

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ชูรีพันธ์ สะวานนท์. การใช้แรงจูงใจด้านความรู้สึกผิดในโฆษณาส่งเสริมสังคมทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ณัฐรัตน์ ทักษะปรัชญากุล. สูตรสำเร็จโฆษณาสิ่งพิมพ์. สารนิพนธ์ปริญญาตรี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- ทรงศิริ พันธุเสวี. การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาทางโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทส่งเสริมสังคมทาง
สื่อโทรทัศน์ (พ.ศ. 2535-2539). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- นารี เหลืองวิฑิตกุล. การสร้างสรรคภาพในสิ่งพิมพ์โฆษณาสำหรับผลิตภัณฑ์โดยใช้ประโยชน์เชิงกายภาพเป็นจุด
ขาย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาานฤมิตศิลป์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ประมวญ ดิศักดิ์สัน จิตวัฒนา. จิตวิทยาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2524.
- พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. การตลาดเพื่อสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2547.
- พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. แรงจูงใจกับการโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- พีระ จิระโสภณ. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์
หน่วยที่ 1 พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.
- พีระ จิระโสภณ. วิธีการวิจัยการสื่อสารมวลชน. (ม.ป.ท.), 2535.
- มานูญ แสงหิรัญ. การโฆษณา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2512.
- มุกพิมพ์ จุลพงศธร. กลยุทธ์การสร้างสรรค์ และเนื้อหาสารในโฆษณานิยายสารไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ศิริพงษ์ พะยอมแย้ม. เทคนิคงานกราฟฟิก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2537.
- ศิลปบัญญัติ สำเร็จ. กลยุทธ์สาร แลพการตอบสนองของผู้บริโภคต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช มหาวิทยาลัย. พัฒนาการวัยรุ่นและการอบรม (เอกสารการสอน). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
สุโขทัยธรรมมาธิราช มหาวิทยาลัย, 2529.
- เสรี วงษ์มณฑา. หลักการโฆษณา. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร, 2546.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. สุขภาพคนไทย 2546. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับ
ลิชชิ่ง, 2547.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. สังคมวิทยาปัญหาสังคม. กรุงเทพฯ : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2526.
- อดุลย์ จาตุรงกุล. การโฆษณา. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2518.

- อโนทยา พานเจริญชัยโรจน์. การวิเคราะห์การออกแบบร่างและจัดต้นฉบับ. สารนิพนธ์ปริญญาตรี คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- อารยะ ศรีกัลยานบุตร. การโฆษณา. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการโฆษณา. (ม.ป.ท.), 2545.
- อารีย์ จงเกษมสุข. การรับรู้และทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมที่ใช้ความกลัว. โครงการพิเศษ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- อาวิน อินทร์สี. การใช้ภาพประกอบเพื่อส่งเสริมบุคลิกตราสินค้าในการโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ภาษาอังกฤษ

- Arren, W.F. Contemporary Advertising. 5th Edition. New York : Irwin. 1994.
- Arens, W. F. and Bovee, C.L. Contemporary Advertising. U.S.A. : Von Hoffmann Press, 1994.
- Balwin, H. How to create effective TV. Commercials. 2nd Edition. Illinois: NTC Business Book. 1989.
- Belch, G.E. and Belch, M.A. Advertising and Promotion 6th Edition : McGraw-Hill, 2004.
- Berelson, B. Content Analysis in Communication Research. New York : Free Press, 1952.
- Bolen, W.H. Advertising. 2nd Edition. New York : John Wiley & Sons, 1984.
- Britt, S.H. Psychological principles of marketing and consumer behavior . New York : John Wiley & Lexington, 1978.
- Chiders, T.L. and Houston, M.J. Conditions for a picture-superiority effect on consumer memory. Journal of Consumer Research 11(2). 1984.
- Craig, James. Production for the Graphic Designer. U.S.A., Watson-Geptill, 1974.
- Darrell Blaine Lucas and Steuart Handerson Britt , Advertising Psychology and Research , op.cit.,pp.273-274.
- DevNews, (2000). News Report Looks at Social Impact of Crisis in thailand : Stats grim, safety nets helpful, Bangkok. (Online). Available from : <http://www.wbln0018.wordbank.org/eap/eap.nsf/> (2000,21 January).
- Earl Raab and G.J Selznick. Major Social Problem Row : Peterson Comp, 1959.
- Edell, J.F., and Staelin, R. The information processing of picture in print advertisements. Journal of Consumer Research 10(1), 1983.
- Harrold W. Berkman and Chirstopher Gilson. Advertising. Newyork : Random House, 1987.
- Henry Wolf , Visual Thinking : Methods for making images memorable. 1st Edition. New York : American Showcase, 1988.
- Holsti, O. Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. MA : Addison-Wesly, 1968.
- Jerome Jewler. Creative Strategy in Advertising. 5th Edition. U.S.A. : Wadsworth publishing, 1995.

- Jerome Jewler and Bonnie L. Drewniany. Creative Strategy in Advertising. 7th Edition. U.S.A. : Wadsworth publishing, 2001.
- Keith W. Hafer and Gordon E. White. Advertising Writing. Boulevard : West Publishing, 1989.
- Leong, M.S., Ang, S.H., and Tham, L.L. Increasing brand name recall in print advertising among Asian consumers. 25(2), 1996.
- Lyn Smith and Associates. Social Problem New York : Thomas Y. Crowell, 1955.
- Mario Pricken . Creative Advertising. 1st Edition. New York : Thames & Hudson, 2002.
- Mitchell, A.A., and Olson, J.L. The impact of service versus goods on consumer'assessment of perceived risk and variability. Journal of Academy of Marketing Science 18 (Winter), 1981.
- Morton Garchik. Creative Visual Thinking. 5th Edition. New York : Art Direction Book, 1993.
- Nelson, P.R. , The Design of Advertising .Iowa : Wm. C. Brown Company Publishers, 1977.
- Petty, R.E., Cacioppo, J.T., and Goldman R. Personal involvement as a determinant of argument based persuaion. Journal of Personality and Social Psvchology. 41, 1981.
- Pierre Matineau . Motivation in Advertising New York : Mcgraw-Hill, 1971.
- Pual Messaris. Visual Persuasion. The Role of Image in Advertising. 1st Edition. U.S.A. : SAGE Publication, 1997 .
- Sandage, C.H., Fryburger, V., and Rotzoll, K. Advertising theory and practice. 12th Edition. White Plains, New York: Prentice-Hall, 1989.
- Sandra E. Moriarty. Creative Advertising. Theory and Practice. New Jersey : Prentice-Hall, 1991.
- Stafford, M.R. Tangibility in services advertising : An Investigation of verbal versus visual cues. Journal of Advertising 15(3), 1996.
- Stempel, G.H. and Westley, B.H. (Eds.) Research Methods in Mass Communication. NJ : Prentice-hall, 1981.
- Unnava, H.R., and Burnkarnt, R.E. An imagery-processing view of the role of pictures in print advertisement. Journal of Marketing Research 28(2), 1991.
- Weinberger, M.G. The use and effect of humor in different advertising media. Journal of Advertising Research 35(3) May/June : 44-6-56. 1995.
- Weinreich, N.K. Hands-om Social marketing : A step-by-step guide. California : Sage Publication, 1999.

ภาคผนวก

ตัวอย่างคู่มือลงรหัส

แบบสอบถาม

เรื่อง

การออกแบบสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาส่งเสริมสังคม

CREATIVE DESIGN OF PRINTING ADVERTISEMENTS FOR PUBLIC SERVICES

คำชี้แจงในการลงรหัส

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาทางวิชาการ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ซึ่งผลการศึกษาจะไม่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด แต่จะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมในอนาคต จึงใคร่ขอความกรุณาให้ท่านตอบคำถามตามความเห็นที่แท้จริง เพื่อผลการศึกษาจะได้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการตอบข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นการตอบคำถามจากตัวอย่างผลงานสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาส่งเสริมสังคม ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 242 ชิ้น โดยแต่ละชิ้นผลงานจะมีคำถามจำนวน 4 ข้อ ดังต่อไปนี้

- *คำถามที่ 1* เป็นคำถามเพื่อหาว่าเป็นโฆษณาส่งเสริมสังคม มี 2 ตัวเลือก คือ ใช่ / ไม่ใช่
- *คำถามที่ 2* เป็นคำถามเพื่อหาประเภทของประเด็นปัญหาสังคม มี 5 ตัวเลือก
- *คำถามที่ 3* เป็นคำถามเพื่อหารูปแบบของวัตถุประสงค์ของการโฆษณา (Objective) มี 4 ตัวเลือก
- *คำถามที่ 4* เป็นคำถามเพื่อหารูปแบบของการใช้จุดจับใจ (Appeal) มี 20 ตัวเลือก
- *คำถามที่ 5* เป็นคำถามเพื่อหารูปแบบของ (Appeal), เทคนิควิธีการนำเสนอภาพโฆษณา (Visual execution technique) มี 19 ตัวเลือก
- *คำถามที่ 6* เป็นคำถามเพื่อหารูปแบบของวิธีการจัดผังโฆษณา (Layout) มี 10 ตัวเลือก

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่าน

(นายณัฐ จันทร์สิงห์)

นิสิตปริญญาโท

ภาควิชาานฤมิตศิลป์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คู่มือลงรหัส (Code Book)

คำถามที่ 1 เป็นคำถามเพื่อหาว่าเป็นโฆษณาส่งเสริมสังคมหรือไม่ มี 2 ตัวเลือก คือ ใช่ / ไม่ใช่

