

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย และการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง "การผสมผสานรูปแบบ การสื่อความหมายและจินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมายที่มีต่องานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรในงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์" เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการใช้เทคนิคเชิงปริมาณ โดยแนวทางการศึกษามีทั้งการวิเคราะห์ตัวบทและการสัมภาษณ์จินตสภาวะโดยใช้ repertory grid เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการประมวลผลด้วยเทคนิคเชิงปริมาณ การวิจัยนี้เป็นการเน้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสารเป้าหมายในการสร้างจินตสภาวะอันเกิดจากการรับสารของตัวงาน ซึ่งการแสวงหาคำตอบสำหรับปัญหานำการวิจัยครั้งนี้ จะประกอบด้วยแนวทางการศึกษา 2 แนวทางได้แก่ 1) การวิเคราะห์ตัวบท (Textual analysis) เพื่อให้ได้มาซึ่งความเข้าใจถึงวิธีการผสมผสานรูปแบบและการสื่อความหมายของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร 2) การวิเคราะห์จินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมาย เพื่อนำสู่การหาความสัมพันธ์ระหว่างจินตนาการกับแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้รับสารเป้าหมายที่เกิดจากการรับสารจากงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร

ทั้งนี้รายละเอียดต่าง ๆ ของระเบียบวิธีวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังต่อไปนี้

#### ที่มาของข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ที่มาของข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้จำแนกได้ 2 แหล่งคือ ข้อมูลประเภทตัวงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรและข้อมูลประเภทบุคคล โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 1.งานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรจากสื่อพิมพ์

เนื่องจากงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร เป็นงานสร้างสรรค์ที่กระจัดกระจายอยู่ในสื่อพิมพ์ประเภทต่าง ๆ โดยมีปรากฏอย่างไม่แน่นอนและไม่สม่ำเสมอ ดังนั้นการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทตัวงาน จึงเก็บจากสื่อพิมพ์ที่ผู้วิจัยเห็นว่าตัวงานนั้น ๆ มีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการศึกษา โดยจำแนกตัวงานเป็นสองกลุ่มดังนี้

กลุ่มที่หนึ่ง เป็นงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรที่ได้รับการคัดเลือกลงตีพิมพ์ในหนังสือแสดงผลงานประจำปีในระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ ซึ่งหนังสือดังกล่าว เป็นหนังสือที่รวบรวมผลงานโฆษณาคัดสรรของสื่อต่างสื่อ ๆ โดยเก็บย้อนหลังประมาณ 5 ปี (พ.ศ.2541-2545) หรือย้อนหลังไปอีกเท่าที่รวบรวมได้ ประกอบด้วยหนังสือรายปีต่อไปนี้

- 1) งานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรภาษาไทย เก็บรวบรวมจากหนังสือรวบรวมผลงานประจำปี BAD awards และ TACT Awards โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลดังกล่าวดังนี้
  - 1.1 งานประกาศผลรางวัลโฆษณายอดเยี่ยม หรือ Bad Awards นี้จัดขึ้นเพื่อให้รางวัลแก่ผู้ที่ผลิตและสร้างสรรค์โฆษณาทางสิ่งพิมพ์และวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย งานครั้งนี้จัดขึ้นโดย Bangkok Art Directors Association สำหรับปี พ.ศ. 2543 เป็นการประกาศผลรางวัลครั้งที่ 15 คณะกรรมการในการตัดสินรางวัลแต่ละท่านล้วนเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านวิชาชีพโฆษณาจากระดับอาวุโสจากบริษัทประกอบธุรกิจโฆษณาชั้นนำของเมืองไทย
  - 1.2 The Annual Top Advertising Contest of Thailand (Tact Awards) จัดทำโดยสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย ทั้งนี้โดยได้รับความร่วมมือในการดำเนินการจากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร และคณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ในการประกวดโฆษณายอดเยี่ยมแห่งประเทศไทยปี พ.ศ. 2543 ได้ดำเนินการจัดประกวดมาเป็นครั้งที่ 24 การประกวดในครั้งนี้ได้รวบรวมโฆษณาระหว่างปี พ.ศ.2542-2543 มาตัดสิน คณะกรรมการในการตัดสินประกอบด้วยนักวิชาการทางด้านงานโฆษณาและผู้เชี่ยวชาญด้านงานโฆษณา
- 2) งานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรภาษาอังกฤษ เก็บรวบรวมจากหนังสือดังต่อไปนี้
  - 2.1 Creativity Annual เผยแพร่โดย Harper Collins Publishers ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งรวบรวมผลงานเด่นทางงานออกแบบและการโฆษณาจาก 40 ประเทศทั่วโลก ในปี ค.ศ. 2000 Creativity Annual ได้จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 29

2.2 The European/Design/Annuali เผยแพร่โดย RotoVision Book ซึ่งรวบรวมผลงานเด่นทางงานออกแบบและการโฆษณาจาก 28 ประเทศในยุโรป การประกวดการออกแบบประจำปีของยุโรปได้เริ่มต้นขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1995 และได้จัดต่อเนื่องกันมาถึงปัจจุบัน มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมการออกแบบภาพกราฟฟิคร่วมสมัยที่ดีที่สุดทั่วยุโรป ความน่าสนใจของงานประกวดครั้งนี้คือ ประเทศที่เข้าร่วมในการส่งผลงานมีถึง 28 ประเทศทั่วยุโรป สิ่งที่มีความน่าสนใจมากในการประกวดครั้งนี้คือการนำคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญในสาขาการออกแบบจากหลาย ๆ ประเทศมารวมตัวกัน มีการแบ่งสื่อในการตัดสินเป็นแบบคือสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล ขั้นตอนในการตัดสินคือเน้นความเรียบง่าย ผลงานจะต้องมีลักษณะแสดงถึงจินตนาการ สื่อสารเข้าใจได้ บรรลุวัตถุประสงค์ มีความบันเทิงในตัวเองและกระตุ้นความคิดผู้รับสาร

2.3 Epica การประกาศรางวัล Epica หรือ โฆษณายอดเยี่ยมแห่งยุโรปนี้จัดขึ้นโดยสถาบัน IMJ คือนิตยสารโฆษณาระดับแนวหน้าของประเทศ Ireland ความน่าสนใจของการจัดงานในครั้งนี้คือการจัดงานประกาศรางวัลโดยต่อเนื่องกันมาถึง 13 ปีแล้ว และในปีที่ 13 หรือ ค.ศ.1999 คณะกรรมการในการตัดสินมาจากผู้ที่ทำงานระดับอาวุโสในนิตยสารโฆษณาระดับแนวหน้าจากทั่วยุโรป

2.4 The One Show จัดทำขึ้นโดย The One Club การประกวดผลงานโฆษณา The One Show นี้เป็นการประกวดการสร้างสรรคงานโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ที่ได้จัดต่อเนื่องกันมาถึง 22 ปี (ปีค.ศ.2000) เพื่อค้นหาสื่อโฆษณาที่ดีที่สุดแห่งปี ลักษณะที่น่าสนใจของ The One Show คือลักษณะของผลงานที่ส่งเข้าประกวดส่วนใหญ่จะมีความคมชัดและแฝงเนื้อหาการวิพากษ์วิจารณ์สังคม (Social Commentary) ทำให้เราสามารถมองเห็นหรือเข้าใจลักษณะของสังคมผ่านงานโฆษณา นอกจากนี้ลักษณะของผลงานจะต้องเป็นผลงานที่ทำให้เรื่องซับซ้อนมองดูเป็นเรื่องง่ายและมีความสนุกสนานในตัวเอง คณะกรรมการที่ร่วมกันตัดสิน แต่ละท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญระดับอาวุโสจากบริษัทสื่อหลายๆ แขนง

2.5 Advertising Annual งานนี้จัดขึ้นโดยสำนักพิมพ์นิตยสารโฆษณา Graphis หนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือที่แสดงให้เห็นถึงจุดเด่นของโฆษณาส่งพิมพ์ที่ดีที่สุดในแต่ละปี ความน่าสนใจของหนังสือเล่มนี้คือ การรวบรวมผลงานภาพโฆษณาที่สะดุดตา

กระตุ้นจินตนาการและทำให้เกิดความน่าสนใจ จัดได้ว่าภาพโฆษณาที่ได้ถูกรวบรวมไว้ในหนังสือเล่มนี้ช่วยสร้างมาตรฐานใหม่ให้กับวงการการถ่ายภาพโฆษณา

- 3) งานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรภาษาญี่ปุ่น เก็บรวบรวมจากหนังสือรวบรวมผลงานประจำปีดังนี้

3.1 Advertising Photography in Japan เป็นหนังสือรวมภาพถ่ายโฆษณาในญี่ปุ่น จัดทำขึ้นโดยสมาคมช่างภาพโฆษณาของญี่ปุ่น มีจุดประสงค์ในการรวบรวมภาพถ่ายโฆษณาที่มีคุณภาพสูงและมีความหลากหลายในรูปแบบและคุณค่าและเต็มไปด้วยจินตนาการ ความน่าสนใจของหนังสือเล่มนี้คือ การรวบรวมภาพถ่ายโฆษณากว่า 1,400 ภาพที่แสดงควมมีชีวิตชีวาจากทุกๆ เขตของประเทศญี่ปุ่น สิ่งสำคัญที่สะท้อนให้เห็นในหนังสือเล่มนี้คือ การนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้กับเทคนิคการถ่ายภาพ

3.2 Tokyo Art Directors Annual จัด โดย Tokyo Art Directors Club สำหรับปี ค.ศ. 2000 เป็นการจัดขึ้นครั้งที่ 44 ซึ่งเน้นถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างโฆษณา คณะกรรมการที่ร่วมตัดสินในการประกวดครั้งนี้ส่วนใหญ่คือผู้เชี่ยวชาญระดับอาวุโสในวงการการสร้างสรรค์งานโฆษณาจากบริษัทโฆษณาในหลายๆ แห่งซึ่งนับว่าเป็นการรวมตัวกันของผู้ที่เชี่ยวชาญในวงการการสร้างสรรค์โฆษณาที่ยิ่งใหญ่งานหนึ่งของวงการโฆษณาของประเทศญี่ปุ่น

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในข้อ 1 ถึง 3 ดังกล่าว ผู้วิจัยได้พบว่า ห้องสมุดแต่ละแห่งในประเทศไทยนี้ ไม่มีที่ใดที่มีหนังสือรายปีดังกล่าวครบถ้วน ผู้วิจัยจึงสืบค้นจากฐานข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศจากห้องสมุดในแต่ละสถาบัน แล้วจึงเดินทางไปตามห้องสมุดแต่ละแห่งเพื่อเก็บข้อมูลภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรของงานโฆษณา

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้พบว่า หนังสือรายปีบางเล่มก็ไม่ได้มีอยู่ในห้องสมุดของสถาบันการศึกษาในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์ให้ห้องสมุดของบริษัทตัวแทนโฆษณา การขอความช่วยเหลือจากคนรู้จักที่อยู่ในต่างประเทศ การจัดซื้อจากร้านหนังสือทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยปรากฏรายละเอียดดังนี้

1) ห้องสมุดของสถาบันการศึกษาในประเทศ ประกอบด้วยห้องสมุดในสังกัดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้แก่ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ คณะศิลปกรรมและสถาบันวิทยบริการ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร วังท่าพระ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยรังสิต ห้องสมุดมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากห้องสมุดดังกล่าวใช้วิธีการถ่ายเอกสารสี การถ่ายภาพ และการ scan ภาพ จากการเก็บข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่า หนังสือรวบรวมผลงานรายปีจากทุกห้องสมุดในกลุ่มนี้รวมกันได้ 23 เล่ม จากทั้งหมด 45 เล่ม ยังขาดอีก 22 เล่ม ผู้วิจัยจึงสืบค้นต่อห้องสมุดของบริษัทตัวแทนโฆษณา

