

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- จิราภรณ์ ภักทรานุกัทร. รายงานผลการวิจัยทุนโครงการไทยศึกษา.
กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- จำเนียร ช่างโชติ. จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2532.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. วัฒนธรรมไทยกับขบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ชวนะ ภวกานันท์. แหวกความคิดโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ อิมเมจ,
2528.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร:
บพิตรการพิมพ์, 2527.
- ธงชัย วินิจจะกุล. ความเป็นชาติไทยผลผลิตของนิยาม. เอกสารประกอบการ
ประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่องรัฐไทยนามธรรมและรูปธรรม.
สถาบันไทยคดีศึกษา. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2531. (อัดสำเนา)
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. ความเป็นไทยในโฆษณาทีวี. เอกสารประกอบการสัมมนา
เรื่อง สื่อมวลชนไทยจุดประกายหรือจุดประกัด. คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- นิคม มุสิกเกษม. แผ่นดินไทยในอดีต. เอกสารการค้นคว้าและวิจัยทางโบราณคดี
เล่ม 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แพร่พิทยา, 2521.
- ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา. รายงานผลการวิจัยค่านิยมและความคาดหวังของ
เยาวชนไทย. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- ประเสริฐ แยมกลิ่นฟุ้ง. ลักษณะประจำชาติในฐานะเป็นปัจจัยกำลังอำนาจแห่งชาติ.
กรุงเทพมหานคร: คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2515.
- ไพฑูรย์ เครือแก้วฯ. ลักษณะสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร: บริษัทบพิช, 2518.

รัชนี้กร เศรษฐ์. โครงสร้างสังคมและวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพมหานคร:

บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2532.

รุ่งนภา พิตรปรีชา. หลักการโฆษณา. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ประชาชน, 2533.

ลักษณะไทย : คืออะไร อย่างไร และทำไม. สมุดสังคมศาสตร์ ฉบับจักรวาลวิทยา

ปีที่ 12 ฉบับที่ 3-4, (ม.ป.ท.), 2533.

วีระ อ่ำพันธ์สุข. ความเป็นไทย. พิมพ์ครั้งที่ 3. (ม.ป.ท.), 2526.

วิเชียร วงศ์นิชชากุล. เอกสารประกอบการสอนวิชาการโฆษณาและการส่งเสริม

การขาย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2535.

สนิท สมัครการ. มีเงินก็นับว่าน้องมีทองก็นับว่าพี่ ระบบครอบครัวและเครือญาติไทย.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ, 2528.

สุจิตรา รัตนกรภช. การวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ตั้งแต่

พ.ศ.2519-2531. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2535.

เสรี วงษ์มณฑา. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. เล่มที่ 1.

นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. วัฒนธรรมก้าวไปกับความเปลี่ยนแปลง.

กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป, 2533.

เอกวิทย์ ณ ถลาง. สืบทอดและปรับปรนวัฒนธรรมให้ทันสมัย. เอกสารประกอบ

การประชุมเรื่องทิศทางการศิลปและวัฒนธรรมไทย. (ม.ป.ท.), 2536.

(อัดสำเนา)

เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา. หน่วย 9-15.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิติศาสตร์.

นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. หน่วย 12-15.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิติศาสตร์.

นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

อรยา เอี่ยมชื่น. การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาทางโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์
 (พ.ศ. 2533-2534). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ภาษาอังกฤษ

Maple, C. The Comparative Susceptibility of Three Age Levels to the Suggestion of Group Versus Expert Opinion. Journal of Social Psychology, 1933, p.176-187.

Janis, I.L., and Rife, D. Persuasibility and Emotional Disorder. Personality and Persuasibility. Hovland: Yale University Press, 1959, p.121-137.

Klapper Joseph. The Effect of Mass Communication. New York: Free Press, 1967, p.49.

Kotler Philip. Advertising and Communication Management. Englewood Clifts: Printice Hall, 1982, p.324.

Schramm Wilbur. Channels and Audience. Handbook of communication. Chicago: Ran McNally College Publishing Company, 1973, p.121-122.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โฆษณาบริการไทย ชุด ความแตกต่าง



