

153. 14879

๑ ๓๕๕๐

๗-๕

การศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ภาควิชาศึกษาศาสตร์

ปริญญาโท

ของ

สมนึก ศรีโชติ

11 พ.ค. 2535

ห้องสมุดบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการศึกษาบัณฑิต

พฤษภาคม 2532

ลิขสิทธิ์ เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๙ ๘๐๐๙๗

178523

การศึกษาคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

บทคัดย่อ

ของ

สมนึก ศรีโชติ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตว

เพื่อ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต

จุฬารักษณ์ 2532

บทคัดย่อ

การศึกษาคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวด ในงานประกวดโฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึง ครั้งที่ 11 นี้ มุ่งศึกษาคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ที่ภาพยนตร์โฆษณาแต่ละเรื่องใช้เป็นสื่อหรือสัญลักษณ์ที่ทำให้เกิดอารมณ์สุนทรียะแก่ผู้ชม โดยหวังผลสัมฤทธิ์ทางด้านการตลาดให้เกิดขั้นแก่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วยคุณลักษณะสำคัญสองประการคือ คุณลักษณะด้านรูปแบบ และคุณลักษณะในด้านเนื้อหา โดยผู้วิจัยได้เปรียบเทียบคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ระหว่างภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ได้รับรางวัลและไม่ได้รับรางวัล และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะกับสภาวะสังคมไทย

การศึกษาคุณลักษณะสิ่งเร้าทางสุนทรียะจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

ทางด้านรูปแบบ พบว่า สิ่งเร้าที่ปรากฏให้เห็นเป็นสัญลักษณ์ มีคุณลักษณะเด่นตรงตามตัวสินค้า มีความกลมกลืน ความเป็นระเบียบ ความยิ่งใหญ่ ความแปลกใหม่ ความขัดแย้ง และความเคลื่อนไหว

ทางด้านเนื้อหา พบว่า มีคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ คือ ชื่อเสียงเกียรติยศฐานะทางสังคม ความเนื้อดี ความสนุกสนานบันเทิง ความอารมณ์ วัฒนธรรมประเพณี ความน่าเกลียดน่ากลัว ความบริสุทธิ์ไร้เดียงสา และความมีอิสระเสรีอย่างธรรมชาติ

ผลการเปรียบเทียบเนื้อหา ระหว่างภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ที่ชนะการประกวดและไม่ชนะการประกวด พบว่า เสนอคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะไม่แตกต่างกันและผลของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ กับสภาวะสังคมไทยนั้น พบว่า คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ มีความสอดคล้องกับสภาวะของสังคมไทยทุกเรื่อง

นอกจากนี้ยังพบว่า การรับสื่อสิ่งเร้าทางสุนทรียะสอดคล้องกับหลักการรับรู้สองระยะคือ ระยะปฐมภูมิ ทศทางสุนทรียะ และระยะสว่างแจ้งแห่งปัญญา (Aesthetic Orientation Stage and Aesthetic Enlightenment stage) ซึ่งคุณลักษณะ

สิ่งเร้าทางสุนทรียะใน 2 ระยะนี้ ผู้สร้างสรรค์สร้างได้สอดคล้องกับประสบการณ์พื้นฐาน
ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งสิ่งเร้าทางสุนทรียะนี้จะปรากฏอยู่ในโฆษณาเพื่อสร้าง
ความจำถาวรและความจำชั่วคราว และขณะเดียวกันสินค้าที่ติดตลาดอยู่แล้ว ก็เนียง
โฆษณาได้ยังคงจำได้สม่ำเสมอ แต่สินค้าบางอย่างจะอยู่ในระยะโฆษณาเพื่อแนะนำเท่านั้น

A STUDY OF AESTHETIC CHARACTERISTIC STIMULI
ADVERTISING FILMS FOR TELEVISION

AN ABSTRACT

BY

SOMNUK SRICHOTE

Presented in partial Fulfillment of the requirements
for the Master of Education degree
at Srinakharinwirot University
March, 1989

The research on aesthetic stimuli in TV advertising films submitted in the Seventh to Eleventh Thailand Top TV Advertising Film Contests aims to study the aesthetic stimuli in each film, which are used as media or symbols to stimulate the aesthetic response from the target audience in order to achieve the marketing success.

These aesthetic stimuli are consisted of two aspects : form and content. The researcher compared these two aspects in the awarded films with those in the ones which were not awarded. Then he probed and analyzed the harmony between the aesthetic stimuli and the Thai social environment.

The study of the aesthetic stimuli revealed that in the aspect of form, the aesthetic stimuli which take forms of symbols possess these characteristics : harmony; order, greatness, novelty, conflict and mobility.

As for the content, the aesthetic stimuli possess all these characteristics : fame and honor; social status; fantasy; humour; sensuality; culture; horror; innocence and natural freedom.

The result of the comparison between the TV advertising films that were awarded and those which were not awarded revealed that there was no difference in the aesthetic stimuli presented in the films.

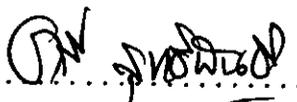
It was also found that in every film there was a harmony of these aesthetic stimuli and the Thai social environment.

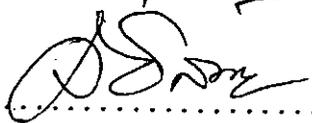
Furthermore, it was revealed that the aesthetic stimuli

was in harmony with perception of two stages, namely aesthetic orientation stage, and aesthetic enlightenment stage. Having realized the aesthetic perception in these two stages, the producer intended that the aesthetic stimuli would remain in the consumer's memory, both temporary and permanent. As for the well-known products, the stimuli would stimulate the consumer's memory. But for some other products, the stimuli would only introduce them to the consumer.

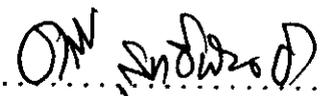
คณะกรรมการที่ปรึกษาประจำตัวผู้สอบและคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณาปรึกษา
กันแล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาภาคีตรีของมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒได้

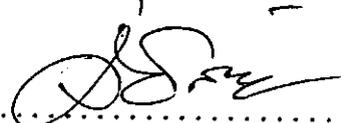
คณะกรรมการที่ปรึกษา

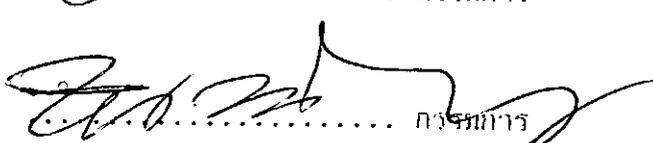

..... ประธาน


..... กรรมการ

คณะกรรมการสอบ


..... ประธาน


..... กรรมการ


..... กรรมการ

ประกาศคุณูปการ

ผู้เขียนต้องขอขอบคุณ อาจารย์คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่ได้ดูแลเคราะห์เรื่องข้อมูล เทปวิดีโอ ผลการประกวดภาพยนตร์โฆษณา ครั้งที่ 7 (2525) ถึงครั้งที่ 11 (2529)

จากงานวิจัยที่นี้ นอกจากจะได้เห็นผลงานอันเป็นรูปเล่มดังที่เห็นอยู่นี้แล้ว ผู้เขียนยังได้คุณประโยชน์จากงานวิจัยนี้อีกหลายประการ

ประการแรก งานวิจัยที่นี้ช่วยให้ผู้เขียนรู้จักตนเองมากยิ่งขึ้น ตั้งแต่การรู้จักควบคุมการทำงานของตน การแบ่งเวลา ความพักผ่อน ความขาก ลำบาก ความขัดแย้งในความคิดต่าง ๆ

ประการที่สอง งานวิจัยที่นี้ทำให้ผู้เขียนได้ซาบซึ้งในความเมตตาจากรองศาสตราจารย์อารี สุทธิพันธ์ ซึ่งเป็นประธาน ทำหน้าที่ช่วยศาสตราจารย์วินัย โสมดี ซึ่งเป็นกรรมการ และรองศาสตราจารย์ ดร. วิรุณ ตั้งเจริญ ที่กรุณาเป็นกรรมการร่วมในการสอบ ซึ่งคุณความเมตตาของท่านอาจารย์ดังกล่าวเป็นสิ่งที่ผู้เขียนจะระลึกถึงมิรู้ลืม

อนึ่ง ข้อบกพร่องและความผิดพลาดทั้งหลายทั้งปวงในงานวิจัยที่นี้ ทออาจเป็นตัวอย่าง แบบอย่างของผู้วิจัยรุ่นต่อ ๆ ไปที่จะช่วยกันพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

สมนึก ศรีไถ่

กุมภาพันธ์ 2532

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของภาควิชาคันทวี	3
	ข้อตกลงเบื้องต้น	4
	ขอบเขตภาควิชาคันทวี	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาคันทวี	10
	เอกสารทางด้านสุนทรียศาสตร์	
	สุนทรียศาสตร์เชิงแนวคิด	11
	สุนทรียศาสตร์เรียลลิสติก	11
	แนวคิดทางด้านสุนทรียศาสตร์	12
	เอกสารทางด้านสิ่งเฝ้า	19
	เอกสารทางด้านภาว โภชนาและการตลาด	21
	แนวคิดเรื่องคุณลักษณะของสิ่งเฝ้าทางสุนทรียะ	24
	สภาวะของสังคมไทยที่สอดคล้องกับคุณลักษณะของสิ่งเฝ้าทางสุนทรียะ	33
	ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวดโฆษณายอดเยี่ยม	
	ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11	39
3	วิธีดำเนินการศึกษาคันทวี	48

บทที่	หน้า
4	
วิเคราะห์คุณลักษณะสิ่งไร้ทางสู่เทวียะจากภาพยนตร์โฆษณาทงโทรทัศน์ ที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดโฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11	50
คุณลักษณะของสิ่งไร้ทางสู่เทวียะทางด้านรูปแบบ	51
ความกลมกลืน	51
ความเป็นระเบียบ	58
ความยิ่งใหญ่	61
ความแปลกใหม่	68
ความขัดแย้ง	77
ความเคลื่อนไหว	87
คุณลักษณะของสิ่งไร้ทางสู่เทวียะในด้านเนื้อหา	92
สิ่งไร้ที่เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์	92
ชื่อเสียง เกียรติยศ และฐานะทางสังคม	92
ความเพ้อฝัน	99
ความสุข ความสนุก ตลกขบขัน	102
กามารมณ์	106
คุณลักษณะที่สัมพันธ์กับทัศนคติทางวัฒนธรรม และประเพณีของ สังคมไทย	114
สิ่งไร้ที่เป็นธรรมชาติของมนุษย์	117
ความน่าเกลียด น่ากลัว	117
ความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสา	121
ความมีอิสระ สวี้อย่างธรรมชาติ	128

วิเคราะห์เปรียบเทียบ ที่ขมคณลักษณะสิ่ง ร้าทางสุภหรียะระหว่างงานขณตร์ โภฆนาทางโทรทศน์ที่ส่ง เข้าประกวดในงานประกวด โภฆนาขอลด เข็ยม ของประเทศไทยครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 ที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมและ งานขณตร์โภฆนาทางโทรทศน์ที่ไม่ได้รับรางวัล	130
งานขณตร์โภฆนาที่ชนะการประกวด วิเคราะห์ในด้านรูปแบบและ และเนื้อหา	130
ครั้งที่ 7	131
ครั้งที่ 8	142
ครั้งที่ 9	154
ครั้งที่ 10	167
ครั้งที่ 11	180
งานขณตร์ที่ไม่ได้รับรางวัล	190
วิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะของสิ่ง ร้าทางสุภหรียะ จากงานขณตร์โภฆนาทางโทรทศน์ที่ส่ง เข้าประกวดในงานประกวด โภฆนาขอลด เข็ยมครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 กับสภานสังคมไทยในช่วง ที่แพร่ภาพ	218
5 สรุปอภิปรายและข้อ เสนอแนะ	222
อภิปรายผล	227
ข้อ เสนอแนะ	232
ข้อ เสนอแนะในการวิจัยต่อไป	232
บทคัดย่อ	233
บรรณานุกรม	237

ภูมิหลัง

ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม การโฆษณาสินค้าและบริการนั้นว่าเป็นความจำเป็นสูงสุดอย่างหนึ่ง เพราะระบบเศรษฐกิจแบบนี้จะดำรงอยู่และพัฒนาต่อไปได้ จะต้องมีการขยายการบริโภคออกไปอย่างไม่หยุดยั้ง การโฆษณามีบทบาทในการชักจูงหรือสร้างความต้องการการบริโภคของประชาชน ดังที่ เสรี วงษ์มณฑา กล่าวว่า "การโฆษณา คือ กิจกรรมสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้นเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมอันเอื้ออำนวยต่อความสำเร็จของธุรกิจการขายสินค้าหรือการบริการ โดยอาศัยจากเหตุผลซึ่งมีทั้งกลยุทธ์จริงและเหตุผลสมมุติผ่านทางสื่อโฆษณา" (เสรี วงษ์มณฑา 2528 : 6)

ธุรกิจต่าง ๆ จะดำเนินต่อไปได้ จะต้องมีการจัดการโฆษณาอย่างมีระบบในรูปแบบของบริษัท ซึ่งมีทั้งบริษัทท้องถิ่นและบริษัทต่างชาติ โดยที่ในปัจจุบันนี้บริษัทต่าง ๆ จะรวมตัวกันเป็นบริษัทข้ามชาติ เช่น มีการรวมตัวกันระหว่างบริษัทโฆษณายักษ์ใหญ่ของโลก 2 บริษัท คือ บริษัทเดนซู (Dentsu) ของญี่ปุ่น ซึ่งเป็นบริษัทที่ใหญ่ที่สุดในโลก กับบริษัท ยิง แอนด์ รูบิคัม อิน (Youn & Rubicam Inc.) ของสหรัฐอเมริกา (ธัญญา ภาสกรานนท์ 2528 : 58 - 59) นอกจากนี้ยังมีการรวมตัวกันของบริษัท แซทชี แอนด์ แซทชี (Saatchi & Saatchi) แห่งประเทศอังกฤษ กับบริษัท คอมตัน อินเตอร์เนชันแนล (Compton International) ของสหรัฐอเมริกา บริษัทเหล่านี้ได้เริ่มทยอยกันเข้ามาเปิดกิจการขึ้นในประเทศไทย และสิ่งที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือการที่งบประมาณต่าง ๆ จะถูกใช้ลงอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากที่สินค้าส่วนใหญ่มุ่งงบประมาณการโฆษณาสูงถึงร้อยละ 50 ของยอดเงินที่ขายสินค้าได้ (วิทยากร เชียงกูล 2521 : 24)

การโฆษณาในปัจจุบัน ได้พัฒนาปรับตัวไปอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของประชาชน ถ้าพิจารณาสื่อที่ใช้ในการโฆษณาก็หมดแล้ว นับว่าสื่อ

โทรทัศน์มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่าสื่อประเภทอื่น ทั้งนี้เพราะโทรทัศน์ได้เปรียบในด้านการเข้าถึงผู้ชมได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วในเวลาเดียวกัน เป็นการผสมผสานส่วนที่ดีที่สุดของวิทยุและโทรทัศน์ เข้าด้วยกัน สามารถเสนอความคิดสำคัญ ๆ ให้ภาพที่มีชีวิตชีวา และแสดงรายละเอียดของสินค้าหรือผลของการใช้สินค้าตั้งแต่ต้นจนถึงผลสุดท้ายให้ภาพลวงตาที่สามารถสร้างอารมณ์และความรู้สึกของผู้ชมให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้า หรือบริการ ให้ค่าสำคัญ โดยที่ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องมีความสามารถทางภาษาสูง และมีความเป็นปัจจุบันทันด่วนที่สุด (ชม ภูมิภาค 2515 : 50 - 51) ซึ่งถ้าพิจารณายอดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทั้งปีของธุรกิจโฆษณาในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าจำนวนเงินที่ใช้ในการโฆษณาทางโทรทัศน์จะมียอดสูงสุด เช่น ในปี 2520 ยอดเงินที่ใช้ในการโฆษณาทั้งสิ้น 3,535 ล้านบาท (มีเด็ค ก.ค. 2527 : 47) ซึ่งก็ชี้ให้เห็นว่าการโฆษณาทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อประชาชนมาก

ความสำคัญของการโฆษณาเน้น ถ้ากล่าวในแง่ของธุรกิจจะเป็นปัจจัยที่สำคัญ เพราะจะทำให้สินค้าและบริการในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว แต่ถ้าพิจารณาในแง่ของประชาชนทั่วไปแล้ว ก็จะทำให้ประชาชนจะตกเป็นเหยื่อล่อในการที่ธุรกิจต่าง ๆ จะขัดเขี่ยความต้องการทางจิตสำนึก ที่ถูกสร้างขึ้นมาจากกระบวนการของการโฆษณาที่สมบูรณ์แบบกลายเป็นผู้บริโภคที่ว่าง่าง และดิ้นรนขวบขวายที่จะบริโภคอย่างไม่หยุดยั้ง สินค้าหรือบริการที่ไม่จำเป็นซึ่งในบางครั้งอาจจะเกินอันตรายเป็นซ้ำ ก็จะกลายเป็นสิ่งที่ถูกต้องและเป็นสิ่งจำเป็นที่ประชาชนต้องดิ้นรนแสวงหา ฟรอมม์ (Fromm) กล่าวว่า "ประชาชนในระบบทุนนิยมจะไม่สามารถแสวงเจตจำนงใด ๆ ของตัวเองได้ เพราะเขาจะดำรงชีวิตอยู่ภายใต้อำนาจของการโฆษณาที่กระเทาะเข้าซัดอย่างทั่วถึงตลอดเวลาทั้งรู้ตัวและไม่รู้ตัว" (Fromm 1971 : 78 - 208) สำหรับประเทศไทยที่พัฒนาแล้ว ประชาชนชาวมวลจะจัดตั้งกลุ่มผู้บริโภคขึ้นมา เพื่อเป็นพลังในการต่อรองและรู้เท่าทันอำนาจของการโฆษณา แต่สำหรับประเทศด้อยพัฒนานั้น แม้จะมีองค์กรเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคก็จะตกอยู่ในสถานะที่ "อ่อนแอ" ซึ่งก็หมายความว่าประชาชนจะมีโอกาสรู้เท่าทันอิทธิพลของศิลปะการโฆษณาน้อยมาก (วิทยากร เอียงกุล 2524 : 130)

งานวิจัยนี้จึงเป็นความต้องการที่จะชี้ให้เห็นว่า การโฆษณาในปัจจุบันมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของประชาชน เพราะเป็นเครื่องมืออันสำคัญของธุรกิจ ตลอดจนบริการต่าง ๆ ที่จะขาดเสียมิได้ แต่จะเห็นได้ว่าแนวทางในการสร้างสรรค์งานโฆษณา ส่วนใหญ่อาจจะยังขาดหลักการหรือแนวความคิดที่ชัดเจนและเป็นกันแน่หลาย โดยเฉพาะเกี่ยวกับด้านการค้นหาและสร้างคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ เพราะเป็นหัวใจหรือส่วนสำคัญที่สุดในกระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณาให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ดังนั้นการศึกษาคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะในภาพยนตร์โฆษณาทงโทรทัศน์ จะมีคุณค่าเป็นอย่างยิ่งต่อบุคคลที่อยู่ในอาชีพโฆษณา ครู อาจารย์ และผู้สนใจทั่วไปโดยตรง และนอกจากนั้นยังจะช่วยให้ประชาชนผู้บริโภคส่วนใหญ่ของประเทศ ได้มีโอกาสรู้เท่าทันอิทธิพลของศิลปะการโฆษณาได้อีกทางหนึ่งด้วย

ความมุ่งหมายของการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ในภาพยนตร์โฆษณาทงโทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดโฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ระหว่างภาพยนตร์โฆษณาทงโทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดโฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 ที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมและไม่ได้รับรางวัลใด ๆ
3. เพื่อศึกษาความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ กับสภาพของสังคมไทยในระยะเวลาที่แนบมานั้น

ความสำคัญของการศึกษาดังนี้

1. ทำให้เข้าใจคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ในภาพยนตร์โฆษณาทงโทรทัศน์ ที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11
2. ทำให้ทราบว่าคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ จากภาพยนตร์โฆษณาทง

โทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 ที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมและไม่ได้รับรางวัลใด ๆ แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

3. ทำให้ทราบว่าคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ผู้สร้างขึ้นมาจากความสอดคล้องกับสภาพสังคมไทยในระยะเวลาหนึ่งหรือไม่

4. เป็นแนวทางแก่ครู อาจารย์ผู้สอนวิชาศิลปะการโฆษณาในสถาบันต่าง ๆ ที่จะนำผลการศึกษาวิจัยนี้ ไปเป็นทฤษฎีหรือแนวความคิดในการสอนได้อย่างมีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

5. เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ วิจัย หรือวิจัยงานด้านศิลปวัฒนธรรม แขนงต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์บันเทิง ภาพยนตร์เพื่อการศึกษา จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม การละคร การแสดงดนตรี ตลอดจนงานวรรณกรรมต่าง ๆ ได้

6. เป็นแนวทางต่อผู้สร้างงานศิลปะและนักออกแบบโฆษณา ในการปรับปรุงวิชาชีพอ่อนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อตกลงเบื้องต้น

แนวคิดเรื่องคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ที่ใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ เป็นแนวความคิดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากทฤษฎีต่าง ๆ ของกลุ่มนักปรัชญาสุนทรียศาสตร์ เรขกลศาสตร์ นักปรัชญาสุนทรียศาสตร์ซีแมนติค นักจิตวิทยาการรับรู้ นักจิตวิทยาสังคม ตลอดจนทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ โดยที่คุณลักษณะดังกล่าวนี้เป็นสิ่งที่ผู้สร้างสรรคงาน ได้สอดใส่ไว้้อย่างมีเป้าหมาย เฉพาะเจาะจงและชัดเจน

ขอบเขตการศึกษาค้นคว้า

1. ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่นำมาศึกษาในงานวิจัยฉบับนี้ เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดโฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 (พ.ศ. 2525 - 2530) จำนวน 90 เรื่อง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยม 50 เรื่อง
 2. ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ไม่ได้รับรางวัล 40 เรื่อง
2. คุณลักษณะสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ซึ่งแยกออกเป็น 2 ด้านคือ
1. ด้านรูปแบบ ซึ่งแยกเป็น
 - 1.1 ความกลมกลืน
 - 1.2 ความเป็นระเบียบ
 - 1.3 ความยิ่งใหญ่
 - 1.4 ความแปลกใหม่
 - 1.5 ความขัดแย้ง
 - 1.6 ความเคลื่อนไหว
 2. ด้านเนื้อหาซึ่งแยกเป็น
 - 2.1 สิ่งที่เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์
 - 2.1.1 ชื่อเสียงเกียรติยศและฐานะทางสังคม
 - 2.1.2 ความปลอดภัย
 - 2.1.3 ความสมดุลลกขบขัน
 - 2.1.4 กามารมณ์
 - 2.1.5 วัฒนธรรมประเพณี
 - 2.2 สิ่งที่เป็นธรรมชาติของมนุษย์
 - 2.2.1 ความน่าเกลียด น่ากลัว
 - 2.2.2 ความบริสุทธิ์ไร้เดียงสา
 - 2.2.3 ความมีอิสระเสรีอย่างธรรมชาติ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ หมายถึง ภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นโดยตัวแทนบริษัทโฆษณาหรือเอเยนซีที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดโฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 โดยที่ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์แต่ละเรื่อง จะใช้เวลาในการ

เสนอฉายทางโทรทัศน์ เรื่องละ 30 วินาที 45 วินาที หรือ 60 วินาที

2. คุณลักษณะของสิ่งร่ำทางสุนทรียะ หมายถึง สิ่งที่มีลักษณะเด่น เป็นจุดสำคัญ เป็นแบบฉบับ เป็นความงาม เป็นสัญลักษณ์ที่ผู้สร้างได้ประมวลขึ้นมาเพื่อเป้าหมายในการสะกิดอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมให้ตกอยู่ในสภาวะจิตผูกพันกับช่วงเวลาหรือระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งคุณลักษณะของสิ่งร่ำทางสุนทรียะในงานวิจัยฉบับนี้ ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ด้านรูปแบบ และด้านเนื้อหา

2.1 คุณลักษณะของสิ่งร่ำทางสุนทรียะในด้านรูปแบบ หมายถึง ลักษณะของภาพที่นำเสนอออกมาให้เห็นได้เป็นสิ่งของ คน นิช สัตว์ หรือเหตุการณ์ที่สะกิดให้ผู้ชมเกิดความเพลิดเพลิน เกิดสภาวะจิตผูกพันกับผู้ชมในขณะนั้น

2.1.1 ความกลมกลืน หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏให้เห็นความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่รวมกันกันอย่างพอเหมาะพอดี ไม่มากเกินไป ไม่น้อยเกินไปหรือมองไม่เห็นความแตกต่างระหว่างองค์ประกอบที่ต่างกัน

2.1.2 ความเป็นระเบียบ หมายถึง คุณลักษณะด้านศิลปะที่ปรากฏให้เห็นองค์ประกอบที่รวมกันอย่างมีจังหวะ เป็นระบบ ช่างห่างที่แน่นอนตามลำดับ เล็กใหญ่ ก่อนหลัง ไม่สับสนหรือขัดแย้งกัน

2.1.3 ความยิ่งใหญ่ หมายถึง คุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นถึงขนาดสัดส่วน น้ำหนัก ที่ผิดไปจากลักษณะปกติธรรมดาในทางปริมาณที่เน้นขึ้น

2.1.4 ความแปลกใหม่ หมายถึง คุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นแตกต่างไปจากสิ่งที่คุ้นเคยมาก่อน หรือมีลักษณะและหน้าที่ที่ขึ้นมาใหม่ไม่ซ้ำของเดิม

2.1.5 ความขัดแย้ง หมายถึง คุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นถึงทิศทางขนาด สัดส่วนขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่สวนทางกันหรือ

ตรงข้ามกันหรือไม่กลมกลืนกัน

2.1.6 ความเคลื่อนไหว หมายถึง คุณลักษณะขององค์ประกอบต่าง ๆ ของสิ่งที่ปรากฏให้เห็นมีการแปรเปลี่ยนไปมาจากสภาวะหนึ่ง ในระยะเวลาที่ต่อเนื่องกันอย่างสอดคล้องหรือขัดแย้งกันเป็นจังหวะที่แน่นอน

2.2 คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ในด้านเนื้อหาของการโฆษณา หมายถึง คุณลักษณะของสิ่งที่ถูกนำเสนอออกมาในส่วนของสาระทางนามธรรม มีลักษณะเป็นสัญลักษณ์ หรือความคิดรวบยอดของงานโฆษณาชิ้นหนึ่ง ๆ โดยที่ผู้สร้างจงใจจะให้ผู้ชมเกิดการซาบซึ้งในทิศทางที่แน่นอน

2.2.1 สิ่งที่เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ หมายถึง คุณลักษณะที่สะกิดอารมณ์ ความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งที่มีมนุษย์จำเป็นต้องแสวงหามาตอบสนองความอยากในด้านร่างกายและจิตใจให้เพื่อให้อยู่ในสภาวะที่ปกติ หรือเกิดความสมดุลทางจิตใจขึ้น

2.2.1.1 ชื่อเสียงเกียรติยศและฐานะทางสังคมหมายถึง คุณลักษณะที่บุคคลรู้สึกว่าตนเอง ได้รับการยอมรับหรือไม่ได้ได้รับการยอมรับจากสังคม มีความรู้สึกว่าตนเองมีอำนาจหรือไร้อำนาจ ชื่อเสียงเกียรติยศ และฐานะทางสังคม เกิดมาจากผลของการประเมินหรือการให้คุณค่าแก่คนภายใต้มวลชนหรือสถาบันทุกระดับ

2.2.1.2 ความเหนื่อยหน่าย หมายถึง คุณลักษณะของความรู้สึกนึกคิดของคนที่ต้องการจะหลบหนีออกไปจากสภาวะที่แท้จริงอันสับสน วุ่นวาย และไร้อิสรภาพของชีวิตประจำวัน เพื่อจะได้มาซึ่งความสำเร็จ และอำนาจในการสร้างสรรค์บน

ความว่างเปล่า หรือในโลกจินตนาการของ
อัครวิสัย

2.2.1.3 ความสนุก ตลก ขบขัน หมายถึง คุณลักษณะที่
เป็นความจริงรู้สึกพึงพอใจ จากการที่ได้สัมผัส
กับสภาวะที่ไม่จริงจัง สภาวะที่เกิดขึ้น
โดยความบังเอิญไม่คาดฝันมาก่อน หรือเป็น
สภาวะที่คนส่วนใหญ่มองข้ามไป เป็นเรื่อง
เล่น ๆ มากกว่าเอาจริงจัง

2.2.1.4 กามารมณ์ หมายถึง คุณลักษณะที่ซาบซึ้งแสง
หาความพึงพอใจ หรือความสนุกจากการสัมผัส
ซึ่งกันและกัน ด้วยความใคร่และความว่าเหว
โอดเต๋ยว กามารมณ์จึงกลายเป็นสัญลักษณ์ที่
สะกิดเข้าซาบซึ้ง ที่รุนแรงมากอย่างหนึ่ง
เพราะเป็นคุณค่าที่เกิดจากการได้สัมผัสโดย -
ตรง มันจึงฝังอยู่ภายใต้จิตสำนึกของคนทุกคน

2.2.1.5 วัฒนธรรมประเพณีของสังคม หมายถึง คุณ
ลักษณะที่สังคมยึดเอาเป็นวิถีทางในการดำเนิน
ชีวิตอย่างต่อเนื่อง มาเป็นระยะเวลาที่ยาว
นาน และคนส่วนใหญ่ต่างยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ดี
งาม มีคุณค่า วัฒนธรรมประเพณีจึงกลายเป็น
เป็นคุณค่า หรือบรรทัดฐานของสังคมอย่างหนึ่ง

2.2.2 สิ่งที่เป็นธรรมชาติของมนุษย์ หมายถึง สิ่งจำเป็นที่ต้อง
เป็นไปตามกฎของธรรมชาติและหลีกเลี่ยงไม่ได้

2.2.2.1 ความน่าเกลียด น่ากลัว หมายถึง ลักษณะที่
มนุษย์ไม่ต้องการประสบหรือเกิดขึ้นกับตนเอง
เป็นลักษณะของสิ่งสะกิดเข้าในทางลบ

2.2.2.2 ความบริสุทธิ์ไร้เดียงสา หมายถึง คุณลักษณะ
ที่ไม่มีมาฆา แต่เป็นสภาวะที่แสดงออกหรือ
สะท้อนออกมาโดยตรง ไปตรงมาที่สุด

2.2.2.3 อิสระเสรีอย่างธรรมชาติ หมายถึง คุณ
ลักษณะของสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่มีกฎระเบียบหรือ
อำนาจใด ๆ จากภายนอก มาบงการควบคุม
ให้จำต้องบิดเบี้ยวไปจากสภาวะที่เป็นปกติ

3. สภานสังคมไทย หมายถึง เหตุการณ์ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และ
วัฒนธรรมในช่วงปีที่ภานชนดร์โฆณาทางโทรทัศน์ส่งเข้าประกวด ในงานประกวดโฆณา
ยอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11

บทที่ 2

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาทฤษฎี และเอกสารต่าง ๆ แยกประเภทไว้เป็นหมวดหมู่ดังนี้

1. เอกสารทางด้านสุนทรียศาสตร์
2. เอกสารทางด้านสิ่งเร้า
3. เอกสารทางด้านการโฆษณา และการตลาด
4. แนวคิดเรื่องคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ

1. เอกสารทางสุนทรียศาสตร์

ความหมาย

สุนทรียศาสตร์ คือ วิชาที่เกี่ยวกับการรับรู้หรือศาสตร์เกี่ยวกับการรับรู้ของมนุษย์ (Science of Perception) (อาวี สุทธิพันธุ์ ม.ป.ป. : 82) ซึ่งเป็นความหมายในช่วงหลังของศตวรรษที่ 18 ที่เน้นการศึกษาไปที่ตัวผู้รับรู้ นั่นคือส่วนที่เป็นอัตวิสัยของผู้รับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายที่กล่าวว่า "เรื่องสุนทรียศาสตร์นี้ เราจะเรียนรู้ว่าความงามได้ปรากฏขึ้นมาได้อย่างไร เมื่อไร มีเงื่อนไขอะไรบ้าง ที่จะต้องมีในสิ่งที่มีคุณสมบัติงาม และต้องรู้ว่าองค์ประกอบอะไรในธรรมชาติของผู้รับรู้สามารถ "รับ" ความงามต่าง ๆ ได้ ตลอดจนรู้ถึงองค์ประกอบของสิ่งทั้งงามมีความสัมพันธ์อย่างไรกับการกระตุ้นให้เกิดสมรรถนะในการ "รับ" ความงามในตัวเรานั้นได้" (นิภาดา เทวกุล 2528 : 3) การรับรู้หรือการกำหนดรู้ซึ่งตรงกับคำว่า "สัญญา" ในพุทธปรัชญาชั้น เป็น การรับรู้ที่ต้องอาศัยการสัมผัสของอายตนะทั้งห้า โดยเฉพาะประสาทหูและประสาทตา เมื่อสิ่งทั้งงามในธรรมชาติในสังคม ในศิลปะ ได้สัมผัสกับอายตนะทั้งห้าแล้ว ก็จะเกิดเป็นการรับรู้ระดับความรู้สึก (Perceptual Knowledge) ส่งผ่านไปสู่การรับรู้ระดับความคิดหรือเหตุผล แล้วความงามของสิ่งทั้งงามนั้นก็คือ "สุนทรียภาพ" ที่เกิดจากกระบวนการรับรู้

ดังนั้น สิ่งทั้งามก็คือ "เป้าหมาย" ของประสาทสัมผัส ก็คือ สิ่งที่ถูกจัดรับรู้ตนเอง" (บรรจง บรรเจิดศิลป์ 2529 : ไม่มีเลขหน้า)

สุนทรียศาสตร์ซีแมนติค เป็นสาขาทางปรัชญาที่สนใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความคิดรวบยอดและตอบปัญหาที่เกิดจากการเน่งสำรวม (Contemplation) ต่อวัตถุทางสุนทรียะ (Aesthetic Objects) จะเน้นที่ความสัมพันธ์ภายในกับความสัมพันธ์ภายนอก เน้นการเข้าถึงภาวะทางสุนทรียะ (Aesthetic State) สนใจการรับรู้คุณลักษณะ จึงเกิดเป็นความหมายอันหนึ่งว่า "ศิลปะเป็นข้อเท็จจริงของเครื่องหมายและสัญลักษณ์ทางนิรุกติศาสตร์" (มุลคารอฟกี : 1934) สุนทรียศาสตร์ซีแมนติคในปัจจุบันได้ให้ความหมายของศิลปะไว้ว่า "ศิลปะคือภาษา" (Art is Language) "ศิลปะคือสัญลักษณ์" (Art is Symbol) และศิลปะคือเครื่องหมาย" (Art is Sign) ดังที่ริชาร์ดส์กล่าวว่า "ศิลปะเป็นรูปแบบสูงสุดของภาษาอารมณฺ์ ศิลปะเป็นรูปแบบสูงสุดของกิจกรรมการสื่อสาร" (Ivor Armstrong Richards ; 1893) โครเซ่ (Benedetto Croce) ถือว่าภาษาและศิลปะ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพราะการแสดงออกก็คือภาษา ซึ่งเป็นทั้ง "คำพูดในชีวิตประจำวัน" "คำในบทกวี" "ตัวโน้ตดนตรี" "รูปแบบศิลปะ" จนกระทั่ง เส้นเสียง เป็นต้น ซึ่งปรัชญาของโครเซ่ถือว่า "การแสดงออกมีครบเหมือนกับการกระทำทางสุนทรียะ"

สุนทรียศาสตร์เรียลลิสติค ได้กล่าวว่า หลักการสำคัญซึ่งเป็นเสมือนหนึ่งหัวใจของปรัชญาแนวเรียลลิสติคหรือสุนทรียศาสตร์เรียลลิสติค คือ "ศิลปะคือการสะท้อนความเป็นจริง" (Art as a Reflection of Reality) และความเป็นจริงที่สะท้อนเข้ามาในสมองของคนแล้วก็คือ ภาพศิลปะปฏิมา (Artistic Image) ภาพศิลปะปฏิมาในสมองคนจะสะท้อนอยู่ในงานศิลปะ สุนทรียศาสตร์เรียลลิสติคถือว่า สุนทรียศาสตร์คือศาสตร์ที่เกี่ยวกับศิลปะทั้งหมด เกี่ยวกับลักษณะธรรมชาติของศิลปะ เกี่ยวกับกฎทั่วไป ที่สุดของการพัฒนาศิลปะเกี่ยวกับกฎทั่วไป ที่สุดของการพัฒนาศิลปะเกี่ยวกับความสัมพันธ์ภายในระหว่างด้านวัตถุกับด้านจิตใจของศิลปะ เกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างสรรคศิลปะ สรุปลแล้วก็คือ สุนทรียศาสตร์เป็นศาสตร์ที่ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับหลักการและกฎทั่วไปของความเป็นธรรมชาติในสังคม และในศิลปกรรมสุนทรียศาสตร์เรียลลิสติคมิได้เน้นแต่ศิลปะอย่าง

เดี๋ยว แต่เห็นส่วนที่มีความสัมพันธ์กับธรรมชาติและสังคม สุนทรียศาสตร์ วิชาลิสติดิอือว่า สุนทรียศาสตร์เป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างส่วนบนของสังคม ลักษณะโครงสร้างส่วนบนคือ การที่อาศัยการเมือง กฎหมาย สุนทรียศาสตร์ และรูปการทางความคิดอื่น ๆ มารับใช้ สังคมซึ่งมีฐานะเศรษฐกิจที่แน่นอน นอกจากนี้ยังกล่าวว่าแหล่งที่มาของความงามทางศิลปะ หรือตัวกระตุกทางสุนทรียะอยู่ที่ความเป็นจริงทางภววิสัยนั่นเอง (บรรจง บรรเจิดศิลป์ 2529 : 4 - 5)

แนวคิดทางด้านสุนทรียศาสตร์

จากปรัชญาสุนทรียศาสตร์ดังกล่าวข้างต้นนี้ นอกที่จะรวบรวมแนวคิดจากบุคคลต่าง ๆ ในวงการสุนทรียศาสตร์ได้ดังนี้ สุเชาว์ พลอยชุม กล่าวว่ "ลักษณะทั่วไปของประสบการณ์ทางสุนทรีย คือการทำให้กิจกรรมในชีวิตจริงหยุดพักลงชั่วคราว ลืมเรื่องราวในชีวิตประจำวัน จิตจะว่างจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่อยู่ภายนอก มีอารมณ์ดีมด้า อยู่ในความเพลิดเพลินกับ เรื่องที่กำลังสัมผัสอยู่ และความไม่ใส่ใจในกิจกรรมของชีวิตจริง ๆ นั้นเอง ที่ช่วยให้จิตได้ผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ลงได้ ลักษณะที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์สุนทรียะ คือ อารมณ์ร่วมและสภาวะจิตผู้กัน" (Psychical Distance) (สุเชาว์ พลอยชุม 2516 : 8)

เอกชัย สุนทรพงศ์ และเสาวนิตย์ แสงวิเชียร กล่าวว่ "สุนทรียศาสตร์ คือ ปรัชญาแห่งความงามที่มีความเกี่ยวข้องกับจิตใจของมนุษย์ที่ไปสัมผัสสิ่งที่มีคุณสมบัติงาม ในทางภววิสัยแล้วเกิดความพึงพอใจ ความชอบ ความเพลิดเพลิน" ซึ่งความพึงพอใจนี้จะดำรงอยู่ได้นาน ในระดับที่แตกต่างกันออกไปตั้งแต่ความพึงพอใจขั้นธรรมดา เกิดขึ้นแล้วหายไปในเวลาสั้น ๆ เพราะ ไปสัมผัสกับสิ่งที่มีคุณลักษณะของสิ่งสะกิดเร้าที่ธรรมดา แต่ความพึงพอใจในระดับสุดยอดนั้น จะเกิดจากการที่จิตของเราถูกเร้าด้วยสิ่งที่เรามีความสนใจ คั่นเคยใน เรื่องนั้น ๆ อยู่ก่อนแล้ว สิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดความรู้สึกงามจะต้องมีลักษณะนี้ฐาน 3 ประการ คือ ความมีสัดส่วนดี ความชัดเจนบริสุทธิ์ ความเป็นเอกภาพ (เอกชัย สุนทรพงศ์ และเสาวนิตย์ แสงวิเชียร ม.ป.ป. : 4 - 6) .