2) ห้องสมุดของบริษัทตัวแทนโฆษณา ผู้วิจัยได้ติดต่อไปยังบุคคลที่รู้จักในบริษัทตัวแทนโฆษณาที่มีห้องสมุด แต่อย่างไรก็ตามมีข้อจำกัดประการหนึ่งคือ บริษัทตัวแทนโฆษณาทุกแห่งไม่มีนโยบายให้บุคคลภายนอกมาใช้บริการห้องสมุดของตน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำประมวลรายชื่อหนังสือที่ต้องการให้และมอบให้ผู้ประสานงานในแต่ละบริษัทสืบค้นให้ ผลปรากฏว่า ผู้วิจัยได้หนังสือรายปีจากบริษัทตัวแทนโฆษณาเพิ่มขึ้นมาอีก 4 รายการ จัดเก็บข้อมูลโดยการถ่ายเอกสารสี การถ่ายภาพ การ scan อย่างไรตามยังขาดอีก 18 เล่ม ในจำนวนนี้หนังสือในช่วงปี 2000 ยังไม่มีในห้องสมุดต่าง ๆ ดังนั้นแผนการต่อไปคือ การจัดซื้อ

3) การจัดซื้อหนังสือรายปี จัดซื้อจากร้านหนังสือในประเทศโดยแหล่งใหญ่คือ ร้าน เอเชีย บুকและคิโนะคุนิยะ ส่วนที่ยังขาดอยู่ติดต่อสั่งซื้อจาก [www.amazon.com](http://www.amazon.com) รวมจำนวนหนังสือรายปีที่สั่งซื้อทั้งสิ้น 10 เล่ม ซึ่งยังขาดอีก 8 เล่ม ซึ่งแผนการจัดหาขั้นสุดท้ายคือ การขอความช่วยเหลือจากคนรู้จักที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยที่ญี่ปุ่น

4) การขอความช่วยเหลือจากผู้ที่ศึกษาต่อในประเทศญี่ปุ่น โดยได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์สุธนะ ติงศภัทิย์ โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งอาจารย์สุธนะได้ให้ความกรุณาติดต่อคนที่อาจารย์รู้จักเพื่อให้ยืมมาให้จากห้องสมุดของมหาวิทยาลัยในญี่ปุ่นและฝากมากับนักเรียนไทยที่กำลังจะเดินทางกลับกรุงเทพ ผลคือ ทำให้ได้รับหนังสือรายปีเพิ่มขึ้นอีก 2 เล่ม ซึ่งยังขาดอีก 6 เล่ม

ดังนั้น การเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว จึงได้รับข้อมูลงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรจากหนังสือรายปี 39 เล่ม ส่วน 6 เล่มที่ขาดหายไปได้แก่ The European/design/annual ปี 1996 และ 1997, Advertising Photography in Japan ปี 1996 และ 1997, The One Show 1997 และ Advertising Annual'1998

อนึ่ง แม้ข้อมูลงานภาพถ่ายลายลักษณ์อักษรจากต่างประเทศจะไม่ได้นำมาใช้เป็นตัวหลัก สำหรับการวิเคราะห์วิธีการผสมรูปแบบและการสื่อความหมายหรือการศึกษาจิตสภาวะของผู้รับสาร แต่ได้นำมาใช้ประกอบในการอธิบายคู่กับงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรไทย

กลุ่มที่สอง เป็นการเก็บรวบรวมงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรจากสื่อต่าง ๆ ที่พบโดยบังเอิญจากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ โดยคัดเลือกตัวอย่างเฉพาะเจาะจงที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการศึกษาและเพื่อให้ได้มาซึ่งความหลากหลายของรูปแบบทางการสร้างสรรค์ ดังนั้นงานในกลุ่มนี้จึงไม่กำหนดขอบเขตระยะเวลาและชื่อสิ่งพิมพ์ที่แน่ชัด อนึ่ง งานในกลุ่มที่สองนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรจากห้องสมุด รวมทั้งการจัดซื้อจากร้านหนังสือและตลาดนัดหนังสือจตุจักร

ผลจากการเก็บข้อมูลดังกล่าวในเบื้องต้น ทำให้ได้งานภาพถ่ายลายลักษณ์อักษรของไทยได้ 117 ชิ้นงาน งานภาษาอังกฤษ 184 ชิ้นงาน และงานญี่ปุ่น 77 ชิ้นงาน รวม 378 ชิ้นงาน ซึ่งจำเป็นต้องทำการคัดเลือกงานเพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยมุ่งเน้นที่งานของไทยก่อน เนื่องจากเป็นงานที่ต้องนำมาทำการศึกษาจิตสภาวะของผู้รับสาร หลังจากที่ได้คัดเลือกงานไทยมาแล้ว จึงพิจารณาว่างานต่างประเทศชิ้นงานใดควรนำมาประกอบการศึกษาร่วมกับงานไทย

หลังจากที่ได้เก็บข้อมูลงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรจากสื่อต่าง ๆ แล้ว ผู้วิจัยได้นำงานทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ในเบื้องต้น เพื่อพิจารณาว่างานใดควรที่จะนำมาประกอบการศึกษาวิเคราะห์ โดยเกณฑ์ที่ผู้วิจัยใช้คือ เลือกศึกษางานที่ลักษณะการผสมรูปแบบของตัวงานมีสัมพันธ์ภาพระหว่างภาพและลายลักษณ์อักษรกันอย่างกลมกลืน กล่าวคือ หากปิดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งระหว่างภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรแล้ว ตัวงานยังสื่อความหมายได้โดยไม่เสียความ งานนั้น ๆ จะถือว่าขาดความสัมพันธ์ภาพที่กลมกลืน นั่นคือจะไม่นำงานนั้นมาประกอบการศึกษา ผลการคัดเลือกดังกล่าวทำให้เหลือชิ้นงาน 27 ภาพ ผู้วิจัยจึงนำงาน 27 ภาพนั้นมาศึกษาวิเคราะห์การผสมรูปแบบ การสื่อความหมายและจิตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมาย ทั้งนี้ได้คัดเลือกงานภาษาอังกฤษและงานญี่ปุ่น อีกรวม 10 ชิ้นงานที่มีลักษณะการผสมรูปแบบและการสื่อความหมายคล้ายคลึงกันมาประกอบคำอธิบายงานภาษาไทย รวมภาพที่นำมาประกอบการอธิบายทั้งสิ้น 37 ภาพ โดยงานลำดับที่ 1-27 เป็นงานภาษาไทยหรืองานภาษาอังกฤษที่สร้างสรรค์ขึ้นสำหรับคนไทย ส่วนลำดับที่ 28-37 เป็นงานภาษาญี่ปุ่นและอังกฤษดังต่อไปนี้

1. ขนมขบเคี้ยว ข้าวเกรียบกุ้งฮานามิ
2. เครื่องดื่ม โชดาสิงห์
3. ข้าวกล่องหอมมะลิเบอร์ 5
4. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ SPY
5. ห้างสรรพสินค้า The Mall Supermarket
6. ผลิตภัณฑ์ปรับผ้านุ่ม ไฮคลาส
7. ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นขั้วขึ้น
8. ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นบุหรี
9. ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นอาหาร
10. น้ำยาบ้วนปาก Literine
11. ปูนซีเมนต์ ตราเสือ
12. ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในบ้านซิงเกอร์
13. โทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC
14. โทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM
15. โทรศัพท์เคลื่อนที่ Ericson (ตัวเครื่อง)
16. โทรศัพท์เคลื่อนที่ Ericson (ปัญหา Y2K)
17. พจนานุกรม Talking Dict
18. ธนาคารเอเชีย
19. ธนาคารไทยท努
20. Citibank Personal loan
21. Citibank Ready Credit (กล้วย)
22. Citibank Ready Credit (บะหมี่สำเร็จรูป)
23. Citibank Ready Credit (พลาสติกเตอร์ยา)
24. บริษัทการบินไทย
25. DHL
26. ZEN
27. กระดาษดับเบิล A
28. มิโอะซูปะทะกะยะ
29. ขนมขบเคี้ยวอาคาเดมูโจ
30. บุหรี Philip Morris

31. Absolut Vienna
32. อาหารกินน้ำหนักร Kelloggs
33. ร้านขนม Danisco Sugar ชูต NID LIVET
34. ร้านขนม Danisco Sugar ชูต GODT
35. ร้านขนม Danisco Sugar ชูต VINDER
36. ร้านขนม Danisco Sugar ชูต LAGKAGE
37. สายการบิน Emirates

ชิ้นงานและที่มาของแต่ละชิ้นงานสามารถแสดงได้ดังนี้



ภาพที่ 3.1 ขนมขบเคี้ยว ข้าวเกรียบกุ้งซานามิ



ที่มา นิตยสารดิฉัน ฉบับที่ 527 15 กุมภาพันธ์ 2542 หน้า 89

## ภาพที่ 3.2 เครื่องดื่ม โซดาสิงห์



ที่มา นิตยสาร LIPS 31 (18) มีนาคม 2545 หน้า 45

ภาพที่ 3.3 ข้าวกล้องหอมมะลิเบอร์ 5



ที่มา ไทยรัฐ 1 กรกฎาคม 2544 หน้า 28

ภาพที่ 3.4 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ SPY



ที่มา BAD 13 (1999: 50) / LIPS 2 (สิงหาคม 2542) หน้า 211

ภาพที่ 3.5 The Mall Supermarket



ที่มา TACT AWARD 9(2527-2528) หน้า 91

### ภาพที่ 3.6 ผลิตภัณฑ์ปรับผ้านุ่มไฮคลาส



ที่มา นิตยสาร IMAGE 12 (11) พฤศจิกายน 2542 หน้า 21

ภาพที่ 3.7 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นอับชื้น

Febreze  
EXTRA STRENGTH

หอพักอับชื้น กลิ่นเจ้าเหม็น และกลิ่นน้ำราดตู้ไว้ในห้อง พม่าไม่คุยฝันชวนหลับ  
 ค่าย *ฝันริช ไลฟ์* สเปซจิดอับชื้นคึกคัก ไซดีพิกับรสคุดเป็นเท่าทุกชนิดไม่ว่าจะพื้นอบ ฝ้าม่าน  
 ไรผ้า เยื่อน้ำอับชื้น รองเท้า หลวม เบาะรถ... เที่ยงนิตาพิซบผ้า อารสทศรรมชาติจากข้าวโพด  
 จะเข้าไปดูดซับกลิ่นที่เคลือบไว้ เมื่อฝ้ายฟุ้งกลบเทหาไปโดยไม่มีคราบและร่องรอยใ  
 ฝ้ายอะ...คุณจะหลับสบาย มีหมักยี่ห้อสะอาดสดชื่นออกไป

ที่ปรึกษา: หมกกลิ่น ปอดกลีบ หายพวย

ที่มา นิตยสารดิฉัน ฉบับที่ 561 (15 กรกฎาคม 2543 หน้า 77)

ภาพที่ 3.8 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นบุหรื



กล่าวได้ว่าโปรดักต์ปล่อยกลิ่นบุหรื กลิ่นอ่อนชืน และกลิ่นอันไม่พึงปรารถนาใดๆ  
ด้วย *Febreze ใหม่* สเปรย์จกกลิ่นคืดคำ ใจได้พิกับรสคืดเป็นคำทุกชนิดไม่ว่าจะพืชอบ ค่านาน  
ใจสา เล็ดน้ำอชชัน ร่องเท้า พรหม เบาะรถ ... เพื่องอชให้ชชันคำ สารสกัดธรรมชาติจากข้าวโพด  
จะเข้าไปลดกลิ่นคืดคำคืดคำ เยื่อหุ้มหังกลิ่นคืดคำไปโดยนึ่งคราบและร่องรอยอ  
พืชี่ละ ... ใจส่าสตร์โปรดักต์จะน็ดกลิ่นคืดอชชันพอดไป

Febreze  
EXTRA  
STRENGTH

หาลอช พืชี่ชชัน ได้พืชี่ในบางนยามชชันนึ่งนึ่งของบะลนึ่งพืชี่นึ่งนึ่ง  
และอชชันนึ่งนึ่งนึ่งนึ่ง *Febreze* นึ่งนึ่งนึ่ง *Febreze* นึ่งนึ่งนึ่ง

**Febreze ใหม่ กลิ่นบุหรื ปล่อยกลิ่น หายพืชี่**

ที่มา นิตยสารดิฉัน ฉบับที่ 561 (15 กรกฎาคม 2543 หน้า 73)



ภาพที่ 3.9 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นอาหาร



ไม่มีอีกแล้วกลิ่นพริก กลิ่นกะเพรา หรือกลิ่นอาหารใดๆบนผ้าขาว หลังการทำล้างองคุต  
ล้าง **พริก ใหม** สเปรย์จกกลิ่นคั่ว ใช้ได้กับวัสดุที่เป็นผ้าทุกชนิดไม่ว่าจะทึบสน ผ้าผ่น  
โซฟา เสื้อผ้าอชัน รือเก้าอี้ พรม เบาะรถ... เพียงฉีดให้จันท้ว สารสกัดธรรมชาติจากข้าวโพด  
จะเข้าไปดูดซับกลิ่นที่ติดบนผ้า เมื่อทำแห้งกลิ่นก็หายไปโดยไม่มีคราบอะไรระออบไว้  
ที่นั่น... เมฆาไหนๆก็ไม่ปัญหา

**พริก หมกกลิ่น ปลอดภัย หอมหวาง**

พริก ใหม ได้ขึ้นทะเบียนเป็นยี่ห้อของโสมฟาร์มาเซอติคัล และกลุ่มบริษัท 2020000 คนตรา สภาวาท ฤกษ์ฟ้า

ที่มา นิตยสารดิฉัน ฉบับที่ 561 (15 กรกฎาคม 2543 หน้า 75)

ภาพที่ 3.10 น้ำยาบ้วนปาก Listerine

พูดกันได้อย่างใกล้ชิดขึ้น

CoolMint LISTERINE

ทุกครั้งที่หลังการแปรงฟัน คราบแบคทีเรียจะก่อตัวขึ้นใหม่อย่างรวดเร็ว อันเป็นที่มาของกลิ่นปาก ฟันผุ และคราบหินปูน แต่ด้วยคลอรีน คูโลมินต์ น้ำยาบ้วนปากโรคมินต์ หอมเย็น เท่านั้น ที่ช่วยลดแบคทีเรียได้ถึง 94.1%\* แม้ในช่องที่การแปรงฟันเข้าไปไม่ถึง ให้ปากสะอาด ลมหายใจหอมสดชื่น...เปิดปากเต็มที มันใจเต็มร้อย

Proc. 2. H. et al. Journal of Periodontology 60: 871-884, 1989

ที่มา นิตยสารดิฉัน ฉบับที่ 548 31 ธันวาคม 2542 หน้า 41

ภาพที่ 3.11 ปูนซีเมนต์ตราเสือ

เมื่อบ้านคุณโหยหา

เลือกปูนตราเสือ เพราะเนื้อปูนสด  
ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการยึดเกาะวัสดุต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น หมดปัญหาเรื่องรอยร้าว

เริ่มตั้งแต่ ไม่มีร้าว เริ่มด้วยปูนตราเสือ

ที่มา นิตยสารบ้านและสวน 26(309) พฤษภาคม 2545 หน้า 39

ภาพที่ 3.12 ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในบ้านซิงเกอร์



**SINGER** ซิงเกอร์

ที่มา ไทยรัฐ 15 กรกฎาคม 2543 หน้า 17

ภาพที่ 3.13 โทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC



ทิวา นิตยสาร Expression พฤษภาคม/มิถุนายน 2544 หน้า 11

ภาพที่ 3.14 โทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM



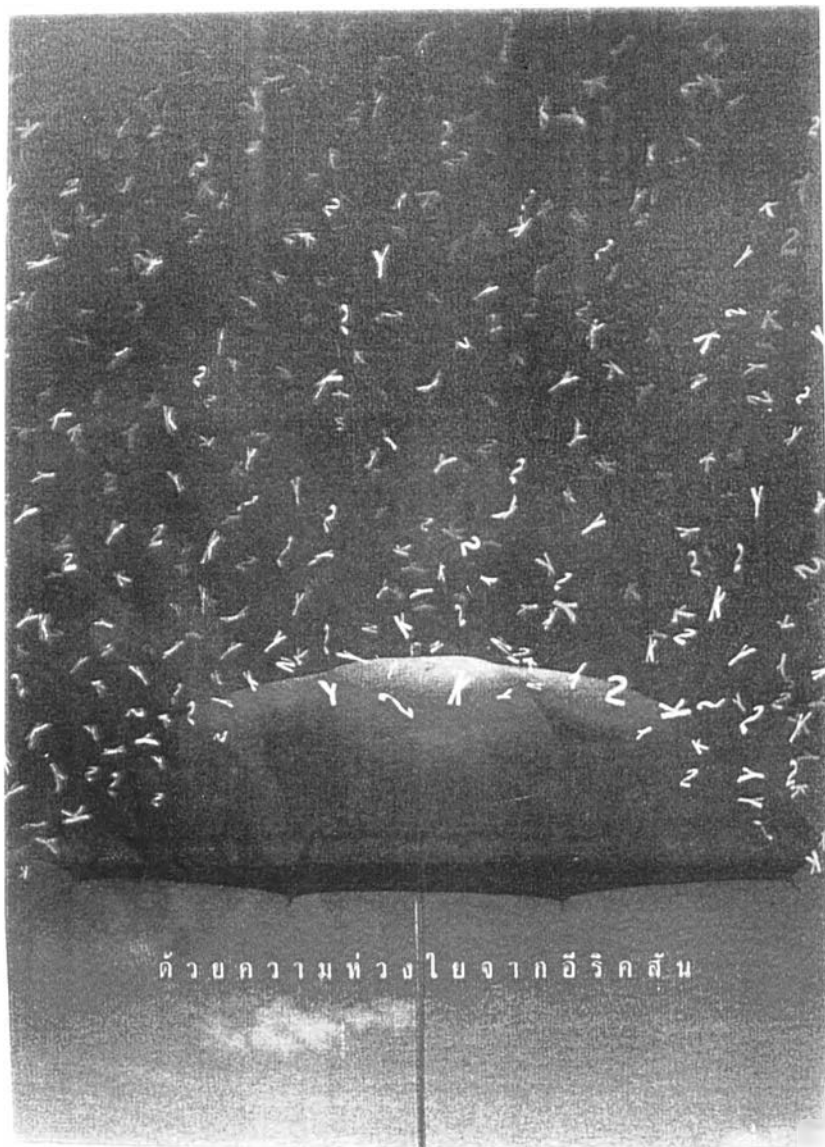
ที่มา นิตยสารดิฉัน ฉบับที่ 528 28 กุมภาพันธ์ 2542 หน้า 125

ภาพที่ 3.15 โทรศัพท์เคลื่อนที่ Ericsson (ตัวเครื่อง)



ที่มา นิตยสารดิฉัน ฉบับที่ 507 15 เมษายน 2541 หน้า 97

ภาพที่ 3.16 โทรศัพท์เคลื่อนที่ Ericsson (ปัญหา Y2K)



ERICSSON 

ที่มา ไทยรัฐ 13 กรกฎาคม 2541 หน้า 13



ภาพที่ 3.17 พจนานุกรม Talking Dict



T888 PDA ใช้หน่วยประมวลผลความเร็วสูงถึง 33 MHz ใช้หน่วยความจำหลัก 16 MB ใช้หน่วยความจำแฟลช 8 MB ใช้แบตเตอรี่แบบชาร์จไฟได้ และสามารถใช้กับคอมพิวเตอร์ได้ ... T888 PDA จาก Talking-Dict ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ...

ที่มา ไทยรัฐ 22 ตุลาคม 2545 หน้า 32

ระวิงโดนสูบด้วยดอกเบีย 26%

**ย้ายเลย...**  
ยอดค้างชำระบัตรเครดิตที่ บัตรเครดิต เอเชีย วิซ่า ดอกเบียต่ำเพียง **9.99%**

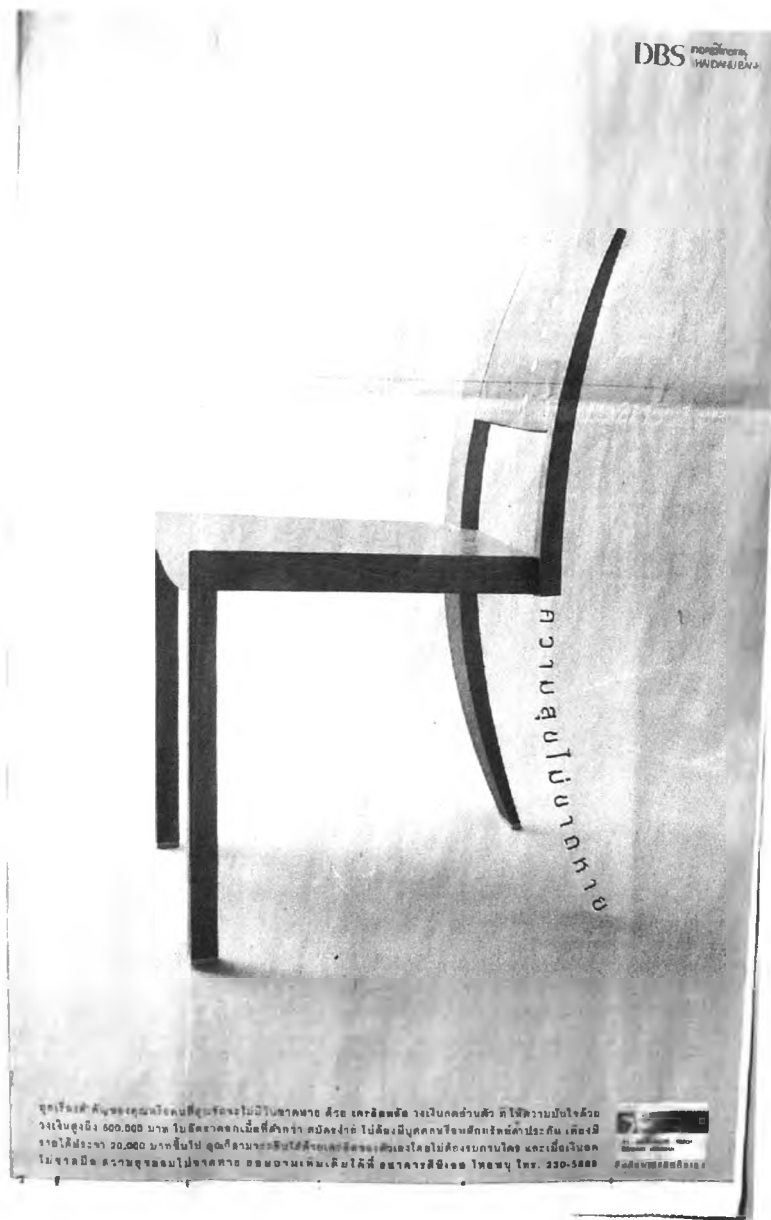
สมัครรับสิทธิพิเศษ • ซีวีวี (CVV) 2 ตัว • 2,000 บ. เหนือบัตรชำระยอดคงเหลือ 12 เดือนแรก (ได้เฉพาะบัตรใหม่ ที่เปิดบัตรก่อนวันที่ 31/03/2544)  
• ซีวีวี (CVV) 2 ตัว ประโยชน์สูงสุดทุกส่วน • ค่าธรรมเนียมปีบัตรฟรี  
• ซีวีวี (CVV) 2 ตัว ประโยชน์เหนือบัตรเครดิต • 3 เดือนฟรี

• ดอกเบี้ยต่ำสุด 9.99% ต่อปี (ยกเว้นที่โอน) (Balance Transfer)  
และยอดไม่จ่ายขั้นต่ำ นานถึง 12 เดือนแรก

สมัครด่วน ก่อน 31 กรกฎาคม ที่ธนาคารเอเชียทุกสาขา  
หรือโทรฟรีใน 285-1555 ตลอด 24 ชั่วโมง

วีซ่าที่วิซ่าทั่วโลก  
**ธนาคารเอเชีย**  
BANK OF ASIA  
Member of Asean Bank  
www.BankAsia4U.com

ภาพที่ 3.19 ธนาคารไทยธนุ



ที่มา ไทยรัฐ 18 กรกฎาคม 2543 หน้า 14



ภาพที่ 3.20 Citibank Personal loan

ดอกเบี้ยถูกขึ้นเสมอ 0.88% ต่อเดือน

สินเชื่อส่วนบุคคลเงินไทย เงินบาท ดอกเบี้ยเริ่มต้นที่ 0.88% ต่อเดือน  
 ครอบคลุม: เงินส่วน 10,000-1,500,000 บาท โอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์  
 ดอกเบี้ยจะคิดเป็นรายๆ ได้ตั้งแต่ 12-60 เดือน ดอกเบี้ยจะลดลงเมื่อต้นงวด  
 ของชำระ ไม่คิดมีค่าธรรมเนียม มีผู้ชำระฟรี เงินชดเชยได้ค่าเช่ารถ ค่าเช่าคอนโด  
 ค่าเลี้ยงดูในต่างประเทศ และอื่นอีก

