้อ 8)

รายการ \_\_\_\_\_ สถานี \_\_\_\_\_

รายการ \_\_\_\_\_ สถานี \_\_\_\_\_

7.1 ท่านได้รับชมข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากสื่อโทรทัศน์บ่อยเพียงใด

1. มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง  
 2. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง  
 3. สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง  
 4. เดือนละ 1-2 ครั้ง  
 5. น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

7.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์เพียงใดในเรื่อง ดังต่อไปนี้

ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์	พอใจมาก	ค่อนข้างพอใจ	เฉย ๆ	ไม่ค่อยพอใจ	ไม่พอใจเลย
เนื้อหาสาระ					
ความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร					
ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร					
ปริมาณข่าวสารที่ได้รับ					

8. นิตยสารทั่วไปที่ท่านได้อ่านข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ (โปรดระบุชื่อนิตยสารอย่างน้อย 1 ฉบับ)  
 (ถ้าหากท่านไม่เคยได้อ่านนิตยสารทั่วไปให้ข้ามไปทำข้อ 9)

นิตยสาร \_\_\_\_\_ คอลัมน์ \_\_\_\_\_

นิตยสาร \_\_\_\_\_ คอลัมน์ \_\_\_\_\_

8.1 ท่านได้อ่านข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากนิตยสารทั่วไปบ่อยเพียงใด

1. มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง  
 2. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง  
 3. สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง  
 4. เดือนละ 1-2 ครั้ง  
 5. น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

8.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากนิตยสารทั่วไปเพียงใดในเรื่อง ดังต่อไปนี้

ข่าวสารที่ได้รับจาก นิตยสารทั่วไป	พอใจมาก	ค่อนข้าง พอใจ	เฉย ๆ	ไม่ค่อย พอใจ	ไม่พอใจเลย
เนื้อหาสาระ					
ความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร					
ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร					
ปริมาณข่าวสารที่ได้รับ					

- 9. นิตยสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ท่านได้อ่าน (โปรดระบุชื่อนิตยสารอย่างน้อย 1 ฉบับ)  
(ถ้าหากท่านไม่เคยได้ข่าวสารจากนิตยสารภาพยนตร์ให้ข้ามไปทำข้อ 10)

นิตยสาร \_\_\_\_\_ คอลัมน์ \_\_\_\_\_

นิตยสาร \_\_\_\_\_ คอลัมน์ \_\_\_\_\_

9.1 ท่านได้อ่านข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากนิตยสารภาพยนตร์บ่อยเพียงใด

1. มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง
2. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
3. สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
4. เดือนละ 1-2 ครั้ง
5. น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

9.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับจากนิตยสารภาพยนตร์เพียงใดในเรื่อง ดังต่อไปนี้

ข่าวสารที่ได้รับจาก นิตยสารภาพยนตร์	พอใจมาก	ค่อนข้าง พอใจ	เฉย ๆ	ไม่ค่อย พอใจ	ไม่พอใจเลย
เนื้อหาสาระ					
ความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร					
ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร					
ปริมาณข่าวสารที่ได้รับ					

- 10. หนังสือพิมพ์ที่ท่านได้อ่านข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ (เลือกได้มากกว่า 1 ฉบับ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ไทยรัฐ         | <input type="checkbox"/> 2. เดลินิวส์                |
| <input type="checkbox"/> 3. มติชน          | <input type="checkbox"/> 4. ข่าวสด                   |
| <input type="checkbox"/> 5. สยามรัฐ        | <input type="checkbox"/> 6. สยามโพสต์                |
| <input type="checkbox"/> 7. แนวหน้า        | <input type="checkbox"/> 8. บ้านเมือง                |
| <input type="checkbox"/> 9. ดาวสยาม        | <input type="checkbox"/> 10. ผู้จัดการรายวัน         |
| <input type="checkbox"/> 11. กรุงเทพธุรกิจ | <input type="checkbox"/> 12. บางกอกโพสต์             |
| <input type="checkbox"/> 13. เดอะเนชั่น    | <input type="checkbox"/> 14. อื่น ๆ (โปรดระบุ _____) |