การโฆษณาส่งเสริมสังคมนั้นเป็นการใช้เทคนิคทางการตลาดเชิงพาณิชย์โดยทั่วไป เพื่อที่จะขายสินค้าทางสังคม ซึ่งอาจจะเป็น สินค้าทางความคิด สินค้าทางการประพฤติปฏิบัติทางสังคม หรือสินค้าที่จับต้องได้ ในประเด็นทางสังคมที่คนในสังคมนั้นๆกำลังให้ความสนใจหรือประสบปัญหาอยู่ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ มุ่งให้สมาชิกในสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาสังคมที่ได้กำหนดไว้ อันจะทำให้สมาชิกในสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยหลักการตลาดเพื่อสังคมนี้นำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรทุกประเภท ที่มีความตั้งใจที่จะพัฒนาและคำนึงถึงประโยชน์ของสังคมอย่างแท้จริง

โดยใช้เกณฑ์สำคัญในการพิจารณาว่าเป็นโฆษณาส่งเสริมสังคมหรือไม่ ดังนี้

1. ต้องมีเนื้อหาสาระ และ เทคนิคในการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในสิ่งซึ่งพิมพ์โฆษณาที่มีลักษณะที่พูดถึงประเด็นปัญหาสังคมในด้านต่างๆ เป็นเนื้อหาหลักในงานโฆษณา (มากกว่าการพูดถึงองค์กรและการค้าขาย)
2. เมื่ออ่านโฆษณาแล้ว ได้แง่คิด เกิดความตระหนัก หรืออยากมีส่วนร่วมในการเอาใจใส่สังคมมากยิ่งขึ้น

คำถามที่ 2 เป็นคำถามเพื่อหาประเภทของประเด็นปัญหาสังคม มี 5 ตัวเลือก

1. ประเด็นปัญหาสังคมทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่
 - 1.1 ประเด็นปัญหาการค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ
 - 1.2 ประเด็นปัญหาการส่งออก
 - 1.3 ประเด็นปัญหาการส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรม
 - 1.4 ประเด็นปัญหาการพัฒนาฝีมือแรงงาน
 - 1.5 ประเด็นปัญหาความยากจน
 - 1.6 ประเด็นปัญหาการว่างงาน
 - 1.7 ประเด็นปัญหาค่าครองชีพสูง

2. ประเด็นสังคมทางการเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ได้แก่

- 2.1 ประเด็นปัญหาการเลือกตั้ง
- 2.2 ประเด็นปัญหาการทำงานของหน่วยงานราชการ
- 2.3 ประเด็นปัญหาการออกกฎหมาย
- 2.4 ประเด็นปัญหาศาลปกครอง
- 2.5 ประเด็นปัญหาด้านสงคราม
- 2.6 ปัญหาคอร์ปชั่น
- 2.7 ประเด็นปัญหากลุ่มผลประโยชน์และกลุ่มอิทธิพล

3. ประเด็นทางสังคมทางด้านสุขภาพ อาหารและโภชนาการ การคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่

- 3.1 ประเด็นปัญหาประเด็นเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจ
- 3.2 ประเด็นปัญหาการดูแลเอาใจใส่, การป้องกัน, การรักษาเพื่อการคงไว้ซึ่งสุขภาพที่ดี
- 3.3 ประเด็นปัญหาอาหารและยา
- 3.4 ประเด็นปัญหาความปลอดภัยในด้านสุขภาพ
- 3.5 ประเด็นปัญหาความปลอดภัยในการทำงาน และสวัสดิการต่างๆ
- 3.6 ประเด็นปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค
- 3.7 ประเด็นปัญหาการส่งเสริมพัฒนาการและความเจริญก้าวหน้าของเด็กและเยาวชน
- 3.8 ประเด็นปัญหาทุพโภชนา
- 3.9 ประเด็นปัญหาสุขภาพอนามัยและโรคภัยไข้เจ็บ

4. ประเด็นสังคมสังคมทางด้านความเป็นอยู่ของสังคม การศึกษา นันทนาการ ศาสนา และ ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่

- 4.1 ประเด็นปัญหาด้านการพัฒนาขีดความสามารถของชุมชน
- 4.2 ประเด็นปัญหาความเท่าเทียมกันของสังคม
- 4.3 ประเด็นปัญหากิจการสาธารณกุศลการบริการสังคม
- 4.4 ประเด็นปัญหาการใช้เวลาว่างและการพักผ่อน
- 4.5 ประเด็นปัญหาความสัมพันธ์ของครอบครัว
- 4.6 ประเด็นปัญหาการอพยพของชาวนบทุสมือง
- 4.7 ประเด็นปัญหาความผิดปกติทางจิตและรกร่วมเพศ
- 4.8 ประเด็นปัญหาที่อยู่อาศัยแหล่งเสื่อมโทรม
- 4.9 ประเด็นปัญหาโสเภณี
- 4.10 ประเด็นปัญหาจรรยา
- 4.11 ประเด็นปัญหาประชากร
- 4.12 ประเด็นปัญหาอัตวินิบาตกรรม

- 4.13 ประเด็นปัญหาครอบครัว
- 4.14 ประเด็นปัญหาการใช้แรงงานเด็กและสตรี
- 4.15 ประเด็นปัญหาคนชรา
- 4.16 ประเด็นปัญหาวัยรุ่น
- 4.17 ประเด็นปัญหาคนพิการ
- 4.18 ประเด็นปัญหายาเสพติด
- 4.19 ประเด็นปัญหาอาชญากรรม
- 4.20 ประเด็นปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- 4.21 ประเด็นปัญหาด้านการศึกษา
- 4.22 ประเด็นปัญหาศีลธรรม วัฒนธรรม และจิตใจ
- 4.23 ประเด็นปัญหาสิทธิมนุษยชน

5. ประเด็นปัญหาสังคมทางด้านสิ่งแวดล้อม พลังงาน ทรัพยากรธรรมชาติ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้แก่

- 5.1 ประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อม
- 5.2 ประเด็นปัญหาทรัพยากรธรรมชาติ
- 5.3 ประเด็นปัญหาสัตว์ป่า
- 5.4 ประเด็นปัญหาพลังงาน
- 5.5 ประเด็นปัญหาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

คำถามข้อที่ 3 เป็นคำถามเพื่อหารูปแบบของวัตถุประสงค์ของการโฆษณาในการเปลี่ยนแปลงสังคม (Objective) มี 4 ตัวเลือก

1. โฆษณาส่งเสริมสังคมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงทางความคิด

(Public Service Advertising for Cognitive Change)

เป็นการโฆษณาที่มุ่งหวังเพื่อให้ความรู้ หรือให้ข้อมูลแก่คนในสังคม หรือเป็นการโฆษณาที่มีส่วนช่วยให้สังคมได้รับทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะนั้นๆ เพื่อให้คนในสังคมได้ตระหนักต่อปัญหานั้นๆ มากยิ่งขึ้น อาจเรียกได้ว่าเป็นแผนรณรงค์เพื่อการศึกษา หรือเพื่อให้ข้อมูลแก่สาธารณะ (Public information / Education campaigns) เช่น การให้ความรู้เรื่องคุณค่าอาหาร, การให้ความรู้เรื่องสุขภาพ, การให้ความรู้เรื่องการออกกำลังกายที่ถูกต้อง

2. โฆษณาส่งเสริมสังคมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงการกระทำ
(Public Service Advertising for Action Change)

เป็นการโฆษณาที่มีวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้คนในสังคมมีการกระทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนให้เกิดขึ้นในขณะนั้นๆ ส่วนใหญ่จะเป็นการกระทำเพียงครั้งเดียว เช่น การบริจาคเลือด, การบริจาคเงินให้กับองค์กรทางการกุศล, การรณรงค์ให้ประชาชนออกมาเลือกตั้ง

3. โฆษณาส่งเสริมสังคมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม
(Public Service Advertising for Behavior Change)

เป็นการโฆษณาที่มุ่งให้คนในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นสาเหตุของปัญหาสังคม มาสู่พฤติกรรมใหม่ที่ถูกต้อง กลุ่มเป้าหมายนั้นๆจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างถาวร หรือได้ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องภายในระยะเวลาหนึ่ง เท่านั้น เช่น การโฆษณาที่กระตุ้นให้เลิกสูบบุหรี่, การรณรงค์ประหยัดพลังงาน

4. โฆษณาส่งเสริมสังคมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงทางค่านิยม
(Public Service Advertising for Value Change)

เป็นการโฆษณาที่มุ่งส่งเสริม, ปรับเปลี่ยนความเชื่อ และค่านิยมที่ฝังลึกอยู่ในจิตใจให้กับคนในสังคม เช่น การเปลี่ยนทัศนคติต่อเรื่องการทำแท้ง, การเปลี่ยนค่านิยมในเรื่องการมีบุตร, การเปลี่ยนค่านิยมให้หันกลับมาใช้สินค้าไทย, การเปลี่ยนค่านิยมเรื่องการรักษาพลสงวนตัว ไม่ชิงสุกก่อนห่าม

