

รายการอ้างอิง



ภาษาไทย

หนังสือ

ชานาญ รอดเหตุภัย. สัมมนาการใช้ภาษาไทยปัจจุบัน. กรุงเทพมหานคร : กรุงเทพมหานครการพิมพ์, 2522.

ระปะนีย์ นาครทรรพ และประภาศรี สีหอำไพ. ภาษาไทยสำหรับครู กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

ดุษฎีพร ชำนิโรคนานต์. "ปัญหาการใช้ภาษาไทย." กรองภาษาและวรรณกรรม ประชัมบทความเชิงวิชาการ. กรุงเทพมหานคร : ศรีเมืองการพิมพ์, 2516.

ธวัช พลังเทพินทร์. "ภาษาและการสื่อสาร" รายงานการสัมมนาทางวิชาการ ครั้งที่ 1 วันที่ 1-3 พฤศจิกายน 2516. ณ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญเหลือ เทพยสุวรรณ,ม.ล. "ข้อควรคำนึงเกี่ยวกับการอบรมครูภาษาไทย." เอกสารนิเทศการศึกษา ฉบับที่ 186. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ตำรวจ, 2520.

ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493 หน้า 261.

มัญญุ แสงหิรัญ และคนอื่น ๆ . การโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2518.

วิรัช ลภีรัตนกุล, ความหมายและความสำคัญของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์, เอกสารการสอนหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-7.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เอเชียเพรส, 2529.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล, การโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2518.

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต, อวยพร พานิช, วิวัฒนาการของภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์ไทย
(พ.ศ. 2387-2527). รายงานผลการวิจัยทุนวิจัยรัชดาภิเษกสมโภช
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
อักษรศาสตร์, คณะ. ชุมนุมภาษาไทย 2504-2505 พระนคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2516.

บทความ

จินตนา ติงสภักย์. "อำนาจของคำโฆษณาเพื่อจูงใจหรือหลอกให้คนอยากซื้อของ."

นิเทศสาร 2 (กรกฎาคม-สิงหาคม 2526) : 27.

พรทิพย์ ภักธนาวิก และตรีศิลป์ บุญขจร. "การใช้ภาษากับการโฆษณา." อักษรศาสตร์

พิจารณา 2 (กันยายน 2517) : 7-17.

มานะ กรรณเลขา. "สร้างสรรค์งานโฆษณาอย่างไรจึงจะขายสินค้าได้." นิเทศสาร

5 (สิงหาคม 2519-กรกฎาคม 2520) : 90-94.

ไมตรี อังภากรณ์, "การโฆษณาเป็นการสูญเปล่าหรือไม่." นิเทศสาร 5 (สิงหาคม

2529) : 102-103.

สมิต สัชฎุกร. "ความเห็นบางประการในการใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา." นิเทศสาร 2

(กันยายน 2517) : 7-17.

สุภาภรณ์ จันทรมิมล. "อยากเป็นนักเขียนบทโฆษณาบ้างไหม." นิเทศสาร. 7 (กันยายน

2521) : 70.

เอกสาร

คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักนายกรัฐมนตรี. "ระเบียบ
ว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ
โทรทัศน์ พ.ศ. 2521." เอกสารคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี, 2521.

โฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย, สมาคม. เอกสารประกอบหลักสูตร "ครีเอทีฟ", 2522.
 นิสิตปริญญาโทการสอนภาษาไทย. "อิทธิพลสื่อมวลชนที่มีต่อการเรียนการสอนภาษาไทย"
เอกสารประกอบการเรียนวิชาสัมมนาการสอนภาษาไทย มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์, 2521.

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา หน่วยที่
1-5. กรุงเทพมหานคร : บริษัททวทก, 2531.

สำนักเลขาธิการรัฐมนตรี. ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.
2521.

วิทยานิพนธ์

จันทร์นวล พรหมมาส. การศึกษาเปรียบเทียบทักษะการเขียนภาษาไทยของนักเรียนชั้น
มัธยมศึกษาปีที่ 4 แผนกวิทยาศาสตร์กับแผนกศิลปะ. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2511.

ดวงฤดี รัตนโอฬาร. บทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการควบคุม
ดูแลการโฆษณาทางสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการ
สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

บุญทิวา นาคะตะ. การศึกษาการยอมรับรายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาสุขภาพของสมาชิก
รายการโทรทัศน์ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

ประธาน พงษ์ประยูร. ผลกระทบของการควบคุมโฆษณาของรัฐต่อการผลิตภาพยนตร์โฆษณา
ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2525.

