

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เลิฟแอนด์ลิฟ.
- ก่าจร หลุยยะพงษ์. (2539). *การวิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอภาพของความเป็นชายในโฆษณา เบียร์สิงห์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุหลาบ มลลิกะมาส. (2519). *วรรณคดีไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- โฆษิต ศรีกฤษณรัตน์. (2553). *วิธีการเล่าเรื่องในเกมสวมบทบาทของญี่ปุ่นและการมีส่วนร่วมของผู้เล่น*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทร์สุดา ไชยประเสริฐ. (2549). *ความขัดแย้งในวรรณคดีไทยสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น (รัชกาลที่ 1-3): การเผชิญปัญหาและการแก้ปัญหาของตัวละคร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉลองรัตน์ ทิพย์พิมาน. (2539). *วิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์อเมริกันที่มีสตรีเป็นตัวเอก*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิชย์. (2542). *การเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ที่สัมพันธ์กับวิธีการเล่าเรื่องในสื่อมวลชน. ใน อุบลรัตน์ ศิริยุศศักดิ์, ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และ ศุจิรา สุวีรานนท์ (บก.) จินตทัศน์ทางสังคมในภาษาสื่อมวลชน. (หน้า 1-31). กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสันติภาพ.*
- ณรงค์ศักดิ์ อัสวสกุลไกร. (2541). *การวิเคราะห์เนื้อหาโฆษณาสุราทางโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ. (2553). *การวิเคราะห์ตัวบทและการถอดรหัสความหมายเชิงสัญลักษณ์ของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย*. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, ปรีดา อัครจันทโชติ, หฤทัย งามสุด, จิรยุทธ์ สินธุพันธ์, และ ศุโลทิพย์ จารุภูมิ. (2543). *นิเทศศาสตร์กับเรื่องเล่าและการเล่าเรื่อง: วิเคราะห์การศึกษาจินตคติ จินตทัศน์ในสื่อร่วมสมัย*. กรุงเทพฯ: จำกัดการพิมพ์.
- ธัญญา สังขพันธานนท์. (2539). *วรรณกรรมวิจารณ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นาคร.
- ธีรวุฒิ ทองทับ. (2552). *มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา : ศึกษาเฉพาะกรณีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- นพพร ประชากุล. (2542). การเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์ที่สัมพันธ์กับวิธีการเล่าเรื่องในสื่อมวลชน. ใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์ และ ศุจิรา สุวีรานนท์ (บก.) *จินตทัศน์ทางสังคมในภาษาสื่อมวลชน*. (หน้า 1-31). กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสันติภาพ.
- นพพร ประชากุล. (2544). คำนำเสนอบทแปล. ใน *วรรณพิมพ์ อังกฤษศิริสรรพ. มายาคติ*, (หน้า 1-18). กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คปไฟ.
- นัทธน์ ศิริโชติรัตน์. (2548). *การทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับการห้ามโฆษณาอย่างสิ้นเชิง*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ. (2548). *วิวัฒนาการนโยบายควบคุมปัญหาสุราของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- บัณฑิต ศรีไพศาล. (2550). *ทำไมต้องควบคุมการโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- ปฐม หงษ์สุวรรณ. (2548). *ตำนานพระธาตุของชนชาติไท: ความสำคัญและปฏิสัมพันธ์ระหว่างพุทธศาสนากับความเชื่อดั้งเดิม*. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมินทร์ จารุวร. (2544). *โครงสร้างขาดกฟ้นบ้านของไทยเขิน*. ใน *ศิริพร ณ ถลาง* (บก.). *ไวยากรณ์ของนิทาน: การศึกษานิทานเชิงโครงสร้าง*. กรุงเทพฯ: ศูนย์คติชนวิทยา
- โครงการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประคอง นิมมานเหมินท์. (2543). *นิทานพื้นบ้านศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์คติชนวิทยา โครงการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริญญา เกื้อหนุน. (2537). *เรื่องสั้นอเมริกันและอังกฤษ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ปรินดา องค์สุกุล. (2547). *กระบวนการสร้างมายาคติในภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาลเลกั้วร์, ณัฏ ยับติสต์. (2520). *เล่าเรื่องกรุงสยาม*. (สันต์ โกมลบุตร, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: ก้าวหน้า.
- ปัทมวดี จารุวร. (2528). *ศัพท์ภาพยนตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยกุล เลาว์ณย์ศิริ. (2538). *การผลิตสิ่งโฆษณาประเภทภาพยนตร์ ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา หน่วยที่ 9-15* (หน้า 503-558). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พนา ทองมีอาคม. (2542). *แนวคิดการสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา หน่วยที่ 1-8* (หน้า 1-40). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ. (2523). *ลักษณะขัดแย้งและความขัดแย้งในพระราชนิพนธ์บทละครนอกในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิชญาณี เชิงศิริ. (2542). *การศึกษาวรรณกรรมนิทานไทยตามทฤษฎีโครงสร้างนิทานของวลาดิมีร์ พรอฟฟ์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิเชฐ สายพันธ์. (2542). *น้ำเต้าปูง: วรณกรรมปรัมปรากับการศึกษาเชิงโครงสร้าง*. ใน *สังคมและวัฒนธรรมในประเทศไทย*. (หน้า 116-135). กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- พิสิทธิ์ กอบบุญ. (2544). *โครงสร้างนิทานกำพร้าวของไทย – ลาว*. ใน *ศิราพร ณ ถลาง (บก.)*. *ไวยากรณ์ของนิทาน: การศึกษานิทานเชิงโครงสร้าง*. กรุงเทพฯ: ศูนย์คดีชนวิทยาโครงการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยงยุทธ ขจรธรรม, พิมพา ขจรธรรม และ บัณฑิต ศรีไพศาล. (2547). *ประสิทธิผลของนโยบายการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์*. มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- ยิ่งสุพร อัจจงค์. (2539). *แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัวในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนา จักกะพาก และ จิรยุทธ์ สินธุพันธ์. (2545). *รายงานผลการวิจัย จินตทัศน์ทางสังคมและกลวิธีการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ของ สัตยาจิต เรย์: การศึกษาวิเคราะห์* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัฒน์พร ปันมณี. (2538). *กระบวนการสร้างสรรค์โฆษณาสินค้าบ้านจัดสรรทางสื่อสิ่งพิมพ์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาสนา ศรีรักษ์. (2544). *โครงสร้างนิทานจีน*. ใน *ศิราพร ณ ถลาง (บก.)*. *ไวยากรณ์ของนิทาน: การศึกษานิทานเชิงโครงสร้าง*. กรุงเทพฯ: ศูนย์คดีชนวิทยา โครงการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชัย ไปษยจินดา และ อาภา ศิริวงศ์ ณ อยุธยา. (2542). *โครงการศึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อหามาตรการทางเลือกป้องกันแก้ไข*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชุดา ขุนหนู. (2551). *การสื่อความหมายแบบอ้อมและการตีความบทโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีรวัฒน์ อินทรพร. (2544). *โครงสร้างนิทานเชิงใหม่ปณณาสชาดก*. ใน *ศิราพร ณ ถลาง (บก.)*. *ไวยากรณ์ของนิทาน: การศึกษานิทานเชิงโครงสร้าง*. กรุงเทพฯ: ศูนย์คดีชนวิทยา โครงการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรายุทธ ศิริโปล์. (2550). *การรับรู้การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเบียร์สิงห์ไลท์เปรียบเทียบกับเบียร์ช้างไลท์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ศิริพร ณ ถลาง และ พิษญาณี เชิงศิริ. (2544). ทฤษฎีโครงสร้างนิทานของวอลดิมีร์ พรอฟฟ์. ใน ศิริพร ณ ถลาง (บก.). *ไวยากรณ์ของนิทาน: การศึกษานิทานเชิงโครงสร้าง*. กรุงเทพฯ: ศูนย์คติชนวิทยา.
- ศิริพร ณ ถลาง. (2544). *ไวยากรณ์ของนิทาน: การศึกษานิทานเชิงโครงสร้าง*. กรุงเทพฯ: ศูนย์คติชนวิทยา โครงการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร ณ ถลาง. (2548). *ทฤษฎีคติชนวิทยา: วิธีวิทยาในการวิเคราะห์ตำนาน-นิทานพื้นบ้าน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์คติชนวิทยา โครงการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อวยพร พานิช. (2530). การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการ สร้างสรรค์และผลิตสิ่งพิมพ์โฆษณา หน่วยที่ 1-8* (หน้า 169-171). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อภาพรรณ สายยศ. (2548). *การวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์ของภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ประเภทเบียร์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อิรวดี ไตลังคะ. (2546). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการเล่าเรื่อง* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อุไรวรรณ รัตนพันธ์. (2552). *มายาคติในโฆษณาครีมน้ำขาวสำหรับผู้หญิงของไทยปี 2550*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

