

การผสมรูปแบบ การสื่อความหมายและจินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมาย
ที่มีต่องานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรในงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์



นายกฤษณ์ ทองเลิศ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์ดุสิต

สาขานิติศาสตร์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2545

ISBN 974-17-2218-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

12 พย 2549

120826333

FORMATION, SIGNIFICATION, AND IMAGINATION THEMES OF PHOTO-TEXT
TARGET GROUPS IN PRINTED ADVERTISEMENTS

Mr. Grit Thonglert

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy in Communication Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2002

ISBN 974-17-2218-4

กฤษณ์ ทองเลิศ : การผสมรูปแบบ การสื่อความหมายและจินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมาย
ที่มีต่องานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรในงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ (FORMATION,
SIGNIFICATION, AND IMAGINATION THEMES OF PHOTO-TEXT TARGET GROUPS
IN PRINTED ADVERTISEMENTS) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ศิริชัย ศิริภายะ, 363 หน้า ISBN
974-17-2218-4

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าใจถึงลักษณะการผสมรูปแบบ การสื่อความหมายและ
จินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมายที่มีต่องานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรที่ปรากฏในงานโฆษณาทาง
สื่อสิ่งพิมพ์และเพื่อให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการของผู้รับสารกับแนวโน้มของพฤติ
กรรมที่เกิดจากงานโฆษณา ทั้งนี้โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับเทคนิคเชิงปริมาณ ประกอบ
ด้วยการวิเคราะห์ตัวบทและการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย โดยมีแบบจำลองการสื่อสารของจาโคบสัน
แนวคิดการสื่อสารด้วยภาพและลายลักษณ์อักษรและแนวคิดการสร้างโครงความคิดของบุคคล เป็น
แนวทางในการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่าการผสมรูปแบบและการสื่อความหมายของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์
อักษรใช้วิธีการต่าง ๆ ดังนี้ 1) หลักการแทนที่ประกอบด้วย ก) การใช้รูปสัญลักษณ์ของภาษาแทนที่ภาพ
โดยการประกอบสร้างภาพขึ้นด้วยตัวอักษรเพื่อให้ผู้รับสารสร้างภาพในจินตนาการ ข) การใช้ภาพแทน
ที่รูปสัญลักษณ์ของลายลักษณ์อักษรเป็นการสื่อความโดยความเหมือน 2) การใช้รูปสัญลักษณ์เดียวกันเพื่อ
แสดงคุณลักษณะทวิภาวะของทั้งภาพและภาษาเพื่อสื่อความหมายสารสนเทศและอารมณ์ความรู้สึก
พร้อมกัน 3) การซ้อนหรือการวางเคียงกันอย่างเสริมเกื้อกูลกันของภาพและลายลักษณ์อักษรโดยการ
ใช้รหัสการ์ตูนและการอุปลักษณ์เชิงภาพ ในส่วนของจินตสภาวะของผู้รับสารพบว่าจินตสภาวะหลัก
ประกอบด้วยจินตสภาวะเกี่ยวกับ กระบวนการใช้สินค้าหรือบริการ ผลจากการใช้สินค้าหรือบริการของ
งานโฆษณา และวิธีการสื่อสารของตัวเอง ผลการวิจัยยังพบอีกว่า ระดับจินตนาการของผู้รับสารที่
เกิดจากการรับสารจากงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการคาดทำนาย
แนวโน้มพฤติกรรมที่เกิดจากการดูชิ้นงานโฆษณา

ลายมือชื่อนิติ.....

นางสาว ใจดี

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

น.น. :

ปีการศึกษา 2545

##4185452228 :MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEY WORD :PHOTO-TEXT / IMAGINATION THEMES / SIGNIFICATION

GRIT THONGLERT : FORMATION, SIGNIFICATION, AND IMAGINATION THEMES OF PHOTO-TEXT TARGET GROUPS IN PRINTED ADVERTISEMENTS. THESIS ADVISOR: ASSOC.PROF.SIRICHAJ SIRIKAYA,Ph.D., 363 pp. ISBN 974-17-2218-4.