ปาริชาติ พุดน้อย. ความคิดเห็นของครูภาษาไทยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการใช้
ภาษาไทยของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชามัธยมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

ปรีชา กิตติสุนทร. การวิเคราะห์เนื้อหาจรรยาบรรณในโฆษณา. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหา
บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

พัชรี รังสกุล. ความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นต่อรายการโทรทัศน์ในปี
2511. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2511.

วันทนี ฤทธิคุปต์ ความคิดเห็นของครูภาษาไทยและนักเรียนเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ที่มี
ผลต่อการเรียนภาษาไทยของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชามัธยมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหา
วิทยาลัย, 2528.

ศรีจรุง ตันติกุล. การศึกษาการใช้ภาษาสแลงของนักเรียนวัยรุ่นนโรงเรียนราชฤกษ์ใน
จังหวัดพระนคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหา
วิทยาลัย, 2509.

ศิริรัตน์ เจริญศักดิ์. ความสนใจรายการโทรทัศน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2513.

ศิวะพร สุคนธ์พงษ์. การวิเคราะห์บทบาทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการใช้ภาษาไทย
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทมหาบัณฑิต ภาควิชามัธยมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2521.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ และสุพัตรา เพชรมนี่. บทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อการดำรงชีวิตของ
ประชาชนในกรุงเทพมหานคร. 2525. (อัดสำเนา)

สายสุพรรณ สุพรรณพรรค. ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียน
พัฒนศึกษาเขตพนธ์ต่อรายการโทรทัศน์ ปีการศึกษา 2516. วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2516.

สุนัย เครือนิล. ข้อบกพร่องในการใช้ภาษาไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2502.

สุริย์ พันธุ์เจริญ. "รณรงค์เพื่อภาษาไทย" เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง
วัฒนธรรมทางภาษาของไทย. จัดโดยคณะกรรมการเผยแพร่เอกลักษณ์
 ของไทย ณ ตักสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล, 12-14 พฤษภาคม 2525.
 (อัดสำเนา)

สุริย์ประกา ตรีเวช. ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร
เกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชา
 มัธยมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2522.

ภาษาต่างประเทศ

Bandura, Albert. Social Learning Theory. Englewood Cliffs, NJ :
 Prentice Hall, 1977.

Berlo, David K. The Process of Communication. New York : Holt,
 Rinehart and Winston, 1960.

Everette M. Rogers. Communication Strategies for Family Planning.
 New York : The Free Press, 1973.

Himmelweit, H., Oppenheim, A.N., and Vince, P. Television and the
Child. London : Oxford, 1958.

John S. Wright, Daniel S. Warren and Willis L Winter. J.R.
Advertising. New York : Mc Graw Hill, 1971.

Oxenfeldt A.R. and Swan C. Management of the Advertising Function.
 California : Wadsworth Publishing Company, 1964.

Pattis S.W. William. Opportunities in Advertising Lincolnwood :
 National Textwood Company, 1974.

Rowland D. Klink. A Survey of the Uses Made of Commercial Television Programmes by Teachers in Elementary Schools of Indiana. Thesis abstract. Bloomington : Indiana University 1958.

Schramm, Wilbur. Television in the Lives of our Children. Communication Research Center : Chulalongkorn University Press, 1965.

Rossiter, John R. Does TV Advertising Affect Children? Journal of Advertising Research. Vol. 19 No. 1 (February 1979) : 49-52.

Seehaper, Gene F. and Jack W. Laemnar, Successful Television and Radio Advertising. McGrawhill Books Company, 1959.



ภาคผนวก

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาไทย



แบบสอบถามทั้งหมดมี 3 ภาค จำนวน 10 หน้า

ภาคที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม การรับสารโฆษณา และความคิดเห็น
เกี่ยวกับการโฆษณา

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ.....ปี
3. ขณะนี้กำลังศึกษาชั้นปีที่.....คณะ.....
4. ท่านดูโทรทัศน์บ่อยครั้งเพียงใด

() ทุกวัน	() 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์
() 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	() สัปดาห์ละครั้ง
() ไม่แน่ใจ	() ไม่ได้ดูเลย
5. ช่วงเวลาที่ท่านดูโทรทัศน์
 - 5.1 วันธรรมดา

() 16.00-17.00 น.	() 17.00-18.00 น.
() 19.00-20.00 น.	() 20.00-21.00 น.
() 21.00-22.00 น.	() 22.00-23.00 น.
() 23.00-24.00 น.	() 24.00-02.00 น.