5. อื่น ๆ โปรดระบุ (Other to specify) อธิบายเพิ่ม

คำถามข้อที่ 4 เป็นคำถามเพื่อหารูปแบบของการใช้จุดจับใจ (Appeal) มี 20 ตัวเลือก

1. จุดจับใจด้านความรู้สึกกลัว (Fear Appeal) เป็นการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกถึงความหวาดวิตก, กังวล, กลัวตาย, กลัวบาดเจ็บ, กลัวผิดพลาด, กลัวเสียทรัพย์สินเงินทอง, กลัวถูกหลอก ฯลฯ เช่น ขับรถขณะมีเมฆอาจจะทำให้เกิดอุบัติเหตุให้เสียชีวิตหรือบาดเจ็บได้, การสูบบุหรี่เป็นสาเหตุให้เกิดโรคมะเร็งปอด

2. จุดจับใจด้านความรู้สึกผิด (Guilt Appeal) เป็นการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกว่าตนได้กระทำในสิ่งที่ผิดหรือละอายใจต่อศีลธรรมจรรยา ค่านิยม ซึ่งเป็นความเชื่อของตนเอง หรือมาตรฐานที่สังคมได้ตั้งไว้ เช่น รู้สึกผิดที่ทำแท้ง, รู้สึกผิดต่อการใช้กำลังกับผู้ที่อ่อนแอกว่า, ละอายใจต่อบาป ฯลฯ

3. จุดจับใจด้านความรัก (Love Appeal) เป็นการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกถึงความรัก, ความชอบมาก, ความเป็นห่วง, ซึ่งความรักแบบพ่อแม่ เพื่อน คนรัก พี่น้อง ผู้อยู่ร่วมโลกเดียวกัน ฯลฯ

4. **จุดจับใจด้านความเห็นอกเห็นใจ (Sympathy Appeal)** เป็นการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกถึงความรู้สึกเห็นอกเห็นใจกัน, ความรู้สึกสงสาร, เอาใจเข้าข้าง, อยากที่จะช่วยเหลือ
5. **จุดจับใจด้านสุขภาพอนามัย (Health Appeal)** เป็นการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกถึงสุขภาพ, สุขสบาย, ความแข็งแรง, ความสมบูรณ์, ความเป็นประโยชน์ทางสุขภาพต่อร่างกาย เช่น การออกกำลังกายจะทำให้ร่างกายแข็งแรง
6. **จุดจับใจด้านอารมณ์ขัน (Humor Appeal)** เป็นการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกถึงความตลกขบขัน
7. **จุดจับใจด้านความสุนทรีย์ / รื่นรมย์ (Aesthetic Appeal)** เป็นการกระตุ้นประสาทสัมผัสทั้ง 5 ให้เกิดความรู้สึกถึงความงาม, อารมณ์และความรู้สึกที่บริสุทธิ์ เช่น ความสุขใจ, อิมเมจ, ความเพลิดเพลิน, ความรื่นรมย์, ความเพ้อฝัน
8. **จุดจับใจเรื่องเพศ (Sex Appeal)** เป็นการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกถึงเรื่องเพศ, กามารมณ์
9. **จุดจับใจด้านความภูมิใจ / คุณค่าให้ตนเอง (Self-Esteem Appeal)** เป็นการการมองตนเอง (Inward) ให้เกิดความรู้สึกถึงความนิยม, นับถือ, สรรเสริญ, ยกย่อง, มีศักดิ์ศรี, รู้สึกว่าตัวเองดี สร้างคุณค่าให้กับตัวเอง เช่น ภูมิใจที่ตนเองได้ทำความดี, ภูมิใจที่ได้เกิดเป็นคนไทย
10. **จุดจับใจที่เน้นถึงความสำเร็จในชีวิต (Achievement Appeal)** เป็นการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกถึงความสำเร็จ, บรรลุเป้าหมาย เช่น การใช้นักกีฬาที่มีชื่อเสียงมาเป็นผู้แสดง
11. **จุดจับใจด้านที่ได้รับการยอมรับจากสังคม (Social Appeal)** มีแนวคิดมาจากความที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม ไม่ชอบอยู่คนเดียว และปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การใช้จุดจับใจนี้จึงเป็นการแสดงให้เห็นว่า หากได้กระทำตามประเด็นทางสังคมที่กล่าวถึงในโฆษณานั้นๆ จะกลายเป็นที่ยอมรับจากคนรอบข้าง หรือเกิดความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่ เช่น โฆษณาบัตรเครดิต, โฆษณาผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นเหงื่อ หรือโฆษณาแฟชั่นซึ่งถ้าไม่ใช้ตามก็จะไม่น่าสมัยหรือแตกต่างจากคนอื่น
12. **จุดจับใจด้านความปลอดภัย (Safety Appeal)** เป็นการแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยอุ่นใจ มั่นคงต่อชีวิต, ร่างกาย และทรัพย์สิน เช่น การใช้เครื่องตัดไฟรั่วช่วยป้องกันอุบัติเหตุได้, ไม่ขับซีดานเมมาสุรา, ข้ามถนนต้องใช้ทางม้าลาย
13. **จุดจับใจด้านข่าวสาร / ข้อมูลที่เป็นจริง (News Appeal)** เป็นการอ้างถึงข่าวสารหรือข้อมูลความจริงต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ปัจจุบันมีคนตายด้วยโรคเอดส์เป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย, 50% ของคนที่ดื่มสุราเป็นสาเหตุทำให้เกิดอุบัติเหตุทางจราจร
14. **จุดจับใจด้านความคุ้มค่า (Value Appeal)** เป็นการแสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าและราคา โดยมักจะเน้นเรื่องความประหยัดเป็นหลัก เช่น ประหยัดพลังงานในวันนี้จะทำให้มีพลังงานเหลือใช้ในวันข้างหน้า, ชื่อของที่นี่ถูกกว่าที่อื่นถึง 25 บาท
15. **จุดจับใจด้านคุณลักษณะ (Feature Appeal)** เป็นการนำเสนอคุณลักษณะว่า มีลักษณะทางกายภาพ หรือหน้าที่การใช้งานที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างไร หรืออาจเป็นการอาศัยข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยอวดอ้างถึงสรรพคุณหรือคุณสมบัติที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรืออาจเป็นการนำเสนอแบบ

เปรียบเทียบทั้งทางตรงและทางอ้อมกับคู่แข่งชั้น เช่น ตู้เย็นเบอร์ 5, หลอดผอมประหยัดไฟ, ดีมันมทำให้สุขภาพดี, การใช้สินค้าชนิดเดิมจะช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม

16. จุดจับใจด้านการได้รับความนิยมสูง (Popularity Appeal) เป็นการแสดงให้เห็นถึงความนิยมชมชอบ เช่น กว่า 90% ของคนไทยนิยมใช้รถที่ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น

17. จุดจับใจด้านความสะดวกสบาย (Convenience Appeal) เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสะดวกสบาย ใช้ง่าย, ทำงานได้รวดเร็ว, คล่องตัว เช่น ใช้อินเทอร์เน็ต ADSL ดีกว่าเพราะเร็วกว่า,ห้างสรรพสินค้านี้ดีกว่าเพราะหาที่จอดรถง่ายกว่า, การเดินทางมาทำงานด้วยรถไฟฟ้าแทนการใช้รถส่วนตัวจะสะดวกเพราะรถไม่ติด

18. จุดจับใจเกี่ยวกับสถานภาพ (Status Appeal) เป็นการมองจากคนอื่นเข้ามาหาตนเอง (Outward) ถึงเรื่องของบทบาท, ภาพลักษณ์ที่ตนเองอยากให้คนอื่นมองเห็น เช่น การกตัญญูต่อบิดามารดา จะได้รับยกย่องว่าเป็นบุตรที่ดีในสายตาของคนในสังคม, การใช้รถเบนซ์จะทำให้คนอื่นมองดูว่าเราเป็นคนที่มีฐานะ / ดูดีมีระดับ

19. จุดจับใจด้านความแปลกใหม่ (Novelty Appeal) เป็นการเน้นการนำเสนอด้านความแปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร

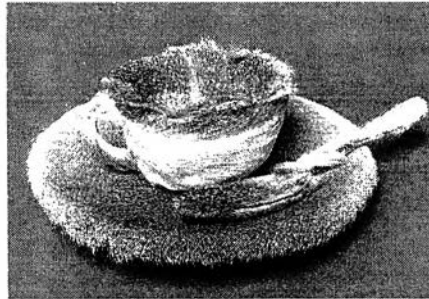
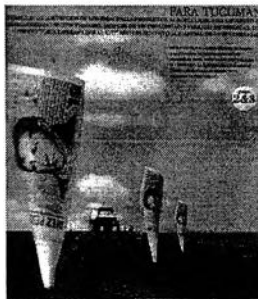
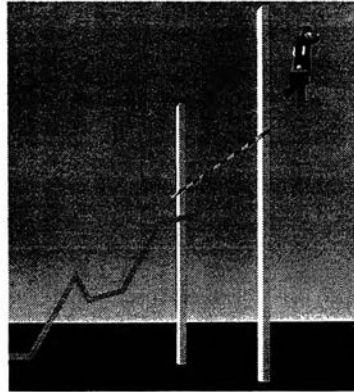
20. อื่น ๆ โปรดระบุ (Other to specify) อธิบายเพิ่ม

คำถามข้อที่ 5 เป็นคำถามเพื่อหารูปแบบเทคนิควิธีการนำเสนอภาพโฆษณา (Visual execution technique) มี 19 ตัวเลือก

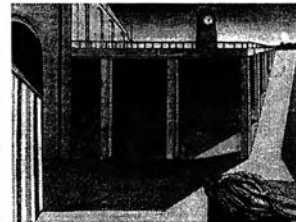
***** **ข้อตกลงเบื้องต้น**

1. ข้อความที่เป็นสโลแกน หรือตราสัญลักษณ์ขององค์กร จะไม่นำมาเป็นแนวคิดในการตัดสินใจ
2. กรณีถ้ามีภาพที่หลากหลายอยู่ในชิ้นงานเดียวกัน ให้ใช้ภาพที่เด่นที่สุดเป็นแนวคิดหลักของงานโฆษณา