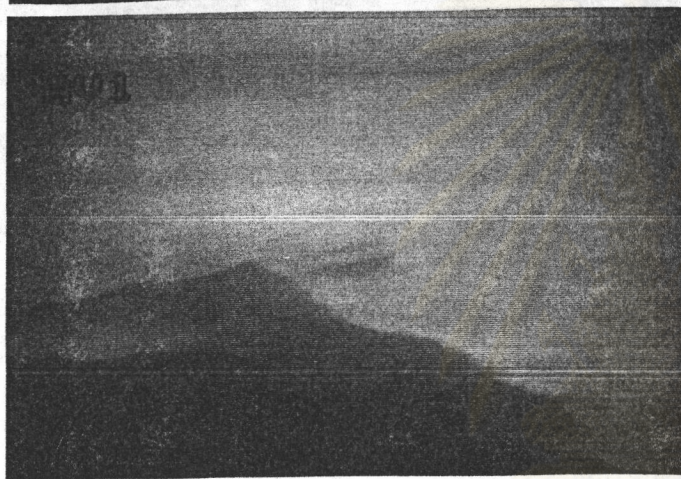
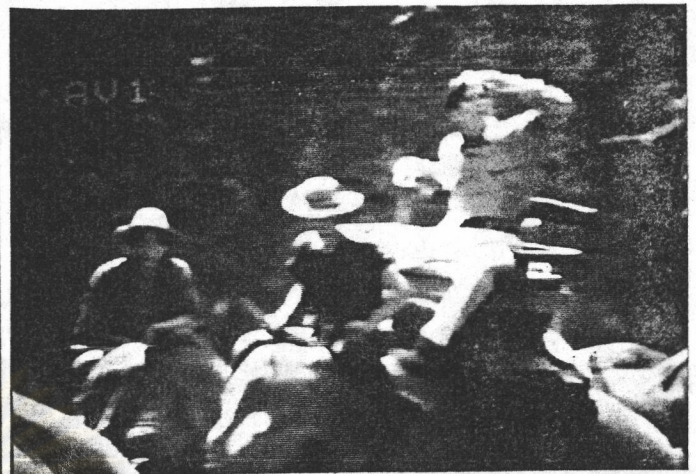
เนื้อเรื่องย่อ คนไทยแสดงความมีน้ำใจต่อกัน โดยการแสดงออกในด้านต่างๆ เช่น การให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ แต่ในปัจจุบันความมีน้ำใจของคนไทยเริ่มลดน้อยลงเนื่องจากสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ แม้กระนั้นก็ตามไม่สมควรปล่อยให้ความแตกต่างใดๆ มาเป็นช่องว่างในการช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกัน เสียงบรรยาย (ดนตรี)

- มีนะมีน้ำใจแต่ว่าลดน้อยลง
- คนแล้งน้ำใจนี้อาจเป็นที่เราไม่มีน้ำใจให้ใครมาก่อน
- เขาบอกว่าเกิดมาในแผ่นดินไทยต้องมีน้ำใจให้กันบ้างไม่มากก็น้อย
- อ้อ ก็คิดว่าเขายังคงมีอยู่ ก็ความที่เขาเป็นคนไทยนี่แหละค่ะ

(บทเพลง)..... เป็นพี่น้อง เป็นผองเพื่อน เป็นเสมือนผ้าผวยคลุมกาย
ขามเหน็บหนาวขามร้าวราน คือสายธาร คือน้ำใจ คือดอกไม้และกำลังใจ คงมั่นไว้
มือเรียวเกี่ยวกัน.....

"อย่าปล่อยให้ความแตกต่างใดๆ มาเป็นช่องว่างในการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน"

โฆษณาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชุด ฉันทชอบเที่ยวไทย



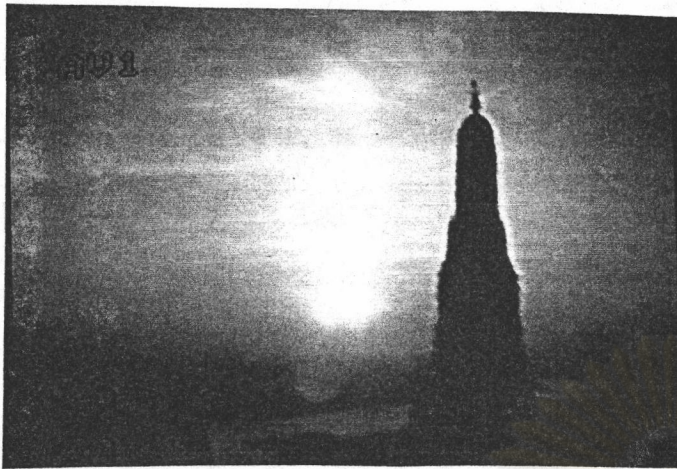
เนื้อเรื่องย่อ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีธรรมชาติสวยงาม น้ำเที่ยว แต่ละท้องถิ่น แต่ละภูมิภาคหลากหลายไปด้วยวัฒนธรรม ประเพณีที่สืบทอดกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน ตลอดจนมีงานหัตถกรรมพื้นเมืองที่หลากหลายน่าชม น่าซื้อหา ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ล้วนราคาย่อมเยากว่าต่างประเทศ

เสียงบรรยาย (ดนตรี)

(บทเพลง)... ฉันทชอบเที่ยวไทย ไม่รอรี ลาไปด้วยสองตา ธรรมชาติของไทย ฉันทชอบเมืองเหนืองามเหลือทิวทัศน์ คุณคน ดูวัด อิ่มอกอิ่มใจ... ฉันทชอบโขน ชอบแคน เส้นห์แดนอีสาน เก้าใหม่โบราณนามตระการยืนยาว ชอบเที่ยวผ้าเพลินเดินทางสบาย น้ำเย็นสวยใสอยู่ไม่ไกลเกินจริง เอ้าฮ้าฮี้..