วิทช์ ศิวะศรียาเนท์ กล่าวว่า "ความงามของศิลปะเกิดจากความกลมกลืนกันของสิ่งที่ขัดแย้งกัน ความมีสัดส่วนและมีดุลยภาพ" (วิทช์ ศิวะศรียาเนท์ 2504 : 120)

บรรจง บรรเจิดศิลป์ ได้สรุปไว้ว่า "ความรู้ลึกซึ้งในสมัยใดเกิดจากสิ่งต่าง ๆ มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้คือ ความเป็นระเบียบ ความมีสัดส่วนรับกัน ความกลมกลืนกัน กามารมณ์ ความแวววาวของสี ลักษณะที่เลียนแบบจากสิ่งแวดล้อมในสังคม ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวจะทำหน้าที่กระตุ้นทางสุนทรียภาพให้คนเกิดการแบ่งส่วนทางสุนทรียภาพที่ไม่มีผลในทางปฏิบัติ" สุนทรียศาสตร์จะเกี่ยวกับสิ่งกับหรือความคิดรวบยอดของบุคคลที่มีต่อวัตถุทางสุนทรียะ ก่อให้เกิดประสบการณ์ทางสุนทรียะที่แตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคล (บรรจง บรรเจิดศิลป์ 2529 : ไม่มีเลขหน้า)

กীরติ บุญเจือ กล่าวว่า ความสนใจเสวยอารมณ์เป็นข้อเท็จจริงในประสบการณ์ของมนุษย์ทุกคน ไม่ว่าจะเป็นชนชาติใด ภาษาใด มนุษย์จะมีอารมณ์เมื่อสัมผัสสี รูปร่าง รูปทรง เนื้อผิว และขนาดของสิ่งต่าง ๆ สิ่งที่เราเห็นจนเคยชินจะสร้างอารมณ์ที่ตามปกติ สิ่งใหม่จะสร้างอารมณ์ใหม่ที่น่าสนใจ อารมณ์ที่เกิดขึ้นอาจจะน่าพอใจหรือน่าสะอิดสะเอียนหรือแปลกตาก็ได้ เสียง กลิ่น รส และสัมผัส ย่อมสร้างอารมณ์ได้ทั้งสิ้น (กীরติ บุญเจือ 2522 : 47)

อาวี สุทธิพันธุ์ ได้จำแนกความรู้สึกที่ได้จากการรับรู้ไว้ดังนี้ คือ เมื่อเรารับรู้โลกภายนอกอย่างมีสุนทรียภาพนั้น เราจะมีความรู้สึกตั้งใจดูสิ่งนั้นโดยตรง ลืมเรื่องอื่น ๆ ไม่คำนึงถึงเวลา และเราจะดูเรื่องที่รู้มาก่อนแล้วจึงดูเรื่องที่ไม่รู้สืบต่อไป เราจะรับรู้โดยรวม เราจะรู้สึกว่าสิ่งนั้นมีคุณค่าทั้งสิ้น สิ่งแรกที่เราน่าสนใจมักจะเป็นเรื่องราวหรือวัตถุที่เคยเห็นมาก่อนแล้ว เราจะมีอารมณ์ซึ้งอย่างฝังแน่นจำได้ และรู้สึกเป็นห่วง จะไม่รู้สึกเบื่อแต่อยากเห็นบ่อย ๆ และเราจะรู้สึกว่าสิ่งที่เรารับรู้ซึ่งมีสุนทรียภาพนั้น เป็นไปโดยความบังเอิญหรือไม่คาดฝันมาก่อน นอกจากนั้นยังได้อธิบายถึงคุณค่าทางด้านความสวยงามว่า ที่ยอมรับว่าสวยเพราะมีลักษณะของความงามแสดงปรากฏโดยง่าย มีรูปแบบเด่นสะดุดตา มีลักษณะเลียนแบบธรรมชาติ ใช่วิสัยตรงตามคุณสมบัติของวัสดุนั้น ๆ ผลงานนั้นสร้างโดยผู้สร้างที่ยอมรับกันว่ามีพรสวรรค์ ผลงานนั้นเผยให้เห็นความจริง ความลึกซึ้งในธรรมชาติ อุดมคติ และเป็นสากล ผลงานมีลักษณะลวงตาปรากฏอยู่ ผลงานนั้นสอดคล้องกับ

ความต้องการของสังคมและให้ผลต่อสังคมโดยตรง เป็นผลของการแสดงออกอย่างเสรี
ผลงานนี้แรงเร้าให้ชุมชนมีอารมณ์คล้ายตาม งามเพราะกินใจ ผลงานนี้ช่วยให้ผู้พบเห็น
เห็นในสิ่งที่ตั้งงามและส่งเสริมให้ทำต่ออยู่เสมอ ผลงานนี้มีลักษณะแปลกใหม่และมีเอกลักษณ์
โดยเฉพาะ (อารี สุทธิพันธุ์ ม.ป.ป. 79 - 100)

บรรจง บรรเจิดศิลป์ สรุปว่า ผลจากการที่บุคคล ได้รู้จักมักคุ้นกับทรวดทรงของ
สิ่งต่าง ๆ และพบว่าสิ่งที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย จะก่อให้เกิดความรู้สึกยินดี น่า
ที่ชม และก่อให้เกิดความรู้สึกว่างาม สิ่งทีก่อให้เกิดความรู้สึกงามก็คือความมีสัดส่วน
รับกัน ความมีระเบียบกฎเกณฑ์ ความมีส่วนที่ชบเหมาะเจาะ และความกลมกลืนกัน
นอกจากนี้ยังได้กล่าวว่า "การลอกเลียนแบบ (Mimesis) เป็นรากเหง้าแห่งประสบการณ์
ทางสุนทรียะของมนุษย์ มนุษย์เองเป็นผู้สร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะขึ้นมา เพราะเป็น
ผลิตผลที่ผสมกันของภูมิปัญญาของอารมณ์ความรู้สึก และอารมณ์ทางเพศ และคุณสมบัติทาง
นิลสิกส์ของสิ่งต่าง ๆ อีกด้านหนึ่ง คือ สีสันอันตระการตา แสงอันแวววาว เสียงอันมีเสน่ห์
และการชั่วเข้าทางกามารมณ์ อาทิ การชั่วเข้าด้วยสี ด้วยกลิ่น ด้วยอารมณ์ ด้วยเครื่อง
ประดับ ด้วยคำพูด ด้วยรูปโฉม และท่าที ซึ่งเรียกว่า การกระตุ้นทางสุนทรียภาพ
(Aesthetic Stimuli) อันจะก่อให้เกิดแห่งสำรวมทางสุนทรียภาพที่ไม่มีผลทางปฏิบัติ
สุนทรียศาสตร์จะเกี่ยวข้องกับสิ่งกัป หรือความคิดรวบยอดของบุคคลที่มีต่อวัตถุทางสุนทรียะ
และในวัตถุทางสุนทรียะนั้น ได้ก่อให้เกิดประสบการณ์ทางสุนทรียะที่ต่างกัน ปัจจัยสำคัญที่
เปลี่ยนความรู้สึก อารมณ์ที่มีต่อผลงานศิลปะคือ ความรู้ การรับรู้ และประสบการณ์ทาง
สุนทรียะ เมื่อก้าวโดยสรุปแล้วจะเห็นว่า อารมณ์สุนทรียะของบุคคลนี้สามารถสร้างขึ้นมา
ได้ โดยอาศัยกระบวนการของการวางเงื่อนไขในทางจิตวิทยาการรับรู้ที่ผ่านมารสเกิด
ศึกษาวิเคราะห์ในลักษณะที่แน่นอนและเฉพาะเจาะจง

และสิ่งที่มีส่วนสัมพันธ์กับสุนทรียศาสตร์อีกอย่างหนึ่งคือ "การชานรับที่ตรงกัน"
(Sympathetic Response) ซึ่งเป็ปรากฏการณ์ทางจิตวิทยาในกระบวนการของ
สุนทรียวิจักษณ์ คือในขณะที่ภาพศิลปะปฏิมาส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ชมนี้ ผู้ชมจะ
เกิดการสะเทือนอารมณ์เพราะภาพศิลปะปฏิมานั้น เป็นผลิตผลที่สร้างขึ้นด้วยอารมณ์ ความรู้สึก
ของศิลปินที่ฝังอยู่ในภาพ และยังผลให้เกิดการสะเทือนใจ การชานรับที่ตรงกันนี้จะ

เกิดขึ้นได้ต้องอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์ที่ตรงกัน และประสบการณ์ต้องมีเงื่อนไขที่
 เกี่ยวกับ วุฒิ ชั้น วรรณะ ชำติ ศาสนา และยุคสมัย ศิลปะจะต้องอาศัยการชานรับที่ตรงกัน
 ไปส่งผลสะท้อน ถ้าขาดการชานรับที่ตรงกันแล้วศิลปะก็ไร้ความหมาย นอกจากนั้นงาน
 ศิลปะที่สามารถส่งผลสะท้อนได้อย่างลึกซึ้งนั้น จะต้องมียุทธวิธี 2 ประการ คือ จะ
 ต้องเป็นงานที่มีพลังเสียดแทงทางศิลปะ (Artistic Appeal) สูง และจะต้องมีผู้ชมที่มีความ
 สามารถในทางสุนทรียวิวินิจฉัย (Aesthetic Judgement) ในระดับที่แน่นอน บรรทัดฐาน
 ในทางวิวินิจฉัยค่าทางสุนทรียะประกอบด้วยหลัก 3 หลัก คือ (ความเป็นเอกภาพ) (Unity)
 (ความมีองค์ประกอบที่ซับซ้อน) (Complexity) (ความเข้มข้น) (Intensity) ความเป็น
 เอกภาพบางครั้งเรียกว่าความเป็นเอกภาพทางอินทรีย์ ซึ่งตรงข้ามกับคำว่าวุ่นวาย สับสน
 และความไม่กลมกลืน ความมีส่วนประกอบจะแสดงออกในความเป็นเอกภาพในความหลากหลาย
 (Unity in Variety) กับความหลากหลายในความเป็นเอกภาพ (Variety in
 Unity) และความเข้มข้นคือความโดดเด่น (บรรจง บรรเจิดศิลป์ 2529 : ไม่มีเลขหน้า)
 บามการ์เตน ให้ความหมายของสุนทรียศาสตร์ไว้ว่า "ความรู้เกี่ยวกับสิ่ง
 งามในธรรมชาติ และศิลปะเกี่ยวกับลักษณะของมัน เกี่ยวกับเงื่อนไขของมัน เกี่ยวกับความ
 สอดคล้องกับกฎของมัน ประสบการณ์ทางศิลปะเป็นวิธีการของการรับรู้ของมนุษย์ โดย
 เริ่มจากสิ่งงามในธรรมชาติหรือสิ่งงามในศิลปะ เป็นตัวเร่งเร้าต่อการสัมผัสอายตนะ
 ภายนอก แล้วเกิดการสำนึกทางประสาทขึ้น เป็นการรับรู้ในระดับความรู้สึก
 (Sensory) หรือรับรู้ระดับอายตนะภายนอกแล้วผ่านไปถึงการรับรู้ของอายตนะภายใน
 หรือสมอง เรียกว่าการรับรู้ในระดับเหตุผลสิ่งงาม คือ เป้าหมาย หรือสิ่งเร้าของ
 ประสาทสัมผัส คือสิ่งที่จัดรับรู้ หรือสิ่งที่ถูกรับรู้ให้เกิดความรู้สึกงามในระดับความรู้สึกและ
 ในระดับนามธรรม ความรู้ในระดับความรู้สึกจะจำกัดอยู่แต่ความรู้สึก ซึ่งสะท้อนทั้งส่วนที่
 สำคัญและไม่สำคัญรวมอยู่ในองค์ประกอบที่ซับซ้อน มันรวมเอาแต่สิ่งที่คนสามารถสำนึกแยก
 ได้โดยตรงเท่านั้น และมีสะท้อนแต่ที่เป็นลักษณะเฉพาะเจาะจงมากกว่าที่เป็นลักษณะ
 ทั่วไป การที่จะไปได้เสาคความเกี่ยวพันทั่วไปและความเป็นแบบเดียวกัน (Uniformities)
 จำเป็นต้องอาศัยการทำงานของความคิด จึงจะสามารถแปรการสะท้อนคุณสมบัติภายนอก
 ของวัตถุไปสู่การรับรู้การเกี่ยวพันภายในและทั่วไประหว่างปรากฏการณ์ ตลอดจนธาตุแท้

และความเป็นระบบเดียวกันของมัน" (บรรจง บรรเจิดศิลป์ 2529 : อ้างอิงมาจาก Alexzander Baumgarten 1714 - 1762)

กีรติ บุญเจือ กล่าวว่า สุนทรียชาติ คือองค์ประกอบอย่างหนึ่งใน 4 อย่าง ของศิลปะ สุนทรียชาติมี 3 อย่าง คือ ความงาม (Beauty) ความแปลกหูแปลกตา (Picturesqueness) และ ความน่าทึ่ง (Sublimity) การที่คนเรามีสุนทรียชาติใน ความสำนึก เราเรียกว่าคน ๆ นั้นมีประสบการณ์ทางสุนทรียะ ในงานศิลปะชิ้นหนึ่งอาจมี สุนทรียชาติอย่างเดี๋ยวละหรือหลายอย่างก็ได้ เช่น พระพุทธรูปอาจมีทั้งความงามและความน่า ทึ่งปนกัน ภาพต้นโอ๊กอาจมีทั้งความงาม ความแปลกหูแปลกตา และความน่าทึ่งรวมอยู่ใน ภาพเดียวกันก็ได้ อย่างไรก็ตามความงามและสุนทรียชาติมิใช่เป็นคุณสมบัติของศิลปกรรมแต่ เพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นคุณสมบัติของสิ่งต่าง ๆ ในธรรมชาติและในสังคมด้วย เช่น อาทิตยอัสดงที่ชายทะเล เมฆฝนที่กำลังก่อตัวกระจายแผ่ข้านกลางอากาศก่อนฝนตก ลีสรร ของสัตว์ต่าง ๆ ดังตัวอย่างความงามที่ปรากฏในธรรมชาติ หรือสุนทรียวัตถุในธรรมชาติ ซึ่งสามารถแยกได้เป็น 2 ด้าน คือ เวลา และที่ว่าง เช่น ในด้านของเวลา ประกอบด้วย จังหวะ เช่น น้ำที่ไหลลง การหายใจเข้าออก การแกว่งมือเวลาเดิน การก้าวเดิน การช้า เช่น เสียงน้ำหยด เสียงคลื่นกระทบฝั่ง ทำนอง เช่น เสียงฆ้อง เสียงพูด เสียงลมพัด นอกจากนี้ยังมีสุนทรียชาติในด้าน ดุลยภาพ การเน้น อัตราส่วนและความ กลมกลืน สุนทรียชาติเกี่ยวกับที่ว่าง ประกอบด้วย ดุลยภาพ (Symmetry) เช่น เกล็ดหิมะ เกล็ดผลึกต่าง ๆ กลีบดอกไม้ ใบไม้ ปลายดาว มือเท้า ปีกนก การแผ่รัศมี คือ การ กระจายจากศูนย์กลางอย่างมีระเบียบ เช่น เปลือกหอยโข่ง กระจดองเขยตาก กลีบดอกไม้ ซีกกัน ดุลยภาพ (Balance) คือ ความสมดุลย์ในสองด้านที่ตรงกันข้ามแต่ไม่จำเป็นต้อง เหมือนกันดุลยภาพ เช่นท่อน้ำและท่อแดงของนกที่มีดุลยภาพขนานทั้งสองข้าง การเอน คือการทำให้มีจุดเด่นที่สังเกตเห็นได้ชัดเจนกว่าส่วนอื่น ๆ เช่น ความหมิ่นของภูเขา ความ เว้งว้างของท้องทะเล ความเทีทวชลุ่มของทุ่งหญ้า ในที่ขาดน อัตราส่วนคือ การมีส่วน ประกอบเขากน้อยอย่างเหมาะสม เช่น เรารู้สึกว่าการกว้างสวยกว่าเขาแคบ ความงามของ ร่างกายมนุษย์ ความกลมกลืน คือ การประสานลักษณะต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม เช่น ความสลัวของบรรยากาศในเวลาเช้ามืด หรือภาพที่อยู่ในกลุ่มหมอกควัน เป็นต้น

(กัรติ บุญเจือ 2522 : 5)

สุนทรียวัตถุทั้งหลายจะดำรงอยู่อย่าง เป็นอิสระในทางกวีวิสัย มนุษย์เป็นผู้
 สำเนาของความงามโดยผ่านกระบวนการทำงานของอิตติวิสัย แล้วแสดงออกซึ่งทรรศนะ
 เฉพาะตัวหรือโดยทรรศนะของส่วนรวม และผู้ที่มีความสามารถในการรับรู้ความงาม ได้ดี
 ที่สุด คือ ศิลปิน เพราะศิลปินสามารถสังเกตเห็นสุนทรียวัตถุดังกล่าว ได้ลึกซึ้งกว่าคน
 ธรรมดา เขาจึงสอดใส่สุนทรียวัตถุแฝงไว้ในงานศิลปะต่าง ๆ และเมื่อผู้ชมได้มีโอกาส
 สัมผัสผลงานเหล่านั้น เข้า ก็จะทำให้เกิดการชานรับทางสุนทรียภาพแตกต่างกันไปตามลักษณะ
 ของประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคล จากการค้นพบกฎเกณฑ์ดังกล่าวนี้ทำให้เกิดการพัฒนา
 ทางด้านการศึกษาสร้างสรรคงานศิลปะแนวใหม่ โดยเปลี่ยนจากแนวคิดที่ เริ่มจากศิลปินเป็น
 ศูนย์กลาง ไปสู่การคำนึงถึงธรรมชาติของผู้ชมเป็นศูนย์กลาง เพื่อจะได้สร้างสรรคงานศิลปะ
 ให้สอดคล้องกับประสบการณ์เดิมของผู้ชม อันจะเป็นผลทำให้เกิดการชานรับทางสุนทรียภาพ
 ในแนวทางที่ชัดเจนอย่างเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ด้วยผลของการพัฒนานี้จึงทำให้ศิลปะมี
 อิทธิพลต่อผู้ชมเป็นอย่างมากเพราะศิลปะสามารถทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ เกิดความเคลิบ
 เคลิ้ม เกิดอารมณ์สุนทรีย์ะ เกิดความคิด เกิดอุดมการณ์ และเกิดการลากจูงใจให้ผู้ชมได้
 กระทำหรือแสดงพฤติกรรมไปตามความบังดาลใจ ที่ได้รับจากการชื่นชมสิ่งเร้าทางสุนทรีย์ะ
 ในงานศิลปะ ดังตัวอย่าง เช่น การสร้างประติมากรรมทางศาสนา (กัรติ บุญเจือ 2522
 : 61 - 62) ถ้าที่ใดศิลปินสร้างประติมากรรมขึ้นเคารพบูชาจนถูกใจประชาชนอย่างมาก
 ก็จะทำให้ประชาชนมีศรัทธาไปในแนวทางนั้น ๆ แล้วถ้าหากมีประติมากรรมชิ้นใหม่ทำให้
 ประชาชนพอใจมากกว่า ก็อาจจะเปลี่ยนแนวความศรัทธาของประชาชนไปได้อีกด้วย เหตุนี้
 จึงทำให้ท่านไมเชสศาสดาของศาสนาซูดาย และท่านบิ มูฮัมมัด ศาสดาของศาสนาอิสลาม
 เห็นความสำคัญของเรื่องนี้ จึงได้ออกกฎสร้างประติมากรรมขึ้นเคารพบูชา เพราะเกรงว่า
 ศาสนิกชนจะถูกจูงใจให้ไขว้เขว ไปตามอารมณ์ของศิลปิน ดังที่ได้เคยเกิดเป็นชนวนความ
 ซัดแย้งที่รุนแรงถึงฆ่ากันตายในศตวรรษที่ 8 - 9

จะเห็นได้ว่าศิลปะได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ คือ มันได้กลายเป็น
 เครื่องอำนวยความสะดวกต่อการดำรงชีวิต ที่แสดงถึงการมีอำนาจอยู่เหนือธรรมชาติทั้งปวง
 ดังที่ ฟรอยด์ (Freud, 1856 - 1939) ได้กล่าวว่า "ศิลปกรรมเป็นผลผลิตของความผิด

หวัง หรือเป็นการระบายซึ่งอารมณ์ที่ค้างค้างภายในจิตใจออกมา ซึ่งเรียกว่า "การชำระจิตใจ" (Catharsis) ซึ่งคนเราทุกคนต่างก็มีความผิดหวังหรืออารมณ์ค้างค้างสะสมอยู่ในตัว ไม่มากก็น้อยด้วยกันทุกคน ในประวัติศาสตร์นั้นมนุษย์ได้ระบายอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ออกมา ในรูปของการผลิต หรือการตัดแปลงธรรมชาติให้เป็นประโยชน์ต่อเจตจำนงของมนุษย์ นีเช (Nietzche, 1844 - 1900 Unpaged) เรียกว่าการแสดงออกของเจตจำนงที่จะมีอำนาจ (The Will - to - Power) หรือดังที่โซเพนเฮา (Shopenhauer) เรียกว่า เจตจำนงที่จะมีชีวิต (The Will - to - Live)

บรรจง บรรจงศิลป์ กล่าวว่า ศิลปะคือการสะท้อนความเป็นจริง โดยอาศัยภาพปฏิมามาสสะท้อนความเป็นจริง ภาพปฏิมาที่ปรากฏอยู่ในงานศิลปะนั้นจะประกอบด้วยรูปการจิตสำนึกทางสังคมที่มีลักษณะเป็นแบบอย่าง (Typicality) มากกว่าความเป็นจริง งานศิลปะทั้งหลายย่อมจะอาศัยชีวิตที่เป็นจริง ผ่านการประมวลทางศิลปะ (กระบวนการคิดด้วยภาพเป็นกระบวนการชานรับและสร้างสรรค์ภาพปฏิมาขึ้นในสมอง) แสดงออกในงานศิลปะเป็นภาพที่มีชีวิตชีวาและเป็นที่ยอมรับได้ ภาพปฏิมาดังกล่าวจะมีความเป็นเอกภาพระหว่างลักษณะปัจเจกกับลักษณะทั่วไป ระหว่างอัตวิสัยกับลักษณะภววิสัย จิตรกรรมอาศัยสีและเส้นมาสะท้อนภาพศิลปะปฏิมาของความเป็นจริง และของความคิดในลงบนพื้นระนาบ สีและเส้นจึงสามารถสะท้อนอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมได้ ดนตรีอาศัยการจัดระบบเสียงของดนตรีมาแสดงออกซึ่งอารมณ์ความรู้สึกของคนและสะท้อนชีวิตในความเป็นจริง โดยอาศัยองค์ประกอบพื้นฐานของจังหวะกัทำนองเพลง เป็นส่วนที่ช่วยสร้างภาพปฏิมาทางดนตรี นาฏกรรมอาศัยการแสดงของตัวละครมาสะท้อนถึงความขัดแย้งด้านต่าง ๆ ที่ดำรงอยู่ในสังคม การเรีงรำเป็นศิลปะที่อาศัยการเคลื่อนไหวอย่างมีจังหวะและท่วงท่าที่แน่นอนมาสะท้อนชีวิต ความคิดและอารมณ์ความรู้สึกของคน โดยมีดนตรีประกอบ บทบาทของศิลปะมี 3 ประการ คือ บทบาทการรับรู้ บทบาทการให้การศึกษา และบทบาททางสุนทรีย์ (บรรจง บรรจงศิลป์ 2529 : ไม่มีเลขหน้า)

2. เอกสารทางด้านสิ่งเร้า

ความหมาย

สิ่งเร้า หมายถึง สิ่ง สื่อ หรือสถานการณ์ที่มีอิทธิพลต่อวิถีการรับสัมผัสของมนุษย์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ความรู้สึกไปในทางใดทางหนึ่ง

(จำเนียร ช่วงโชติ) และคณะ กล่าวถึงสิ่งเร้าภายนอกที่มีอิทธิพล สามารถดึงดูดความใส่ใจของคนไปที่สิ่งเร้านั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของความเปลี่ยนแปลงของสิ่งเร้า (Change of Stimulus) ลักษณะความเคลื่อนไหวของสิ่งเร้า (Movement of Stimulus) ลักษณะของสิ่งเร้า (Size of Stimulus) ลักษณะการเกิดซ้ำซากของสิ่งเร้า (Repetition of Stimulus) ลักษณะความเข้มหรือหนักเบาของสิ่งเร้า คือ ความถี่ของเสียง (Frequency of Sound) ของที่มีลักษณะแปลกและใหม่ (Novelty)

(จำเนียร ช่วงโชติ.) จิตรา วสุวานิช. จันทมาศ ชันบุญ และมลวิภา สุวรรณาลัย 2515 : 151 - 154)

ชัยพร วิชชาวุธ กล่าวถึง การรับรู้วัตถุว่าการรับรู้วัตถุของคนเรา นอกจากจะรับรู้ใส่ใจกับสิ่งต่าง ๆ ที่ละสิ่ง คือ สิ่งที่ได้รับการใส่ใจจะปรากฏเด่นออกมาเป็นภาพ (Figure) สิ่งอื่น ๆ ที่ไม่ได้รับการใส่ใจก็จะเป็นพื้น (Ground) และยังรับรู้วัตถุในลักษณะการรวมกลุ่มสิ่งเร้า คือ รับรู้รวมทั้งหมดของภาพซึ่งเรียกว่า "เกสตัลท์" (Gestalt) โดยมีหลักการ ดังนี้

 1. หลักความใกล้ชิด (Proximity) สิ่งเร้าที่อยู่ใกล้กันจะรวมรับรู้เป็นหน่วยเดียวกัน

2. หลักความคล้ายกัน (Similarity) สิ่งเร้าที่มีความคล้ายกันจะรวมรับรู้เป็นหน่วยเดียวกัน

3. หลักความต่อเนื่อง (Continuation) สิ่งเร้าต่าง ๆ ที่เรียงกันแบบต่อเนื่องจะถูกรับรู้รวมว่าเป็นหน่วยเดียวกัน

4. หลักชะตาเดียวกัน (Common Fate) สิ่งเร้าที่เคลื่อนที่ไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมกันจะถูกรับรู้รวมเป็นกลุ่มเดียวกัน

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงกฎแห่งความแน่นอนหรือชัดเจน (Law of Prag-

nanz) ที่กล่าวว่า ถ้าต้องการให้คนที่มีประสบการณ์ต่างกัน รับรู้อย่างเดียวกันต้องกำหนด สิ่งที่เป็นรูปและเน้นให้ชัดเจน

กฎแห่งการสิ้นสุด (Law of closure) กล่าวว่า "แม้ว่าสถานการณ์หรือ ปัญหายังไม่สมบูรณ์ อินทรีย์ก็จะเกิดการเรียนรู้ได้จากประสบการณ์เดิมต่อสถานการณ์นั้น" (ชัยพร วิชชาวุธ 2525 : 223)

จำเนียร ช่างโซติ และคณะ กล่าวว่า แฟคเตอร์ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของคน เรามีมากมายหลายประการ พอสรุปได้เป็น 2 ประการ คือ ประการแรก ได้แก่ บทบาท แฟคเตอร์ภายในอัน ได้แก่ คุณสมบัติภายในของผู้รับรู้ เช่น ความต้องการหรือแรงขับ คุณค่า ความสนใจ และประสบการณ์เดิม อีกประการ คือ แฟคเตอร์สังคมภายนอก ได้แก่ ความ ยึดมั่น ความเชื่อถือ คำบอกเล่า คำแนะนำ คำสั่งสอนที่ได้รับกันต่อ ๆ มา ทั้งหมดนี้มี อิทธิพลที่ทำให้การรับรู้ที่บุคคลมีต่อเรื่องราว เหตุการณ์ ภาวะแวดล้อมต่าง ๆ มีความแตกต่างกันคือ สิ่งเร้าที่มีโครงร่างและแบบแผน บุคคลจะรับรู้ตามคุณสมบัติที่เป็นจริงของสิ่งเร้า นั้น ๆ ส่วนสิ่งเร้าที่ไม่มีโครงร่างและแบบแผนหรือสิ่งเร้าที่มีลักษณะกำกวม ดูได้สองนัย ขึ้นไป คนเรามักรับรู้และตีความหมายให้กับสิ่งเร้าดังกล่าวด้วยการใช้ความต้องการ คุณค่า ทัศนคติ บุคลิกภาพของตนเองเป็นเครื่องกำหนดในการรับรู้ทุก ๆ ครั้งไป และการรับรู้ ของคนเรายังจะเป็นการเลือกเฟ้นหรือเลือกสรรสิ่งเร้าที่ตรงกับความต้องการ และความ สนใจของตน (จำเนียร ช่างโซติ, จิตรรา วสุวานิช, จันทมาศ ชื่นบุญ และมลวิภา สุวรรณาลัย 2515 : 167)

สงวนศรี วิรัชชัย ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีการเรียนรู้ในเรื่องการเสริมแรง (Reinforcement) การวางเงื่อนไข (Conditioning) การเลียนแบบ (Imitation) และการเชื่อมโยง (Association) ไว้ดังนี้

1. การเสริมแรง เกิดจากการที่บุคคลได้กระทำการพฤติกรรมหรือแสดงเจตคติอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วได้รับการเสริมแรงหรือได้รับผลที่ตนพอใจคือ ได้รับการชมเชยยกย่อง ชมเชย หรือได้รางวัล เป็นผลทำให้บุคคลมีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้นอย่างคงรูปแบบเจตคติที่ตนได้แสดงไป รวมไปถึงการมีเจตคติที่ดีต่อผู้ให้การเสริมแรงกับตน

2. การวางเงื่อนไข เกิดในกรณีที่เรามีเจตคติต่อบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อยู่ก่อนแล้ว และมีบางสิ่งบางอย่างเกิดความคู่กันไปกับบุคคลหรือสิ่งที่เป็นที่หมายของเจตคติของเราอยู่เป็นประจำจนเราจดจำได้ ในระยะหลัง ๆ เราจึงมีเจตคติต่อบุคคล หรือสิ่งที่เกิดความคู่กันที่หมายของเจตคติเห็น ๆ ไปในทางเดียวกันด้วย
3. การเชื่อมโยง เจตคติของคนเรามักเกิดจากการที่เราเชื่อมโยงเอาบางสิ่งบางอย่างเข้าด้วยกัน ดังนั้น เมื่อเราเกิดเจตคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือคนใดคนหนึ่ง ในลักษณะหนึ่ง เราก็จะมีเจตคติต่อสิ่งที่เราเชื่อมโยงกับคนนั้นหรือสิ่งนั้น ไปในทิศทางเดียวกันด้วย
4. การเลียนแบบ เกิดจากการที่เราได้รับรู้หรือรับทราบเจตคติที่คนอื่น ๆ มีอยู่แล้ว เราก็รับเอาเจตคตินั้น ๆ มาเป็นของเรา โดยที่เราไม่ต้องมีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับผู้คน หรือสิ่งที่เป็นเป้าหมายของเจตคตินั้น โดยปกติคนเราก็มักจะเลียนแบบเจตคติของคนที่เรารักชอบ คนที่เราศรัทธาเลื่อมใส คนที่เราคิดว่าเขาสำคัญ คนกลุ่มใหญ่ในสังคมที่แวดล้อมตัวเรา มีเจตคติตรงกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เราก็จะยอมรับและเลียนแบบเจตคตินั้น ๆ เพื่อให้สังคมยอมรับ (สงวนศรี วิรัชชัย 2527 : 67)

3. เอกสารทางด้านภาวะโรคนาและการตลาด

ความหมาย

การโรคนาหมายถึง กระบวนการชักจูงโน้มน้าวจิตใจบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ให้คล้อยตาม และมีพฤติกรรมร่วมไปในทิศทางที่นักโรคนาต้องการ

การตลาดหมายถึง การจัดการเกี่ยวกับ การสนองความต้องการของผู้บริโภคสินค้า และบริการต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อหวังผลกำไรสูงสุดแต่ลงทุนน้อยที่สุด

สุวัฒนา วงษ์กะนั้น สรุปไว้ว่า "ปัจจัยสำคัญของการโรคนาในปัจจุบัน คือ การ

ศึกษาวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค" ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสร้างแรงจูงใจของมาสโลว์ ที่แบ่งความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ คือ

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย
2. ความต้องการทางด้านความปลอดภัย
3. ความต้องการทางด้านสังคม
4. ความต้องการทางด้านเกียรติยศ
5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต

การศึกษาวิเคราะห์ถึงความต้องการของมนุษย์ จึงเป็นหนทางที่นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างสิ่งเร้าในการโฆษณาได้เป็นอย่างดี (สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ 2521 :

1)

✓ อารีย์ นิลเนตรพลอย กล่าวว่า "สิ่งที่สำคัญในการโฆษณา คือ การเผยแพร่ข่าวสารให้ผู้ส่งสารได้วางแผนไว้ล่วงหน้าอย่างเหมาะสมแล้ว จึงทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อการโน้มน้าวจิตใจของผู้รับสาร และนาทนะของมันคือ "สัญลักษณ์" ซึ่งอาจจะได้แก่ตัวเขียนภาพ รหัสสัญลักษณ์ต่าง ๆ การโฆษณาชวนเชื่อมิได้เปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ต่าง ๆ แต่เปลี่ยนแปลงความเชื่อของคนเกี่ยวกับสภาพการณ์นั้น ๆ การโฆษณาชวนเชื่อไม่อาจบังคับให้คนเปลี่ยนแปลงความเชื่อได้ แต่อาจโน้มน้าวหัวใจคนให้เชื่อได้ การโฆษณาชวนเชื่อจะกระทำไปอย่างมีระบบมีแบบแผนแบบ นิยามจนบางครั้งผู้ถูกครอบงำตกอยู่ในสภาพถูกสะกดจิต และไม่รู้สึกสำนึกความเป็นตัวตนของตนเองไปชั่วขณะหนึ่ง" (อารีย์ นิลเนตรพลอย 2522 : 85 - 88)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล ได้สรุปไว้ในทำนองเดียวกันว่า "ความต้องการอันเป็นพื้นฐานของมนุษย์ ทั้ง 5 ระดับ นั้น จะฝังลึกอยู่ในความรู้สึกนึกคิด ถ้ามี "ข่าวสาร" หรือสิ่งเร้าจากภายนอกมาสะกิดก็จะทำให้รู้ถึงความต้องการนั้น ๆ ขึ้นมาทันที จนรู้สึกไม่สบายกายสบายใจ ต้องหาหนทางตอบสนองเพื่อลดความตึงเครียดความอยากดังกล่าว เช่น เรามีความต้องการอาหารอยู่ตลอดเวลา แต่เราจะรู้สึกเฉยๆ ครั้นพอเหลือบไปเห็นนาฬิกาบอกเวลาที่เที่ยงพอดี หรือได้ยินพระตึกกลองเพล เราก็จะรู้สึกหิวขึ้นมาทันที เราเรียก

ภาพึกและเสียงกลองว่า "สิ่งจูงใจ" หรือสิ่งสะกิดเร้า

แนวทางในการวางแผนการโฆษณาจึงต้องคำนึงถึง สิ่งต่อไปนี้คือ

ก. ความตั้งใจ งานชิ้นแรกของการโฆษณาคือการจับความตั้งใจ ซึ่งมีเครื่องมือหลายอย่างเช่น ข้อความที่เข้าต้นเต็น หรืออะไรก็ตามที่ผิดธรรมดาเพื่อทำให้สะดุดตา

ข. ความสนใจ คือการตั้งใจผู้ชมให้มีอยู่กับข่าวสารตลอดไป เช่น รูปเกี่ยวกับกามารมณ์อาจจับความตั้งใจของคนบางกลุ่มได้ เสียงและภาษาต่าง ๆ ที่ใช้ในกาโฆษณา จะต้องสอดคล้องกับประสบการณ์และทัศนคติของผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มอ้างอิง

ค. ความปรารถนา คือกลวิธีในการกระตุ้นให้เกิดความต้องการด้วยสื่อวิธีการต่าง ๆ (อดุลย์ จารุงคกุล 2526 : 361 - 364)

ขณะ ภาวกาทัศน์ กล่าวถึง กระบวนการโฆษณาสามารถจำแนกได้เป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การวิจัยประกอบไปด้วยการศึกษาค้นคว้า ผู้บริโภคศึกษาสินค้าที่จะโฆษณาและศึกษาตลาด ที่เรานายาามจะสร้างขึ้น หรือจะเข้าไปมีส่วนร่วมโดยส่งสินค้าเข้าไปจำหน่าย
2. การวางแผนเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์
3. การตัดสินใจเลือกยุทธวิธี
4. การสร้างงานโฆษณา เป็นขั้นตอนของการเขียนข้อความหรือสร้างเรื่องราว การออกแบบ การวางโครงร่างงานโฆษณา งานศิลปะ และผลงานโฆษณาสำเร็จรูป และสมบูรณ์แบบ

นอกจากนี้ยังได้สรุปขั้นตอนของการสร้างงานโฆษณาดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบของการสร้างงานโฆษณา แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เป็นส่วนของคำพูด และส่วนที่ไม่เป็นคำพูด
 - 1.1 กลุ่มที่เป็นคำพูดแบ่งออกเป็น หัวเรื่อง คำขวัญ คำบรรยายได้ภาพ ข้อความโฆษณา ชื่อตราสินค้า

1.2 กลุ่มที่ไม่เป็นคำพูด ได้แก่ ภาพ ดุจภาพ สัตว์ส่วน ความเด่น ความง่าย การเคลื่อนไหวของสายตา ช่องว่าง เครื่องหมายการค้า ขนาด สี ตัวอักษร และสิ่งที่ปรากฏ เป็นต้น

2. การใช้กลยุทธ์แบบโจมตีกับศัตรูประเภทต่าง ๆ ประกอบด้วย ผู้นำตลาด ผู้ช่วงชิงตลาด ผู้ตามตลาด และผู้เจาะช่องว่างตลาด (ชวณะ ภวภาณันท์ 2528 : 47 - 48)

นอกจากนี้ทางด้านการศึกษาการสอน เกียรติวรรณ อมารยกุล ได้กล่าวว่า การเรียนการสอนของโรงเรียนไอฮิวแมนนิสในประเทศบุคลกาเรีย ได้พัฒนาการเรียนการสอนแบบใหม่ที่เรียกว่า "Super learning" หรือ "Suggestopedia" โดยให้นักเรียนนั่งอย่างสบายที่สุด และทำจิตใจให้สบายจากการฟังเพลงคลาสสิคเบา ๆ และวิธีการที่ผู้สอนจะค่อย ๆ แนะนำภายใต้บรรยากาศอันรื่นรมย์และสิ่งเร้าที่เป็นเสียงเพลงเบา ๆ ในขณะที่อารมณ์เคลิบเคลิ้มนั้น ผู้สอนจะค่อย ๆ บรรยายถึงเรื่องวิชาการต่าง ๆ ด้วยวิธีการแบบนี้ทำให้นักเรียนสามารถจดจำสิ่งต่าง ๆ ที่ครูสอนได้ดี เพราะเมื่อใดที่จิตใจ (จิตสำนึก) ผ่อนคลาย ปราศจากความวิตกกังวล จิตใจได้สำนึกจะทำหน้าที่ได้อย่างมหัศจรรย์ และจดจำข้อมูลต่าง ๆ ไว้ในสมองได้อย่างง่ายดายที่สุด (เกียรติวรรณ อมารยกุล 2529 : 30)

4. แนวคิดเรื่องคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ



ความหมาย

สิ่งเร้าทางสุนทรียะหมายถึง สรรพสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นซึ่งสัมผัสเป็นมรดกตกทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จนนับได้ว่าเป็นชุมชนแห่งความรู้ของมนุษย์ เพราะสิ่งเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้าตามธรรมชาติที่ก่อให้เกิดเป็นกระบวนการรับรู้ ตั้งแต่การรับรู้ระดับความรู้สึกจนถึงการรับรู้ระดับเหตุผล ตามเวียนสลับไปมาเป็นวัฏจักร

สิ่งเร้ามี 2 ชนิดคือ สิ่งเร้าทางธรรมชาติที่ดำรงอยู่ในสภาวะแห่งการเกิด

และดับไปตามกฎของมัน มนุษย์เพียงแต่ไปสัมผัสสิ่งเหล่านั้นแล้วเกิดการเรียนรู้ขึ้นจนถึงช่วงเวลาหนึ่งที่มนุษย์ได้มีประสบการณ์กับธรรมชาติจำพวกหนึ่งแล้ว มนุษย์ก็เริ่มมองเห็นลักษณะร่วมของสภาวะแห่งการเกิดและดับตามกฎของมัน มนุษย์เพียงแต่ไปสัมผัสสิ่งเหล่านั้นแล้วเกิดการเรียนรู้ขึ้น แล้วนำกฎดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการสร้างสิ่งเร้าประเภทที่ 2 คือ สิ่งเร้าเทียมซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของสิ่งที่เป็นผลงานศิลปะ โดยทำหน้าที่เร้าความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ให้คล้อยตามเจตจำนงของผู้สร้างสิ่งเร้า นั้น ซึ่งอาจถูกเรียกว่าศิลปะหรือผู้สร้างสรรคงานศิลปะ

สิ่งเร้าเทียมมีหลายรูปแบบ หลายประเภท เช่น สิ่งเร้าเทียมทางตา สิ่งเร้าเทียมทางหู สิ่งเร้าเทียมทางลิ้น สิ่งเร้าเทียมทางจมูก และสิ่งเร้าเทียมทางกาย ในบรรดาส่งเร้าเหล่านี้ สิ่งเร้าเทียมทางตา และทางหูนับว่ามีอิทธิพลต่อมนุษย์มากที่สุด เพราะมนุษย์มีโอกาสเกี่ยวข้องและสัมผัสอยู่ตลอดเวลา มากกว่าสิ่งเร้าเทียมประเภทอื่น ๆ

อย่างไรก็ตามในจำนวนสิ่งเร้าเทียมอันมากมายเหล่านี้ มนุษย์จะรับรู้ได้เพียงบางส่วนโดยเฉพาะสิ่งเร้าที่เราใส่ใจเท่านั้น (ชัยพร วิชชาวุธ 2525 : 222 - 223) และสิ่งเร้าที่ใส่ใจหรือสร้างความพึงพอใจจากการรับรู้ นั้นมักจะเนื่องมาจากคุณลักษณะ 2 ประการคือ 1. คุณลักษณะของสิ่งเร้า นั้น ๆ และ 2. คุณสมบัติภายในตัวของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ ความต้องการ ความสนใจ และประสบการณ์เดิมที่เคยมีมาก่อน (จำเนียร ช่วงโชติ และคณะ 2515 : 154 - 158) ส่วนคุณสมบัติของสิ่งที่มนุษย์ใส่ใจรับรู้แล้วมีคุณสมบัติเป็นสุนทรียวัตถุ หรือที่เรียกว่า "สิ่งทั้งาม" (บรรจง บรรเจิดศิลป์ 2530 : มป.น.) สิ่งทั้งามเป็นผลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการภายในจิตสำนึก มีหลายรูปแบบ หลายคุณลักษณะ เช่น มีความประณีต ความกลมกลืน ความขัดแย้ง ความน่ารัก ความน่าเกลียด น่ากลัว ความเป็นระเบียบ ความใหญ่โตอลังการ ความเล็กกระทัดรัด ความแปลกใหม่ ความเปลี่ยนแปลง เคลื่อนไหว ความสอดคล้องต้องกันกับความต้องการของตน และตามวัฒนธรรม ความเชื่อ ทนประเพณีในสังคมขณะนั้น สิ่งทั้งามเหล่านี้มีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์เป็นอย่างมาก เพราะเป็นตัวก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความผูกพันทางจิต และความใส่ใจอย่างจริงจังในช่วงระยะเวลาหนึ่ง อาจสั้นหรือยาวก็ได้ สิ่งทั้งามดังกล่าวเป็นประสบการณ์ทางสุนทรียะ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้โดยตรง ในทางพุทธ

ปรัชญา เรียกว่า "กระบวนการของซันท์ฮา" (บรรจง บรรเจิดศิลป์ 2530 : ไม่ปรากฏ เลขหน้า) กระบวนการของซันท์ฮาประกอบด้วย อวัยวะรับสัมผัสทางตา หู จมูก ลิ้น กาย ทำหน้าที่รับสัญญาณสิ่งเร้าต่าง ๆ จากภายนอก ส่งเข้าไปยังสมองผสมผสานกับโลกภายใน หรือโลกทางอัตวิสัย ซึ่งได้แก่ ประสบการณ์เดิมทำให้เกิดการเรียนรู้ ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าเป็นการเรียนรู้ระดับความรู้สึก หลังจากนั้นเมื่อคนได้รับประสบการณ์จากสิ่งใดสิ่งหนึ่งซ้ำ ๆ กันก็จะช่วยให้มองเห็นลักษณะร่วม หรือลักษณะต่าง แล้วสรุปเป็นความคิดรวบยอด ซึ่งเป็นการเรียนรู้ในระดับเหตุผล ถ้าหากสิ่งเร้าใดมีคุณลักษณะสอดคล้องกับความคิดรวบยอดที่ได้สั่งสมไว้ ก็จะส่งผลให้เกิดการหาวิธีทางสุนทรียะชั้นในระดับจิต หรือระดับนามธรรม โดยมีสัญลักษณ์เป็นสื่อทางความรู้สึก หรือเครื่องหมายที่ใช้ในการสื่อสาร ซึ่งเรียกว่า "สิ่งเร้าทางสุนทรียะ" โดยมีคุณลักษณะพิเศษสอดคล้องกับระดับวุฒิภาวะของบุคคล วัย เพศ การศึกษา เศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะประกอบด้วย

 1. คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะทางด้านรูปแบบ หมายถึงลักษณะของสิ่งเร้าที่นำเสนอออกมาให้เห็น เป็นองค์ประกอบภายนอกในลักษณะต่าง ๆ คือ

1.1 ความกลมกลืน เป็นคุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ประสานกันอย่างพอเหมาะพอดี มีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือเป็นคุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในรูปแบบที่เรียกว่า "ความคลุมเครือ" ซึ่งผู้ที่สัมผัสไม่สามารถแยกส่วนประกอบต่าง ๆ ของสิ่งที่สัมผัสได้ เช่น ความกลมกลืนของการประสานเสียงที่เกิดขึ้นระหว่างเสียง โศปราโน เสียงอัลโต เสียงเทเนอร์ และเสียงเบส เป็นการผสมผสานกันระหว่างเสียงที่มีระดับแตกต่างกัน ทำให้ขณะฟังไม่เกิดความแตกต่าง หมายความว่าบรรเลงออกมาแล้ว ไม่สามารถแยกได้ว่ามีเสียงอะไรประกอบกันบ้าง เว้นไว้แต่จะตั้งใจฟังจริง ๆ คุณลักษณะของสิ่งเร้าชนิดนี้มีอิทธิพลต่อการสร้างความใส่ใจ และชวนให้ติดตามตลอดเวลา ลักษณะความคลุมเครือยังปรากฏให้รู้สึกได้จากบรรยากาศภายในโบสถ์ ที่มีแสงสลัวอยู่โดยทั่วไปแต่จะมีจุดเด่น เป็นสื่อให้การรมณ์ของผู้สัมผัสตกอยู่ในสภาวะพร้อมที่จะรับรู้ธรรมะหรือหลักธรรมคำสั่งสอน นั่นก็หมายความว่า สภาพอารมณ์ของผู้สัมผัสจะตกอยู่ในลักษณะคล้ายถูกสะกดจิตอ่อน ๆ นอกจากนั้นความสลัวยังเป็นภาววิधिหนึ่งของการสร้าง

อารมณ์ในमार ไนท์คลับ หรือคอนเสิร์ตให้ผู้สัมผัสต้องตกอยู่ในสภาวะคล้ายถูกสะกดจิต เคลิบเคลิ้มล่องลอย หรือแม้แต่บทเวทีการแสดงต่างๆ ก็ได้มีการพยายามจัดแสงให้อยู่ในลักษณะดังกล่าวเช่นกัน โดยที่ยังมีความกลมกลืนในองค์ประกอบศิลป์อีกคือ เส้นและรูปร่าง ขนาดและทิศทาง สีและบริเวณว่าง ความคิด และความมุ่งหมาย ลักษณะผิวและจังหวะปรากฏอยู่จากหลักการที่ว่า สิ่งที่อยู่ใกล้กันกลมกลืนกัน สิ่งที่อยู่ไกลกันจะตัดกัน (เอวี สุทธิพันธ์ 2521 : 115 - 128)

1.2 ความเป็นระเบียบ หมายถึง คุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นส่วนประกอบทั้งหมดที่ผสมกันขึ้นอย่างมีจังหวะจะโคน เป็นระบบ มีช่วงห่างที่แน่นอนตามลำดับ เล็กใหญ่ต่อเนื่องไม่สับสน หรือไม่ขัดแย้งกัน เช่น ความเป็นระเบียบของเกล็ดสัตว์ต่าง ๆ กลีบดอกไม้ ขนนก ใบไม้ เป็นต้น ความเป็นระเบียบมีปรากฏอยู่แล้วในธรรมชาติ มนุษย์เป็นเมืองเป็นหมู่บ้านรับรู้ ความเป็นระเบียบนี้ นำมาสร้างสรรค์สิ่งเร้าทางสุนทรียะขึ้นมาใหม่ภายใต้กฎของความกลมกลืนให้เห็นเป็นผลงานศิลปะในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การวางผังเมือง รั้ว กำแพง แอวกาศ เป็นต้น