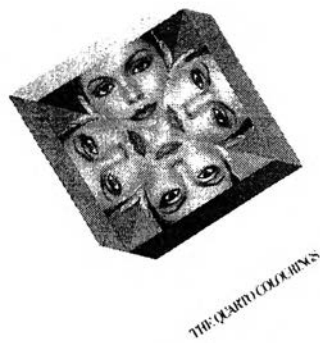
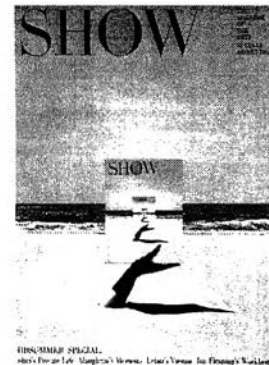
1. ภาพที่เกิดจากส่วนผสมที่ไม่คาดคิด (Unexpected Combinations) เป็นการใช้ เป็นภาพที่ผสมผสานจินตนาการที่เหนือจริง สร้างตามความเชื่อ, จิตใต้สำนึก, อารมณ์, ความเพ้อฝัน เช่น ใช้ภาพกราฟฟิคที่มีคนเดินอยู่ด้านบน, ใช้ลำโพงแทนหัว, ธนบัตรตั้งอยู่กลางทุ่ง, ถ้วยกาแฟที่มีพื้นผิวเป็นเหมือนขนสัตว์, โบน้ำที่มีทั้งนุ่มและแกในหน้าเดียว



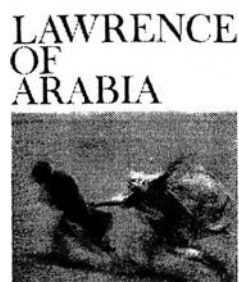
2. ภาพที่มีทัศนียภาพแปลกตา (Strange Perspective) เป็นการถ่ายภาพที่มีทัศนียภาพแปลกตาในมุมมองของมิติภาพที่แปลกไปจากตามนุษย์เห็น เช่น ภาพถ่ายจากการใช้เลนส์มุมกว้าง, ภาพที่มีฉากหน้าใหญ่กว่าความเป็นจริง, ภาพมุมต่ำ, ภาพมุมสูง หรือภาพที่มีลักษณะคล้ายงานในลัทธิคิวบิซึม (Cubism) ที่นำภาพมาแผ่ออกเป็นสองมิติ เช่น ภาพวาดฝาผนังในวัดสมัยก่อนที่มีมิติกว้างลึกหนาบาง แต่วาดออกมาดูแล้วแบน ๆ ไม่มีมิติ **** (ถ้าเป็นภาพที่บิดเบี้ยวผิดส่วน เช่น หัวโต-ตัวเล็ก ให้รวมอยู่ในหัวข้อเรื่องสัดส่วน (Scale))



3. ภาพของการซ้ำของวัตถุ (Repetition) เป็นการถ่ายภาพของการซ้ำของวัตถุคล้ายกันแสดงแบบต่อเนื่องที่เกิดจากการกำหนดจังหวะในการออกแบบของสิ่งหนึ่งที่จัดวางเรียงต่อกันให้เกิดการคล้ายคลึงหรือดูเหมือนอีกสิ่งหนึ่ง เช่น ใช้ขวดโค้ก, ใช้ภาพใบหน้าของจอห์นเอฟเคนเนดีและภรรยามาเรียงในลักษณะซ้ำกันไปมา



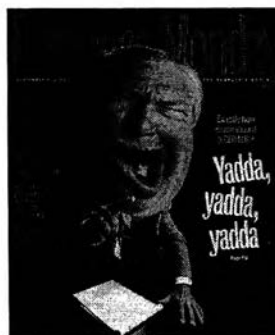
4. ภาพเคลื่อนไหว (Motion) เป็นการถ่ายภาพที่มีลักษณะเคลื่อนไหว

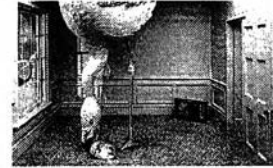
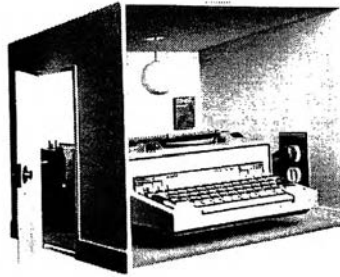


5. **ภาพสัญลักษณ์ (Manipulated Symbols)** เป็นการนำภาพที่นำเรื่องสัญลักษณ์มาใช้เพื่อเป็นสิ่งแทนความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งของสิ่งนั้น แต่ในขณะที่เดียวกันเราก็สามารถรับรู้ได้ว่าสัญลักษณ์ที่นำมาแทนนั้นหมายถึงอะไร โดยสัญลักษณ์ที่นำมาใช้นั้นต้องเป็นที่รับรู้โดยสากล ทุกคนสามารถเข้าใจกันได้ดี เช่น ต้องการสื่อถึงความแข็งแกร่ง อาจใช้สัญลักษณ์รูปก้อนหิน ช้าง มาแทน, ดอกกุหลาบแทนความรัก, รูปกระโหลกไขว้แทนความตาย, ประเทศฝรั่งเศสแทนด้วยหอไอเฟิล, ประเทศอิตาลีแทนด้วยหอเอนเมืองปิซ่า, ประเทศอังกฤษแทนด้วยหอนาฬิกาบิ๊กเบน, ใช้ช็อกโกแลตมาเรียงกันเป็นต้นคริสต์มาสแทนเทศกาล, สัญลักษณ์ที่แทนชาย-หญิง



6. **ภาพการใช้ขนาดสัดส่วน (Scale)** เป็นการนำภาพที่เกิดจากใช้ขนาดสัดส่วนที่ผิดแผกแตกต่างไปจากความเป็นจริง เช่น ภาพวัตถุที่มีขนาดเล็ก-ใหญ่ หรือภาพบิดเบือนสัดส่วน เช่น หัวโต-ตัวเล็ก



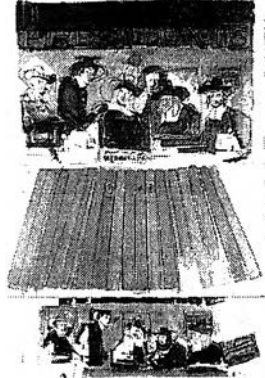


7. ภาพที่เกิดจากการใช้ลูกเล่นตัวอักษร (Type as Design) เป็นการใชภาพที่เกิดจากการใช้ลูกเล่นตัวอักษร ซึ่งอาจจะใช้ตัวอักษรเพียงอย่างเดียวประกอบกันเป็นภาพหรือใช้ตัวอักษรร่วมกับรูปภาพประกอบกันก็ได้



8. ภาพที่แสดงความชื่นชมต่อสิ่งที่มีอิทธิพลกับความรู้สึก (Homage) เป็นการใชภาพที่แสดงความชื่นชมต่อสิ่งที่มีอิทธิพลกับความรู้สึกโดยนำภาพเก่าๆที่มีชื่อเสียงมาใช้ เช่น การนำภาพวาดของเรมแบลนซ์มาใช้เป็นภาพประกอบบนกล่องไม้ขีดไฟ หรือดัดแปลงภาพแต่ก็ยังรู้ว่าภาพนั้นเป็นของใคร เช่น การนำเอาภาพวาดมาทำเป็นภาพถ่าย เช่น ภาพถ่ายที่เลียนแบบภาพวาดวินัส

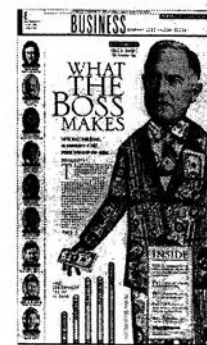
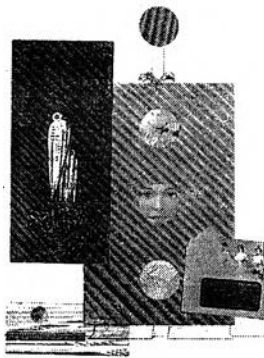
หรืออาจเป็นการนำภาพที่มีชื่อเสียงมาล้อเลียน เช่น ดัดแปลงรูปมะเขือเทศกระป๋อง, มารีย์สีน มอนโร ของแอนดี้ วอร์ฮอล,



9. ภาพที่เกิดจากการใช้สีเป็นจุดเด่น (Color) เป็นการนำภาพที่เกิดจากการใช้สีที่โดดเด่น สะดุดตา เช่น การใช้สีที่อยู่ในโทนเดียวกัน หรือสีคู่ตรงกันที่ตัดกันก็ได้



10. ภาพตัดปะ (Collage) เป็นการนำภาพตัดปะที่เกิดจากภาพหลายๆ ชิ้นมาประกอบกัน

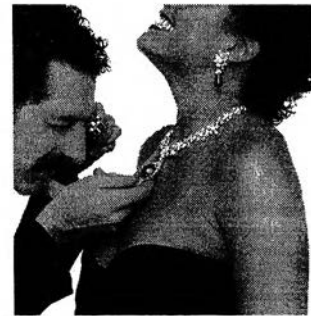


11. ภาพที่มีฉาก, เหตุการณ์ หรือสถานที่เกิดเหตุที่ไม่น่าจะเป็นไปได้ (Improbable Setting) เป็นการใช้นั้นภาพที่มีฉาก, เหตุการณ์ หรือสถานที่เกิดเหตุที่ไม่น่าจะเป็นไปได้ เช่น เล่นดนตรีอยู่กลางทะเลทราย, เดินอยู่บนผิวน้ำ, เดินร่ำอยู่บนหอคอยไฟ, นั่งบนโซฟากลางป่า

