

D

Dagmar DAGMAR : Defining Advertising Goals for Measuring Advertising Results รูปแบบของการวัดประสิทธิผลการสื่อสารด้านการโฆษณา ตามรูปแบบนี้ได้จัดขั้นตอนของการโฆษณาเป็น 4 ขั้น คือ awareness, comprehension, conviction และ action

Dayparts : การเรียกช่วงเวลาของการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ในช่วงก่อนและหลังจาก prime time

Deal : การดึงดูดใจลูกค้าด้วยการให้ข้อเสนอด้านราคาแบบต่าง ๆ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 เป็นต้น

Dealer imprint : ชื่อและที่อยู่ของผู้แทนจำหน่ายสินค้าที่ได้พิมพ์ลงไว้ในชิ้นงานโฆษณาของโรงงานผู้ผลิตสินค้า

Dealer-Tie in : การดำเนินรายการเพื่อการส่งเสริมทางการค้าร่วมกันระหว่างผู้โฆษณากับผู้แทนจำหน่าย

Decalomania : แผ่นฟิล์มบางใสบันทึกข้อความโฆษณา ใช้สำหรับติดตู้โชว์สินค้าหน้าร้านค้า อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งได้ว่า transparency

Deck panels (Outdoor) : แผ่นป้ายโฆษณากลางแจ้งที่ติดอยู่เหนือแผ่นป้ายอีกอันหนึ่ง

Deckle edge : ขอบกระดาษซึ่งไม่ใช่แบบเรียบตรง มักใช้สำหรับสื่อส่งตรงประเภทที่มีราคาสูง

Definition : ความชัดเจนของการส่งและการรับภาพโทรทัศน์หรือรับฟังวิทยุ

- Delayed broadcast** : รายการที่ได้ถูกบันทึกไว้เพื่อนำไปออกอากาศในภายหลังหรือเวลาอื่น หรือนำไปออกอากาศยังสถานีอื่นต่อไป
- Delete** : ลบทิ้ง เมื่อเป็นศัพท์ที่ใช้ในการพิสูจน์อักษร หมายถึง ข้ามไป
- Demographic characteristics** : ลักษณะที่จะบอกถึงฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของบุคคล เช่น จำนวนสมาชิกในครัวเรือน อายุ อาชีพ การศึกษาและรายได้ของผู้ที่เป็นหัวหน้าครอบครัว
- Depth interview** : การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอิสระในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ถูกถามโดยไม่ต้องตอบตามกรอบของแบบสอบถาม การสัมภาษณ์แบบนี้ทำให้ได้ข้อมูลละเอียดมากขึ้น
- Depths of columns** : ขนาดของเนื้อที่โฆษณา ซึ่งจะวัดจากส่วนบนสุดของหน้ากระดาษมายังส่วนล่างสุด โดยอาจจะวัดเป็นหน่วย agate lines หรือเป็นนิ้ว
- Design** : การออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา
- Diary** : การบันทึกรายละเอียดของตัวอย่าง เพื่อใช้ในการทำวิจัยโฆษณา เช่น สื่อโฆษณา ตลอดจนการซื้อหาสินค้าตรา นั้น ๆ ตลอดระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งผู้จัดบันทึกจะได้รับคำตอบแทนในรูปใดรูปหนึ่งจากผู้ทำวิจัย เช่น อาจได้รับเงินหรือผลิตภัณฑ์สินค้าเป็นเครื่องตอบแทน
- Die-cut** : การตัดกระดาษแข็งเป็นรูปร่างแปลก ๆ โดยใบมีดพิเศษเพื่อการจัดส่งทางไปรษณีย์
- Diorama** : สำหรับการโฆษณา ณ จุดซื้อ หมายถึง การจัดแสดงสินค้าอย่างปราณีต โดยให้มีสภาพเหมือนธรรมชาติ ส่วนใหญ่จะทำในแบบ 3 มิติ และมีการให้แสงประกอบ
- Direct mail advertising** : การโฆษณาโดยตรงไปยังผู้คาดหวังที่จะเป็นลูกค้าโดยใช้วิธีส่งทางไปรษณีย์

Direct marketing : การขายตรงแก่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึงการขายโดยไม่ผ่านพ่อค้าส่งหรือร้านค้าปลีก การขายตรงนี้เดิมใช้คำว่า Mail order แต่เนื่องจากการส่งสินค้าไปยังผู้ใช้หรือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบันสามารถจะใช้วิธีส่งอื่น ๆ นอกเหนือจากการส่งทางไปรษณีย์ได้ จึงเรียกว่า Direct marketing

Direct-response advertising : การโฆษณาแบบส่งตรงสำหรับธุรกิจการขายตรง สื่อที่ใช้ในการโฆษณาแบบนี้ได้แก่ การส่งตรงทางไปรษณีย์ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ

Disk jockey (DJ) : ผู้ควบคุมรายการวิทยุ หรือผู้จัดรายการเพลงทางวิทยุ

Display : การจัดแสดงสินค้า ซึ่งนอกจากจะเป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์บริษัทแล้วยังเป็นการโฆษณาที่ตัวสินค้าด้วย ผู้จัดอาจจะมีบริการจัดสินค้าไว้ขาย ณ ที่นั้นเลยก็ได้ หรืออาจจะมีการแนะนำให้ผู้ชมรู้จักวิธีใช้หรือคุณประโยชน์ของสินค้าซึ่งเป็นการทำให้ผู้ชมได้รู้จักสินค้าดีขึ้น ในขณะที่ป้ายชื่อร้านทำให้คนรู้จักร้านผู้ผลิตผู้ขายหรือรวมไปถึงตัวผลิตภัณฑ์ด้วย

Display Advertising : การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร ซึ่งออกแบบเพื่อให้ดึงดูดสายตาและความสนใจของผู้อ่าน ปกติจะมีรายละเอียดต่าง ๆ มีภาพประกอบและใช้เนื้อที่มาก แต่ไม่ได้มีการจัดแยกหมวดหมู่ตามชนิดของสินค้า (ดู classified advertising การจัดแยกหมวดหมู่ของโฆษณา)

Dissolve (TV.) : การซ้อนภาพ โดยให้ภาพใหม่เข้ามาแทนที่ ในขณะที่ภาพเดิมค่อย ๆ เลือนหายไป

Distribution :

1. การจำหน่ายสินค้าโดยผ่านทางร้านระบายสินค้า (outlet)
2. การใช้สินค้าและบริการโดยผู้บริโภค
3. สำหรับสิ่งพิมพ์ทางด้านธุรกิจ หมายถึง ยอดรวมของจำนวนที่แจกจ่ายไป

- แต่ละฉบับ ไม่ว่าจะ paid หรือ nonpaid (ดู (Circulation paid, nonpaid)
4. สำหรับการโฆษณากลางแจ้ง หมายถึง ข้อความโฆษณาที่ตีประกาศไว้ตามถนนสายสำคัญ ๆ เพื่อจะให้ผู้คนได้เห็นมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

Distribution (nonqualified) : เอกสารสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจการค้าฉบับซึ่งไม่ตรงกับประเภทของธุรกิจ

Distributor : ผู้ขายส่ง S. Wholesaler

Dolly : แท่นที่ตั้งกล้องโทรทัศน์หรือกล้องภาพยนตร์ ซึ่งสามารถโยกย้ายเข้าออกได้หรือเลื่อนไปข้างหน้าข้างหลังได้ เพื่อให้ใกล้ชิดกับสิ่งที่กำลังจะถ่ายทำ

