

บทคัดย่อ

ชื่อผลงานวิจัย	การสร้างสื่อรูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนกลาง
ชื่อผู้วิจัย	ณัฐวุฒิ จันทโรทัย ภาวนา ไชยสมบุญ
หน่วยงาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
พ.ศ.	2554

การวิจัยเรื่อง การสร้างสื่อรูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนกลาง เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีจุดประสงค์ เพื่อออกแบบสร้างสรรค์สื่อรูปแบบใหม่ (New Media) เป็นสื่อต้นแบบ และศึกษาผลการใช้สื่อรูปแบบใหม่รณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของนักศึกษา การวิจัยครั้งนี้มี 2 ขั้นตอน ขั้นแรกเป็นการสำรวจข้อมูล ถึงที่มาและเหตุผลของปัญหาพฤติกรรมการแต่งกายชุดนักศึกษาของนักศึกษาวิเคราะห์เหตุปัจจัย ขั้นที่สองเป็นการทดลองโดยออกแบบและพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์ในเรื่องความเข้าใจสัญญาของสื่อรูปแบบใหม่ และมีจิตสำนึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแต่งกายชุดนักศึกษา มีนักศึกษาภาคปกติของมหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนกลาง 6 แห่ง จำนวน 480 คน เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีนักศึกษาชายจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 มีนักศึกษาหญิงจำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 66.25 ซึ่งจากการวิจัยสามารถสรุป ได้ดังนี้

ผลการสำรวจข้อมูล ถึงที่มาและเหตุผลของปัญหาพฤติกรรมการแต่งกายชุดนักศึกษาของนักศึกษา เหตุผลที่แต่งกายนักศึกษาผิดระเบียบ ส่วนมากให้เหตุผลว่าไม่มีผลต่อการเรียน คิดเป็นร้อยละ 94.16 รองลงมาเห็นว่าไม่ทันสมัย ไม่ตามแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 84.58 การบังคับใช้กฎในส่วนของ หน่วยกิจการนักศึกษาไม่เคร่งครัด คิดเป็นร้อยละ 83.75 การบังคับใช้กฎในส่วนของมหาวิทยาลัยไม่เคร่งครัด คิดเป็นร้อยละ 82.50 เพื่อนรุ่นพี่ รุ่นน้องไม่แต่งเครื่องแบบ คิดเป็นร้อยละ 62.08 การบังคับใช้กฎ ในส่วนของอาจารย์ผู้สอนไม่เคร่งครัด คิดเป็นร้อยละ 57.08 ไม่สะดวกในการทำกิจกรรมอื่นๆ คิดเป็น ร้อยละ 35.41 ส่วนการคิดเห็น เรื่องการแต่งกายไม่เหมาะสมของนักศึกษา จะก่อให้เกิดผลเสีย หรือปัญหาใดมากที่สุด ส่วนมากเห็นว่าก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรม อาทิ การล้วงละเมิดทางเพศ การข่มขืน คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมาเห็นว่า

ทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงของสถาบันและของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 16.04 ก่อให้เกิดปัญหาวิงวาท
 ทรัพย์ ปล้น จี้ คิดเป็นร้อยละ 9.58 ชัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย คิดเป็นร้อยละ 8.12 ทำให้เรียน
 ไม่รู้เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 7.08 เสียบุคลิกภาพ คิดเป็นร้อยละ 5.8 สิ้นเปลืองไม่เหมาะสมกับวัย คิด
 เป็นร้อยละ 2.08 โดยความคิดเห็นน้อยที่สุดคือไม่ก่อให้เกิดปัญหาใด ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.04

ผลการวิจัยในชั้นทดลองพบว่า

1. เนื้อหาของสื่อรูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่ง
 กายของนักศึกษา ประกอบด้วย

1.1 ลักษณะของการสื่อสารเนื้อหาของสื่อรูปแบบใหม่เป็นแบบ การเตือนหรือการ
 ให้แง่คิด และการชี้ให้เห็นโทษ โดยใช้ภาพในการสื่อสารดังนี้