ภาษาอังกฤษ

- Barthes, R. (1957). *Mythologies*, New York, NY: Noonday Press.
- Blomback, A., & Brunninge, O. (2009). Corporate identity manifested through historical references. *Corporate Communications*, 14(4). 404-419.
- Boggs, J. M., & Petrie, D. W. (1999). *The art of watching film*. Mountain View, CA: Mayfield.
- Campbell, J. (1968). *The hero with a thousand faces*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Christensen, J. H. (2002), Company branding and company storytelling, In J. Helder & S. U. Kragh (Eds.), *Senders and receivers: New perspectives on market communication* (pp. 25-58), Frederiksberg, Denmark: Samfundslitteratur.

- Delgadillo, Y., & Escalas, J. E. (2004). Narrative word-of-mouth communication: Exploring memory and attitude effects of consumer storytelling. In B. E. Kahn & M. F. Luce (Eds.), *Advanced in Consumer Research* (pp. 186-192), Valdosta, GA: Association for Consumer Research.
- Fisher, E. R. (1989). Clarifying the narrative paradigm. *Communication Monographs*, 56(1), 55-58.
- Fisher, W. R. (1985). The narrative paradigm: An elaboration. *Communication Monographs*, 52(4), 347-367.
- Foss, S. K. (1989). *Rhetorical criticism: Exploration and practice*. Prospect Heights, IL: Waveland Press.
- Fournier, S. (1998). Consumer and their brands: Developing relationship theory in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 343-373.
- Gardner, B. B., & Levy, S. J. (1955). The product and the brand. *Harvard Business Review*, 33(2), 33-39.
- Giannetti, L. (1988). *Understanding movies*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Greimas, A. J. (1984). *Structural semantics: An attempt at a method*. (D. McDowell, R. Schleifer & A. Velie Trans.). Lincoln, NE: University of Nebraska Press. (Original work published 1966)
- Hawkes, T. (1977). *Structuralism and semiotics*. London: Methuen.
- Hirschman, E. (1986). Humanist inquiry in marketing research, *Journal of Marketing Research*, 23(2), 237-249.
- Hirschman, E. (2000). Consumers' use of intertextuality and archetypes. In S. J. Hoch & R. J. Meyer (Eds.), *Advances in Consumer Research* (pp. 57-63). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Holt, D. B. (2003). What becomes an icon most? *Harvard Business Review*, 81(3), 43-49.
- Holt, D. B. (2004). *How brands become icons*. Cambridge, MA: Harvard University Business School Press.
- Holt, D. B., & Thompson, C. J. (2004). Man-of-action heroes: The pursuit of heroic masculinity in everyday consumption. *Journal of Consumer Research*, 31(2), 425-440.

- Hurtik, E., & Yarber, R. (1971). *An introduction to short story and criticism*. Lexington, MA: Xerox College Publishing.
- Kniazeva, M., & Belk, R. W. (2007). Packaging as a vehicle for mythologizing the brand. *Consumption Marketing and Culture*, 10(1), 51-69.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities, *Journal of Marketing Research*, 39, 61-72.
- Levi-Strauss, C. (1955). *The structural study of myth*. *Journal of American Folklore*, 78(4), 432-444.
- Levi-Strauss, C. (1977). *Structural anthropology*. Harmondsworth, UK: Peregrine.
- Levy, S. (1981). Interpreting consumer mythology: A structural approach to consumer behavior. *Journal of Marketing*, 45(3), 49-61.
- Lucaites, J. L., & Condit, C. M. (1985). Reconstructing narrative theory: A function perspective. *Journal of Communication*, 35(4), 96-103.
- Mark, M., & Pearson, C. S. (2001). *The hero and the outlaw: Extraordinary brands through the power of archetypes*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Mehring, M. (1990). *The screenplay: A blend of film form and content*. Boston: Focal Press.
- Muller, G. H., & Williams, J. A. (1985). *Introduction to literature*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Neuman, W. L. (1997). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- Papadatos, C. (2006). The art of storytelling: How loyalty marketers can build emotional connections to their brands. *Journal of Consumer Marketing*, 23(7), 382-384.
- Propp, V. (1968). *Morphology of the folktale*. (L. A. Wagner, Trans). Austin, TX: University of Texas Press. (Original work published 1928)
- Propp, V. (1984). *Theory and history of folklore*. (A. Y. Martin & R. P. Martin, Trans). Manchester, UK: Manchester University Press.
- Randazzo, S. (1993). *Mythmaking on Madison Avenue: How advertisers apply the power of myth & symbolism to create leadership brands*. Chicago, IL: Probus.
- Randazzo, S. (2006). Subaru: The emotional myths behind the brand's growth. *Journal of Advertising Research*, 46(1), 11-17.
- Rokeach, M. (1974). Change and stability in American value systems, *Public Opinion Quarterly*, 38(2), 222-238.