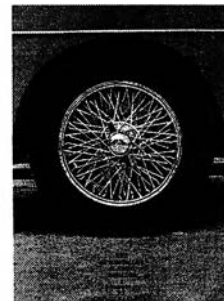
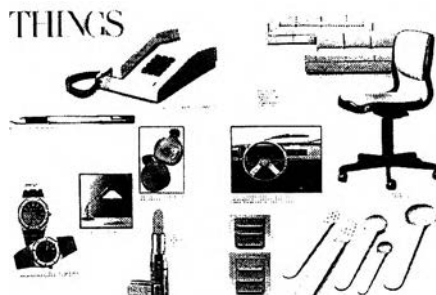




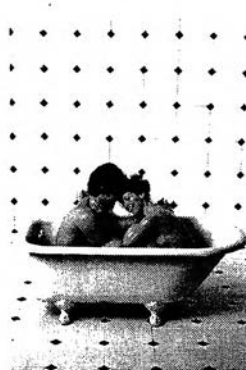
12. ภาพที่ชวนให้เกิดอารมณ์ขัน (Humor) เป็นการถ่ายภาพที่ชวนให้เกิดอารมณ์ขัน



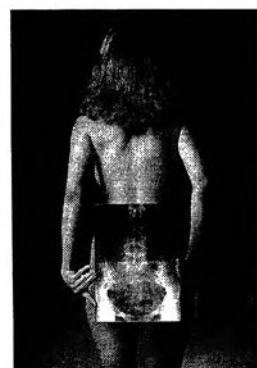
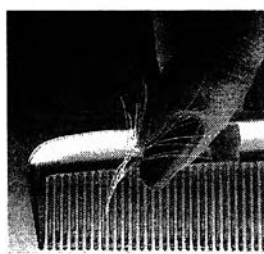
13. ภาพวัตถุเป็นจุดเด่น (The Object) เป็นการถ่ายภาพให้เป็นจุดเด่น โดยที่ภาพนั้นต้องไม่มี
 นัยยะแฝง ไม่ต้องอาศัยการตีความ เช่น ภาพเครื่องใช้สำนักงาน, ภาพขวดไวน์, ภาพผลไม้



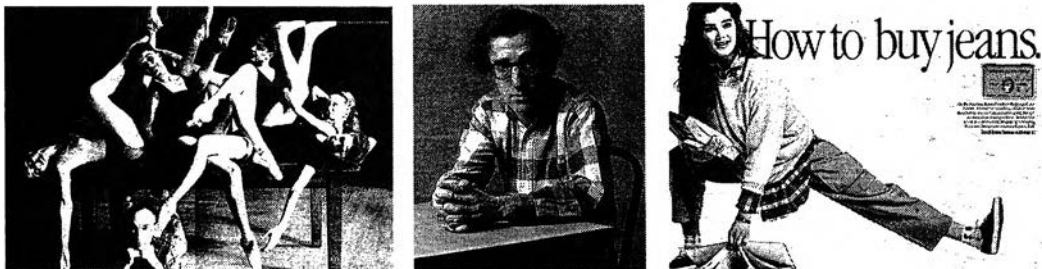
15. ภาพที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศและความยวนใจ (Sex and Romance) เป็นการใช้ภาพที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศและความยวนใจ



16. Roundabout Ways of Telling a Story เป็นการใช้ภาพที่บอกเล่าเรื่องราวโดยอ้อม โดยที่ภาพนั้นจะมีนัยยะแฝงต้องอาศัยการตีความ หรือใช้วิธีการสื่อความหมายโดยใช้สิ่งอื่นมาแทน เพื่อบอกเล่าเรื่องราวนั้น เช่น ผมร่วงติดมากับหวีหมายถึงมีปัญหาเกี่ยวกับผิวงหน้าศีรษะ, แขนกลของ บริษัทไอ บี เอ็ม, ภาพเอกซเรย์กระดูกแทนการบาดเจ็บที่หลัง



17. Celebrity เป็นการถ่ายภาพของผู้มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักกันของคนทั่วไป เช่น นักกีฬา, นักแสดง, ศิลปิน, นักประดิษฐ์, ผู้นำประเทศ ฯลฯ

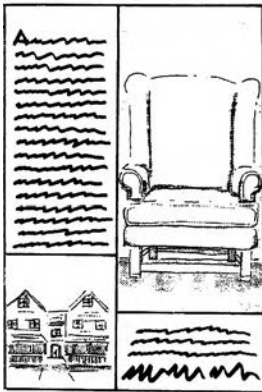


18. Other to specify (อื่นๆ โปรดระบุ) อธิบายเพิ่ม

คำถามข้อที่ 6 เป็นคำถามเพื่อหาวิธีการจัดผังโฆษณา (Layout) ของสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาส่งเสริมสังคม

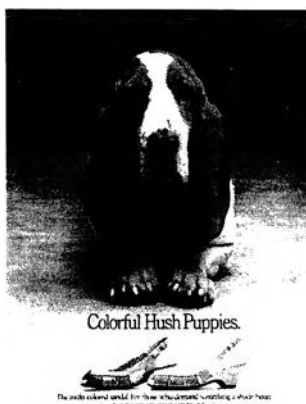
1. แบบมองเดรียน (Mondrian Layout)

มีแนวความคิดมาจากรูปวาดของศิลปินชื่อ Mondrian ซึ่งใช้ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดต่าง ๆ ของสี่เหลี่ยมหลาย ๆ รูปในการจัดองค์ประกอบ บางครั้งมีการนำเส้น (Line & Bar) มาประกอบด้วย โดยใช้หลักความสมดุลแบบสองข้างไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)



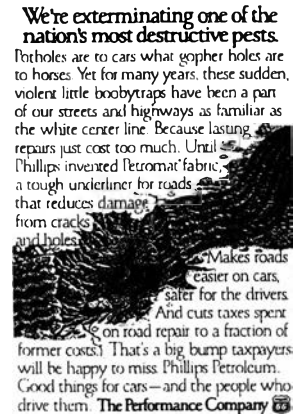
2. แบบหน้าต่างภาพ (Picture-window Layout)

เป็นการใช้ภาพประกอบรูปใหญ่เพียงรูปเดียว เน้นภาพมากกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ พาดหัวอยู่บนภาพหรืออยู่ใต้ภาพก็ได้ ส่วนข้อความไม่ควรเกินสองคอลัมน์หรือไม่มีเลยก็ได้



3. แบบเน้นเนื้อความโฆษณา (Copy-heavy Layout)

เป็นการเน้นข้อความมากที่สุดเพื่อให้เกิดรายละเอียดแก่ผู้บริโภค อาจใช้ภาพประกอบด้วยแต่ก็ไม่เด่นไปกว่าข้อความ



4. แบบกรอบ (Frame Layout)

เป็นการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ อย่างมีขอบเขตและเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการปะปนกับโฆษณาอื่น ๆ โดยการสร้างกรอบพื้นที่ซึ่งกรอบนั้นจะประกอบไปด้วยรูปภาพ ตัวหนังสือหรือองค์ประกอบใด ๆ ก็ตาม และจะเว้นที่ว่างตรงกลางไว้เพื่อข้อความพาดหัวและข้อความประกอบอื่น ๆ



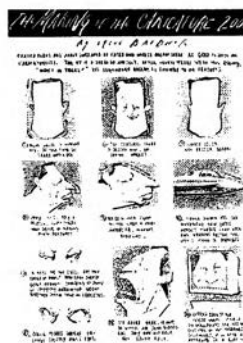
5. แบบละครสัตว์ (Circus Layout)

เป็นการจัดองค์ประกอบโดยการกระจายหน้าหนึ่งขององค์ประกอบเป็นแต่ละหน่วย (Unit) แล้วเพิ่มหรือลดหน้าหนึ่งของแต่ละหน่วย (Unit) เพื่อความหลากหลายเน้นที่ความแตกต่างของขนาด, รูปร่าง และหน้าหนึ่งขององค์ประกอบ



6. แบบช่องภาพ (Multipanel Layout)

ลักษณะคล้ายรูปแบบการเล่าเรื่องแบบการ์ตูน (Comic Strip) แต่ดูเป็นเรื่องเป็นราวมากกว่า ด้วยการถ่ายภาพและตัวอักษรบรรยายได้ภาพแทนลักษณะบอลลูนของการ์ตูน การจัดองค์ประกอบจะมีลักษณะและขนาดใกล้เคียงกันโดยเป็นเรียงเป็นเรื่องราว เน้นที่รูปภาพเป็นช่องใหญ่ และตัวอักษรบรรยายเป็นช่องเล็ก บางครั้งก็ใช้ช่องของรูปภาพผลิตภัณฑ์จัดเรียงคล้ายตารางหมากรุก



7. แบบภาพเงา (Silhouette Layout)

เป็นการจัดองค์ประกอบให้เห็นเป็นรูปโครงร่างอย่างง่ายๆ เน้นความโดดเด่นของภาพในลักษณะโครงร่างภายนอกที่เหมือนเป็นภาพเงาที่ปรากฏบนพื้น ไม่เน้นรายละเอียดบนภาพมากนัก หรืออาจมีการใช้ภาพที่มีรายละเอียดครบถ้วนแต่ไม่มีฉากหลัง



8. แบบเน้นพาดหัว (Type-specimen Layout)

การเน้นความสำคัญของการพาดหัวมากกว่าองค์ประกอบอื่นๆในงานโฆษณา



ตัวอย่างแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

การออกแบบสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาส่งเสริมสังคม
CREATIVE DESIGN OF PRINTING ADVERTISEMENTS FOR PUBLIC SERVICES

นายณัฐ จันทสิงห์
นิสิตปริญญาโท ภาควิชาานฤมิตศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

ชื่อ - สกุล

ตำแหน่ง

สถานที่ทำงาน

คุณวุฒิ

1. สาขาวิชา

สถาบัน

2. สาขาวิชา

สถาบัน

3. สาขาวิชา

สถาบัน

ประสบการณ์ในงานวิชาชีพ



Copy : Can't find your pet? Call SPCA!
 Client : SPCA.