ฉันทชอบลงใต้ชายชวาก็ทะเล คลื่นลมหันเหพาใจลอยลม เรามาท่องเที่ยวเมืองไทย ค่าใช้จ่ายน้อยนิด ไม่ต้องไปคิด.. เรามาท่องเที่ยวเมืองไทย

โฆษณาผลิตภัณฑ์ตราสิงห์ ชุด เจ้าพระยา



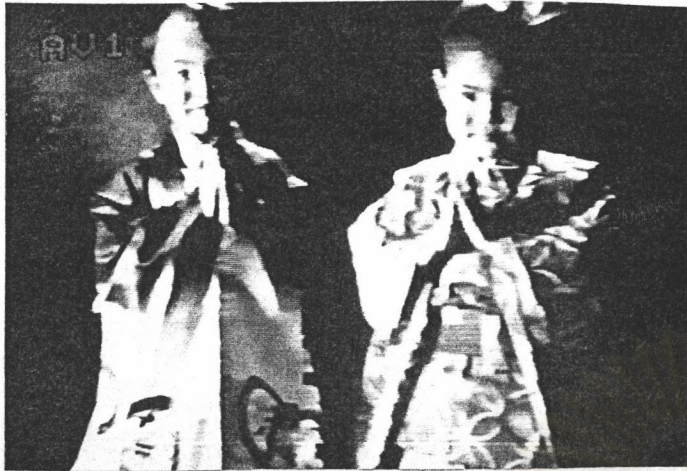
เนื้อเรื่องย่อ

- ความงดงาม ร่มรื่น ของธรรมชาติ ความสงบ ร่มเย็นของวิถีชีวิตสอง
ฟากฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นชีวิตที่สงบ สุขสันต์ เป็นความร่มเย็นอันร่มรื่นที่สมควร
สงวนรักษา ไม่สร้างมลภาวะใดๆให้กับแม่น้ำ

เสียงบรรยาย (ดนตรี)

- แม่น้ำเจ้าพระยา สายธารวัฒนธรรมแหล่งชีวิตของคนไทย
- เราเติบโตที่ริมฝั่งเจ้าพระยา และสำนึกเสมอว่า จะไม่สร้างมลภาวะ
กับแม่น้ำของเรา เมืองไทยของเรา

โฆษณาการรงค์วัฒนธรรมไทย ชุด สวัสดิ์ปีวัฒนธรรม



เนื้อเรื่องย่อ ถึงแม้คนต่างชาติจะสามารถแสดงกริยาไหว้ เพื่อเป็นสัญลักษณ์แทน การอวยพร การลาจาก การขอโทษ หรือขอขอบคุณ แต่ก็ไม่สามารถที่จะ "ไหว้" ด้วย อากัปกิริยาที่นุ่มนวลอ่อนโยนละมุนละไมแสดงถึงความรู้สึกในจิตใจได้ลึกซึ้งเท่าเทียม กับคนไทย

เสียงบรรยาย (ดนตรี)

- อวยพร (ดนตรี)
- ลาก่อน (ดนตรี)
- ขอโทษ (ดนตรี)
- หรือขอบคุณ (ดนตรี)
- แต่จะมีใครสักกี่คน ที่จะรู้ซึ่งถึงความหมายที่แท้จริงของสิ่งนี้ได้ดีเท่า

คุณ (ดนตรี)...เรารักวัฒนธรรมไทย

โฆษณา น้ำปลาตราปลาหมึก ชุด กินอยู่อย่างไทยได้รสชาติ



เนื้อเรื่องย่อ ประเพณีการบวช และการแห่ขันหมากของไทยสืบทอดติดต่อกันมาเป็น
 ระยะเวลาที่ยาวนาน อาหารไทยที่จัดเตรียมสำหรับเลี้ยงแขกที่มาร่วมงานมักมีรสจัด
 น้ำปลาตราปลาหมึกช่วยให้อาหารไทยมีรสชาติแบบไทยๆ

เสียงบรรยาย (ดนตรี)

- กินอยู่อย่างไทยได้รสชาติ น้ำปลาแท้ตราปลาหมึก

(แหล)... ข้าจะขอเชิญ ข้าพเจ้าจะขอเชิญขวัญเจ้าหน่อเนื้อเวไนยอัน
 โศจร..

- กินอยู่อย่างไทยได้รสชาติ น้ำปลาแท้ตราปลาหมึก

(เพลงกลองยาว)... เอ้ามาละเหวย มาละหว่า มาแต่ของเขาของ
 ของเราไม่มา..ใครมีมะกรูดมาแลกมะนาว ใครมีลูกสาวมาแลกลูกเขย เอวอะเอ
 เหวย ลูกเขยของเรา..