- Schindler, R. M., & Holbrook, M. B. (2003). Nostalgia for early experiences as a determinant of consumer preferences. *Psychology and Marketing*, 20(4), 275-302.
- Snyder, L. B., Milici, F. F., Slater, M. Sun, H., & Strizhakova, Y. (2006). Effect of alcohol advertising exposure on drinking among youth. *Arch Pediatr Adolesc Med*, 160: 18-24.
- Solomon, M. R. (2002). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Stern, B. B. (1991). Literary analysis of an advertisement: The commercial as Soap Opera. *Advances in Consumer Research*, 18(1), 164-171.
- Stern, B. B. (1995). Consumer myths: Frye's taxonomy and the structural analysis of consumption text. *Journal of Consumer Research*, 22(2), 165-185.
- Thompson, C. J. (1997). Interpreting consumers: A hermeneutical framework for deriving marketing insights from the texts of consumers' consumption stories. *Journal of Marketing Research*, 34(4), 438-455.
- Thompson, C. J. (2004). Marketplace mythology and discourses of power. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 162-180.
- Thompson, S. (1977). *The folktale*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Tilly, A. (1991). *The media studies*. London: Routledge.
- Todorov, T. (1977). *The poetics of prose*. Oxford, UK: Blackwell.
- Wertime, K. (2002). *Building brands & believers: How to connect with consumers using archetypes*. Singapore: Wiley.
- Woodside, A. G. & Chebat, J. C. (2001). Updating Heider's balance theory in consumer behavior: A Jewish couple buys a German car and additional buying-consumer transformation stories, *Psychology and Marketing*, 18(5), 475-495.
- Woodside, A. G., Sood, S., & Miller, K. E. (2008). When consumer and brands talk: Storytelling theory and research in psychology and marketing. *Psychology & Marketing*, 25(2), 97-145.
- Zaltman, G. (2003). *How customers think*. Boston: Harvard Business School Press.

ภาคผนวก

รายชื่อภาพยนตร์โฆษณา

ภาพยนตร์โฆษณาเบียร์

1. เบียร์ช้าง ชุต คนไทยหัวใจเดียวกัน
2. เบียร์ช้าง ชุต ฟุตบอล 2010
3. เบียร์ช้างตราฟัท ชุต ประสบการณ์ใหม่
4. เบียร์ช้าง ชุต Everton the First Project
5. เบียร์สิงห์ ชุต มิดนตรีมีมิตรภาพ
6. เบียร์อาชา ชุต True Friendship
7. สิงห์ คอร์ปอเรชั่น ชุต จำยิ้ม
8. บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ชุต
นักกอล์ฟไทย
9. สิงห์ คอร์ปอเรชั่น ชุต ให้
10. เบียร์ช้าง ชุต คนไทยให้กันได้
11. เบียร์ลีโอ ชุต ใช้ชีวิต
12. เบียร์ลีโอ ชุต เทียววันหยุด
13. เบียร์ลีโอ ชุต ได้ทำดีได้มากกว่า
ความสุข
14. เบียร์ลีโอ ชุต หาดสลับ
15. เบียร์ลีโอ ชุต World Cup 1
16. เบียร์ลีโอ ชุต World Cup 2
17. Heineken ชุต Let's Stranger Drive
You Home

ภาพยนตร์โฆษณาสุรา

1. Johnnie Walker ชุต The Pact
2. Blend 285 ชุต เข้าใจใช้ชีวิต
3. Blend 285 ชุต สุขที่ทำได้
4. Chivas Regal ชุต Live with Chivalry
5. McClan ชุต Save the Nature
6. Meridian ชุต The Little Big Thing
7. 100 Pipers ชุต ให้เพื่อนเต็มร้อย
8. 100 Pipers ชุต ไปช่วยโลก
9. หงส์ทอง ชุต มิตรภาพ
10. หงส์ทอง ชุต ดูแล
11. Grande ชุต The Traveler
12. Benmore ชุต ส.บ.ม.
13. Benmore ชุต Office แบ่งกัน
14. Benmore ชุต Lift ที่ว่าง
15. แสงโสม ชุต กี่ดาร์
16. วีเจนท์ ชุต พระสุทธมนโนราห์
17. วีเจนท์ ชุต วิวาทพระสมุทร
18. วีเจนท์ ชุต มัทนะพาธา

