

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป.....	52
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรับสื่อ.....	53
4.3 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโฆษณาทางโทรทัศน์.....	54
4.4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ผู้หญิงในโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อดึงดูดใจผู้ชม	55
4.5 ความคิดเห็นต่อการรับรู้เกี่ยวกับการใช้ผู้หญิงให้เป็นวัตถุทางเพศในโฆษณาทางโทรทัศน์.....	57
4.6 ความคิดเห็นถึงสิ่งที่บอกกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจนที่สุดว่าโฆษณา ก๊อมน้ำซันวา (SANWA) เป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ.....	58
4.7 ความคิดเห็นถึงสิ่งที่บอกกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจนที่สุดว่าโฆษณา สีทาบ่านทีโอเอ (TOA 4 SEASONS) เป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ	59
4.8 ความคิดเห็นถึงสิ่งที่บอกกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจนที่สุดว่าโฆษณา รังนกตราสก๊อต (SCOTCH) เป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ	60
4.9 ความคิดเห็นถึงสิ่งที่บอกกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจนที่สุดว่าโฆษณา ครีมทาทรวงอกเซนต์เฮิร์บ (ST. HERB) เป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ.....	61
4.10 ความคิดเห็นถึงสิ่งที่บอกกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจนที่สุดว่าโฆษณา น้ำดื่มตราสิงห์ (SIGHA) เป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ.....	62
4.11 ความคิดเห็นถึงสิ่งที่บอกกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจนที่สุดว่าโฆษณา ครีมโฆษณาครีมบำรุงผิว (NIVEA) เป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ.....	63
4.12 ความคิดเห็นต่อการรับรู้ถึงการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ	64
4.13 ความถี่ในการดูโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย.....	65
4.14 ระยะเวลาในการดูโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย	66
4.15 พฤติกรรมเวลามีโฆษณาทางโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย ที่เปลี่ยนช่องทันที	67
4.16 พฤติกรรมเวลามีโฆษณาทางโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย ที่ดูจนจบถ้าโฆษณาน่าสนใจ.....	68

4.17	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าโดยทั่วไปโฆษณาทางโทรทัศน์มีผลต่อความคิดเห็นของผู้ชม	69
4.18	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายต่อสิ่งที่ผู้ชมได้จากโฆษณาทางโทรทัศน์และนำไปใช้ในชีวิตประจำวันคือ กิริยาท่าทางของผู้นำเสนอสินค้า	70
4.19	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายต่อสิ่งที่ผู้ชมได้จากโฆษณาทางโทรทัศน์และนำไปใช้ในชีวิตประจำวันคือ คำพูดของผู้นำเสนอสินค้า.....	71
4.20	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าสิ่งที่ผู้ชมได้จากโฆษณาทางโทรทัศน์และนำไปใช้ในชีวิตประจำวันคือ การแต่งกายของผู้นำเสนอสินค้า	72
4.21	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าสิ่งที่ผู้ชมได้จากโฆษณาทางโทรทัศน์และนำไปใช้ในชีวิตประจำวันคือ สินค้าที่ผู้นำเสนอสินค้าแนะนำให้ใช้.....	73
4.22	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าผู้นำเสนอสินค้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้ชม คือ ผู้หญิง	74
4.23	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าผู้นำเสนอสินค้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้ชมคือผู้ชาย.....	75
4.24	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายต่อโฆษณาที่ใช้ผู้นำเสนอสินค้าที่เป็นผู้หญิงสวย เช็กซีคือ นุ่งน้อย ห่มน้อย โป๊เปลือย	76
4.25	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายต่อโฆษณาที่ใช้ผู้นำเสนอสินค้าที่เป็นผู้หญิงมาแสดงอาการให้เป็นที่ตลก ขบขัน	77
4.26	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายต่อโฆษณาที่ใช้ผู้หญิงมาแสดงเป็นคนอดทน เอาใจ ว่าง่าย เชื่อฟังทำตามความต้องการของผู้ชาย	78
4.27	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายต่อโฆษณาที่ใช้ผู้นำเสนอสินค้าที่เป็นผู้หญิงมาแสดงท่าทางเย้ายวนใจทางเพศ.....	79
4.28	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายต่อโฆษณาที่ใช้ผู้นำเสนอสินค้าที่เป็นผู้หญิงในโฆษณาต้องสวย ขาว ผอม เท่านั้น.....	80
4.29	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าผู้หญิงที่ปรากฏในโฆษณามักจะเป็นภาพของแม่บ้านทำงานบ้าน	81
4.30	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายต่อผู้หญิงที่แสดงอาการตลก ขบขัน เท่านั้นจึงจะสามารถดึงดูดใจผู้ชมให้จดจำโฆษณาได้	82

4.31	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าโฆษณาที่ออกน้ำจันทนา เป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ	83
4.32	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าโฆษณาสีทาบ้าน ที่โอเอเป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ	84
4.33	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าโฆษณารังนกตราสก็อต เป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ	85
4.34	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าโฆษณาครีมทาผิว เซนต์เฮิร์บเป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ	86
4.35	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าโฆษณาน้ำดื่มตราสิงห์ เป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ	87
4.36	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าโฆษณาครีมบำรุงผิว นีเวียเป็นการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ	88
4.37	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชายว่าผู้หญิงโดยทั่วไปรับรู้ว่ามี การใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศในโฆษณา.....	89