

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญแผนภูมิ	(10)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	3
แนวคิดทางทฤษฎีที่ใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์.....	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
วิธีดำเนินการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
ทฤษฎีความสัมพันธ์	6
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทฤษฎีความสัมพันธ์ ในบทโฆษณา.....	11

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคมมีผลต่อการ ใช้ภาษาในด้านต่างๆ	13
3. วิธีการวิจัย	18
การกำหนดประเภทข้อมูล	18
การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง	24
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	25
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
การวิเคราะห์ข้อมูล	26
การทดสอบแบบสอบถาม	27
4. การตีความสารในบทโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์และ ในแบบสอบถาม	29
บทนำ.....	29
การสร้างตัวเลือกในแบบสอบถาม.....	34
บทสรุป.....	59
5. การวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคมกับการตีความ.....	60
บทนำ.....	60
เปรียบเทียบจำนวนคะแนนของโฆษณาแต่ละโฆษณา	60
การเลือกคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
ความสามารถในการตีความบทโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	74
การทดสอบสมมติฐานของปัจจัยทางด้านสังคม	84
บทสรุป	90

6. สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	92
สรุปผลการวิจัย.....	92
ข้อเสนอแนะ.....	94
ภาคผนวก	
ก. หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์.....	96
ข. แบบสอบถามที่ใช้ในการทดสอบก่อนนำไปใช้จริง.....	99
ค. แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย.....	103
ง. บทโฆษณาของสินค้าที่ปรากฏในแบบสอบถาม.....	107
บรรณานุกรม.....	112