1.1.1 ใช้มโนภาพที่สำคัญในความรู้สึกรุ่น มาเป็นแนวทางในการ
 ออกแบบ ซึ่งผลจากการทดสอบผลงานออกแบบสื่อรูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทาง
 วัฒนธรรมด้านการแต่งกายของนักศึกษา ที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นพบว่า มโนภาพที่มีผลกระทบต่อความ
 รู้สึกรุ่นของนักศึกษามาก ในการที่จะยับยั้งการแต่งกายผิดระเบียบ คือ มโนภาพของคน โรคจิต

1.1.2 ใช้ภาพแสดงความเป็นเหตุเป็นผลของการกระทำ ซึ่งผลจากการทดสอบ
 ผลงานออกแบบสื่อรูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของ
 นักศึกษาที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้น พบว่า ภาพแสดงความเป็นเหตุเป็นผลของการกระทำ เรื่องการโดนดู
 ถูกเหยียดหยาม มีผลกระทบต่อความรู้สึกของนักศึกษาในระดับมาก

2. ผลการทดสอบในเรื่องเนื้อหาของสื่อรูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทาง
 วัฒนธรรมด้านการแต่งกายของนักศึกษา ทั้ง 4 ประเภท โดยภาพรวมเนื้อหาของสื่อรูปแบบใหม่มี
 ให้แง่คิดต่อกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการแต่งกายผิดระเบียบ โดยเนื้อหามุ่งประเด็นไปที่กลุ่มตัวอย่างที่
 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 41.04 ให้ความเห็นว่าสื่อรูปแบบใหม่ให้แง่คิดมากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงร้อยละ
 34.37 ให้ความเห็นว่าสื่อรูปแบบใหม่มีผลกระทบต่อจิตใจมาก และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงร้อยละ
 30.20 ให้ความเห็นว่าสื่อรูปแบบใหม่สื่อรูปแบบใหม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมบ้าง ส่วนกลุ่ม
 ตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ร้อยละ 20.41 ให้ความเห็นว่าสื่อรูปแบบใหม่ให้แง่คิดมาก กลุ่มตัวอย่าง
 เพศชายร้อยละ 16.04 ให้ความเห็นว่าสื่อรูปแบบใหม่มีผลกระทบต่อจิตใจมาก และกลุ่มตัวอย่าง
 เพศชายร้อยละ 16.25 ให้ความเห็นว่าสื่อรูปแบบใหม่สื่อรูปแบบใหม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมบ้าง

Abstract

Research Title	The Creation of New Media to Promote Cultural Immunity in Dress Code of the Central Region Rajabhat University Students.
Researcher	Nattawoot Jantarothai Asst.Prof. Pavana Chaisomboon
Organization	Phranakhon Rajabhat University
Academic Year	2011

The research entitled “The Creation of New Media to Promote Cultural Immunity in the Dress Code of the Central Region Rajabhat University Students” is the research and development whose purposes were to creatively design New Media as an example and to study the effect of New Media in promoting cultural immunity in students’ dressing. There are two stages for this research. The first one is the analytical survey on causes and factors of students’ problem on uniform dressing behavior. The other is the experiment by the design and development of New Media in order to be tested with the sample. Understanding the sign of New Media as well as having awareness of the uniform dressing culture was analyzed. Samples consisted of 480 normal admission students in six central region Rajabhat Universities including 162 males (33.75 percent) and 318 females (66.25 percent).