5.2 วันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดราชการ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 8.00-11.00 น. | <input type="checkbox"/> 11.00-14.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 14.00-17.00 น. | <input type="checkbox"/> 17.00-20.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 20.00-23.00 น. | <input type="checkbox"/> 23.00-02.00 น. |

6. รายการโทรทัศน์ที่ท่านชอบดู (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ละคร | <input type="checkbox"/> เกมส์โชว์ |
| <input type="checkbox"/> กีฬา | <input type="checkbox"/> ข่าว |
| <input type="checkbox"/> ทอล์คโชว์ | <input type="checkbox"/> ดนตรี |
| <input type="checkbox"/> สารคดี | <input type="checkbox"/> การ์ตูน |

7. ประเภทของโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ท่านชอบดู (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ส่งเสริมสังคม | <input type="checkbox"/> สวยงาม |
| <input type="checkbox"/> ให้ข้อคิด | <input type="checkbox"/> ตื่นเต้น ทำทนาย |
| <input type="checkbox"/> ตลกขบขัน | <input type="checkbox"/> สนุกสนาน |

8. เหตุผลที่ท่านชอบชมโฆษณาทางโทรทัศน์

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เพื่อความเพลินเพลิน | <input type="checkbox"/> เพื่อรู้จักสินค้าต่างๆ ดีขึ้น |
| <input type="checkbox"/> เพื่อรู้จักเลือกสินค้ามาใช้ | <input type="checkbox"/> เพื่อรู้จักวิธีการโฆษณาที่น่าสนใจ |
| <input type="checkbox"/> เพื่อรู้จักภาษาแปลกๆ | |

9. เมื่อท่านชมโฆษณาทางโทรทัศน์แล้ว ท่านมีความรู้สึกอย่างไร

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> สนใจวิธีโฆษณา | <input type="checkbox"/> สนใจภาษาที่ใช้ในโฆษณา |
| <input type="checkbox"/> สนใจสินค้าที่โฆษณา | <input type="checkbox"/> ไม่สนใจเลย |

10. ความสนใจในการโฆษณาของท่านมีมากน้อยเพียงใด

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> สนใจมากที่สุด | <input type="checkbox"/> สนใจมาก |
| <input type="checkbox"/> สนใจ | <input type="checkbox"/> สนใจปานกลาง |
| <input type="checkbox"/> สนใจน้อย | <input type="checkbox"/> ไม่สนใจ |
| <input type="checkbox"/> เฉยๆ | |

11. ตามความเห็นของท่าน ส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้การโฆษณานั้นดึงดูดความสนใจคือ

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> บทโฆษณา | <input type="checkbox"/> เสียงโฆษณา |
| <input type="checkbox"/> ภาพโฆษณา | <input type="checkbox"/> คำหรือข้อความโฆษณา |

12. ท่านชอบลักษณะของภาษาโฆษณายังไง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ชอบคำเรียบง่าย เข้าใจง่าย | <input type="checkbox"/> ชอบคำสำนวน คมคาย |
| <input type="checkbox"/> ชอบคำตัดแปลง | <input type="checkbox"/> ชอบคำคล้องจอง |
| <input type="checkbox"/> ชอบคำที่จำได้ง่าย | <input type="checkbox"/> ชอบคำแปลกๆ ทันสมัย |
| <input type="checkbox"/> ชอบคำไม่สุภาพ | <input type="checkbox"/> ชอบคำที่มาจากภาษาต่างประเทศ |
| <input type="checkbox"/> ชอบคำตลก | <input type="checkbox"/> ชอบคำที่ไม่เคยฟังมาก่อน |
| <input type="checkbox"/> ชอบคำสั้นๆ กระชับรัด | <input type="checkbox"/> ชอบคำที่เร้าอารมณ์ |