- กินอยู่อย่างไทยได้รสชาติ น้ำปลาแท้ตราปลาหมึก

โฆษณาอายิโนะโมะโต๊ะ ชุด คุณนางให้ดูแม่



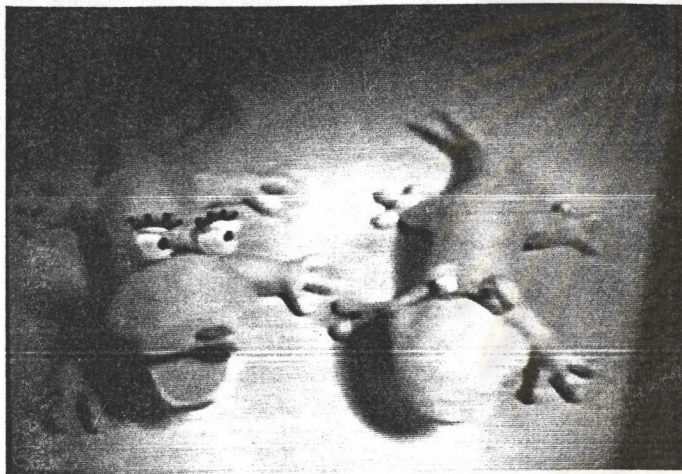
เนื้อเรื่องย่อ

ครอบครัวไทยเป็นครอบครัวชาย ประกอบด้วยคนหลายรุ่นทั้ง ปู่ ย่า ตา ยาย ลูก หลาน กวาร์หล่อหลอมความรู้สึกนึกคิดและความเป็นอยู่ จึงถ่ายทอดตามสาย พันธุ์สืบเนื่องสู่คนรุ่นหลัง แม้ในเรื่องของการทำอาหาร ดังคำพิงเพชที่กล่าวว่า "ดูข้างให้ดูหาง ดูนางให้ดูแม่ แต่ถ้าจะให้แน่ ต้องดูที่ยาย"

เสียงบรรยาย (คนตรี)

- อืม! อร่อย ขนาดดูนางให้ดูแม่นะนี่
- " อายิโนะโมะโต๊ะ ผลิตจากวัตถุดิบ..จากธรรมชาติ "
- แต่..ถ้าจะให้แน่ ดูที่ยายดีกว่า

โฆษณาเมืองไทยประกันชีวิต ชุด จิ้งจกและนกแสก



เนื้อเรื่องย่อ คนไทยรุ่นเก่ามีความเชื่อถือในเรื่องโชคลาง เช่น จิ้งจกตกเมื่อออกเดินทางหรือพบเห็นนกแสกจะโชคร้าย ประสบภัยอันตราย แต่คนไทยรุ่นใหม่ไม่เชื่อถือโชคลางเพราะมีความเชื่อมั่นในบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต

เสียงบรรยาย (ดนตรี)

- จูๆ ไปไหนแต่เข้าจ๊ะ...ไปทำงานเทรอ จูๆ...
- โอ้โฮ เชื่อเลย..แบบนี้ไม่ใช่ลูกค้าเมืองไทยประกันชีวิตแน่
- บอกก็ครึ่งแล้ว อย่าไปทักเขา

"เมืองไทยประกันชีวิต บริษัทประกันของคนหัวคิดทันสมัย"

- โบราณว่าไว้ เจอนกแสกเมื่อไหร่ ภัยจะมาถึงตัว (ดนตรี)

-โอ้โฮเชื่อเลย แบบนี้ไม่ใช่ลูกค้าเมืองไทยประกันชีวิตแน่

"เมืองไทยประกันชีวิต บริษัทประกันของคนหัวคิดทันสมัย"



โฆษณาวีเจนท์ ชุด เด็ก



เนื้อเรื่องย่อ อุปนิสัยของคนไทยคือความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ อ่อนน้อมถ่อมตน ให้อภัย ไม่เอาผิดพยาบาท ปัจจุบันสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป เป็นเหตุให้คนไทยเริ่มแปรเปลี่ยนลักษณะนิสัย

"สิ่งดีงามแบบไทยจะเป็นอย่างไร ขึ้นอยู่กับเรา คนไทยทุกคน"

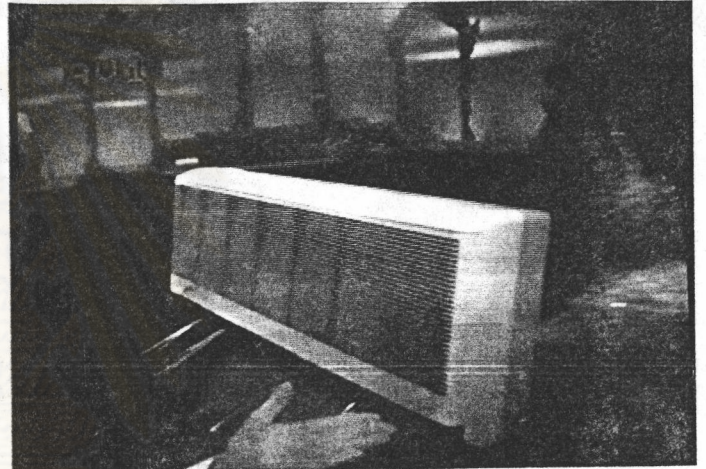
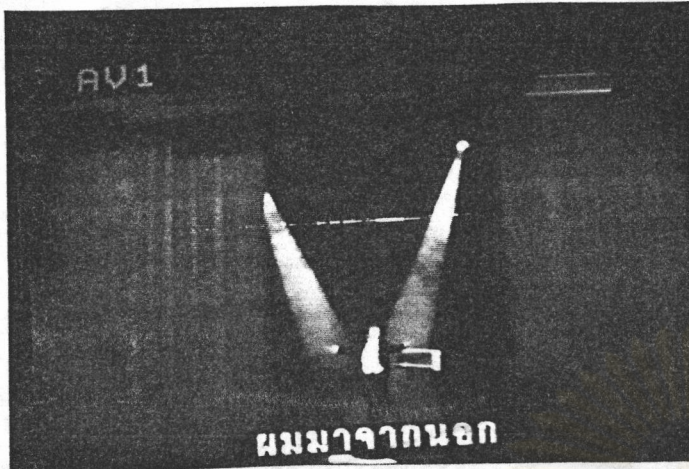
เสียงบรรยาย (ดนตรี)

- คนไทยมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่
- เมื่อเข้าไม่เห็นมีใครลุกให้หนึ่งบ้างเลย
- คนไทยนี่นะมีอะไรก็พูดกันได้
- เห็นมีแต่ข้าวฆ่ากันตาย
- คนไทยนี้รู้จักอ่อนน้อมถ่อมตน
- เดียวนี้ใครๆก็เข้าทั้งนั้นแหละ : เฉยๆก็ไม่ดั่งนะสิ

"สิ่งดีงามแบบไทย จะเป็นอย่างไร ขึ้นอยู่กับเรา..คนไทยทุกคน"

จาก..บริษัทวีเจนท์ประเทศไทยจำกัด

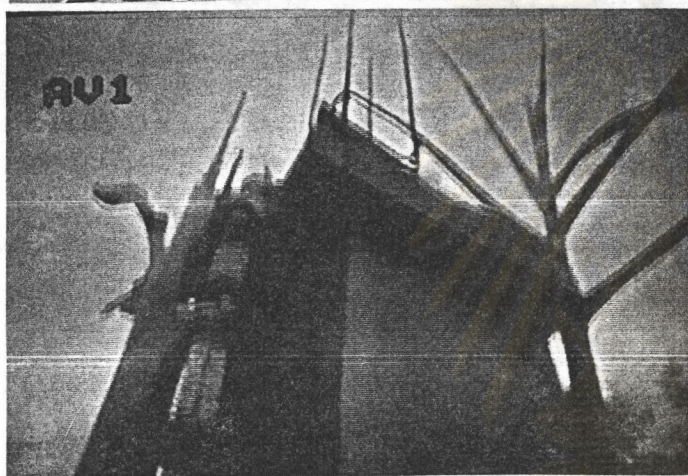
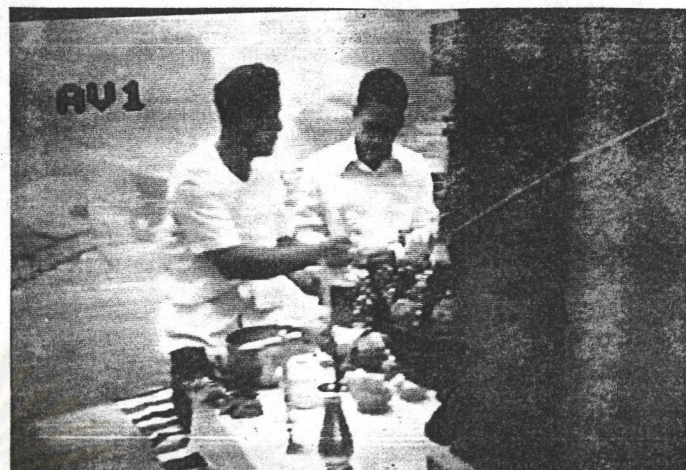
โฆษณาแอร์เวิร์ลพูล ชุด ประกอบนอกราคาไทย



เนื้อเรื่องย่อ คนไทยนิยมสินค้าจากต่างประเทศเนื่องจากมีความเชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี ทันสมัย และสินค้านั้นต้องมีราคาถูกลงด้วยจึงจะต้องตามรสนิยมของคนไทย
เสียงบรรยาย (ดนตรี)

- I come from oversea with every part of part of me,
with every part of part of me , from oversea of part of me,
with high technology, for quality..for quality...แต่ราคาไทยๆ
"เครื่องปรับอากาศเวิร์ลพูล..ประกอบนอก..ราคาไทย"

โฆษณาปูนตราเสือ ชุด ไหว้



เนื้อเรื่องย่อ

คนไทยมีความศรัทธาเชื่อถือในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อาทิ เทพเจ้า เจ้าที่เจ้าทาง เจ้าป่าเจ้าเขา ความเชื่อถือศรัทธานี้สืบทอดมาแต่โบราณกาล ปูนตราเสือเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลายาวนานกว่า 70 ปี