The results of the survey data on causes and factors of students’ problem on uniform dressing behavior and the reasons of the inappropriate uniform dressing were mostly because they thought that uniform dressing was not related to their academic study (94.16 percent), wearing uniform was outdated (84.58 percent), Students Affairs department was tolerant (83.75 percent), rules enforcement in the university was not strict (82.50 percent), friends, senior and junior students didn’t wear the uniform (62.08 percent), teachers were tolerant (57.08 percent), wearing uniform was not convenient to do others activities (35.41 percent). With the opinion on the inappropriateness of students’ dressing would lead to which problem the most, 50.20 percents of the students thought about the problem of crime such as sexual harassment and rape, bad reputation of the institution and themselves (16.04 percent), snatch and robbery (9.58 percent),

contrary to Thai culture (8.12 percent), loss consciousness in the lesson (7.08 percent), lack of good personality (5.8 percent), waste of money and not suitable to age (2.08 percent) and no problem at all which was at least in the opinion (1.04 percent)

The findings in the experimental stage were as follow

1. The content of New Media to promote cultural immunity in students' dress code was:

1.1. Communication characteristics of the New Media were to warn or to give ideas and to point out the bad effects by using photos to communicate the following

1.1.1. Using concept which was considered important in the sense of teenagers as an approach to design, the result of the New Media designed by the researchers to promote cultural immunity in students' dress code was found that the concept which greatly affected students' feeling in order to prevent them from breaking dress code was the concept of the psychopath.

1.1.2. Using photos presenting the logical consequences of actions, the result of the New Media designed by the researchers to promote cultural immunity in students' dress code was found that the photos showed the logical consequences of actions when they were looked down affected students' feeling at high level.

2. The results of tests on the content of the New Media to promote cultural immunity in students' dress code in 4 domains, the overall content of the new media urged students to think about the effect on breaking dress code. The overall content focused on female sample (41.04 percent) who commented that New Media urged them to think a lot. Female, 34.37 percent of the sample thought that New Media affects their feeling a lot and 30.20 percent of the female sample commented that the New Media has some effect on their behavior. For the male sample, 20.41 percent agreed that New Media urged them to think a lot. Male, 16.04 percent of the sample thought that New Media affects their feeling a lot and 16.25 percent of the male sample commented that the New Media has some effect on their behavior.

Key word : Design, New Media, Cultural Immunity.

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
คำถามการศึกษา	8
กรอบแนวคิดงานวิจัย	8
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อรูปแบบใหม่	10
แนวความคิดเกี่ยวกับการรณรงค์และการสื่อสาร	14
แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	34
แนวความคิดเกี่ยวกับการจำแนกกลุ่มประชากร	45
แนวความคิดเกี่ยวกับกับภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรม	49
แนวความคิดเกี่ยวกับการแต่งกายของนักศึกษา	56
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	67
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	67
3 วิธีดำเนินการศึกษา	
การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	73
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	76
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	76
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	79
การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล	80
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	83

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาบทสรุปในเรื่องการออกแบบสื่อ	
รูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้าน	
การแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนกลาง	85
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของงานออกแบบ	85
ตอนที่ 2 ผลการประเมินงานออกแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิ	93
ตอนที่ 3 ผลงานออกแบบ	100
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางปฐมภูมิเพื่อศึกษาถึงผลการใช้สื่อรูปแบบใหม่	108
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลทางปฐมภูมิ ถึงที่มาและเหตุผลของปัญหา	
พฤติกรรมกรรมการแต่งกายชุดนักศึกษาของนักศึกษาในปัจจุบัน	108
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์แบบทดสอบในเรื่องความเข้าใจสัญลักษณ์ของ	
สื่อรูปแบบใหม่	115
ตอนที่ 6 สรุปผลในเรื่องเนื้อหาของสื่อที่มีผลกระทบต่อความรู้สึก	126
ตอนที่ 7 สรุปผลการวิเคราะห์ผลงานออกแบบกับสมมุติฐานการวิจัย	127
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	135
อภิปรายผล	136
ข้อเสนอแนะ	138
6. บรรณานุกรม	141
7. ภาคผนวก	148