13. ท่านคิดว่าการชมโฆษณา ช่วยส่งเสริมความรู้ในด้านการใช้ภาษาไทยอย่างไร

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ฝึกการแปลความหมายที่ดี | <input type="checkbox"/> สังเกตสำนวนการใช้ภาษาพูด |
| <input type="checkbox"/> ฝึกการฟังจับใจความที่ดี | <input type="checkbox"/> สังเกตการใช้ภาษาเขียน |
| <input type="checkbox"/> ได้เห็นการใช้ภาษาที่ดีและไม่ดี | |

14. ลักษณะของการโฆษณาในปัจจุบันเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> มุ่งขายสินค้าอย่างเดียว | <input type="checkbox"/> ขาดความรับผิดชอบ |
| <input type="checkbox"/> โฆษณาเกินความเป็นจริง | <input type="checkbox"/> ปลุกฝังค่านิยมในทางที่ผิด |
| <input type="checkbox"/> ขาดความระมัดระวังในการใช้ภาษา | <input type="checkbox"/> ให้ความคิดที่ดี |
15. ท่านคิดว่าการโฆษณามีอิทธิพลต่อท่านในด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เลียนแบบการใช้ภาษาพูด | <input type="checkbox"/> เลียนแบบภาษาเขียน |
| <input type="checkbox"/> เลียนแบบการกระทำ | <input type="checkbox"/> เลียนแบบการแต่งกาย |

ภาคที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในโฆษณา

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความหมายของภาษาในโฆษณา

โปรดขีดเครื่องหมาย / ในช่องขวามือช่องใดช่องหนึ่งที่ท่านเห็นด้วย

ภาษาในโฆษณา (สโลแกนปิดท้าย)	ความเข้าใจในความหมาย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สัมผัสแห่งคุณภาพ					
2. ชีวิตเปี่ยมมรสชาติ					
3. รักคุณเท่าฟ้า					
4. เทคโนโลยีครบวงจร					
5. ข้าวเกรียบรวยเพื่อน					
6. เพื่อนคู่ปาก					
7. กินไม่ได้แต่เท่ห์					
8. สะอาดไม่เสียหน้า					
9. สดและมันอย่างมีสไตล์					
10. ผ้าขาวจนคุณตะลึง					
11. หลอดสะตวมกมากสะอาด					
12. ซึมซับมากกว่า มันใจทุกเวลา					
13. สว่างข้ามคืน คุ่มข้ามปี					
14. สุนทรีย์แห่งการขับชี่อันสูงส่ง					
15. สัมผัสที่เนียนนุ่ม ด้วยรสนิยมอัน คลาสสิก					
16. ต่างที่รูปทรง ต่างที่รสนชาติ					

ภาษาในโฆษณา (สโลแกนปิดท้าย)	ความเข้าใจในความหมาย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
17. ร้อยปีเอสโซ่ไทย ร้อยใจขอบคุณ					
18. เส้นที่เหนือจินตนาการ					
19. ซิมซิปบำรุงล้าลึกจากรากจรดปลาย					
20. ทุกที่กับรสแท้กาแฟเย็น					

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการใช้ภาษาในโฆษณา

โปรดขีดเครื่องหมาย / ในช่องขวามือช่องใดช่องหนึ่งที่ท่านเห็นด้วย

รายการ	ความเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ใช้คำที่จำได้ง่าย					
2. ใช้คำสั้นๆ กะทัดรัด					
3. ใช้คำที่เข้าใจง่าย					
4. ใช้คำที่เร้าอารมณ์					
5. ใช้คำที่เห็นภาพพจน์					
6. ใช้คำที่มีความหมายชัดเจน					
7. ใช้คำดึงดูดความสนใจ					
8. ใช้คำที่ให้อารมณ์ขัน					
9. ใช้คำทันสมัยเหมาะสมกับสภาพการณ์					
10. ใช้คำที่สร้างขึ้นโดยไม่มีกฎเกณฑ์					
11. ใช้คำที่ผิดหลักภาษาไทย					
12. ใช้คำกำกวม คลุมเคลือบ					
13. ใช้คำไม่สุภาพ					
14. ใช้คำสะแลง					
15. ใช้คำต่างประเทศ					
16. ใช้คำไม่มีความหมาย					
17. ใช้คำฟุ่มเฟือย					
18. ใช้คำที่ไม่เป็นที่เข้าใจ					
19. ใช้คำคล้องจองแต่ความหมายไม่มี					
20. ใช้คำที่มีความหมายเป็นจริง					

ภาคที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของภาษาในโฆษณาที่มีต่อการใช้ภาษาไทยของนิสิต