The objectives of this research are to examine the formation, signification, and imagination themes of photo-text target groups in printed advertisements as well as the relationship between the audience's imagination levels and the behavioral tendency initiated by advertisements. This study applies a combination of qualitative and quantitative research methods, putting an emphasis on textual analysis and target group interview. Jakobson's communication model, pictorial and textual communication, including personal construct approaches are used as conceptual framework for this study.

At the completion of this study, it is found that the formation and signification of photo-text employ the following measures. 1) Substitution method comprising of A) the use of written sign in place of pictorial sign in the form of calligram in order to create images in the mind of the audience, and B) the use of pictorial sign in place of written sign to convey meanings by similarity. 2) The use of identical signs to illustrate the dual characteristics of both the photograph and the text in order to simultaneously convey information and emotion. 3) Superimposition and complementary juxtaposition of the photography and the text by using cartoon codes, and pictorial metaphor. As regards the imagination themes of the audience, it is found that the main imagination themes are composed of those relating to product or service consumption process, the consequences of product or service consumption in advertisements and the communicating method of the advertisements themselves. It is also found that the audience's imagination levels resulting the perception of photo-text correlate positively with the behavioral tendency resulting from exposure to printed advertisements.

Student's signature..... *Crit Thonglert*

Field of study COMMUNICATION.....Advisor's signature..... *see see.*

Academic year 2002.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยความด้วยความเอาใจใส่และความกรุณาอย่างสูงยิ่งของรองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำปรึกษาและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูง พร้อมกันนี้ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ และศาสตราจารย์ ช่อม ประเสริฐสกุล รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบญจรงค์กิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพัตตา ปวณะฤทธิ์ กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะเป็นอย่างดีจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ รองศาสตราจารย์ บัณฑิต จารุวรรณ ที่ได้กรุณาตรวจแก้ภาษาต่างประเทศจนได้สำนวนภาษาที่ดี

ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลที่มีคุณค่าอันนำไปสู่จุดหมายปลายทางของการวิจัย ขอขอบพระคุณบรรณารักษ์ เจ้าหน้าที่ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ขอขอบคุณขวัญบัณฑิตรุ่นพี่ เพื่อนร่วมรุ่นที่เป็นกำลังใจให้กันและกันตลอดระยะเวลาการศึกษา มหาบัณฑิตรุ่นน้องที่ได้ช่วยเหลือเกื้อกูลกันจนวินาทีสุดท้ายของการเรียน ผู้ช่วยนักวิจัย ชัยวัฒน์ หอวรรณภากร รวมทั้งเพื่อน ๆ น้อง ๆ อีกหลายคนที่มีอาใจเอ่ยนามได้หมด ณ ที่นี้ และเนื่องจากทุนการวิจัยส่วนหนึ่งได้รับการสนับสนุนจากกองทุนประดิษฐ์ กัลย์จาฤก จึงขอกราบขอบพระคุณคณะผู้บริหารกองทุนประดิษฐ์ กัลย์จาฤก อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณบิดาที่ไม่มีโอกาสได้เห็นความสำเร็จทางการศึกษาของบุตร กราบขอบพระคุณมารดาผู้ที่ทำให้กำลังใจและให้การสนับสนุนการศึกษาของผู้วิจัยเสมอมา และขอขอบคุณพี่ ๆ ทุกคนในครอบครัวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณพิณิจ ทองเลิศ พี่ชาย และอาจารย์สุนิรัตน์ พรหมปกรณ์ พี่สาวผู้ที่คอยห่วงใย ส่งใจ และติดตามความคืบหน้าของการเขียนวิทยานิพนธ์จนลุล่วงเสร็จสมบูรณ์