ตัวอย่างที่ 1

คำถามที่ 1 ท่านคิดว่า สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาส่งเสริมสังคมชั้นปีโซโฆษณาส่งเสริมสังคมหรือไม่ *****[เลือกได้เพียง 1 คำตอบ]

- ใช่
- ไม่ใช่

คำถามที่ 2 ท่านคิดว่า สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาส่งเสริมสังคมชั้นปีมีประเด็นปัญหาสังคมในด้านใด *****[เลือกได้เพียง 1 คำตอบ]

- ประเด็นปัญหาสังคมทางด้านเศรษฐกิจ
- ประเด็นปัญหาสังคมทางด้านภาวะเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
- ประเด็นปัญหาสังคมทางด้านสุขภาพ อาชญากรรมและโทษทางอาญา การคุ้มครองผู้บริโภค
- ประเด็นปัญหาสังคมทางด้านความเป็นอยู่ของสังคม การศึกษา มันชนทาง และสิทธิประโยชน์ของ
- ประเด็นปัญหาสังคมทางด้านสิ่งแวดล้อม พลังงาน ขัฒนาการของชนชาติ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี
- อื่นๆ โปรดระบุ Other [to specify]

คำถามที่ 3 ท่านคิดว่า สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาส่งเสริมสังคมชั้นปีมีวัตถุประสงค์เพื่อ..... *****[เลือกได้เพียง 1 คำตอบ]

- เพื่อเปลี่ยนแปลงความคิด [Public Service Advertising for Cognitive Change]
- เพื่อเปลี่ยนแปลงการกระทำ [Public Service Advertising for Action Change]
- เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม [Public Service Advertising for Behavior Change]
- เพื่อเปลี่ยนแปลงค่านิยม [Public Service Advertising for Value Change]
- อื่นๆ โปรดระบุ Other [to specify]

คำถามที่ 4 ท่านคิดว่า สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาส่งเสริมสังคมชั้นปีใช้จุดจับใจ [Appeal] ในด้านใด *****[เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ]

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> Fear Appeal [จุดจับใจด้านความรู้สึกกลัว] | <input type="radio"/> Safety Appeal [จุดจับใจด้านความปลอดภัย] |
| <input type="radio"/> Gullt Appeal [จุดจับใจด้านความรู้สึกผิด] | <input type="radio"/> News Appeal [จุดจับใจด้านข่าวสาร / เรื่องที่เป็นข่า] |
| <input type="radio"/> Love Appeal [จุดจับใจด้านความรัก] | <input type="radio"/> Value Appeal [จุดจับใจด้านคุณค่า] |
| <input type="radio"/> Sympathy Appeal [จุดจับใจด้านความเห็นอกเห็นใจ] | <input type="radio"/> Feature Appeal [จุดจับใจด้านคุณลักษณะ] |
| <input type="radio"/> Health Appeal [จุดจับใจด้านสุขภาพอนามัย] | <input type="radio"/> Popularity Appeal [จุดจับใจด้านกาได้รับคามนิยม] |
| <input type="radio"/> Humor Appeal [จุดจับใจด้านอารมณ์ขัน] | <input type="radio"/> Convenience Appeal [จุดจับใจด้านความสะดวกสบาย] |
| <input type="radio"/> Aesthetic Appeal [จุดจับใจด้านความสุนทรีย์ / สีมรมณ์] | <input type="radio"/> Status Appeal [จุดจับใจเกี่ยวกับสถานะภาพ] |
| <input type="radio"/> Sex Appeal [จุดจับใจเรื่องเพศ] | <input type="radio"/> Novelty Appeal [จุดจับใจด้านความแปลกใหม่] |
| <input type="radio"/> Self-Esteem Appeal [จุดจับใจด้านความภูมิใจ / คุณค่าในตนเอง] | <input type="radio"/> Other [to specify] อื่นๆ โปรดระบุ |
| <input type="radio"/> Achievement Appeal [จุดจับใจที่เป็นถึงความสำเร็จในชีวิต] | |
| <input type="radio"/> Social approval Appeal [จุดจับใจด้านที่ได้รับการยอมรับทางสังคม] | |

คำถามที่ 5 ท่านคิดว่า สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาส่งเสริมสังคมชั้นปีใช้เทคนิควิธีการนำเสนอภาพโฆษณา [Visual execution technique] ในแบบใด *****[เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ]

- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> Unexpected Combination [การใช้ภาพที่เกิดจากส่วนต่อที่ไม่คาดคิด] | <input type="radio"/> Non visual execution [ไม่มีกาใช้ภาพโฆษณา] |
| <input type="radio"/> Strange Perspective [กาใช้ภาพที่มีทัศนภาพแปลกตา] | <input type="radio"/> Other [to specify] อื่นๆ โปรดระบุ..... |
| <input type="radio"/> Repellition [กาใช้ภาพของกาซ้ำ] | |
| <input type="radio"/> Motion [กาใช้ภาพที่มีลักษณะการเคลื่อนไหว] | |
| <input type="radio"/> Manipulated Symbols [กาใช้ภาพที่นำเงาหรือสัญลักษณ์มาไว้] | |
| <input type="radio"/> Scale [กาใช้ภาพที่เกิดจากกาใช้สัดส่วน] | |
| <input type="radio"/> Type as Design [กาใช้ภาพที่เกิดจากกาเล่นของตัวอักษร] | |
| <input type="radio"/> Homage [กาใช้ภาพที่แสดงคามชื่นชมต่อสิ่งที่มีอิทธิพลกับความรู้สึก] | |
| <input type="radio"/> Color [กาใช้ภาพที่เกิดจากกาใช้สีเป็นจุดเด่น] | |
| <input type="radio"/> Collage [กาใช้ภาพตัดปะ] | |
| <input type="radio"/> Improbable Settings [กาใช้ภาพที่มีฉากหรือสถานที่เกิดเหตุที่ไม่น่าจะเป็นไปได้] | |
| <input type="radio"/> Humor [กาใช้ภาพที่ชวนให้เกิดอารมณ์ขัน] | |
| <input type="radio"/> The Object [กาใช้ภาพวัตถุให้เป็นจุดเด่น] | |
| <input type="radio"/> Fashion and Beauty [กาใช้ภาพที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นและความสวยงาม] | |
| <input type="radio"/> Sex and Romance [กาใช้ภาพที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศและความโรแมนติก] | |
| <input type="radio"/> Roundabout Ways of Telling a Story [กาใช้ภาพที่บอกเล่าเรื่องราวโดยอ้อม] | |
| <input type="radio"/> Celebrity [กาใช้ภาพของที่มีชื่อเสียง] | |

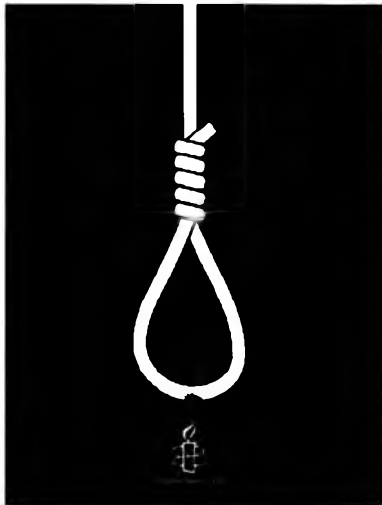
คำถามที่ 6 ท่านคิดว่า สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาส่งเสริมสังคมชั้นปีใช้วิธีการจัดผังโฆษณา [Layout] ในแบบใด *****[เลือกได้เพียง 1 คำตอบ]

- | | |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> Mondrian Layout [แบบของกริด] | <input type="radio"/> Multipanel Layout [แบบตาราง] |
| <input type="radio"/> Picture-window Layout [แบบหน้าต่างภาพ] | <input type="radio"/> Silhouette Layout [แบบภาพเงา] |
| <input type="radio"/> Copy-heavy Layout [แบบเน้นข้อความโฆษณา] | <input type="radio"/> Type-specimen Layout [แบบเน้นภาพตัว] |
| <input type="radio"/> Frame Layout [แบบกรอบ] | <input type="radio"/> Rebus Layout [แบบภาพปริศนา] |
| <input type="radio"/> Circus Layout [แบบละครสัตว์] | <input type="radio"/> Other [to specify] อื่นๆ โปรดระบุ |