ตอนที่ 1 ท่านเห็นว่าภาษาในโฆษณาช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยของนิสิตในชีวิตประจำวันเพียงใด

โปรดขีดเครื่องหมาย / ในช่องขวามือช่องใดช่องหนึ่งที่ท่านเห็นด้วย

รายการ	ความเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ได้แบบอย่างสำนวนการใช้ภาษา					
2. ได้ตัวอย่างการใช้ภาษาที่ดี					
3. ได้ตัวอย่างการใช้ภาษาที่ไม่ดี					
4. ฝึกการฟังเพื่อใช้วิจารณ์และค้นหาเหตุผล					
5. ฝึกการฟังเพื่อสรุปใจความ					
6. ได้แบบอย่างการพูดที่กระชับกะทัดรัด					
7. ได้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของภาษา เช่น การพูดถูกกาลเทศะและบุคคล					
8. ได้แบบอย่างการพูดที่ถูกต้องชัดเจน					
9. ได้แบบอย่างการพูดแบบต่างๆ					
10. ได้ข้อสังเกตการใช้ศิลปะในการพูด เช่น การเน้นคำ การใส่อารมณ์					
11. ฝึกการถ่ายทอดความคิดออกเป็นคำพูด					

รายการ	ความเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. ได้แบบอย่างการเขียนภาษาที่กระชับ					
13. ได้แบบอย่างการเขียนสำนวนได้ถูกต้อง					
14. ได้แบบอย่างการเขียนแบบต่างๆ					
15. ฝึกการสังเกตการใช้ภาษา					
16. ทำให้รู้จักคำหรือภาษาเพิ่มขึ้น					
17. ได้รับความรู้ความคิดใหม่เกี่ยวกับภาษา					
18. ทำให้สามารถแยกลักษณะภาษาได้ถูกต้อง					
19. ได้ภาษาแปลกๆ เก็บไว้ใช้					
20. เป็นแนวทางในการคิดสร้างคำใหม่					



ตอนที่ 2 การนำเอาภาษาในโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวันของนิสิต

โปรดขีดเครื่องหมาย / ในช่องขวามือช่องใดช่องหนึ่งที่ท่านเห็นด้วย

ลักษณะของการนำไปใช้	ความเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ใช้พูดกับเพื่อนๆ					
2. ใช้พูดกับผู้ใหญ่ หรือผู้ที่มีอายุมากกว่า					
3. ใช้พูดกับเด็ก หรือผู้ที่มีอายุน้อยกว่า					
4. ใช้พูดกับอาจารย์					
5. ใช้พูดกับพ่อ แม่					
6. ใช้พูดกับพี่ น้อง ภายในบ้าน					
7. ใช้พูดกับญาติ					
8. ใช้พูดกับคนทั่วไป					
9. ใช้พูดในการอภิปรายในชั้นเรียน					
10. ใช้เขียนจดหมายส่วนตัว					
11. ใช้เขียนจดหมายเป็นทางการ					
12. ใช้เขียนตอบข้อสอบ					
13. ใช้เมื่อมีการเขียนบทความ					

1. เมื่อเอ่ยถึงโฆษณาทางโทรทัศน์ ท่านนึกถึงโฆษณาชิ้นใด

1.....

2.....

3.....

2. คำหรือข้อความในโฆษณาที่ท่านนึกถึง

1.....

2.....

3.....

3. ลักษณะทางภาษาของคำหรือข้อความที่ท่านนึกถึง (พลิกดูแบบสอบถามหน้า 6)

.....

4. ท่านเห็นว่าคำหรือข้อความที่โฆษณานั้นมีความถูกต้องหรือเหมาะสมเพียงใด

.....

5. ถ้าให้ท่านลองคิดคำโฆษณาของสินค้าชนิดหนึ่งซึ่งเป็นสบู่อและมีลักษณะที่กำหนดสินค้าคือ มีกลิ่นหอม ไม่เหลวง่าย มีราคาถูก มีสารบำรุงผิว ท่านจะคิดคำโฆษณาอย่างไร

.....

.....

6. ท่านได้วิธีคิดคำโฆษณามาอย่างไร จากสื่ออะไร

.....



ประวัติผู้เขียน

นายรวี อ่างทอง เกิดเมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2514 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จ
การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2534 เข้าศึกษาต่อใน
ระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2536