กฤษณ์ ทองเลิศ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	9
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	10
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	10
ข้อสันนิษฐาน.....	10
นิยามศัพท์.....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	13
แบบจำลองการสื่อสาร Jakobson model	13
แนวคิดเกี่ยวกับภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร.....	19
แนวคิดที่ว่าด้วยความสมดุลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านภาพและลายลักษณ์อักษรกับการทำ หน้าที่ของระบบสมองมนุษย์.....	25
ปรัชญาแห่งความสมานฉันท์.....	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แนวความคิดปะติดปะต่อขึ้นเป็นเรื่องราว.....	36
แนวความคิดสื่อสารด้วยภาพและภาษา.....	39
แนวความคิดประกอบสร้างโครงความคิดของบุคคลและ Repertory grid.....	49
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	55
ที่มาของข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล	107
การนำเสนอข้อมูล.....	111
4. การผสมรูปแบบและการสื่อความหมายของงานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร.....	113
งานที่ 1 ข้าวเกรียบกุ้งฮานามิ.....	115
งานที่ 2 มิโระซุปะทะเกะยะ.....	121
งานที่ 3 ขนมขบเคี้ยววาคาเดมูโจ.....	125
งานที่ 4 โซดาสิ่งห์.....	130
งานที่ 5 บุหรี่ Philip Morris.....	134
งานที่ 6 ข้าวกลัองหอมมะลิเบอร์ 5.....	136
งานที่ 7 Kelloggs.....	142
งานที่ 8 Absolut Vienna.....	145
งานที่ 9 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ SPY.....	149
งานที่ 10 ห้างสรรพสินค้า The Mall Supermarket.....	152
งานที่ 11 ร้านขนมเดนนิสโกชูการ์1.....	156
งานที่ 12 ร้านขนมเดนนิสโกชูการ์2.....	160
งานที่ 13 ร้านขนมเดนนิสโกชูการ์3.....	161
งานที่ 14 ร้านขนมเดนนิสโกชูการ์4.....	162

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

งานที่ 15 ผลิตภัณฑ์ปรับผ้านุ่ม ไฮคลาส.....	164
งานที่ 16 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นอับชื้น.....	169
งานที่ 17 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นบูหรี.....	173
งานที่ 18 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นอาหาร.....	177
งานที่ 19 น้ำยาบ้วนปาก Listerine.....	181
งานที่ 20 ปูนซีเมนต์ ตราเสือ.....	185
งานที่ 21 ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในบ้านซิงเกอร์.....	190
งานที่ 22 โทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC.....	193
งานที่ 23 โทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM.....	197
งานที่ 24 โทรศัพท์เคลื่อนที่ Ericson (ตัวเครื่อง).....	201
งานที่ 25 โทรศัพท์เคลื่อนที่ Ericson (ปัญหา Y2K).....	206
งานที่ 26 พจนานุกรม Talking Dict.....	211
งานที่ 27 ธนาคารเอเชีย	215
งานที่ 28 ธนาคารไทยทุน.....	220
งานที่ 29 สายการบินเอมิเรต.....	224
งานที่ 30 Citibank Personal loan.....	228
งานที่ 31 –33 Citibank Ready Credit	232
งานที่ 34 บริษัทการบินไทย.....	236
งานที่ 35 บริษัทขนส่งสินค้าและพัสดุทางอากาศ DHL.....	240
งานที่ 36 ห้างสรรพสินค้า ZEN.....	243
งานที่ 37 กระดาษดับเบิลเอ.....	247
5. จินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมายที่มีต่องานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษร.....	257
กรณีที่ 1 ราชินี แดงบุหงา.....	260

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
กรณีที่ 2 ณฤทัย ศรีวรรณยศ.....	268
กรณีที่ 3 ธาณี กิติปรียาพร.....	275
กรณีที่ 4 เฉลิม เลิศวงศ์สกุล.....	283
กรณีที่ 5 จิราภรณ์ ขนิษฐัฐ.....	291
กรณีที่ 6 ธิรพท์ เปรมประยูรวงศา.....	299
กรณีที่ 7 สมยศ สิ้นธนาพรชัย.....	308
กรณีที่ 8 รชฎ ไชยคุปต์.....	316
กรณีที่ 9 ประกิต ลิ้มโพธิ์.....	325
กรณีที่ 10 วันเฉลิมฯ นุ่นสุข.....	333
6. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	345
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	354
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	355
รายการอ้างอิง.....	357
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	363

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
5.1	จินตสวระของคุณรัชนี แดงบุหงา..... 262
5.2	ค่าสหสัมพันธ์เกี่ยวกับจินตสวระของคุณรัชนี แดงบุหงา..... 265
5.3	จินตสวระของคุณณฤทัย ศรีวรรณยศ..... 269
5.4	ค่าสหสัมพันธ์เกี่ยวกับจินตสวระของคุณณฤทัย ศรีวรรณยศ..... 272
5.5	จินตสวระของคุณธานี กิติปรียาพร.....276
5.6	ค่าสหสัมพันธ์เกี่ยวกับจินตสวระของคุณธานี กิติปรียาพร.....279
5.7	จินตสวระของคุณเฉลิม เลิศวงศ์สกุล.....284
5.8	ค่าสหสัมพันธ์เกี่ยวกับจินตสวระของคุณเฉลิม เลิศวงศ์สกุล.....287
5.9	จินตสวระของคุณจิราภรณ์ ขนิษฐรัฐ.....292
5.10	ค่าสหสัมพันธ์เกี่ยวกับจินตสวระของคุณจิราภรณ์ ขนิษฐรัฐ.....296
5.11	จินตสวระของคุณณิรพุทธิ เปรมประยูรวงศา.....300
5.12	ค่าสหสัมพันธ์เกี่ยวกับจินตสวระของคุณณิรพุทธิ เปรมประยูรวงศา.....304
5.13	จินตสวระของคุณสมยศ สิ้นธนาพรชัย.....309
5.14	ค่าสหสัมพันธ์เกี่ยวกับจินตสวระของคุณสมยศ สิ้นธนาพรชัย.....313
5.15	จินตสวระของคุณรชฎ ไชยคุปต์.....317
5.16	ค่าสหสัมพันธ์เกี่ยวกับจินตสวระของคุณรชฎ ไชยคุปต์.....321
5.17	จินตสวระของคุณประกิต ลิ้มโพธิ์.....326
5.18	ค่าสหสัมพันธ์เกี่ยวกับจินตสวระของคุณประกิต ลิ้มโพธิ์.....330
5.19	จินตสวระของคุณวันเฉลิมฯ นุ่นสุข.....335
5.20	ค่าสหสัมพันธ์เกี่ยวกับจินตสวระของคุณวันเฉลิมฯ นุ่นสุข.....338

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 องค์ประกอบทางการสื่อสารของจาคอบสัน.....	14
2.2 หน้าที่ทางการสื่อสารของจาคอบสัน.....	14
2.3 องค์ประกอบและหน้าที่ทางการสื่อสารของจาคอบสัน.....	18
2.4 ความสัมพันธ์ของระบบการรับรู้ของสมองที่มีต่องานภาพและภาษา.....	20
3.1 ข้าวเกรียบกุ้งฮานามิ.....	63
3.2 โชดาสิงห์.....	64
3.3 ข้าวกลัองหอมมะลิเบอร์ 5.....	65
3.4 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์SPY.....	66
3.5 ห้างสรรพสินค้า The Mall Supermarket	67
3.6 ผลิตภัณฑ์ปรับผ้านุ่มไฮคลาส.....	68
3.7 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นอับชื้น.....	69
3.8 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นบุหรี.....	70
3.9 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นอาหาร.....	71
3.10 น้ำยาบ้วนปาก Listerine.....	72
3.11 ปูนซีเมนต์ตราเสือ.....	73
3.12 ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในบ้านซิงเกอร์.....	74
3.13 โทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC.....	75
3.14 โทรศัพท์เคลื่อนที่GSM.....	76
3.15 โทรศัพท์เคลื่อนที่ Ericsson	77
3.16 โทรศัพท์เคลื่อนที่Ericsson(ปัญหาY2K).....	78
3.17 พจนานุกรม Talking Dict.....	79
3.18 ธนาคารเอเชีย	80
3.19 ธนาคารไทยธนุ.....	81
3.20 Citibank Personal loan.....	82
3.21 Citibank Ready Credit	83

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
3.22 Citibank Ready Credit	84
3.23 Citibank Ready Credit	85
3.24 บริษัทการบินไทย.....	86
3.25 บริษัทขนส่งสินค้าและพัสดุทางอากาศ DHL.....	87
3.26 ห้างสรรพสินค้า ZEN.....	88
3.27 กระดาษดับเบิ้ล A.....	89
3.28 มิโตะซูปทะเละยะ.....	90
3.29 ขนมขบเคี้ยวอากาศเดมูโจ.....	91
3.30 บุหรี่ Philip Morris.....	92
3.31 Absolut Vienna.....	93
3.32 อาหารกัณน้ำหนัก Kelloggs	94
3.33 ร้านขนม Danisco Sugar ชุด NID LIVET.....	95
3.34 ร้านขนม Danisco Sugar ชุด GODT.....	96
3.35 ร้านขนม Danisco Sugar ชุด VINDER.....	97
3.36 ร้านขนม Danisco Sugar ชุด LAGKAGE.....	98
3.37 สายการบิน Emirates.....	99
4.1 ข้าวเกรียบกุ้งฮานามิ.....	115
4.2 มิโตะซูปทะเละยะ.....	121
4.3 อากาศเดมูโจ.....	125
4.4 โชดาสิงห์.....	130
4.5 บุหรี่ Philip Morris.....	134
4.6 ข้าวกลั้หอมมะลิเบอร์ 5.....	138
4.7 Kelloggs ALL-BRAN.....	142
4.8 Absolut Vienna.....	145
4.9 Spy.....	145

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.10 The Mall Supermarket.....	152
4.11 ร้านขนม Danisco Sugar ชุด NID LIVET.....	156
4.12 ร้านขนม Danisco Sugar ชุด GODT.....	160
4.13 ร้านขนม Danisco Sugar ชุด VINDER.....	161
4.14 ร้านขนม Danisco Sugar ชุด LAGKAGE.....	162
4.15 น้ำยาปรับผ้านุ่ม Hi Class.....	164
4.16 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นอับชื้น.....	169
4.17 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นบุหรี่.....	173
4.18 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น Febreze กลิ่นอาหาร.....	177
4.19 น้ำยาบ้วนปาก Listerine.....	181
4.20 ปูนซีเมนต์ตราเสือ.....	185
4.21 ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในบ้านซิงเกอร์.....	190
4.22 โทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC.....	193
4.23 โทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM.....	197
4.24 โทรศัพท์เคลื่อนที่ Ericsson	201
4.25 โทรศัพท์เคลื่อนที่ Ericsson(ปัญหา Y2K).....	205
4.26 พจนานุกรม Talking Dict.....	211
4.27 ธนาคารเอเชีย	215
4.28 ธนาคารไทยท努.....	220
4.29 สายการบินอเมริกัน.....	224
4.30 Citibank Personal loan.....	228
4.31 Citibank Ready Credit	232
4.32 Citibank Ready Credit	232
4.33 Citibank Ready Credit	232
4.34 บริษัทการบินไทย.....	236

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.35 บริษัทขนส่งสินค้าและพัสดุทางอากาศ DHL.....	240
4.36 ห้างสรรพสินค้า ZEN.....	243
4.37 กระดาษดับเบิลเอ.....	247
5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการและแนวโน้มพฤติกรรม คุณรัชณี แดงบุหงา.....	267
5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการและแนวโน้มพฤติกรรม คุณณฤทัย ศรีวรรณยศ.....	273
5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการและแนวโน้มพฤติกรรม คุณธานี กิติปรียาพร.....	281
5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการและแนวโน้มพฤติกรรม คุณเฉลิม เลิศวงศ์สกุล.....	289
5.5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการและแนวโน้มพฤติกรรม คุณจิราภรณ์ ขนิษฐรัฐ.....	297
5.6 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการและแนวโน้มพฤติกรรม คุณถิรพุทธิ เปรมประยูรวงศา.....	306
5.7 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการและแนวโน้มพฤติกรรม คุณสมยศ สิ้นธนาพรชัย.....	314
5.8 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการและแนวโน้มพฤติกรรม คุณรชฎ ไชยคุปต์.....	323
5.9 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการและแนวโน้มพฤติกรรม คุณประกิต ลิ้มโพธิ์.....	332
5.10 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับจินตนาการและแนวโน้มพฤติกรรม คุณวันเฉลิมฯ นุ่นสุข.....	339