

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

ดิษฐ์ ศรีนราวัฒน์. การศึกษาวิธีสื่อสารด้วยการพูดอ้อมของคนไทย. เอกสารอัดสำเนา, 2544.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: จามจุรีโปรดักท์, 2546.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: หจก.ภาพพิมพ์, 2546.

วิชาการ, กรม. หลักสูตรการศึกษาระดับพื้นฐานพุทธศักราช 2544. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงศึกษาธิการ, 2544.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: เฟื่องฟ้าพริ้นติ้งจำกัด, 2543.

เสรี วงษ์มณฑา. หลักการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมสาร, 2546.

### บทความในวารสารและหนังสือพิมพ์

กรุงเทพธุรกิจ (22 กันยายน 2549)

ไทยรัฐ (14 กันยายน 2549): 2

“แรงบันดาลใจ...เกิดขึ้นได้ทุกที่.” ฐานเศรษฐกิจ (24-27 กันยายน 2549)

“ศึกเหล่าหมาไม่เล็ก.” เนชั่นสุดสัปดาห์ 15 (ธันวาคม 2549): 16

อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. “โฆษณา 9 เรื่องของเบนมอร์.” Positioning Magazine (กันยายน 2549): 25

“ห้ามโฆษณาเหล้า เพื่อกู้ร่อนในมือนายก.” อีคอนนิวส์ 16 (พฤศจิกายน 2549): 19

“Cheer beer by ไทยเอเชีย Jig Saw ต่อภาพ Portfolio Brewer” Brand Age (ตุลาคม 2549): 26

“cut ads.” BrandAge 6 (พฤษภาคม 2549): 133.

“cut ads.” BrandAge 6 (สิงหาคม 2549): 110.

“Red Label Keep Walking step 3.” BrandAge 6 (มีนาคม 2549): 25.

### วิทยานิพนธ์

กิตติวรรณ เทพณรงค์. “ลักษณะภาษาและทัศนคติต่อภาษาในหัวข้อการเมืองในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

ประภา ภิรมย์. “การแก้ไขเกินเหตุของ (ล) ในภาษาไทยของบุคลากรประจำสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ปานดวงใจ บุตรกินรี. “การศึกษาเปรียบเทียบการตีความบทโฆษณาจากนิตยสารคุณภาพและนิตยสารปริมาณ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547

ปาริชาติ ศรีคชา. “การรับรู้ภาพลักษณ์เบียร์ลีโอเปรียบเทียบกับเบียร์ช้างของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

ปิยฉัตร ปานโรจน์. “ลักษณะเชิงกลศาสตร์ของวรรณยุกต์ในภาษาไทยกรุงเทพฯ: การแปรตาม กลุ่มอายุ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

พรรณภา เจริญพงศ์. “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ทักษะคติ และพฤติกรรมกาบริโภคของวัยรุ่นที่มีต่องานโฆษณาแบ่งผู้แทนหน้า (แบ่งคอสมเมติก) ทางโทรทัศน์” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

สรีวรรณ ถุงทรัพย์. “การสื่อความหมายแบบตรงและแบบอ้อมในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

อรุณี อรุณเรือง. “การแปรของวรรณยุกต์โทในภาษาไทยกรุงเทพฯตามระดับอายุของผู้พูด.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2533.

อลิษา ตวีโรจนานนท์. “ความอ่อนไหวของผู้บริโภคต่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาหรือวิธี นำเสนอที่ขัดต่อจริยธรรมและวิธีปฏิบัติแบบไทย.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขา สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

เอกสารอื่นๆ

ข้อมูลการจัดอันดับโลกในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย. (2548) . [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.cas.or.th> (วันที่ค้นข้อมูล: 10 ตุลาคม 2549).

แฉไร้คุณภาพ งานวิจัยที่ชี้ว่าโฆษณาเหล้าไม่มีผลต่อการดื่ม. (2549). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก [http:// www.stopdrink.com](http://www.stopdrink.com). (วันที่ค้นข้อมูล: 10 ตุลาคม 2549).

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์. (2546). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.adasso thai.com>. (วันที่ค้นข้อมูล: 10 ตุลาคม 2549).

ราชบัณฑิตยสถาน.พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น 2546.

#### Books

Geis, Michael. The Language of Television Advertising. New York: Academic Press, 1982.

Grice, H.P. "Logic and Conversation" In Cole, P. and Morgan, J. (eds.) Syntax and Semantics, Vol.3: Speech Acts. New York Academic Press, pp. 41-58, 1975.

Labov, William. Sociolinguistics Patterns. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1972.

Labov, William. The Social Stratification of English in New York City. Washington D.C. : Center For Applied Linguistics, 1966.

Sperber, D. and Willson, D. Relevance: Communication and Cognition, Oxford: Basil Blackwell, 1986.

Sperber, D. and Willson, D. Relevance: Communication and Cognition, 2<sup>nd</sup> ed. Oxford: Blackwell, 1995.

Tanaka, K. Advertising Language: A Programatics Approach to Advertisement In Britian and Japan. London: Routledge, 1994.