1.3 ความยิ่งใหญ่ เป็นคุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นถึงขนาด สัดส่วน น้ำหนักที่มากกว่าลักษณะปกติธรรมดาของสิ่งทั้งามและส่อไปในทางที่เพิ่มความยิ่งใหญ่ขึ้น สิ่งทั้งามนี้มนุษย์เรียนรู้จากธรรมชาติโดยการสัมผัสตรงและสัมผัสอ้อม เช่น ภูเขา มหาสมุทร ท้องฟ้า สัตว์ต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งทั้งามนี้บางชนิดก็สร้างความหวาดกลัว ความรู้สึกที่คาดไม่ถึง หรือความรู้สึกขมขื่นกับมือ เคารพในฐานะที่มนุษย์คิดว่าสิ่งดังกล่าวมีอำนาจเหนือตน เพราะไม่สามารถจะเข้าใจหรือรับรู้ได้ทั้งหมด ความรู้สึกเหล่านี้ได้ถูกหล่อหลอมขึ้นจนกลายเป็นจินตภาพที่คิดอยู่ในจิตใจได้สำนึกสลับต่อกันมา และในที่สุดก็ได้กลายเป็นกฎแห่งการสร้างสร้งงานศิลปะประเภทหนึ่ง ที่มุ่งจะครอบงำ หรือสร้างอิทธิพลทางด้านสะกดจิตเข้าอารมณ์สู่เทรีย์ต่อมนุษย์ ดังเช่น กำแพงเมืองจีนที่สร้างขึ้นเพื่อแสดงพลังของพระเจ้ากษัตริย์ให้รู้ว่ามีอำนาจล้นฟ้าเหนือจิตใจชาวจีนและชาติใกล้เคียง หรือประมิดก็ เป็นสถาปัตยกรรมที่สะกดจิตชาวโอบคุเต้ให้เห็นความสำคัญของชีวิตในโลกหน้า ที่กษัตริย์ในยุคนั้นส่วนพระทัยหรืออนุสาวรีย์ก็เป็นที่ระลึกถึงที่ยิ่งใหญ่คู่บารมีของชนชั้นปกครอง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่มีเป้าหมายในการสร้างเพื่อเร้าจิตใจของผู้สัมผัสให้ตกอยู่ในสภาวะคล้ายถูกสะกดจิต หรือ

ถูกครอบงำทางจิตใจ ให้ออกอยู่ภายใต้อำนาจที่มองไม่เห็น เป็นคนอ่อนแออย่าง เชื่อง
อ่อนแอ โขมจำนน และพร้อมที่จะทำตามทุกอย่าง

1.4 ความแปลกใหม่ เป็นคุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นแตกต่างไปจากสิ่ง
ที่คุ้นเคยมาก่อน โดยมีลักษณะและหน้าที่เฉพาะขึ้นมาใหม่ เช่น บุคคลทั่วไปจะสนใจกา
สีชามมากกว่ากาสีดำ สนใจดอกทิวลิปสีดำนากกว่าสีแดง สนใจงาช้างสีดำนากกว่า
งาช้างสีขาว สนใจคนสองหัวมากกว่าคนหัวเดียว สนใจคนเหาะได้มากกว่าคนธรรมดา
เป็นต้น ความแปลกใหม่จะสร้างความฉงนสงสัยให้เกิดขึ้นกับบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะผู้ที่มีการ
ศึกษาต่ำ เพราะเขามองเป็นสิ่งที่ลึกลับ มีอำนาจเหนือมนุษย์ด้วยกัน หรือยากที่จะทำ
การนิรนัยให้เห็นความจริงได้ เช่น มาสากล ตัวละครในวรรณคดีไทยก็มักจะมีลักษณะแปลก
ไปจากคนธรรมดา เช่น มี 10 มือ 5 หัว กำเนิดมาจากหอยสังข์ กำเนิดมาจากกลอง
กำเนิดมาจากขันทอง หรือแม้กระทั่งภาพยนตร์การ์ตูนของญี่ปุ่นที่นำมาฉายทางโทรทัศน์ใน
เมืองไทยก็มีคุณลักษณะดังกล่าวปรากฏอยู่

1.5 ความขัดแย้ง เป็นคุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นถึงทิศทาง ขนาด
สัดส่วนของส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ส่วนทางหรือตรงกันข้าม แต่สิ่งเหล่านี้มีความสัมพันธ์กัน
อย่างแยกไม่ออก เพราะสิ่งหนึ่งเป็นตัวทำให้เกิดอีกสิ่งหนึ่ง เช่น ความสุขกับความทุกข์
ได้กับเสีย ความมืดกับความสว่าง ดีใจกับเสียใจ ความเจ็บกับความตึง ความอ่อนนุ่ม
กับความแข็งกระด้าง การรกรกกับนายทุน ความก้าวหน้ากับความล้าหลัง การอนุรักษ์กับ
การเปลี่ยนแปลง วงกลมกับสี่เหลี่ยม สีแดงกับสีเขียว ความร้อนกับความเย็น เป็นต้น
อย่างไรก็ดีคุณลักษณะดังกล่าว มักจะแสดงออกมาในรูปแบบที่เรียกว่า "โศกนาฏกรรม" ที่
แสดงถึงความสัมพันธ์เช่นความขัดแย้งของ 2 สิ่ง ที่เกิดจากความขัดแย้งระหว่าง "ความ
อยากของบุคคลมีกับเงื่อนไขที่ไม่อาจทำให้ เป็นจริงได้" (บรรจง บรรจวจิตศิลป์ 2530 :
มป.น.) ตั้งแต่ความขัดแย้งจึงเป็นภาพของความงามอย่างหนึ่งที่มีมนุษย์ได้ค้นพบและเส้นทาง
ความจริงของชีวิตในสังคม นั่นก็คือเป็นสิ่งที่มนุษย์ได้เรียนรู้หรือมีประสบการณ์ต่อสิ่งต่าง ๆ
เหล่านี้มาแล้วนั่นเอง

1.6 ความเคลื่อนไหว เป็นคุณลักษณะของส่วนประกอบต่าง ๆ ที่
ปรากฏให้เห็นถึงการแปรเปลี่ยนจากสภาวะหนึ่งไปสู่อีกสภาวะหนึ่ง ในช่วงระยะเวลาที่

เหมาะสมต่อเนื่อง อย่างสอดคล้องต้องกัน หรือขัดแย้งกันในจังหวะที่แน่นอน เช่น การก้าวเดิน การเต้นของหัวใจ พระอาทิตย์กำลังขึ้นหรืออัสดง ไฟที่กำลังไหม้บ้านจากจุดเริ่มไหม้จนไหม้หมดไปต่อหน้าต่อตา หรือภาพดอกไม้ที่กำลังเบ่งบานอย่างช้า ๆ การเคลื่อนไหวเป็นสิ่งเร้าที่ชักนำให้เกิดความใส่ใจ ในรูปของกระบวนการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ต้นจนจบ เช่น การร่ำรำ การเต้นรำ ระบบการทำงานของเครื่องจักร ก้อนเมฆที่กำลังก่อตัวแล้วกลายเป็นฝนตกลงมา หรือภาพการเล่นกีฬา เล่นดนตรีเป็นทีม การเคลื่อนที่ของลูกปิงปองหรือลูกเทนนิสที่ตีได้กลับไปกลับมาอย่างต่อเนื่อง ความเคลื่อนไหวของสิ่งดังกล่าวจะชักจูงสายตาให้ติดตามดูเหตุการณ์ว่าจะมีอะไรเกิดขึ้นกับสิ่งนั้นต่อไป จนยากที่จะคาดการณ์ว่ามันจะสิ้นสุดลงอย่างไร การเคลื่อนไหวก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำซากจำเจ เกิดความรู้สึกนึกคิดใหม่ ๆ และมีความตื่นตัวกระตือรือร้นตลอดเวลา

2. คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะในด้านเนื้อหา หมายถึง ลักษณะของสิ่งเร้าที่นำเสนอให้เป็นรูปแบบสัมพันธ์กับชีวิตจริง สอดคล้องกับความต้องการความสนใจภายในของมนุษย์ และสร้างกระบวนการการชานรับทางสุนทรียะที่ตรงกันมีลักษณะต่างกันคือ

2.1 คุณลักษณะที่สัมพันธ์กับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่ ความต้องการที่จะเห็นในสิ่งที่ตัวเองปรารถนา (จำเนียร ช่วง โชติ และคนอื่น ๆ 2515) เพราะสิ่งที่มีคุณลักษณะตรงกับความปรารถนานั้น จะสร้างความใส่ใจและความผูกพันในอารมณ์ของผู้สัมผัสให้มีความสุขเต็มต่าอยู่ชั่วระยะเวลาหนึ่ง อารมณ์ที่เกิดขึ้นนี้ เรียกว่า อารมณ์สุนทรียะในระดับหนึ่ง คุณลักษณะที่เกี่ยวกับความต้องการพื้นฐานของผู้สัมผัสนี้จะมีอิทธิพลต่อการสร้างเสริมสภาวะสมดุลภายในจิตใจได้ชั่วคราว และเป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในโลกของความใฝ่ฝันที่ปรากฏอยู่ในงานศิลปะอย่างหลากหลาย โดยเฉพาะการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ คุณลักษณะดังกล่าวมีส่วนประกอบปลีกย่อยดังต่อไปนี้

2.1.1 คุณลักษณะที่สัมพันธ์กับความต้องการของมนุษย์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการทางสังคม ได้แก่ ชื่อเสียงเกียรติยศ และฐานะทางสังคม โดยมนุษย์ได้เรียนรู้ว่าชื่อเสียงนั้นเป็นเครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ของบุคคลที่สังคมประเมินค่า หรือให้การยอมรับนับถือในความสามารถทางด้านใดด้านหนึ่ง หรือยอมรับในความมีอำนาจวาสนา

มีฐานะที่สูงส่ง บุคคลที่มีชื่อเสียงเกียรติยศมักจะแฝงไว้ด้วยความมีอำนาจเหนือคนอื่น ดังนั้นทุกคนจึงมีความมุ่งหวังที่จะ ได้มีสิ่งดังกล่าวไว้ เป็นของตน เพราะมนุษย์ส่วนใหญ่ในปัจจุบันสูญเสียพลังอำนาจ ไร้ความหมายและรู้สึกโดดเดี่ยวอันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจ การเมืองสังคม และวัฒนธรรม (Seeman 1976 : 397 - 411) ดังนั้นการที่ได้มาซึ่ง สิ่งดังกล่าว ไม่ว่าจะได้มาโดยทางรูปธรรม หรือนามธรรมล้วนเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา คุณลักษณะดังกล่าวจะแฝงมาในรูปของความไม่ฝันที่แฝงอยู่ในงานศิลปะต่าง ๆ ซึ่งลักษณะ ของบุคคลที่มีชื่อเสียงเกียรติยศนั้นมีหลายประเภท เช่น ดาราภาพยนตร์ นักร้อง นักดนตรี นักกีฬา ผู้มีอำนาจในสังคม บุคคลชั้นสูง ตลอดจนผู้มีชื่อเสียงโด่งดังในวงการต่าง ๆ ล้วน เป็นแบบอย่างที่น่าปรากฏอยู่ในชีวิตจริง และอยู่ในประสบการณ์หรือจิตสำนึกของคนอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นเมื่อมีการนำเอาคุณลักษณะดังกล่าวมาเสนอในรูปของศิลปะการโฆษณา จึงทำให้มี อิทธิพลต่อการสะกิดเร้าทางสุนทรียะชั้นได้

2.1.2 คุณลักษณะที่สัมพันธ์กับความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ที่สัมพันธ์กับ ความไม่ฝัน ความต้องการจะหาทางออกจากสภาวะที่เป็นจริงอันสับสนวุ่นวาย ไร้ อิศรภาพ ไร้อำนาจและรู้สึกโดดเดี่ยวในชีวิตจริง เนื่องมาจากมนุษย์ในสังคมปัจจุบันถูกระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมมีอิทธิพลให้กลายเป็นวัตถุสิ่งหนึ่ง (ทวีป วรดิถก 2524 : 67) เพราะระบบดังกล่าวได้มุ่งจัดมนุษย์เข้าสู่ระบบการผลิตที่แน่นอน เช่น ต้องเคลื่อนไหวร่างกายหรือวัชระต่าง ๆ ในจังหวะที่แน่นอนซ้ำ ๆ กันตลอดชีวิต และยังได้ถูกควบคุมบังคับจากมนุษย์อีกพวกหนึ่ง ซึ่งเป็นคนส่วนน้อยของสังคม นอกจากนี้ยังได้ถูกระเบียบ กฎหมาย ต่างล้อมกรอบมนุษย์ให้ไม่สามารถแสดงออกซึ่งเจตจำนงของความเป็นมนุษย์ได้ และยิ่งถูก กระบวนการแข่งขันเร้าเร้าให้ต้องแสวงหาเงินตรา อำนาจต่าง ๆ เขาจึงตกอยู่ใน สภาวะที่ไร้อำนาจ หากอิศรภาพทางใจจะทำให้ต้องแสวงหาทางออกเพื่อชดเชยความต้องการ ดังกล่าว ด้วยการก้าวออกไปสู่โลกแห่งความไม่ฝันที่มีลักษณะ เป็นความจริงสมมติ ไปสู่โลกที่ไร้อำนาจครอบงำจากกฎเกณฑ์ใด ๆ ของสังคม ซึ่งคุณลักษณะที่เกี่ยวกับความ ไม่ฝันนี้จะมีอิทธิพลต่อการเร้าให้เกิดอารมณ์สุนทรียะชั้นขึ้นมาได้

2.1.3 คุณลักษณะที่สัมพันธ์กับความสุขพึงพอใจ ความสนุก ตลก ขบขันต่อการที่ได้สัมผัสกับสภาวะที่ไม่จริงจังหรือสภาวะที่เป็นความบังเอิญ ไม่คาดฝันมา

ก่อน คุณลักษณะนี้จะมียุทธินลต่อการใช้ทางสุนทรียะของบุคคล ทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับการศึกษา โดยเฉพาะคนที่อยู่ในสังคมที่มีแต่ความตึงเครียด แข่งขันชิงดีชิงเด่น และเอารอดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน หรือสังคมที่เต็มไปด้วย ภาวะเบียดเบียน ข้อบังคับ เช่น สังคมอุตสาหกรรมทุนนิยมในปัจจุบัน หรือสังคมเผด็จการต่าง ๆ ความสนุก ตลก ขบขันไม่มีลักษณะคล้ายความรู้สึกที่ไร้ตัวตน ปล่อยวาง และจากการที่ได้สัมผัสกับความสนุก ตลก ขบขันแล้ว ยังจะทำให้ผ่อนคลายความตึงเครียด ความยึดมั่น ถ้อยมั่นในชีวิตจริงลงได้ จะจิตใจตกอยู่ในความสงบ ความพึงพอใจอันเป็นลักษณะของอารมณ์สุนทรียะในระดับหนึ่ง

2.1.4 คุณลักษณะที่สัมพันธ์กับแรงขับทางเพศ เป็นความต้องการพื้นฐานที่สั่งสมมาตั้งแต่เด็ก ๆ และเมื่อเข้าสู่วัยหนึ่ง ฮอร์โมนเพศนี้ก็จะถูกผลิตเพิ่มมากขึ้น จนกระทั่งหากถูกกระตุ้นเร้าให้แสดงออกมาก็จะเกิดการชานรับ และพร้อมที่จะมีสัมพันธ์ทางเพศเกิดขึ้น เพื่อเป็นการระบายฮอร์โมนนี้ออกมาตามปกติธรรมชาติ อันจะก่อให้เกิดความพึงพอใจ และความสงบ ดังนั้นเมื่อคนเราก้าวเข้าสู่วัยพร้อมที่จะมีเพศสัมพันธ์ การรับรู้ ความใส่ใจทั้งหลายก็จะมุ่งไปสู่สิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับกามารมณ์เสมอ ดังจะเห็นได้จากการที่มีศิลปินบางคนเสนอสิ่งเร้าทางกามารมณ์แฝงไว้ในงานศิลปะอย่างพอเหมาะพอดีที่สามารถจะเร้าอารมณ์ผู้ชมขึ้นได้ เช่น แฝงไว้ในรูปแบบของการแสดงอารมณ์บนใบหน้า อากัปกิริยา ท่าทาง แววตา และลีลาการเคลื่อนไหว ซึ่งสิ่งเร้านี้จะมีอิทธิพลต่อการสร้างอารมณ์สุนทรียะขึ้นมาได้ระดับหนึ่งในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

2.1.5 คุณลักษณะที่สัมพันธ์กับปทัสสถานทางวัฒนธรรม ประเพณีของสังคม เช่น ในสังคมใดที่มีค่านิยมเกี่ยวกับการบูชาวัตถุ บุคคลในสังคมนั้นก็จะมีแนวโน้มในการแสวงหา สะสมวัตถุไว้ครอบครองให้มากที่สุด เมื่อจะได้เป็นที่ยกย่องสรรเสริญ และยอมรับตามคุณค่าที่มีอยู่เต็ม หรือถ้าหากยุคใดมีการปลูกฝังเรื่องการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมไทยอย่างกว้างขวาง ก็จะทำให้คนในสังคมแสวงหา แสดงที่ทำ การแต่งกาย บุคลิกภาพ นฤตกรรมต่าง ๆ ไปในทิศทางที่จะทำให้สังคมเห็นว่าเป็นผู้ชานรับ และปฏิบัติตามคุณค่าดังกล่าว ซึ่งบางที่เรียกว่า ค่านิยมในการเลียนแบบ ดังที่สิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีที่ สอนออกมาในงานศิลปะ จะได้มีความสอดคล้องกับคุณค่าที่สถาบัน หรือกลุ่มคนในสังคมตกลงกันไว้ก่อนแล้ว ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ปรากฏอยู่ในการรับรู้ของคน และ

ถ้าหากเมื่อใดสัมผัสกับสิ่งเร้าดังกล่าวก็จะทำให้เกิดการชานรับทางสุนทรียะชั้นในระดับหนึ่ง

2.2 คุณลักษณะที่เป็นธรรมชาติของมนุษย์ หมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามกฎของธรรมชาติ เป็นประสบการณ์ของมนุษย์ที่ได้รับ และกลับกลายเป็นบทเรียนสิ่งสมไว้ภายในจิตได้สำนึก และเมื่อใดมีสิ่งเร้าที่เหมาะสมอย่างสอดคล้องต้องกันมากระตุ้นเร้าก็จะก่อให้เกิดการชานรับ เกิดความใส่ใจ ความพึงพอใจขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วยคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

2.2.1 คุณลักษณะที่สัมพันธ์กับสิ่งที่มนุษย์ไม่ต้องการ ไม่ปรารถนา ให้เกิดขึ้นกับตนเอง ได้แก่ ความน่าเกลียด น่ากลัว ความเจ็บปวด ความโหดร้ายทารุณ ซึ่งเป็นปฏิปักษ์ต่อการมีชีวิตที่มีความสุข สมหวังอันยืนยาวของมนุษย์ เป็นความงามทางด้านลบ คุณลักษณะดังกล่าวเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่ก่อนแล้วทั้งในชีวิตจริง และในงานศิลปะซึ่งก่อให้เกิดการสิ่งสม การรับรู้ชั้นในตัวมนุษย์ ดังนั้นเมื่อศิลปินสอดแทรกคุณลักษณะดังกล่าวไว้ในงานศิลปะ จึงทำให้เกิดการชานรับทางสุนทรียะชั้น

2.2.2 คุณลักษณะที่แสดงออกอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีการปรุงแต่ง ต่อเติม เส่นสร้าง หลอกลวง ได้แก่ความบริสุทธิ์ไร้เดียงสา ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่มนุษย์ไม่จำเป็นต้องการที่จะได้มา เพราะเนื่องจากในชีวิตจริง ๆ ของคนเรานั้นมักจะเต็มไปด้วยคุณลักษณะที่ตรงกันข้ามกับความบริสุทธิ์ไร้เดียงสาแทบทั้งสิ้น คุณลักษณะดังกล่าวจะพบได้ในวิชาทำทางของเด็กเล็ก ๆ ความเป็นอยู่ของสัตว์ป่า สายลมแสงแดด สายน้ำลำธาร ฝูงปลา ฝูงนก เป็นต้น เมื่อสิ่งเร้าดังกล่าวได้ถูกศิลปินนำมาจัดไว้ในงานศิลปะอย่างเหมาะสมแล้ว ช่อมเกิดการชานรับทางสุนทรียะชั้นเป็นความพอใจอย่างไร้เดียงสา

2.2.3 คุณลักษณะที่แสดงถึงความมีอิสระเสรีอย่างธรรมชาติ ไม่มีกฎระเบียบ หรืออำนาจใด ๆ จากภายนอกตัวตนมาควบคุมบังคับบงการ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของมนุษย์ เพราะมนุษย์ปัจจุบันขาดเสรีภาพทางใจ ต้องเผชิญกับความแปลกแยกนอกเหนือจากความคาดหวัง จำเป็นต้องแสวงหาอิสรภาพ จากผลงานศิลปะต่าง ๆ เพื่อเป็นการชดเชย ดังนั้นจึงนำเสนอออกมาในรูปแบบของสื่อสิ่งเร้าทางศิลปะให้เห็นได้ในลักษณะเป็นตัวตน เช่น ภาพลukupองหลุดลอยไปในอากาศ ลูกคลื่นที่ซัดเข้าสู่

โศดทินชายทะเล นกตัวเล็ก ๆ ที่กระโดดไปมาในสวน ก่อนไม้ลอยน้ำ เรือที่ปล่อยให้ล่อง ลอยอย่างอิสระ ลูกไก่คึก เขี่ยหาอาหาร ลูกสุนัขตัวเล็ก ๆ กำลังเขยอกล้อกันเล่น เสียงนกร้องโต้ตอบกันในป่า เป็นต้น

สิ่งเร้าที่มีอิทธิพลต่อการเกิดอารมณ์สุนทรียะ จึงขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่สำคัญ 2 อย่าง คือ คุณลักษณะของสิ่งเร้า และคุณสมบัติภายในของผู้รับรู้ อย่างไรก็ตามสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรียะนั้นจะดำรงคงอยู่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง แล้วแปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลา สภาพของสังคม และประสบการณ์ทางการรับรู้ หรือรสนิยมของแต่ละบุคคล ซึ่งจะได้รับภาวณาสัมผัสต่อเนื่องกันไปอย่างไม่สิ้นสุด

5. สภาพของสังคมไทยที่สอดคล้องกับคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ

สภาพของสังคมที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความต้องการวัตถุทางสุนทรียะ

นับตั้งแต่ประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงการปกครองเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2475 เป็นต้นมา รัฐบาลแต่ละสมัยได้พยายามสร้างความเจริญให้แก่ชาติบ้านเมืองเสมอมา แม้ว่าในบางครั้งจะมีอุปสรรคฉะฉานประการ คนไทยส่วนใหญ่ที่มีชีวิตอยู่ในชนบทต่าง ๆ ก็ประกอบอาชีพทำนา ทำไร่ ทำสวน คนเหล่านี้ทำการเกษตรประเภทต่าง ๆ จากสถิติในปี 2522 มีคนไทยทั้งสิ้น 45 ล้านคน ซึ่งอยู่ตามชนบทถึง 33 ล้านคน ผลผลิตการเกษตรร้อยละ 26.4 อยู่ในชนบท คนชนบทจึงเป็นกำลังสำคัญของประเทศ แต่การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประชากร ทำให้ไร่นาถูกเปลี่ยนแปลงสภาพเป็นที่อยู่อาศัย และโรงงานอุตสาหกรรมประกอบกับมีนโยบายการขยายตัวทางด้านอุตสาหกรรม ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน การเกษตรต้องพึ่งพาด้านเทคโนโลยี ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น แต่ราคาขายกลับตกต่ำลง เกษตรกรบางส่วนต้องทิ้งไร่นาเข้ามาขายแรงงานในเมือง แรงงานเพิ่มขึ้นแต่ปริมาณงานกลับลดลง เพราะการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรมไม่ได้สัดส่วนกับแรงงานที่เพิ่มขึ้นจึงเป็นผลให้เกิดปัญหาการว่างงาน ซึ่งจะเป็สาเหตุให้เกิดปัญหาด้านอาชญากรรม มีฉ้อฉล โจรผู้ร้ายชุกชุม ค่านิยมทางศีลธรรมเสื่อม วัฒนธรรมประเพณีถูกทำลายและเปลี่ยนแปลง เกิดความสับสนใจเรื่องค่านิยมของคนในสังคม จน

แทบจะ ไม่รู้จักความเป็นตัวของตัวเอง ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง ทำให้ตกอยู่ในสภาวะของความแปลกแยก ความรู้สึกโดดเดี่ยวไร้ความหมาย ไร้อำนาจ จนตกเป็นทาสของภาระ ชักจูง ชวนเชื่อจากกระบวนการโฆษณา

สภาวะของสังคมไทยดังกล่าวย่อมสะท้อนอยู่ในจิตใจของคนไทยทุกคน มากน้อยแตกต่างกันออกไป และเมื่อจิตใจของคนไทยตกอยู่ในสภาวะดังกล่าว ย่อมก่อให้เกิดกลไกในการปรับตัว คือ ขอมจำนน หรือหนีเสรีภาพ ซึ่งกระบวนการแรกมนุษย์มักมีแนวโน้มที่จะยกเลิกความเอกลักษณะของตัวเอง แล้วหลอมตัวเองเข้ากับสิ่งอื่นหรือผู้อื่นที่อยู่ภายนอก เพื่อจะได้มาซึ่งพลังที่บุคคลขาดแคลน ประการที่สองคือการทำลาย ประการที่สาม คือการทำตามแบบหุ่น หมายถึงการที่บุคคลเลิกเป็นตัวของตัวเอง โดยการปรับตัวเองให้มีบุคลิกภาพตามแบบที่สังคม วัฒนธรรมต้องการ ดังนั้นเขาจึงเป็นเหมือนกับคนอื่น ๆ และเป็นอย่างที่คุณอื่นอยากให้เป็น ซึ่งจะ เป็นทางหนึ่งที่ทำให้ความขัดแย้งระหว่างสภาวะสังคมที่โหดร้ายกับตัวเขาเองหมดไปได้ระยะหนึ่ง และโดยเฉพาะในระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่นี้จะเต็มไปด้วยกฎเกณฑ์ข้อบังคับต่าง ๆ ที่ต้องเป็นไปตามหลักการจัดองค์กรที่เน้นประสิทธิภาพ ประโยชน์ และกำไรสูงสุด จึงทำให้มนุษย์โดยทั่วไปตกอยู่ในสภาวะที่เรียกว่า "แปลกแยก" เพราะจากแบ่งแยกออกจากกัน ในระบบความสัมพันธ์ต่าง ๆ จะไม่มีความรู้สึก ชนบชธรรมเนียนประเพณี หรือมีจิตใจต่ออย่างใด กลับมีแต่ความอ้างว้าง โดดเดี่ยว มีความฉีกทางใจ ปราศจากความรักความจริงใจ ความเข้าใจต่อกัน

สภาวะสังคมดังกล่าวจะเป็นบังคับให้มนุษย์ต้องมีลักษณะทางจิตใจ และพฤติกรรมบิดเบี้ยว ไปจากธรรมชาติ หรือแก่นแท้ของความเป็นมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพ หมายถึงความที่ มนุษย์ต้องไม่คิด ไม่รู้สึก ไม่ตัดสินใจกระทำการใด ๆ ตามอำนาจที่อยู่นอกตัว แต่มนุษย์ต้องคิด ต้องรู้สึกหรือกระทำการใด ๆ ด้วยเจตจำนงของตนเอง นอกจากนี้ในระบบการผลิตแบบทุนนิยม ยังทำให้แรงงานทั้งหลายกลายเป็นสิ่งที่อยู่นอกตัวผู้ใช้แรงงาน เขาจึงรู้สึกเป็นทุกข์ ไม่เป็นสุข และไม่มีโอกาสพัฒนาร่างกายและจิตใจได้อย่างเสรี แต่กลับได้รับความทรมาณทั้งร่างกายและทำให้จิตใจเสื่อมถอยลง เขาจะรู้สึกสบายใจและอบอุ่นใจเมื่อ เขาไม่ได้ทำงาน ดังนั้นภาระงานทั้งหลายจึงมิใช่งานที่ทำด้วยความสมัครใจ แต่เป็นงานที่ถูกบังคับให้จำต้องทำ ซึ่งจะ เป็นทั้งงานที่ถูกบังคับโดยตรง และโดยอ้อม

สถานของชาวไร่ชาวนาที่เป็นสมาชิกส่วนใหญ่ของประเทศ ไม่ได้เป็นเจ้าของ
 ปัจจัยการผลิต เช่น ที่ดิน วัวควาย รถแทร็คเตอร์ เงินทุน เป็นเหตุให้ต้องเช่าที่ดินทำกิน
 ในอัตราค่าเช่าสูง ต้องกู้หนี้ยืมสินด้วยดอกเบี้ยที่แพง ต้องเสียค่าจ้างให้เจ้าของรถ
 แทร็คเตอร์ ซึ่งล้วนแต่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น จากนั้นจุดมุ่งหมายเดิมของการผลิตเพื่อ
 ยังกิน ก็ไม่สามารถจะมีได้อีกต่อไป กลับเปลี่ยนเป้าหมายการผลิตเพื่อเป็นสินค้า แต่
 อย่างไรก็ตามเมื่อเขาผลิตสินค้าการเกษตรขึ้นมาแล้ว ก็ไม่มีโอกาสกำหนดราคาเองได้
 แต่ถูกกำหนดโดยตลาด ดั่งเช่นชาวนาจึงถูกขูดรีดจากนายทุนเจ้าของที่ดิน นายทุนเงินกู้ และ
 จำต้องผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาด จากสภาพดังกล่าวได้นำมาซึ่งความเหนื่อย
 ยาก ทุกข์ทรมารต้องทนต่อไปตรวบเท่าที่ยังปรารถนาจะมีชีวิตอยู่ นอกจากนั้นงานทั้งหลาย
 ยังกนำมาซึ่งความวิตกกังวลต่าง ๆ มาสู่ร่างกาย เช่น ขาใหญ่ หลังงอ ผิวหนังไหม้เกรียม
 และยังถูกประเมินค่าว่าเป็นผู้ต้อยต่ำ ส่วนคนงานหรือกรรมกรก็ไม่มีปัจจัยการผลิต แม้แต่
 เพียงอย่างเดียว หากมีแต่แรงงานที่ต้องขายให้นายทุน นายทุนจึงได้รับผลประโยชน์
 อย่างมหาศาล จากการขูดรีดมูลค่าส่วนเกิน เวลาทั้งหมดที่ขายให้ไปนั้นจะตกเป็นของนาย
 จ้าง ตลอดช่วงเวลาดังกล่าวคนงานจะไม่มีความเป็นอิสระที่จะทำอะไรได้อย่างที่ตนเอง
 ต้องการ ไม่มีโอกาสตัดสินใจ หรือเกี่ยวข้องกับผลผลิตของตนเองแม้แต่น้อย ด้วยเหตุดังกล่าว
 เป็นผลทำให้คนงานได้รับทุกข์ทรมานจากการที่ถูกบังคับให้ใช้แรงงานมากเกินไป เพื่อสร้าง
 มูลค่าส่วนเกินให้นายทุนมากที่สุด โดยนายทุนแทบไม่เคยสนใจสุขภาพของคนงาน เพราะถ้า
 ร่างกายทรุดโทรมทำงานไม่ไหว นายทุนก็จะไล่ออก เนื่องจากค่าจ้างแรงงานเพียงเล็กน้อย
 ทำให้ไม่สามารถหาอาหารดี ๆ มาบำรุงร่างกายได้ ร่างกายเขาจึงทรุดโทรม เจ็บ
 ป่วย นิกการ ซีด เหลือง หลังโค้งงอ จนกลายเป็นเพียงชิ้นส่วนของเครื่องจักรที่มีชีวิต
 เท่านั้น และลักษณะพิเศษที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจแบบเงินทุนนิยมคือ ทุกสิ่งทุกอย่าง
 ดำเนินไปแบบซื้อขาย มีเงินเป็นสื่อกลาง คนจะขายทุกอย่างเพื่อเงิน และในขณะเดียวกัน
 ถ้าหากมีเงินก็จะสามารถซื้อทุกอย่างทุกอย่างได้ ใครมีเงินมากก็ยิ่งซื้อหา ครอบครองสิ่ง
 ต่าง ๆ ได้มาก คนมีเงินมากจะได้รับการนับหน้า ถือตา มีเกียรติยศชื่อเสียง เงินมี
 สมรรถนะทางอำนาจเหนือการดำรงอยู่และการตัดสินใจของมนุษย์ มนุษย์จะทำทุกอย่างเพื่อ
 ให้ได้เงินมา เพราะเงินคือสัญลักษณ์ที่มีความหมาย และบางครั้งถึงกับยอมเสียชีวิตศรี

เกียรติยศ เพียงเพื่อให้ได้เงินมา

ดังนั้นสภาพของมนุษย์ในสังคมไทยปัจจุบันจึงตกอยู่ในสภาพที่ทุกข์ทรมาน และเต็มไปด้วยความแปลกแยก โดดเดี่ยว ไร้ความหมาย สภาพของสังคมดังกล่าวจะมีอิทธิพลต่ออารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดของคนในสังคมจนตกอยู่ในสภาพเสียศูนย์ทางจิต อันจะเป็นทางนำไปสู่การเกิดความต้องการ การบริโภคทางอวัยวะสัมผัสทั้งห้า ซึ่งทำให้เกิดลัทธิผู้บริโภคนิยม (Consumerism) หรือลัทธิใฝ่การบริโภค (Consumptionism) (กาญจนา แก้วเทพ และ กนกศักดิ์ แก้วเทพ 2524 : 11) จากชีวิตที่ไม่เคยมีความสุขแต่ความทุกข์ทรมานนี้ เป็นผลทำให้เกิดการบริโภค การเสพ การสัมผัสเพียงเพื่อแสดงว่าตัวเองยังหลงเหลืออำนาจของความเป็นมนุษย์อยู่บ้าง เพราะการที่เรามีโอกาสซื้อหาจับจ่ายเป็นเจ้าของในความเป็นจริงและในความเป็นฝัน หรือครอบครองสินค้าบางอย่างจะเป็นทางออกทดแทนความเป็นจริงที่มีอาจจะเป็นหรือมีได้ หรือเขาเพียงบริโภคเพื่อจะได้มีโอกาสหนีไปจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะหรือระยะเวลาหนึ่ง เขาบริโภคหรือสัมผัสเพียงเพื่อสนองโลกแห่งความเป็นฝันของเขาซึ่งคงจะได้มาเพียงแต่สัญลักษณ์ที่เป็นภาพลวงตาเท่านั้น สินค้า บริการ ความบันเทิง เหล่านี้ล้วนสนอง อารมณ์ ความรู้สึกของมนุษย์เพียงชั่วระยะเวลาสั้น ๆ ซึ่งเราเรียกสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวเป็นวัตถุทางสุนทรียะที่เขาปรารถนาจะบริโภคหรือสัมผัส เพียงเพื่ออย่างน้อยก็ตรึงความรู้สึกนึกคิดให้ลึบสภาวะชีวิตอันทุกข์ทรมานได้ชั่วคราว อย่างไรก็ตามวัตถุทางสุนทรียะดังกล่าวไม้อาจจะทำให้เขาหมดสภาพของความทุกข์ทรมานไปได้จริง ๆ ตลอดไป สิ่งต่าง ๆ อาจจะดำรงอยู่ในรูปแบบของงานศิลปะต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี ละคร กีฬา วรรณกรรม ภาพเขียน หรือพิธีกรรมต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสิ่งดังกล่าวจะทำหน้าที่ แสดงในนามของเขาหรือเป็นตัวแทนของเขา หรือเขารู้สึกว่ามีตัวตนอยู่ในสิ่งเหล่านี้ เป็นโลกที่สอดคล้องและเข้าใจเขาเป็นอย่างดี เพราะมันได้สนองสิ่งที่สอดคล้องกับสภาพทางจิตใจของคนในสังคมในขณะใฝ่ฝันเอง

ดังนั้นสภาพของสังคมไทยปัจจุบันจึงถือว่ามีคนไทยตกอยู่ในสภาพที่มีความแปลกแยก เสียศูนย์ทางจิต อันเป็นเหตุที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมในทางสนองความต้องการ ความสนใจด้านต่าง ๆ ตั้งแต่การสัมผัสทางผิวกาย การได้ยินทางหู การลิ้มรสทางลิ้น การได้สูดกลิ่นทางจมูก และการมองเห็นทางตาอันได้แก่ทัศนศิลป์ รูปแบบต่าง ๆ ที่

เสนอออกมาในรูปแบบของคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ซึ่งเป็นภาพสะท้อนของสังคมที่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับประสบการณ์ของคนในสังคมนั้นเอง แต่การสะท้อนสังคมของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ มิใช่เป็นการสะท้อนอย่างบังเอิญ เหตุการณ์ทำนองเอกสารประวัติศาสตร์ หากแต่เป็นภาพสะท้อนประสบการณ์ของผู้สร้างสรรค์สิ่งเร้าทางสุนทรียะ ที่ผ่านกระบวนการศึกษาวิเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณ และคุณภาพมาแล้วอย่างรอบคอบ เพื่อจะได้เกิดความสอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เพราะว่สิ่งเร้าบางอย่าง อาจเกิดการชานรับกับผู้มีชมกลุ่มหนึ่ง แต่อาจไม่เกิดการชานรับต่อผู้ชมอีกกลุ่มหนึ่งก็ได้ เพราะบุคคลแต่ละกลุ่ม แต่ละวัย แต่ละระดับการศึกษา มีประสบการณ์เดิมแตกต่างกัน ดังนั้นสิ่งเร้าที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นจึงมีความเป็นจริงทางสังคมสอดแทรกอยู่ และวิธีการหน้าที่จะทำให้ผู้ชมมีประสบการณ์ร่วมที่เหมือน ๆ กัน ได้ก็คือ กระบวนการให้การศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ ดังปรากฏในด้านของสื่อสารมวลชนที่ได้ทำหน้าที่ให้ประสบการณ์แก่ประชาชนอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ซึ่งจริง ๆ แล้ว ภายในตัวของสื่อสารมวลชนเอง ก็คือ แหล่งรวมของสุนทรียวัตถุอันเอง สื่อมวลชนทั้งหลายจะทำหน้าที่วางเงื่อนไขทางประสบการณ์ เพื่อให้ประชาชนเกิดการชานรับ เกิดการเรียนรู้ไปในแนวทางที่ผู้เสนอปรารถนา ดังได้ประสบการณ์จากสังคมที่เกิดจากสื่อสารมวลชน จึงเป็นเสมือนประสบการณ์เดิมของคนที่ถูกสร้างให้เกิดขึ้นก่อน และเมื่อมีการเสนอสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่อยู่ในรูปแบบของสัญลักษณ์มาสอดคล้องกับประสบการณ์เดิม ย่อมจะก่อให้เกิดการชานรับ และเกิดการเชื่อมต่อการรับรู้ขึ้นจนเป็นการเรียนรู้ทางสุนทรียะขึ้น ซึ่งก็มักจะมี ความแฝงอยู่ด้วยเสมอ ดังเช่น นุ่มนาง ดวงจันทร์คือ นักร้องหญิงยอดนิยมที่ติดอยู่ในประสบการณ์เดิมของคนมาก่อนแล้ว เมื่อมีผู้สร้างสรรค์งานศิลปะการโฆษณาด้วยการออกแบบให้นุ่มนาง ดวงจันทร์ มาปรากฏอยู่ในบทบาทของผู้ใช้สื่อบุตราเมแก้ว เมื่อคนสัมผัสก็ จะเกิดการชานรับขึ้นทันที เพราะนุ่มนาง ดวงจันทร์ เป็นวัตถุทางสุนทรียะที่คนเคยมี ประสบการณ์อันประทับใจมาก่อนแล้ว จึงเกิดการลากจูงความนิยม ความรู้จักสื่อบุตราเมแก้วไปด้วย ซึ่งเป็นไปตามกฎแห่งการรับรู้ที่กล่าวว่า คนเรามักรับรู้ว่สิ่งที่อยู่ใกล้กันเป็น สิ่งเดียวกันหรือสัมพันธ์กัน หรือเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ทั้งที่ในความเป็นจริงไม่เป็นเช่นนั้น เพราะมัน เป็นเพียงความจริงในศิลปะ

นอกจากนั้นประสบการณ์จากงานข่าวการแข่งกีฬาโอลิมปิก ทำให้ชาวฝั่ง ลิกซิชูซิช นักมวยคนโตชาวที่ ได้รับเหรียญเงินกลับมา จนเป็นที่รู้จักเชิงวีระบุรุษของชาติ และติดอยู่ในโลกแห่งความคิดความรู้สึกประทับใจ ครั้นมีผู้นำเสนอภาพชาวฝั่งอีกครั้งหนึ่งในรูปของศิลปะการโฆษณาให้กับบริษัทไอสดิสก้าเด็กเฮงเยุ ทำให้ความมีชื่อเสียงของ ชาวฝั่ง กลายเป็นสื่อร่ำทางสุนทรียะของผู้ชม และเกิดการลากจูงสิ่งที่เกี่ยวข้องไปด้วย นอกจากนั้นนักสร้างสรรค์ศิลปะการโฆษณา ยังได้นำเอาบุคคลที่มีคุณลักษณะดังกล่าวอีกหลายคนมาเสนอเป็นสื่อร่ำทางสุนทรียะที่เกี่ยวกับชื่อเสียงเกียรติยศ เช่น ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช วิเชียร นิลิกานนท์ มีชัย วีระไวทยะ ไชยรัตน์ คำฉ้วน เขาทราช กานแลคซี เนาวรัตน์ ยุคตันทน์ สมบัติ เมทะนี จารณี สุขสวัสดิ์ นรศักดิ์ สองแสง ม.ร.ว. ทัศนศิริ สวัสดิวัตน์ เป็นต้น สิ่งร่ำดังกล่าวปรากฏอยู่อย่างเป็นรูปธรรมในสื่อสารมวลชนหลายประเภทต่อเนื่องตลอดมา และเป็นสิ่งที่ทุกคนเคยมีประสบการณ์เคยสัมผัสมาก่อนแล้วทั้งสิ้น ซึ่งเงื่อนไขหรือสิ่งร่ำดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับจิตวิทยาการรับรู้ของคนในลักษณะรวม ๆ จนสภาพจิตของเขาตกอยู่ในสภาวะเสียดลย์ทางจิต จนก่อให้เกิดความต้องการที่จะสนองตอบ เพื่อทำให้ความต้องการดังกล่าวยุติ สงบลงชั่วขณะหรือระยะเวลาหนึ่งเป็นการชั่วคราว ดังนั้น สิ่งร่ำทั้งหลายที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาจะมีความสอดคล้องกับสภาพของสังคมในขณะนั้นนั่นเอง เช่น (สังคมเต็มไปด้วยสภาพชีวิตที่บีบคั้น ไร้ความหมาย และตกอยู่ในสภาพไม่ปลอดภัย คนในสังคมจะรู้สึกขาดความสุขใจ จึงเป็นสาเหตุทำให้ต้องดิ้นรนแสวงหากลิวิธี หรือ เหนทางระงับความทุกข์ด้วยวิธีการบริโภค หรือ เสนอสัมผัสรสด้วยอวัยวะต่าง ๆ อย่างหลากหลายที่สุด เช่น ต้องการกินอาหารประหลาด ต้องการเสกามารมณ์ที่แปลกใหม่ ต้องการฟังเพลงที่ร้อนแรง ต้องการแสดงอำนาจเหนือคนอื่น ๆ สิ่งร่ำที่ปรากฏจึงมีร่องรอยที่มาจากสิ่งเหล่านี้เสมอ เช่น การโฆษณายาแก้จืดกลืนตัว ที่เสนอสิ่งร่ำด้วยสัญลักษณ์ทางกามารมณ์ การโฆษณาอาหารด้วยสัญลักษณ์ของอาหารอร่อย เป็นต้น)

สิ่งร่ำดังกล่าวจะอยู่ในรูปธรรมที่สัมพันธ์กับความไม่ฝัน หรือที่เรียกว่าเป็นความเป็นจริงทางศิลปะ (Artistic Truth) ซึ่งเป็นภาพตัวแทนความเป็นจริงของชีวิต (Life truth) ดังนั้นการวิเคราะห์จากประสบการณ์ของคนในสังคมจึงเป็นที่มาของแนว

ความคิดสร้างสรรค์สิ่งเร้าทางสุนทรียะให้สอดคล้องกับประสบการณ์ดังกล่าว เพื่อจะได้เกิดการซาบซึ้งทางสุนทรียะหรือเกิดการเรียนรู้ความงามในระดับที่เหมาะสม ดั่งนั้นศิลปะจึงเป็นการสะท้อนชีวิตในสังคมอันหลากหลายออกมา ในรูปของสัญลักษณ์ที่มีความเป็นเอกภาพสมบูรณ์ กระทัดรัด และเป็นตัวแทนในระดับสากลของคนส่วนใหญ่

นอกจากนั้น ยังเป็นสภาพสังคมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ เช่น การอนุรักษ์มรดกไทย การลอบกระชก พระราชพิธีสมัญโบราณ ความรักชาติ การยกย่องนับถือผู้ใหญ่ เป็นต้น

6. ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวดโฆษณาสดเชื่อมครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11

จุดเริ่มแรกอันเป็นที่มาของการประกวดภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ คือในปี พ.ศ. 2520 บรรณาธิการวารสารบริหารธุรกิจ ของคณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ต้องการบทความ หรือบทวิจัยทางด้านการตลาด หรือโฆษณา เพื่อลงตีพิมพ์ในวารสาร ซึ่งในขณะนั้นการโฆษณาทางโทรทัศน์ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางในทางลบ และยังไม่มียุคคลหรือองค์กรใดที่ยื่นเข้ามาจับบทบาทอย่างจริงจัง ดังนั้น จึงได้มีการคิดทำการวิจัยในรูปของการจัดประกวดภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ขึ้น เพื่อนำผลการวิจัยมาพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร คณะดำเนินงานประกอบด้วย อาจารย์จาก 2 สถาบัน คือ จากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และคณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะดำเนินงานได้มีการประชุมปรึกษาหารือ และออกจดหมายเชิญชวนไปยังบริษัทโฆษณาต่าง ๆ การคัดเลือกกรรมการตัดสินได้รับความร่วมมือและแนะนำจากสมาคมโฆษณาสหกิจแห่งประเทศไทย และสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย คณะกรรมการประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ 4 กลุ่มคือ

1. นักการตลาดและนักโฆษณา
2. นักวิชาการทางการตลาดและการโฆษณา
3. นักสร้างภาพยนตร์
4. สื่อมวลชน

ในครั้งแรกมีภาพยนตร์ส่งเข้าประกวดรวม 77 เรื่อง และได้ประกาศผลการตัดสินภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยมประจำปี 2519 12 เรื่อง โดยแยกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม 10 เรื่อง และภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม 2 เรื่อง ต่อมาในปี พ.ศ. 2521 มีการเปลี่ยนแปลงชื่องานจาก "การประกวดภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม" (Top Ten TV Commercials) มาเป็น "การประกวดโฆษณายอดเยี่ยมแห่งประเทศไทย" (Top Advertising Contest of Thailand) หรือเรียกย่อว่า "แทคท์อะวอร์ด" (TACT Awards) ในครั้งนี้ได้มีการเพิ่มรางวัลภาพยนตร์โฆษณายอดนิยม 1 รางวัล รางวัลภาพยนตร์โฆษณาความคิดสร้างสรรค์ยอดเยี่ยม 1 รางวัล และรางวัลภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิตยอดเยี่ยม 1 รางวัล หลังจากนั้นก็ได้ดำเนินการประกวดเรื่อยมา ตั้งแต่ครั้งที่ 3, 4, 5 และครั้งที่ 6 ได้มีการเพิ่มรางวัลโฆษณาส่งเสริมเยาวชนยอดเยี่ยมขึ้นมาอีก 1 รางวัล และเพิ่มการประกวดแคมเปญ สิ่งพิมพ์ขึ้น ครั้งที่ 7 เพิ่มรางวัลแคมเปญภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม 1 รางวัล และรางวัลโปสเตอร์โฆษณายอดเยี่ยมอีก 1 รางวัล ในครั้งที่ 8 จัดให้มีการเพิ่มรางวัลการโฆษณาทางวิทยุยอดเยี่ยมอีก 5 รางวัล ต่อมาในครั้งที่ 9 (พ.ศ. 2528) คณะกรรมการได้จัดให้มีการเพิ่มรางวัลชมเชยที่ 2 และที่ 3 แก่ภาพยนตร์โฆษณาที่มีความคิดสร้างสรรค์ยอดเยี่ยม และภาพยนตร์โฆษณาที่มีการผลิตภาพยนตร์ยอดเยี่ยม ในครั้งที่ 10 (พ.ศ. 2529) เป็นครั้งแรกที่คณะกรรมการศิลป มหาวิทยาลัยศิลปากรรับเป็นเจ้าภาพจัดงานโดยมีการปรับปรุงเกี่ยวกับการตัดสินว่า น่าจะแยกการพิจารณาโดยเด็ดขาดระหว่างกรรมการทางด้านการตลาดและกรรมการทางด้านศิลปะและการสร้าง ดังนั้นคณะกรรมการดำเนินงานจึงได้เปลี่ยนแปลงแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับด้านการตลาดและการโฆษณาเท่านั้น เช่นแต่เกี่ยวข้องกับกรรมการทางด้านความคิดสร้างสรรค์ และการผลิตภาพยนตร์ก็จะตอบแบบสอบถามเฉพาะในแขนงของตน แล้วนำมารวมกันโดยมีการถ่วงน้ำหนักเป็นคะแนนด้านการตลาด 50% คะแนนด้านความคิดสร้างสรรค์ 30% และคะแนนด้านการสร้างสรรค์ 20% รวมเป็น 100% ในครั้งที่ 11 (พ.ศ. 2530) คณะบริหารธุรกิจสภาฯ กับบัณฑิตวิทยาลัยบริหารศาสตร์เป็นเจ้าภาพจัดงาน ได้มีการเพิ่มรางวัลให้แก่ผลงานยอดเยี่ยมตามประเภทของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้คือ

1. ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม
2. ประเภทสินค้า และของใช้เบ็ดเตล็ดส่วนตัว
3. ประเภทผลิตภัณฑ์รถยนต์
4. ประเภทเครื่องใช้ในบ้าน
5. ประเภทอุปกรณ์ในบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้าอุปโภคอื่น ๆ
6. ประเภทที่ดินและอุปกรณ์ก่อสร้าง
7. ประเภทบริการ
8. ประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วไป

ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดโฆษณายอดเยี่ยม
ของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 มีดังต่อไปนี้คือ

ครั้งที่ 7 (พ.ศ. 2525) มีภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลดังนี้

ประเภทภาพยนตร์ยอดเยี่ยม 10 รางวัลดังนี้

1. นีเวียครีม และโลชั่นชุด "ทุก ๆ วัน"
2. เซลแก๊ส ชุด "ลูกบิดนิรภัย"
3. คลอสเตอร์เบียร์ ชุด "เทพบุตรคิวทอง"
4. เมตราหมี ชุด "ประหลาดใจ"
5. ชอนดำ ชุด "ชอนดำวิงค์"
6. ฝลุอ คาวิล 180 ชุด "ก๊าด"
7. เดอะมอล ชุด "บุตึก"
8. เดอะมอล ชุด "ชีวิตใหม่"
9. เป็ปซี่ ชุด "รัศคคอนเสิร์ท"
10. เป็ปซี่ ชุด "ความรัก"

ประเภทภาพยนตร์ส่งเสริมการขายยอดเยี่ยม 1 รางวัลคือ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมเอกลักษณ์ไทยชุด "อับติเบต"

ประเภทภาพยนตร์สร้างยอดเยี่ยม 1 รางวัลคือ

เป็ปซี่ ชุด "รัศคคอนเสิร์ท"

ประเภทภาพยนตร์ความคิดสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมชุด "ความรัก"

ครั้งที่ 8 (พ.ศ. 2526) มีภาพยนตร์ได้รับรางวัลดังต่อไปนี้

ประเภทรางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยมมี 10 รางวัล ดังนี้

1. สีไอซีไอ ชุด "ชาวธรรมชาติ"
2. เอสไอ ชุด "ตรวจน้ำมัน"
3. น้ำตาลคำพิถิลลิตควิดเปเปอร์ ชุด "ไม่เป็นไร ๆ ผิดกันได้"
4. เบียร์สิงห์ ชุด "ลอบกระทง"
5. เบียร์สิงห์ ชุด "เรือพระที่นั่ง"
6. ไอบีเอ็ม เพอซีแชนลคอมพิวเตอร์ ชุด "เข้าวันจันทร์"
7. กระจาดาสีโกตัก ชุด "คลื่นลูกใหม่"
8. พูจิกาเอวัน ชุด "มือไหน ๆ ชุด 1"
9. น้ำยาปรับผ้านุ่ม ซอฟริง ชุด "ผ้าของคุณต้องการ"
10. ดุราเกรซ ชุด "สู่น้ำ"

ประเภทรางวัลส่งเสริมเยาวชนยอดเยี่ยม 1 รางวัล คือ

ชมรมสร้างสรรค์ไทย ชุด "ตาวิเศษ"

ประเภทรางวัลส่งเสริมสังคมยอดเยี่ยม 1 รางวัล คือ

มูลนิธิเด็กบ้านทานตะวัน "บ้านทานตะวัน"

ประเภทรางวัลแคมเปญยอดเยี่ยม 1 รางวัล คือ

เอสไอ ชุด "ตรวจน้ำมัน"

ประเภทรางวัลโฆษณาดีเด่น 1 รางวัล คือ

เฟิชันนาฮาว ชุด "อิมเมจ ออฟ เลกเซลเลนท์"

ประเภทรางวัลความคิดสร้างสรรค์ยอดเยี่ยม 1 รางวัล คือ

กระจาดาสีโกตัก ชุด "คลื่นลูกใหม่"

ครั้งที่ 9 (พ.ศ. 2527) มีภาพยนตร์ได้รับรางวัลต่าง ๆ ดังนี้
ประเภทรางวัลภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม 10 รางวัลดังนี้

1. นีเวียโลกทัน ชุด "นุ่มผิวด้วยนีเวีย"
2. เชลล์ ชุด "นับ"
3. กุญแจทะเล ชุด "ร้อยปี"
4. เมตราบาฮี ชุด "เยี่ยมคุณย่า"
5. มอลล่าออตโต้ลิป ชุด "สิ่งท่อมอเตอร์ไซด์"
6. สโมสรรโอสถสภา ชุด "บ็อกเซอร์"
7. สีเดลต้า ชุด "คุณค่าของสี"
8. เฮนเนสซิดิวเว่ ซุฟิเลีย ชุด "นักดื่มใหม่"
9. สีเพทาไลท์ ชุด "เต็มอารมณ์"
10. กรีนสปอต ชุด "ทะเลทราย"

ประเภทรางวัลผลิตภัณฑ์ และบริการยอดเยี่ยม 2 รางวัล คือ

1. อเมริกันเอ็กซ์เพรส ชุด "คุณรู้จักผมไหม"
2. นีเวียครีม และโลชั่น ชุด "นุ่มผิวด้วยนีเวีย"

ประเภทรางวัลความคิดสร้างสรรค์ยอดเยี่ยม 1 รางวัล คือ

นีเวียครีม ชุด "โลกนุ่ม"

ประเภทรางวัลส่งเสริมสังคมยอดเยี่ยม 1 รางวัล คือ

ไทยทีวีสี ช่อง 3 ชุด "แต่น้องผู้ใจไทย"

ประเภทรางวัลส่งเสริมเยาวชนยอดเยี่ยม

ไทยทีวีสีช่อง 3 ชุด "แต่น้องผู้ใจไทย"

ครั้งที่ 10 (พ.ศ. 2528) มีภาพยนตร์ได้รับรางวัลดังนี้

ประเภทรางวัลภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม 10 รางวัลคือ

1. สีโอซีโอ ชุด "สวยดังธรรมชาติ"
2. เชลล์ท้อด ชุด "ขุง"

3. ฟาสเตอร์ แชท ชุด "อุโมงค์ไทม์"
4. น้ำมันเครื่องเฮลิคอปเตอร์ ชุด "เมตามอร์ฟอซิส"
5. น้ำมันเครื่องเซลล์ ชุด "ยักษ์บิด"
6. เดอะมอลซอปปิง ชุด "หุ่น" ชุด "ซามูไร"
7. ห้างสรรพสินค้าไซโก้ ชุด "ฤดูกาลแห่งความสุข"
8. เฮนเนสซี่ ชุด "เพื่อยามเย็น"
9. ฮอลล์ ชุด "เงา"
10. ฮอลล์ ชุด "หลายรสนชาติ"

ประเภทรางวัลผลิตภัณฑ์และบริการยอดเยี่ยม

นิเวียเฟช ชุด "พลิกหน้า"

แฮนด์เมด ชุด "หลีกเลี่ยงไม่ได้"

ประเภทส่งเสริมสังคมยอดเยี่ยม

ไทยทีวีสีช่อง 3 ชุด "สิ้นชาติ"

ครั้งที่ 11 (พ.ศ. 2529) มีภาพยนตร์ได้รับรางวัลดังนี้

ประเภทรางวัลภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม 11 รางวัล คือ

1. สิงห์โกลด์ ชุด "Duel"
2. ก๊วยจี๊ไบโคคา ชุด "ความคิดใหม่"
3. ซิดเคิลิก ชุด "Dancing girl"
4. เฮสไลน์ไลท์ โลชั่น ชุด "What a feeling"
5. มอลล่า ออโตลูน ชุด "บทเรียมยักษ์บิด"
6. โสไมเฟรชมาร์ก ชุด "why"
7. โตโยต้าไฮลักซ์ ชุด "ฮีโร่ 1", "ฮีโร่ 2"
8. ฮอลล์ เมเนโทลิปตัส ชุด "Chase"
9. ป.ป.ป. ชุด "พ่อหนูไม่ได้โกง"
10. ดูราเกรส ชุด "ธรรมชาติ"

11. ยิมทิมบอร์คตราซ้าง ชุด "เทนี่"

จากภาพยนตร์โฆษณาที่ส่งเข้าประกวดทั้งที่ ได้รับรางวัลและ ไม่ได้รับรางวัลรวม
ทั้งสิ้น 150 เรื่อง สามารถแยกเป็นคุณลักษณะโดดเด่นทางด้านรูปแบบ และเนื้อหาได้ดังนี้
คุณลักษณะโดดเด่นทางด้านรูปแบบ ประกอบไปด้วยภาพยนตร์โฆษณาดังต่อไปนี้

1. ความกลมกลืน ประกอบด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุด
/เพื่อวันใหม่/ผิวเด็ชว/ สายน้ำนม/ Acadian Bath/ ดุจแพร่ไหม/
ไอซีไอ/ เดอะเนชั่นวันนี่/ แสงหา/ เอสกิโม/ อิมเมจออฟเอ็กเซล
เร้นท์/ ความมั่นใจ/ เปาโลกคุณภาพเยี่ยม/ ผ้าของคุณต้องการ/
2. ความเป็นระเบียบ ประกอบด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุด
/Big Family/ เพื่อวันใหม่/ โรงกลั่น/ คุรียงค์/ ทูกรส/ หลากสี
หลายอารมณ์/ เลือสปอดชาวกินกินี่/ Luft - V - Front/
3. ความยิ่งใหญ่ ประกอบด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุด
/ชรวมชาติ/ ฟาวเวอร์/ แกร่งตั้งหินเผา/ ความบอย/ มิติใหม่/ โลก
ของนิลแกน/ คลีไฮนตรา/ ลิโนทวดโต/ โรงงาน/ ความร้อน/
นิพน/ ดิ่งพสุธาภิษาสเตอร์แซท/ บริการคอมพิวเตอร์/Travelling
log/ Tiger/
4. ความแปลกใหม่ ประกอบด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุด
/ตระกูลสิงห์/ เทนี่/ จักรยานคอมพิวเตอร์/ จับความสวย/ Why/
Shadow/Cleaning/ เครื่องวิ่ง/ มอเตอร์ไซด์คลีนิด/ อูโมงค์น้ำมัน/
คาบิกะ/ เมตามอพอชีส/ สตาร์/ ซิคเครททารูปหัวใจ/ เพรช/ สู้น้ำ/
กระป๋องมกัศจรรย/
5. ความขัดแย้ง ประกอบด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุด
/แนช/ คู่แข่ง/ ทะเลทราย/ แนวหน้า/ รักชีวิตป้องกันเขาแสนดี/
หลากสีหลายอารมณ์/ พูจิกามือไทย ๆ/ ตัวอย่าง/ ต่อต้านยาบ้า/
going home/

6. ความเคลื่อนไหว ประกอบด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุด

/Dancing girl/ นางแลสู้สู้/ เทนิ/ ลั่นยุค/ อุโมงค์น้ำมัน/ เดอะ
 บิควัน/ เพื่อนเดี่ยว/ วันจันทร์/ แฮนด์เมด/ ไดมอนด์/ โลกนุ่ม/
 ททท/ ประหยัด/ เต็นท์/ เบรดด้านซ์/ คลื่นลูกใหม่/ ปล่องนก/
 ลูกอมทรีบอ/ มิตรชิบิล ไดมอนด์/ ร็อคคอนเสิร์ต/

ในด้านเนื้อหาประกอบด้วยภาพยนตร์ต่อไปนี้

1. ชื่อเสียงเกียรติยศฐานะทางสังคม ประกอบด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุด

/เทนนิส/ นางแล/ If you have to wear/ นักบิน/ ชายหาด/
 ดีไซน์เนอร์/ นิยม-ศรัทธา/ เปปโซเดนท์ ดร.สมชาย/ ลิโพขาวผ่อง/
 เมียวใจ ชัมมัส/ นักดื่มใหม่/ คุณรู้จักผมไหม/ สมาร์ท/ ร้อยปี/
 ออเชสตรา/ ก้าวไปข้างหน้ากับคุณ/ นายพล/ ร้านดอกไม้/ รถของ
 วัยรุ่น/

2. ความเพ้อฝัน ประกอบไปด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุด

/ความฝันของฉัน/ รัก/

3. ความสนุก ตลก ขบขัน ประกอบไปด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุด

/ลุงคิดกับทิดชัย/ซูโม่/บ้านปลาทอง/ สาวใช้ใหม่/ นักบิด/ หุ่นชาบูไร/
 คุณป้าประดับ/ ทมปังฟาร์มเฮาส์/ ลุงกระได/ ไม่เป็นไร ไม่เป็นไร/
 Boy Scout/

4. กาวารมณ์ ประกอบไปด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุด

/Pillow/ แพนชั่น/ เซลเบลเบลชัน/ เม่ผิวดำขนีเวีย/ เครื่องแต่ง
 กายซีคิว/ Cherlilon/

5. วัฒนธรรมประเพณี ประกอบไปด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุด

/อาหารไทย เบียร์ไทย/ วิจัย/ ฟลทนูไม้ได้โงง/ นิคมโลก/ กะปิ
 นังงา/ น้ำมัทเหม็ด/ ลีเซชาติ/ ได้ร่วมธงไทย/ เข็มคุณย่า/ กลอง/
 เทียวแม่ตั้นไทย ภูมิใจแผ่นดินทอง/ วันแม่/ ลงรักปิดทอง/ ลอย
 กระตง/ เรือพระที่นั่ง/ เมืองไทยใหญ่อุดม/ โบตัน/

6. ความน่าเกลียด น่ากลัว ประกอบไปด้วยภาพยนตร์โรแมนซ์
/ซีโร/ สะพาน/ อัดคีย์ "ตุ๊กตา"/ ความหวังแสนไกล/ ชุง/ พลาด
ไม่ได้/ แต่น้องผู้วิเศษ/แผ่นดินทอง/รักชีวิตป้องกันยาเสพติดเดี๋ยวนี้/
Accident/
7. ความบริสุทธิ์ไร้เดียงสา ประกอบไปด้วยภาพยนตร์โรแมนซ์
/Duel/ Acadian Bath/ ผ้าไหมขาว/ แมว/ ลูกไก่/ ชีวิต/ เด็ก
น้อย/ นัม/ ก๊กไก่/ ความหวังใหม่/
8. อิสระเสรีอย่างธรรมชาติ ประกอบไปด้วยภาพยนตร์โรแมนซ์
/What a Feeling/ ซาเลนจ/ นาราโดซ์/ สวยดั่งธรรมชาติ/
ตกปลา/ ท่องโลก/ รักที่นั่นคือที่นี่/ บ้านอิงคอย/ น้ำตก/

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์ที่ผู้วิจัยให้ความสนใจ
 ความคิดเรื่อง คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ จากปรัชญาสุนทรียศาสตร์ เรียบลิสต์คิด
 ปรัชญาสุนทรียศาสตร์ซีแมนติก จิตวิทยาการรับรู้ และจิตวิทยาสังคม สร้างเป็นเกณฑ์
 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ โดยศึกษาจาก วรรณกรรมทาง
 โทรทัศน์ ที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดโฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึง
 ครั้งที่ 11 จากวีดีโอเทป และนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าในรูปของการพรรณนาวิเคราะห์
 (Descriptive Analysis) ประกอบแบบการถ่ายภาพ (Story Board) โดยดำเนินการ
 ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ศึกษาแนวความคิดเรื่องคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ
2. ศึกษาสภาพสังคมไทยในช่วงก่อน พ.ศ. 2525 ถึง พ.ศ. 2530 จากวารสาร หนังสือพิมพ์ บทความ และตำราทางวิชาการ ในส่วนที่สอดคล้องกับคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ
3. สร้างเกณฑ์การวิเคราะห์โดยผู้วิจัย แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสุนทรียศาสตร์ ด้านการโฆษณา และด้านจิตวิทยา 3 คน คือ อาจารย์บรรจง บรรเจิดศิลป์ รองศาสตราจารย์ ดร.วิรุณ ตั้งเจริญ และอาจารย์ ดร.หม่อมหลวง ภาดา เทวกุล ตรวจสอบ โดยผู้วิจัยใช้วีดีโอเทปประกอบลำดับแบบการถ่ายภาพ (Story Board)

วิธีสร้างเกณฑ์

1. ผู้วิจัยดูภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์จากวีดีโอเทปจำนวน 150 เรื่อง แล้วบันทึกคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะทุกเรื่อง หลังจากได้ผู้วิจัยจะจัดหมวดหมู่คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่บันทึกเอาไว้ โดยแยกเป็นคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะด้านรูปแบบและด้านเนื้อหา แล้วนำไปตรวจสอบกับแนวคิดหรือทฤษฎีทางสุนทรียศาสตร์และจิตวิทยาการรับรู้อีกครั้ง แล้วจึงนำไปให้ผู้วิจัยตรวจสอบ (ขั้นตอนนี้เป็น การสร้างเกณฑ์จากการที่ผู้วิจัยลงไปศึกษากับกลุ่มประชากรที่เป็นวีดีโอเทปโดยตรง ซึ่งเป็นรูปแบบเฉพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่จะต้องอาศัยการศึกษาวิจัยกับกลุ่มประชากรที่

มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในด้านศิลปะการ
โขนนาที่เกี่ยวกับความรู้สึกของมนุษย์ เป็นส่วนใหญ่)

2. นำเกณฑ์ดังกล่าว ไปให้ผู้เชี่ยวชาญทั้งสามคนตรวจสอบ ประกอบวิดีโอ
เทปและแผนการถ่ายภาพ โดยเน้นความรู้สึกที่เกิดจากการดูโดยตรงว่า เรื่องใดเสนอ
คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่สร้างความรู้สึกโดดเด่น ที่ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สุนทรียะ
ทันได้ นั้น มีลักษณะเป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้หรือไม่

4. วิธีการวิเคราะห์

ผู้วิจัยคือเครื่องมือที่สำคัญสำหรับการวิจัยประเภทนี้

4.1 ผู้วิจัยต้องเริ่มต้นด้วยการควบคุมอารมณ์ของตนเองให้ไม่เข้าไปมีส่วน
ร่วมหรือคล้อยตามกับเหตุการณ์ของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์โขนนาใน
แต่ละเรื่อง เพื่อจะได้มีสติเป็นกลาง เพื่อคอยจับคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่ปรากฏ
ออกมา ซึ่งอาจจะไม่ปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจะต้องดูหลาย ๆ ครั้ง วิธี
ที่ผู้วิจัยควบคุมอารมณ์ให้ไม่คล้อยตามภาพยนตร์ได้ ก็ด้วยการศึกษาและทำความเข้าใจใน
ปรัชญา สุนทรียศาสตร์ และจิตวิทยาการรับรู้อย่างละเอียดลึกซึ้ง นอกจากนั้นผู้วิจัยยังจะ
ต้องฝึกการมองหรือชมภาพยนตร์โขนนาอย่างวิจิตรวิเคราะห์มาก่อนอย่างสม่ำเสมอ จนเกิด
ทักษะ

4.2 คุณภาพมาตรฐานโขนนาทางโทรทัศน์แต่ละเรื่อง แล้ววิเคราะห์ตามเกณฑ์
ที่สร้างไว้ ด้วยการอธิบายเกณฑ์แต่ละเกณฑ์ แล้วยกตัวอย่างภาพยนตร์โขนนาที่จะเสนอ
ให้เห็นคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่เป็นไปตามเกณฑ์ดังกล่าว พร้อมกับชี้ให้เห็น
คุณลักษณะได้ ๆ ประกอบภาพ การวิเคราะห์จะแยกเป็น 3 ประเด็นดังนี้

4.2.1 วิเคราะห์คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ จากภาพยนตร์
โขนนาทางโทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวดโขนนายอดเยี่ยม ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11

4.2.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะสิ่งเร้าทางสุนทรียะระหว่าง
ภาพยนตร์โขนนาทางโทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวดในวาระประกวดโขนนายอดเยี่ยมของประเทศ
ไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 ที่ได้รับรางวัล และภาพยนตร์โขนนาทางโทรทัศน์ที่ไม่ได้รับ
รางวัลใด ๆ โดยพิจารณาว่าคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะแตกต่างกันหรือไม่

4.2.3 วิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะของสิ่งเร้าทาง
สุนทรียะกับสภานสังคมไทย

ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ แยกออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. วิเคราะห์คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ จากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดโฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11
 2. วิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ชนะการประกวดกับไม่ชนะการประกวด
 3. วิเคราะห์ความสอดคล้องกับสภาพสังคมไทย ในช่วงระยะเวลาการแพร่ภาพ
- ผลการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

วิเคราะห์คุณลักษณะสิ่งเร้าทางสุนทรียะจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดโฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทยครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11

ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์เป็นศิลปะอีกประเภทหนึ่ง ที่รวมเอาศิลปะต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน ด้วยการอาศัยทฤษฎีทางด้านจิตวิทยา และทฤษฎีทางสุนทรียศาสตร์ เป็นเครื่องมือในการกำหนดรูปแบบการสร้างสรรคสิ่งเร้าทางสุนทรียะ เนื้อเป้าหมายให้ผู้ชมผู้สัมผัสเกิดการซาบซึ้งในศิลปะทางที่แน่นอน ผู้ชมจึงกลายเป็นศูนย์กลางของการสร้างสรรค์กันจะก่อให้เกิดรูปแบบที่หลากหลายไปตามกลุ่มของผู้ชมที่มีความแตกต่างกัน และจากภาพยนตร์โฆษณาที่ส่งเข้าประกวดจำนวนมากดังกล่าว สามารถแยกคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่ปรากฏออกมาได้ 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะทางด้านรูปแบบ และคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะทางด้านเนื้อหา ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางด้านสุนทรียะทางด้านรูปแบบ ประกอบด้วย

1.1 ความกลมกลืน หมายถึง คุณลักษณะที่ปรากฏให้ เห็นถึงความสัมพันธ์ของส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ผสมผสานกันอย่างพอดี เหมาะพอดี และมีลักษณะที่อยู่ในรูปของความกลมเครือ โดยที่ผู้สัมผัสไม่สามารถแยกส่วนประกอบต่าง ๆ ของสิ่งที่สัมผัสได้ เป็นคุณลักษณะที่สร้างความเบิกบานชื่นในจิตใจ ดังปรากฏในภาพยนตร์ที่เสนอในรูปของแผนการถ่ายภาพ ดังต่อไปนี้

เพื่อวันใหม่

๓๐ วินาที

ได้ก

ที่ก็อีกที่

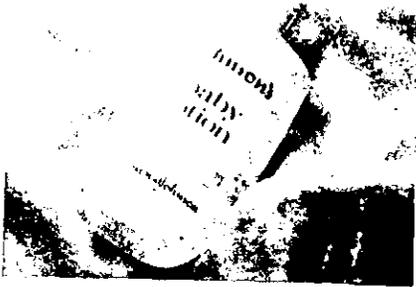
บริษัท เอส เอส ซี แอนด์ บี ลิเนตาส จำกัด



ต้องเลิกซี

ภาพยนตร์เรื่องนี้ ได้ออกแบบให้มีกลุ่ม
 ชาวชนจากทั่วโลกมาร่วมร้องเพลงประสานเสียง
 กัน คล้ายกับว่าชาวชนเหล่านี้เป็นเพื่อน หรือรู้จัก
 กันมานาน เสียงร้องและบรรยากาศภายในห้อง
 โถงขนาดมหึมา สะกิดเร้าให้ผู้ชมรู้สึกถึงความ
 นุ่มนวล น่ารักของคนที่มีสัญชาติแตกต่างกัน จาก
 ประสบการณ์หรือคุณลักษณะดังกล่าว ทำให้ผู้ชม
 เกิดภาวะจิตผูกพัน (Psychical distance)
 ขึ้น จนเกิดเกิดความรักขึ้นชั่วขณะหนึ่ง และใน
 ขณะที่จิตใจของผู้ชมเกิดอารมณ์สุนทรียะขั้นนี้ ผู้
 สร้างสรรค์ภาพยนตร์จะสอดใส่เป้าหมายที่เกี่ยวกับ
 สัญลักษณ์ของ ได้ก เข้าไปอย่างแนบเนียน พอเหมาะ
 พอต่อ จนเกิดการรับรู้สัญลักษณ์ของ ได้ก อย่างมี
 สุนทรียะด้วย เพราะในสภาวะของการรับรู้
 ดังกล่าวมีสุนทรียะนั้น ผู้ชมจะรับรู้ทั้งรูปและเสียง และ
 โใบที่รับรู้คือภาพที่ปรากฏในเฟรมต้น ๆ ส่วนนี้คือ
 สัญลักษณ์ของ ได้ก

ดูจนพรไหม



30 วินาที

บริษัท จอห์นสันแอนด์จอห์นสัน (ประเทศไทย) จำกัด
บริษัท เอสเอสซีแอนด์บี ลินเตาสประเทศไทย จำกัด
ศรวายุ ชัยศุภกิจสถิตย์, เนชราวรรณ แสงสว่าง
ศรวายุ ชัยศุภกิจสถิตย์, วิชา ฉันทสุขศรี,
สมชาย ลีลานงศ์

จากภาพยนตร์เรื่อง "ดูจนพรไหม" ผู้
สร้างสรรค์ได้ใช้คุณลักษณะของความกลมกลืน ด้วย
สีสรรส่วนรวมเป็นชมพูอ่อน กลมกลืนกับสีของพร
ไหม ที่รองรับรูปทรงอันเกลี้ยงเกลาของขวด โลชั่น
ประกอบด้วยความนุ่มนวลของมือในเฟรมต่อมา และ
รูปแบบ ท่าทางของหญิงสาวท่ามกลางบรรยากาศ
ของพร ที่เคลื่อนไหวอย่างพลิ้วเบากลมกลืน
ประสาธน์สัมผัสที่สุด ในเฟรมสุดท้ายจะจบลง
ด้วยภาพสรุปของครีมเบบีโลชั่นอย่างต่อเนื่อง เป็น
แต่เป็นผล สอดคล้องต้องกันกับเงื่อนไขในเฟรม
ต้น ๆ จนผู้ชมแยกไม่ออก

Acadium Bath

30 วินาที

สบู่โรเซ็ท

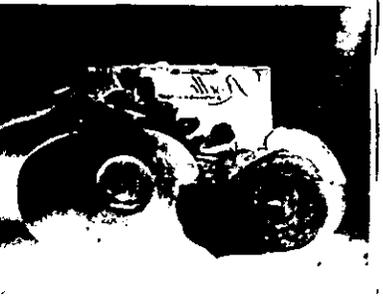
บริษัท เบอร์ลี่ยุคเกอร์ จำกัด

บริษัท โอกลีวีแอนด์เมเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

สยาม สตุดีโอ

แมรี่ โอเว่น

คชา สุทัศน์ ณ อยุธยา



จากภาพยนตร์เรื่องนี้จะเห็นว่า ผู้สร้าง
 สวรรค์ได้เสนอรูปแบบ สีสรรของกลุ่มดอกกุหลาบ
 ที่แสดงนำหนักแก่อน ประกอบกับลีลาการซ้อนกัน
 ของกลีบกุหลาบ อย่างกลมกลืน นุ่มนวล สอด
 คล้องต่อเนื่องกับภาพผู้หญิงโบราณ ที่ประดับ
 ประดาไปด้วยดอกกุหลาบอย่างพอเหมาะพอดี ใน
 ท่ามกลางประตูโค้ง ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็นสีนภาพ
 ด้านหลัง มีแสงเงาสลับ และในเฟรมที่สามก็เห็น
 ความงามอย่างต่อเนื่อง กับดอกกุหลาบบนฝ่ามืออัน
 เรียวงาม น่ารัก และในเฟรมที่สี่ก็ปรากฏเป็นภาพ
 หญิงสาวกำลังอาบน้ำด้วยสบู่โรเซ็ท ด้วยท่าทาง
 ที่แสดงถึงความสุข ความพึงพอใจ แล้วจบลงด้วย
 ภาพหญิงสาว ดอกกุหลาบ และสบู่รวมกันอย่างมี
 เอกภาพและดูกลมกลืนมากที่สุด จนผู้ชมรับรู้ว่ามี
 ต่าง ๆ ที่ปรากฏเหล่านั้นเป็นเหตุเป็นผลกันจริง ๆ
 ทั้ง ๆ ที่เป็นเพียงความจริงในศิลปะ

ผิวเด็ชว

30 วินาที

จอห์นสัน เบบีโลชั่น

บริษัท จอห์นสันแอนด์จอห์นสัน (ไทย) จำกัด

บริษัท เอสเอสซีแอนด์บี ลินดาประเทศไทยจำกัด

เกรย์สเกล

ต่อ สันติศิริ, รัชนี ชัญญุประภา, อิกทธิชัย อูมาพร

ต่อ สันติศิริ, วิชา ฉันทสุศรี, ไนเคล วอร์

นอกจากนี้ยังปรากฏคุณลักษณะทางด้านความ
กลมกลืนในภาพยนตร์เรื่อง "ผิวเด็ชว" ที่ออกแบบ
ให้ใบหน้าของหญิงสาวมีสีชมพูเรื่ออมแดง อยู่ท่าม
กลางผ้าแพรที่เบาบางและพลิ้วไหว ผสมผสานกับ
ใบหน้าโดดเด่น ทำให้ภาพปรากฏโดยส่วนรวม
สร้างความรู้สึก ความกลมกลืน และความนุ่มนวล
อ่อนหวาน จนทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ผูกพันขึ้นขณะ
หนึ่ง และในช่วงระยะเวลาที่ภาพยนตร์จอห์นสัน
เบบีโลชั่นไหลออกมาปรากฏในเฟรมที่ 3 ทำให้ผู้
ชมรับรู้จอห์นสันเบบีโลชั่นอย่างมีสุนทรียะ พร้อม ๆ
ไปด้วย



สายน้ำนม Milk Stream

30 วินาที

โลชั่นนํ้านมบำรุงผิวคาเวินา

บริษัท เบอร์ลี ยูคเกอร์ จำกัด

บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมเชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

พี แอนด์ ซี

เคลทัย บุญชะรัตเวช, ชรินทร์ วิชาลบุชนีย์,

กนิษฐ์ มะโนทัย

พัฒนา เอื้ออวาทกุล

และจากภาพยนตร์เรื่อง "สายน้ำนม" ก็เช่นเดียวกัน ผู้สร้างสรรค์พยายามใช้นํ้านมเป็นสื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกถึง ความเนียนนวลของผิวเมื่อใช้โลชั่นบำรุงผิวคาเวินา ซึ่งการใช้นํ้านมอาบเพื่อบำรุงผิวพรรณของหญิงสาว เป็นประสบการณ์เดิมของคนที่รับรู้ ว่า ผู้อบนํ้านมจะมีผิวพรรณสดใสเปล่งปลั่ง เนียนนวล ดังนั้น ภาพสายน้ำนมที่ราดรดไปบนเว็ลนร่างของหญิงสาว จะดูกลมกลืนกับส่วนโค้ง ส่วนเว้ามากที่สุด จนก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรีย์ขั้น และในขณะเดียวกันก็จะรับรู้ภาพสัญลักษณ์ของสบู่คาเวินา เข้าไว้ด้วย



วาโก้ "เนิสท์ บรา"

60 วินาที

วาโก้

บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล คอสเมติก จำกัด

บริษัท ฟาร์อีสท์ แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

บริษัท สยามสตูดิโอ จำกัด

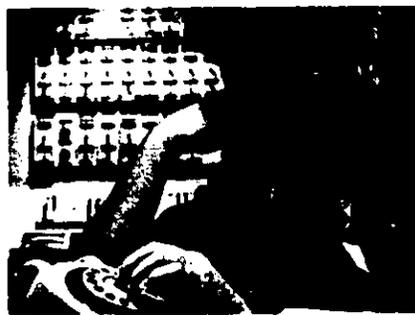
น.ส. เมตตา สุวิชิตวงศ์

น.ส. เมตตา สุวิชิตวงศ์



จากภาพยนตร์เรื่อง "วาโก้ เนิสท์ บรา"

ผู้สร้างใช้ความนุ่มนวลกลมกลืนของผ้า และลักษณะ
ขนแมวที่ปกคลุมเป็นสื่อในการสร้างความรู้สึกหรือสิ่ง
เร้าทางสุนทรียะให้กับผู้ชม ดังปรากฏอย่างโดดเด่น
เด่นในเฟรมที่ 2 และจะจบลงด้วยเป้าหมายของ
การโฆษณา คือ ชูชขึ้นใน "วาโก้" ในเฟรมต่อมา



1.2 ความเห็นระบือ

โรงกลั่น

60 วินาที

บริษัท เอสโซ่ สแตนดาร์ด ประเทศไทย จำกัด
ลีโล เบอ์เนทท์, ดิกแฮล์ม โฆษณา
ภานุ อิงคะวัต, ดลชัย บุญยรัตเวช,
วารางคณา ดุทยานนท์
ภรณี เจตสมมา, คชา สุทัศน์ ณ อุษุชชา

ความเห็นระบือ หมายถึง คุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นส่วนประกอบทั้งหมด ผสมผสานกันขึ้นอย่างมีจังหวะจะโคน เป็นระบบ มีช่วงห่างที่แน่นอน มีลำดับเล็กใหญ่ก่อนหลัง ไม่สับสน หรือไม่ขัดแย้ง ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง "โรงกลั่น" ที่ผู้สร้างได้เสนอภาพเหตุการณ์การทำงานของพนักงาน เอสโซ่ที่กำลังแสดงการตรวจสอบคุณภาพน้ำมันกลั่น เห็นระบือที่สอดคล้องคล้อยกับเหตุการณ์จริง ๆ และจำลองด้วยสัญลักษณ์ทล ภายเอสโซ่ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเชื่อมโยงว่า เจริญไฮที่เป็นสิ่งจำเป็นแปรตาม ๆ และแปรสุดท้ายนั้นมีความสัมพันธ์กันจริง ๆ

ดุริยางค์



60 วินาที

โคคา - โคลา

บริษัท โคคา - โคลา เอ็กซ์พอร์ต จำกัด

บริษัท แมคแคน - แอริคสัน (ประเทศไทย) จำกัด

เอ.วี.ดราฟท์

อิงเก้ มาลากุล

เสวี มัลลานู, จรุง วรณะสิน

จากภาพยนตร์เรื่อง "ดุริยางค์" ผู้สร้างใช้
 ความพร้อมเพรียง เป็นระเบียบ ของการเดิน
 พาเหรดของนักเรีชนดุริยางค์ เป็นสิ่งเร้าทาง
 สุนทรียะ สะกดจิตให้ผู้ชมมีจิตผูกพันกับภาพดังกล่าว
 ชั่วขณะหนึ่ง และในเวลาตัวเอง ผู้สร้างก็เสนอ
 ภาพนักดุริยางค์กับได้ก ซึ่งในความเป็นจริงอาจไม่
 ดึงดูดทุกคนเสมอไปก็ได้ แต่การเสนอภาพที่ต่อ
 เนื่องของภาพยนตร์ ทำให้ผู้ชมไม่มีเวลาพอที่จะ
 คิดหาเหตุผลที่แท้จริงได้ เพราะมันเกิดขึ้นในช่วง
 เวลาที่จิตถูกทำให้ไว้แต่ขงสามและบริสุทธ์ จนง่าย
 ต่อการชักจูง

ทุกรส



30 วินาที

เม ยู เอส ที ตราเนสท์เล่

บริษัท ดัทธเฮล์ม จำกัด

บริษัท แมคแคน - แอริคสัน (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท เน็อนด์ซี จำกัด

มาร์แชล กรอสบี

ประยุทธ์ ศรีวัฒน์, นิตนา เอื้ออาวกุล

จากภาพยนตร์เรื่อง "ทุกรส" ผู้สร้าง
 นยายามเสนอคุณลักษณะ ของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ
 เกี่ยวกับความพร้อมเพรียง เป็นระเบียบตั้งแต่
 เสียงเด็กร้องเพลงพร้อมกัน มีเสียงว้าวร้อง "มู"
 เป็นเครื่องกำกับจังหวะ ประกอบกับท่าทางของ
 เด็กทั้งสามคนในเฟรมที่ 1 การเคลื่อนที่ของ
 กล้องในเฟรมที่ 2 ภาพการเทนมใส่แก้วใน
 เฟรมที่ 3 ภาพเด็กทั้งสามกล่าวสรุปอย่างต่อเนื่อง
 ถึงความชอบในรสน้ำนมแต่ละชนิด แล้วก็จบด้วย
 การร้องเพลงพร้อมกันว่า "ทุกรสบำรุงสุขภาพดี"
 ทันใดนั้นก็มียุ่เสียงผู้ประกาศสอดเข้ามาอย่างพอดีว่า
 "คุณภาพดีเพราะเป็นเนสท์เล่" ซึ่งความพร้อม
 เพรียงเป็นระเบียบ จะมีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวจิตใจผู้ชม
 ให้เกิดการคล้อยตามไปในทิศทางเดียวกัน
 เสมือนมีสิ่งแสดงการยืนยันหรือทำนองว่า พูดเป็น
 เสียงเดียวกันทั้ง ๆ ที่ในสภาพชีวิตจริง (Life
 truths) อาจไม่เป็นเช่นนั้น

1.3 ความยิ่งใหญ่



นิทาน

30 วินาที

ประตูโคมอนต์ดอร์

บริษัท อุตสาหกรรมประตูเหล็กไทย จำกัด

บริษัท เคนยอนแลนด์ เอ็ดดาร์ท (ประเทศไทย) จำกัด

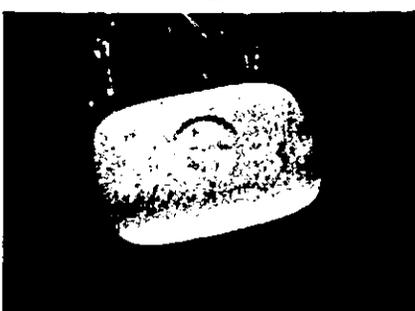
บริษัท สยามสตูดิโอ จำกัด

ต่อ สันต์ศิริ, มาร์ค คอฟอาเลนสกี

จิไลวรรณ ลีละชาติ

ความยิ่งใหญ่ หมายถึง คุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นถึงขนาด สัดส่วน และน้ำหนักที่มากกว่าลักษณะปกติธรรมดาของสิ่งทำงาน และสื่อไปในทางที่เพิ่มความยิ่งใหญ่ขึ้น ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง "นิทาน" ที่ผู้สร้างได้สร้างให้นิทานแสดงการใช้พลังกำลังของเทพ ทูมบานประตูทะเลลูกหลวง เข้าไปได้ อย่างง่ายดายเหมือนคนปกติธรรมดาที่จะทำอย่างนั้นได้ เมื่อตรงความรู้สึกอารมณ์ของผู้ชมให้เกิดความผูกพันขึ้น และแล้วในเฟรมที่ 3 ก็เสนอภาพมา ประตูโคมอนต์ดอร์ ซึ่งเป็นประตูโลหะ เข้ามาโอบล้อมภาพการรับรู้ของผู้ชมทันที และต่อเนื่องกัน เสมอคล้ายกับภาพของนิทาน ที่ไม่สามารถทำลายบานประตูโคมอนต์ดอร์ ได้ในเฟรมที่ 4 เป็นการสรุปด้วยภาพม้าที่ไต่บานประตูโคมอนต์ และเสียงพูดของผู้ประกาศที่กล่าวว่า "ไม้หรือจะสู้เหล็ก" สรุปซ้ำให้ผู้ชมเห็นความชัดเจน เมื่อจะให้จดจำได้ดียิ่งขึ้น

คลีไอนัตรา



30 วินาที

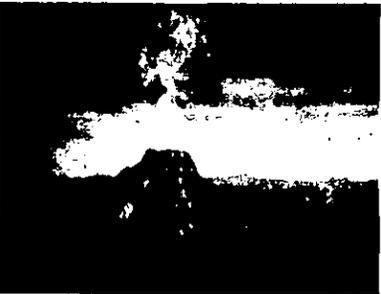
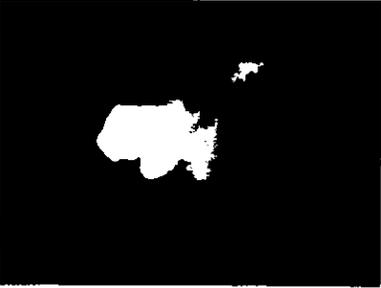
บริษัท เบอร์ลี่ยุคเกอร์ จำกัด

บริษัท โอกลีวีแอนด์เมเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

มร.แบร์รี โอเว่น

คชา สุกัศน์ ณ อุษยชา

และจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "คลีไอนัตรา" ก็
เป็นภาพยนตร์อีกเรื่องหนึ่งที่เสนอเงื่อนไข หรือสิ่ง
เร้าทางสุนทรียะ โดยอาศัยความยิ่งใหญ่ของ
คลีไอนัตราที่เคยปรากฏอยู่ในประวัติศาสตร์ ทาง
ประสบการณ์ของมนุษย์เกี่ยวกับความงดงาม จน
เป็นที่หลงใหลใฝ่ฝันของเหล่าบุรุษผู้ยิ่งใหญ่หลายต่อ
หลายคนในอดีต ดั่งนั้นการนำเอาความยิ่งใหญ่ของ
คลีไอนัตรา มานำเสนอไว้ในเฟรมที่ 1, 2 เท่ากับ
เป็นการสะกิดเร้า ให้ผู้ชมเกิดความเชื่อมต่อของ
ประสบการณ์เดิมกับประสบการณ์ใหม่ ที่เสนอต่อ
เนื่องไว้ในเฟรมที่ 3, 4, 5 เฟรมที่ 2 จึง
เปรียบเสมือนนั้น และเฟรมที่ 3, 4 และ 5 เป็น
รูป ดั่งนั้นผู้ชมจึงรับรู้ว่าเป็นเรื่องเดียวกัน จาก
การเชื่อถือและนิยมในความยิ่งใหญ่ของคลีไอนัตรา
ได้รับการอ้างอิงเชื่อมโยงมาถึงสบู่น้ำเฒ่ คาร์วีน่า
เพราะความยิ่งใหญ่ของคลีไอนัตรา เร้าให้ผู้ชมเกิด
อารมณ์สุนทรียะในขณะนั้นนั่นเอง



ธรรมชาติ

45 วินาที

ดูราเกรส

บริษัท สหโมเสคอุตสาหกรรม จำกัด

บริษัท สหโมเสคอุตสาหกรรม จำกัด

บริษัท สยามสตูดิโอ จำกัด

บริษัท สยามสตูดิโอ จำกัด

คชา สุทัศน์ ณ อุษงยา

นอกจากนั้น ยังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง "ธรรมชาติ" ที่โฆษณากระเบื้องดูราเกรส ให้ความสัมพันธ์เป็นเหตุ เป็นผลกับความยิ่งใหญ่ของหิน ได้เห็นผิวโลกอย่างสมจริง โดยเริ่มต้นจากการเสนอสิ่งเร้าเกี่ยวกับความยิ่งใหญ่ ของความร้อนของภูเขาไฟได้ทะเลในเฟรมที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 จนทำให้ผู้ชมเกิดการชานรับทางสุนทรียะชั้น ทัศนได้นั้นผู้สร้างสรรค์ก็จะสอดใส่ภาพของกระเบื้องดูราเกรส เข้ามาในสนามภาพของการรับรู้ทันที ทำให้ผู้ชมรับรู้เป้าหมายดังกล่าวเข้าไปในจิตใจอย่างไม่รู้ตัว เพราะรับรู้ในขณะที่จิตมีลักษณะคล้ายถูกสะกดจิตและไร้เดียงสานั่นเอง

ลิโปขวดโต

30 วินาที

ลิโปวัติน - ดี

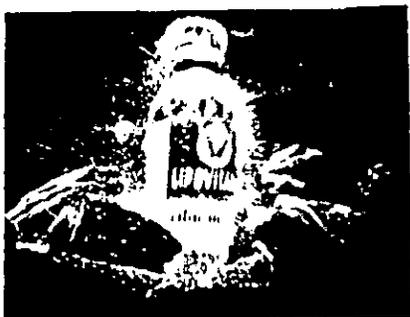
บริษัท โอสดสภา (เด็กเซงหญู) จำกัด

บริษัท สปา แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

บริษัท เอแอนด์เอ เน็ทเวิร์ค จำกัด

สปา ครีเอทีฟ กรุป

ลำเนาวัล สุชะโต

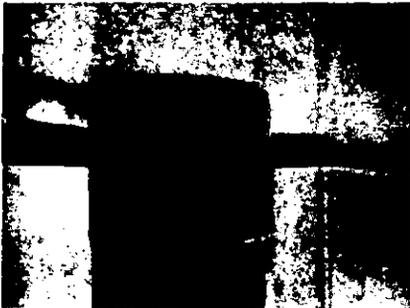


นอกจากนี้ยังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง "ลิโปขวดโต" ที่เสนอภาพลิโปขนาดยักษ์ไหลออกมาจากภูเขา ท่ามกลางก้อนหินที่แตกกระจายออกไปโดยรอบ และตั้งตระหง่านอยู่ระหว่างเขา ผิดไปจากขวดธรรมดาทั่ว ๆ ไป

แกร่งตั้งหินผา

30 วินาที

บริษัท เครื่องซีเมนต์ไทย จำกัด



และคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะในด้านความยิ่งใหญ่ซึ่งปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง "แกร่งตั้งหินผา" ที่เสนอภาพก้อนหินขนาดใหญ่ลึกลงมาจากยอดเขา ทันใดภาพก็แปรเปลี่ยนไปเป็นกลิ้งลงมาจากบันไดหินชัน แต่ความรู้สึกตรึงใจของผู้ชมคงมีอยู่ในสนามการรับรู้ จึงถูกลากจูงให้รับรู้ว่าเป็นความจริงต่อเนื่องกัน เพราะเนื่องมาจากมีการเสนอภาพในระยะเวลากระชั้นชิด จนไม่มีเวลาพิจารณาถึงหลักความจริงใด ๆ เพราะเป็นระยะเวลาที่ผู้ชมกำลังเกิดอารมณ์สุนทรียะ หรือเพลอจิตอยู่

โถล่า แผ่นที่ Travelling Log



บริษัท แสงไทยไผ่ศาล จำกัด

บริษัท ฟาร์อีสท์แอดเวอริทอชิง จำกัด

ครีเอทีฟ กรุป

อดิศักดิ์ อัคราจารย์

บริษัท เอ.วี.ดราฟท์ จำกัด



และนอกจากนั้น ยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าวใน ภาพยนตร์เรื่อง "Travelling Log" ที่มีคำว่า TORA บนท้องทุ่งกำลังลอยโหล่วรงจากหน้าผาน้ำตก กระแทกกับโขดแก่งหินอย่างแรง แต่ไม่เสียหาย กลับยังคงมีสภาพดีเหมือนเดิม จากเฟรมที่ 1, 3 จัดเป็นสิ่งเร้าที่ดึงดูดอารมณ์ของผู้ชม ให้เกิดความผูกพันกับภาพดังกล่าว แล้วจบลงด้วยภาพกระป๋องสี ทำให้ผู้ชมรู้ทั้งรูป คือ ผลิตภัณฑ์สี และนั่นคือ ความยิ่งใหญ่ของไม้ทองซุง รวมเป็นเรื่องเดียวกัน เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน



Tiger



เชลล์ท็อก เอสแอลเอส

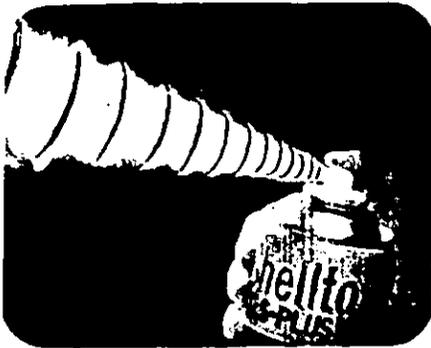
บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

บริษัท เอแม็กแอนเกรย์ จำกัด

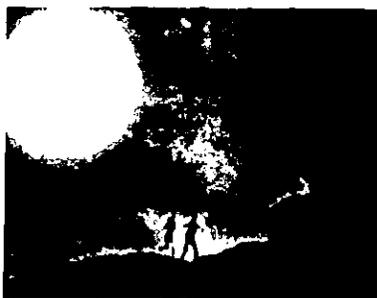
กัสม่า ตุงคะนิวัติ และคณะ

จรรยา วัฒนสิน

บริษัท เอ.วี.ดรานท์ จำกัด



และจากภาพยนตร์เรื่อง Tiger ที่พยายามใช้
ความยิ่งใหญ่ของเสือ ที่ผู้ชมทุกคนเคยมีประสบ
การณ์มาก่อนแล้วสร้างเป็นสิ่งเร้า ให้ผู้ชมเกิด
ภาวะจิตผูกพัน สนใจ จดจ่อและมีสมาธิอย่างทำขึ้น
แล้วทันใดผู้สร้างก็เสนอภาพเชลล์ท็อก เอสแอลเอส ต่อ
เนื่องเข้ามาในสนามการรับรู้ของผู้ชมทันที เพื่อจะ
ได้รู้สึกเป็นเหตุเป็นผลว่าชาติของชนิดนี้ มีประสิทธิภาพ
ยิ่งใหญ่เหนือเสือเสียอีก ซึ่งเป็นการเสนอ
ความจริงในเชิงตรรก ที่ศิลปินใช้เป็นเครื่องมือใน
การสร้างภาพลวงประสาทสัมผัสทั้งห้าชั้น เรา
เรียกความจริงที่เกิดขึ้นว่า "ความจริงในศิลปะ"
(Artistic Truths)



1.1 ความแปลกใหม่

ที่

30 มีนาคม

ค่ายช็อคกิ้งเบอร์คตราฮ้าง

บริษัท กระเบื้องกระดาดไทย จำกัด

บริษัท ฟาร์อีสท์อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด

บริษัท เอ.วี.ตราฟท์ จำกัด

อดิศักดิ์ อัครจรัลญา, ดวงจิต ศิริมังคลาโลดม

ความแปลกใหม่ หมายถึง คุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็น แตกต่าง ไปจากสิ่งที่คุ้นเคยมาก่อน โดยมีลักษณะและหน้าที่เฉพาะขึ้นมาใหม่ ดังปรากฏในงานดนตรี เรื่อง "งูผี" — ที่เสนอภาพดวงอาทิตย์สัญลักษณ์ของความร้อน กำลังไล่ติดตามชายหญิงคู่หนึ่ง ในความ เป็นจริงปกติ ดวงอาทิตย์จะโคจรอยู่ตามธรรมชาติ ไม่มีความเคลื่อนไหวชีวิตที่จะวิ่งตามคนได้ ดังกับใบเฟิร์นที่ 1 จึงเป็นสิ่งร้ายที่กลืนได้ เกิดความตื้นตันที่จะ มีอารมณ์ผูกพันคิดว่าถูกสะกดจิต ทั้ได้สัมผัส ก็ปรากฏ เป็นส่วนประกอบของบ้านปลิวมาประกอบกับชั้นใบเฟิร์นที่ 2 ซึ่งเป็นคุณลักษณะความแปลกใหม่ซ้ำอีกครั้ง แล้วเกิดเป็นภาพคุณสมบัติพิเศษของแผ่นหินสีนตราฮ้าง ใบเฟิร์นต่อมา เป็นให้ยอมรับรู้ว่า เป็น เรื่องที่สอดคล้องกับ

Why

30 วินาที

โฮม เฟรช มาร์ท

ราชประสงค์ซีอปปิงมอลล์

ลีโอ เบอร์เนทท์, ดีทาสส์ม โฆษณา

สยามสตูดิโอ

ธงชัย ชื่นเสวิกุล, วิไลลักษณ์ เขียวลิขิต

ภรณ์ เจตสมมา, ประจิตพล ตั้งศรีตระกูล

นอกจากนั้น ยังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "why" ที่เสนอสิ่งเร้าที่เป็นเงื่อนไขอันก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรีย์ยะ โดยปรากฏเป็นภาพเปิดฉกหูกุกระต่ายนุดได้ในเฟรมที่ 1 วัจนุดได้ในเฟรมที่ 2 หอยแครงนุดได้ในเฟรมที่ 3 และไก่นุดได้ในเฟรมที่ 4 แล้วก็ปรากฏเป็นภาพผลไม้และภาพสัญลักษณ์ของโฮมในเฟรมที่ 5 และ 6 ต่อเนื่องตามลำดับ ทำให้ผู้ชมรับรู้โฮมเฟรชมาร์ค ในขณะที่เกิดอารมณ์สุนทรีย์ยะ ผู้ชมจึงรับรู้ภาพทั้งหมดเป็นเรื่องเดียวกัน



จักรยานยนต์คอมพิวเตอร์

Computer Motorcycle

30 วินาที

ยามาฮา เมท 88

สยามยามาฮา

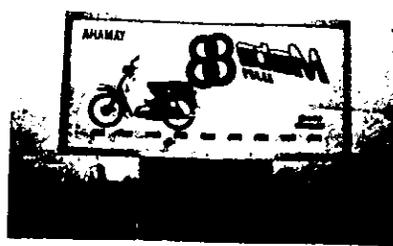
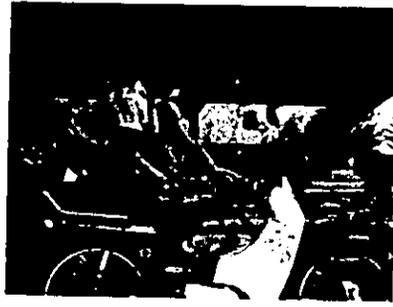
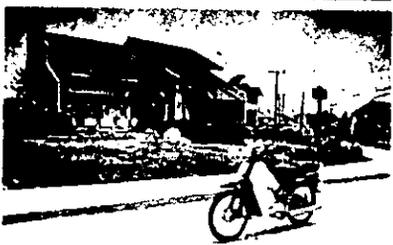
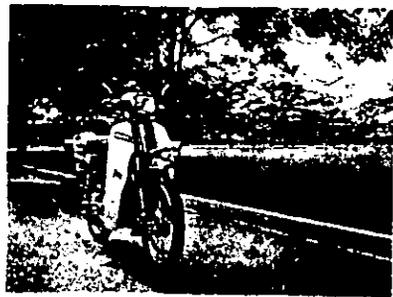
เดนส์ (ประเทศไทย)

ไต้หวัน

ถิรพันธ์ วัฒนประดิษฐ์, วารุณี เลอนงศ์วิวัฒน์กุล

ขรรจง ธานีจจำรูญ

ทวีศักดิ์ ศรีสมถวิล



นอกจากนี้ ยังปรากฏคุณลักษณะของสิ่งเฝ้าทาง
สุนทรียะในภาพยนตร์เรื่อง "จักรยานยนต์คอมพิวเตอร์"
ที่เสนอคุณลักษณะความแปลกใหม่ของ
จักรยานยนต์ยามาฮา เมท 88 วึ่งโดยไม่มีคนขับ
และสามารถเหาะขึ้นสู่ป่าขโมหนาท่างถนได้อย่าง
เหลือเชื่อในเฟรมที่ 1, 2, 3, 4, 5 และ 6

Chase

30 วินาที

ชอลล์ เมนโท ลิบตัส

วอร์เนอร์ แลมเบิร์ต(ประเทศไทย) จำกัด

ลีโอ เบอร์เนทท์, ดีทเนฮ์ลัมโฆษณา

เกอรัสเทล

ภาณุ อังคะวิทย์, นงคันคร โกมลาลากุล

อิสสระ วีระนิตินันท์, ไมเคิล วอร์รี่

ยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์โฆษณา
เรื่อง "Chase" ที่เสนอภาพแสงของดวงอาทิตย์
อันร้อนแรงกล้าไล่ติดตามชายหนุ่ม ดุจดั่งแสงแดดมี
ชีวิตและความคิดคล้ายมนุษย์ เป็นคุณลักษณะที่ทำให้
ผู้ชมเกิดอารมณ์สุนทรีระยะชั่วระยะเวลา 30 วินาที
เช่นเดียวกัน



อุโมงค์น้ำมัน

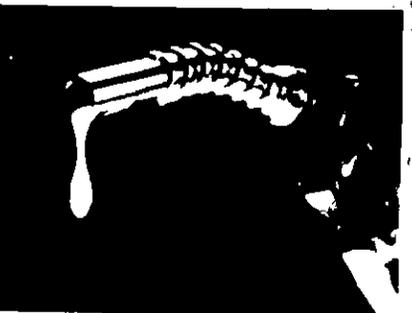
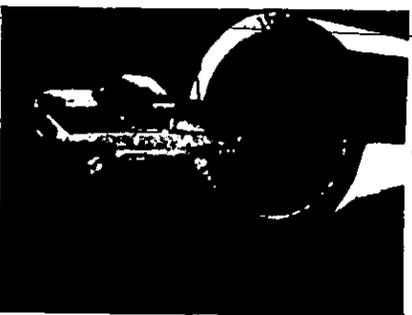
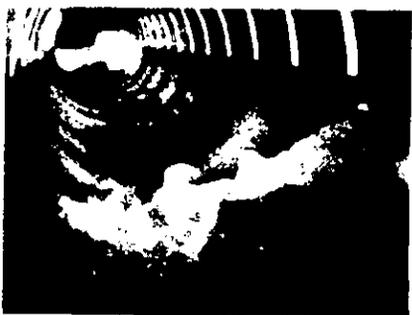
30 วินาที

บริษัท ตรีเพชร อีซูซุเซลส์ จำกัด

บริษัท เอเชีย 21 (ไทยแลนด์) จำกัด

ชัยศักดิ์ วิวัฒน์ภณีสกุล

อาร์, พุกาชาวา, สำนวนา สุดโต



และจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "อุโมงค์น้ำมัน" ที่
เสนอความแปลกใหม่เกี่ยวกับ รถยนต์อีซูซุ ฟาส-
เตอร์แซด วิ่งภายในอุโมงค์ดังกล่าว ที่ผู้สร้าง
สรรค์ได้คิดต่อภาพให้กลายเป็นที่เติมน้ำมัน แล้ว
เสนอภาพเชื่อมโยงต่อเนื่องมาที่ อีซูซุ ฟาสเตอร์
แซด ในเฟรมที่ 4 และ 5 ทำนองภาพยนตร์
โฆษณาเรื่องอื่น ๆ

เครื่องวิ่ง SD23

30 วินาที

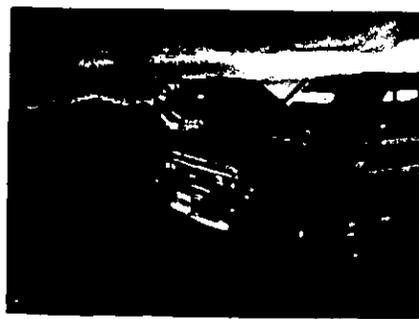
สยามกลการ จำกัด

สปา แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

สปา ศรีเอทีพี กรุป

ภัคดี วิบุลย์, ลำเนา สุดโต

นอกจากนี้ยังปรากฏคุณลักษณะของความแปลกใหม่
จากภาพยนตร์เรื่อง "เครื่องวิ่ง SD23" ที่ออกแบบให้เครื่องวิ่งได้โดยไม่มีตัวรถ ด้วยกลวิธีของ
การถ่ายทำตัดต่อ



กระป๋องมหัศจรรย์ ภาค 2

30 วินาที

ลีทาลิออสโมส ทีโอเอ ยูรีเทน

บริษัท ทีโอเอ ประเทศไทย จำกัด

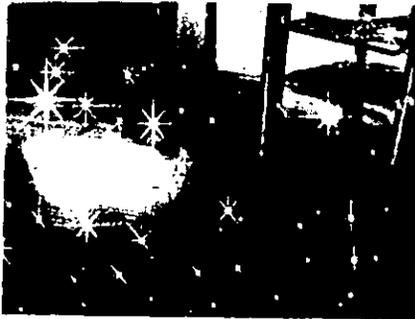
บริษัท อิมเมทแอดเวอร์ทีซิ่ง จำกัด

บริษัท เอ.วี.ดราม่า โปรดักชั่น

แผนกสร้างสรรค์งานโฆษณา บริษัทไทยอิมเมจ

แอดเวอร์ทีซิ่ง จำกัด

คุณสายันท์ สุธรรมสมัย, คุณจรรยา วารณะสิน



และปรากฏคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรีย์
จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "กระป๋องมหัศจรรย์
ภาค 2" ที่เสนอให้กระป๋อง ทีโอเอ ยูรีเทน มี
แขนเคลื่อนไหวได้ นวดได้ดุจมีชีวิตจริง ซึ่งคุณ
ลักษณะความแปลกใหม่นี้ จะทำให้ผู้ชมเกิดอาการ
เพลิดเพลินในระยะเวลาสั้น ๆ ได้

โลกนุ่ม

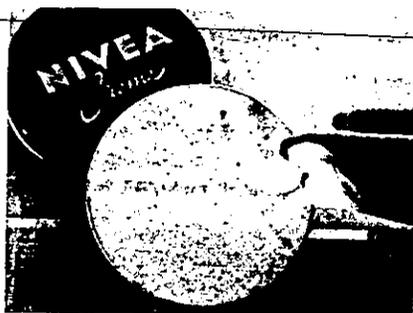
30 วินาที

บริษัท นีดีเอฟ อินทนิล จำกัด

ลีโอ เบอร์เนทท์, ดีทแฮล์ม โฆษณา

ภานุ อิงคะวัต, ดลชัย บุญรัตเวช

ภรณ์ เจตสมมา, ดชา สุทัศน์ ณ อุษุชชา

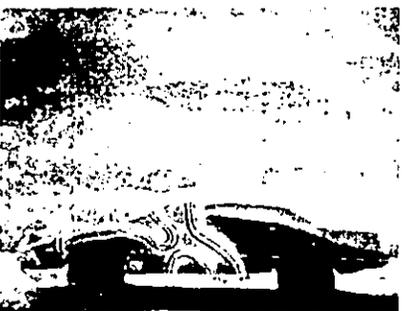
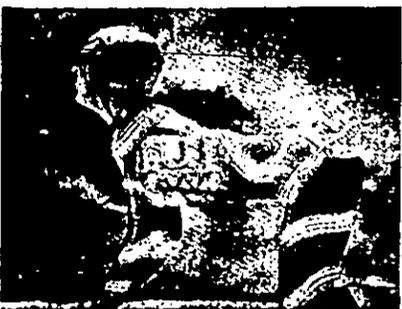


และความแปลกใหม่ของขอบสระ และเก้าอี้ยาวที่
 อ่อนนุ่มนึ่งเป็นฟองน้ำ ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์
 สนุกไร้ขีดชั้น จนเมื่อทำให้รับรู้ผลิตภัณฑ์ นีเวียครีม
 ในเฟรมท้าย ๆ ด้วย เพราะภาพตั้งแต่เฟรมที่
 1, 2, 3 และ 4 ถูกนำเสนอออกมาอย่างต่อเนื่อง
 เนื่องกระชั้นชิด จนไม่มีโอกาสแยกแยะความเป็น
 จริงเหล่านั้นได้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจึงถูกรับรู้
 ในขณะที่ยังเกิดอาการพลอยจิต หรือเกิด
 สนุกไร้ชั้นนั่นเอง



ผู้เชี่ยวชาญการปกป้องผิว
 ทั้งหมด





เมตามอร์ฟอซิส

60 วินาที

บริษัท เซลล์ แห่งประเทศไทย จำกัด

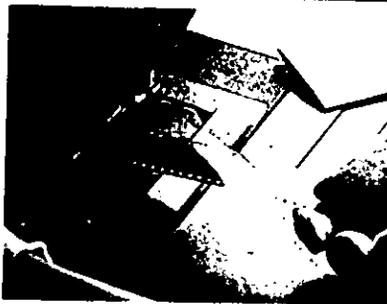
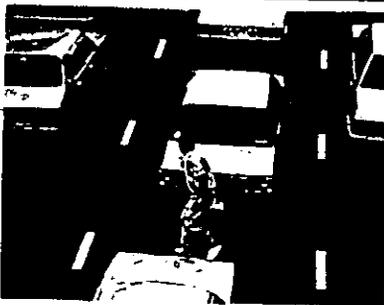
บริษัท โอทิลวี แอนด์ เมเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

แบร์รี่ โอเว่น

โรส เบรด

และยังปรากฏคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะใน
ด้านของความแปลกใหม่ จากภาพยนตร์โฆษณา

เรื่อง "เมตามอร์ฟอซิส" ที่ใช้เทคนิคใหม่ในการ
สร้างให้คนกลายเป็นรถชนด์ หลังจากเติมน้ำมัน
หล่อลื่นเฮลิคอปเตอร์เข้าไปแล้ว



1.5 ความขัดแย้ง

แดช

30 วินาที

กระดาดาสี โกดัก

บริษัท โกดัก (ประเทศไทย) จำกัด

เจ. เดอร์ ทอมสัน

เกรย์ สเกล

ฟิลล์ สมิต, ม.ร.ว. ชีรเดช รัชนิ, สาลินี กิตติพงษ์

เสวี

ช่อทิพย์ ตีตีสวัสดิ์, ไนเฉลิม วอรร

ความขัดแย้ง หมายถึง คุณลักษณะที่ปรากฏให้

เห็นถึงทิศทาง ขนาด สัดส่วนขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่ส่วนทางกัน หรือตรงกันข้าม หรือไม่กลมกลืนกันดังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง "แดช" ที่สะท้อนความขัดแย้งไกลเวลา ของเหตุการณ์ที่เกิดจากความตึงตัวของสายคนทั้งวิ่งสะดวก และเหยียบเท้าของจนกระทั่ง เมื่อรับไปนอกบ้านติดรูปไปให้ใส่กระดาดาสี โกดัก ตั้งที่งานไบ เปรนท์ 1, 2 และ 3 จึงให้สิ่ง ร้างทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สับสนหรือสับสน แล้วนำออกทำให้รับรู้งานไบ เปรนท์ 1, 5 และ 6 ต่อเนื่อง ให้มีบทซึ่งกัน ด้ยวกับ

สิ้นชาติ



60 วินาที

ไทยทีวีสีช่อง 3

บริษัท ประกิต แอนด์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด

ประธานพร สิงหะ, อนุชา แก้ววิเชียร

วิเชียร นาคอินทณท์, ชูชาติ ไตประทีป



นอกจากนี้ยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์เรื่อง "สิ้นชาติ" ที่ผู้สร้างได้เสนอภาพการ



อนชน บ้านแตกสาแหรกขาด ผลิตที่อยู่ทำกิน ไร่

ร่อนอนชนเข้ามาในประเทศไทย นำสมเพศเวทณา

โนเฟรมที่ 1 และ 2 แต่ในเฟรมที่ 3 กลับแสดง

ให้เห็นความร่วมมือของศาสนานุทช และความ

สามัคคีกลมเกลียวกันของประชาชน กับภาพการ



เข้าแถวเคารพธงชาติของนักเรียนอย่างมีระเบียบ

ทำให้ผู้ชมเกิดความคิดรวบยอด ได้ทันทีว่าทำไมจึง

เป็นเช่นนั้น



Railway Station

45 วินาที

วอร์เนอร์-แลมเบิร์ต(ประเทศไทย) จำกัด
 ลีโอ เบอร์เนทท์, ดีทแฮล์ม โฆษณา จำกัด
 ภาณุ อิงคะวัต, อังคณา เชื้อปัญญา
 คชา สุกส์ัน ณ ออยุธยา



นอกจากนั้น ยังปรากฏคุณลักษณะของสิ่งเร้าทาง
 สุนทรียะเกี่ยวกับความขัดแย้ง ในภาพยนตร์เรื่อง
 "Railway Station" ที่เสนอภาพเด็กหนุ่มกำลัง
 ตกอยู่ในสภาพว่าแห้ว เดี่ยวดายที่สถานีรถไฟแห่ง
 หนึ่ง ในเฟรมที่ 1 และ 3 แต่เกิดการกลับตาลปัด
 ทางอารมณ์ขึ้นในเฟรมที่ 4 เพราะบรรดามิตรเพื่อน
 มารออยู่ก่อนแล้ว ทำให้เกิดความรู้สึกที่ขัดแย้งขึ้น
 แต่เป็นความขัดแย้งที่ก่อให้เกิดความสมดุลย์ หรือมี
 เอกภาพระหว่างความขัดแย้งทางความรู้สึก ซึ่งจะ
 ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สุนทรียะขึ้น และทันใดนั้นก็
 ปรากฏภาพของ ฮอลล์ รสน้ำผึ้งผสมมะนาวขึ้นใน
 เฟรมสุดท้าย เพื่อให้ผู้ชมจะได้รับรู้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว
 ไปในขณะที่สภาวะจิตตกอยู่ในสภาพไร้เดียงสา

เป็ปซี่ โกอิ่ง โสม



บริษัท เสริมสุข จำกัด

บริษัท โอกลีวี แอนด์ แมทเทอร์(ประเทศไทย) จำกัด

แม่รี่ โอเว่น

ซีต้า ชูดาส

บริษัท สยามสตูดิโอ จำกัด



และจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "Going Home"

ที่เสนอภาพลูกชายกำลังเฝ้ามองแม่บังเกิดเกล้า

หลังจากที่ต้องจากไปหางานทำในกรุงเทพฯ ดังนั้น

ภาพความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างความดีใจสุดขีด

แล้วแสดงออกมาในลักษณะตรงกันข้าม จึงเป็นภาพ

ที่จุดอารมณ์สุนทรีย์สะท้อนกับผู้ชม เกิดอาการเปลอจิต

ขึ้น และแล้วในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ก็มี

ภาพชวดเป็ปซี่เข้ามาแทนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้

ชมรับรู้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเข้าไปโดยไม่รู้ตัว

เป็นซี "Love Theme"



บริษัท เสริมสุข จำกัด

โอกิวิ แอนด์ แมทเทอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

จันทน์ อุนากูร

สตาร์ ชุดาซ

บริษัท สยามสตูดิโอ จำกัด



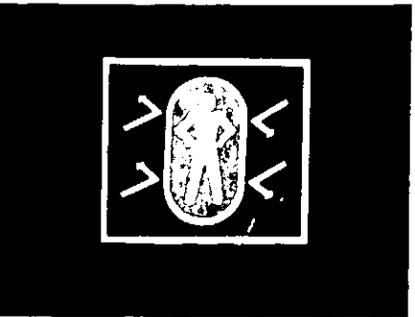
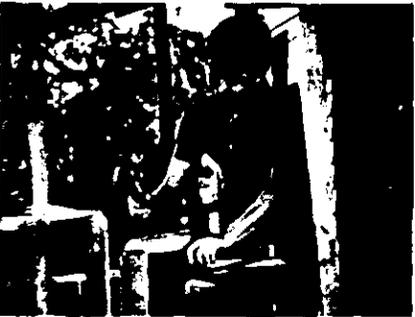
นอกจากนั้น ยังปรากฏคุณลักษณะของความขัดแย้ง
ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "Love Theme" ที่

เสนอภาพหญิงสาวกำลังตกอยู่ในสภาพว้าเหว ใน

เฟรมที่ 1 และภาพความสมหวังในเฟรมสุดท้าย

เพราะเป็นซี





และจากภาพยนตร์โฆษณาชุด "ยาเสนต์" ที่เสนอ
 ภาพชายหนุ่ม 2 คน กำลังประสบความทุกข์ใจหา
 ทางออกไม่ได้และรู้สึกสิ้นหวังในเฟรมที่ 1 และ 2
 แต่กลับปรากฏเป็นภาพชาย 2 คน เดิมมีสภาพของ
 ความสมหวัง สดใสขึ้นมาแทนที่ ทำให้ผู้ชมรับรู้ว่
 ภาพทั้ง 4 เฟรมดังกล่าว เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกัน
 และกัน มีส่วนสัมพันธ์กับยาเสนต์ที่ปรากฏขึ้นใน
 เฟรมสุดท้าย



และปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง "ทะเลทราย" ที่ผู้สร้างพยายามเสนอภาพ ของไฟลุกลามทะเลทรายในเฟรมที่ 1 และเฟรม ที่ 2 แล้วเสนอภาพไฟลุกในแก้วน้ำแข็ง เป็นการ เสนอภาพให้เกิดความรู้สึกว่าร้อนจัด และกระหาย สิ่งหนึ่งที่มีความเย็น สิ่งนั้นก็คือน้ำ กรีนสปอต ดัง ปรากฏในเฟรมสุดท้าย



ทะเลทราย

60 วินาที

บริษัท กรีนสปอต(ประเทศไทย) จำกัด

เคนยอน แอนด์ เอ็ดคาร์ท(ประเทศไทย) จำกัด

ต่อ สันติศิริ

อุลิตษา ชุคบุญธรรม, ไมค์ วอร์

และยังปรากฏคุณลักษณะสิ่งเร้าทางด้านสุนทรียะใน
ด้านความขัดแย้ง จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง

"ทะเลทราย" ที่เสนอภาพแก้วน้ำซึ่งมีไฟลุก ซึ่ง
ตามปกติน้ำซึ่งกับไฟเป็นสิ่งที่ขัดแย้ง ตรงข้ามกัน
แต่ผู้สร้าง กลับนำเอาความขัดแย้งทั้งสองมาเสนอ
ร่วมกันได้ ในเฟรมที่ 1, 2, 3 และเสนอบทสรุป
ของการรับรู้อย่างต่อเนื่องในเฟรมที่ 4 และ 5
ทำให้ผู้ชมรับรู้ภาพทั้ง 5 ในขณะที่มีอาการเผลอจิต
หรืออารมณ์สุนทรียะระดับหนึ่ง อันเนื่องมาจากสิ่ง
เร้าทางสุนทรียะดังกล่าวนั่นเอง

ตัวอย่าง



30 วินาที

การป้องกันยาเสพติด

สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยา

เสพติด (ปปส.) สำนักงานกวีสุนทรีย์



และยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์

โฆษณาเรื่อง "ตัวอย่าง" ที่เสนอตัวอย่างดีของ

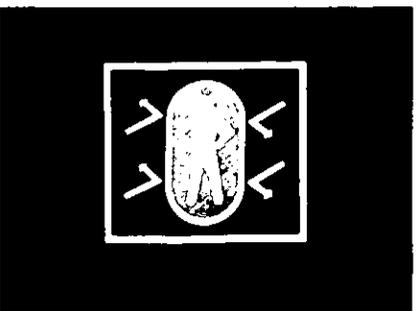
ครอบครัวที่มีความอบอุ่น และครอบครัวที่เล่นการ

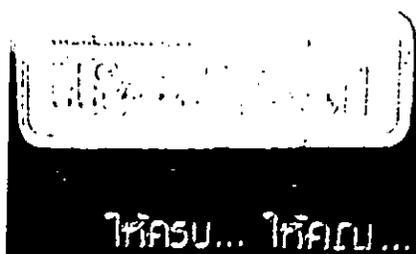


พนันให้เด็ก 2 คนเห็นภาพดังกล่าว ผู้ชมจะได้รับ

รู้ความขัดแย้งด้วยอารมณ์ที่ถูกต้อง และตกอยู่ใน

สภาพเปลืองจิตขึ้น ในระยะเวลา 30 วินาที





แนวหน้า

30 วินาที

หนังสือพิมพ์ แนวหน้า

บริษัท เทคเบทส์ จำกัด

สุชาติ วุฒิวิชัย

สุประสิทธิ์ นิละโยธิน

นอกจากนั้น ยังปรากฏคุณลักษณะของความขัดแย้ง จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "แนวหน้า 28" ที่

เสนอความแตกต่าง หรือความขัดแย้งระหว่างเด็ก สวมเสื้อผ้าและไม่สวมเสื้อผ้า และระหว่างผู้อ่าน แนวหน้ากับผู้ไม่อ่านแนวหน้า



1.6 ความเคลื่อนไหว

วาทกะอะฟีลลิ่ง (What a Feeling)

30 วินาที

1.6 ความเคลื่อนไหว หมายถึง คุณลักษณะขององค์ประกอบต่าง ๆ ของสิ่งที่ปรากฏให้เห็น มีการแปรเปลี่ยนไปจากสภาวะหนึ่ง ในระยะเวลาที่ต่อเนื่องกัน อย่างสอดคล้องหรือขัดแย้งกันเป็นจังหวะที่แน่นอน ดังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "What a Feeling" ที่เสนอภาพการเคลื่อนไหวของหญิงสาวสวย ท่ามกลางเสียงดนตรีและจังหวะที่ต่อเนื่อง เพื่อสร้างสัญลักษณ์ความรู้สึกของ เฮลสัน โลทโลชั่น ภาพความพลิ้วไหวของทรวดทรงและเส้นที่สวมใส่ เป็นสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรีย์ให้กับผู้ชม

คลื่นลูกใหม่

60 วินาที

กระดาษสีโกดัก



และยังปรากฏ คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ
 ในด้านความเคลื่อนไหวจากภาพยนตร์เรื่อง "คลื่น
 ลูกใหม่" ที่เสนอภาพหญิงสาวในชุดอาบน้ำ กำลัง
 เคลื่อนไหวตามจังหวะเสียงเพลง และภาพลูกคลื่น
 ซัดในภาพถ่ายที่เขย่าเองได้ สอดคล้องกับเสียง
 เพลง ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวจะจูงอารมณ์ผู้ชมให้
 เกิดการคล้อยตาม และเกิดอารมณ์สุนทรียะขึ้น
 ในช่วงเวลา 10 วินาที แล้วผู้สร้างสรรค์ก็สอดใส่
 หรือเสนอภาพผลิตภัณฑ์เข้าไปในขณะนั้น เพื่อให้
 เกิดการรับรู้ที่ลากจูงขึ้น ระหว่างสิ่งเร้าและผลิต
 ภัณฑ์ที่ต้องการให้ผู้ชมจดจำ

ป๊อป - ป๊อป



30 วินาที

ข้าวโพดอบเนย โดโร

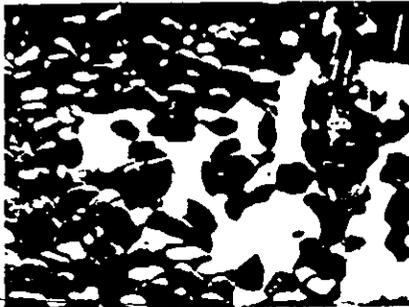
บริษัท ยูไนเต็ดฟูดส์ จำกัด

บริษัท เอสเอสซีอินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

เอ แอนด์ เอ เน็ทเวิร์ค

ศรารุช ชันศุกิจสถิตย์

วิชา ฉันทสุขศรี, สมชัย ลีนาอนุรักษ์



และยังปรากฏ ภาพการเคลื่อนไหวของภาพปาก

ภาพการเคลื่อนไหวของเม็ดข้าวโพดที่กำลังแตก

กระจายสอดคล้องกับเสียงเพลง ซึ่งเป็นสิ่งเร้าที่

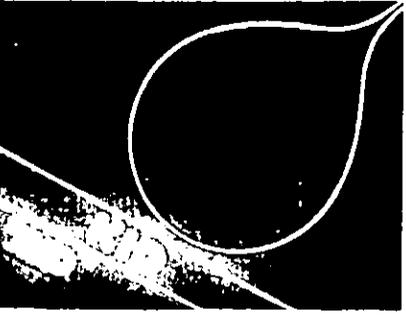
สร้างอารมณ์สุนทรียะให้เกิดขึ้นกับผู้ชม



เพื่อนเคี้ยว

30 วินาที

บริษัท เอ็ม. เอส. กรุป



และยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์
โฆษณา เรื่อง "เพื่อนเคี้ยว" ที่เสนอสิ่งเร้าเกี่ยวกับ
กับการเคลื่อนไหว ของการเดินร่ำประกอบเพลง
อย่างสนุกสนานและเร้าใจ ที่ก่อให้เกิดอารมณ์
สุนทรีย์ระดับกับผู้ชมในช่วงระยะเวลา 30 วินาที
ซึ่งในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ผู้สร้างสรรค์จะสอด
ใส่ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ เสนอลงไปอย่างแนบ
เนียนต่อเนื่องและกลมกลืนที่สุด

2. ก๋วยจั๊บน้ำใส ชูต "ความคิดใหม่"



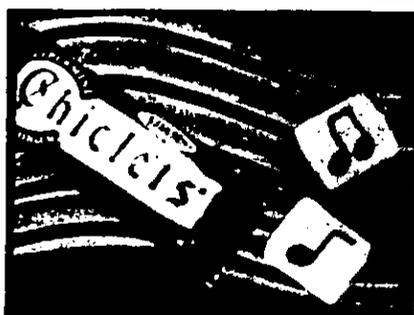
ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความสนุก ตลกขบขันของนักแสดง ที่ทำท่าทางซวเสหัว กำลังชิมก๋วยจั๊บน้ำใส ชามไหนไม่อร่อยก็จะถูกดูดลงได้นั้น โลก หรือลอยขึ้นสวรรค์

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะความเคลื่อนไหว ทำท่าทางเลียนแบบการตุ๋นตลก ๆ ของนักแสดงทั้งสามคน

Chic Chewing

30 วินาที

วอร์เนอร์-แลนเบ็ก(ประเทศไทย) จำกัด
 ลีโอเบิร์เนทท์, ดีทอนซ์ลัมโฆษณา จำกัด



นอกจากนี้ยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ใน
 ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "Chic Chewing" ที่
 เสนอภาพการเคลื่อนไหวของนักดนตรีและหญิงสาว
 อย่างประสานสอดคล้องกัน พร้อมทั้งปรากฏเป็น
 ภาพหัวใจเต้นตามจังหวะ ในดวงตาของหญิงคนนั้น
 ทุกอย่างจะเคลื่อนไหวสอดคล้องตามจังหวะทั้งหมด
 ซึ่งรวมไปถึงภาพดวงอาทิตย์ที่เคลื่อนไหวได้ คุณ
 ลักษณะดังกล่าว จะสร้างอารมณ์สุนทรีย์ให้เกิดขึ้น
 กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี การโฆษณาในภาพยนตร์
 เรื่องนี้พยายามใช้ผลิตภัณฑ์ชิเคิลท์ส เข้าผสมผสาน
 กับสิ่งเร้าการเคลื่อนไหว เพื่อให้ผู้ชมรับรู้ว่ามีสิ่ง
 ต่าง ๆ ในสนามภาพ เป็นเรื่องเดียวกันและมีเหตุ
 ผลต่อกัน



นักดื่มใหม่

60 วินาที

บริษัท วิชมอนด์ (ประเทศไทย) จำกัด

2. คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะในด้านเนื้อหาของการโฆษณา ที่ถูกเสนอออกมาในส่วนของสาระทางนามธรรม มีลักษณะเป็นสัญลักษณ์หรือความคิดรวบยอด ที่จะช่วยให้ผู้ชมเกิดการขานรับขึ้นในทิศทางที่แน่นอน

2.1 สิ่งเร้าที่เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่

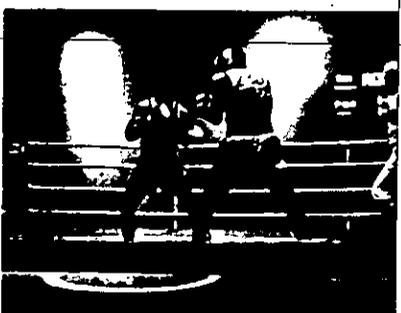
2.1.1 ชื่อเสียง เกียรติยศ และฐานะทางสังคม หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลรู้สึกว่า ตนเองได้รับการยอมรับจากสังคม เป็นสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่เป็นนามธรรม ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง "นักดื่มใหม่" ที่ได้เสนอภาพของคนหนุ่มสามคนที่มีฐานะและมีรสนิยมสูง กำลังสังสรรค์ห้อยต่าง ๆ และมีคนหนึ่งสั่ง คิวเว่ซูนี่ เรีย ด้วยท่าทางมั่นใจจนทำให้คนอื่นต้องสั่งตามบ้าง ซึ่งภาพดังกล่าวเป็นการนำเอาภาพของสังคม ที่ถูกยกย่องว่าเป็นสังคมชั้นสูงมาสัมพันธ์กับคิวเว่ซูนี่ เรีย ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สุนทรียะขึ้น

ลิโม่ ชาวพ่อง

30 วินาที

บริษัท โอสถสภา(ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท สป่า แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด



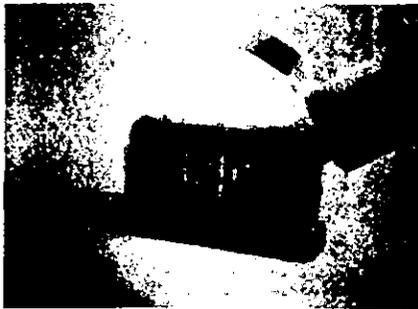
และยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว จากภาพยนตร์
โฆษณาเรื่อง "ลิโม่ ชาวพ่อง" ที่นำเอาความ
สามารถ ความมีชื่อเสียงของชาวพ่อง มาเป็นสิ่ง
เร้าทางสุนทรียะในเฟรมที่ 1, 2, 3 และ 4
แล้วจบลงด้วยการเอ่ยชื่อ สโมสรรโอสถสภา เป็น
เป้าหมายที่ผู้สร้างสรรค์ต้องการ



Presenter

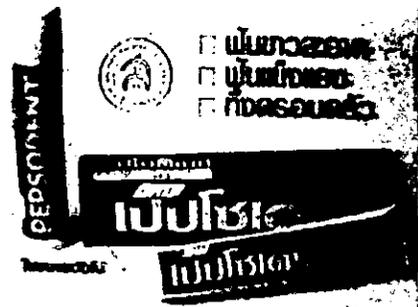
45 วินาที

บริษัท ฐนิฟูลส์ (ประเทศไทย) จำกัด



และยังปรากฏสิ่งเร้าดังกล่าว ในภาพยนตร์เรื่อง "Presenter" ที่นำเอาความเป็นรองศาสตราจารย์ และดอกเตอร์ (ดร.) มาสร้าง

ความศรัทธาให้เกิดขึ้นกับผู้ชมบางกลุ่ม ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าว จะก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรีะชั้นในตัวของผู้ชมได้

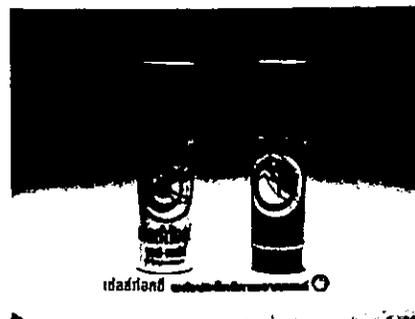




กตวีเชียร นิลิกานนท์



อ่านคำแนะนำก่อนใช้ยา



เสาดกอนดี

ตีไหนตก

เซลล์ท็อกซ์

ศูนย์เซลล์โรคภัย

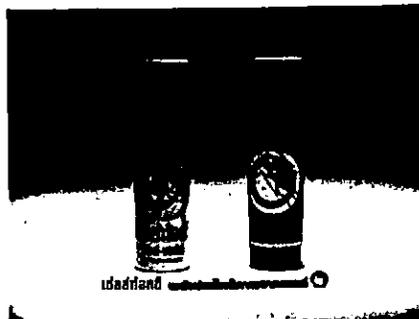
และยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์
โฆษณาเรื่อง "ตีไหนตก" โดยนำเอาความมีชื่อเสียง
ของวีเชียร นิลิกานนท์ เป็นสิ่งเร้าทาง
สุนทรียะ เพื่อให้ผู้ชมได้เกิดการรับรู้เซลล์ท็อกซ์
อย่างมีสุนทรียะ



คุณสมบัดิ เมทะนึ



อ่าบค่านะเบทกัอเมษยา



เบ็ลลัท็อกรัซึ

สมบัดิ : คุณเคยเอาข่าแมลงสาบไปฉีดขุงหรือ
เปล้าครับ ถ้าคุณตอบว่าเคย นั่นเป็นลััง
ที่ฉัดนะครับ แมลงสาบตัวโตกว่าขุงมาก
เมื่อเอาไปฉีดขุง ละอองข่าจะออกมาก
เพราะรูสเปรย์โตกว่า ทำให้ลัังเปล็อง
เปล้า ๆ และยังม่เป็นคการประหัยดอ็ก
ด้วย เนื่อความประหัยดและกฎวึชึ ควร
แยกกระปอ็ง ใช้งานะครับ

ผู้ประกาศ : ข่าขุงใช้เชลล์ท็อกรัซึ เอส-พลัซ ข่า
แมลงสาบใช้ เชลล์ท็อกรัซึ แมลงสาบ
เชลล์ท็อกรัซึลัังประลัทธิภานจากเชลล์

และจากภานขนตรีโฆณนา เร็องที่เสนอ ความมี
ช็อเล็ยงในทางดาราขอดนัขมของสมบัดิ เมทะนึ
มาเป็นลัังเร้าทางสุนทริยะของบุคคลบางกลุ่ม

"คุณรู้จักผมไหม" ลอนดอน

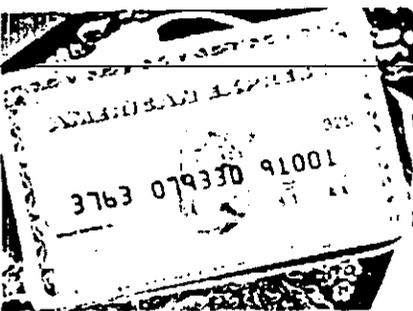


30 วินาที

บริษัท อเมริกัน เอ็กซ์เพรส(ประเทศไทย) จำกัด



นอกจากนี้ยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ใน
ภาพยนตร์เรื่อง "คุณรู้จักผมไหม" ที่เสนอภาพ
ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ซึ่งเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง
เป็นที่น่าเชื่อถือมาเข้าอารมณ์ของผู้ชมในเฟรมที่ 1
และ 2 เมื่อผู้ชมเชื่อถือขึ้นชอบและเกิดศรัทธาใน
ตัว ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ย่อมจะรับรู้ภาพของอเมริกัน
เอ็กซ์เพรสเข้าไปในสนามภาพด้วย



ดังนั้นความศรัทธาในตัวของ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์
จึงนำมา หรืออ้างอิงไปสู่บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส
ซึ่งเป็นเป้าหมายที่แท้จริง ของผู้สร้างสรรค้งงาน
ศิลปะการโฆษณา





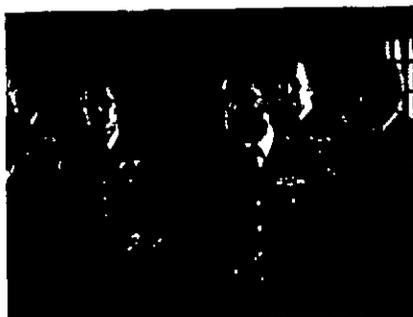
นายพล

30 วินาที

เหล่า เอฟ โอ วี

บริษัท คอลเบคแมคเกอร์เกอร์ จำกัด

บริษัท ฟาร์อีสท์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด



และความมีเกียรติของนายพลฝรั่ง ท่ามกลางการต้อนรับแขกที่สมศักดิ์ศรี เป็นสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรีะชั้นกับผู้ชมได้ ผู้ชมก็จะรับรู้ความมีเกียรติ ชื่อเสียง ของนายพล และคอนฮัค เอฟ.



โอ.วี. ว่าเป็นความจริง มีเหตุผล จนก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรีะชั้นได้





2.1.2 ความเพ้อฝัน

True Love

30 วินาที

ฮาร่า

ฮาร่า (ประเทศไทย) จำกัด

ความเพ้อฝัน หมายถึง ความต้องการที่จะ
 หลีกหนีออกไปจากสภาวะที่เป็นจริง อันสืบสวน
 วายไร้หรือสรวน ไร้อำนาจ และรู้สึกโดดเดี่ยวใน
 ชีวิตจริงที่เต็มไปด้วยกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ
 ไปสู่สภาวะที่เกินความเป็นจริง ดังปรากฏใน
 ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "True Love" ที่เสนอ
 ภาพชายหนุ่มลอยอยู่บนท้องฟ้าท่ามกลางหมู่เมฆใน
 เฟรมที่ 1, 2 เพื่อแสดงอารมณ์แห่งความพิงของ
 ความคิดที่แฝงเร้นเกี่ยวกับความผิดหวัง และแล้ว
 ในเฟรมสุดท้ายมีเสียงโฆษกพูดออกมาว่า "รัก
 โทษ ๆ ก็ไม่จริงใจเท่าฮาร่า"

Bird

30 วินาที

เดอะมอลล์ ดีนาร์ทเมนท์ สโตร์

ลีโอเบอร์เนทท์, ดิมแฮล์ม โฆษณา จำกัด



นอกจากนี้ยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ใน
ภาพยนตร์เรื่อง "Bird" ที่ออกแบบความคิดให้คน
บินได้ เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของความคิดที่
ว่า "ใครๆ หลายคนก็ฝันอยากจะเป็นได้เหมือนนก"

รัก

30 วินาที

บริษัท เบอร์ลี ซุกเกอร์ จำกัด

บริษัท โอทิลวี แอนด์ เมเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด



และยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "รัก" ที่ปรากฏภาพหญิงสาวกำลังหยิบดอกกุหลาบ และคิดฝัน รำพึงรำพันว่า "เขารักเราไหมนะ" โดยใช้ดอกกุหลาบเป็นสื่อสัญลักษณ์แทนความรัก และก็นึกต่อไปว่า ได้เข้าไปนอนอาบน้ำในเหมวดอกกุหลาบที่นุ่มนวล ซึ่งในความจริงคงไม่เป็นเช่นนั้น

นอกจากนี้ยังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "พาวเวอร์" ของฟิล์มสีโกดัก โกลด์ 200 ที่เสนอภาพกล่องฟิล์มมีแสงสว่างออกมา และปรากฏเป็นภาพเงือกสาวสวยนอนอยู่ในอ่าง ที่เต็มไปด้วยเม็ดกลม ๆ มากมาย และภาพหญิงสาว 3 คน กำลังบิน เป็นต้น

2.1.3 ความสุข ตลกขบขัน



บ้านปลาทอง

30 วินาที

บ้านปลาทอง



บ้านปลาทองกาจัด



คุณลักษณะที่สัมพันธ์กับความสุข ความพึงพอใจ ความสนุก ตลกขบขัน กับการที่ได้สัมผัสกับสถานะที่เป็นความบังเอิญ ไม่คาดฝันมาก่อน ดังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "บ้านปลาทอง" ที่เสนอความตลกของล้อต๊อกและชูศรีในเฟรมที่ 1, 3 และ 5 แล้วสรุปความรู้สึกของผู้ชมด้วยเฟรมสุดท้ายที่เป็นภาพโครงการเดอะ เพื่อพัฒนาชุมชนเครือข่าย "ปลาทองกาจัด"



Ice

ตู้เย็นซิงเกอร์

ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด

และยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์
โฆษณาเรื่อง "Ice" ที่เสนอภาพชายหนุ่มกำลัง
ช้อนน้ำแข็งก้อนกลับบ้าน แต่ต้องประสบกับอุปสรรค
ชนิดที่ทำให้ผู้ชมชวตหัวกับความบังเอิญของรถจักร-
ยานยนต์สามล้อรับจ้างหลุดออกจากกัน ต้องหิว
น้ำแข็งจนละลายเกือบหมด และพาเอาใบไม้
เหี่ยว ๆ มาคลุมหัวไว้ ซึ่งเป็นสื่อให้เห็นถึงความ
ตลก ของความพยายามที่จะเอาน้ำแข็งกลับบ้านให้
ได้ ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่กำลังต่อสู้กับสิ่งที่ควบคุมได้
ยากยิ่ง

ลุงคิดกับซิดซัย



30 วินาที

หมากหอมเขาวราช

บริษัท เขาวราช จำกัด



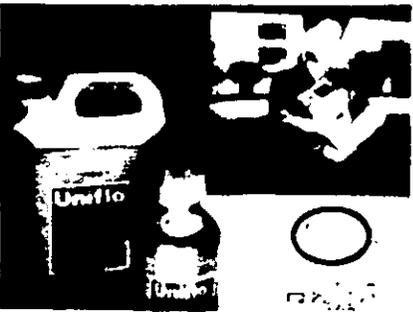
และยังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "ลุงคิดกับซิดซัย" ที่เสนอภาพของโฮและเจ็บบ กำลังคุยกันด้วยท่าทางตลกขบขัน ในเรื่องเกี่ยวกับใครก็ตามหน้าก่อนกัน ต่างคนก็อ้างว่าหักมาเพราะอีกคนหนึ่งหันมาก่อน โดยเสนอภาพดังกล่าวต่อเนื่องมาตั้งแต่เฟรมที่ 1-4 แล้วเฟรมที่ 5 ก็จบลงด้วยหมากหอมเขาวราช ความตลกเกิดจากการทำพฤติกรรมเลียนแบบนิสัย บุคลิกแบบเด็ก ๆ คล้ายคนแก่แสดงเป็นเด็กนอนดูนมขวด

คนป่าประดับ

30 วินาที

บริษัท เอสโซ่ สแตนดาร์ดประเทศไทย จำกัด

และปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "คนป่าประดับ" ที่เสนอภาพกิจกรรมทำทางกระฉับกระเฉงคล้ายเด็กสาวกระตือกระตั้ว และการทำเป็นนักขับรถซิ่ง มีการโต้ตอบด้วยถ้อยคำที่ขบขัน เช่น ป้าบอกว่า "รถของดิฉันจะจอดอยู่เสมอละพ่อหนุ่ม" ซึ่งภาพรวมทั้งหมวกก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรีย์แก่ผู้ชมเป็นอย่างยิ่ง และนอกจากนั้น ยังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง "สาวใช้คนใหม่" เรื่อง "คู่แข่ง" Computer เรื่อง "ทุ่น" และ "ซามูไร" เป็นต้น



2.1.4 กามารมณ์

Pillow

30 วินาที

นีเวีย สกินโลชั่น

กามารมณ์

คุณลักษณะที่สัมพันธ์กับแรงขับทางเพศ ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐาน ที่สั่งสมมาตั้งแต่เด็กจนโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ เมื่อถูกกระตุ้นเร้าที่เหมาะสม ก็ จะเกิดการชานรับขึ้น คุณลักษณะดังกล่าวมีปรากฏ ในภาพยนตร์เรื่อง "Pillow" ที่เสนอชายหญิงคู่หนึ่งกำลังหยอกล้อในเชิงสะกิดเร้าอารมณ์ทางเพศ และจบลงด้วยคำพูดของโฆษกที่ว่า "...นีเวีย สกินโลชั่น ทุกวันกับฉะละเซอ"





เธอคนนั้น Who is Thai Girl

30 วินาที

วีโต้

บริษัท สยาม เนียววดี ดีสทริบิวชั่น จำกัด



นอกจากนั้น ยังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง

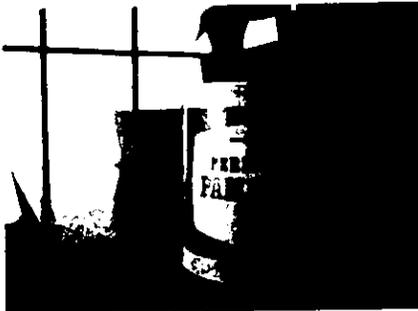
"เธอคนนั้น"



เซลเลเบรชั่น

45 วินาที

บริษัท บางกอกเน็กซ์ เทคดิง จำกัด



นอกจากนั้น ยังปรากฏชัดเจนในภาพยนตร์เรื่อง "เซลเลเบรชั่น" ที่ใช้เสียงดนตรีเป็นสื่อให้เกิดความรู้สึกโรแมนติก ประกอบกับมีเสียงเปิดขวดแชมเปญซุ่มใจชายหนุ่มที่นั่งรออยู่ในห้องอย่างสอดคัล่อง และชวนให้คิดไปในทางกามารมณ์มากที่สุด ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวจะมีอิทธิพลทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์คล้อยตามไปได้

แฟชั่น

30 วินาที

บริษัท ยูนิฟอดีส์(ประเทศไทย) จำกัด



และยังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "แฟชั่น" ที่เสนอภาพหญิงสาวสวมเสื้อผ้าบาง นั่งในท่าทางเข้ายวนให้เกิดอารมณ์ไปในทางกามารมณ์ในเฟรมที่ 1 และ 2 และสรุปสุดท้ายในเฟรมที่ 5

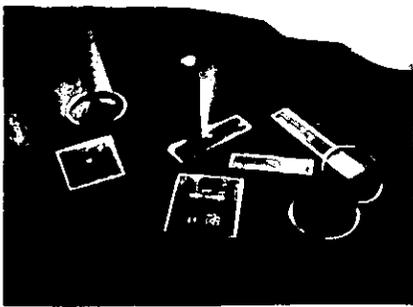
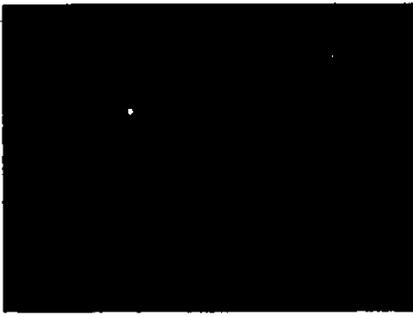
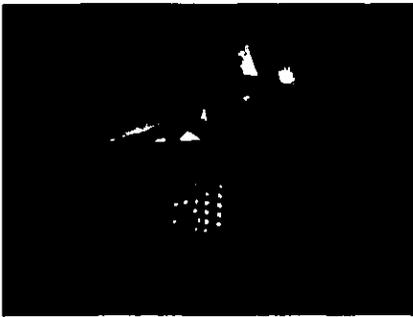
อิมเมจ ออฟ เอ็กซ์เชลเร้นท์

60 วินาที

เพ็ญส นาว ฮาว ดีลักซ์

บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล คอสเมติก จำกัด

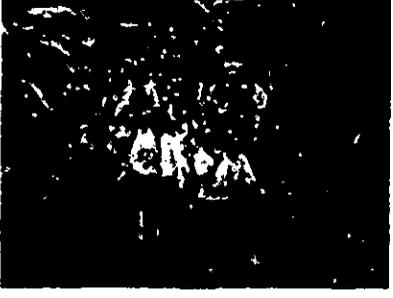
และจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "อิมเมจ ออฟ
เอ็กซ์เชลเร้นท์" ที่จัดฉาก เสียง แสง สี
โรแมนติคสะกดอารมณ์ชาย ให้เกิดอารมณ์เคลิบ
เคลิ้มถูกสะกดจิต หรือที่เรียกว่า "อารมณ์เล่นทริยะ"



Cheri Lon (5)



และยังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง "Cheri Lon"
 ที่เสนอภาพหญิงสาวโซรัว ช่างทอ และความใสบาง
 ของกระโปรงที่ถูกเปิดออก ด้วยลมเป่าของ
 แชนโซโพน



2.1.5 วัฒนธรรมประเพณี

พินทุโลก Pitsanuloke

บรัส

คุณลักษณะที่สัมพันธ์กับทัศนคติทางวัฒนธรรม และประเพณีของสังคมไทย สังคมใดมีค่านิยม เช่น ไร บุคคลทั้งหลายในสังคม ก็มักจะมีความโน้มเอียงแสดง พฤติกรรมและความรู้สึกไปในทิศทางที่มัน ๆ ดังนั้น คุณลักษณะของสิ่ง ไร่ทางสุนทรีย์ที่ เป็นทัศนคติของ สังคม จึงมีอิทธิพลต่อการเกิดอารมณ์สุนทรีย์ที่ เป็น อ่างข้าง ซึ่ง ดังจะปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง "พินทุโลก" ที่เสนอภาพการแข่งขันทายเรือยาว อ่างข้างต้นต้น สบทุกสายาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ประชาชน คนไทยในปัจจุบันกำลังให้ความสนใจเป็นอย่างสูง

เรือนระที่นั่ง

60 วิชาที่

เบียร์สิงห์

บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด



และจากภาพยนตร์เรื่อง "เรือนระที่นั่ง" ผู้สร้าง
ได้ใช้ศิลปกรรมเก่าแก่ ซึ่งรวมทั้งภาพเรือสุพรรณ
หงส์ที่เป็นสัญลักษณ์ของประเพณี ความเชื่อที่สืบทอด
กันมาเป็นเวลาช้านาน

๑ มีนาคม
๒๕๒๖-๒๕๒๗
๒๕๒๖-๒๕๒๗

ลอยกระทง

60 วินาที

เบียร์สิงห์

บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด



และจากภาพยนตร์เรื่อง "ลอยกระทง" ผู้สร้าง-
สรรคได้ใช้ประเพณี ชีวิตเก่า ๆ เกี่ยวกับการ
ประดิษฐ์ดอกไม้ ใบตอง การจัดงาน มาเป็นสิ่ง
เร้าให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สุนทรียะ และหยุดสรุปลง
เฟรมที่ 5 ด้วยภาพขวดเบียร์ตราสิงห์ ตั้งอยู่หน้า
ช่างสานด้วยไม้ไผ่

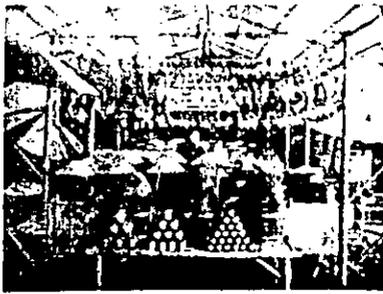
ตลาดนัด Sunday Market

60 วินาที

เบียร์ตราสิงห์

บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด

และยังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "ตลาดนัด" ที่แสดงลักษณะของการจัดร้านค้าแบบไทย ๆ ดังปรากฏในเฟรมที่ 1, 2, 3 และภาพหมอดูในเฟรมที่ 4 และจบลงสุดท้ายด้วยภาพเบียร์ตราสิงห์

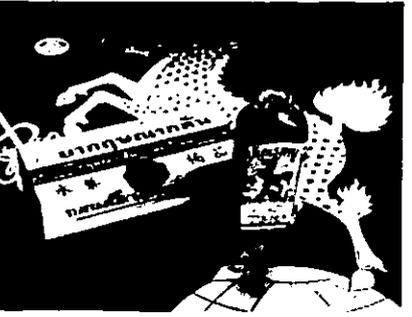
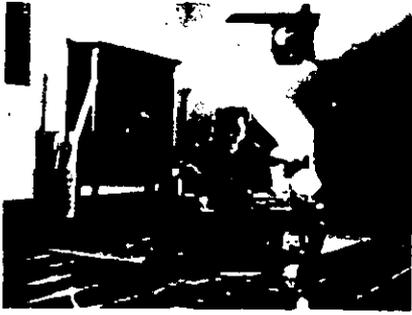


ลงรัก - ปิดทอง

60 วินาที

ขากฤษณากลับ ตราภิเษน

บริษัท โอสธสภา (เด็กเซงหญ) จำกัด



นอกจากนั้นยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "ลงรัก - ปิดทอง" ซึ่งงานศิลปะดังกล่าวเป็นสื่อแสดงให้เห็นถึงภาพเก่า ๆ ที่มีคุณค่า โดยเฉพาะนำเสนอเป็นคุณค่ากำลังขมุกเขม้นสร้างงานศิลปะลงรักปิดทอง ในเฟรมที่ 1, 2 และ 3 และสรุปลงท้ายด้วยรูปการเล่นและขากฤษณากลับตราภิเษนของ



2.2 สิ่งที่เกิดธรรมชาติของมนุษย์

แต่น้องผู้หิวโหย

30 วันมาที่

บริษัท ไทยทีวีสีช่อง 3 จำกัด

สิ่งที่เกิดธรรมชาติของมนุษย์ หมายถึง สิ่ง
ที่จำเป็นจะต้องเป็นไปตามกฎของธรรมชาติ และหลีกเลี่ยงไม่ได้ ได้แก่

2.2.1 ความกลัวเกลียด น่ากลัว เป็นคุณ
ลักษณะที่มนุษย์ไม่ต้องการ ไม่ปรารถนาให้เกิดขึ้น
กับตนเอง ดังปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง "แต่น้องผู้
หิวโหย" ที่เสนอภาพเด็กที่ขาดสารอาหารให้เห็นถึงความ
ทุกข์ยากไร้ แร่แรดั่ง แต่แวต่ายังแฝงไว้ด้วยการ
ต่อสู้กับชีวิตโง่เฟรมที่ 1 และ 2 ก็เสนอภาพเด็ก
ชายร่างผอมโซ เบื่งที่โตรง และภาพเด็ก ๆ ที่ยาก
ไร้ในเฟรมที่ 3 สรุปเป้าหมายที่ชัดเจนโง่เฟรมที่
4 และ 5 ดังนั้นเฟรมที่ 1-3 จึงเป็นขั้นตบของ
การสร้างอารมณ์สู่แท้จริงให้เกิดกับโง่กัวผู้สุม



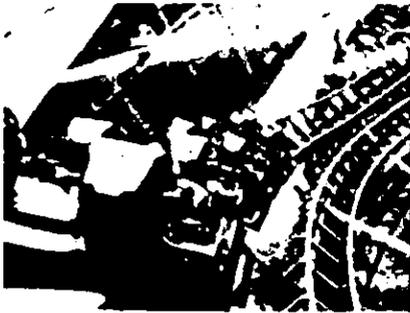
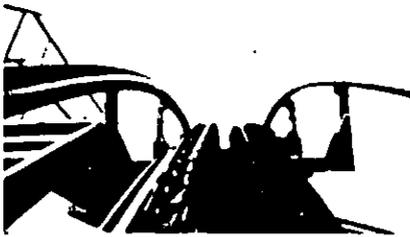
และภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "อุบัติเหตุ" ก็ได้เสนอภาพแม่อันเป็นที่รักของเด็กหนุ่มคนหนึ่ง ตกลงไปในท่อระบายน้ำ จนศีรษะแตกเลือดไหลโครม เขาพยายามจะพาแม่ขึ้นรถตุ๊กตุ๊ก ก็กลับเกิดอุบัติเหตุขึ้นอีก จะวิ่งไปโทรสั่งก็ใช้ไม่ได้ ทำให้ผู้ชมสรุปเอาเองว่า เป็นเพราะไม่รักษาสาธารณสุขสมบัติ ดังปรากฏภาพในเฟรมที่ 3

พลาดไม่ได้

30 วินาที

บริษัท อะมิวส์เมนท์ เซ็นเตอร์ จำกัด

และยังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "พลาดไม่ได้" ที่เสนอความหวาดเสียวของรถรางลอยฟ้า ภายในสวนสนุกที่วิ่งอย่างรวดเร็ว และมีเสียงผู้โดยสารทั้งคันร้องวิ๊ดว้าย อันจะเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สุนทรีระทึก และสรุปในเฟรมสุดท้ายว่า สิ่งดังกล่าวอยู่ที่แดนเนรมิตเท่านั้น



โตโยต้า ไฮลักซ์

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย)

จำกัด

และจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "ฮีโร่" ที่ได้
เสนอความหวาดเสียว ของเหตุการณ์ไฟไหม้
ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ และเด็กคนหนึ่งกำลังตกอยู่
ในอันตราย ทำให้มีชายหนุ่มคนหนึ่งต้องฝ่า
เพลิงเข้าไปช่วย และหนีออกมาได้อย่าง
หวุดหวิด ก่อนที่ถังแก๊งน้ำจะโค่นลงมาทับ



2.2.2 ความบริสุทธิ์ไร้เดียงสา

กูกโก

30 วินาที

ขนาดภาพยนตร์ไทย



ความบริสุทธิ์ไร้เดียงสา หมายถึง คุณลักษณะที่แสดงออกมาอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีการปรุงแต่ง ต่อเติม เสนสร้าง หลอกหลวง เป็นคุณลักษณะที่ทุกคนใฝ่หา เพราะในชีวิตจริงจะเต็มไปด้วยความเสแสร้ง หลอกหลวงแทบทั้งสิ้น ดังปรากฏให้เห็นในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "กูกโก" ที่ใช้ความบริสุทธิ์ไร้เดียงสาของลูกโก และความรักของแม่โกในเฟรมที่ 2 แล้วโยงความรู้สึกมาที่เด็กน้อยและแม่ในเฟรมที่ 3 และ 4 ได้อย่างต่อเนื่อง แนบเนียน สมเหตุสมผลที่สุด คุณลักษณะดังกล่าวข้างต้นจะสร้างอารมณ์สู่เกียรติยศที่จับผู้ชมและเกิดการรับรู้ ลากจูงความเชื่อ ศรัทธาขนาดภาพยนตร์ไทยในเฟรมสุดท้าย

นับ

60 วินาที

บริษัท เซลล์ แห่งประเทศไทย จำกัด



นอกจากนี้ยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง "นับ" ที่เสนอภาพเด็กน้อยสลง
กึ่งโดยสารอยู่ที่ขารวดของคุณพ่อและคุณแม่ ตลอด
ทางนับนับนี้กับเซลล์ ด้วยกริยา ท่าทาง น้ำ
เสียงที่เป็นธรรมชาติของเด็กมากที่สุด จนทำให้
ผู้ชมเกิดอารมณ์สุนทรียะขึ้นได้

เข็มนุ่นขี้ข้าว



45 วินาที

บริษัท ยูไนเต็มนิลด์ จำกัด



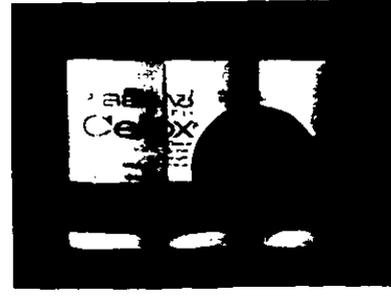
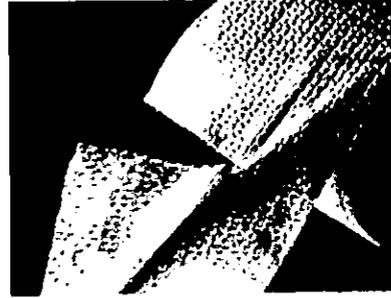
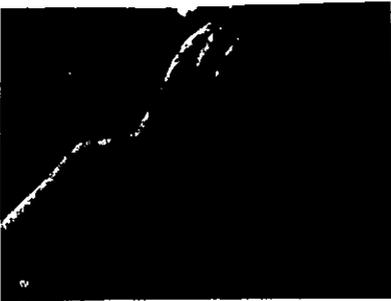
และยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์
โฆษณาเรื่อง "เข็มนุ่นขี้ข้าว" ที่ผู้สร้างได้เสนอภาพ
เด็กน้อยชื่อของไปเข็มนุ่นขี้ข้าว และแสดงกริยาท่า
ทางอย่างไร้เดียงสาต่อคุณขี้ข้าวของเขา ทำให้ผู้ชม
สรุปได้ว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจดังกล่าวได้
เพราะนมตราหมีเท่านั้น "เพื่อคนที่คุณรัก"

เฟลเซอร์

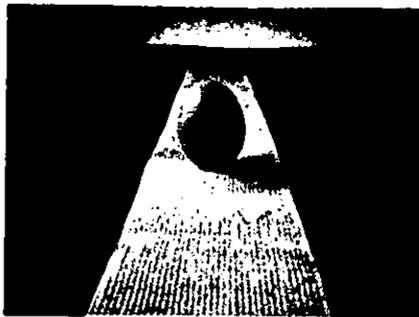
30 วินาที

กระดาษชำระเซลลูล็อกซ์

บริษัท สกิลตนาโนส จำกัด



นอกจากได้ภาพยนตร์เรื่อง "เฟลเซอร์" ยังนำเอา
โฆษณาหรือชนไก่ ที่ลอยอยู่ข้างมือสรงมา คว้า
อารมณ์ผู้ชม ให้เกิดอารมณ์สุนทรีระย้า และให้รับรู้
เกือบ โขงมาที่เซลลูล็อกซ์กระดาษชำระนุ่มเนื้อ นุ่ม
เหมือนขนนกที่ลอยในอากาศ



ลูกไก่

30 วินาที

บริษัท ยิบอินธรรม จำกัด

และจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "ลูกไก่" ผู้สร้างได้นำเอาลูกไก่มาเป็นสิ่งเร้าให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สุนทรียะเช่นเดียวกัน



สวยดั่งธรรมชาติ

Natural Beauty



Rose White



Sunflower

สวยดั่งธรรมชาติ



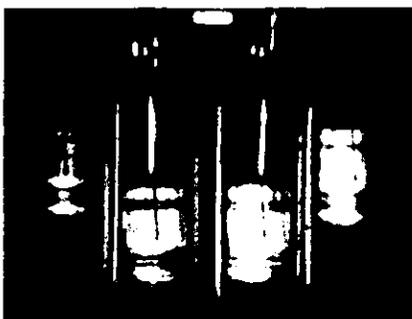
สีบิวท์

สวยดั่งธรรมชาติ

45 วินาที

บริษัท อีสต์เอเชียติก (ประเทศไทย) จำกัด

นอกจากนี้ยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าว ในภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง "สวยดั่งธรรมชาติ" ที่ผู้สร้างสรรค์ได้เสนอภาพหญิงสาวในชุดเบา ๆ ท่ามกลางน้ำตก และดอกไม้ภวนาชนิดในเฟรมที่ 1 ความรู้สึกประทับใจของหญิงสาวที่มองธรรมชาติ และความเหลืองสะนงของดงดอกไม้ ก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรีย์ที่เข้ากับผู้ชม และรับรู้สี ไอซีไอ อย่างมีสุนทรีย์ด้วย



เปลือกส้ม

30 วินาที

เชลล์ซูเปอร์พลัส ผสมเอส เอฟ อาร์

บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

และยังปรากฏคุณลักษณะดังกล่าวในภาพยนตร์เรื่อง "เปลือกส้ม" ที่ผู้สร้างได้เสนอความสดใหม่ของ รอยฉีกเปลือกส้ม ให้เห็นชั้นต่อหุ้มต่าง ๆ ของ ธรรมชาติในเฟรมที่ 1 และ โยงความคิดมาที่ เฟรมที่ 2 เพื่อให้ผู้ชมเปรียบเชลล์ซูเปอร์ พลัส เหมือนเปลือกส้มที่ช่วยต่อหุ้มส้ม เช่นเดียวกับเชลล์ ซูเปอร์พลัส ก็ช่วยต่อหุ้มรักษาลูกสูบของเครื่องยนต์

2.2.3 ความอิสระเสรีอย่างธรรมชาติ

Duel

30 วินาที

เบิร์ตตราสิงห์ โกลด์

บริษัท บุรูด บริวเวอรี่ จำกัด



คุณลักษณะที่แสดงถึงความมีอิสระเสรีอย่างธรรมชาติ ไม่มีกฎ ระเบียบ หรืออำนาจใดๆ จากภายนอกตัวตนมาควบคุม บังคับ บงการ ซึ่งเป็นความสอดคล้องกับความต้องการของมนุษย์ เพราะในปัจจุบันมนุษย์ขาดเสรีภาพทางใจ ต้องเผชิญกับความแปลกแยก จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อสนองความต้องการดังกล่าวในลักษณะทดแทน ดังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง "Duel" ที่เสนอความรู้สึกแบบง่าย ๆ ไม่มีพิธีรีตรองของเด็กหนุ่มสองคนทีเล่นทีเฝ้าและเป่าข้าวลมกวน ได้ตอบประส่วนเสียงกันอย่างอิสระ จนทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกสบาย สบาย เบาสบาย ไร้อึด ไร้อึด แล้วก็สรุปเป็นเหตุผลลงที่ เบิร์ตตราสิงห์ โกลด์ เท่านั้น



ผ้าของคุณต้องการ

30 วินาที

น้ำยาปรับผ้านุ่มซอฟริง

บริษัท สหพัฒนนิบุล จำกัด

บริษัท ฟาร์อีสท์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด

บริษัท เอ.วี.ตราฟท์ จำกัด

คุณอดิศักดิ์ อัครจวัลญา

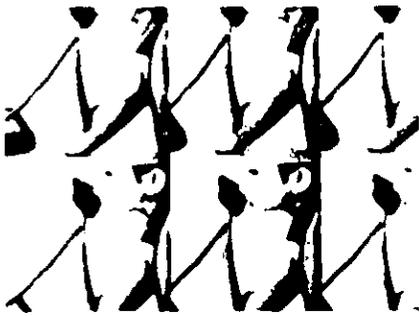
คุณอดิศักดิ์ อัครจวัลญา

และในภาพยนตร์เรื่อง "ผ้าของคุณต้องการ" ผู้สร้างได้ใช้ความนุ่มและสีสรรของกระโปรงที่อ่อนนุ่มจนลอมชมพูอ่อน ๆ บวกกับภาพขวดซอฟริงที่มีทรวดทรงคล้ายผู้หญิง สื่อชมพูอ่อนเป็นสื่อในการสร้างอารมณ์สุนทรีย์ะ นอกจากนั้นในเฟรมที่ 4 ยังใช้ความนุ่มนวลของเด็กเล็กเป็นสื่อทางสุนทรีย์ะ ยืนยันให้ผู้ชมยอมรับและจบสรุปด้วยภาพ น้ำยาปรับผ้านุ่ม "ซอฟริง" ในเฟรมสุดท้าย อย่างต่อเนื่องและกลมกล่อมผลที่สุด นอกจากนั้นยังมีปรากฏในภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ อีก เช่น "อิมเมจออฟเอ็กเซลล런스" "เอสกีโม" และ "แสงหา" เก็บฉับ

2. วิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ระหว่างภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวด ในงานประกวดโฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 ที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยม และภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ไม่ได้รับรางวัล

ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

2.1 ภาพยนตร์ที่ชนะการประกวด วิเคราะห์ในด้านรูปแบบและเนื้อหา
ปรากฏผลดังนี้



ผู้ชำนาญการทอมนวด
แห่ง NIVEA



ครั้งที่ 7 (2525)

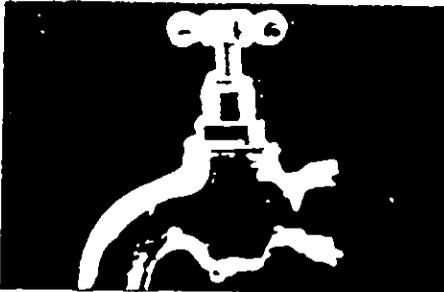
1. นีเวียครีมใจซึ้งสุด "ทุก ๆ วัน"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับภามารมณ์ เช่น การนึ่งโซ้วสัดส่วนก่อนขาของหญิงสาว ในภวณภานที่ 3

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวอย่างเป็นจังหวะ ซ้ำ ๆ กันของช่วงแขน

2. เซลล์แก๊สชุด

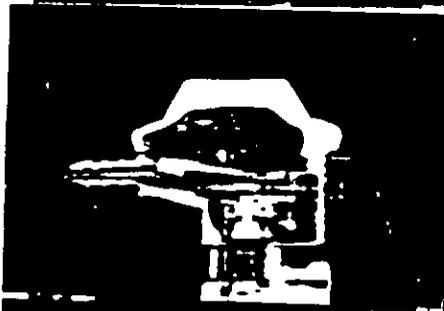
"ลูกบิดน้ำรั่ว"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับอันตราย เช่น ภาพก๊อกน้ำในบรรยากาศมืด มีเงามืด และอันตรายจากสิ่งที่มองไม่เห็น คือ แก๊สรั่ว มองไม่เห็นเหมือนน้ำรั่ว



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความแปลกของความคิด . เกี่ยวกับ การเกิดอันตราย



ภาพจริง เซลล์แก๊สชุด

3. ตลกสเตอร์เบียร์ชุด "เทพบุตรคิวทอง"

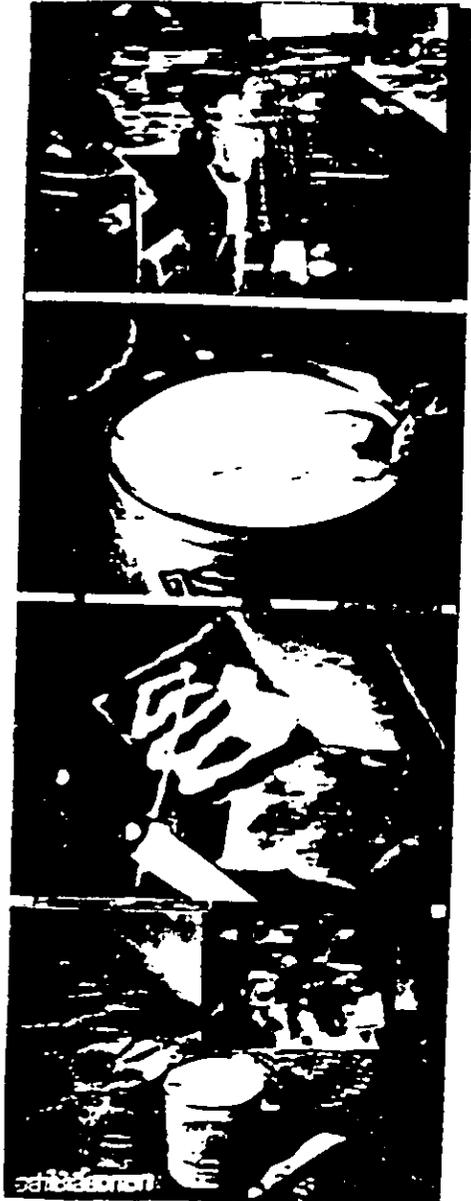


ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับเกียรติยศ และชื่อเสียง เช่น ความมีชื่อเสียงของ สตีฟ เดวิด แชมป์โลกสนุกเกอร์

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหว เช่น ภาพลูกบิลเลียด ถูกแทงให้วิ่ง ชิ่งไปชิ่งมาอย่างแม่นยำ

4. เมตตราหิวัฏ

"ประหลาดใจ"

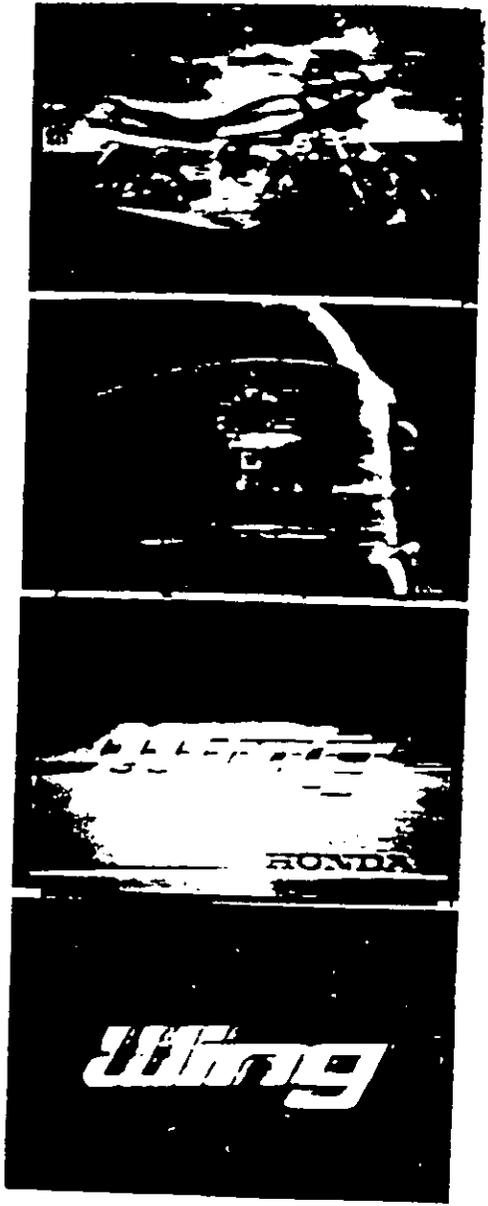


ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสา ของลูก ๆ ทั้งสามคน ที่กำลังช่วยกันเตรียมอาหารเข้าให้พ่อแม่

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความขัดแย้ง เช่น ความขัดแย้งทางความคิดของพ่อแม่ ที่ตอนแรกคิดว่าลูก ๆ กำลังซุกซน แต่กลับตรงข้ามกับที่คิด เพราะลูก ๆ กำลังเตรียมอาหารให้พ่อแม่

5. สอนตัดชุด

"สอนล้ำวิงก์"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเนือฉื่น เช่น รถจักรยานยนต์วิงเร็วเหมือนสายฟ้า

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเคลื่อนไหว เช่น การเคลื่อนไหวของรถจักรยานยนต์ ที่ทำให้มันส่องพุ่งเป็นทางออกไปทางเบื้องหลังคล้ายกับติดปีกบิน

6. ฟลูออคาร์บิล 180 ชุด

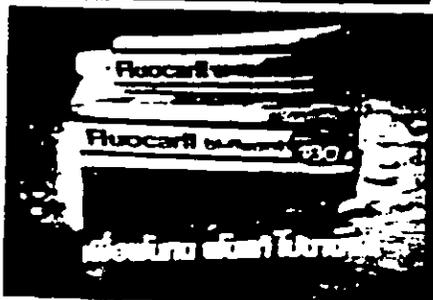
"ก๊อ"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ไว้ได้ขงสา เช่น ภาพเด็ก ๆ กำลังก๊อ้อย



ดี ๆ เบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่าง ความแข็งของวัสดุที่ก๊อกับไม้เท้าไม่แข็งแรงของเด็ก ๆ



7. เตอะมอล สุต

"บูติด"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเนือเฟิน เช่น ภาพเสื้อผ้าแบบต่าง ๆ กำลังลอยออกมาจากถุงมากมาย

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความแปลกใหม่ เช่น ผ้าลอยออกมาจากถุงเองได้

8. เอละมอลส์ชุด "ชีวิตใหม่"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเนื้อฝน เช่น ความต้องการมีของใช้ เฟอร์นิเจอร์ที่สวยงาม ถูกใจ เพียงแต่นักก็จะปรากฏให้เห็นในท้องถื่นทันที

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกแปลกใหม่ เช่น สร้างสรรค์ให้ทุกสิ่งทุกอย่างที่ต้องการเกิดขึ้นมาได้ตั้งใจฝน

๑. เป็ปวีชู้ด

"วีชู้ดคณเสวีรท"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกสนุกสนาน เช่น การจัดรายการเพลงที่แสดงให้เห็นการแสดงของวงดนตรีจริง ๆ ทั้งการแสดงเต็มไปด้วยท่วงท่าการเต้น และร้องของนักดนตรี ประกอบกับมีควีนผู้ขึ้นมาสร้างบรรยากาศให้สนุกสนานเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังนำเอาความนิยมฟังเพลงจากนักจัดรายการวิทยุรุ่นดัง ๆ มาเป็นสื่อเร้าอีกอย่างหนึ่งด้วย

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเคลื่อนไหว เช่น กริยาท่าทางของนักจัดรายการ ตลอดจนแฟนเพลงทางบ้าน และบรรยากาศของการดูดนตรีที่เวทีคอนเสิร์ต

10. เป็นที่ชุด

"ความรัก"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความมีชื่อเสียงของดาราสาว และคุณลักษณะด้านภาพารมย์ระหว่างชายหนุ่มหญิงสาวที่กำลังตกอยู่ในวังแห่งความรักและความคิดถึง



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่าง ความลิ้มแสวัง ความว้าเหว่ กับความสมหวังของหญิงสาวและชายหนุ่มที่นลิ้มกลับมา เป็นความรัก ความเข้าใจ และให้อภัยซึ่งกันและกัน



11. รางวัลส่งเสริมเยาวชนชุด

“อุบัติเหตุ”



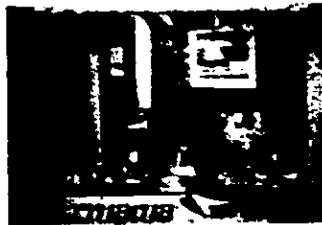
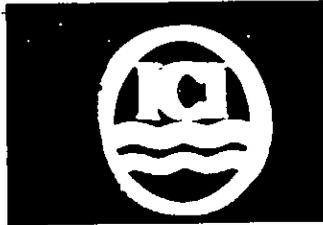
ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเป็นเลือดที่ปรากฏบนร่างของแม่ และลูกชายที่เข้าไปอุ้มแม่ ซึ่งกำลังประสบอุบัติเหตุจากการตกท่อ และถูกรถชนจนแม่ต้องตาย ชนิดที่หมดหนทางที่จะช่วย เพราะสาธารณูปโภคถูกทำลายโดยกลุ่มวัยรุ่น



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหว ของเหตุการณ์ที่เลวร้ายต่อเนื่องจากเหตุการณ์หนึ่ง สู่อีกเหตุการณ์หนึ่งตลอดจน เสนอคุณลักษณะของความขัดแย้ง ชนิดที่เรียกว่า “โศกนาฏกรรม” ระหว่างความรับผิดชอบและความรักที่แม่มีต่อลูก กับอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจนแม่ถึงแก่ความตาย



ครั้งที่ 8 (2526)



1. สีไอซีไอ ชุด
"ชาวธรรมชาติ"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ของความเป็นธรรมชาติ
เช่น ภาณดอกไม้

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความกลมกลืนของสี ที่เป็นบรรยากาศ
โดยส่วนรวม ทำให้นองดูนุ่มนวล คลุมเครือ

2. เอสโซ่ ชุด "ตรวจน้ำมัน"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับชื่อเสียง เกียรติยศในเรื่องการรักษาคุณภาพและมาตรฐาน ที่เชื่อถือได้ของน้ำมันเอสโซ่ โดยใช้ตัวแสดงมาตรฐานเป็นสิ่งอ้างอิง

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกในด้านความเป็นระเบียบ ความนิ่มนวล ของการตรวจสอบคุณภาพน้ำมัน โดยเฉพาะการแสดงบทบาทอย่างเอาจริงเอาใจของกลุ่มพนักงาน

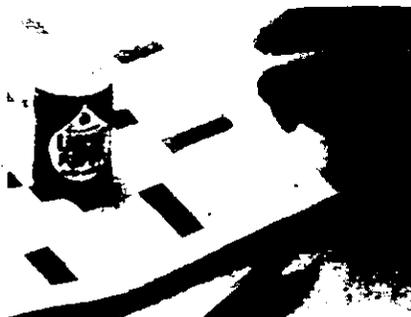
3. น้ายาลบคำผิด ชุด
"ไม่เป็นไร ๆ ผิดกันได้"



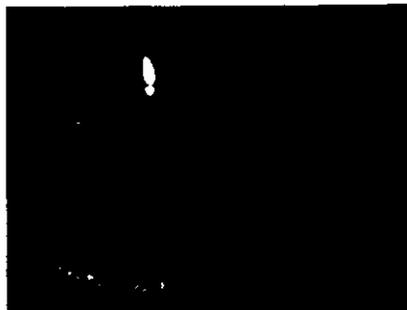
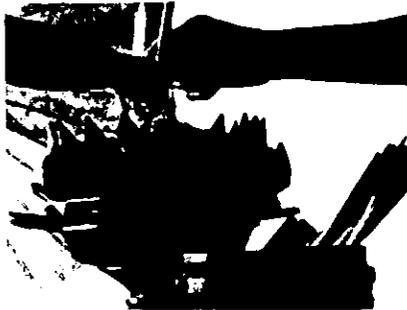
ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกสนุก ตลกขบขัน เช่น หางเป็ยทั้งสองข้างของ
เด็กหญิงกระดกขึ้นลงได้



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิดทิศทาง
เช่น การเคลื่อนไหวของหางเป็ย ที่เข้าจังหวะกับ
เสียงเพลงประกอบ "ไม่เป็นไร ๆ ผิดกันได้"



แถวเพ็ยกับพัดทวยบ



4. เป็ยร่สิ่งเก๋ ซุด "ลอยกระทง"

ด้านเนื้อหา : เสอเหตุลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับประเพณีการลอยกระทง และการ
ประดิษฐ์กระทงด้วยวัสดุธรรมชาติ ตามประเพณี
นิยมของคนไทย

ด้านรูปแบบ : เสอเหตุลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความเป็นระเบียบ ของการประดิษฐ์
ใบตอง

5. เบียร์สิงห์ ชุด
"เรือพระที่นั่ง"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีโบราณ ของพระมหากษัตริย์ไทย เรื่องประเพณีการเสด็จทางชลมารค และลักษณะงานช่างของไทย

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเป็นระเบียบ ของชบวนเรือพระที่นั่ง และลวดลายไทยต่าง ๆ ตลอดจนความยิ่งใหญ่ของชบวนเรือแต่ละชนิด

๑. ไอบีเอ็ม ชุด "เซ้าวันเจอร์"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความสนุกสนานของนักธุรกิจสองคน ที่ทำงานด้วยเครื่องมือต่างกัน โดยที่คนหนึ่งใช้คอมพิวเตอร์ ไอบีเอ็ม เนอร์เชอเนล ส่วนอีกคนหนึ่งไม่ใช้

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะความขัดแย้งในเชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักธุรกิจทั้งสอง

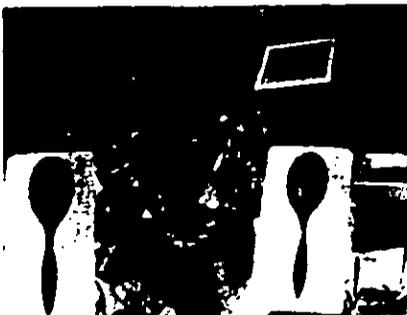


7. กระดาษสี ไม้สัก ชุด
"คลื่นลูกใหม่"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความสนุกสนานของชายหญิง กำลัง
เดินร่ำด้วยความสนุกที่ชายทะเล



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะเกี่ยวกับ ความ
เคลื่อนไหวของจังหวะ เสียงเพลง เสียงกลอง
นอกจากนั้น ยังเสนอคุณลักษณะความแปลกใหม่ของ
ลูกชัตเซียว ลงได้





ภาพนี้ มีชื่อ โฉมใหม่ ถูกถ่ายรูปได้
ผู้หญิง สุจริต เอ็มเอ วัน มีชื่อ โฉมใหม่ มีชื่อ โฉมใหม่
ใช้มาตามชื่อรูปนี้ ผู้หญิง สุจริต เอ็มเอ วัน
อีฟองส์ ก่อผู้สุจริต เอ็มเอ วัน ให้รูปได้ขึ้นชื่อ
เพราะ ใช้ชื่อมัน เดียวกับมีกอวิท

๘. ผู้จิกเอาวัย ชุด
"มือโหน ๗ ชุด 1"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับกามารมณ์ โดยเสนอรูปแบบของหญิง
สาวแต่งตัวในชุดอาบผ้า ถือกล้องผู้จิกในท่าทาง
ต่าง ๆ

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกของความขัดแย้ง ความแปลกใหม่ของนางแบบ
และนายแบบที่ถือกล้องถ่ายรูปในท่าทางที่
ต่าง ๆ กัน

๑. น้ำยาปรับผ้านุ่มยี่ห้อจริง ชุด
"ผ้าของคุณต้องการ"

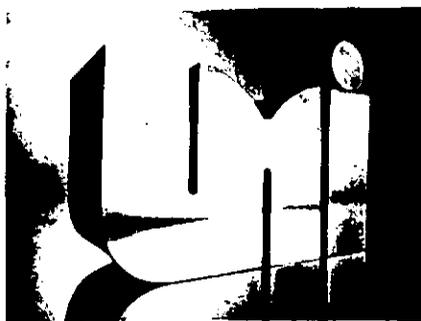


ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาของเด็ก



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะเกี่ยวกับความกลม
กลืนของสีทึมนุ่มก่อน และความพลิ้วบางของผ้าที่
สวมใส่





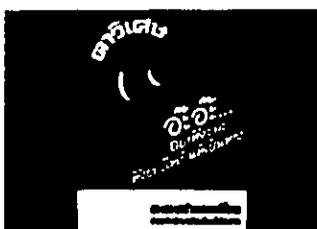
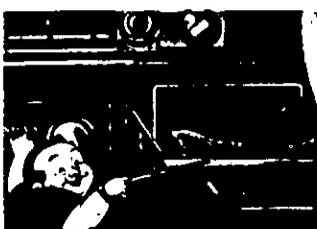
10. ตูราเกรส ชุด

"สู่น้ำ"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเ็นอึดของชายหญิง 2 คน กำลั้งนั่งพักผ่อนอยู่บนแผ่นตูราเกรสขนาดใหญ่ ที่ลอยอยู่ท่ามกลางความว่างว้างของทะเล คู่คล้ายกับอยู่อีกโลกหนึ่ง

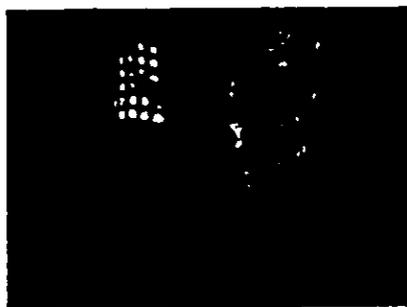
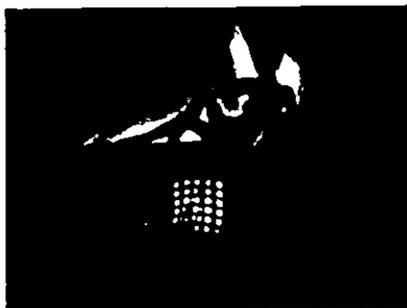
ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความยิ่งใหญ่ของตูราเกรส ด้วยการนำเอากะเบื้องมาสัมพันธ์กับทะเล และมีรูปประติมากรรมของคำว่า "DURAGRES" และ "UMI" ขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้ ๆ

11. รางวัลส่งเสริมเยาวชน ชุด
"ดาวพิเศษ"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกสนุก ตลกขบขันของการ์ตูนทั้งชยะ และเทคนิคการถ่ายทำให้อชยะที่ทิ้ง วิ่งกลับไปที่มีอชยะผู้ทิ้งชยะพูดได้ เป็นดั่ง

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหว และความแปลกใหม่ของการ์ตูน - นัยน์ตาที่เคลื่อนไหวได้



12. รางวัลโรคมหาตีเด่น

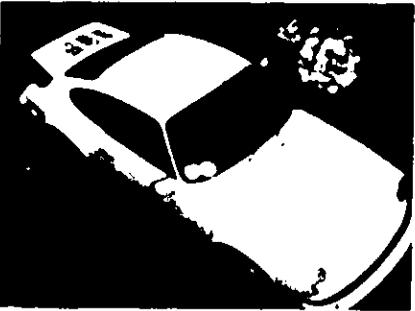
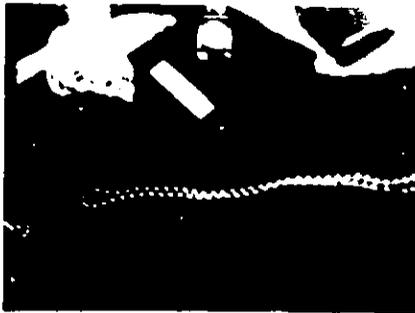
เนี่ยชนาวสาว ชูด

"อิมเมจออฟเว็ท เซลล์เนท"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความารมณ์ ซึ่งแสดงออกด้วยเสียงประกอบ บรรยากาศที่คลุมเครือ สลัวแสง เงาของหญิงสาวที่โชว์ให้เห็นส่วนสัด และท่าทางสีหน้าตลอดจนเอื้อมกับกริยาที่สื่อไปในทางเข้ายวนอารมณ์เพศชาย

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกกลมกลืนของเสียงประกอบและสีสรร ที่กลมกลืนกันเป็นบรรยากาศโดยรวม ที่คลุมเครือ สลิม สลือ

ครั้งที่ 9 (2527)



1. นีเวียครีมโลชั่น ชุด "นุ่มผิวด้วยนีเวีย"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกในเชิงกามารมณ์ เช่น เสนอภาพหญิงสาวนอนเปลือยร่าง และมีผ้าปกปิดเพียงเล็กน้อยในบริเวณอวัยวะสืบเฉพาะ และยังเสนอความมีชื่อเสียงของดาราสาวนาถยา แดงบุหงา ตลอดจนภาพรถยนต์ของชายหนุ่ม ที่บ่งบอกถึงฐานะของสังคมชั้นสูง กำลังขึ้นรถหญิงสาวที่มีผิวนุ่มคนนี้

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความกลมกลืนของผิวพรรณ อันนุ่มนวลเกลี้ยงเกลา ตลอดจนความกลมกลืนของสร้อยไข่มุกที่สวมใส่อยู่



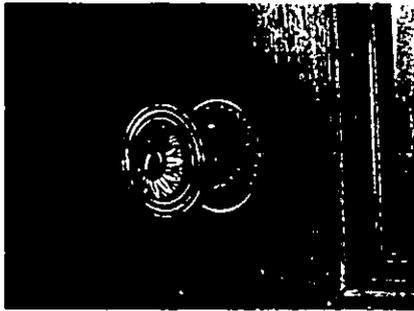
2. เซล ชุต

"นับ"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาของเด็กที่ นั่งรถไปกับพ่อแม่ แสดงพฤติกรรมการนับนิ้วน้ำมูก เซล จนหลับโดยไม่รู้ตัว

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะความเคลื่อนไหวของ การเดินทางโดยรถยนต์ จากการนั่งนับจำนวนไม้ น้ำมันข้างทางที่ผ่าน ไปตั้งแต่ต้นจนถึงปลายทาง



3. ฤๅษี

"ร้อยปี"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับฐานะทางสังคมชั้นสูง ของครอบครัว ที่มีคฤหาสน์หลังใหญ่ เก่าแก่ แต่ยังอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความยิ่งใหญ่ของความเป็นคฤหาสน์อัน เก่าแก่ และแสดงให้เห็นว่าแม้แต่ฤๅษีแลด ที่ใช้อยู่ ก็ยังคงสภาพดีเหมือนเดิม แม้จะผ่าน ระยะเวลามาเป็นร้อยปี



4. นมตราหมี ชัด

"เยี่ยมคุณย่า"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีของไทย ที่ปู่ย่าตายายมักจะให้ความรัก ความเอ็นดูต่อลูกหลาน และในรอบปีหนึ่ง ๆ ลูกหลานจะหาโอกาสมาเยี่ยมผู้เฒ่าผู้แก่ เพื่อแสดงความกตัญญู และยังเสนอความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาของหลานที่มีต่อคุณย่า เช่น อากัปกิริยา และการพูด

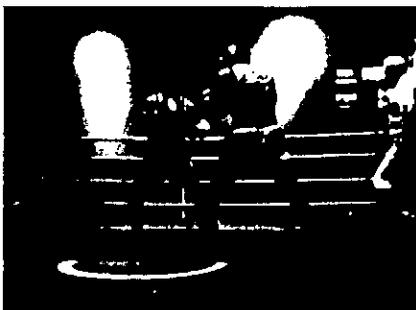
ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความมีระเบียบของกิริยาท่าทาง นอบน้อมสุภาพที่หลานชายแสดงต่อคุณย่า

5. มอลล่าออลิ์ตุลัน ชุด "สิงห์มอเตอริไซด์"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับพฤติกรรมชายหญิงสมัยใหม่ 2 คน ที่แสดงท่าทางอิสระเสรีอย่างธรรมชาติ ง่าย ๆ ตรงไปตรงมาตามความรู้สึกจริง ๆ ของตน

ด้านรูปแบบ : เสนอความขัดแย้งของชายและหญิง ระหว่างการหยุด และการเคลื่อนตัวอย่างรวดเร็ว ของรถจักรยานยนต์ ผู้ชายดูท่าทางซื่อ ใจเย็น แต่กลับออกฤทธิ์อย่างรวดเร็วเกินคิด

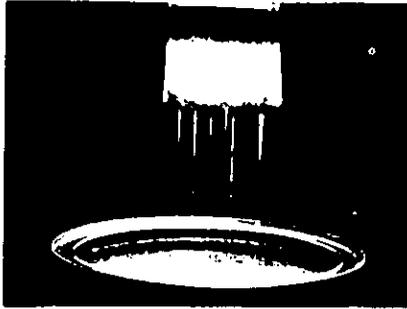


ชาวเมือง สิทธิชูชัย
นักชกสโมสรโศภนสภา

6. สโมสรโศภนสภา ชุด "บ็อกเซอร์"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความมีชื่อเสียงของชาวเมือง สิทธิชูชัย

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความยิ่งใหญ่ของชาวเมือง สิทธิชูชัย และคุณลักษณะเกี่ยวกับ ความเคลื่อนไหวของลีลา การชกคู่ต่อสู้ ในรูปแบบของภาพซ้ำที่แสดงให้เห็น ถึงความรุนแรงของหมัดแต่ละหมัด



7. สีเคลือบชุด "คุณค่าของสี"

ด้านเนื้อหา : เส้นคุณสมบัติที่ทำให้เกิด ความรู้สึกของความอบอุ่นของชีวิตครอบครัว ที่ไม่เพียงอยากพบกับสภาพความสดชื่น ความอบอุ่น ความสมบูรณ์ ความเพียบพร้อมของชีวิตทุกอย่าง

ด้านรูปแบบ : เส้นรูปแบบความกลมกลืนของบรรยากาศภายในบ้านและห้องนอน ตลอดจนความเคลื่อนไหวของฝากระป๋องสี

สีเคลือบ เจ็ดจำ ห้าหาญ สีเคลือบ โคมทิวใน โคมทิว นอก สีเคลือบ นุ่มหวาน ทานตะวัน รันนี่ รันหน้ำ สีเคลือบ ให้คุณได้มากกว่าความเป็นสี

8. เสนอแนวคิด คิวเว่ ชูนี้เลีย ชุด "นักดื่มใหม่"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับฐานะของสังคมชั้นสูง เกี่ยวกับบริบทนิยาม การดื่มเหล้าในบาร์แบบตะวันตก

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเป็นระเบียบ บริเวณบาร์ชาย เหล้า และการแต่งตัวที่เป็นระเบียบเรียบร้อย ของนักดื่มทั้งสามคน



๑. สีเทาโลก ทุด "เต็มอารมณ์"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเป็ธรรมชาติของสี และบรรยากาศภายในห้องต่าง ๆ นอกจากนั้นยังแฝงไว้ด้วยคุณลักษณะของความเชื่อเฝ้ถึงมนุษย์ต้องการ

ด้านรูปแบบ : เสนอภาพความกลมกลืนนุ่มนวลของบรรยากาศในห้องที่มีสีขาวในโทนสีต่าง ๆ กัน ทำใ้เ้องดูคล้ายเหมอกควัน ซึ่งเป็นสื่อความรู้สึกของความสุชในความเ็น



10. กรีนสปอต ชุด

"ทะเลทราย"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความน่ากลัว ท่ามกลางความรื่นเริงระอุของทะเลทรายและไฟ ตลอดจนบรรยากาศของความเนื้อไม้ที่เกินจริงของหญิงสาว แต่งชุดเหมือนไม่ได้ยืนอยู่กลางทะเลทราย และชุดของชายหนุ่มที่แต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่บ่งบอกให้รู้ว่า เป็นพนักงานบริการตามโรงแรมชั้นหนึ่ง

ด้านรูปแบบ : เสนอรูปร่างแบบความขัดแย้งระหว่างไฟที่ลุกโชนออกมาจากแก้วน้ำแข็ง และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย และบรรยากาศของทะเลทราย ดูเข้ากันไม่ได้ แต่ก็ดึงดูดได้โดยไม่รู้สึกอะไร

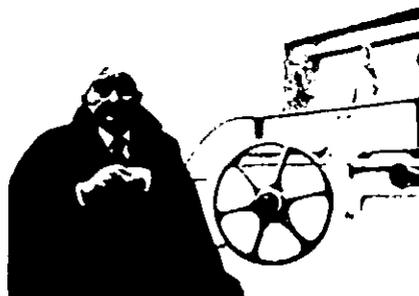
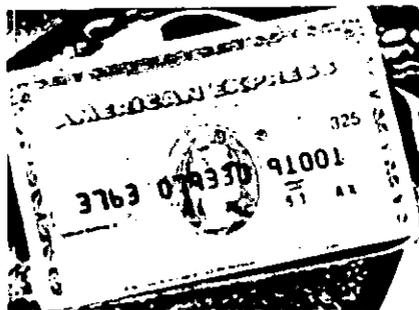
11. รางวัลผลิตภัณฑ์และบริการ ชุด
"คุณรู้จักผมไหม"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความมีชื่อเสียงของ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช และสัญลักษณ์ของความเป็นอเมริกันใน ภัตตรา



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความยิ่งใหญ่ของ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ที่ กำแพงทอง ที่ขบอยู่ในต่างประเทศอย่างองอาจและ เชื่อมกัน



12. วางไว้ลดความตึงเครียดส่วนตัว ชุด

"โลกนุ่ม"



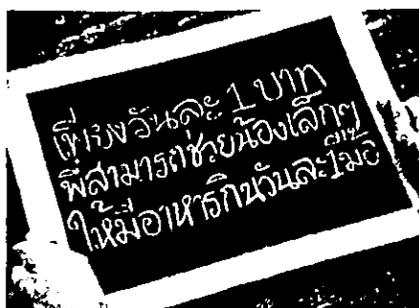
www.nivea.com



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความสนุกสนาน ตลกขบขัน ของสระน้ำและเตียงนอนที่อ่อนนุ่มนวล ตลอดจนความบริสุทธิ์ไร้เดียงสาของเด็กหญิงตัวเล็ก ๆ กับลูกสุนัข

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความแปลกใหม่ทางความคิด ที่ทำให้ชอบสระน้ำนุ่มนวล ผิดไปจากปกติธรรมดา

13. รางวัลส่งเสริมสังคม ชุต
"แต่ห้องผู้ทิวไทย"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกน่ากลัวของความอดอยาก ขาดไร้สองเพื่อนมนุษย์ในถิ่นทหาร ที่วอทหารจนต้องกินดินแทนไปก่อน

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความแปลกใหม่ ที่เกี่ยวกับภาพที่เด็กกำลังนั่งกินดิน

ครั้งที่ 10 (2527)



Tropicana ธรรมชาติ



Rose White ธรรมชาติ



Sunflower ธรรมชาติ



1. สีไอซีไอ ชุด
"สวยดั่งธรรมชาติ"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความมีอิสระเสรีอย่างธรรมชาติ เช่น น้ำตก เข็มสีขาว และทุ่งดอกไม้สีเหลืองอร่าม กับความน่ารักของเด็ก

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความกลมกลืนของสี ที่เป็นบรรยากาศของภาพทั้งหมด

2. เซลล์ทอด สู้ด



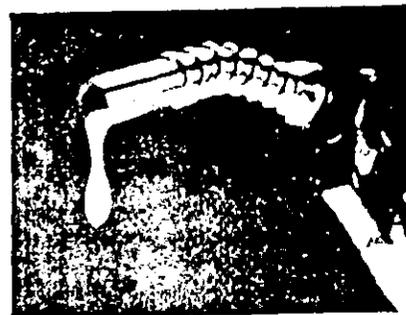
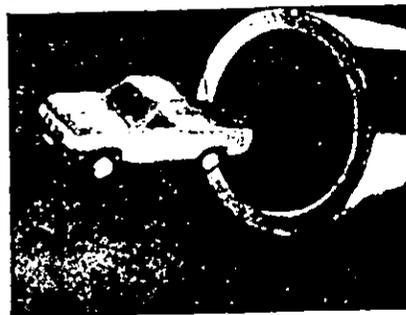
ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกน่ากลัว เช่น ยุงที่มีขนาดใหญ่ ในบรรยากาศสีม่วงครามทำให้น่าสะพรึงกลัว



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของยุง ที่กำลังบินมุ่งเข้าหน้าต่างบ้าน และเทคนิคในการทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้ายบินไปพร้อม ๆ กับยุงด้วย



3. ฟาสเตอร์แชด ชุด
"อุโมงค์น้ำมัน"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความน่ากลัวของน้ำมันที่กำลังไหลพุ่งไหลติดตามรถกระบะฟาสเตอร์แชดในอุโมงค์น้ำมันจนต้อแล้วรู้สึกหวาดหวั่น ๆ จะกัน

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของรถยนต์ และคลื่นน้ำมัน แล้วจบลงด้วยความแปลกใหม่ที่รถกระบะวิ่งออกมาจากท่อ ตมน้ำมัน

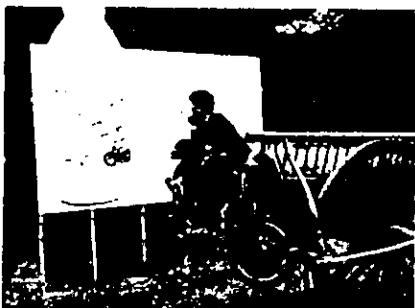
4. น้ำหนักเครื่องเฮลิคอปเตอร์
"เมตามอร์ฟอซิส"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกของความเพ้อฝันที่เกินความจริง ของน้ำหนักเครื่องที่เติมเข้าไปในตัวคน ซึ่งนอนฝังอยู่กลางทะเลทราย แล้วค่อย ๆ เปลี่ยนไปเป็นรถยนต์อย่างเหลือเชื่อ

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความแปลกใหม่ ของความคิดสร้างสรรค์ สวรรค์งานช่าง ให้คนกลายเป็นรถยนต์ และทำให้น้ำหนักเครื่องเคลื่อนที่ไปในอากาศได้

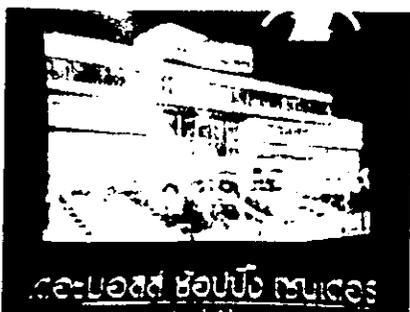
5. นวัตกรรมเครื่องแฮลล์ ชุด "นักบิด"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความสนุก ตลกขบขัน ที่วัดจักรขานยนต์ต้องนั่งเกวียน นอกจากนั้นเกวียนและภาพวิถีแบบชาบก ก็เป็นสิ่งเร้าทางด้านวัฒนธรรม ประเพณีของไทยอีกด้วย

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความขัดแย้ง ระหว่างเทคโนโลยีนี้ในบ้าน คือ เกวียน กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ คือ รถมอเตอร์ไซด์

6. เตะมะยมล สกนบิ่ง ชุด
"กุ่ม" และชุด "ซามูไร"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกของความตลกขบขัน ของวิธีการดึงลูกค้าเข้าร้าน ให้ผู้ชมจริงจัง ๆ แสดงเป็นกุ่มนั่งอยู่ในตู้โชว์ และวิธีการดึงลูกค้าด้วยวิธีที่หวาดเสียว โดยให้ซามูไรไล่หนีให้ลูกค้าหวาดกลัวจนเข้าร้าน

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความแปลกใหม่ เช่น ความคิดในการเรียกลูกค้าแบบแปลก ๆ อย่างชนิดที่ผู้ชมไม่เคยคาดคิดมาก่อน

7. หนังสือนสรวนลิลด้าไซโก๊ ชุด

"อตุกกาลนหั่งคววมสุท"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาของเด็กที่ เสนอร่วมกับรูปแบบของหน้ากาก เด็กชาวมักปุ๋นเขียน น้ำตาหยดหนึ่งหยด และภาพเด็กที่มองเห็นหน้า กำลังแสดงสีหน้าดีใจอย่างซื่อและ ไร้เดียงสา

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหว และความขัดแย้ง ระหว่างความเศร้าโศก เสียใจ ความเจ็บเหงา กับความดีใจของเด็กที่ได้ไป ที่ยวหนังสือนลิลด้า ไซโก๊สมใจ

8. เส้นแนวสี ชุด
"เพื่อนยามเย็น"



ด้านเนื้อหา : เส้นอศุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเป็นอิสระเสรี อย่างธรรมชาติ ของชายหนุ่ม ซึ่งกำลังฝึกพ่อมดข่มใจที่บ้านฝึก สายทะเล กับสุนัขแสนรู้ตัวโปรดทั้งตัว

ด้านรูปแบบ : เส้นอศุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความยิ่งใหญ่ของทะเล และเสียงร้อง ของหลุย อาร์มสตรอง ที่เปิดเป็นเสียงเพลง ประกอบ



9. ฮอลล์ ชุด

"เงา"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความสนุก ตลกขบขัน ของผู้แสดงชาย คนหนึ่ง ที่พยายามจะเข้าไปอาศัยหลบแดดในร่มของผู้อื่น และพยายามแก้ปัญหาด้วยการยื่นอาศัยร่มเงาของตนไม่ใหญ่ และตู้ไปรษณีย์ แต่ทำอย่างไรก็ไม่สำเร็จ แต่พออมฮอลล์ร่มเงากลับปรากฏที่ตัวของผู้เ็นอย่างเหลือเชื่อ

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความแปลกใหม่ของความคิด ในการหาทางหลบแดดของผู้แสดงชาย ด้วยวิธีการที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน

10. สิวลล์ ชุด

"เวลาขรสชาติ"

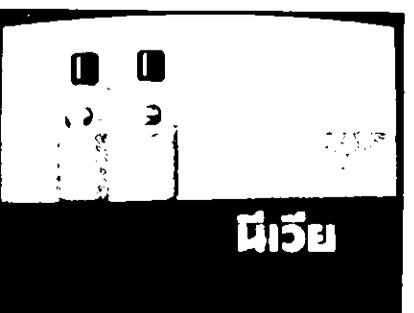


ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาของเด็กกลุ่ม กลุ่มหนึ่ง ซึ่งมีความรักและห่วงใยเพื่อน ๆ จึงพยายามซึ่งจักรยานไปให้พี่สงฆ์เพื่อนที่สถานีรถไฟถึงแม้ระหว่างทางจะพบอุปสรรค เช่น สะพานขาด เขาก็ยังพยายามลุยน้ำข้ามไป

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหว ของการลำดับ ภาณยนตร์ให้ผู้ชม ฝ้าติดตามว่า เด็กกลุ่มนี้ กำลังจะ ไปไหน และจบลงด้วยคุณลักษณะความขัดแย้งระหว่างอารมณ์เงิยบเหงา ว้าเหว่ กับความ ตีใจที่ได้พบ เพื่อนอีกครั้งที่ถึงอย่าง ไม่คาดคิดมาก่อน

11. รางวัลผลิตภัณฑ์และบริการ

นีเวีย เฟซ ชุด
"พลิกหน้า"



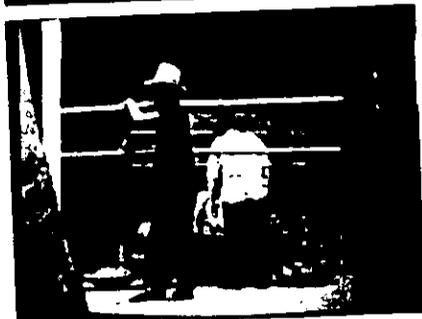
ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเมื่อผิว เช่น หน้าหญิงสาวในอัลบั้มเคลื่อนไหว
ได้ และพลิกเปลี่ยนหน้าไปเรื่อย ๆ ซึ่งเป็นการ
สร้างภาพด้วยเทคนิคการถ่ายทำและตัดต่อ

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะความแปลกใหม่ ที่
ทำให้รูปภาพในอัลบั้มเคลื่อนไหวได้ และทำให้มีอ
จริง ๆ สอดเข้าไปรวมกับภาพถ่ายได้

นีเวีย

12. แฮนด์เมด ชุด

"เหล็กเลี้ยงไม่ได้"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความสนุก ตลกขบขัน ของชายหนุ่มที่กำลังถือกรงนกเดินทางกลับบ้านอย่างเพลิดเพลินผ่านอันตรายหลายอย่างมา ได้อย่างหวุดหวิด และ โชคดีตลอดทาง

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ดำเนินต่อเนื่อง จนผู้ชมรู้สึกหวาดเสียวกับอันตรายที่เกือบจะเกิดขึ้นกับชายผู้นี้ เช่น กัมเข่งจวนถล่มบันไดผาดท้วม ถึงน้ำมันจวนล้นถังกับ และเกือบถูกกระถางต้นไม้กล่นใส่หัว และกลับจบลงด้วย เหตุการณ์ที่เหล็กเลี้ยงไม่ได้ ทั้งที่เป็นเหตุการณ์ที่ไม่ค่อยเกิดขึ้นก็เกิดขึ้น เท่ากับเป็นการจบท้ายด้วยรูปแบบของความขัดแย้ง ระหว่างความโชคดีกับความไม่โชคดีบ้างต้น ๆ

13. รางวัลส่งเสริมสังคมยอดเยี่ยม

ไทยทีวีสีช่อง 3 ชุด
"สิ้นชาติ"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความน่าเกลียดน่ากลัว ความรุนแรงของสงครามเขมร เช่น ภาพความโกลาหลที่ฝูงชนถูกระเบิดไล่ติดตาม เลือดท่วมตัว เสียงเด็กผู้ใหญ่ชายหญิง ร้องระงม ทำให้บรรยากาศเต็มไปด้วยความรุนแรง น่ากลัว

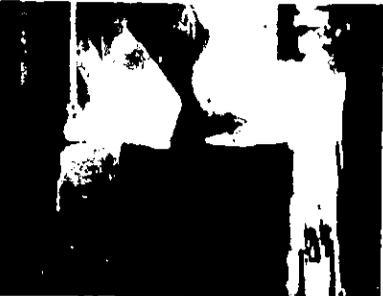
ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของฝูงชนจำนวนมากที่แฝงไว้ด้วยความโหดร้าย ทารุณ และความขัดแย้งของเหตุการณ์ต่าง ๆ ในขณะที่ยายามที่ร้อนแค้นมานั่งเห็นตามชายแดนไทย ในลักษณะของการอพยพ

ครั้งที่ 11 (2529)

1. สิ่งเิกโกลด์ ชุต
"Duel"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาแบบเด็ก ๆ ของชายหนุ่มสองคน ที่แสดงออกทางสีหน้า และกิริยาท่าทางชื่อ ๆ ง่าย ๆ ปอน ๆ ไม่นิ่งนิทสนาย ๆ อะไรก็ได้

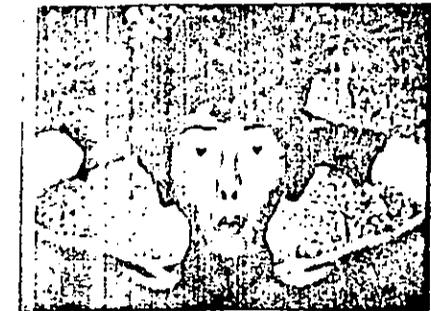
ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความกลมกลืนของบรรยากาศ ที่เป็นหมอกควันโดยทั่วไป และยังแสดงออกถึงความแปลกใหม่ที่ชายหนุ่มทั้งสองบรรเลงดนตรีโต้ตอบกัน ด้วยลีลาที่เรียบง่ายของเสียงกีต้าและเม้าท์ออร์แกน



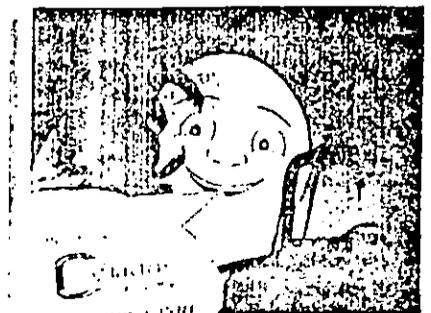
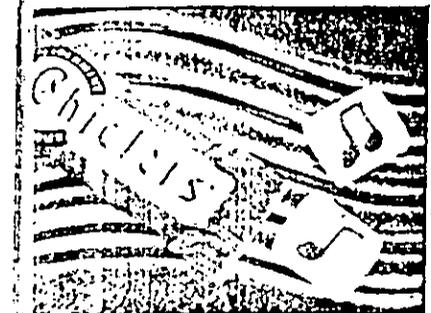
3. ชิคเคิลด์ ชุด
"Dancing Girl"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความสนุก ตลกขบขัน ของการเป่าแซกโซโฟน และการเต้นรำของหญิงสาว



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหว เช่น การเต้นรำของหญิงสาว และทุกอย่างรอบ ๆ ซ้ำๆ เช่น รถยนต์ กล้องซิคเคิลด์ ตัวโน้ต ต้นตาล ดวงจันทร์ ก็เคลื่อนไหวเข้ากับจังหวะของเพลงด้วย





4. เสนอโลกที่โลจัน ชุด "What a feeling"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความมีอิสระ เสรี อย่างธรรมชาติของหญิงสาว ดังปรากฏภาพในเฟรมที่ 1 และ 2

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของหญิงสาว ที่เดินด้วยท่าทางปราดเปรียว คล่องตัว และสลัดผ้าโยนขึ้นไปบนอากาศอย่างอิสระเสรี ชวนให้ผู้ชมเกิดความคิดฝันอย่างมีความสุข

5. โสภนเฟรชมาร์ก อุด
"why"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความสนุก ตลกขบขัน เช่น หอยแครง
เปิด ไข่ หมู นุดได้

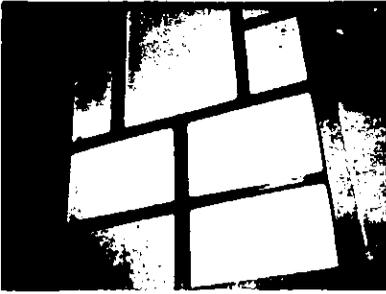
ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะความแปลกใหม่ที่
สัตว์แต่งตัวผูกหูกระต่าย และนุดได้คล้ายคน ซึ่ง
เป็นลักษณะที่ผิดเพี้ยนไปจากธรรมชาติ

6. โตโยต้า ไฮลักซ์ ชุด
"ซีโร 1, 2"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความหวาดเสียว เช่น ไฟที่กำลังไหม้ ไม้ที่ร่อนอย่างน่าสะพรึงกลัว และภาพก้อนหินกำลังจะกลิ้งลงมาที่หญิงสาว นอกจากนี้ยังเป็น คุณลักษณะความมีชื่อเสียงของดารานาภาพยนตร์ โฉมที่ บันลือฤทธิ์

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของรถบิคอน ที่เข้าไปช่วยเหลือเด็กและหญิงสาวอย่างรวดเร็วและตื่นเต้น



7. ฮอลล์ เมนโทลิปตัส ชุด "Chase"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความสนุก ตลกขบขันในท่าทางของชายหนุ่มที่กำลังเผชิญอยู่กับแสงแดดอันร้อนระอุไล่กวด คล้ายกับว่าแสงแดดมีความรู้สึกและความคิดที่จะแกล้งคน

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความแปลกใหม่ เช่น การสร้างสรรค์ให้แสงแดดแกล้งคนได้ นอกจากนั้นยังเป็นการใช้ความเคลื่อนไหวของคนและแสงแดดมาเป็นสิ่งเร้าอีกอย่างหนึ่งด้วย

9. ดุราเกอซ ชุด "ธรรมชาติ"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับน้ำก๊วยของกระเบื้องดุราเกอซ ที่กำเนิดออกมาจากน้ลั้งความร้อนของหิน ที่อยู่ใต้ผิวโลก และมีองค์ประกอบของสีที่นำสะพริงก๊วย ดังภาพการระเบิดของหินใต้ผิวน้ำ

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความยิ่งใหญ่ ของพลังธรรมชาติใต้ผิวโลก ที่ระเบิดออกมาเป็นกระเบื้องดุราเกอซ ลอยขึ้นมาจากใต้ทะเล



10. ยิบซั่มบอร์ด ชุด

"หนึ่ง"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความน่ากลัวของดวงอาทิตย์ที่กำลังไล่ตามชายหญิงคู่หนึ่ง และภาพไฟที่กำลังไหม้ลามตามหลังอย่างน่ากลัว ประกอบกับเสียงดนตรีของชาวเขาเผ่าอินเดียนแดง

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความแปลกใหม่ที่สร้างให้ดวงอาทิตย์มีกิริยาไล่ติดตามคน คล้ายกับว่ามีชีวิตจิตใจ ตลอดจนการสร้างให้ผ้าบ้าน ลอยวิ้งเข้าประกบกันเองได้

สรุปผลการวิเคราะห์ภาพยนตร์ที่ชนะการประกวด มีดังนี้

1. สิ่งเร้าทางสุนทรียะในด้านรูปแบบ

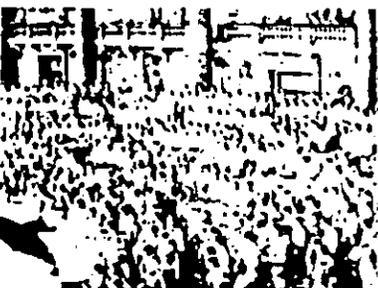
ความกลมกลืน	(8 เรื่อง)
ความมีระเบียบ	(5 เรื่อง)
ความยิ่งใหญ่	(6 เรื่อง)
ความแปลกใหม่	(13 เรื่อง)
ความขัดแย้ง	(10 เรื่อง)
ความเคลื่อนไหว	(17 เรื่อง)

2. สิ่งเร้าทางสุนทรียะในด้านเนื้อหา

ชื่อเสียง เกียรติยศ	(7 เรื่อง)
ความอ่อนแอ	(8 เรื่อง)
ความสนุก ตลกขบขัน	(14 เรื่อง)
กามารมณ์	(4 เรื่อง)
วัฒนธรรม ประเพณี	(3 เรื่อง)
ความน่าเกลียด น่ากลัว	(9 เรื่อง)
ความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสา	(9 เรื่อง)
ความอิสระเสรี	(5 เรื่อง)

ก. สิ่งเร้าทางสุนทรียะในด้านรูปแบบที่ใช้มาก คือ ความเคลื่อนไหว มีจำนวน 17 เรื่อง รองลงมา ได้แก่ ความแปลกใหม่จำนวน 13 เรื่อง

ข. สิ่งเร้าทางสุนทรียะในด้านเนื้อหาที่ใช้มาก คือ ความสนุก ตลกขบขัน จำนวน 14 เรื่อง รองลงมา ได้แก่ ความน่าเกลียด น่ากลัว และความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสา จำนวน 9 เรื่อง



ภาพยนตร์โฆษณาที่ไม่ได้รับรางวัล มีดังต่อไปนี้

1. โค้ก ชุด
"เพื่อวันใหม่"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาของเด็กชายหญิงทั่วโลก รวมทั้งเสนอความเชื่อของคนในสังคมที่มีต่อชาวต่างชาติ โดยมองว่าชาวต่างชาติมีความเจริญสูงกว่าเรา

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความกลมกลืนของเสียงร้อง การประสานเสียงของเด็กจากทั่วทุกมุมโลก



2. จอห์นสัน เบบี้โลชั่น ชุด "ผิวเดี่ยว"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกทางด้านอารมณ์ ที่แสดงออกด้วยสีหน้าของหญิงสาว

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความกลมกลืนของสีผิว และสีสรรของผิวหน้าแดงระเรื่ออมชมพูอ่อน ๆ

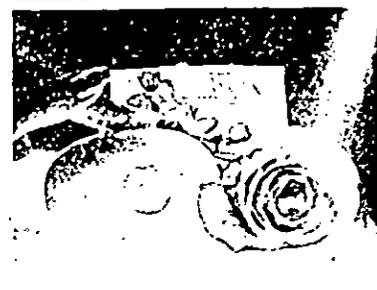


3. โฉมหน้าน้ำนมบำรุงผิว ชุด
"สายน้ำนม"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกทางด้านอารมณ์ ที่แสดงออกด้วยเรือนร่าง
อันเปลวเปลือย

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกของความกลมกลืน ระหว่างความชันขาวเนียน
ของน้ำนมกับผิวพรรณของหญิงสาว





4. สปุโรเซ็ท ชุด

"Acadian Bath"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์อย่างธรรมชาติ ของหญิงสาวกับดอกกุหลาบ

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความกลมกลืน นุ่มนวลในสีสรรของดอกกุหลาบ ที่แสดงน้ำหนักแก่อน ประกอบกับมีลีลาการช้อนของกลีบกุหลาบอย่างกลมกลืนที่สุด

5. จอห์นสันแอนด์จอห์นสัน ชุด
"ดูจแพรวไหม"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความมีอิสระ เสรีอย่างธรรมชาติของ
หญิงสาว และสายลมพริ้วของผ้าแพรว

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความกลมกลืนของสีชมพูอ่อน และ
ความนุ่มนวลพริ้วไหวของผ้าแพรวจำนวนมาก





6. วาโก้ ชุด

"เฟิสท์ บรา"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความอิสระ เสรีอย่างธรรมชาติ ภายในห้องนอนของหญิงสาว และมีรูปแบบที่สื่อไปในทางกามารมณ์ สอดแทรกอยู่ในเฟรมท่าย ๆ

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความกลมกลืนของผ้าแพร และชนูปถุขของแมว



7. เอสโซ่ ชุด "โรงกลั่น"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความมีชื่อเสียง ของการรักษาคุณภาพน้ำมัน ตลอดจนการเสนออุปกรณ์ที่ทันสมัยมากมาย

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเป็นระเบียบ เรียบร้อยของการทำงานภายในโรงกลั่น

8. โคลา - โคลา ชุด
"ดูริยางค์"



ด้านเนื้อหา : เล่นออกุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความมีชื่อเสียงของวงดูริยางค์



ด้านรูปแบบ : เล่นออกุณลักษณะความเป็นระเบียบ
ของกองดูริยางค์ที่บรรเลง และเดินอย่างพร้อม
เพริชง นำชกย่อง นับถือ



9. เมฆเอสทีตราเนสท์เล่ ชุด
"ทกรส"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาของเด็ก ๆ
สามคน



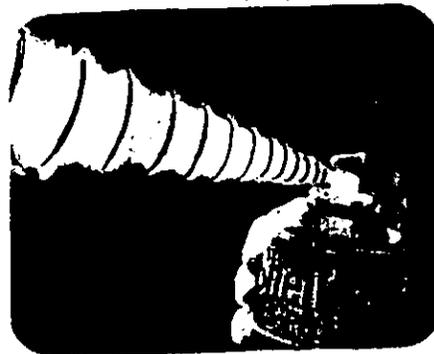
ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะการเคลื่อนไหวของ
กล่องนม และท่าทางของเด็กทั้งสามคน ตลอด
จนความเป็นระเบียบของกล่องนมและแก้วใส่นม





11. เซลล์ท็อกเฮสน์ลีส ชุด
"Tiger"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความน่ากลัวของเสือ



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะความยิ่งใหญ่มีพลัง
กำลังของเสือ



12. บริษัทแสงไทยไพศาล ชุด
"โกล่า เน้นท์"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความน่ากลัว ของท่อนซุงที่ไหลลอย มาจนตกหน้าผา และกระทบผิวน้ำอย่างรุนแรง



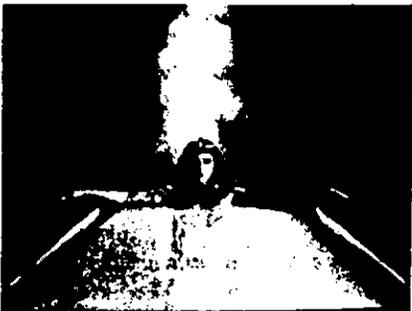
ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของน้ำตก และท่อนซุง ตลอดจนความยิ่งใหญ่ของซุงและน้ำตก



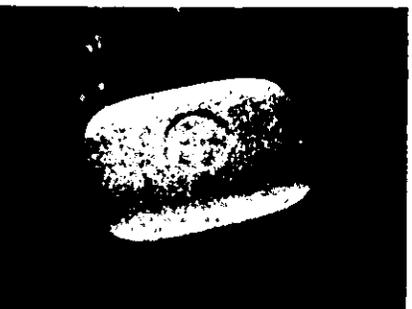
13. เบอวีลียูคเกอร์ ชุด
"คลีโอนัตรา"



ด้านเนื้อหา : เส้นคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความมีชื่อเสียงของคลีโอนัตรา



ด้านรูปแบบ : เส้นคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวได้



14. ทีโอเอยูรีเทน ชุด
"กระป๋องมหัศจรรย์ ภาค 2"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความสนุก ตลกขบขัน ที่กระป๋องทีโอเอยูรีเทนชุดได้

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความแปลกใหม่ ที่กระป๋องมีแขนขาเดินได้ และคุณลักษณะในด้านความเคลื่อนไหวของกระป๋อง และกลุ่มดาวที่มีแสงระยิบระยับ

15. สยามกลการ ชุด
"เครื่องวิ่ง"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเชื่อมั่น เช่น เครื่องยนต์บินเหาะได้ โดยไม่มีตัวรถชน

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความแปลกใหม่ และความเคลื่อนไหวของเครื่องยนต์ ที่สามารถวิ่งได้โดยไม่มีตัวถัง

16. ลิโพวิตันดี ชุด

"ลิโพขวดโต"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความสนุก ตลกขบขัน และความเนื่อมน ที่ขวดลิโพวิตันดี ไพล่ออกมาจากภูเขาที่กำลังระเบิด

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความยิ่งใหญ่ของขวดลิโพวิตันดี

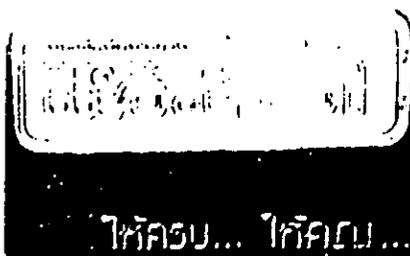


17. กระดาษสีโกดัก ชุด

"แคช"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความตลก ขบขัน และภาพที่แสดงถึงวัฒนธรรมเก่า ๆ

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความขัดแย้ง ตลอดจนความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ ความขลุมน วุ่นวายของชายหนุ่มที่กำลังวิ่งไปร้านถ่ายรูป



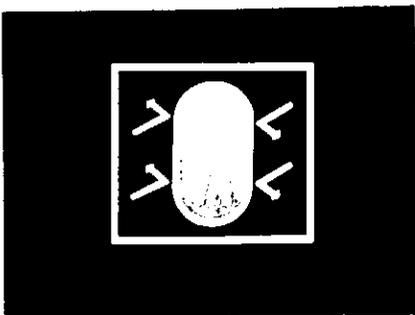
18. หนังสือพิมพ์แนวหน้า ชุด
"แนวหน้า"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาตามประสา
เด็ก และความสนุก ตลกขบขัน

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิดความรู้
สึกเกี่ยวกับความขัดแย้ง ระหว่างผู้ที่อ่านแนวหน้า
กับผู้ที่ไม่ได้อ่านแนวหน้า

19. การป้องกันยาเสพติด ชัด

"ตัวอย่าง"



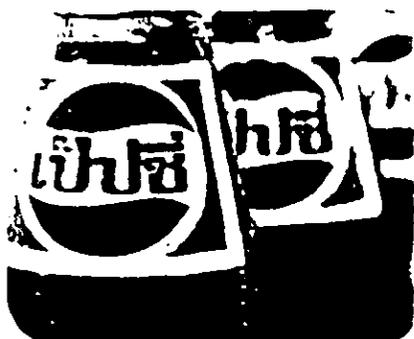
ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความน่าเกลียด น่ากลัว ตลอดจนความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาของเด็กชายและเด็กหญิง

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างครอบครัวที่ดี มีสุข กับครอบครัวที่กำลังจะหายนะ

20. เสริมสุข ชุด
"เป๊ปซี่ Going Home"

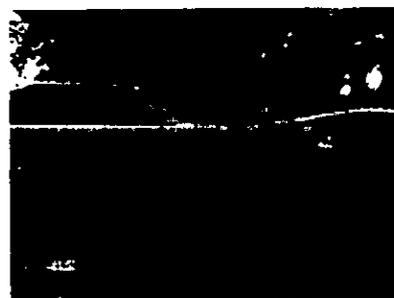


ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของชนบทไทย



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความขัดแย้ง ระหว่างความดีใจอย่างสุดซึ้งของแม่กับความดีใจของลูกจนน้ำตาไหล





21. น้ำมันเบรคเซลล์ ชุด "สะพาน"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความน่าหวาดกลัวที่รถจวนตกเหว ถ้าเบรคไว้ไม่ทัน เพราะสะพานกำลังพังทลายพอดี

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับ ความเคลื่อนไหวของการขับรถยนต์ และสภาพของสะพานที่ค่อย ๆ เคลื่อนตัวพังไปที่ละเล็ก ที่ละน้อย

22. รว. วรรณศาสตร์ - ริงลิต ชุต
"แสนไกล"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกน่ากลัวเกี่ยวกับความตาย อันเนื่องมาจากทบทวนทางไกลจากโรงพยาบาลมาก

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการรับพาลูกไปส่งโรงพยาบาลของพ่อแม่

22. อนาคตอาหารไทย ชุด

"ก๊วกโก"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาของลูกโก๋ และเด็กน้อย



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความกลมกลืนของชนของลูกโก๋ และเสียงเพลงประกอบที่คล้องจองกันไพเราะมาก



23. เบอริชเคเกอร์ ชุด
"สมาร์ท"



ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความดัง ความมีชื่อเสียงของ ชง ไชยแมคอิน ไตย



ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความรู้สึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของผู้แสดง





25. ภูมิภาคประเทศไทย ชุด
"ชายหาด"

ด้านเนื้อหา : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความมีชื่อเสียงของสินค้า หงษ์ไทย

ด้านรูปแบบ : เสนอคุณลักษณะที่ทำให้เกิด ความ
รู้สึกเกี่ยวกับความอิสระ เสรีอย่างธรรมชาติของ
ชายหาด ทะเล ที่ร่มรื่น ปลอดภัย

สรุปผลการวิเคราะห์

เมื่อพิจารณาคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมและไม่ได้รับรางวัลใด ๆ แล้ว จะเห็นว่าไม่มีความแตกต่างกัน อย่าง เช่น ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "เทพบุตรคิ้วทอง" กับภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "สิ้นใจ" ต่างก็เสนอบุคคลที่ผู้ชมรู้จักมีชื่อเสียงเกียรติยศเป็นสิ่งที่เร้าทางสุนทรียะ จะมีความแตกต่างกันที่ความสำเร็จในด้านการตลาด ที่เทพบุตรคิ้วทองประสบความสำเร็จในด้านการตลาดมากกว่า เพราะในการประกวดภาพยนตร์โฆษณาจะมีแบบ 2 ประเภทคือ คะแนนการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ โดยจะดูจากรูปแบบที่ปรากฏให้เห็น กับคะแนนในด้านการตลาดที่ได้จากการสำรวจจากกลุ่มผู้ชมรายการและปริมาณการขายสินค้า

นอกจากนี้หากเปรียบเทียบระหว่างภาพยนตร์เรื่อง "ลอยกระทง" ซึ่งได้รับรางวัลกับภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "ลงรักปิดทอง" แล้ว จะเห็นว่าใช้คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะในด้านวัฒนธรรม ประเพณีเหมือนกัน หรือระหว่างภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "อุโมงค์น้ำกัน" กับ "เครื่องวิ่ง" ต่างก็เสนอสิ่งเร้าทางสุนทรียะเกี่ยวกับความแปลกใหม่ ผิดปกติธรรมดา เช่นเดียวกัน

หรือระหว่างภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "ความรัก" กับภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "Going Home" ที่ต่างก็เสนอสิ่งเร้าทางสุนทรียะเกี่ยวกับ ความขัดแย้ง เช่นเดียวกัน ระหว่างภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "นักดื่มใหม่" กับ "อล.เคสตรา" ที่เสนอสิ่งเร้าเกี่ยวกับความมีเกียรติของผู้ดื่มทั้งสองกลุ่ม ระหว่างเรื่อง "ทุ่ง" กับเรื่อง "ลุงคิดกับซิดซัย" และ "หมู่บ้านปลาทอง" ที่เสนอคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะเกี่ยวกับความสนุก ตลก ขบขัน

หรือระหว่างภาพยนตร์เรื่อง "อุบัติเหตุ" ที่ได้รับรางวัล กับภาพยนตร์เรื่อง "แสนไกล" ที่เสนอสิ่งเร้าทางสุนทรียะในด้านความน่ากลัว หวาดเสียว เหมือนกัน

หรือระหว่างภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "เขี้ยวคุณย่า" ที่ได้รับรางวัล กับภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "ก๊ากโก" ซึ่งต่างก็เสนอสิ่งเร้าทางด้านสุนทรียะในด้านความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสาเหมือนกัน เป็นต้น

3. วิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ จากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ที่ส่งเข้าประกวดในงานประกวดโฆษณาอดเยี่ยม ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 กับสภาพสังคมไทยในช่วงที่แพร่ภาพ

ศิลปะเกิดจากวิถีชีวิตสัมพันธ์ สัมผัสกับสิ่งแวดล้อม ทั้งที่เป็นธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ผ่านโลกทางอภิวิสัย ผสมคลุกเคล้ากับประสบการณ์เดิมแล้วแสดงออกมาเป็นผลงานหรือทัศนะในด้านต่าง ๆ เมื่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ก็เป็นศิลปะอีกประเภทหนึ่ง ที่เกิดขึ้นโดยอาศัยกระบวนการดังกล่าว ดังนั้นคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา จึงมีความสอดคล้องกับสภาพสังคมไทยในขณะนั้น ดังนั้น ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์เรื่อง "เพื่อนใหม่" ที่สะท้อนประสบการณ์ในด้านการดนตรี และการชุมนุมของเยาวชนในกลุ่มต่าง ๆ และภาพการรวมตัวของเยาวชนในภาพยนตร์ก็เป็นสิ่งที่ผู้ชมได้เห็นให้เกิดขึ้นในสังคมโลก เพื่อชดเชยหรือทดแทนสภาพสังคมที่ไร้สันติภาพ ดังนั้น ภาพดังกล่าวจึงมีความสอดคล้องกับความต้องการของสังคมโดยส่วนรวม

คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "ผิวเด็ชว" ก็เสนอภาพหญิงสาวที่สอดคล้องกับความใฝ่ฝันของหญิงสาวเกี่ยวกับ แฟชั่น ออกมาสู่สังคมมากมายหลากหลาย หรืออาจเรียกว่าสังคมกำลังให้ความสนใจกับแฟชั่น ความสวยความงามอย่างสูงสุดหรือเป็นยุคของการแต่งเนื้อแต่งตัว ยุคแห่งการเสริมสวย นอกจากนั้นคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะในภาพยนตร์เรื่อง "สาขน้ำนม" ก็มีความสอดคล้องกับความเชื่อของคนในสังคมที่กล่าวกันว่า "จะให้ผิวสวยต้องอาบน้ำนมทุก ๆ วัน" และน้ำนมก็เป็นที่รู้จักของคนในสังคมปัจจุบัน ดังนั้น จึงมีความสอดคล้องกับสังคมในปัจจุบัน

จากภาพยนตร์เรื่อง "Acadian bath" ก็เสนอภาพดอกกุหลาบที่สังคมรู้จักหรือ เป็นสิ่งที่คนในสังคมรู้จักกันเป็นอย่างดีจึงสอดคล้องกับสังคมปัจจุบัน

จากภาพยนตร์เรื่อง "ตุจแพร่ไหม" ผู้สร้างสรรค์ได้นำเอาความรู้จักมักคุ้นกับผ้าแพรไหมของคนไทยมาเป็นสิ่งเร้าทางสุนทรียะ

จากภาพยนตร์เรื่อง "วาโก้ เฟิสท์บรา" ก็นำเอาความผูกปุยของแมวที่คนในสังคมรู้จักกันอย่างดีมาเป็นสิ่งเร้าทางสุนทรียะ

จากภาพยนตร์เรื่อง "ดูริยางค์" ก็นำเอาประสบการณ์จริง ๆ ของผู้ชมที่เคยสัมผัสและติดตามการประกวดวงโยชวาทิตของโลก จนวงโยชวาทิตของวัดสุทธิวรารามได้รางวัลกลับมาสร้างชื่อเสียงจนเป็นที่รู้จักของคนในสังคม

จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "นิพน" ก็ได้เสนอคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่สอดคล้องกับสังคม เพราะ "นิพน" คือดารานักแสดงที่ประชาชนรู้จักกันอย่างดี ในฐานะผู้แสดงบทบู๊ บทเพลงกำลังตลอดมา

จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "Tiger" ที่นำเอาเสือมาเป็นสิ่งเร้าทางด้านสุนทรียะซึ่งคนในสังคมรู้จักในฐานะสัตว์ที่ทรงพลัง อำนาจ ยิ่งใหญ่ชนิดหนึ่ง

จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "Travelling Log" ที่เสนอความยิ่งใหญ่ของท่องเที่ยวที่คนในสังคมรู้จักกันอย่างดีมาก่อนว่าต้นไม้ใหญ่ที่กั้นขนาดไหน

จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "คลีโอนัตรา" ได้เสนอสิ่งที่ประชาชนมีประสบการณ์กับประวัติคลีโอนัตรามาก่อนว่า มีความยิ่งใหญ่เพียงใด ประกอบกับจิตสำนึกของคนไทยส่วนใหญ่ยังมีความนิยมในฝรั่งต่างชาติอย่างมาก ดังนั้น คลีโอนัตราและความงามของดารารฝรั่งจึงอยู่ในความใฝ่ฝันของคนในสังคมยุคก่อนแล้ว

จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "จักรยานยนต์คอมมิวเตอร์" ก็เสนอภาพสวนสาธารณะ บ้านจัดสรร วัดเบญจมบพิตร และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ข้าง ๆ ถนน ซึ่งในสังคมจริงก็ปรากฏสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าว

จากภาพยนตร์เรื่อง "อุโมงค์น้ำมึน" ที่เสนอเหตุการณ์ของน้ำมึนแฉ่งจนทำให้ทุกคนต้องประหยัด ดังนั้น จึงสอดคล้องกับสังคมในขณะนั้น เพราะสังคมในขณะนั้นต้องการความประหยัด หรือ ภาพรถจักรยานยนต์อันอบอุ่นแต่ขยับเขยื้อนขยับเขยื้อนก็สอดคล้องกับสังคมจริง ๆ

หรือภาพสระอาบน้ำในภาพยนตร์เรื่อง "โลกเฒ่า" ก็มีปรากฏอยู่ในสังคม ภาพร้านตัดผมเก่า ๆ ตลาดที่แออัดเต็มระเกะระกะ ถนนหนทางที่เต็มไปด้วยขวาดขวามหาภาระต่าง ๆ ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "แครซ" ก็สอดคล้องกับสังคมจริง ๆ

ภาพของการตีความ สันติในภาพยนตร์เรื่อง "ขา สนิต" ก็สอดคล้องกับปัญหาของสังคมในขณะนั้นจริง ๆ

ภาพการกลับบ้านของหมู่ลูกทุ่งบ้านนอก ที่มาทางงานทำในกรุงเทพฯ มี
ปรากฏอยู่ในสังคมจริง ๆ ดังนั้น สิ่งเร้าในภาพยนตร์เรื่อง Going Home จึงสอดคล้อง
กับสภาพสังคม

งานเด็กชายแต่งชุด ร.ด. ในภาพยนตร์เรื่อง "ได้ร่วมธงไทย" ก็มีปรากฏใน
สังคมไทยจริง

แม้แต่ภาพชมรอกพจน ภาพการสู้รบชายแดน ในภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง
"ลิซ่าติ" ก็มีปรากฏอยู่ในสังคมขณะนั้นเช่นกัน

จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "เพื่อนเคี้ยว" ก็ปรากฏคุณลักษณะทางด้านสุนทรียะ
ที่สอดคล้องกับสังคม ในภาพยนตร์ที่เสนอภาพคนเร่รอนกุดกับหน้าที่ยากรเป็น ดี.เจ. เปิด
เพลงให้วัยรุ่นเต้นรำกันอย่างสนุกสนาน

ภาพเหตุการณ์ภายในโรงแรมบริเวณบาร์ชายเหล่าที่เต็มไปด้วยกลุ่มสังคมชั้นสูง
กำลังสั่งเหล้าจากบาร์เทนเดอร์ด้วยท่าทางที่ภูมิฐาน จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "นัก
ดื่มใหม่" ก็สอดคล้องกับสภาพสังคมไทยจริง

และจากภาพยนตร์เรื่อง "คุณรู้จักผมไหม" ที่เสนอภาพ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์
ปราโมทย์ ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญเป็นที่รู้จักของประชาชนในสังคม ตั้งแต่ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ฯ จึง
เป็นสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่สอดคล้องกับสังคมในขณะนั้น

นอกจากนี้คำว่า "รองศาสตราจารย์" และ "ดร." ก็เป็นสัญลักษณ์ที่สังคม
ยอมรับว่า เป็นผู้ที่มาชื่อถือ มีเกียรติสูงกว่าบุคคลธรรมดา ดังนั้น สิ่งเร้าทางสุนทรียะ
ในภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง ดร.ชาย จึงสอดคล้องกับค่านิยมของสังคมไทยเช่นเดียวกัน

ชาวเมือง สิทธิชัย คือนักมวยเหรียญเงินโอลิมปิกที่ประชาชนรู้จักเป็นอย่างดี
เพราะเห็นแข่งขันเหรียญเดี่ยวที่ไทยได้มาจากกีฬาโอลิมปิก ดังนั้น เมื่อมาปรากฏใน
ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "ลิโนชาวเมือง" จึงทำให้มีความสอดคล้องกับสังคมในขณะนั้น

ทั้งวีสิกร นีลิกานนท์ และสมบัติ เมทะนี ก็เป็นบุคคลที่ประชาชนรู้จักกันเป็น
อย่างดีไม่ว่าเวลานั้น ดังนั้น เมื่อนำมาเป็นสิ่งเร้าในภาพยนตร์จึงสอดคล้องกับสังคม

คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "บ้านปลาทอง"
เสนอภาพของล้อต๊อกและชูศรี ซึ่งเป็นสิ่งเร้าที่สอดคล้องกับสังคมไทยในขณะนั้น

หรือภาพการแข่งขันทบเรือยาว ที่ลพบุรี ก็เป็นสิ่งเร้าทางด้านสุนทรียะที่สอดคล้องกับความเป็นจริงของสังคมไทย

นอกจากนี้ภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง "ลอยกระทง" ก็ได้เสนอสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่สัมพันธ์กับความเป็นจริงของสังคม ที่มีประเพณีการลอยกระทงทุกเดือน 12 ของทุก ๆ ปี

ภาพเด็กกินดินในภาพยนตร์เรื่อง "แต่เนืองผู้หิวโหย" ก็มีจริงในสังคมภาคอีสานของไทย ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า สิ่งเร้าทางด้านสุนทรียะที่เสนอในภาพยนตร์โฆษณาจะมีความสอดคล้องกับสภาพของสังคมในด้านใดด้านหนึ่งเสมอ สิ่งปรากฏอยู่ในสังคมคือสิ่งที่ก่อให้เกิดประสบการณ์แก่ผู้ชม ดังนั้น เมื่อสิ่งดังกล่าวปรากฏในงานศิลปะ ดังเช่น ภาพยนตร์โฆษณานี้ ก็จะก่อให้เกิดการสะกิดเร้าทางด้านสุนทรียะขึ้น จนเกิดการซาบซึ้งทางสุนทรียะขึ้น

สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาและวิจัยคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ จากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ส่งเข้าประกวดในงาน จากภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 (พ.ศ. 2525 - 2530) สรุปผลดังต่อไปนี้

สถานสังคมในช่วง พ.ศ. 2525 - 2530 มีส่วนสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของผู้ชม ที่มีผลต่อการรับรู้ ตลอดจนมีส่วนสัมพันธ์กับการสร้างสวรค์สิ่งเร้าทางสุนทรียะของภาพยนตร์โฆษณา ผู้สร้างภาพยนตร์จะสะท้อนภาพเหตุการณ์ ความคิด ความเชื่อถือที่เกิดขึ้นในสังคมในช่วงระยะเวลา นั้น ไว้ให้เห็นในภาพยนตร์โฆษณา และสิ่งที่พบในการวิจัยครั้งนี้คือ คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ซึ่งจำแนกออกได้ 2 ประการด้วยกันคือ คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะทางด้านรูปแบบ และคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางด้านเนื้อหา โดยในแต่ละประเภทจำแนกได้ดังนี้คือ

ในด้านรูปแบบประกอบด้วย

1. ความกลมกลืน
2. ความเป็นระเบียบ
3. ความยิ่งใหญ่
4. ความแปลกใหม่
5. ความขัดแย้ง
6. ความเคลื่อนไหว

ในด้านเนื้อหาประกอบด้วย

ก. คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ที่เป็นการต้องการพื้นฐานของมนุษย์

ได้แก่

1. ชื่อเสียง เกียรติยศ และฐานะทางสังคม
2. ความปลอดภัย

3. ความสนุก ตลก ชบชื่น
 4. กามารมณ์
 5. วัฒนธรรมประเพณีทางสังคม
- ข. คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะในด้านเนื้อหาประกอบด้วย
1. ความน่าเกลียด น่ากลัว
 2. ความบริสุทธิ์ไร้เดียงสา
 3. อิสระ เสรีอย่างธรรมชาติ

การศึกษาคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะในด้านรูปแบบ เริ่มจากความกลมกลืน พบว่าคุณลักษณะดังกล่าวปรากฏในรูปแบบของเสียง สี ความกลมกลืนของรูปทรง และความกลมกลืนยังแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ความกลมกลืนของสิ่งที่คล้ายกัน และความกลมกลืนของสิ่งที่แตกต่างกัน และนับว่าความกลมกลืนของสิ่งที่แตกต่างกันหรือขัดแย้งกัน เป็นความกลมกลืนที่สมบูรณ์ที่สุด เพราะสามารถสร้างความใส่ใจหรือสะกดจิตผู้ชมให้เกิดสมาธิ ได้ยาวนานกว่า นอกจากความกลมกลืนทางรูปแบบที่มองเห็นได้แล้ว ยังมีความกลมกลืนทางความรู้สึกสัมผัส ซึ่งเกิดจากบรรดาสัมผัสความกลมกลืนของสิ่งที่ขัดแย้งกันนี้มาเอง คุณลักษณะที่เกี่ยวกับความกลมกลืนจะถูกนำไปใช้เนื้อ เป็นเครื่องมือในหลายลักษณะ เช่น ใช้ในทางสิ่งสอนศาสนา ศิลปะการเมือง การปกครอง การโฆษณา เป็นต้น

ความไม่ระบือแบบ เป็นคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่พบในภาพยนตร์โฆษณา โดยแสดงออกมาเป็นรูปสองความ ที่ตรงตรง ความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบ ความพร้อมเพรียงของภาพแสดงการเดินขบวน หรือการกระทำที่เหมือนกัน ความมีระเบียบ เป็นคุณลักษณะที่ผู้ชม เกิดความรู้สึกว่าเป็นความสำนึก ความสามารถกระทำในสิ่งที่ทำได้ยากยิ่ง รู้สึกว่าเป็นระบบ มีชั้นตลับ และก่อให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นความงาม ทั้งจะทำให้ผู้ชม เกิดสมาธิขึ้น

ความยิ่งใหญ่ เป็นคุณลักษณะที่ปรากฏให้เห็นถึงลักษณะที่เกินปกติธรรมดาเหนือมนุษย์ เช่น การนั่งประตูดั่งหลังของฝ่ามือ อำนาจของสัตว์ขนาดใหญ่ เช่น เสือ ช้าง พลังของฟ้าตก อำนาจของความยิ่งใหญ่ พลังของภูเขาไฟ เป็นต้น ความยิ่งใหญ่ ดังกล่าว จะสร้างอารมณ์สุนทรีย์และสะกดจิตผู้ชมให้สงบนิ่ง เชื่อฟัง และมีจิตใจที่ โดดเด่นอย่างตามได้ง่าย

ความแปลกใหม่ เป็นคุณลักษณะที่พบได้ในภาพยนตร์โฆษณามากที่สุด เพราะเป็น คุณลักษณะที่แปลงไปจากประสบการณ์เดิมของผู้ชม เช่น ดวงอาทิตย์วิ่งไล่คน ฝ่าบ้านลอยไป ประกอบกันเอง สัตว์พูดได้ รถจักรยานวิ่งเองได้ ปีกำมัมพูดได้ รถยนตร์วิ่งในท่อ เดิมน้ำมัน คนกลายเป็นรถยนตร์ เครื่องวิ่งได้โดยไม่มีตัวรถ เป็นต้น คุณลักษณะดังกล่าว มีอิทธิพลเกี่ยวกับความลึกลับ ความไม่รู้ ความมหัศจรรย์ และทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ สุนทรีย์ได้

ความขัดแย้ง เป็นคุณลักษณะที่พบเห็นได้ในภาพยนตร์โฆษณาเสมอ ๆ เพราะ สามารถสร้างความสนใจ ชวนให้ติดตาม ลงน และตื่นเต้น เช่น การล้มระเนระนาด ไฟกับน้ำแข็ง ความดีใจกับความกลุ้มใจ ความดีใจกับความเสียใจ ความอบอุ่นกับความ ว่างเปล่า ความระส่ำระสายกับความสงบ

ความเคลื่อนไหว จากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรีย์ที่ เกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหว เป็นคุณลักษณะหลักของภาพยนตร์โฆษณา ที่ใช้การเคลื่อนไหว เป็นตัวสื่อความสนใจของผู้ชมให้แปรเปลี่ยนจากสภาวะที่นิ่งสู่สภาวะที่ขยับ ให้เห็นการ เคลื่อนไหวของชีวิต การกระทำอยู่ตลอดเวลา สดคล้องกับลีลา และจังหวะของรูป แฉก เช่น การเดิน การเต้นรำ และการเคลื่อนไหว

การศึกษาค้นคว้าลักษณะของสิ่งเร้าในด้านเนื้อหา จะพบจากภาพให้ชื่อเสียง กวีตยตและฐานะทางสังคม เป็นสิ่งเร้าทางสุนทรีย์ เป็นรูปแบบที่เป็นตัวกว้างหรือแบบ กว้างที่ผู้ชมไปไม่บอกจากจะเป็นเหมือนกับแบบอย่างดังกล่าว เช่น การเดินหรือรับประทาน

อาหารอย่างมีเกียรติในภัตตาคาร การใส่สิ่งของเพิ่มเติมกับบุคคลสำคัญ ๆ เชื่อเพราะ
มีปริญญาสูง คมมีชื่อเสียงที่เคยรู้จักนิยมความเป็นชาติที่ชื่อว่าเจริญก้าวหน้ากว่า เช่น
ความเข้มแข็ง ความเข้มใหญ่ ความเข้มอเมริกัน

ความเฝ้าฝัน เป็นคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ที่พบได้จากรักของ
หนุ่มสาว ความเฝ้าฝันในสิ่งที่เป็นไปได้ยาก เช่น บินได้เหมือนนก

ความตกลงขบขัน เป็นคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่พบได้จากการเสนอ
ภานดาราดลกที่ผู้ชมรู้จักอย่างดี ความคิดที่ไร้เดียงสา ไร้บริสุทธ์ ชื่อ การเสนอคำพูดที่
เห็นสองแง่สองง่าม และหักมุม

การอารมณ์ เป็นคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่พบได้จากกิริยาท่าทางที่
แสดงต่อกันของหนุ่มสาว การโชว์ หรือร่าเริงสำพ้ำที่เร้าอารมณ์ การจัดสี่สรรค์ที่คลุมเครือ
และวัน ๆ แวม ๆ การเร้าอารมณ์ด้วยเสียงเพลง และสัญลักษณ์ที่ชวนให้คิดถึงอารมณ์
ทางเพศ เป็นต้น

วัฒนธรรมประเพณีของสังคม เป็นคุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะที่พบได้จาก
การเสนอประเพณีของสังคม เช่น การแข่งขันเรือยาวประเพณี ชีวิตของชาวบ้าน
ชาวใต้กรรมรุ่งโบราณ ประเพณีการลอยกระทง การเก็บตักแต่งด้วยดอกไม้ในตอง
ทวนเสด็จขุนเขาตรา สลนารด คุณลักษณะดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความใส่ใจสนใจ ผู้ชม
เพราะ เป็นสิ่งที่สะท้อนมาจากวิถีชีวิตของมวลชน ซึ่งคนส่วนใหญ่ก็จะคล้อยตาม สมถ

คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ในด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของ
มนุษย์โดยตรง ได้แก่ ความขบขัน ล้อล่ำ น่ารัก สิ่งจะพบได้จากการเสนอภาพ ความ
สดสวย ทุกข์ยากของถนน ล้อล่ำ โลกวิบัติ เหตุสยองขวัญ ความเร็ว ล้นทะลักจากไฟไหม้
จากกล้องทีวีระเบิดขึ้น เป็นต้น

ความบริสุทธิ์ใจ ได้ยงสา เป็นคุณลักษณะของสิ่งเจ้า
ทางสุภทริยะที่ผู้สร้างภาพยนตร์เสนอไว้ เช่น ภาพ
ใกล้กำลังสู้รบ ที่มหาอาวหารไ้ลูกน้อย ๆ การคุยกัน
ของเด็กเล็ก ๆ ขณะที่ยังล่องลอยไปในอากาศ
เป็นต้น

ความมีอิสระเสรีอย่างธรรมชาติ เป็นคุณ
ลักษณะที่พบได้จากกิริยาท่าทาง ความเป็นอยู่อย่าง
สบาย ๆ ของคน ธรรมชาติ ป่าเขา น้ำตก
ดอกไม้ที่เงิบสงบ การเล่นดนตรีด้วยลีลาง่าย ๆ
และเป็นกันเอง ไม่เคร่งครัด

อภิปรายผล

จากการศึกษา คุณลักษณะของสิ่งเร้าทางสุนทรียะจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ที่ส่งเข้าประกวดโฆษณายอดเยี่ยม ของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึงครั้งที่ 11 ทั้งหมด มีข้อน่าสังเกต ดังนี้

1. ภาพยนตร์โฆษณาแต่ละเรื่องมีสิ่งเร้าทางด้านสุนทรียะ ทำหน้าที่เร้าและตรึงให้ผู้ชมเกิดความสนใจต่อเนื่อง สม่ำเสมอ และอารมณ์ปลอดโปร่ง ในระยะเวลา จำกัด 30 - 60 วินาที ในช่วงเวลานั้น ๆ จะปรากฏผลตามที่มีโฆษณาดังกล่าว นับว่าสิ่งเร้าทางสุนทรียะ เป็นรูปแบบของความคิดรวบยอดอย่างหนึ่ง ที่สอดคล้องกับจิตวิทยาทางการเรียนรู้แบบ กสต่อลท์

2. โฉมของการรับรู้พบว่า สิ่งเร้าที่เสนอในช่วงแรกเปรียบเสมือนส่วนที่เป็นรูป (Figure) และผลิตภัณฑ์คือส่วนที่เป็นพื้น (Ground) ดังนั้น เมื่อสมบัตินองข้างต่อเนื่องกระตุ้นจะทำให้ผู้ชมไม่มีความนิจรรณาถึงความ เป็นจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และรับรู้ภาพสองส่วนรวม เป็นเรื่องเดียวกัน หรือส่วนที่เป็นรูปจากจุดส่วนที่เป็นพื้น

3. โฉมของผลสัมฤทธิ์ของการรับรู้จะเห็น ว่า ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ได้นำเอา ฉากหรือส่วนที่เป็น Climax ของเรื่องมาเสนอหรือเร้าให้ผู้ชมให้ เกิดความสนใจ หรือเกิดอารมณ์สุนทรียะ ในระยะเวลาสั้น ๆ โดยผ่านจิตวิทยาการรับรู้

เป็นเอกภาพกับเรื่องแห่งเอกสต่อลท์

4. ไนน์ง์ของความจริงทางศิลปะคุณลักษณะ
ของสิ่งเร้าทางสุนทรียะก็คือ รูปแบบทึงของสื่อที่
เร้าความรู้สึกระหว่างผู้สร้างกับผู้ชม โดยไม่คำนึง
ถึงความสอดคล้องกับความเป็นจริง เพียงให้มีเหตุ
ผลสมจริงตาม เรื่องที่โฆษณา

5. ภาพยนตร์โฆษณาเป็นรูปแบบทึงของ
ประชาสัมพันธ์สุนทรียะ ที่ผู้ชมเรียนรู้นอกระบบตาม
เรื่องของภาพยนตร์โฆษณานั้น ๆ



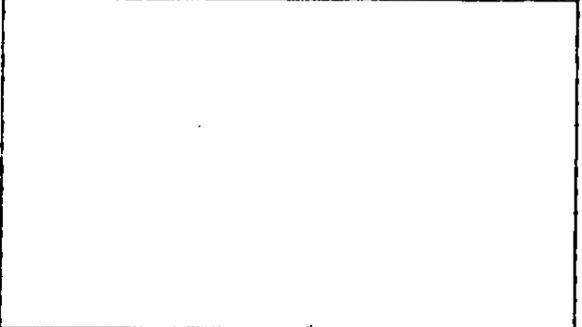
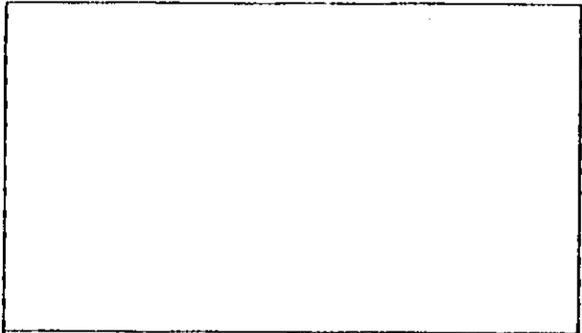
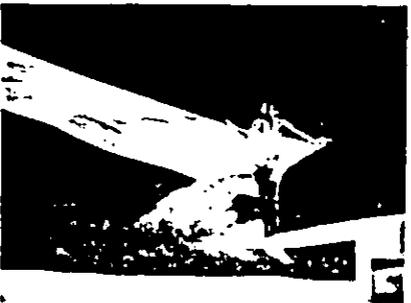
ระยะปฐมนิเทศทางสุนทรียะ (Aesthetic Orientation หรือ Provocative Stage)
ระยะสว่างแจ้งแห่งปัญญา (Aesthetic Enlightenment Stage)



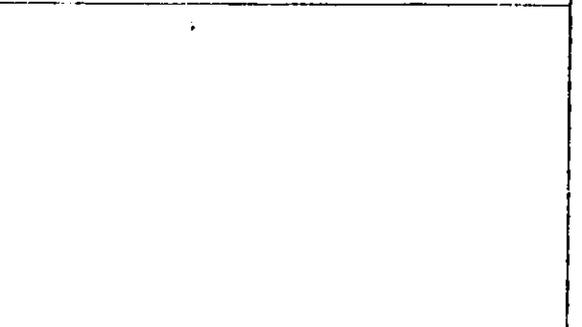
ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
เครื่องสำอาง



<p>ระยะปฐมนิเทศทางสุนทรีย์ (Aesthetic Orientation หรือ Provocative Stage)</p>
<p>ระยะสว่างแจ้งแห่งปัญญา (Aesthetic Enlightenment Stage)</p>



ระยะปฐมภูมิ ทศทางสุนทรีย์
(Aesthetic Orientation หรือ
Provocative Stage)



ระยะสว่างแจ้งแห่งปัญญา
(Aesthetic Enlightenment
Stage)

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาภาพยนตร์โฆษณา ที่ส่ง เข้าประกวดในงานประกวด โฆษณายอดเยี่ยม ครั้งที่ 7 ถึง ครั้งที่ 11 ผู้เขียนคิดว่าจะมีข้อที่นำศึกษาวิเคราะห์อีกดังนี้

1. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ในด้าน เกี่ยวกับการใช้ภาษาการโฆษณา
2. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์งาน โฆษณาที่เป็นสิ่งพิมพ์
3. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์วิวัฒนาการงานโฆษณาในเมืองไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

การศึกษาค้นคว้าวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในขอบข่ายที่กว้าง เกี่ยวข้องกับสิ่ง ไร้ทางสุนทรียะจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ที่ส่ง เข้าประกวดในงานประกวด โฆษณายอดเยี่ยมของประเทศไทย ครั้งที่ 7 ถึง ครั้งที่ 11

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า น่าจะได้มีการศึกษาค้นคว้าวิจัยคุณลักษณะของสิ่ง ไร้ทางสุนทรียะในสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น

1. สื่อทางทัศนศิลป์ ควรศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของสิ่ง ไร้ทางสุนทรียะจากผลงานด้านจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม และการพิมพ์
2. สื่อทางสิ่งตีพิมพ์ เช่น ศึกษาคุณลักษณะของสิ่ง ไร้ทางสุนทรียะจากงานโฆษณา ที่เป็นสิ่งพิมพ์จากนิตยสาร นิตยสาร นริลปาย โฆษณาต่าง ๆ
3. สื่อทางภาษา เช่น ศึกษาคุณลักษณะของสิ่ง ไร้ทางสุนทรียะด้านภาษาที่ใช้ในการโฆษณาโดยเฉพาะ
4. สื่อทางบรรจุภัณฑ์ เช่น ศึกษาคุณลักษณะของสิ่ง ไร้ทางสุนทรียะด้านขนาดทรงบรรจุภัณฑ์ เงื่อนไข และสาระที่จำเป็นอย่างสอดคล้องกับวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย

מדרגות

บรรณานุกรม

- กীরติ บุญเจือ ปรัชญาศิลป์ ไทยวัฒนาพานิช 2522, หน้า 5
- เกริกเกียรติ นัฏฐพันธ์ และ ปัทมา ธนสฤตย์ "โทรทัศน์ไทย" จากบางขุนเทียนถึง
ระบอบดาวเทียม วิวัฒนาการการสื่อสารมวลชนไทย เอกสารประกอบการประชุม
วิชาการ เนื่องในโอกาสปีการสื่อสารโลก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะ
นิเทศศาสตร์ 2526
- เกียรติวรรณ อมาตยกุล โรงเรียนไออีวแมทริส ภาณานิคม 2529, หน้า 32
- ไกรฤกษ์ บุญเกียรติ "หลักสำคัญในการบริหารงานโฆษณา" การโฆษณา. หลักและแนว
ปฏิบัติ เอกสารประกอบการสอน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน 2526
- จำเริญ ช่างโชติ และคณะ จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะศึกษาศาสตร์ 2515
- ชวะ ภวภาณท์ "จากบางกอกดึกถึงโฆษณาไทย 84. ตำนานของรูปแบบโฆษณาไทย"
นิวส์เนสวิต ฉบับวันที่ 9-16 มกราคม 2527 หน้า 10-11 ฉบับวันที่ 16-23
มกราคม 2527 หน้า 37
- ชัยพร วชิชาวุฒ มูลสารจิตวิทยา สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2525
- กัญญา ประภาสะ โนบล รายงานวิจัยเรื่องวิวัฒนาการของกาโฆษณาในประเทศไทย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน 2528, 156 หน้า
- นิภาดา เทวกุล นล. "ธรรมเนียมหรือลักษณะทั่วไปของสุนทรียศาสตร์" การประชุม
ซึ่งปฏิบัติการทางด้านวิชาการหลักสูตรปริญญาโทศิลปศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
กรมการฝึกหัดครู 2528
- บรรจง บรรจ จิตศิลป์ (นามแฝง) สุนทรียวิจักขณ์ เอกสารประกอบการสอน มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร คณะมนุษยศาสตร์ ภาควิชาศิลปและวัฒนธรรม 2528
ไม่มีเลขหน้า

- "สุนทรียศาสตร์" มติชนสุดสัปดาห์ 8 พฤศจิกายน 2529 ถึง
1 กุมภาพันธ์ 2530, หน้า 35
- "อิทธิพลของศิลปะแห่งการโฆษณา" มติชนสุดสัปดาห์ 28 ตุลาคม 2527
หน้า 35, 4 พฤศจิกายน 2527 หน้า 39 และ 11 พฤศจิกายน 2527 หน้า 39
มัญญ แสงวีริญ การโฆษณา. ความหมายและการสร้างงานโฆษณา. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
รวมคำแห่ง 2521
- วิทยาการ เชียงกูล เศรษฐศาสตร์ชาวบ้าน แปล - เรียบเรียง นิตกรการพิมพ์ 2524
หน้า 130
- สงวนศรี วิรัชชัย จิตวิทยาสังคมเพื่อการศึกษา ศึกษาพร, 2527, 168 หน้า
- เสรี วงษ์มณฑา "กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา" แนะแนววิชาการโฆษณา สำนักพิมพ์มติชน
ม.ป.ป., 198 หน้า
- สุเชาว์ พลอยขุม "ปัญหาสุนทรียศาสตร์" มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
ภาควิชาปรัชญาและศาสนา 2516, 103 หน้า
- สุวัฒนา วงษ์กะเทาะ "จิตวิทยาเพื่อการโฆษณา" นิเทศสาร ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มิถุนายน
2521 หน้า 1 - 4
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล การตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี,
2526, 462 หน้า
- อารี สุทธิพันธุ์ ปรัชญาศิลปะ เอ.การพิมพ์ ม.ป.ป. 102 หน้า
- ถาวรศักดิ์ นิลเพชรพลอย "การโฆษณาสินค้าใหม่แก่การโฆษณาชวนเชื่อ" นิเทศสาร ปีที่ 7
ฉบับที่ 4 มีนาคม 2522 หน้า 84 - 88
- เลกชัย สุนทรพงษ์ และเสาวนิตย์ แสงวีเชียร "ความงาม" สุนทรียศาสตร์สำหรับผู้
ไม่รู้ ม.ป.ป. 176 หน้า
- Arnheim, R. Art and Visual Perception. Berkeley and Los Angeles:
Univ. of California Press, 1957.
- Edman, Irwin. Art and the man : an introduction to aesthetics
A Menter Book, New York, 1951.

Fromm, Erich. Marx's Concept of Man. 21 st. ed. New York,
Frederick Ungar Publishing co, 1974.

Novikov, Vassily. Artistic Truth and Dialectics of Creative
Work, Progress Publishers, Moscow. 1981.

Santayana, G. The Sence of Beauty. New York, 1896.

Stolnitz, J. Aesthetics. New York : Macmillan Publishing Co,
1965.

Williams, Raymond. Problems in Materialism and Culture, New
Left, review editions, verso, London, 1982.