

บรรณานุกรม

กัลยกร วรกุลตั้งฐานีย์. (2551). การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา. (2531). การโฆษณาสำหรับร้านค้าปลีก. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.

ณัฐริศ กัดัดสกุล. (2552). การวิเคราะห์การใช้ภาษาอุปมาอุปไมยของโฆษณาน้ำหอมจากข้อความ
โฆษณาสั้นในอินเทอร์เน็ต. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการ
สื่อสารเชิงธุรกิจและอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนคร
เหนือ.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และคณะ. (2546). การโฆษณา. กรุงเทพฯ: วังอักษร.

ทิพวรรณ วีระสิงห์. (2532). การใช้ภาษาในการโฆษณา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เนาวนิช สิริผาติวิรัตน์. (2544). ภาษาชักจูงในโฆษณาทางโทรทัศน์: การศึกษามายาระดับข้อความ
ตามแนวทฤษฎีปฏิบัติศาสตร์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาภาษาศาสตร์,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรีชา ส่งกิตติสุนทร. (2541). การวิเคราะห์วิธีนำเสนอภาพโฆษณาในนิตยสาร. วิทยานิพนธ์
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปมูข สุกสาร และชาญนิริศ บุญพารอด. (2531). ประเภทของสื่อโฆษณา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช.

ประพิศพรรณ สุกสมุทร. (2549). การจำแนกการใช้ภาษาเชิงอุปมาอุปไมยของโฆษณาลิขิตใน
นิตยสารสตรี. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจเพื่อการ
สื่อสารนานาชาติ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ผาณิต บุญยะวรรณะ. (2541). รายงานการวิจัย ภาพสะท้อนความเหลื่อมล้ำทางเพศในสังคมไทยที่
ปรากฏในภาษาไทย. เชียงใหม่: ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่.

พณูชดา เจริญชัย. (2551). โวหารภาพพจน์ในคำขวัญโฆษณา: กรณีศึกษาคำขวัญโฆษณาเครื่องดื่ม
ยี่ห้อโคคา โคล่า. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาภาษาอังกฤษ
เพื่อการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ภัสราภรณ์ ทาทอง. (2549). การวิเคราะห์ลักษณะทางวาทศิลป์ที่ใช้ในหัวเรื่องโฆษณาเครื่องสำอาง
บำรุงผิวหน้าในนิตยสาร ตั้งแต่ปี 2001-2005. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขา
ภาษาอังกฤษธุรกิจเพื่อการสื่อสารนานาชาติ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2545). พจนานุกรมศัพท์วรรณกรรมอังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.
กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.

สมสุข ปรีเปรม (บรรณาธิการ). *Watch World and Jewelry*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ด้านสุทธาการพิมพ์
จำกัด.

สุพาณี วรรณการ. (2549). รายงานการวิจัย ภาพจน์ในสารคดีนิตยสาร *Reader's Digest*. กรุงเทพฯ:
คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เสรี วงศ์มณฑา. (2540). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ: บ้านเสรีรัตน์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2518). การโฆษณา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2529). ความเปลี่ยนแปลงในภาษาไทยที่ควรอนุรักษ์. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2545). ภาษาศาสตร์สังคม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อวยพร ฟานิช. (2526). การสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา. หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมาธิราช.

_____. (2540). สตรีศึกษา 1: โครงการหนังสือเล่ม "ผู้หญิงกับประเด็นต่าง ๆ". กรุงเทพฯ:
คณะกรรมการการศึกษาอาชีพ และวัฒนธรรม คณะกรรมการส่งเสริมและ
ประสานงานสตรีแห่งชาติ, สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี.

เอมอร ตรีวิเชียร. (2531). ภาษาศาสตร์เชิงสังคม. เชียงใหม่: ภาควิชาภาษาอังกฤษ คณะ
มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Chuandao, Y. (2005). *Rhetorical Characteristics Of Advertising English*.

Retrieved April 20, 2005, from [http://www.languageinindia.com/march2005/
advertisingenglishhongkong1.html](http://www.languageinindia.com/march2005/advertisingenglishhongkong1.html)

Coates, J. (1986). *Women, Men and Language: A Sociolinguistic Account of Sex Differences in
Language*. New York: Longman.

Jordan, J., E. (1965). *Using Rhetoric*. New York: Harper & Row.

Kirszer, L. G. & Mandell, S. G. (1994). *Fiction: Reading>Reacting>Writing*.

California: Harcourt Brace Jovanovich.

Kleppner, O. (1979). *Advertising Procedure* (7th ed.). New York : Prentice-Hall.

Lakoff, R. (1973). Language and woman's place. *Language in Society*, 2, 45-80.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press.

Leigh, J. H. (1994). The use of figures of speech in print ad headlines. *Journal of Advertising*, 23(2), 17-34.

Mcquarrie, E. F. & Mick, D. G. (1996). Figures of rhetoric in advertising language.

Journal of Consumer Research, 22, 424-438.

Moore, F. H. (1981). *Public Relations* (8th ed.). Illinois: Richard D. Irwin.

Moriarty, S. E. (1991). *Creative Advertising Theory and Practice* (2nd ed.).

Singapore: Prentice-Hall International.

Oxenfeldt, A. R. & Swan, C. (1964). *Management of Advertising*. Belmont, CA:

Division of Wadsworth.

Russell, S. (1993). *Grammar, Structure and Style: A Practice Guide to A-Level English*.

New York: Oxford University.

Schramm, W. & Robert, D. F. (1971). *The Process and Effect of Mass Communication*.

Urbana: University of Illinois Press.

Stand, W. B., & Arthur, A. (2002). *Strategies for Retail Brand Building*. New York: Visual

Reference.

Stovall, J. G. (1990). *Writing for the Mass Media* (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Wells, W., Burnet, J., & Moriarty, S. (1995). *Advertising : Principles and Practice* (3rd ed.).

Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.