แบบพฤติกรรมที่ Vladimir Propp ใช้ในการศึกษานิทานรัสเซีย 179 พฤติกรรม ได้แก่

1. ความเป็นมาของตัวละคร เหตุการณ์เริ่มต้น (α)
2. สมาชิกคนหนึ่งของครอบครัวออกไปจากบ้าน (β)
3. สมาชิกของครอบครัวที่มีอายุน้อยกว่าออกไปจากบ้าน (β^1)
4. ความตายของพ่อกับแม่ (β^2)
5. สมาชิกคนหนึ่งของครอบครัวที่มีอายุน้อยกว่าออกไปจากบ้าน (β^3)
6. การห้าม (γ^1)
7. คำสั่งหรือข้อห้าม (γ^2)
8. ข้อห้ามนั้นถูกละเมิด (δ^1)
9. คำสั่งถูกละเมิด (δ^2)
10. ฝ่ายปฏิบัติพยายามสืบหาข้อมูลของตัวเอง (ϵ^1)
11. ตัวเอกพยายามสืบหาข้อมูลของฝ่ายปฏิบัติ (ϵ^2)
12. ข้อมูลของตัวละครอื่นๆ (ϵ^3)
13. ฝ่ายปฏิบัติได้รับข้อมูลของตัวเอง (ζ^1)
14. ตัวเอกได้รับข้อมูลของฝ่ายปฏิบัติ (ζ^2)
15. ได้รับข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ (ζ^3)
16. ฝ่ายปฏิบัติพยายามที่จะดับดาเหยื่อ (η^1)
17. ฝ่ายปฏิบัติพยายามจะหลอกลวงเหยื่อโดยใช้เวทย์มนต์ (η^2)
18. รูปแบบต่างๆ ของการโกหกหลอกลวง (η^3)
19. ตัวเอกหลงเชื่อฝ่ายปฏิบัติ (θ^1)
20. ตัวเอกหลงเชื่อฝ่ายปฏิบัติเนื่องจากถูกเวทย์มนต์ของฝ่ายปฏิบัติ (θ^2)
21. ตัวเอกมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อการโกหกหลอกลวงของฝ่ายปฏิบัติ (θ^3)
22. ตัวเอกไม่หลงเชื่อฝ่ายปฏิบัติ (θ^5)
23. ฝ่ายปฏิบัติไม่หลงเชื่อ ตัวเอก (θ^6)
24. เหตุการณ์ที่นำไปสู่ความเลวร้าย (λ)
25. พฤติกรรมของฝ่ายปฏิบัติ (A)
26. ฝ่ายปฏิบัติร่วมเดินทางไปกับตัวเอก และโยนตัวเอกลงเหว (*A)
27. ฝ่ายปฏิบัติลักพาตัวเอก (A^1)

28. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุใช้เวทมนตร์คาถา (A^2)
29. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุทำลายพืชผล (A^3)
30. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุขโมยแสงแดด (A^4)
31. รูปแบบต่าง ๆ ของการขโมย (A^5)
32. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุทำร้ายตัวเอกจนบาดเจ็บหรือพิการ (A^6)
33. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุทำให้ตัวเอกหายสาบสูญ (A^7)
34. เจ้าสาวที่ถูกลี้ม (A^{vii})
35. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุสั่งให้ลักพาตัวเอก (A^8)
36. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุขบไล่ตัวเอก (A^9)
37. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุเหวี่ยงตัวเอกลงทะเลหรือลอยแพ (A^{10})
38. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุใช้คำสาปและแปลงร่างตัวเอก (A^{11})
39. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุปลอมเป็นตัวเอกหรือปลอมเป็นอย่างอื่นเพื่อหลอกหลวงตัวเอก (A^{12})
40. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุสั่งฆ่าตัวเอก (A^{13})
41. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุฆ่าตัวเอก (A^{14})
42. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุกักขังตัวเอก (A^{15})
43. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุบังคับเรื่องการแต่งงาน (A^{16})
44. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุขัดขวางการแต่งงานในหมู่ญาติ (A^{xvi})
45. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุในร่างมนุษย์กินคน (A^{17})
46. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุในร่างมนุษย์กินคนหรือที่เกี่ยวข้อง (A^{xvii})
47. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุทรมาณในเวลากลางคืน (ผีดูดเลือด) (A^{18})
47. ฝ่ายปฏิบัติภิกษุประกาศสงคราม (A^{19})
49. การขาด ความขาดแคลน (a)
50. การไม่มีเจ้าสาว (a^1)
51. การไม่มีผู้วิเศษหรือของวิเศษคอยช่วยเหลือ (a^2)
52. การไม่มีของวิเศษมหัศจรรย์ (a^3)
53. การขาดความรัก (a^4)
54. การขาดเงินทองหรือความหมายของชีวิต (a^5)
55. การขาดในรูปแบบอื่น ๆ (a^6)
56. การใกล้เกลียด เหตุการณ์เชื่อมโยง (B)
57. ขอบความช่วยเหลือ (B^1)

58. การส่งข่าว (B^2)
59. การให้อิสราภาพ (B^3)
60. ความโชคร้ายในรูปแบบต่าง ๆ (B^4)
61. การเดินทางของตัวเอกที่ถูกเนรเทศ (B^5)
62. ตัวเอกที่ถูกกล่าวโทษได้รับการปลดปล่อย (B^6)
63. การโคกเสรำคร่ำครวญ (B^7)
64. ตัวเอกยินยอมที่จะไปเสาะหา (C)
65. ตัวเอกออกเดินทางจากบ้าน ($\uparrow$)
66. พหุติกรรมแรกของผู้ช่วยเหลือ (D)
67. ผู้วิเศษทดสอบตัวเอก (D^1)
68. ผู้วิเศษตั้งคำถามตัวเอก (D^2)
69. ช่วยเหลือให้ตัวเอกมีชีวิตอีกครั้ง (D^3)
70. ช่วยให้ได้รับอิสรภาพ (D^4)
71. ช่วยให้ได้รับอิสรภาพรอดพ้นจากการคุมขัง ($*D^4$)
72. ร้องขอความเมตตา (D^5)
73. การโต้แย้ง (D^6)
74. คำร้องขออื่นๆ (D^7)
75. ผู้วิเศษมาช่วยเหลือโดยปราศจากการร้องขอ (D^7)
76. ความพยายามที่จะทำลาย (D^8)
77. การต่อสู้กับผู้ช่วยเหลือที่เป็นศัตรู (D^9)
78. ข้อเสนอแลกเปลี่ยนของผู้วิเศษ (D^{10})
79. ตัวเอกมีปฏิกิริยาต่อผู้วิเศษ (ในด้านบวกหรือในด้านลบ) (E)
80. ได้รับการทดสอบอย่างหนัก (E^1)
81. ตอบสนองด้วยมิตรไมตรี (E^2)
82. ช่วยเหลือคนตาย (E^3)
83. ให้อิสราภาพ (E^4)
84. แสดงความเมตตา (E^5)
85. ไกล่เกลี่ยการทะเลาะเบาะแว้ง (E^6)
86. การทะเลาะเบาะแว้งที่เป็นกลลวง (E^{vi})
87. ให้ความช่วยเหลือ (E^7)

88. พยายามทำลาย (E^8)
89. ได้รับชัยชนะ (E^9)
90. การหลอกลวงให้สิ่งแลกเปลี่ยน (E^{10})
91. ตัวเอกได้ของวิเศษ (F)
92. ของวิเศษถูกเคลื่อนย้าย (F^1)
93. ของวิเศษถูกแสดงให้เห็น (F^2)
94. ของวิเศษถูกจัดเตรียม (F^3)
95. ของวิเศษถูกนำไปขายหรือเป็นสินค้า (F^4)
96. ของวิเศษถูกทำขึ้นตามคำสั่ง (F_4^3)
97. ของวิเศษถูกค้นพบ (F^5)
98. ของวิเศษปรากฏตัวด้วยความสมัครใจ (F^6)
99. ของวิเศษมาจากพื้นดิน (F^{vi})
100. ได้พบกับผู้วิเศษ ผู้อาสาช่วยเหลือ (F_9^6)
101. ของวิเศษถูกดื่มหรือกิน (F^7)
102. ของวิเศษถูกคว่ำไป (F^8)
103. ผู้วิเศษได้ให้ความช่วยเหลือ เมื่อได้รับการร้องขอ (F^9)
104. ผู้วิเศษปรากฏตัวเมื่อมีผู้ต้องการความช่วยเหลือ (f^9)
105. การพาตัวเอกไปยังจุดหมาย (G)
106. ตัวเอกเหาะไป (G^1)
107. ตัวเอกขี่(ม้า)ไป เดินทางทางบกหรือทางน้ำ (G^2)
108. ตัวเอกถูกพาไป (G^3)
109. ตัวเอกไปตามเส้นทางที่ถูกชักนำ (G^4)
110. ตัวเอกใช้วิธีการสื่อสารบางประการ (G^5)
111. ตัวเอกไปตามเส้นทางที่มีรอยเลือด (G^6)
112. ตัวเอกต่อสู้กับฝ่ายปฏิปักษ์ (H)
113. ต่อสู้กันในที่โล่ง (H^1)
114. ต่อสู้กันด้วยการทดสอบ การแข่งขัน (H^2)
115. ต่อสู้กันด้วยการเล่นไฟ (H^3)
116. การชั่งน้ำหนัก ไม่แน่ใจ (H^4)
117. ตัวเอกชนะฝ่ายปฏิปักษ์ (I)

118. ชัยชนะในการต่อสู้กันในที่โล่ง (I^1)
119. ในกรณีที่มีตัวเอกหลายคน มีตัวเอกคนหนึ่งชนะที่เหลือซ่อนตัวอยู่ ($*I^1$)
120. ชัยชนะจากการแข่งขัน (I^2)
121. ชัยชนะจากการเล่นไพ่ (I^3)
122. ชัยชนะจากการชั่งน้ำหนัก (I^4)
123. ชัยชนะโดยฆ่าตัวร้ายตายโดยไม่ต้องมีการต่อสู้ (I^5)
124. เนรเทศฝ่ายปฏิปักษ์ (I^6)
125. ตัวเอกได้รับบาดเจ็บ (J)
126. บาดเจ็บที่ร่างกาย (J^1)
127. ได้รับแหวนหรือผ้าเช็ดตัว (J^2)
128. ความโชคร้ายหรือความขาดแคลนนั่นหมดไป (K)
129. ได้รับการช่วยเหลือโดยการใช้พลังกำลังหรือด้วยเล่ห์เหลี่ยม (K^1)
130. ได้รับการช่วยเหลือโดยตัวละครอื่น (K^2)
131. ได้รับการช่วยเหลือโดยมีนกต่อ (K^3)
132. ความโชคร้ายหมดไปเพราะพฤติกรรมที่มาก่อน (K^4)
133. ความโชคร้ายหมดไปเพราะการใช้ของวิเศษ (K^5)
134. ความยากจนหมดไปเพราะการใช้ของวิเศษ (K^6)
135. สิ่งที่ถูกตามหาถูกจับ (K^7)
136. เวทย์มนต์หรือคำสาปถูกทำลาย (K^8)
137. การชุบชีวิต (K^9)
138. การชุบชีวิตด้วยน้ำแห่งชีวิต (K^{ix})
139. ได้รับการปล่อยให้เป็นอิสระภาพ (K^{10})
140. ตัวเอกกลับบ้าน ($\downarrow$)
141. ตัวเอกถูกตามล่า (Pr)
142. การเหาะไปในอากาศ (Pr^1)
143. ต้องการตัวคนผิด (Pr^2)
144. ไล่ล่าตัวเอกโดยการแปลงตัวเป็นสัตว์ (Pr^3)
145. ไล่ล่าตัวเอกโดยตัวเป็นสิ่งของต่าง ๆ (Pr^4)
146. พยายามทำลายตัวเอก (Pr^5)
147. พยายามทำให้ตัวเอกพินาศ (Pr^6)

148. พยายามทำลายต้นไม้ที่ตัวเอกหลบอยู่ (Pr^7)
149. การช่วยตัวเอกจากการตามล่า (Rs)
150. ตัวเอกถูกอุ้มเหาะหนีไปอย่างรวดเร็ว (Rs^1)
151. ขว้างสิ่งของในขณะที่ถูกตามล่า (Rs^2)
152. หลบหนีเข้าไปในโบสถ์ (Rs^3)
153. หลบหนีไปได้ในขณะที่ต่อสู้ (Rs^4)
154. หลบหนีได้ด้วยการอำพรางของช่างเหล็ก (Rs^5)
155. ตัวเอกแปลงร่างเป็นสัตว์ พืชและก้อนหิน (Rs^6)
156. ไม่หลงกลกลลวงต่างๆ (Rs^7)
157. ช่วยชีวิตตัวเอกจากการถูกกลืนกิน (Rs^8)
158. ช่วยชีวิตตัวเอกไม่ให้ถูกฆ่า (Rs^9)
159. กระโดดเกาะต้นไม้ต้นอื่น (Rs^{10})
160. ตัวเอกซึ่งไม่มีใครรู้จักกลับบ้านหรือไปยังเมืองอื่น (O)
161. การปลอมเป็นตัวเอก (L)
162. งานยากที่ตัวเอกถูกทดสอบให้ทำ (M)
163. ตัวเอกทำงานสำเร็จ (N)
164. ตัวเอกทำงานสำเร็จก่อนกำหนด (*N)
165. ตัวเอกทำงานไม่สำเร็จ (Nr)
166. ตัวเอกเป็นที่รู้จัก (Q)
167. คนที่ปลอมเป็นตัวเอกถูกเปิดเผย (Ex)
168. ตัวเอกในโฉมหน้าใหม่ (T)
169. มีรูปร่างใหม่ (T^1)
170. การสร้างปราสาทราชวัง (T^2)
171. เครื่องนุ่งห่มใหม่ (T^3)
172. เป็นตัวตลก (T^4)
173. ฝ่ายปฏิบัติหรือคนที่ปลอมเป็นตัวเอกถูกลงโทษ (U)
174. ตัวเอกยกโทษให้ฝ่ายปฏิบัติหรือคนที่ปลอมเป็นตัวเอก (Uneg)
175. การอภิเษกสมรสและการก้าวสู่ราชบัลลังก์ (W^{**})
176. การแต่งงาน (W^*)
177. การหมั้นหมาย (W^1)

178. การค้นหาเจ้าสาว (W^2)

179. ตัวเอกได้รับเงิน หรือสิ่งของอื่นๆ ตอนท้ายเรื่อง (W^0)

แบบพฤติกรรมที่ พิษณุณี เชิงศิริ ใช้ศึกษานิทานจักรๆ วงศ์ๆ ของไทย 19 แบบ ได้แก่

1. ฝ่ายปฏิบัติต้องการภรรยาของตัวเอก ($A^{16.1}$)
2. ฝ่ายปฏิบัตินำตัวเอกไปฝังที่ต้นไม้ (A^{20})
3. ฝ่ายปฏิบัติกล่าวหาว่าตัวเอกเป็นชู้ลับผู้อื่น (A^{22})
4. ฝ่ายปฏิบัติปรารถนาทรัพย์สินของตัวเอก (A^{23})
5. ฝ่ายปฏิบัติทำให้ตัวเอกถูกผู้อื่นเกลียดชัง (A^{24})
6. ฝ่ายปฏิบัติทำให้ตัวเอกได้รับความยากลำบาก (A^{25})
7. ฝ่ายปฏิบัติสับเปลี่ยนลูกของตัวเอก (A^{26})
8. ผู้วิเศษช่วยให้ตัวเอกรอดชีวิต ($D^{3.1}$)
9. ผู้วิเศษช่วยให้ตัวเอกฟื้นคืนสติ (D^{11})
10. ผู้วิเศษช่วยเหลือลูกของตัวเอง (D^{12})
11. ชัยชนะด้วยสติปัญญา (I^7)
12. การแต่งงานที่ต้องผ่านการทดสอบความสามารถ (Wm)
13. การลักลอบเข้าหา (Wk)
14. เมื่อตัวเอกเดินทางไปเมืองไหนก็ได้ภรรยา (Wk^2)
15. การเลือกคู่ (Wk^3)
16. ตัวเอกเรียนวิชากับพระฤาษี (ข)
17. ตัวเอกพลัดพรากจากคนรัก (ค)
18. หลังจากพลัดพรากก็ได้พบกัน (ง)
19. การอิจฉาริษา (ฉ)

แบบพฤติกรรมที่ปรมินทร์ จารุวรรใช้ศึกษานิทานชาดกพื้นบ้านไทยเขิน 5 แบบ ได้แก่

1. ฝ่ายปฏิบัติรังเกียจตัวเอก (ฉ¹)
2. การทำบุญ ทำทาน การช่วยเหลือ (ท)
3. ตัวเอกช่วยตัวละครอื่นๆ ให้รอดชีวิต (ท²)

4. ตัวเอกสั่งสอนศิษกรรม (η^3)
5. ตัวเอกลักพาลูกสาวฝ่ายปฏิบัติมาเป็นภรรยา (Wk^5)

แบบพฤติกรรมของวีรวัฒน์ อินทรพรที่ใช้ศึกษานิทานเชียงใหม่ปัญญาชาดก 1 แบบ ได้แก่

1. การพลัดพรากจากกันในทะเลหรือแม่น้ำ (c^1)

แบบพฤติกรรมของพิสิทธิ์ กอบบุญใช้ศึกษานิทานกำพร้าวไท ลาว 10 แบบ ได้แก่

1. การทำตามคำสั่ง (δ^3)
2. ฝ่ายปฏิบัติกลับแก้ตัวเอก (A^{20})
3. ความโชคดี (D^{11})
4. คุณลักษณะพิเศษของตัวเอก (X)
5. ปลุกพืชได้งาม (X^1)
6. ขยันหมั่นเพียร (X^2)
7. ความขี้เกียจ (X^3)
8. ความโง่ (X^4)
9. มีความชำนาญในด้านหนึ่งด้านใดเป็นพิเศษ (X^5)
10. ความอปลักษณ์ (X^6)

แบบพฤติกรรมที่ วาสนา ศรีรักษ์ ใช้ศึกษานิทานจีน 20 แบบ ได้แก่

1. ตัวเอกพยายามที่จะดบดาฝ่ายปฏิบัติ (η^4)
2. ฝ่ายปฏิบัติหลงเชื่อตัวเอก (θ^4)
3. ฝ่ายปฏิบัติสั่งให้จับกุมตัวเอก (A^{8-1})
4. ฝ่ายปฏิบัติเป็นผู้ยุติธรรมและชอบชมเชยผู้คน (A^{27})
5. ฝ่ายปฏิบัติกลับแก้ตัวเอกที่เป็นลูกเลี้ยง (A^{28})
6. ฝ่ายปฏิบัติขอความช่วยเหลือจากตัวเอก (A^{29})
7. ฝ่ายปฏิบัติเป็นนักเลงพนัน (A^{30})
8. การไม่มีเจ้าบ่าว (a^7)

9. การขาดความปลอดภัยในชีวิตของบริวาร (a^8)
10. การขาดหรือพลัดพรากจากสามีหรือภรรยาของตัวเอง (a^9)
11. การขาดความเมตตาหรือมารยาทอันดี (a^{10})
12. การขาดความรู้ (a^{11})
13. สุขภาพที่ไม่ดีหรือการล้มป่วยหนัก (a^{12})
14. ผู้วิเศษมาช่วยเหลือโดยคำร้องขอของตัวเองหรือช่วยเหลือตามสัญญา (D^{13})
15. ผู้วิเศษช่วยให้ตัวเองมีอายุยืนยาวตามข้อเสนอแลกเปลี่ยนของตัวเอง (D^{14})
16. ของวิเศษให้ความช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ (F^{10})
17. ตัวเองได้ของวิเศษที่ถูกแย่งไปกลับคืนมา (F^{11})
18. ตัวเองหลงไปตามเส้นทางที่ปรากฏ (G^7)
19. ได้รับความรู้จากผลการพยายามเสาะแสวงหา (K^{11})
20. ตัวเองได้รับการยกย่องจากผลการทำงาน (W^{0-1})

แบบพฤติกรรมที่ กิตสุรงค์ กาศสุวรรณ ใช้ศึกษานิทานพื้นบ้านไทยมุสลิมภาคใต้ 121 แบบ ได้แก่

1. คำสาบาน (γ^3)
2. ยกเลิกคำสั่งหรือข้อห้าม (δ^4)
3. ได้รับข้อมูลที่ผิดพลาดหรือบิดเบือน (ζ^4)
4. ฝ่ายปฏิบัติมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อการโกหกหลอกลวงของตัวเอง (θ^7)
5. ฝ่ายปฏิบัติปลุกดันไม้ไม่งาม (A^{3-1})
6. ฝ่ายปฏิบัติ จับ กัดขาตัวเอง (A^{xv})
7. ฝ่ายปฏิบัติพยายามกินตัวเอง (A^{xviii})
8. ฝ่ายปฏิบัติพยายามทำร้ายผู้ที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง (A^{31})
9. มีฝ่ายปฏิบัติมากกว่าหนึ่งตัว (A^{32})
10. ฝ่ายปฏิบัติชักชวนให้ตัวเองทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (A^{33})
11. ฝ่ายปฏิบัติเผลอหลับ (A^{34})
12. ฝ่ายปฏิบัติกล่าวโทษตัวเองว่าทำผิดอย่างใดอย่างหนึ่ง (A^{35})
13. ฝ่ายปฏิบัติกลับคำ ไม่ซื่อสัตย์ (A^{36})
14. ฝ่ายปฏิบัติแสดงความรังเกียจตัวเอง (A^{37})
15. ฝ่ายปฏิบัติต้องการกำจัดลูกของตน (A^{38})

16. ฝ่ายปฏิบัติพยายามเลียนแบบพฤติกรรมของตัวเอง (A^{39})
17. ฝ่ายปฏิบัติดัดสินบน (A^{40})
18. ฝ่ายปฏิบัติที่มากกว่าหนึ่งคนทำร้ายกันเอง (A^{41})
19. ฝ่ายปฏิบัติทำลายร่างตัวเอง (A^{42})
20. ฝ่ายปฏิบัติรู้สึกอับอาย (A^{43})
21. ฝ่ายปฏิบัติล้อเลียนตัวเอง (A^{44})
22. ฝ่ายปฏิบัติเอาเปรียบหรือใช้กลโกงกับตัวเอง (A^{45})
23. ทำพฤติกรรมด้วยความปรารถนาดีแต่กลับเป็นผลร้าย (A^{46})
24. ฝ่ายปฏิบัติสำนึกได้ (A^{48})
25. ฝ่ายปฏิบัติทำลายทรัพย์สินของตัวเอง (A^{49})
26. ฝ่ายปฏิบัติเข้าใจผิด (A^{50})
27. ฝ่ายปฏิบัติเข้าใจผิดและแสดงพฤติกรรมบางอย่าง (A^{51})
28. การขาดแคลนน้ำหรืออาหาร (a^{13})
29. ความพลัดพราก (a^{14})
30. ขาดความเชื่อถือ (a^{15})
31. พฤติกรรมที่ทำให้ความจริงปรากฏ (B^8)
32. การสืบสวนเพื่อให้ความจริงกระจ่าง (B^{8-1})
33. การเลือก การจัดแบ่ง (B^9)
34. สิ่งที่เกิดการณ์ไว้เป็นจริง (B^{10})
35. ทำพฤติกรรมซ้ำ ๆ (B^{11})
36. ชักชวนกันทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (B^{12})
37. มิตรภาพ (B^{13})
38. ตัวเอกปฏิเสธที่จะทำงาน (C^1)
39. ตัวละครยินดีรับการทดสอบ (C^2)
40. พฤติกรรมของตัวเอง (Cr)
41. ตัวเอกทำให้ฝ่ายปฏิบัติโกรธ โมโห (Cr^1)
42. ตัวเอกทำร้ายฝ่ายปฏิบัติ (Cr^2)
43. ตัวเอกกลั่นแกล้งฝ่ายปฏิบัติ (Cr^3)
44. ตัวเอกเข้าใจผิด (Cr^4)
45. ตัวเอกเข้าใจผิดและแสดงพฤติกรรมบางอย่าง (Cr^{4-0})

46. ตัวเอกแสดงความสามารถ (Cr⁵)
47. ตัวเอกไม่ยอมกลับบ้าน (Cr⁶)
48. ตัวเอกมีความลับหรือปิดบังบางสิ่งบางอย่าง (Cr⁷)
49. ตัวเอกในร่างมนุษย์กินคนหรือที่เกี่ยวข้อง (Cr⁸)
50. ตัวเอกขโมยของวิเศษหรือสิ่งอื่น ๆ (Cr⁹)
51. ตัวเอกลืมนสิ่งสำคัญที่เกี่ยวข้องกับตัวเอก (Cr¹⁰)
52. ตัวเอกช่วยเหลือลูกของตน (Cr¹¹)
53. ตัวเอกช่วยเหลือฝ่ายปฏิปักษ์ (Cr¹²)
54. ตัวเอกติดตามฝ่ายปฏิปักษ์ (Cr¹³)
55. ตัวเอกเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่ตรงกันข้าม (Cr¹⁴)
56. ตัวเอกพยายามทำดีไถ่โทษ (Cr¹⁵)
57. ตัวเอกพยายามถ่วงเวลา (Cr¹⁶)
58. ตัวเอกแก้เผ็ด (Cr¹⁷)
59. ตัวเอกฆ่าตัวโกงหรือทำให้ตัวโกงตาย (Cr¹⁸)
60. ตัวเอกช่วยเหลือตัวละครอื่น ๆ (Cr¹⁹)
61. ตัวเอกทำให้ตัวละครอื่นสำนึกได้ (Cr²⁰)
62. ตัวเอกแก้ลำ (Cr²¹)
63. ผู้วิเศษช่วยเหลือไม่สำเร็จ (D¹⁵)
64. ผู้วิเศษเดินทางร่วมกับตัวเอก (D¹⁶)
65. ผู้วิเศษให้ข้อมูลสำคัญแก่ตัวเอก (D¹⁷)
66. ผู้วิเศษตอบแทนคุณ (D¹⁸)
67. ผู้วิเศษปฏิเสธที่จะช่วยเหลือ (D¹⁹)
68. เลียนแบบผู้วิเศษ (E¹⁴)
69. ทำตามคำแนะนำของผู้ช่วยเหลือ (E¹⁵)
70. ของวิเศษของฝ่ายปฏิปักษ์ (F¹²)
71. ของวิเศษที่ถูกลืมน (F¹³)
72. ทำร้ายฝ่ายปฏิปักษ์โดยไม่รู้ตัว (H⁵)
73. การต่อสู้เพื่อแย่งชิงตัวเอก (H⁶)
74. ชัยชนะเพราะความบังเอิญ (I⁸)
75. ตัวเอกพ่ายแพ้ฝ่ายปฏิปักษ์ (Ir)