สารบัญตาราง

ตาราง 1	การกำหนดตัวแปรของการจำแนกกลุ่มประชากร	48
ตาราง 2	แสดงภูมิหลังทางรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกาย ของนักศึกษา	86
ตาราง 3	แสดงวิธีการสร้างความคิดสร้างสรรค์ในสื่อรูปแบบใหม่	87
ตาราง 4	แสดงสัญญาณที่ปรากฏในสื่อดวงตาต้นไม้	88
ตาราง 5	แสดงสัญญาณที่ปรากฏในสื่อเหยื่อคันเบ็ด	89
ตาราง 6	แสดงสัญญาณที่ปรากฏในสื่อมือกลอง	90
ตาราง 7	แสดงสัญญาณที่ปรากฏในสื่อที่ต่างไปจากเดิม (สื่อบุคคล)	90
ตาราง 8	แสดงสัญญาณที่ปรากฏในสื่อที่อยู่ในชีวิตประจำวันทั่วไปมา ปรับเป็นสื่อโฆษณาสื่อ (สติ๊กเกอร์บนทางเท้า ม้านั่ง และกำแพง)	91
ตาราง 9	แสดงสัญญาณที่ปรากฏในสื่อที่อยู่ในชีวิตประจำวันทั่วไปมาปรับเป็น สื่อโฆษณาสื่อตารางที่	92
ตาราง 10	แสดงผลการประเมินสื่อ โฆษณาที่ยังไม่เคยถูกใช้มาก่อนจากผู้ทรงคุณวุฒิ	94
ตาราง 11	แสดงผลการประเมินสื่อ โฆษณาที่ยังไม่เคยถูกใช้มาก่อนจากผู้ทรงคุณวุฒิ	95
ตาราง 12	แสดงผลการประเมินสื่อ โฆษณาแบบเดิมที่นำมาปรับ จากผู้ทรงคุณวุฒิ	96
ตาราง 13	แสดงผลการประเมินสื่อที่มีวิธีการนำเสนอสื่อที่ต่างไปจากเดิม จากผู้ทรงคุณวุฒิ	97
ตาราง 13	แสดงผลการประเมินสื่อที่มีวิธีการนำเสนอสื่อที่ต่างไปจากเดิม (สื่อสติ๊กเกอร์บนทางเท้า ม้านั่ง และกำแพง) จากผู้ทรงคุณวุฒิ	98
ตาราง 15	แสดงผลการประเมินสื่อที่เป็นสิ่งที่มีอยู่ในชีวิตประจำวันทั่วไป มาปรับเป็นสื่อโฆษณา (สติ๊กเกอร์ติดกระจก)จากผู้ทรงคุณวุฒิ	99
ตาราง 16	แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่องเพศ	108
ตาราง 17	แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามแยกเป็นชั้นปี	108
ตาราง 18	แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามแยกเป็นเกรดเฉลี่ย	109
ตาราง 19	แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามคณะ	109
ตาราง 20	แสดงข้อมูลค่าใช้จ่ายส่วนตัวของนักศึกษาต่อเดือน	110
ตาราง 21	แสดงข้อมูลที่พักอาศัยระหว่างการศึกษาศึกษา	111