10.1 ท่านได้อ่านข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากหนังสือพิมพ์บ่อยเพียงใด

1. มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง
2. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
3. สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
4. เดือนละ 1-2 ครั้ง
5. น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

10.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์เพียงใดในเรื่องดังต่อไปนี้

ข่าวสารที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์	พอใจมาก	ค่อนข้างพอใจ	เฉย ๆ	ไม่ค่อยพอใจ	ไม่พอใจเลย
เนื้อหาสาระ					
ความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร					
ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร					
ปริมาณข่าวสารที่ได้รับ					

11. ท่านเคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากเพื่อน/คนใกล้ชิด  
 12. ท่านเคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากบุคคลในครอบครัว/ญาติ  
 13. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากโฆษณาในโรงภาพยนตร์/ป้ายบิลบอร์ด

14. ท่านได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ในเรื่องใดบ่อยที่สุด/มากที่สุด (เลือกได้เพียงคำตอบเดียว)

1. เบื้องหลังภาพยนตร์ใหม่  
 2. เรื่องย่อภาพยนตร์ใหม่  
 3. คำวิจารณ์/การให้คะแนนภาพยนตร์  
 4. ความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง  
 5. ข่าวซุบซิบของดารา  
 6. การจัดอันดับภาพยนตร์ยอดเยี่ยม / รายงานภาพยนตร์ที่ทำรายได้เป็นอันดับต้น ๆ  
 7. วัน/เวลาในการฉายภาพยนตร์

ตอนที่ 3 พฤติกรรมในการชมภาพยนตร์และเหตุผลในการตัดสินใจชม (ข้อ 15-30)

15. ท่านชมภาพยนตร์ตามโรงภาพยนตร์เดือนละกี่ครั้ง

1. 4 ครั้งหรือมากกว่า  
 2. 2-3 ครั้ง  
 3. 1 ครั้งหรือน้อยกว่า

16. ท่านเลือกชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ประเภทใดบ่อยที่สุด

1. โรงภาพยนตร์ในศูนย์การค้า  
 2. โรงภาพยนตร์ชั้น 1 (ที่ไม่ได้อยู่ในศูนย์การค้า)  
 3. โรงภาพยนตร์ชั้น 2  
 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ \_\_\_\_\_)

17. โปรดให้รายชื่อโรงภาพยนตร์ที่ท่านชมบ่อยที่สุด 3 อันดับ

1. \_\_\_\_\_  
 2. \_\_\_\_\_  
 3. \_\_\_\_\_

18. โดยปกติท่านไปชมภาพยนตร์กับใคร (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. คนเดียว  
 2. คู่กับเพื่อนกลุ่มใหญ่  
 3. คู่กับเพื่อนแค่ 2 คน  
 4. คู่กับครอบครัว

19. ท่านชอบชมภาพยนตร์รอบใด (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. รอบ 10.00 น.  
 2. รอบ 12.00 น.  
 3. รอบ 14.00 น.  
 4. รอบ 17.00 น.  
 5. รอบ 19.00 น.  
 6. รอบ 21.00 น.

20. ท่านชอบชมภาพยนตร์ในแนวใด (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. ตลกขบขัน       2. บู้ ดุเดือด สงคราม  
 3. สยองขวัญ ผี       4. ผจญภัย ตื่นเต้นแอ็คชั่น  
 5. ชีวิตรักวัยรุ่น       6. ชีวิตรักเศร้า ชีวิตที่ต่อสู้  
 7. การ์ตูน       8. แนววิทยาศาสตร์ แฟนตาซี

21. เหตุผลในการชมภาพยนตร์ของท่าน (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. เพื่อความบันเทิง       2. พักผ่อนหย่อนใจ/ฆ่าเวลา  
 3. ชอบติดตามหนังใหม่       4. อยากได้ความรู้  
 5. ชอบดูเทคนิคพิเศษ       6. ชอบดูดารานำที่นำแสดง  
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ \_\_\_\_\_)

22. ท่านชอบชมภาพยนตร์ของชาติใด (เลือกได้เพียงคำตอบเดียว)

1. ฝรั่งเศส       2. ไทย  
 3. จีน       4. ญี่ปุ่น

• สิ่งต่อไปนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของท่านมากน้อยเพียงใด

สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล
23. การวิจารณ์ภาพยนตร์ของนักจัดรายการทางวิทยุ					
24. การอ่านคอลัมน์วิจารณ์ภาพยนตร์ในนิตยสารทั่วไป					
25. การอ่านคอลัมน์วิจารณ์ภาพยนตร์ในนิตยสารเกี่ยวกับภาพยนตร์					
26. การอ่านคอลัมน์ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์					
27. การชมรายการเกี่ยวกับเบื้องหลังภาพยนตร์ / การวิจารณ์ภาพยนตร์และข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์					
28. โฆษณาทางวิทยุ					
29. โฆษณาในนิตยสารภาพยนตร์					
30. โฆษณาทางโทรทัศน์					
31. โฆษณาในหนังสือพิมพ์					
32. ใบปิดที่หน้าโรงภาพยนตร์					
33. ป้ายโฆษณาบริเวณโรงภาพยนตร์/ที่ชุมชน					
34. ภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์					
35. คำแนะนำของเพื่อนหรือคนใกล้ชิด					
36. คำแนะนำของบุคคลในครอบครัวหรือญาติ					



ตอนที่ 4 ความเชื่อถือต่อสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ (ข้อ 37-46)

37. ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่เสนอโดยสื่อมวลชนหลายแขนงนั้น ท่านเชื่อถือข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทใดมากที่สุด

1. วิทยุ                                       2. โทรทัศน์  
 3. นิตยสารทั่วไป                       4. นิตยสารภาพยนตร์  
 5. หนังสือพิมพ์

- ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสื่อมวลชนที่เสนอข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ทั้ง 5 ประเภทต่อไปนี้ โปรดให้คะแนนตามความคิดเห็นของท่าน

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
ค่อนข้างเห็นด้วย	4	คะแนน
ปานกลาง/ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ไม่ค่อยเห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

ลักษณะของสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์	วิทยุ	โทรทัศน์	นิตยสารทั่วไป	นิตยสารภาพยนตร์	หนังสือพิมพ์
38. สื่อมวลชนให้ข้อมูลด้วยความเป็นกลางและสามารถเชื่อถือได้					
39. ผู้เขียนหรือดำเนินรายการเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์จริงๆ					
40. คำวิจารณ์จากสื่อมวลชนมีส่วนโน้มน้าวใจให้ท่านไปชมภาพยนตร์					
41. การโฆษณาภาพยนตร์ตัวอย่างมีส่วนโน้มน้าวใจให้ท่านไปชมภาพยนตร์					
42. ภาพยนตร์ที่สื่อมวลชนวิจารณ์ว่าดีบางครั้งก็ไม่ดีจริงตามที่บอก					
43. สื่อมวลชนมักจะได้รับผลประโยชน์จากการเชียร์ภาพยนตร์					
44. คำวิจารณ์ในทางลบของสื่อมวลชนมีผลทำให้ทัศนคติของท่านเปลี่ยนไปในทางลบด้วย					
45. ท่านเชื่อในคำวิจารณ์หรือข่าวสารต่างๆที่สื่อมวลชนบอกทุกครั้ง					

46. ท่านอยากให้สื่อมวลชนที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ปรับปรุงอย่างไรบ้าง ในเรื่องต่อไปนี้

- เนื้อหาสาระ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- ความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- ปริมาณข่าวสารที่ได้รับ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- คำแนะนำอื่น ๆ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

ขอบคุณค่ะ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ประวัติผู้เขียน

นางสาวพิรฤดา พจนพิสุทธิ์ เกิดเมื่อวันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2512 สำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรีวารศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จากคณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2534 และเข้าศึกษาต่อใน หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการเมื่อ ปี พ.ศ. 2537



ศูนย์วิทยุ โทรทัศน์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย