

การศึกษาการสร้างความหมายโดยใช้สัตว์เป็นตัวนำเสนอในงานโฆษณา
ทางโทรทัศน์ไทยพุทธศักราช 2538

นางสาวอัสพร แดงประดับ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2539

ISBN 974-634-309-2

ศูนย์วิทยุวิทยุการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A STUDY OF THE SIGNIFICATION OF ANIMALS PRESENTATION
IN THAI TELEVISION COMMERCIALS 1995

Miss Apsorn Dangpradub

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of The Requirments
For The Degree of Master of Arts
Department of Mass Communication
Graduate School
Chulalongkorn University

1996

ISBN 974-634-309-2

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาการสร้างความหมายโดยใช้สัตว์เป็นตัวนำเสนอ
ในงานโฆษณาทางโทรทัศน์ไทยพุทธศักราช 2538

โดย

นางสาวอัปสร แดงประดับ

ภาควิชา

การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกาเยะ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

-----คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. สันติ กุงสุวรรณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

-----ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. นันทวัน สุขชาติ)

-----อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกาเยะ)

-----กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว



อับสร แดงประดับ : การศึกษาการสร้างความหมายโดยใช้สัตว์เป็นตัว
นำเสนอในงานโฆษณาทางโทรทัศน์ไทยพุทธศักราช 2538 (A STUDY
OF THE SIGNIFICATION OF ANIMALS PRESENTATION IN THAI
TELEVISION COMMERCIALS 1995) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ศิริชัย
ศิริกายะ, 137 หน้า ISBN 974-634-309-2

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเข้าใจถึงลักษณะการสร้างความหมายโดย
ใช้สัตว์เป็นตัวนำเสนอในงานโฆษณาทางโทรทัศน์

ผลการวิจัยพบว่า การใช้สัตว์เป็นตัวนำเสนอในงานโฆษณาโทรทัศน์นั้น
เป็นรูปแบบหนึ่งของการสร้างสรรค์งานโฆษณา โดยใช้ลักษณะการสร้างความหมาย
ทั้งความหมายตรง ความหมายนัยประหวัด และมายาคติจากตัวสัตว์เป็นการสื่อสาร
ความหมายแก่เรื่องราวในโฆษณาแต่ละชิ้นอย่างกระชับและอย่างสร้างจินตนาการหรือ
อย่างสร้างความรู้สึกแก่ผู้รับสาร ทั้งนี้สัตว์ถูกนำมาใช้สร้างความหมายในลักษณะที่สัตว์
เป็นอย่างมนุษย์

ลักษณะการสร้างความหมายโดยใช้สัตว์เป็นตัวนำเสนอในงานโฆษณาทาง
โทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2538 นั้น มี 9 ลักษณะคือ สัตว์เป็นตัวนำเสนอดตามความหมาย-
ตรง, สัตว์เป็นตัวนำเสนอดตามความหมายนัยประหวัด, สัตว์เป็นตัวนำเสนอดอย่างสร้าง
ใช้ความคิดแบบมายาคติ, สัตว์เป็นตัวนำเสนอดอย่างเป็นสัญลักษณ์, สัตว์เป็นตัวนำเสนอด
อย่างเป็นตัวเปรียบกับคุณลักษณะของสินค้า, สัตว์เป็นตัวนำเสนอดอย่างเป็นตัวแทน
สถานที่และเวลานั้นๆ, สัตว์เป็นตัวนำเสนอดอย่างเป็นตัวเปรียบในเชิงตรงกันข้าม
กับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง, สัตว์เป็นตัวนำเสนอดในลักษณะการแตกตัวของความหมาย และสัตว์
เป็นตัวนำเสนอดอย่างดึงความสนใจเข้าสู่สินค้าและบริการ หรือสร้างภาพประทับใจ
แก่สินค้าหรือภาพพจน์องค์กรด้วยจุดจับใจ

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2538

ลายมือชื่อนิสิต ศิวา ทวีปรัตน์
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ศิวา ม.
..... 2538

##C450199 : MAJOR MASS COMMUNICATION
KEY WORD:

ANIMALS PRESENTATION/COMMERCIALS

APSORN DANGPRADUB : A Study of the Signification of
Animals Presentation in Thai Television Commercials 1995.

THESIS ADVISOR : ASSO.PROF.SIRICHAIR SIRIKAYA, Ph.D.

137 pp. ISBN 974-634-309-2

The purpose of this study is to percieve the signifi-
cation of animals presentation in thai television commercials.

The results of the study show that animals presentation
is counted as one of forms of commercial creativities. Animals
are used to signify a denotation, a connotation and a myth to
audience rapidly, imaginatively and sensationally for narration
of commercials. And animals are determined as being in human
beings way.

The signification of animals presentation could be
devided into 9 types as follows: to feature animals by denota-
tion, to present animals by connotation, to portray animals to
give the chain of thoughts as myths, to present animals as
symbols, to feature animals to be compared to the products
properties, to portray some parts of animal lives to transmit
the whole perspective meaning of animals in thier contexts.
In addition, to present animals as paradigms to enhance something
in commercials, to feature as derivatives of meaning. Moreover,
to portray animals to induce to product interest or product
impression or corperate image with appeals.

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน.....

ลายมือชื่อนิสิต..... อิศร งามพริ้ว.....

สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... อิศร งามพริ้ว.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความสำเร็จจากบุคคลหลายท่าน ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ด้วยสำนักถึงคำแนะนำ คำปรึกษาที่ท่านให้ด้วยเมตตา ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญ เรือน กิติวัฒน์ กรรมการวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน สุชาโต ประธานกรรมการผู้กรุณาชี้แนะ ตรวจสอบข้อบกพร่องและปรับปรุงงานวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณครูอาจารย์ทุกท่านที่เคยให้ความรู้แก่ข้าพเจ้า รวมถึงคณาจารย์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เคยประสิทธิ์ประสาทวิชาทางอักษรศาสตร์ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสัญวิทยาอันมีส่วนส่งเสริมให้เกิดการวิจัยขึ้นนี้ ขอขอบคุณคุณสมศักดิ์ เอื้ออัชฌาสัย ปิยมิตรผู้อาทร ข้าพเจ้าเสมอมา ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ผู้เอาใจใส่และเป็นกำลังใจ ขอขอบใจตนเองที่คอยเป็นเพื่อนแห่งตนยามมีอุปสรรค ขอขอบใจแม่ที่บ้าน ดอกไม้ และความงามทั้งหลายอันชื่นชูใจข้าพเจ้ายามเขียนวิทยานิพนธ์

เหนือสิ่งอื่นใด ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณมารดาที่แสดงให้เห็นถึงรักของแม่ และขอกราบแทบเท้าคุณปู่ คุณย่าผู้มีพระคุณเสมือนผู้ให้ชีวิต

ข้าพเจ้าซาบซึ้งถึงพระคุณทุกท่านที่กล่าวนามมาทั้งหมด ซึ่งความรู้สึกลี้จะจารึกไว้ในใจข้าพเจ้าตราบนานชัวิตจะหาไม่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อับสร แดงประดับ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ณ

บทที่

1. บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.4 ข้อเสนอแนะ	7
1.5 นิยามศัพท์	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์งานโฆษณา	8
2.2 ทฤษฎีการสร้างความหมาย	11
3. ระเบียบวิธีการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล	19
3.1 แหล่งข้อมูล	19
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	29
3.4 การนำเสนอข้อมูล	30

4.	การวิเคราะห์เนื้อหาของการสร้างความหมายโดยใช้สัตว์เป็น	
	ตัวนำเสนอเสนอในงานโฆษณาทางโทรทัศน์	32
4.1	สัตว์เป็นตัวนำเสนอในงานโฆษณาที่ปรากฏความหมายตรง	81
4.2	สัตว์เป็นตัวนำเสนอในงานโฆษณาที่ปรากฏความหมายนัยประวัติ	84
4.3	สัตว์เป็นตัวนำเสนออย่างสร้างใช้ความคิดแบบมายาคติ	89
4.4	สัตว์เป็นตัวนำเสนออย่างเป็นสัญลักษณ์	91
4.5	สัตว์ปรากฏในฐานะเป็นตัวเปรียบกับคุณลักษณะของสินค้า	95
4.6	สัตว์มีความหมายอย่างเป็นตัวแทนของสถานที่และเวลานั้นๆ	99
4.7	สัตว์ปรากฏในฐานะเป็นตัวเปรียบในลักษณะตรงกันข้ามกับ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง	101
4.8	สัตว์เป็นตัวนำเสนอที่ปรากฏความหมายในลักษณะการแตกตัว ของความหมาย	103
4.9	สัตว์เป็นตัวนำเสนออย่างดึงความสนใจเข้าสู่สินค้าและบริการ	110
5.	บทสรุปและข้อเสนอแนะ	120
5.1	ผลสรุปการวิจัย	121
5.2	ข้อจำกัดในการวิจัย	135
5.3	ข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต	135
	รายการอ้างอิง	136
	ประวัติผู้เขียน	137

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. ตารางที่ 3.1 แสดงรายชื่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ไทย พุทธศักราช 2538 ที่ใช้สัตว์เป็นตัวนำเสนอ	21
2. ตารางที่ 4.1 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม	34
3. ตารางที่ 4.2 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทเครื่องสำอาง...	45
4. ตารางที่ 4.3 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทเวชภัณฑ์	47
5. ตารางที่ 4.4 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทอาหารสัตว์	48
6. ตารางที่ 4.5 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทผลิตภัณฑ์ ทำความสะอาด	49
7. ตารางที่ 4.6 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทเครื่องเขียน และหนังสือ	50
8. ตารางที่ 4.7 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทผลิตภัณฑ์ กำจัดแมลง	51
9. ตารางที่ 4.8 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทเครื่องประดับ และเสื้อผ้า	52
10. ตารางที่ 4.9 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทเครื่องใช้ ภายในบ้าน	53
11. ตารางที่ 4.10 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์	54
12. ตารางที่ 4.11 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทวัสดุก่อสร้าง..	58
13. ตารางที่ 4.12 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทยางรถยนต์..	59
14. ตารางที่ 4.13 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทน้ำมัน	60
15. ตารางที่ 4.14 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทเครื่อง จักรยนต์	62
16. ตารางที่ 4.15 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทยานพาหนะ ..	63

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
17. ตารางที่ 4.16 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทที่ปักอาศัย	69
18. ตารางที่ 4.17 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทสถานออกกำลัง กายและพักผ่อน	70
19. ตารางที่ 4.18 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทห้างสรรพสินค้า.	71
20. ตารางที่ 4.19 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทสาธารณูปโภค..	73
21. ตารางที่ 4.10 แสดงรายการภาพยนตร์โฆษณาประเภทการส่งเสริม นิทรรศการ	79



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพชุดที่	หน้า
1. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้าหนังสือพิมพ์คิดนิวลส์	81
2. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล.....	83
3. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้ารถกระบะเบนส์รุ่นบู๊กเอ็ม.....	84
4. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้าเทปคาสเซต แผ่นซีดี และ เทปคาราโอเกะออนไลน์	86
5. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้าน้ำยาลบคำผิดตราช้าง	89
6. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้าแป้งเด็กแคร์.....	91
7. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้าวิกิตราเดอะ เฟมัส เกราส์....	93
8. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้าเครื่องสำอางเอสกินอล	95
9. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้าโทรทัศน์สีมิติซูบิชิ รุ่นเดอะบวม ..	97
10. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้าน้ำมันหล่อลื่น เครื่องยนต์ดีเซลดีไดนามิค	99
11. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาการไฟฟ้านครหลวง	101
12. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้านมสดตราโชคชัย	104
13. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้าเครื่องสุขภัณฑ์กะรัต ชุดก๊อกน้ำ .	107
14. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาการบริการของธนาคารสหธนาคาร ..	109
15. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ...	111
16. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสินค้าหมากฝรั่งบักบวม	113
17. ภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาบริการของบริษัทโซนี่ จำกัด	115