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง22	แสดงข้อมูลค่านิยมในการคบเพื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ที่แต่งกายผิกระเปียบ	111
ตาราง23	แสดงข้อมูลค่านิยมในการคบเพื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ที่แต่งกายถูกระเปียบ	112
ตาราง24	แสดงข้อมูลค่านิยมเรื่องการแต่งกายนักศึกษาของตนเอง เหมาะสมหรือไม่	113
ตารางที่ 25	แสดงข้อมูลค่านิยมการแต่งกายนักศึกษา ในปัจจุบันเลือกแต่งกาย ชุดนักศึกษา	113
ตาราง26	แสดงข้อมูลค่านิยมการแต่งกายนักศึกษา ในปัจจุบันเป็นสิ่งสิ้นเปลือง กับนักศึกษาหรือไม่	114
ตาราง27	แสดงข้อมูลค่านิยมการแต่งกายนักศึกษา ว่าชุดนักศึกษาหญิงควรมี ลักษณะอย่างไร	115
ตาราง 28	แสดงข้อมูลค่านิยมการแต่งกายนักศึกษาที่ถูกระเปียบเพราะ	116
ตาราง29	แสดงข้อมูลค่านิยมการแต่งกายนักศึกษา เหตุผลที่ไม่แต่งเครื่องแบบ ที่ถูกระเปียบ	117
ตาราง30	แสดงข้อมูลค่านิยมการแต่งกายนักศึกษา หากต้องการจรรยาบรรณให้ นักศึกษาในปัจจุบันแต่งกายให้เหมาะสมขึ้น	118
ตาราง31	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการแต่งกายไม่เหมาะสมของนักศึกษา จะก่อให้เกิดผลเสีย หรือปัญหาใดมากที่สุด	119
ตาราง32	แสดงความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างต่อสื่อโฆษณาที่ยังไม่เคยถูกใช้มาก่อน ประเภทสื่อดวงตาต้นไม้	120
ตาราง33	แสดงความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างต่อสื่อโฆษณาที่ยังไม่เคยถูกใช้มาก่อน ประเภทสื่อเหยื่อคันเบ็ด	121
ตาราง34	แสดงความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างต่อสื่อโฆษณาแบบเดิมที่นำมาปรับ ให้เข้ากับปัจจุบัน ประเภทสื่อมือป๊อปอัพ (Pop up)	122
ตาราง35	แสดงความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างต่อวิธีการนำเสนอสื่อที่ต่างไปจากเดิม ประเภท สื่อบุคคล	122

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง36	แสดงความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างต่อสิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวัน ทั่วๆไปมาปรับเป็นสื่อโฆษณา ประเภทสื่อสติกเกอร์บนทางเท้า	123
ตาราง37	แสดงความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างต่อสิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวัน ทั่วๆไปมาปรับเป็นสื่อโฆษณา ประเภทสื่อสติกเกอร์บนผนัง และกำแพง	124
ตาราง38	แสดงความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างต่อสิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวัน ทั่วๆไปมาปรับเป็นสื่อโฆษณา ประเภทสื่อบนกระจก	125
ตาราง39	แสดงผลการวิเคราะห์การทดสอบในเรื่องเนื้อหาของสื่อรูปแบบใหม่ มีผลกระทบต่อความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่าง	126
ตาราง40	แสดงผลการวิเคราะห์การทดสอบในเรื่องเนื้อหาของสื่อรูปแบบใหม่ ให้แง่คิดกับกลุ่ม ตัวอย่างในเรื่องการแต่งกายผิกระเบียบ	128
ตาราง41	แสดงผลการวิเคราะห์การทดสอบในเรื่องเนื้อหาของสื่อรูปแบบใหม่ มีผลกระทบต่อจิตใจของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการแต่งกายผิกระเบียบ	129
ตาราง42	แสดงผลการวิเคราะห์การทดสอบในเรื่องเนื้อหาของสื่อรูปแบบใหม่ มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการแต่งกายผิกระเบียบ	130