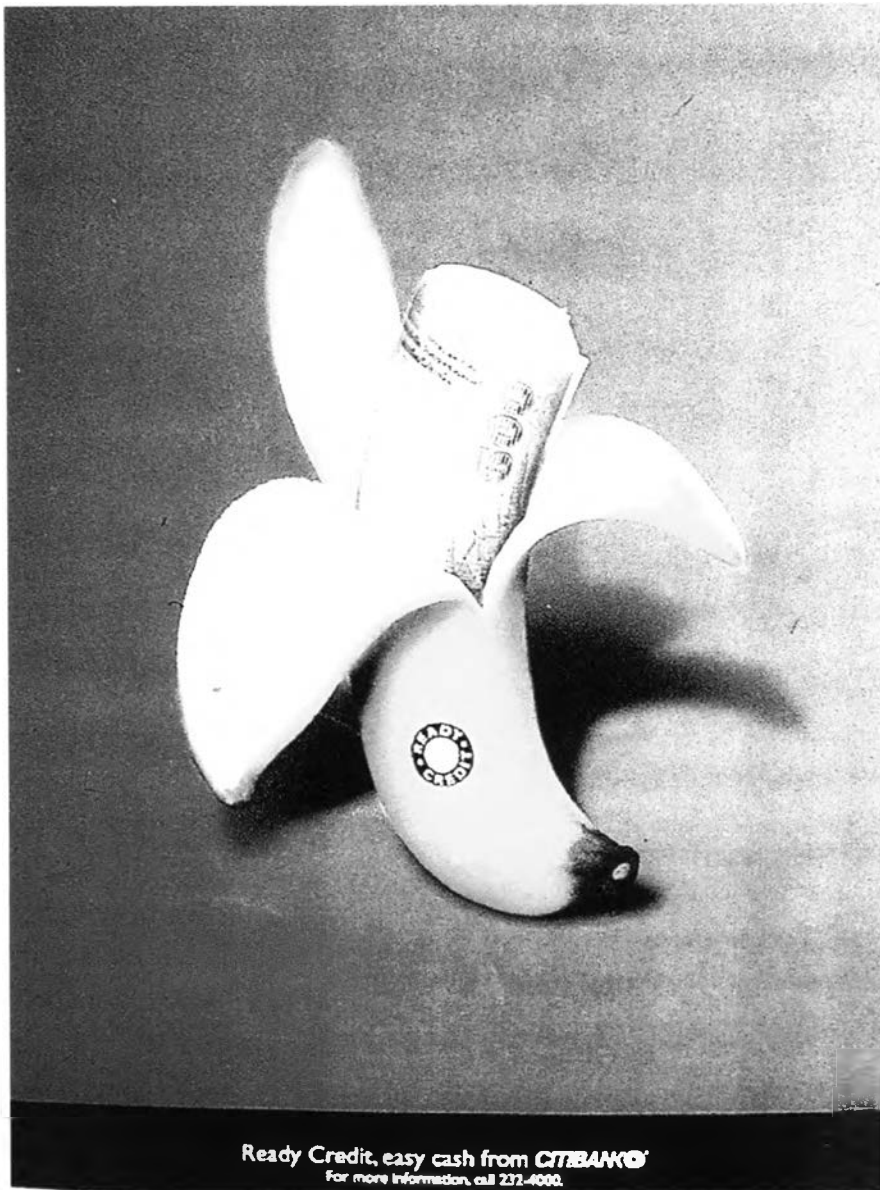
อัตราดอกเบี้ยเริ่มต้นที่ 0.88% ต่อเดือน (คิดจากเงินต้น) สำหรับวงเงินสินเชื่อไม่เกิน 100,000 บาท สำหรับวงเงินสินเชื่อเกิน 100,000 บาท ดอกเบี้ยจะเพิ่มขึ้นเป็น 1.11% ต่อเดือน (คิดจากเงินต้น) สำหรับวงเงินสินเชื่อเกิน 1,000,000 บาท

|                                   |       |       |       |       |       |       |       |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| วงเงินสินเชื่อ (เงินบาท)          | 12    | 18    | 24    | 30    | 36    | 48    | 60    |
| อัตราดอกเบี้ยเริ่มต้น (โดยประมาณ) | 0.88% | 0.88% | 0.88% | 0.88% | 1.02% | 1.06% | 1.11% |

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินเชื่อส่วนบุคคล กรุณาเยี่ยมชมเว็บไซต์ [www.citibank.com/th](http://www.citibank.com/th) หรือโทร 1674

**CITIBANK**

ภาพที่ 3.21 Citibank Ready Credit (กล้วย)



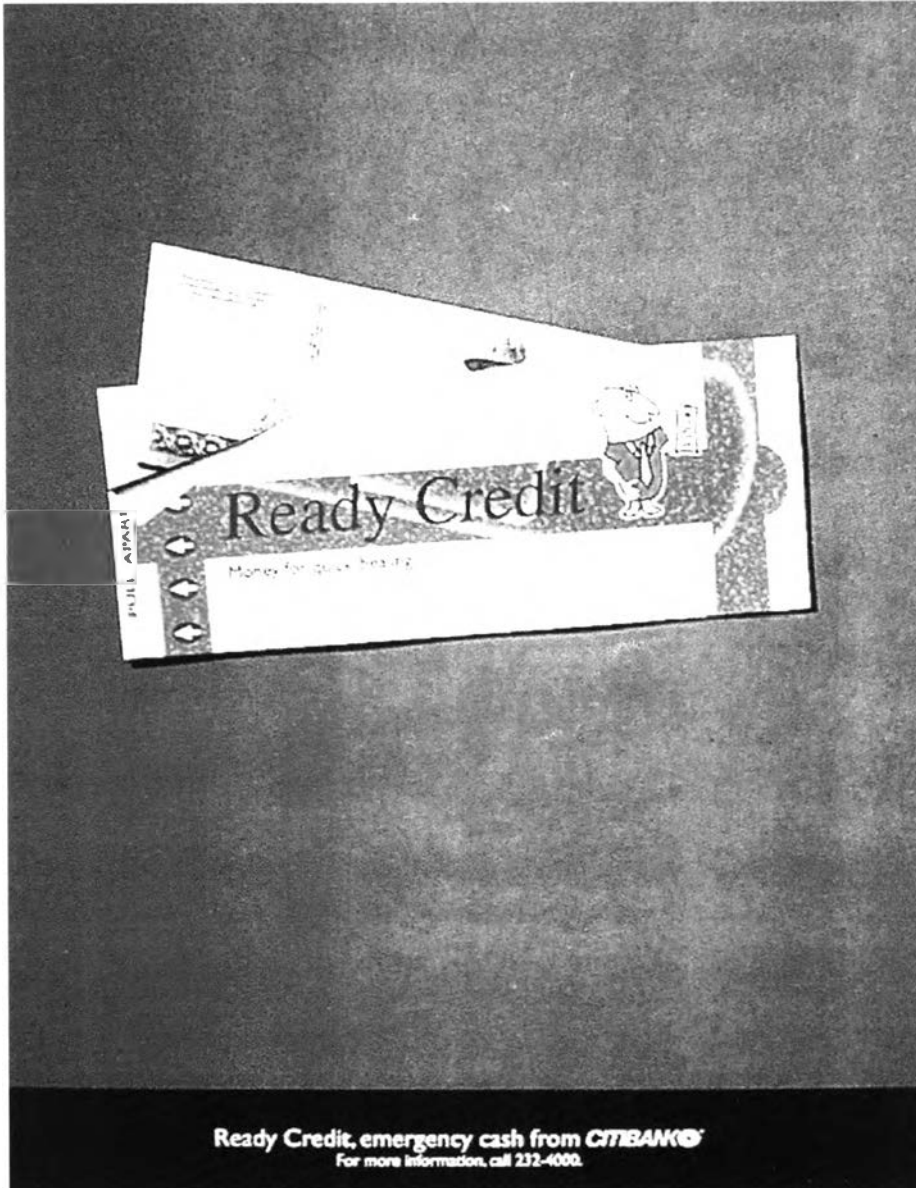
ที่มา Tact 22 (1998: 85)

ภาพที่ 3.22 Citibank Ready Credit (กะหมี่สำเร็จรูป)



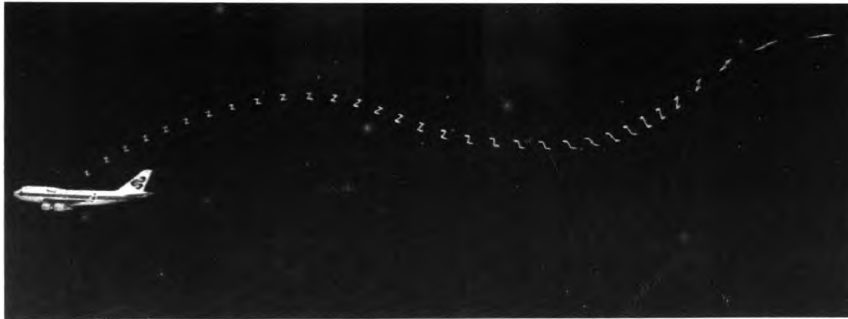
ที่มา Tact 22 (1998: 85)

ภาพที่ 3.23 Citibank Ready Credit (พลาสติกเดอริยา)



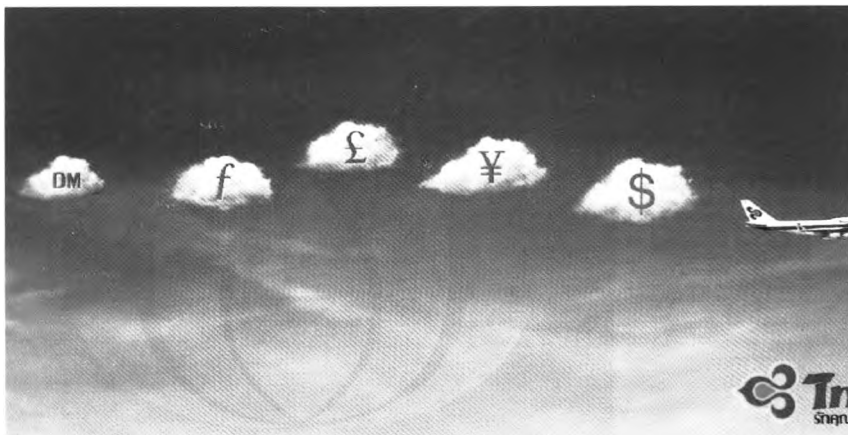
ที่มา Tact 22 (1998: 85)

### ภาพที่ 3.24 การบินไทย



เข้าไป...เรานำความอุ่นใจของผู้โดยสาร ทุกชาติทุกภาษา บนเครื่อง บินไปพร้อมกับฝัน

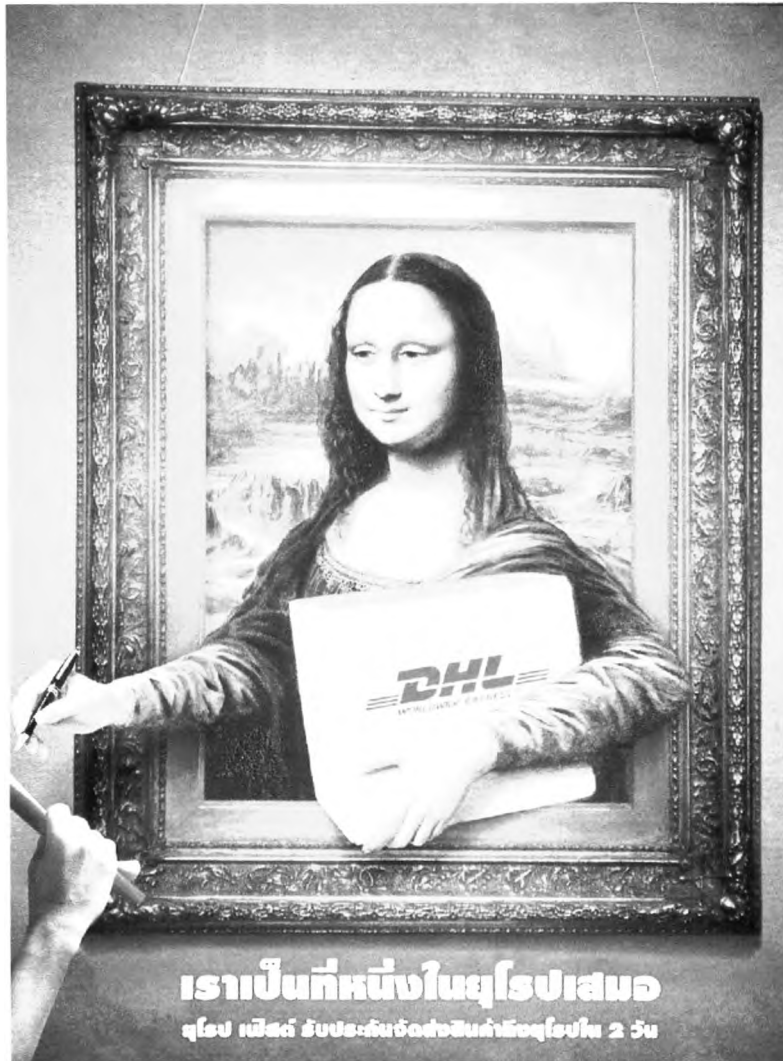
ซากลับ...เรานำใจที่ให้มีส่วนร่วมในความหวังของคนไทยกว่า 60 ล้านคนอันส่งลมมาฝาก



ที่มา TACT 22 (1998: 84)



ภาพที่ 3.25 DHL



RST

DHL

© 2012 DHL

ที่มา นิตยสาร Expression 10 (7) กรกฎาคม / สิงหาคม 2542 หน้า 31

ภาพที่ 3.26 ZEN



คุณอยากได้... ปลอกขน่าใครใหม่? 1 ต.ค. - 1 พ.ย. นี้ มาเล่นที่เรากับของเล่นสนุกๆ  
 งาน ZEN HALLOWEEN FUN PARTY พร้อมร่วมประชันโกเตี้ย "ของขรุขระ" ทั่วโลก!  
 1. เสื้อขนสีฟ้า 20000+ ของรางวัลมูลค่ากว่า 50,000 บาท สบายราคา! ในคืนวันฮาโลวีน  
 2. เสื้อขนสีฟ้าพร้อมเครื่องเล่นปาร์ตี้ถึงเที่ยงคืน! เริ่มพร้อมแล้วก็ออกไปกันเลย!  
 \* 29 ต.ค. 1 พ.ย. เตรียมพนักงานเขลอย่างน่ากลัวทั่วทั้งห้างใน ZEN HALLOWEEN SALE

**HALLOWEEN  
 FUN PARTY**  
 ZEN

ที่มา นิตยสาร IMAGE 11(9) กันยายน 2542 หน้า 53

ภาพที่ 3.27 กระดาษดับเบิลเอ



แม่हतตัวงานก็ยั้งอยากอยู่  
เพราะใช้กระดาษดีไป ตลอดชีวิต  
ด้วย เทคโนโลยีการผลิตระดับโลก  
กระดาษดับเบิลเอ จึงแตกต่างจากกระดาษอื่น  
เมื่อมาถ่ายเอกสารผลงานชิ้นสำคัญ

**ADVANCE AGRO**  
www.advanceagro.com

**กระดาษดับเบิลเอ**  
เพื่อถ่ายสำเนา

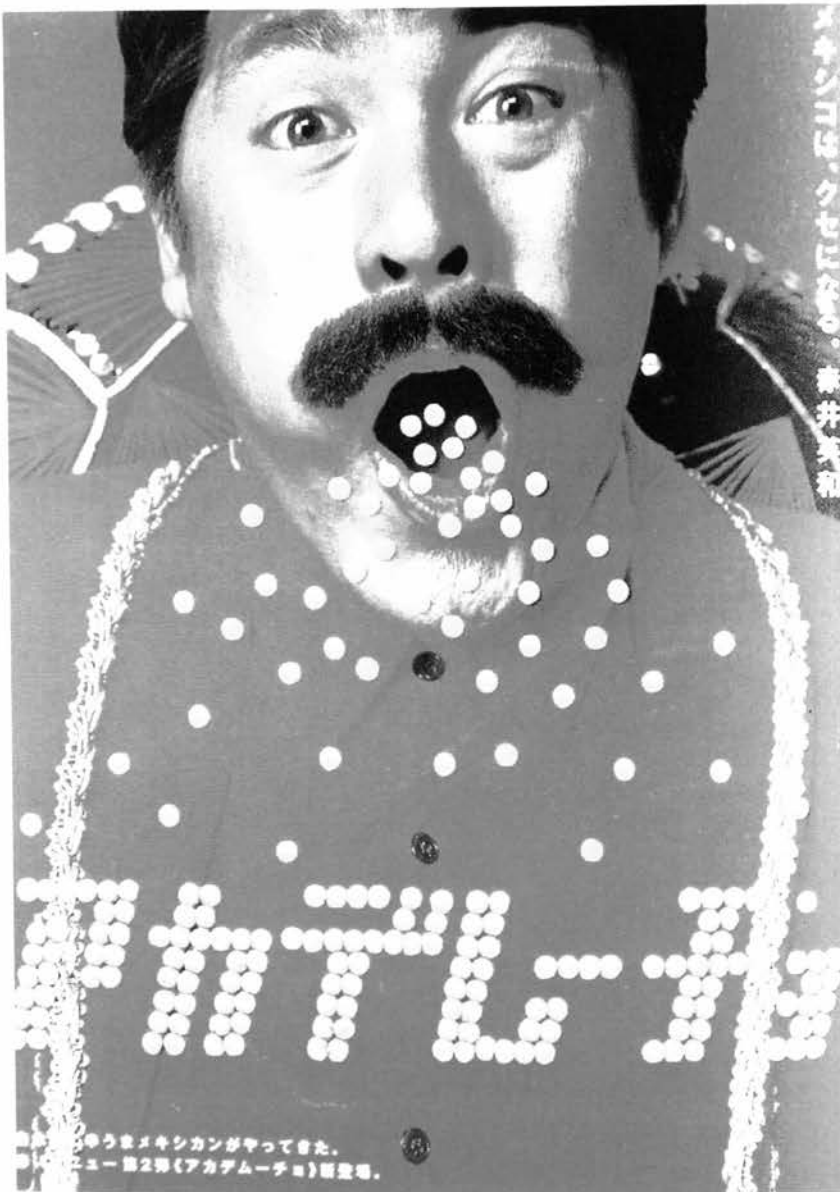
บริษัท ดับเบิล เอ จำกัด  
21 หมู่ 10 ต.บ้านใหม่ อ.เมือง จ.นนทบุรี  
โทร: 02-556-1111

ที่มา นิตยสารเธอกับฉัน ฉบับที่ 398 (กรกฎาคม 2000) หน้า 29

ภาพที่ 3.28 มิโสะซุปทะเลเกะยะ

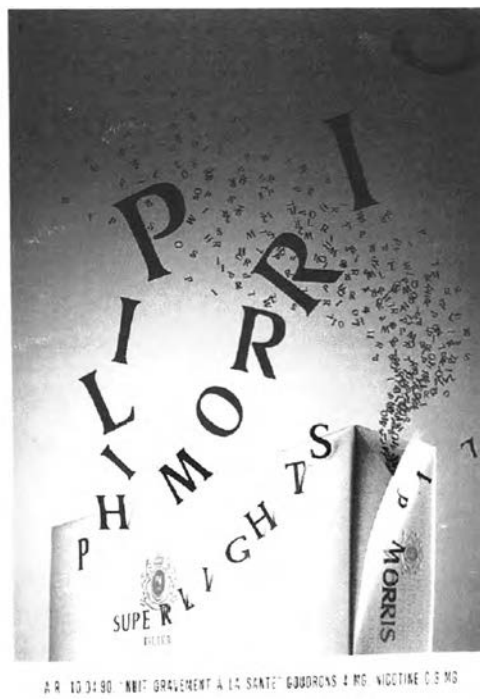


ที่มา นิตยสาร Kyou no Ryouri 41 (2) May 1997 p.72



ที่มา Advertising Photography in Japan 2000 p.87

ภาพที่ 3.30 บุหรี่ Philip Morris



ที่มา EPICA Book 8 (1995: 289)



ภาพที่ 3.32 Absolut Vienna



ที่มา EPICA Book 8 (1995: 71)



ภาพที่ 3.33 Danisco Sugar (NID LIVET)



ที่มา EPICA Book 10 (1997: 25)

ภาพที่ 3.34 Danisco Sugar (GODT)



ที่มา EPICA Book 10 (1997: 28)

ภาพที่ 3.35 Danisco Sugar (VINDER)



ที่มา EPICA 10 (1997: 28)

ภาพที่ 3.36 Danisco Sugar (LAGKAGE)




DANISCO

DANSUKKER  
KARLSTAD 1911

ที่มา EPICA 10 (1997: 28)


ภาพที่ 3.37 สายการบิน Emirates



**The Emirates experience.**

**A taster.**

You've been greeted and seated. After take-off, you can choose a drink to help you settle into the flight. A 5-course gourmet meal awaits you, accompanied by a choice of award-winning wines. Meanwhile, with your own personal video system bringing you up to 18 video and 22 audio channels of entertainment, you could be forgiven for thinking, "why can't life always be this good?"

  
**Emirates**

BE GOOD TO YOURSELF. FLY EMIRATES.

OVER 180 INTERNATIONAL AWARDS. 50 INTERNATIONAL DESTINATIONS. FOR MORE DETAILS CALL YOUR LOCAL TRAVEL AGENT OR EMIRATES [www.emirates.com](http://www.emirates.com)

ที่มา Fortune, March 2 2000 p.32

จากข้อมูลภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรที่ได้มาทั้ง 37 ชิ้นงานดังกล่าว จะได้นำมาสู่การวิเคราะห์การผสมรูปแบบ การสื่อความหมายโดยการวิเคราะห์ด้วยทั้ง 37 ชิ้นงาน ในส่วนของการวิเคราะห์จินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมาย ใช้งานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรชิ้นที่ 1 ถึง 27 ซึ่งเป็นงานไทย

## 2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ 1) นักวิชาชีพและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้วยงานภาพกับลายลักษณ์อักษร 2) ผู้รับสารเป้าหมายที่เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลจินตสภาวะ ซึ่งมีดังต่อไปนี้

2.1 นักวิชาชีพและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้วยงานภาพกับลายลักษณ์อักษร เป็นการสัมภาษณ์เพื่อนำสู่แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยภาพในสังคมไทยซึ่งมีรากฐานจากงานจิตรกรรมฝาผนังในสถานที่ต่าง ๆ นับจากจารึกภาพลายเส้นร่วมกับลายลักษณ์อักษร วัดศรีชุม อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จิตรกรรมอยุธยาจนกระทั่งถึงการสื่อสารด้วยภาพและภาษาในงานจิตรกรรมฝาผนังร่วมสมัยล้วนมีการใช้ลายลักษณ์อักษรร่วมกับภาพจิตรกรรม แม้จะไม่ใช่ทุกแห่ง แต่ก็มีหลักฐานว่ามีมาทุกยุคสมัย และยิ่งจิตรกรรมล้านนา จิตรกรรมพื้นบ้านอีสานก็มีการใช้ลายลักษณ์อักษรร่วมในงานภาพด้วยอย่างมาก จนมาถึงแนวคิดเกี่ยวกับการผสมรูปแบบและการสื่อความหมายของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรในงานโฆษณาปัจจุบัน บุคคลผู้ให้ข้อมูลต่อประเด็นต่าง ๆ ดังกล่าว ประกอบด้วยบุคคลดังต่อไปนี้

2.1.1 สมศักดิ์ แดงพันธ์ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านช่างศิลปกรรม 9 หัวหน้ากลุ่มงานอนุรักษ์ศิลปกรรม ฝ่ายอนุรักษ์จิตรกรรมฝาผนังและประติมากรรมติดที่ สำนักโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สัมภาษณ์วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2545 ณ สำนักโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมศักดิ์ แดงพันธ์ เป็นนักอนุรักษ์งานจิตรกรรมฝาผนัง ผู้มีมุมมองต่อการอนุรักษ์เพื่อให้งานเก่าคงอยู่ในฐานะที่เป็นครูหรือตัวแบบของการศึกษาการสร้างสรรคงานจิตรกรรม เป็นผู้ที่มีความเข้าใจทัศนะของชุมชนและวัดที่มีต่องานภาพจิตรกรรมฝาผนังเป็นอย่างดี สมศักดิ์ แดงพันธ์ ยินดีให้ความร่วมมือทางวิชาการกับผู้วิจัยเต็มที่

- 2.1.2 ประดิษฐ์ เกติวงศ์ นายช่างศิลปกรรมกลุ่มงานอนุรักษ์ศิลปกรรม ฝ่ายอนุรักษ์จิตรกรรมฝาผนังและประติมากรรมติดที่ สำนักโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สัมภาษณ์วันที่ 13 มีนาคม 2545 ณ สำนักโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ประดิษฐ์ เกติวงศ์ เป็นนายช่างอนุรักษ์ที่เคยคลุกคลีอยู่กับการถอดภาพจิตรกรรมฝาผนังจากพระที่นั่งพุทธรัตนสถานในพระบรมมหาราชวัง ทักตะนะจากประดิษฐ์ เกติวงศ์ สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิฤทธิ์ของภาพจิตรกรรมในฐานะที่เป็นสื่อบันทึกและสร้างเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ประดิษฐ์ เกติวงศ์ ยินดีให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยอย่างดี
- 2.1.3 อาจารย์สาคร โสภา วิทยาลัยช่างศิลป์ กรมศิลปากร สัมภาษณ์วันที่ 4 มีนาคม 2545 ณ วิทยาลัยช่างศิลป์ อาจารย์สาครเป็นนายช่างในคณะผู้ยกร่างจิตรกรรมฝาผนังในพระที่นั่งพุทธรัตนสถาน พระบรมมหาราชวัง เป็นนายช่างจิตรกรผู้ริเริ่มการเขียนภาพจิตรกรรมลงบน canvas แล้วจึงนำไปยึดติดกับฝาผนัง ทั้งนี้เพื่อเป็นการยืดอายุงานจิตรกรรมให้ยาวนานยิ่งขึ้น อาจารย์สาคร โสภา ให้ทักตะนะเกี่ยวกับหน้าที่ของภาพจิตรกรรมในฐานะที่เป็นจินตนาการบนพื้นฐานของความเป็นจริง โดยการเน้นการศึกษาวิจัยทั้งสถานที่และเรื่องราวก่อนจะลงมือปฏิบัติงานจริง โดยปกติอาจารย์สาคร โสภา จะมีภาระงานที่ค่อนข้างมาก การนัดหมายติดต่อจึงต้องวางแผนอย่างดี
- 2.1.4 อาจารย์สมปอง อัครวงษ์ อาจารย์ประจำคณะศิลปะประจำชาติ แผนกจิตรกรรมไทย สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเพาะช่าง สัมภาษณ์วันที่ 7 มีนาคม 2545 ณ ห้องจัดนิทรรศการศิลปะ ศูนย์การค้าริเวอร์ซิตี้ ซึ่งวันดังกล่าวเป็นวันที่สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเพาะช่าง จัดนิทรรศการผลงานวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา อาจารย์สมปอง อัครวงษ์เป็นคณะผู้ร่างและเขียนภาพจิตรกรรมวัดอัมพวันเจติยาราม อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม ทักตะนะของอาจารย์สมปอง จะสะท้อนมุมมองของครูซึ่งงานจิตรกรรมจะต้องได้รับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับฉาก เหตุการณ์ เรื่อง ก่อนที่จะลงมือเขียนเพื่อที่งานจะสะท้อนความถูกต้องของท้องเรื่องอันเป็นวิถีชีวิตของผู้คนและฉากในที่เกิดเหตุร่วมกับเรื่องราวในจินตนาการ อาจารย์สมปอง อัครวงษ์ ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยเป็นอย่างดี

- 2.1.5 นิตยา ศักดิ์เจริญ ศิลปินดีเด่นสาขาทัศนศิลป์ของกรุงเทพมหานคร ประจำปีพ.ศ. 2542 สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2545 ณ บ้านพักในหมู่บ้านเศรษฐกิจ บางแค นิตยา ศักดิ์เจริญ เป็นจิตรกรร่วมสมัยที่มีงานเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังมากที่สุดในประเทศไทย จำนวน 28 วัด (นับถึงเดือนมีนาคม 2545) ทัศนะของนิตยา จึงเป็นมุมมองที่สะท้อนถึงประโยชน์หน้าที่ของงานจิตรกรรมฝาผนังในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ นิตยาให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยเป็นอย่างดี
- 2.1.6 ทำนุ หริพิทักษ์ ศิลปินอิสระ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2545 ณ วัดป่าแดด อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่ ทำนุ หริพิทักษ์ มีความเชี่ยวชาญในการคัดลอกภาพจิตรกรรมฝาผนัง และกำลังอยู่ในระหว่างการเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังในพระอุโบสถหลังใหม่วัดป่าแดด อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่ ทัศนะของทำนุ หริพิทักษ์ ช่วยให้เข้าใจได้ถึงแนวเรื่องของงานภาพจิตรกรรมกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน สำหรับการให้ความร่วมมือในการวิจัยนั้น ทำนุ หริพิทักษ์ ยินดีที่จะให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์มากกว่าที่จะให้เข้าพบตัว
- 2.1.7 อาจารย์ภานุพงศ์ เลานสม อาจารย์ประจำภาควิชาศิลปะไทย คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2545 ณ หอศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วังท่าพระ อาจารย์ภานุพงศ์ เลานสม มีความสนใจในงานจิตรกรรมล้านนาโดยเฉพาะอิทธิพลจากภายนอกที่มีผลต่อการสร้างสรรค์งานจิตรกรรมล้านนาซึ่งเป็นงานที่มีการใช้ลายลักษณะอักษรเข้าร่วมประกอบในตัวงานอย่างมาก อาจารย์ภานุพงศ์ ยินดีที่จะให้ความร่วมมือกับผู้สนใจจิตรกรรมล้านนาทุกคน
- 2.1.8 รองศาสตราจารย์ สุรศักดิ์ เจริญวงศ์ คณะจิตรกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2545 ณ คณะจิตรกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร รศ.สุรศักดิ์ ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับการดูงานภาพจิตรกรรมในฐานะที่เป็นทั้งศาสตร์ศิลป์ และแนวคิด ได้ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์อย่างยิ่ง
- 2.1.9 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สน สีสมาตรัง คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2545 ณ ภาควิชาประยุกต์ศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ผศ. สน สีสมาตรัง เป็นผู้ที่มีความสนใจจิตรกรรมล้าน

นา และได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการดูงานภาพจิตรกรรมและประโยชน์หน้าที่ของงานจิตรกรรมต่อคนไทยปัจจุบันอย่างน่าสนใจ โดยปกติ ผศ. สน จะมีภาระกิจมากแต่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

- 2.1.10 อาจารย์ จุลทรรศน์ พยาฆรานนท์ แม่กองงานเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดอัมพวันเจติยาราม จ.สมุทรสงคราม อาจารย์พิเศษคณะจิตรกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร สัมภาษณ์วันที่ 13 และ 20 มิถุนายน 2545 ณ คณะจิตรกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร อาจารย์จุลทรรศน์ ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับหน้าที่ของภาพไทยทั้งต่อคนไทยในอดีตและต่อคนปัจจุบันอย่างน่าสนใจ ปัจจุบันอาจารย์จุลทรรศน์ได้เกษียณอายุราชการแล้ว การติดต่อจึงทำได้โดยผ่าน รศ.สุรศักดิ์ เจริญวงศ์ ซึ่งทั้งสองท่านมีความคุ้นเคยและยกย่องนับถือกันอย่างมาก
- 2.1.11 อาจารย์ ปัญญา วิจินธนสาร อาจารย์คณะจิตรกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร สัมภาษณ์วันที่ 29 เมษายน 2545 ณ คณะจิตรกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร อาจารย์ ปัญญา มีผลงานภาพจิตรกรรมฝาผนังร่วมสมัย ณ วัดพุทธประทีป ลอนดอน ภาพจิตรกรรม ณ ธนาคารไทยพาณิชย์ รัชโยธิน ทัศนะของอาจารย์ปัญญาเป็นการนำเหตุการณ์ปัจจุบันเข้าร่วมบันทึกเหตุการณ์ไว้ในงานจิตรกรรม ซึ่งเป็นแบบแผนใหม่ที่ไม่ซ้ำกับจิตรกรรมแบบประเพณี อาจารย์ ปัญญา ยินดีให้ความร่วมมือกับการสัมภาษณ์อย่างยิ่ง
- 2.1.12 ก่องแก้ว วีระประจักษ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านอักษรโบราณ กรมศิลปากร สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 และ 20 พฤษภาคม 2545 ณ หอพระสมุดวชิรญาณ หอสมุดแห่งชาติ ก่องแก้ว วีระประจักษ์ ให้ความร่วมมืออย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับภาพและลายลักษณ์อักษร แนะนำจารึกวัดศรีชุม และยังแปลอักษรธรรม อักษรไทน้อยที่พบในงานจิตรกรรมฝาผนังอีสานให้กับผู้วิจัย แม่ก่องแก้ว วีระประจักษ์ จะเกษียณอายุราชการแล้วเมื่อตุลาคม 2545 แต่ปัจจุบันยังทำงานในฐานะผู้เชี่ยวชาญอักษรโบราณ ณ หอพระสมุดวชิรญาณ ยินดีให้ความร่วมมือกับทุกคนที่เข้ามาขอความรู้เกี่ยวกับภาษาไทยโบราณ
- 2.1.13 อาจารย์ สมเจตน์ วิมลเกษม อาจารย์ประจำโรงเรียนสตรีศรีน่าน อ.เมือง จ.น่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมภาคเหนือ สัมภาษณ์วันที่ 21 และ 22



พฤศจิกายน 2544 ณ วัดภูมินทร์ อ.เมือง จ.น่าน อาจารย์สมเจตน์ ให้ความรู้  
 อย่างดีเกี่ยวกับงานจิตรกรรมวัดภูมินทร์และวัดหนองบัว จ.น่าน อาจารย์สมเจตน์  
 ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยดีมาก

- 2.1.14 ไมตรี อริยสังจากร Executive Creative Director บริษัท Match box อาคารชิน  
 วัตรทาวเวอร์ 1 สัมภาษณ์วันที่ 14 มิถุนายน 2543 ณ บริษัท Match box ทั้งนี้  
 เนื่องจากเป็นผู้ที่มีผลงานโฆษณาทางสื่อพิมพ์ที่เข้าข่ายลักษณะงานภาพถ่ายกับ  
 ลายลักษณ์อักษร การนัดหมายคุณไมตรี ต้องทำล่วงหน้าประมาณ 2 สัปดาห์  
 เนื่องจากภาระงานที่ไม่ค่อยจะมีเวลาที่เอื้อต่อการให้สัมภาษณ์ ทั้งนี้คุณไมตรีมี  
 มุมมองที่น่าสนใจต่อการสร้างสรรค์งานที่มีการผสมผสานรูปแบบร่วมกันระหว่างภาพ  
 กับภาษา คุณไมตรีให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ครั้งนี้เป็นอย่างดี
- 2.1.15 ดร.ประทีปักษ์ ประทีปะเสน ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิชาการละครและดนตรี  
 สถาบันนาฏศิลป์ดุริยางค์สากล กรมศิลปากร สัมภาษณ์วันที่ 2 กรกฎาคม 2545  
 ณ บ้านพักถนนรามอินทรา โดยมุ่งเน้นประเด็นเกี่ยวกับการสื่อความหมายทาง  
 ดนตรีของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรที่ใช้สัญลักษณ์ทางดนตรีเป็นวิธีการ  
 หลักในการสื่อความหมาย ผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือจากดร.ประทีปักษ์ ประทีปะ  
 เเสน เป็นอย่างดี
- 2.1.16 ดร.สันติ คุณประเสริฐ ภาควิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย สัมภาษณ์วันที่ 24 มิถุนายน 2545 ณ ภาควิชาศิลปศึกษา คณะครุ  
 ศาสตร์ โดยมุ่งเน้นประเด็นเกี่ยวกับความหมายจากรูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ใน  
 งานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร ผู้วิจัยได้รับความกรุณาจากดร. สันติ คุณ  
 ประเสริฐ เป็นอย่างดี
- 2.1.17 ดร. ดันติเวชกุล Creative director บริษัท Dy&R และกรรมการตัดสิน TACT  
 Award ประเภทโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ สัมภาษณ์วันที่ 6 สิงหาคม 2545 ณ บริษัท  
 Dy&R ในประเด็นเกี่ยวกับลักษณะเด่นทางการสร้างสรรค์ที่พบในงานภาพถ่าย  
 กับลายลักษณ์อักษร คุณตรง ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี

- 2.1.18 อรยา เอี่ยมชื่น อดีต Associate creative director บริษัทประทีปแอนด์เอฟซีบี จำกัด สัมภาษณ์วันที่ 29 กรกฎาคม 2545 ณ บ้านพักถนนจรัลสนิทวงศ์ ในประเด็นเกี่ยวกับลักษณะเด่นทางการสร้างสรรค์ที่พบในงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร คุณอรยา ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี
- 2.1.19 วรณี ภู่วัญเมือง หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ การกีฬาแห่งประเทศไทย สัมภาษณ์วันที่ 30 กรกฎาคม 2545 ณ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ การกีฬาแห่งประเทศไทย ในประเด็นเกี่ยวกับลักษณะเด่นทางการสร้างสรรค์ที่พบในงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร คุณวรณี ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี
- 2.1.20 ศ.ดร.ราตรี สุดทรวง ภาควิชาสรีรวิทยา คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สัมภาษณ์วันที่ 2 สิงหาคม 2545 ณ ภาควิชาสรีรวิทยา คณะแพทยศาสตร์ ในประเด็นเกี่ยวกับระบบการทำงานของสมองที่มีผลต่อการรับรู้หรือการสนองตอบต่อรูปแบบของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร ศ.ดร.ราตรี สุดทรวง ได้ให้เวลาอธิบายให้ผู้วิจัยเข้าใจนานถึง 3 ชั่วโมง และยินดีให้ความช่วยเหลืออีกหากมีประเด็นเพิ่มเติม
- 2.1.21 รศ.ดร.ทิพย์สุดา ปทุมานนท์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สัมภาษณ์วันที่ 1 สิงหาคม 2545 ณ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ในประเด็นเกี่ยวกับภาษาภาพกับการสร้างจินตนาการให้กับผู้รับสาร ในการนี้ รศ.ดร.ทิพย์สุดา ปทุมานนท์ ได้ให้เวลาอธิบายให้ผู้วิจัยเข้าใจนานถึง 3 ชั่วโมง และยินดีให้ความช่วยเหลืออีกหากมีประเด็นเพิ่มเติม
- 2.1.22 ธนา พุทธรังษี ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการด้านการใช้ไฟฟ้า การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย สัมภาษณ์วันที่ 18 เมษายน 2546 ในประเด็นแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์งานตักบาตรข้าวกล้องเบอร์ 5 ซึ่งนำมาใช้ประกอบในบทที่ 4 กรณีของคุณธนา เป็นกรณีเดียวที่ใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 22 ท่านดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูล ประเด็น ทั้งส่วนที่ใช้ได้โดยตรงและส่วนที่ต้องประยุกต์ใช้มาเป็นแนวคิดและ/หรือหลักฐานเพื่อประกอบการ

ศึกษาการผสมรูปแบบและการสื่อความหมายของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรดังปรากฏ ผลการศึกษาในบทที่ 4

อนึ่ง บุคคลอีกสองท่านที่ผู้วิจัยได้เข้าพบ นำภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรบางส่วนไปให้ดู และนั่งพูดคุยกับท่านคือ ป้าพั่วและป้าเปี้ยก ซึ่งพำนักอยู่ในซอยติวานนท์ 10 ป้าพั่วไม่สามารถอ่านหนังสือได้ ส่วนป้าเปี้ยกสามารถอ่านได้บ้าง ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2545 ซึ่งแนวคิดที่ได้จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวผู้วิจัยได้นำเสนอประกอบในบทที่ 4

2.2 ผู้รับสารเป้าหมายของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร ในการวิเคราะห์จินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมาย ทำการศึกษาจากผู้รับสารเป้าหมายของงานและต้องเป็นผู้ที่ยินดีให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในระดับที่สูง ทั้งนี้เพราะกระบวนการสัมภาษณ์จินตสภาวะใช้เวลาประมาณ 90 นาทีต่อคน ดังนั้นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจึงเป็นการเลือกอย่างเฉพาะเจาะจงจำนวน 13 คน ดังนี้

- 2.2.1 รัชณี แดงบุหงา นักธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน สัมภาษณ์วันที่ 9 เมษายน 2546 สำเร็จ การศึกษาศึกษาศาสตรบัณฑิต อดิเตศุใหญ่โรงเรียนสตรีประเทืองวิทยี อรุพงษ์ กิจกรรมที่สนใจเป็นพิเศษคือการอ่านนวนิยาย เรื่องสั้นและวรรณกรรมแปล
- 2.2.2 ธนุทัย ศรีวรรณยศ เลขานุการผู้บริหาร บริษัทไนกี้ประเทศไทยจำกัด สัมภาษณ์ วันที่ 9 เมษายน 2546 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิต ด้วยตำแหน่งหน้าที่ การงานทำให้เป็นคนติดตามกระแสแฟชั่น และชอบกิจกรรมสังสรรค์ การออก งานสังคม
- 2.2.3 เฉลิม เลิศวงศ์สกุล ผู้จัดการแผนบุคคล บริษัทอุตสาหกรรมพรมไทยจำกัด สัมภาษณ์วันที่ 9 เมษายน 2546 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการ การเทคโนโลยีสารสนเทศ กิจกรรมที่สนใจเป็นพิเศษคือ การชมภาพยนตร์ การ สะสมของที่ระลึกจากการชมภาพยนตร์ การถ่ายภาพและการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.2.4 ธาณี กิติปรียาพร พนักงานฝ่ายการตลาด ธนาคาร Citibank สัมภาษณ์วันที่ 10 เมษายน 2546 สำเร็จการศึกษานิเทศศาสตรบัณฑิต กิจกรรมที่สนใจเป็นพิเศษ คือ เพลงและดนตรี

- 2.2.5 รชฎ ไชยคุปต์ ทำธุรกิจส่วนตัวควบคู่กับการศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต สัมภาษณ์วันที่ 8 เมษายน 2546 กิจกรรมที่สนใจเป็นพิเศษคือ การตกแต่งรถ การเดินทางท่องเที่ยว งานสังสรรค์ยามราตรี
- 2.2.6 ถิรพุทธิ เปรมประยูรวงศา ผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สัมภาษณ์วันที่ 8 เมษายน 2546 กิจกรรมที่สนใจเป็นพิเศษคือ การเดินทางท่องเที่ยว การอ่านนวนิยายและวรรณกรรมแปล
- 2.2.7 สมยศ ลินธนาพรชัย ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ บริษัทกรุงเทพฯอาหารสัตว์จำกัด สัมภาษณ์วันที่ 9 เมษายน 2546 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต กิจกรรมที่สนใจเป็นพิเศษคือ การตกแต่งบ้าน การเดินทางท่องเที่ยว งานเลี้ยงสังสรรค์
- 2.2.8 จิราภรณ์ ขนิษฐรัตน์ ผู้ช่วยรองประธานฝ่ายการตลาด บริษัท AIA สัมภาษณ์วันที่ 11 เมษายน 2546 สำเร็จการศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มีประสบการณ์การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดก่อนจะมาทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน
- 2.2.9 ประกิต ลิ้มโพธิ์ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย สัมภาษณ์วันที่ 10 เมษายน 2546 กิจกรรมที่สนใจเป็นพิเศษคือ การถ่ายภาพทั้งภาพบุคคลและภาพภูมิทัศน์
- 2.2.10 วันเฉลิมฯ นุ่นสุข พนักงานบริษัท Harpers Freight International air cargo สัมภาษณ์วันที่ 11 เมษายน 2546 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมสาขาทัศนศิลป์ กิจกรรมที่สนใจเป็นพิเศษคือ ดนตรีและการร้องเพลง
- 2.2.11 อนุรัตน์ ไต้ะตาหยง นักศึกษาสาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สัมภาษณ์วันที่ 9 เมษายน 2546
- 2.2.12 ชิดชวัญ เหมาคม เขียวรีลิตเดอร์มหาวิทยาลัยรังสิต สัมภาษณ์วันที่ 10 เมษายน 2546

### 2.2.13 สิทธิชัย กลีบสมุทร เขียวรีลีดเดอร์มหาวิทยาลัยรังสิต วันที่ 10 เมษายน 2546

อนึ่ง จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวพบว่า กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี 3 คน มีข้อจำกัดจากลักษณะตัวงานที่นำมาศึกษาอย่างมาก เนื่องจากมีสินค้าเพียง 9 ชิ้นงานที่นักศึกษาจะเป็นกลุ่มเป้าหมายได้ การเลือกงาน 7 ชิ้นงานจาก 9 ชิ้นงาน ทำให้เกิดข้อจำกัดในการสร้างจินตสภาวะอย่างมาก ดังนั้นผลจากการสัมภาษณ์ของ 3 คนหลัง ผู้วิจัยจึงไม่นำมาใช้สำหรับการศึกษาคั้งนี้

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

##### 1) การวิเคราะห์ตัวบท (Textual analysis)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการนำเสนอรูปแบบและการสื่อความหมายของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร โดยใช้แนวคิดแบบจำลององค์ประกอบและหน้าที่ทางการสื่อสารของ Jakobson เป็นกรอบในการจัดวางประเด็นการวิเคราะห์ แนวคิดการเข้ารูปด้วยการปะติดปะต่อเป็นเรื่อง (collage) แนวคิดการสื่อสารด้วยภาพและภาษา เป็นแนวคิดประกอบของแบบจำลองของ Jakobson ทั้งนี้การวิเคราะห์ตัวบทจะทำให้เข้าใจได้ถึงลักษณะการนำเสนอรูปแบบและการสื่อความหมายของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรในแต่ละชิ้นงาน ซึ่งจะนำสู่การวิเคราะห์จินตสภาวะของผู้รับสารในลำดับต่อไป

##### 2. การวิเคราะห์จินตสภาวะ

การวิเคราะห์จินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมาย เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาโครงความคิดเกี่ยวกับจินตสภาวะ โดยวิเคราะห์สรุปจากการสัมภาษณ์ซึ่งผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้สรุปโครงความคิดในแต่ละประเด็น อย่างไรก็ตามจินตสภาวะของผู้รับสารแต่ละคนก็นำมาสู่การอธิบายนั้น ผู้วิจัยได้ใช้โครงความคิดของจินตสภาวะที่มีค่าสัมพันธ์กับโครงความคิด "งานที่สร้างจินตนาการสูง" ซึ่งเป็นโครงความคิดที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ล่วงหน้า และอีกโครงความคิดหนึ่งที่ผู้วิจัยกำหนดไว้คือ "งานที่คาดว่ามีแนวโน้มของพฤติกรรมสูง" ซึ่งโครงความคิดคู่ดังกล่าวจะนำมาสู่การหาความสัมพันธ์ระหว่างจินตนาการของผู้รับสารที่เกิดจากการตีความงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร กับแนวโน้มของพฤติกรรม

สำหรับขั้นตอนการวิเคราะห์จิตสภาวะ ผู้วิจัยได้ประยุกต์เครื่องมือ repertory grid ที่พัฒนาขึ้นโดย Kelly และ Monaghan โดยมีขั้นตอนการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจะขอยกตัวอย่างจากกรณีศึกษาจริง (ปรากฏผลการศึกษาในบทที่ 5) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยนำงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรที่ผ่านการคัดเลือกมาแล้วจำนวน 27 ชิ้นงาน มาให้ผู้ให้สัมภาษณ์ (คุณรัชณี แดงบุหงา) เลือกเพียง 7 ชิ้นงาน โดยเขาต้องยอมรับว่า 1) เขาเป็นกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายของการโฆษณางานดังกล่าว และ 2) งานที่เลือกมา 7 ชิ้นนั้น เขาเชื่อว่าเป็นงานที่เร้าจินตนาการของเขาได้

หลังจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้เลือกงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรมาทั้งหมด 7 ชิ้นงานแล้ว ผู้วิจัยนำงานทั้ง 7 ชิ้น มาลงรหัสโดยใช้สัญลักษณ์ A ถึง G กำกับงานแต่ละชิ้นโดยไม่สนใจลำดับของตัวงาน ดังตัวอย่าง

- A) The Mall Supermarket
- B) บริษัทการบินไทย
- C) ข้าวเกรียบกุ้งฮานามิ
- D) ธนาคารซีทีแบงก์ ชุด Personal loan
- E) น้ำยาบ้วนปาก Listerine
- F) ปูนซีเมนต์ตราเสือ
- G) น้ำยาปรับผ้านุ่ม Hi Class

หลังจากที่ผู้วิจัยได้กำหนดรหัสของชิ้นงานแต่ละชิ้น เป็นอักษร A ถึง G จากนั้นดำเนินตามขั้นตอนการวิจัยต่อไปในขั้นที่สอง

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยสุ่มหยิบงานโฆษณา 3 ชิ้นงานจาก 7 งานดังกล่าว โดยผลจากการสุ่มหยิบได้งานชิ้น B, D, G ผู้วิจัยเปิดภาพชิ้นงานทั้ง 3 ชิ้นให้ผู้ให้สัมภาษณ์ดู แล้วผู้วิจัยได้ตั้งคำถามว่า "จินตนาการเกี่ยวกับอะไรที่งานโฆษณา 2 งานมีเหมือนกันโดยที่ไม่พบในงานที่ 3" และ "งานที่ 3 นั้นมีความแตกต่างจากลักษณะร่วมของจินตนาการที่พบใน 2 งานอย่างไร" ซึ่งกรณีนี้ คุณรัชณี พบว่ามีความเหมือนร่วมกันในงาน B กับ D คือ "สัญลักษณ์ของงานโฆษณาให้ความรู้สึกว่าคุณค่า" ในขณะที่ G เป็น "การใช้สัญลักษณ์ที่ไม่สื่ออารมณ์" เรียกคำตอบดังกล่าวว่า "โครงความคิด" และผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นดังกล่าวดังนี้

ความเหมือน

การใช้สัญลักษณ์ให้ความรู้สึกว่าคุณค่าทางการเงิน

ความแตกต่าง

การใช้สัญลักษณ์ที่ไม่สื่ออารมณ์ใด ๆ

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยขอให้คุณระชนีเรียงลำดับงานทั้ง 7 ตามลักษณะโครงความคิดที่สร้างขึ้น เริ่มจากงานที่มีลักษณะ “สัญลักษณ์ที่ให้ความรู้สึกว่าคุณค่าทางการเงิน” มากที่สุด ไปสู่งานที่มีลักษณะ “การใช้สัญลักษณ์ที่ไม่สื่ออารมณ์ใด ๆ” นางานโฆษณานั้นมาจัดเรียงลำดับคะแนน 1 ถึง 7 (งานที่มีลักษณะโครงความคิดของคุณเหมือนมากที่สุดให้ 1 คะแนนและไล่ลำดับไปถึงงานที่ 7 ซึ่งเป็นโครงความคิดที่แตกต่าง) หลังจากที่คุณระชนีได้เรียงลำดับเสร็จแล้ว ผู้วิจัยขอให้คุณระชนีลองพิจารณาทบทวนอีกครั้ง และยอมให้มีการเปลี่ยนใจสำหรับการเรียงลำดับได้ กรณีนี้ คุณระชนีไม่เปลี่ยนใจและได้ยืนยันลำดับที่ได้จัดเรียงขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยบันทึกข้อมูลลงตาราง โดยลำดับ A,B,.....G บนตารางนั้นคือชิ้นงานโฆษณาแต่ละชิ้นข้างต้น ส่วนตัวเลขลำดับ 1 ถึง 7 ได้มาจากลำดับคะแนนในขั้นตอนที่ 3

|   | ความเหมือน                                   | A | B | C | D | E | F | G | ความแตกต่าง                             |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | สัญลักษณ์ที่ให้ความรู้สึกว่าคุณค่าทางการเงิน | 5 | 3 | 4 | 1 | 6 | 2 | 7 | การใช้สัญลักษณ์ที่ไม่สื่อความรู้สึกใด ๆ |
| 2 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 4 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 5 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 6 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 7 |  |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 8 | งานที่สร้างจินตนาการสูง                      |   |   |   |   |   |   |   | งานที่สร้างจินตนาการต่ำ                 |
| 9 | งานที่คาดว่าจะเกิดพฤติกรรมสูง                |   |   |   |   |   |   |   | งานที่คาดว่าจะเกิดพฤติกรรมต่ำ           |

ขั้นตอนที่ 5 ทำซ้ำขั้นตอนที่ 2 ถึง 4 จนครบ 7 ครั้ง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง

ขั้นตอนที่ 6 หลังจากที่ได้บันทึกข้อมูลลงตารางดังกล่าวแล้วจนครบ 7 โครงความคิด ผู้วิจัยขอให้คุณธนีเรียงลำดับงานที่เขาคิดว่าเป็น "งานที่สร้างจินตนาการสูง" ไปสู่ "งานที่สร้างจินตนาการต่ำ" แล้วบันทึกค่าคะแนนลงในโครงความคิดที่ 8 และสำหรับโครงความคิดที่ 9 ผู้วิจัยขอให้คุณธนีเรียงลำดับงานที่เขาคิดว่าเป็นงานที่เขาคาดว่ามีแนวโน้มของ "พฤติกรรมสูง" ไปสู่งานที่เขาคาดว่ามีแนวโน้มของพฤติกรรมต่ำ แล้วผู้วิจัยบันทึกค่าคะแนนลงในโครงความคิดที่ 9

ขั้นที่ 7 เปรียบเทียบหาความสอดคล้องของแต่ละคู่โครงความคิดเพื่อหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างโครงความคิด เน้นค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคู่โครงความคิดที่ 8 (งานที่สร้างจินตนาการสูง) กับคู่อื่น ๆ เพื่อพิจารณาว่าโครงความคิดจินตสภาวะใดที่มีความสัมพันธ์กับงานที่สร้างจินตนาการสูง และเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มของพฤติกรรมที่อาจเกิดขึ้นจากงานโฆษณากับระดับจินตนาการของผู้รับสารที่มีต่อตัวงาน

ขั้นตอนที่ 8 ผู้วิจัยแปลผลจากค่าสหสัมพันธ์ โดยอิงจากค่าสหสัมพันธ์ที่ Monaghan เห็นว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างโครงความคิดแต่ละคู่ นั้น มี 3 ระดับ ดังนี้ 1) ความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ค่าสหสัมพันธ์จะอยู่ระหว่าง .43 ถึง .57 2) ความสัมพันธ์ในระดับสูง ค่าสหสัมพันธ์จะอยู่ระหว่าง .61 ถึง .79 3) ความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ค่าสหสัมพันธ์จะอยู่ระหว่าง .82 ถึง 1.00

สำหรับรายละเอียดเต็มรูปแบบดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำเสนอไว้แล้วในบทที่ 5 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จินตสภาวะเป็นรายบุคคล

การวิเคราะห์โดยใช้ Repertory Grid เป้าหมายคือ การทำให้เข้าใจถึงความเข้าใจโดยทั่วไปของบุคคลที่มีต่ออะไรก็ตามที่บุคคลเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งจากการทบทวนวิธีการดังกล่าวของ Banister (1994) เห็นว่า จำนวนของ elements (ชิ้นงาน) ไม่ควรมีมากกว่า 10 ถ้ามีมากกว่า 10 elements จะทำให้เกิดยุ่งยากเกินจำเป็น และพบว่าจะเป็นการดีที่จะถามผู้เข้าร่วมให้ระบุ "ความเหมือน" กับ "ความแตกต่าง" มากกว่าถามหา "construct" และ "contrast" เพราะคำว่า contrast หรือคู่ตรงข้าม เป็นการกระตุ้นให้บุคคลค้นหา contrast ที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป มากกว่าที่จะเกิดมาจากการพิจารณาจากตัวงาน



## การนำเสนอผลการการศึกษา

การนำเสนอผลจากการศึกษาดังกล่าว จำแนกเป็นบทสำคัญ 2 บทดังนี้

บทที่ 4 การผสมรูปแบบและการสื่อความหมายของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร

นำเสนอในเชิงพรรณนาวิเคราะห์งานรายชิ้น จำแนกตามองค์ประกอบแบบจำลองทางการสื่อสารของ Jakobsson แล้วทำการสรุปแนวคิดและวิธีการของการผสมรูปแบบและการสื่อความหมายของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรในประเด็นต่าง ๆ

บทที่ 5 การวิเคราะห์จินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมายงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร

นำเสนอจินตสภาวะของผู้รับสารรายบุคคล การอภิปรายความสัมพันธ์ของโครงความคิดของจินตสภาวะแต่ละรายบุคคล แล้วทำการสรุปแก่นจินตสภาวะหลักที่ผู้รับสารมีต่องานโฆษณาภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการของผู้รับสารกับระดับการคาดหมายแนวโน้มพฤติกรรมที่เกิดจากการรับสารงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร

จากระเบียบวิธีการดังกล่าว ผู้วิจัยได้พบว่าในส่วนของ การวิเคราะห์ตีบทงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรนั้น กรอบแนวคิดที่ใช้เป็นแนวทางหลัก (Jakobson model) มีความเปิดกว้างพอสมควรในการที่จะนำเอาแนวคิดอื่น ๆ มาใช้ประกอบร่วมด้วย เช่น องค์ประกอบด้านตัวสาร ซึ่งมีหน้าที่ poetic function นั้น เป็นองค์ประกอบที่เปิดกว้างให้มีการนำแนวคิดอื่น ๆ ที่ว่าด้วยความสละสลวย ความดี ความงามทางการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ได้ อีกทั้งยังยอมรับว่า มีองค์ประกอบเชิงซ้อนเกิดขึ้นในการสื่อสารเช่น หน้าที่ poetic function กับ metalingual function อาจมีความคาบเกี่ยวกันจนแยกได้ยาก ซึ่งการยอมรับในประเด็นดังกล่าว จะทำให้การวิเคราะห์งานในบางชิ้นมีการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 องค์ประกอบร่วมไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งทำให้เห็นภาพได้ชัดเจนกว่าการแยกวิเคราะห์

อนึ่ง ในการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านบริบททางการสื่อสาร ปัญหาสำคัญคือ หากผู้วิจัยไม่สามารถสืบค้นบริบทของตัวงานได้ จะทำให้การอ้างอิงถึงความหมายทางการสื่อสารขาดความน่าเชื่อถือ ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงจำกัดขอบเขตของตัวงานที่นำมาวิเคราะห์เพียงงานที่สร้าง

สรรคขึ้นสำหรับผู้รับสารที่เป็นคนไทยเท่านั้น ในขณะที่งานต่างประเทศจะนำมาใช้เพียงแค่การประกอบอธิบายขยายความ

ในส่วนของวิธีการศึกษาจิตสำนึกในฐานะที่เป็นโครงความคิดตามแนวทาง Personal construct approach นั้น อาจถือได้ว่าเป็นแนวทางที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ให้สัมภาษณ์อย่างมาก ปัญหาจะเกิดมากถ้าผู้ให้สัมภาษณ์มีเวลาจำกัด จะทำให้การตอบคำถามเป็นไปอย่างรวดเร็วและไม่ตั้งใจ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของข้อมูล ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้ จะสังเกตได้ง่ายหากมีโครงความคิดของจิตสำนึกที่มีความใกล้เคียงกันมากในแง่ของนิยามและการจัดลำดับชั้นงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลไม่ยอมใช้ความคิดอีกแล้ว หรือในอีกความหมายหนึ่งคือหมกมุ่นกับความคิดเดิม ๆ มากจนคิดอะไรไม่ได้อีกต่อไปแล้ว นั่นหมายความว่า ปัญหาของวิธีการศึกษาแบบนี้คือ การที่ผู้รับสารมีจินตนาการที่จำกัด

ผลการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นดังกล่าวจะได้นำเสนอไว้ในส่วนของบทที่ 4 และ 5 ตามลำดับต่อไป