"ความเชื่อมั่นบ่งบอกแรงศรัทธา กาลเวลาบ่งบอกคุณค่าแห่งปูน"

เสียงบรรยาย (ดนตรี)

- ความเชื่อมั่นบ่งบอกแรงศรัทธา กาลเวลาบ่งบอกคุณค่าแห่งปูน

"ปูนตราเสือเชื่อถือได้มากกว่า 70 ปี"



บรรรยากาศระหว่างการสนทนากลุ่ม





บรรยากาศระหว่างการสนทนากลุ่ม



แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม

ชั้นที่หนึ่ง

1. แนะนำตัวผู้วิจัย ผู้ร่วมงานและผู้ร่วมสนทนากลุ่มในเรื่องชื่อ สถานที่ศึกษา/หรือสถานที่ทำงาน
2. อธิบายจุดประสงค์ของการสนทนากลุ่ม
3. อธิบายขั้นตอนและข้อปฏิบัติอย่างคร่าว ๆ
4. ขอให้ผู้ร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ
5. อธิบายเหตุผลการขอจัดบันทึกและบันทึกเทปการสนทนา

ชั้นที่สอง

เกริ่นให้ทราบว่าภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 10 เรื่อง ที่นำมาฉายให้ชมนั้น เป็นโฆษณาที่นำความเป็นไทยในแง่มุมต่าง ๆ มานำเสนอ จากนั้นจึงฉายเทปบันทึกภาพ (Vedio) ของโฆษณาทั้ง 10 เรื่องและถามคำถามดังนี้

1. ตามความคิดเห็นของท่าน ท่านชอบโฆษณาเรื่องใดมากที่สุด ทำไม
2. ท่านคิดว่า"ความเป็นไทย"ที่อยู่ในใจของท่านคืออะไร

ชั้นที่สาม

ทำการฉายเทปบันทึกภาพ (Vedio) ของภาพยนตร์โฆษณา ตามที่กำหนดไว้สำหรับผู้เข้าร่วมสนทนาแต่ละกลุ่ม โดยทำการฉายทีละเรื่อง สลับกับเปิดให้แสดงความคิดเห็น ตามแนวคำถามถามดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ตราสิงห์

1. ท่านคิดว่าสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไทยในโฆษณาเรื่องนี้คืออะไร
2. ท่านคิดว่าลักษณะเด่นของคนไทยมีอะไรบ้าง และยังคงมีอยู่ในปัจจุบันหรือไม่
3. ท่านคิดว่าชีวิตของคนไทยในปัจจุบันยังคงรักสงบและผูกพันอยู่กับแม่น้ำหรือไม่ เพราะเหตุใด
4. ท่านคิดว่า วิถีชีวิตริมน้ำแบบไทย ๆ ที่นำเสนอในโฆษณาเรื่องนี้ ยังคงมีให้เห็นได้อย่างไรในโฆษณาหรือไม่
5. ท่านคิดว่าโฆษณาเรื่องนี้ต้องการที่จะบอกอะไรกับท่าน อย่างไร

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. ท่านคิดว่าสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไทยในโฆษณาเรื่องนี้คืออะไร
2. ท่านคิดว่าภาพต่าง ๆ ที่นำเสนอในโฆษณาเรื่องนี้เหมาะสม ในการเป็นตัวแทนของภาคต่าง ๆ หรือไม่ เพราะเหตุใด
3. ถ้าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่ง ๆ มีนักท่องเที่ยวนิยมไปเยี่ยมชม เป็นจำนวนมาก ท่านคิดว่า สาเหตุดังกล่าว มีส่วนในการช่วยสร้างความสำเร็จให้สถานที่เหล่านั้นหรือไม่ เพราะเหตุใด
4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ภาพที่สวยงามในโฆษณานี้ ถูกสร้างขึ้น มาเพื่อที่จะ "ขาย" เท่านั้น
5. ท่านทราบไม่ว่าในโฆษณาเรื่องนี้ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ไหนบ้าง
6. ท่านคิดว่าโฆษณาเรื่องนี้ต้องการที่จะบอกอะไรกับท่าน

- รณรงค์พัฒนาธรรม

1. ท่านคิดว่าสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไทยในโฆษณาเรื่องนี้คืออะไร
2. จากการที่โฆษณาเรื่องนี้ได้นำผู้แสดงซึ่งเป็นเด็กจากชาติต่าง ๆ มานำเสนอถึงการไหว้ของไทยนั้น ท่านคิดว่าจุดนี้มีส่วนช่วยให้ท่านเข้าใจถึงคุณค่าของการไหว้แบบไทย ๆ ได้ดีขึ้นหรือไม่ อย่างไร
3. เมื่อท่านต้องการกล่าว คำทักทาย อวยพร ลาก่อน ขอโทษ และขอบคุณนั้น ท่านยังคงใช้การไหว้พร้อมกับคำพูดของท่านอยู่หรือไม่
4. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่า คนไทยในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการไหว้มากน้อยแค่ไหน อย่างไร
5. ท่านคิดว่าโฆษณาเรื่องนี้ต้องการที่จะบอกอะไรกับท่าน

