

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- แมคเคลล, เดนิต. แบบจำลองการสื่อสาร สำหรับการศึกษากการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: ดวงกมล, 2537.
- สุจิตรา รัตนกรภข. การวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ตั้งแต่ปี 2519-2531. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช,มหาวิทยาลัย. หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช,มหาวิทยาลัย. ธุรกิจการโฆษณาหน่วยที่ 11-15. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.
- เลวี วงษ์มณฑา. กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา ฉบับแก้ไขปรับปรุง กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า, 2534.

ภาษาอังกฤษ

- Book , Albert C. The radio and television commercial. 2nd ed. Lincolnwood, Illinois : NTC, 1988.
- Controversy Advertising, how advertisers present point of view in public affairs. New York : Hasting House, 1997.
- Dahlgren, Peter. Television and the public sphere : citizenship, democracy and the media. London : Sage, 1994.
- Dunn , S.Watson. Advertising : its role in Modern Marketing , 5th ed. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc,1982.
- Fairclough, Norman. Media Discourse. . London : Edward Arnold , PLC , 1995.
- Fiske, John. Introduction to communication studies . 2nd ed. London : Routledge Publishing, 1994.

- Garrett J. O Keefe. "The Uses and Effects of Public Service Advertising" Public Relation Research Annual V.3, 1995.
- Hartly, John. Popular Reality : journalism, modernity, popular culture, London : Arnold, 1996.
- Livingstone, Sonai . Talk on Television: audience participation and public debate. London and New York: Routledge . 1994.
- Marlow, Eugene. Electronic public relation : Belmont , California: Wadsworth Publishing, 1996.
- McQuail, Denis. Mass Communication : a theory, an introduction, 3rd ed. London : Sage, 1992.
- McQuail, Denis. Media Performance: Mass Communication and the public interest . London : Sage, 1992.
- Prince, Monroe E. Television : The public sphere and national identity . New York : Oxford: Clarendon Press, 1995.
- Teun A.van Dijk. Discourse as structure and process : discourse studies : a multidisciplinary introduction volume 1, London : Sage, 1997.
- Ulanoff, Stanley M. Advertising in America : An Introduction to persuasive communication New York : Hastings House Publishers, 1977.
- Verstraeten, Hans. "The Media and the Transformation of The Public Sphere A Contribution for a Critical Economy of The Public Sphere" European Journal of Communication SAGE Publications , 1996.

ประวัติผู้วิจัย

นายสมภพ กิ่งเงิน เกิดวันที่ 22 พฤษภาคม 2515 ที่จังหวัดกรุงเทพฯ สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์บัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี 2537 ตามที่ได้มุ่งหวังไว้ จากนั้นด้วยอุดมการณ์ที่มุ่งมั่น จึงได้ทำงานเป็นผู้เขียนบทละครคดีทางโทรทัศน์ ด้านสิ่งแวดล้อมประมาณ 1 ปี จึงเกิดความคิดที่จะเปิดโลกทัศน์ของตนเองให้เพิ่มมากขึ้น โดยผันตัวเองไปเป็นนักประชาสัมพันธ์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มาจนถึงปัจจุบัน ระหว่างการทำงานมีความคิดที่จะไขว่คว้าหาความรู้ให้กับตัวเองมากขึ้น จึงตัดสินใจศึกษาต่อตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2540 พร้อมกับทำงานไปด้วย เพื่อพิสูจน์ความสามารถของตัวเอง และในที่สุดได้พบว่า ตนเองประสบความสำเร็จอย่างงดงามกับการตัดสินใจในครั้งนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย