

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	ภาพหน้าปกนิตยสาร Paris-Match ฉบับที่ 326 มิถุนายน 1955.....	14
4.1	ตราสัญลักษณ์พรรคไทยรักไทย.....	46
4.2	ภาพแรกของภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคตเรื่องที่ 1	48
4.3	ภาพที่สองของภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคตเรื่องที่ 1.....	48
4.4	ภาพที่สามของภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคตเรื่องที่ 1	48
4.5	ภาพที่สองของภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคต เรื่องที่ 2.....	49
4.6	ภาพที่สามของภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคต เรื่องที่ 2	49
4.7	ภาพที่สี่ของภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคต เรื่องที่ 2	49
4.8	ภาพแรกของภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคตเรื่องที่ 3	50
4.9	ภาพที่สองของภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคตเรื่องที่ 3.....	50
4.10	ภาพสุดท้ายก่อนภาพชุดจบของ ภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคต เรื่องที่ 1	51
4.11	ภาพจบที่ 1 ของภาพยนตร์โฆษณาทั้งสามเรื่อง	51
4.12	ภาพจบที่ 2 ของภาพยนตร์โฆษณาทั้งสามเรื่อง	51
4.13	ภาพจบที่ 3 ของภาพยนตร์โฆษณาทั้งสามเรื่อง	52
4.14	แสดงการแยกแยะสัญลักษณ์ในภาพยนตร์ชุดโอกาสคืออนาคต	54
4.15	ภาพเด็กเข้าแถวเคารพธงชาติ	56
4.16	ภาพพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร และเด็ก.....	58
4.17	ภาพธงชาติถ่ายจากมุมต่ำ	61
4.18	ภาพระยະไกลนักเรียนเคารพธงชาติ.....	62
4.19 - 4.20	ภาพเด็กชาย.....	62
4.21	แสดงการลำดับภาพเดิมก่อนการแทนที่รูปสัญลักษณ์	65
4.22	แสดงการทดสอบการทดแทนความหมาย (แทนที่รูปสัญลักษณ์ธงชาติและการ เคารพธงชาติด้วยป้ายชื่อโรงเรียน)	66
4.23	โครงสร้างไวยากรณ์การลำดับภาพ (syntagmatic structure) ภาพจาก ภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคตเรื่องที่ 1	68

4.24	โครงสร้างไวยากรณ์การลำดับภาพ (syntagmatic structure) ภาพจาก ภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคตเรื่องที่ 2.....	70
4.25	โครงสร้างไวยากรณ์การลำดับภาพ (syntagmatic structure) ภาพจากภาพยนตร์ โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคตเรื่องที่ 3.....	74
4.26	แสดงโครงสร้างความหมายในภาพยนตร์ชุดโอกาสคืออนาคตเรื่อง 1 – 3	76
4.27	ภาพพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร และเด็ก.....	81
4.28	แสดงสัมพันธ์ของภาพ.....	84
4.29	ภาพธงชาติสื่อความหมายถึงการร้องเรียก.....	86
4.30	ภาพพร้อมข้อความ “โอกาส?” สื่อความหมายถึงการร้องเรียก.....	86
4.31	ภาพเด็กชายสื่อความหมายถึงความแตกต่าง	88
5.1	ภาพที่สื่อถึงความเข้มแข็งของประชาชน.....	97
5.2	ภาพที่สื่อถึงความสำเร็จในเรื่อง “ศักดิ์ชัย กิ่งทอง”	99
5.3	ภาพที่สื่อถึงความสำเร็จในเรื่อง “สังข์คลี ผาดี”	99
5.4	ภาพที่สื่อถึงความสำเร็จในเรื่อง “ประหยัด วรเวท”	100
5.5	ภาพโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ชุด “หนึ่งเสียงของท่านฯ”	101
5.6	ภาพโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ “ชุดฟังวิสัยทัศน์”	102
5.7	ภาพโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด “โอกาสคืออนาคต”	103
5.8	ภาพโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด “เศรษฐกิจเพิ่งจะฟื้น”	104
5.9	ภาพโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ชุด “ขอบคุณ”	105
5.10	แสดงโครงสร้างไวยากรณ์ (syntagmatic) ภาพยนตร์โฆษณาชุด “โอกาสคืออนาคต”	111
5.11	การทดสอบทดแทนความหมาย สัญลักษณ์ “เลือด” (แทนที่ภาพ ถูกลีด ด้วยภาพการผ่าตัด)	113
5.12	แสดงภาพที่ใช้สัญลักษณ์สีแดงในภาพยนตร์โฆษณาชุดใครว่าชีวิตมันเปลี่ยน ไม่ได้	115
5.13	แสดงภาพสัญลักษณ์ “ปลา” จากภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคต เรื่องที่ 2	117
5.14	การทดสอบทดสอบทดแทนความหมาย สัญลักษณ์ “ปลา” (แทนที่รูปสัญลักษณ์การปล่อยปลา ด้วยรูปสัญลักษณ์การปล่อยโค)	118

5.15	แสดงภาพสัญลักษณ์ “เทียน” จากภาพยนตร์โฆษณาชุดโอกาสคืออนาคต เรื่องที่ 2	120
5.16	ภาพสัญลักษณ์ “ความมืด”	122
5.17	ภาพสัญลักษณ์ “ความหิว”	123
5.18	แสดงภาพ Mother and Child ของ Dorothea Lange.....	124
5.19	แสดงตัวอย่างภาพจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ภายใต้คำทูลุแกในการค้นหาว่า “ความหิวโหย” หรือ “ความอดอยาก”	125
5.20	แสดงภาพจากภาพยนตร์โฆษณา ชุดใครว่าชีวิตผันเปลี่ยนไม่ได้ เรื่อง “ศักดิ์ชัย กิ่งทอง”	127
5.21	แสดงภาพจากภาพยนตร์โฆษณา ชุดใครว่าชีวิตผันเปลี่ยนไม่ได้ เรื่อง “สังข์คลี ผาดี”	128
5.22	แสดงภาพจากภาพยนตร์โฆษณา ชุดใครว่าชีวิตผันเปลี่ยนไม่ได้ เรื่อง “ประหยัด วรเวท”	128
5.23	แสดงภาพสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายถึงความรักในครอบครัวจากภาพยนตร์ เรื่อง “ศักดิ์ชัย กิ่งทอง”.....	131
5.24	แสดงภาพสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายถึงความรักในครอบครัวจากภาพยนตร์เรื่อง “สังข์คลี ผาดี” และ “ประหยัด วรเวท”	132
6.1	ภาพที่สื่อความหมายถึงความสำคัญของชนชั้นล่าง.....	152
6.2	ภาพที่สื่อความหมายถึงประชาชนในภาคใต้ (1)	154
6.3	ภาพที่สื่อความหมายถึงประชาชนในภาคใต้ (2)	154
6.4	ภาพที่สื่อความหมายถึงชนชั้นกลางเฉพาะกลุ่ม (1).....	155
6.5	ภาพที่สื่อความหมายถึงชนชั้นกลางเฉพาะกลุ่ม (2).....	156
6.6	ภาพที่สื่อความหมายถึงการเป็น “คนอื่น” (1).....	160
6.7	ภาพที่สื่อความหมายถึงการเป็น “คนอื่น” (2).....	160
6.8	ตัวอย่างภาพประเภทเรียกร้อง (demand)	162
6.9	ตัวอย่างภาพประเภทเชิญชวน (offer)	162
6.10	ภาพประเภทเชิญชวนในภาพยนตร์โฆษณา (1)	163
6.11	ภาพประเภทเชิญชวนในภาพยนตร์โฆษณา (2)	164
6.12	ภาพประเภทเชิญชวนในภาพยนตร์โฆษณา (3)	164
6.13	ภาพประเภทเชิญชวนในภาพยนตร์โฆษณา (4)	165

6.14	ภาพประเภทเชิญชวนในภาพยนตร์โฆษณา (5)	165
6.15	ภาพประเภทเชิญชวนในภาพยนตร์โฆษณา (6)	166
6.16	ภาพประเภทเชิญชวนในภาพยนตร์โฆษณา (7)	167
6.17	ภาพประเภทเชิญชวนในภาพยนตร์ชุดโอกาสคืออนาคต	167
6.18	ภาพประเภทเรียกร้อยในภาพยนตร์ชุดโอกาสคืออนาคต	168
6.19	ภาพวาดสีน้ำมัน “คนจน”	169
6.20	ภาพประเภทเรียกร้อย “แม่บ้าน OTOP”	169
6.21	ภาพ “คนจน” (1)	170
6.22	ภาพ “คนจน” (2)	171
6.23	ภาพ “คนจน” (3)	171
6.24	ภาพ “คนจน” (4)	172
6.25	ภาพ “ชนชั้นกลางผู้มีปากเสียง” (1)	173
6.26	ภาพ “ชนชั้นกลางผู้มีปากเสียง” (2)	174
7.1	ภาพสื่อความหมาย “การศึกษาคือสิ่งที่สูงค่ายิ่ง”	191
7.2	ภาพสื่อความหมาย “ความสามารถของปัจเจกชน” (1)	193
7.3	ภาพสื่อความหมาย “การเปิดรับโลกาภิวัตน์” (1)	195
7.4	ภาพสื่อความหมาย “การเปิดรับโลกาภิวัตน์” (2)	196
7.5	ภาพสื่อความหมาย “ความรักในครอบครัว” (1)	198
7.6	ภาพสื่อความหมาย “ความรักในครอบครัว” (2)	198
7.7	ภาพสื่อความหมาย “ความรักในครอบครัว” (3)	199
7.8	ภาพประกอบด้วยสัญลักษณ์สองส่วนคือ ส่วนที่เป็นภาพ และส่วนที่เป็นภาษา ..	200
7.9	ภาพสื่อความหมายถึง “ความสำคัญของคนรุ่นใหม่”	202
7.10	ภาพสื่อความหมายถึง “คนรุ่นเก่า”	203
7.11	ภาพสื่อความหมายถึง “ชนชั้นล่าง”	205
7.12	ภาพสื่อความหมายถึง “ความฝันถึงการศึกษา”	206
7.13	ภาพสื่อความหมายถึง “ความสำเร็จทางเศรษฐกิจ” (1)	211
7.14	ภาพสื่อความหมายถึง “ความสำเร็จทางเศรษฐกิจ” (2)	214
7.15	ภาพสื่อความหมายถึง “ความสำเร็จทางเศรษฐกิจ” (3)	215
7.16	ภาพสื่อความหมายถึง “ความสำเร็จทางเศรษฐกิจ” (4)	216
7.17	ภาพสื่อความหมายถึง “ความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมของชนชั้นล่าง”	217

7.18	ภาพสื่อความหมายถึงอุดมการณ์ปีศาจปีศาจ (1).....	222
7.19	ภาพสื่อความหมายถึงอุดมการณ์ปีศาจปีศาจ (2).....	224
7.20	ภาพสื่อความหมายถึงอุดมการณ์ปีศาจปีศาจ (3).....	225
7.21	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร และครอบครัว	226