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ 1 แผนภาพประกอบแนวความคิดในการวิจัย	9
ภาพประกอบ 2 แสดงกระบวนการสื่อสารแบบยุคลวิธิ (Two-way communication)	21
ภาพประกอบ 3 สูตรความคิดสร้างสรรค์ ของมาร์รา (Marra)	23
ภาพประกอบ 4 แสดงกระบวนการในการเลือกรับสื่อ	43
ภาพประกอบ 5 แสดงภาพของการดำเนินกรรมวิธีเกี่ยวกับข่าวสาร	44
ภาพประกอบ 6 ความหมายของวัฒนธรรมในกลุ่ม Mentalist View	50
ภาพประกอบ 7 ข้อสรุปในกระบวนการกำเนิดวัฒนธรรมของกลุ่มคนแบบ Totalist View	51
ภาพประกอบ 8 กระบวนการสร้างสื่อรูปแบบใหม่	77
ภาพประกอบ 9 สื่อโฆษณาที่ยังไม่เคยถูกใช้มาก่อน	88
ภาพประกอบ 10 สื่อโฆษณาที่ยังไม่เคยถูกใช้มาก่อน (สื่อเหยื่อคันเบ็ด)	88
ภาพประกอบ 11 สื่อโฆษณาแบบเดิมที่นำมาปรับให้เข้ากับปัจจุบัน	89
ภาพประกอบ 12 สื่อที่ต่างไปจากเดิม (สื่อบุคคล)	90
ภาพประกอบ 13 สิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวันต่างๆ ไปมาปรับเป็นสื่อโฆษณา	91
ภาพประกอบ 14 สิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวันต่างๆ ไปมาปรับเป็นสื่อโฆษณา	92
ภาพประกอบ 15 สื่อโฆษณาที่ยังไม่เคยถูกใช้มาก่อน (สื่อดวงตาต้นไม้)	102
ภาพประกอบ 16 สื่อโฆษณาที่ยังไม่เคยถูกใช้มาก่อน (สื่อเหยื่อคันเบ็ด)	103
ภาพประกอบ 17 สื่อโฆษณาแบบเดิมที่นำมาปรับให้เข้ากับปัจจุบัน	104
ภาพประกอบ 18 สื่อที่ต่างไปจากเดิม (สื่อบุคคล)	105
ภาพประกอบ 19 สิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวันต่างๆ ไปมาปรับเป็นสื่อโฆษณา	106
ภาพประกอบ 20 สิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวันต่างๆ ไปมาปรับเป็นสื่อโฆษณา (สติ๊กเกอร์ติดกระจก)	107
ภาพประกอบ 21 ภาพสื่อรูปแบบใหม่ (ดวงตาต้นไม้)	120
ภาพประกอบ 22 ภาพสื่อรูปแบบใหม่ (เหยื่อคันเบ็ด)	121
ภาพประกอบ 23 ภาพสื่อรูปแบบใหม่ (มือป๊อปอัพ - Pop up)	121
ภาพประกอบ 24 ภาพสื่อรูปแบบใหม่ (สื่อบุคคล)	122
ภาพประกอบ 25 ภาพสื่อรูปแบบใหม่ (สติ๊กเกอร์บนทางเท้า)	123
ภาพประกอบ 26 ภาพสื่อรูปแบบใหม่ (สติ๊กเกอร์บนม้านั่ง)	124

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพประกอบ 27 ภาพสื่อรูปแบบใหม่ (สื่อบนกระจก)	124
ภาพประกอบที่ 27 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหารูปแบบของการสร้างสื่อรูปแบบใหม่	132

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1 แสดงความเข้าใจในสื่อ(ดวงตาต้นไม้)	120
แผนภูมิที่ 2 แสดงความเข้าใจในสื่อ(เหยื่อคันเบ็ด)	121
แผนภูมิที่ 3 แสดงความเข้าใจในสื่อ(มือป๊อปอัพ (Pop up)	121
แผนภูมิที่ 4 แสดงความเข้าใจในสื่อ(สื่อบุคคล)	122
แผนภูมิที่ 5 แสดงความเข้าใจในสื่อ(สื่อสติ๊กเกอร์บนทางเท้า)	123
แผนภูมิที่ 6 แสดงความเข้าใจในสื่อ(สื่อสติ๊กเกอร์บนม้านั่ง)	124
แผนภูมิที่ 7 แสดงความเข้าใจในสื่อ(สื่อบนกระจก)	124
แผนภูมิที่ 8 แสดงผลสรุปความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างต่อสื่อรูปแบบใหม่	125
แผนภูมิที่ 9 แสดงผลสรุปเรื่องเนื้อหาของสื่อรูปแบบใหม่มีผลกระทบ	131
ต่อกลุ่มตัวอย่าง	