76. ความตาย (Jr)
77. ความตายของฝ่ายปฏิบัติ (Jr^1)
78. ความตายของตัวเอก (Jr^2)
79. ความโชคร้ายหรือความขาดแคลนหมดไปเพราะปัญญา (K^{13})
80. ความโชคร้ายหรือความขาดแคลนหมดไปเพราะความขยันขันแข็งและตนเอง (K^{14})
81. การรอดชีวิต (K^{15})
82. รุ่งเรืองจากอันตราย (Rs^{11})
83. หลบหนีเข้าไปในต้นไม้ (Rs^{12})
84. ตัวเอกซ่อนตัว (Rs^{13})
85. การทดสอบในลักษณะต่าง ๆ (M^*)
86. ความจริงเปิดเผย สิ่งที่ปกปิดถูกเปิดเผย (Ex^1)
87. ตัวเอกในรูปร่างของสัตว์ (T^{1-0})
88. ฝ่ายปฏิบัติในโฉมหน้าใหม่ (T^6)
89. การลงโทษตัวเอก (U^1)
90. ฝ่ายปฏิบัติไม่ถูกลงโทษ (U^0)
91. การลงโทษด้วยการสาป (Ur)
92. ตัวเอกสาปฝ่ายปฏิบัติ (Ur^1)
93. ตัวเอกถูกสาป (Ur^3)
94. การพบรัก การตกลงรัก (W^3)
95. ตัวเอกได้รับการยกย่องจากการแสดงปัญญา (ตอบคำถาม) (W^{0-5})
96. ตัวเอกได้รับการยกย่องเพราะปาฏิหาริย์ ความศักดิ์สิทธิ์ (W^{0-6})
97. ตัวเอกได้รับรางวัล (W^{0-7})
98. การเลือก การจัดแบ่ง (X^7)
99. ตัวเอกได้รับเลือกเป็นหัวหน้า (X^{7-0})
100. ความอดทน (X^8)
101. ความแค้น (X^9)
102. ความอกตัญญู (X^{10})
103. ความกตัญญู (X^{11})
104. เจ้าเล่ห์ ชอบกลั่นแกล้ง (X^{12})
105. ซื่อสัตย์ จริงใจ (X^{13})

106. คุยไม่โอ้อวดหรือพูดไม่ดี (X^{14})
107. พฤติกรรมที่น่ารังเกียจผิดศีลธรรม (X^{15})
108. ความอ่อนน้อมถ่อมตน (X^{16})
109. เป็นที่รักของผู้คน (X^{17})
110. มีสติปัญญาปฏิกิริยาฉวยไว (X^{18})
111. พุดโกหก (X^{19})
112. ตัวเอกทำท่าทางประหลาด (X^{20})
113. ความไม่รู้หนังสือ ไม่ได้เรียนหนังสือ (X^{21})
114. โมโหร้าย ชีโมโห (X^{22})
115. บ้าจี้ (X^{23})
116. ศรัทธาในพระเจ้า (X^{24})
117. อิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ ความศักดิ์สิทธิ์ (Y)
118. อธิบายที่มา (Z^*)
119. เงื่อนไขหรือข้อดกลง (ZZ)
120. ทำตามเงื่อนไขหรือข้อดกลง (ZZ^1)
121. ไม่ทำตามเงื่อนไขหรือข้อดกลง (ZZ^2)

แบบพฤติกรรมของ โฆษิต ศรีกฤษณรัตน์ ใช้ศึกษาเกมสวมบทบาทแบบญี่ปุ่น 9 แบบ ได้แก่

1. ตัวเอกได้เพื่อนร่วมเดินทาง (Fr)
2. ตัวเอกเสียความทรงจำหรือความจำเสื่อม (Lm)
3. ตัวเอกขออนุญาตพ่อแม่หรือผู้บังคับบัญชาเพื่อออกเดินทาง (May)
4. ตัวเอกที่พ่ายแพ้ยอมทำตามคำสั่งของตัวเอก (Yi)
5. การเจ็บไข้ได้ป่วย (Sc)
6. การหายจากโรค (Cu)
7. การพลัดพรากหรือจากกันชั่วคราว (St)
8. การกลับมาพบกัน (Met)
9. ตัวเอกใช้ชีวิตอย่างมีความสุข โดยไม่แต่งงาน หรือครองบัลลังก์ (Hp)

แบบพฤติกรรมของ ปฐม หงษ์สุวรรณ ใช้ศึกษาตำนานพระธาตุของชนชาติไท 5 แบบ ได้แก่

1. การพบ (พ)
2. การทำนายหรือการพยากรณ์ (ท)
3. การให้หรือการได้รับพระบรมสารีริกธาตุ (ห)
4. การสร้างพระธาตุ (ส)
5. การดูแลรักษาพระธาตุ (ร)



ประวัติผู้วิจัย

อริชัย อรรคอุดม ปี พ.ศ. 2540 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขา
การโฆษณา จากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ต่อมาปี พ.ศ. 2545 จบการศึกษาระดับ
ปริญญาโท วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน เอกวิชาวิจัย จากคณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ ปี พ.ศ. 2552 จบการศึกษาระดับปริญญาเอก
นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เคยได้รับรางวัล
วิทยานิพนธ์ดีเด่นจากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, รางวัลผลงานวิจัยดีเด่นกองทุน
รัชดาภิเษกสมโภช ประเภทนิตยดุษฎีบัณฑิต และ รางวัลสภามหาวิทยาลัยแห่งชาติ : รางวัลวิทยานิพนธ์
ประจำปี 2553 จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำภาควิชาการ
สื่อสารตรา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