- ธนาคารกสิกรไทย

1. ท่านคิดว่าสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไทยในโฆษณาเรื่องนี้คืออะไร
2. ท่านเห็นด้วยกับคำกล่าวของผู้แสดงในโฆษณาเรื่องนี้ ที่ว่า
"ก็เชื่อนะนะว่าเขายังมีน้ำใจให้กันอยู่ ก็เพราะความที่เขาเป็นคนไทย" , "ความมีน้ำใจยังคงมีอยู่ ภายใต้อิฐแผ่นแผ่นดินไทยนี้" , "ถ้าเรามีน้ำใจให้เขาก่อน เขาก็มีน้ำใจให้เรา" หรือไม่ อย่างไร
4. ท่านคิดว่าโฆษณาเรื่องนี้นำเสนอภาพของการช่วยเหลือซึ่งกันและกันมากหรือน้อยกว่าที่มีอยู่จริงในสังคมไทย
5. ท่านคิดว่าโฆษณาเรื่องนี้ต้องการที่จะบอกอะไรกับท่าน

- น้ำปลาตราปลาหมึก

1. ท่านคิดว่าสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไทยในโฆษณาเรื่องนี้คืออะไร
2. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่า คนไทยเป็นคนที่มีความนิยมทางด้านสนุกสนานร่าเริง หรือไม่ เพราะเหตุใด
3. ท่านเคยมีประสบการณ์ในงานชิ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน หรืองานบวช แบบที่เห็นในโฆษณบ้างหรือไม่ (ถ้าเคยโฆษณาถ่ายทอดได้ใกล้เคียงเพียงไร)

4. ท่านคิดว่า ในปัจจุบันนี้ ค่านิยมในการบวช ความเชื่อในเรื่องบุญ และบาป รวมทั้งประเพณีการสืบทอดทางพุทธศาสนา อย่างในโฆษณา ยังคงมีอยู่หรือไม่ อย่างไร

5. การนำเอาประเพณีไทย การกินอยู่อย่างไทยมาผูกติดกับการโฆษณา น้ำปลาในเรื่องนี้ ท่านเห็นว่าเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

6. ท่านคิดว่าโฆษณาเรื่องนี้ต้องการที่จะบอกอะไรกับท่าน

- อายุโนะโมะโตะ

1. ท่านคิดว่าสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไทยในโฆษณาเรื่องนี้คืออะไร

2. ท่านเคยได้ยินสำนวนไทย"คุณนางให้ดูแม่ ดูให้แน่ต้องดูที่ยาย" นี้ มาก่อนหรือไม่

3. ท่านเห็นด้วยกับคำกล่าวนี้หรือไม่

4. จากการที่โฆษณาได้นำเอาคำกล่าวไทยนี้ มาใช้ในการโฆษณาอายุโนะโมะโตะ ซึ่งเป็นสินค้าของต่างประเทศ ท่านคิดว่าเหมาะสมหรือไม่ ทำไม

5. ท่านคิดว่าโฆษณาเรื่องนี้ต้องการที่จะบอกอะไรกับท่าน

- ปุนตราเสื่อ

1. ท่านคิดว่าสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไทยในโฆษณาเรื่องนี้คืออะไร

2. ท่านเคยรับรู้เรื่องความเชื่อด้านการลงเสาเอกนี้มาก่อนหรือไม่

3. ท่านคิดว่า ในปัจจุบันนี้คนไทยส่วนใหญ่ยังคงมีความเชื่อเช่นนี้หรือไม่ อย่างไร

4. จากการที่โฆษณาเรื่องนี้ ได้นำเอาความเชื่อนี้มาใช้เพื่อโฆษณาสินค้า ท่านคิดว่าเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

5. ท่านคิดว่าโฆษณาเรื่องนี้ต้องการที่จะบอกอะไรกับท่าน

- เมืองไทยประกันชีวิต

1. ท่านคิดว่าสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไทยในโฆษณาเรื่องนี้คืออะไร
2. ท่านเคยรับรู้ความเชื่อเกี่ยวกับจิ้งจกและนกแสกนี้มาก่อนหรือไม่
3. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่า สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน รวมทั้งการได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอื่นนั้น มีผลต่อความเชื่อดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร
4. ความเชื่อไทยในเรื่องอื่น ๆ ที่ท่านเคยรับรู้มามีอะไรบ้าง
5. ความเชื่อไทยในเรื่องใดบ้าง ที่ท่านเห็นว่ามี การเปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
6. จากการที่โฆษณาเรื่องนี้นำเสนอว่า คนที่ทันสมัยต้องไม่ใช่บุคคลที่มีความเชื่อในเรื่องของจิ้งจกและนกแสกนั้น ท่านเห็นด้วยหรือไม่ อย่างไร
7. ท่านเคยเห็นนกแสกมาก่อนหรือไม่ ถ้าไม่เคย ท่านคิดว่านกแสก มีลักษณะเช่นไร
8. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่า เราควร จะเชื่อความเชื่อไทยในเรื่องต่าง ๆ อีกต่อไปหรือไม่ อย่างไร
9. ท่านคิดว่าโฆษณาเรื่องนี้ต้องการที่จะบอกอะไรกับท่าน

- วีเจนซี่

1. ท่านคิดว่าสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไทยในโฆษณาเรื่องนี้ คืออะไร
2. ท่านเห็นด้วยกับความขัดแย้งที่โฆษณานำเสนอ ดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร
3. ท่านคิดว่า คำพูดที่ผู้แสดงพูดในโฆษณาเรื่องนี้ เป็นความคิดของเด็กส่วนใหญ่หรือไม่
4. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่า การปลุกฝังในเรื่องของการมีน้ำใจ การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และความอ่อนน้อมถ่อมตน จะกลายเป็นสิ่งที่ไม่น่าเชื่อถือ และล้ำสมัยหรือไม่ อย่างไร
5. ท่านคิดว่าโฆษณาเรื่องนี้ต้องการที่จะบอกอะไรกับท่าน

- แอร์เวิร์ลพูล

1. ท่านคิดว่าสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไทยในโฆษณาเรื่องนี้คืออะไร
2. ในความคิดเห็นของท่าน คำว่า "ราคาไทย" มีความหมายว่าอย่างไร
3. ท่านคิดว่าการนำนางรำไทยมาเป็นตัวแทนของคำว่า "ราคาไทย" ในโฆษณานี้ เหมาะสมหรือไม่อย่างไร
4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ในโฆษณาเรื่องนี้เราสามารถมองเห็นสิ่งที่เป็นไทยได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีส่วนอื่น ๆ เช่น ผู้แสดงนำ เพลงประกอบ ซึ่งเป็นของชาติอื่นมาเป็นตัวเปรียบเทียบ
5. ท่านคิดว่าโฆษณาเรื่องนี้ต้องการที่จะบอกอะไรกับท่าน

ขั้นที่ 4

หลังจากฉายเทปบันทึกภาพ (vedio) ของภาพยนตร์โฆษณา จนครบทั้งตามที่กำหนดไว้แล้ว จะฉายภาพยนตร์โฆษณาทิ้ง 10 ชุด อีกครั้งหนึ่ง และเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นในภาพรวม ตามแนวคำถามดังนี้

1. ความเป็นไทยแบบไหนที่ท่านไม่เคยรับรู้มาก่อนว่า "คนไทย ความเป็นไทย" เป็นเช่นนั้น แล้วได้มาเรียนรู้จากโฆษณาที่ได้ชมไปดังกล่าวบ้าง
2. ถ้าจะให้ท่านเลือกภาพยนตร์โฆษณาเรื่องเดียว เพื่อนำไปฉายให้คนต่างประเทศได้รู้จัก "ความเป็นไทย" นั้น ท่านจะเลือกโฆษณาชุดไหน แต่ถ้าท่านไม่พอใจในชุดใดเลย ท่านสามารถสร้างภาพยนตร์โฆษณาของท่านเองได้ โดยอธิบายว่าท่านจะสร้างโฆษณาแบบใด

แบบฟอร์มสอบถามผู้สร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณา

ชื่อ _____ นามสกุล _____

ตำแหน่ง _____ บริษัท _____

ชื่อสินค้า _____

ชื่อภาพยนตร์โฆษณา _____

แนวคิดหลักที่ต้องการนำเสนอ _____

วัตถุประสงค์ของการทำภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ _____

"ความเป็นไทย" ที่ท่านนำมาใช้ในภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้มีอะไรบ้าง _____

แบบพิจารณาเลือกสมาชิกเข้าร่วมกลุ่มสนทนา

ชื่อ..... นามสกุล.....

สถานที่ติดต่อ โทร :

กรุณาตอบคำถามที่ถูกต้องและเป็นจริง

1. ปัจจุบันท่านมีอายุ..... ปี
2. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของท่านในปัจจุบันนี้คือ.....
3. ท่านมีรายได้อยู่ในระดับใด
 - 1) สูงกว่า 10,000 บาท
 - 2) สูงกว่า 15,000 บาท
 - 3) สูงกว่า 20,000 บาท
 - 4) อื่น ๆ ระบุ.....
4. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในเขต.....
5. ถ้าขอเชิญท่านเข้าร่วมกลุ่มสนทนา เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เกี่ยวกับเรื่องราวของ"ความเป็นไทยในงานโฆษณา" ท่านจะ...
 - 1) ยินดีเข้าร่วมกลุ่มสนทนา
 - 2) ไม่ยินดีเข้าร่วมกลุ่มสนทนา



ประวัติผู้เขียน

นางสาวเมญาพิมพ์ สมประสงค์ เกิดที่กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2513 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการตลาดจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2535 และศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำเร็จการศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน ปีการศึกษา 2537.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย