

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กำจร หลุยยะพงศ์. การวิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอภาพของความเป็นชายในบทโฆษณาเบียร์สิงห์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๕.
- จุฬารัตน์ อภัยโรจน์. การศึกษาเปรียบเทียบการขายตรงสินค้าเครื่องสำอางทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๕.
- ชาติพิง สุนทรจิตติเจริญ. ทัศนคติของผู้ชายต่อการใช้เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๕.
- ชลธิรา สัตยวัฒน์และคณะ. การใช้ภาษา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เคล็ดไทย, ๒๕๒๑.
- ชลมาศ คูหารัตนากร. Metro sexual marketing ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลและถนอมผิวสำหรับผู้ชายกับการโฆษณา. สารนิพนธ์วารสารศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาโฆษณา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๑.
- จิตติกา ลักษณะพิสุทธ์. การใช้อุปมาโวหารในบทโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการโฆษณา สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐.
- ณัฐฐิกา ฅวรรณโณ. ความเกี่ยวพันของผู้บริโภค การตอบสนองต่อโฆษณา และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาร่างกายของผู้บริโภคผู้ชาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒.
- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. หน้าที่ของอุปถัมภ์จากมุมมองของผู้พูดภาษาไทย. ภาษาและวรรณคดีไทย ๑๖, ธันวาคม ๒๕๔๒ : ๒๕๐.
- เทพี จรัสจรวงเกียรติ. ฉลาด สวย รวย เก่ง: การสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ผ่านเรื่องเล่าในโฆษณาของนิตยสารผู้หญิงไทย. พลวัตของภาษาไทยปัจจุบัน, ๒๑๕. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๕.

นุวีร์ เลิศบรรณพงษ์. Metro sexual marketing. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์Brand Age, ๒๕๔๕.

พจนีญา ศรีตะวัน. การรู้จักตราสินค้า และทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายเพศชายที่มีต่อการตัดสินใจเลือกตราสินค้าเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ๒๕๔๕.

พรทิพย์ สัมปิตตะวณิช. แรงจูงใจกับการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖.

พรทิพย์ กัทธนาวิก และตรีศิตปี บุญขจร. การใช้ภาษากับการเขียนโฆษณา. อักษรศาสตร์พิจารณา. ๔,๒ กันยายน : ๗-๑๗.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คพับลิเคชั่นส์จำกัด, ๒๕๔๖.

รัชนิษฐ์ พงศ์อุดม. ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับค่านิยมเกี่ยวกับความงาม: การศึกษาวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางในภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๘.

วิไล หนูหนักดี. แนวโน้มการใช้และผลิตเครื่องสำอางในอนาคต. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๔.

วิชา สันทนาประสิทธิ์. การนำเสนอภาพความเป็นชายในภาพยนตร์ไทยระหว่างปีพ.ศ. ๒๕๔๑-๒๕๔๒. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๓.

วีรพร คงสุวรรณ. การศึกษาเปรียบเทียบบทโฆษณาในนิตยสารมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพศชายและเพศหญิง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๕.

สิทธิโชค สวัสดิวัฒน์. การเปิดรับโฆษณาทัศนคติและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๑.

เสวี วงษ์มณฑา. หลักการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร, ๒๕๔๖.

ศโรชา ศรีโสกา. ผู้ชายกับความงาม กรณีศึกษา : การสร้างสรรค์ภาพโฆษณาให้ดึงดูดใจชายเมโทรเซกซวลในสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร. สารนิพนธ์วารสารศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาโฆษณา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๘.

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. ภาษาในสังคมไทย ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง การพัฒนา.  
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒.

อวยพร พานิชและคณะ. ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๗.

### ภาษาอังกฤษ

Mehta, A. using self concept to access advertising effectiveness, Journal of Advertising Research. 39 no.1 (January/February): 81-89,1999.

Phakdeephassook, Siriporn. A Smart Person Knows How to Consumer Healthily: A Study of Advertising Discourse of Health-Claimed Product and services in Thai, The International Symposium on Discourse, Communication and Modernity, pp28. Chulalongkorn University Thailand, September 7, 2007.

Prakash, V. 1992. Sex roles and advertising preference. Journal of Advertising Reserch. 32no.3(May/June):43-52.



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาววัลลภา จิระติกาล เกิดเมื่อวันที่ ๑๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๒๖ ที่ กรุงเทพมหานคร จบการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.) เกียรตินิยมอันดับ ๑ จากคณะศิลปศาสตร์ สาขาภาษาไทย มหาวิทยาลัยรังสิตในปีการศึกษา ๒๕๔๗ และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปีการศึกษา ๒๕๔๘