Double-decker : สื่อโฆษณากลางแจ้งที่ตั้งซ้อนเหนือกันอยู่

Double-page spread or Double truck : การใช้เนื้อที่หน้ากระดาษถึง 2 หน้า (กางออก) เพื่อบรรจุงานโฆษณาเพียง 1 ชิ้น หรือการโฆษณาที่ต้องใช้เนื้อที่ถึง 2 หน้า เพื่อบรรจุงานโฆษณา 1 ชิ้นลงไป

Double spotting : การโฆษณาสินค้า 2 รายการภายในช่วงคั่นเวลาของสถานีช่วงเดียวกัน ถ้าเป็นการโฆษณาสินค้า 3 รายการภายในช่วงระยะเวลาดังกล่าวนั้นเรียกว่า Triple spotting

Double spread : หน้ากระดาษ 2 หน้าที่ยื่นเข้าหากันในหนังสือพิมพ์และใช้สำหรับลงโฆษณา 1 ชิ้น S. double truck, double-page spread ถ้าเป็น 2 หน้ากลางของนิตยสาร เรียกว่า center spread

Down-and-under : วิธีการลดระดับเสียงดนตรีหรือเสียงประกอบอื่น ๆ เพื่อมิให้รบกวนถ้อยคำสนทนาที่จะตามมา

Drivetime : ช่วงเวลาจาก 7.00-9.00 A.M. และ 4.00 ถึง 7.00 P.M. ซึ่งเป็นช่วงที่มีผู้รับฟังวิทยุมากที่สุด ในขณะที่ขับรถไปทำงานและขับกลับบ้านพัก S. traffic time

Drop-in : การโฆษณาประจำท้องถิ่นที่เสนอระหว่างรายการกระจายเสียงระดับชาติ (nationally broadcasting program)

Dry-brush Drawing : ภาพที่วาดด้วยแปรงและสีน้ำชั้น ๆ หรือหมึก

Dubbing : วิธีการบันทึกเสียงลงในภาพยนตร์หรือแผ่นเสียง

Due bill : 1. ข้อตกลงเรื่องเวลาสำหรับโฆษณาระหว่างสถานีและผู้จำหน่ายภาพยนตร์หรือเจ้าของภาพยนตร์หรือผู้ผลิตภาพยนตร์

2. ข้อตกลงระหว่างผู้โฆษณา ซึ่งมักจะให้แก่โรงแรม ภัตตาคาร หรือสถานที่พักผ่อนกับสื่อโฆษณาในการแลกเปลี่ยนเวลาหรือเนื้อที่โฆษณากับบริการจากผู้โฆษณา

Dummy : 1. ความหมายด้านสื่อโฆษณา หมายถึง กระดาษเปล่าจำลองเป็นแผ่นปลิว แผ่นพับ หรือหนังสือคู่มือในขนาด รูปร่าง และน้ำหนักเหมือนลักษณะที่จะปรากฏจริง โดยอาจจะวาดผังงานโฆษณา (layouts) ไว้ด้วย เป็นการจำลองสื่อโฆษณาที่มีประโยชน์สำหรับสื่อโฆษณาแบบส่งตรง

2. ความหมายด้านการจัดแสดงสินค้า หมายถึง กล่องสำหรับบรรจุสินค้า (กล่องเปล่า) (package หรือ carton) ใช้สำหรับตกแต่งร้านค้า

Dump (Data processing) : การถอดเครื่องกำเนิดไฟฟ้ากระแสสลับหรือกระแสตรงจากระบบ หรือจากส่วนประกอบโดยความตั้งใจ หรือโดยเหตุบังเอิญ หรือโดยมีเงื่อนไขก็ตาม

Duplicate coverage : จำนวนหรือปริมาณของหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ที่เป็นคู่แข่งกันมากกว่า 2 ฉบับ ที่รับโดยผู้รับรายเดียวกัน

Duplication : การรับข่าวสารโฆษณาหลาย ๆ ครั้งของกลุ่มผู้รับกลุ่มเดียวกัน