Copy *Can't find your pet? Call SPCA!*

Client *SPCA.*



Copy -

Client *Amnesty International .*



Copy *Help us to make these animals extinct.*

Client *Greenpeace.*

	<p>Copy <i>Sun protection rule #1: Avoid the midday sun.</i></p>
	<p>Client <i>Deutsche Krebshilfe.</i></p>

	<p>Copy <i>If it were at your house. would you complain? Do what thousands of seabirds and fish from Rio de Janeiro Bay can't do: call the local environmental protection agency at 860 2440 and complain.</i></p>
	<p>Client <i>Greenpeace.</i></p>

	<p>Copy <i>Or Sterilise it.</i></p>
	<p>Client <i>ANDA.</i></p>



Copy *80% of the world's ancient forests have been destroyed to make toilet paper. Stop paper waste.*

Client *Friends Of The Earth.*



Copy *80 percent of sun damage occurs before age 18. You look good today, but underneath it's not pretty. Use sunscreen, protective clothing, and common sense.*

Client *AAD.*



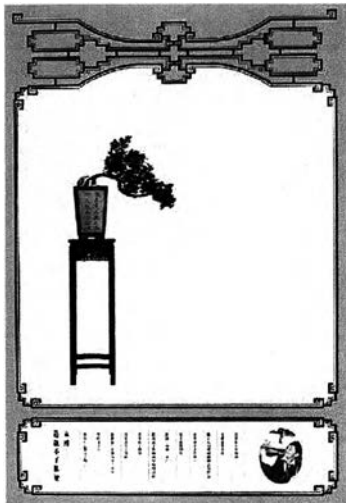
Copy *Encourage someone you hate to start smoking.*

Client *The Anti-smoking Society.*



Copy *Yes.....The message she's sending is clear. Even if you think everything about her is saying "yes", if you don't stop when she says "no", that makes you a rapist.*

Client MCASA.



Copy *Headline: A tree cannot grow under restraints. Public service campaign that counsels against the overly strict education of children.*

Client Beijing Adm. Committee.



Copy -

Client Singapore Cancer Society.



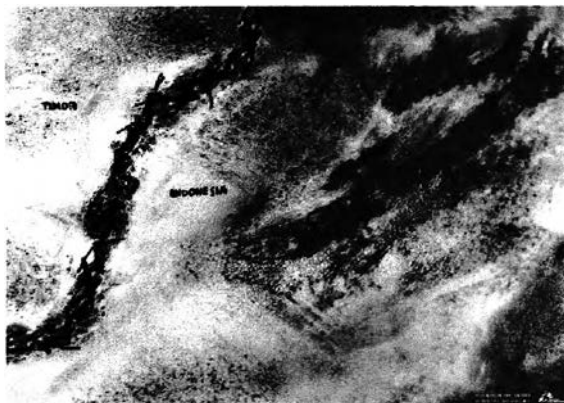
Copy *Nuba women carry the water to their village. Take you heart to Africa.*

Client *AMANI.*



Copy *Before you disagree with gun control laws, consider both sides of the story.*

Client *Coalition for Gun Control.*



Copy *Timoa. Indonesia*

Client *Medecins Sans Frontieres.*



Copy -

Client *Spanish Red Cross.*



Copy *Now in.*

Client *Oxfam.*



Copy *Pick your perfect dog from a rescue centre.*

Client *NCDL.*



Copy *Another position and we can do it once more. Campaign by the Shanghai Advertising Association urging people to use resources more prudently.*

Client *Shanghai Advertising Association.*







Copy *Don't feel like walking to the bottle bank? We'll do it for Hfl 15.00 an hour.*

Client *PUK.*



Copy *I have spoken. I will continue to be heard. The Census is my voice. Generations are counting on this. Don't leave it blank.*

Client *Census 2000.*

 <p data-bbox="219 712 273 725">The Indian Express</p> <p data-bbox="666 712 777 725">Spend a little time with the elderly</p>	<p>Copy <i>Spend a little time with the elderly</i></p>
 <p data-bbox="637 882 700 920">Barnardo's</p> <p data-bbox="375 1025 550 1039">John Donaldson, age 23</p>	<p>Copy <i>John Donaldson, age 23. Battered as a child, it was always possible that John would turn to drugs. With Barnardo's help, child abuse need not lead to an empty future. Although we no longer run orphanage, we continue to help thousands of children and their families at home, school and in the local community. To make a donation or more information please call 0845 844 01 80</i></p>
  <p data-bbox="623 1877 725 1921">Trout Unlimited</p>	<p>Copy <i>The river is old and silent and proud. It wouldn't ask for your help if it could</i></p>
	<p>Client <i>Trout Unlimited</i></p>



Copy *Visit Africa. Roam free.*

Client *Peace Parks Foundation.*



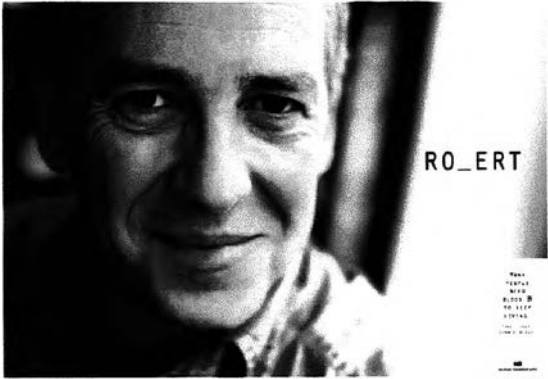



Copy *Complete the coupon. Complete the picture.*

Client *Trees for London.*



Copy *It's so peaceful out here. I could die. In the quietest parts of Africa, people are in desperate need of medical attention. By setting up mobile clinics in secluded rural villages, The Red Cross has performed medical procedures that have improved and saved countless lives.*

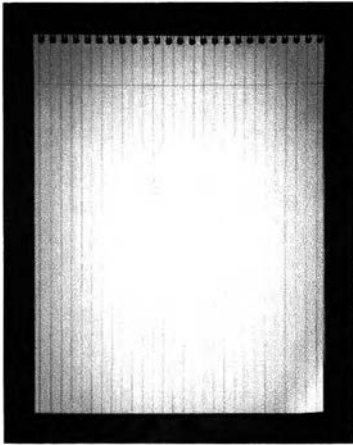
Client *AMS Air Mercy Service.*

	<p>Copy <i>RO_ERT. Many people need blood B to keep living.</i></p>
	<p>Client <i>Blood Center HPS.</i></p> <p>Copy <i>End third world debt. A radical statement. Excerpt from the long copy: Wear your chain and let the whole world know you care about the Third World. We are not asking you to pierce your body with it (after all, it's not hypo-allergenic) but you can still make a statement by wearing it on your clothing. Order your chain today and wear it with pride.</i></p>
 <p style="text-align: center;">Tiere sind kein Spielzeug. </p>	<p>Client <i>Christian Aid.</i></p> <p>Copy <i>Barks for real! Dog. Your perfect playmate. Super cuddly! Alive. Animals are not toys.</i></p> <p>Client <i>Tierschutzverein Berlin.</i></p>



Copy *You won't see them. The cold will. Donate warm clothes. Donate warm clothes to the homeless.*

Client *Agazal*



WHEN YOU STRUGGLE TO READ AND WRITE, WORDS CAN'T DESCRIBE IT.
Incredibly, 5 million Canadians have serious problems with reading, writing and math. You can help. To learn more, visit www.abc.canada.org or call 1 800 303 1004

Copy *When you struggle to read and write, words can't describe it. Incredibly, 5 million Canadian have serious problem will reading, writing and math. You can help. to learn more. Call 1 800 30 1004*

Client *ABC Canada Literacy Foundation.*



Copy *Can't stand straight? Still have your own special value. Except bodycopy: Heep Hong Society strives to provide suitable guidance and training to children suffering from cerebral palsy...*

Client *Heep Hong Society.*



Copy *WHY NOT? If more minorities got involved in advertising, it would show consider a career in the field. To lerrn about classes or scholarship opportunities contact the strive media institute at 414-374-3511*

Client *Strive Media Institute*



Copy *Raymond Barnes, convict (three meals a day, shelter, education opportunities) Larry Berezanski, homeless*

Client *First United Mission.*



Copy *Attack. No bar or bolt can keep this attack out of home. Asthma. Asthma fears nothing. It has already reched 26 million. to stop the epidemic, call 1-800-LUNG-USA.*

Client *American Lung Association.*



Copy *Employee of the month - Copy excerpt : In Germany alone, 42 million chickens vegetate in hen batteries. Their job: to provide between 25 and 35 eggs per month. Those that don't make it are turned into chicken soup or chicken liver sausage ... Those that do make it are turned into chicken soup or chicken liver sausage after a couple of months.*

Client *Noah.*



Copy *I've got pints of love juice for your sofa*

Client *Friends of Animals.*



THINK ABOUT
WHAT THE VICTIM
LOOKS LIKE.
STOP THE TORTURE!
SUPPORT US.



Copy *P.O. Policeman 39 years Hungary Think about what the victim looks like. Stop the torture! Support us.*

Client *Amnesty International.*



Copy *Getting a ticket, appreciated by Sophie, who was revived after a heart attack on 31.02.01. Value Life. Do a red cross first aid course. Value life. Do a Red Cross first aid course. Call 1300 367 428*

Client *Australian Red Cross*



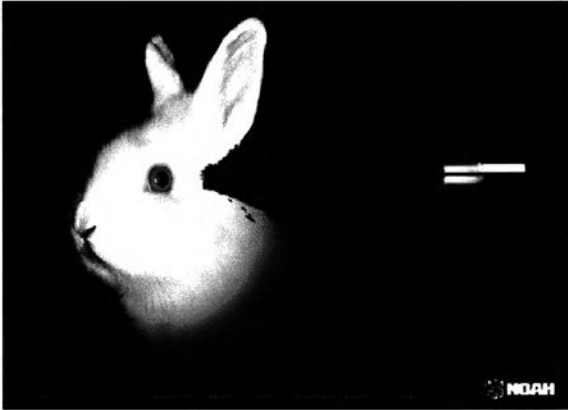
Copy *Softball. My anti-drug.*

Client *Partnership for a Drug-Free America*



Copy *Cancer. Heart attack. Failed math. There are million reason feel alone in this world. Need of them worth dying for Call us if you want to talk We're teenagers too. We'll listen.*

Client *Samariteens*



Copy *Only buy cosmetics that are not tested on animals.*

Client *Noah.*




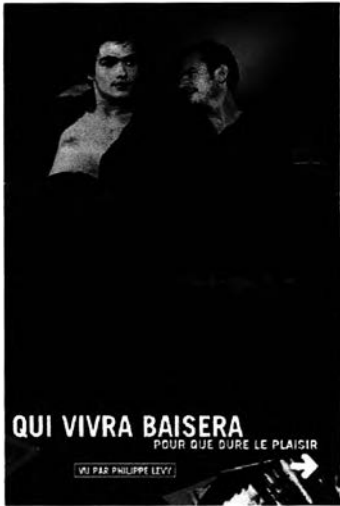

Copy *Ever consider that it was you who jumped out in front of him?*

Client *Muir Heritage Land.*



Copy *Make it positive.*

Client *Spanish Red Cross.*

	<p>Copy <i>Mountain Lake 1917. Together with communities, businesses and people like you, we preserve precious places around the world. As they were. As they are. As they will be. Forever.</i></p>
	<p>Copy <i>Those who will live will kiss (or "will fuck". The French "baiser" means both "to kiss" and "to fuck".).</i></p>
	<p>Copy <i>Some little girls get introduced to knitting needles long before they're ready. 7 of 10 Indian are performed because the foetus is female. End the...</i></p>
	<p>Client <i>The Financial Express.</i></p>



Copy *Rightist violence is like a fire burning out of control. Don't just stand there watching.*

Client *Aktion Weltoffenes Deutschland.*



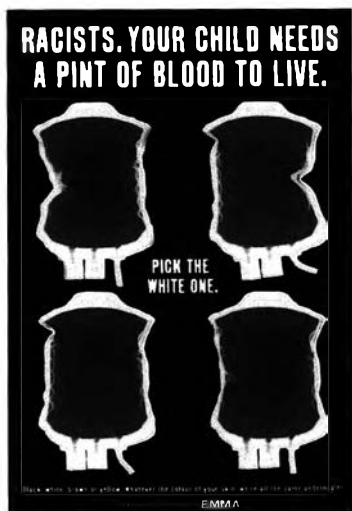
Copy *wwwhere?*

Client -



Copy *Heart disease. Britain's biggest killer.*

Client *British Heart Foundation.*



Copy *Racists. Your child needs a pint of blood to live. Pick the white one. Black. White. brown or yellow. Whatever the color of your skin, we're all the same underneath.*

Client *Emma.*





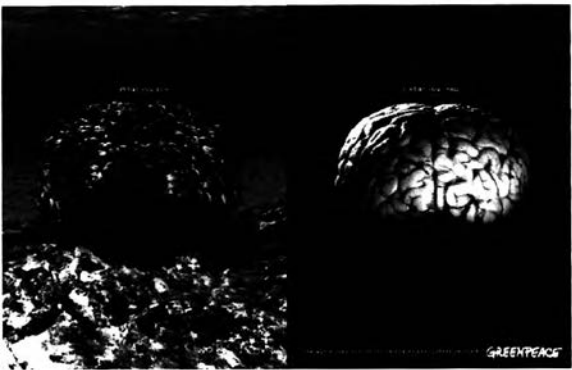
Copy *Buy Acao Comunitaria's Xmas Cards. And help us provide shelter for thousands of needy children.*

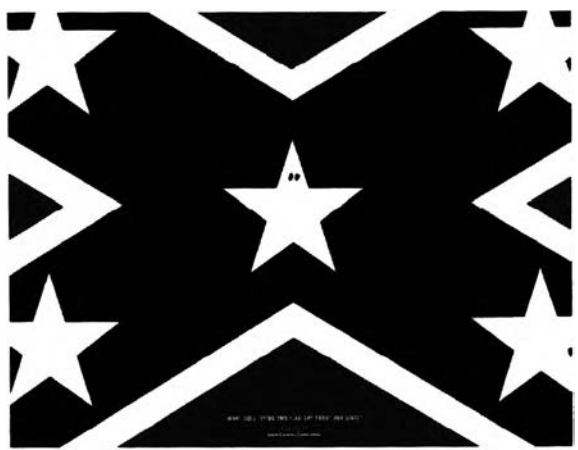
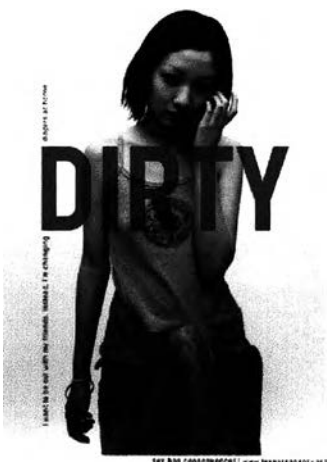

Client *Acao Comunitaria do Brasil.*



Copy *You don't like smoking chimneys? Well, don't be like one yourself.*

Client *Chinese Government.*

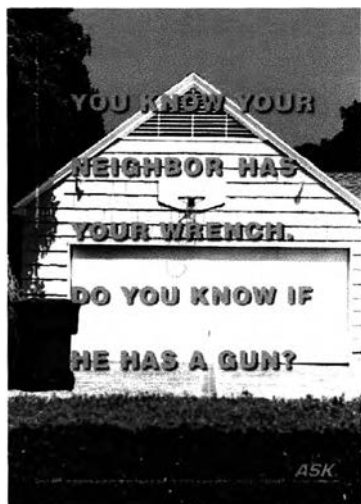
	<p>Copy -</p>
	<p>Copy <i>To meet your new, best friend call: 816 761 8151.</i></p>
	<p>Copy <i>What you sow, is what you reap. One way-or another, pollution affects you. Defend yourself.</i></p>
	<p>Client <i>Greenpeace.</i></p>

	<p>Copy <i>What does flying this flag say about our state?</i></p>
	<p>Client NAACP.</p> <p>Copy <i>I want to be out with my friends. Instead, I'm changing dirty diapers at home. Sex has consequences.</i></p>
	<p>Client <i>National Campaign to Prevent Teenage Pregnancy.</i></p> <p>Copy <i>Road Kills.</i></p> <p>Client <i>Sueb Nakhasathien PESF.</i></p>



Copy *Very few crime reports start with "The suspect, a former cub scout, was last seen...". Cub Scout enrollment is here.*

Client *Boy Scouts of America.*




Copy *You know your neighbor has your wrench. Do you know if he has a gun. Over 40% of homes with children have a gun. Is there a gun where you child play?*


Client *Ask.*







Copy *What will you do when a smack stops working? Hitting children must stop FULL STOP. It's simple enough for a child to understand.*




Client *NSPCC*


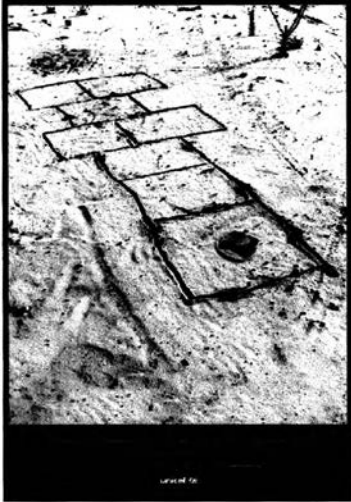

	<p>Copy " I wish you peace." Said Mak the rabbit. His friends gave him drug. Now he can't kick the habit. Tell your children there's never happy ending in drug abuse.</p>
	<p>Client NCADA.</p>

	<p>Copy Do you really believe that the antics of circus animals builds on their natural behaviour?</p>
	<p>Client Noah.</p>

	<p>Copy -</p>
	<p>Client Red Means Stop Coalition.</p>

	<p>Copy ชัยชนะของคนรักป่า ผู้ทุ่มเทอยู่กับป่ามาทั้งชีวิต ชาวบ้านป่าดงใหญ่ จ.อำนาจเจริญ กับรางวัลยอดเยี่ยม การประกวดป่าชุมชน ปี 2544</p>
	<p>Client Electric City Generating Puplic.</p>
	<p>Copy -</p>
	<p>Client Praha Zoo.</p>
	<p>Copy Give London back its trees.</p>
	<p>Client Trees for London.</p>

 <p>CIGARS WEREN'T HANDED OUT THE DAY PETER WAS BORN</p>	<p>Copy <i>Cigars weren't handed out the day peter was born.</i></p>
 <p>To the dengue mosquito, this is a water bed.</p> <p>Comunidade</p>	<p>Copy <i>To the dengue mosquito, this is a water bed. Don't let the dengue mosquito reproduce. Get rid of standing water.</i></p>
	<p>Copy <i>It's hard to live with a reputation that gets you killed.</i></p>
	<p>Client <i>Sanctuary Plus.</i></p>

	<p>Copy <i>Be careful what you light.</i></p>
	<p>Copy <i>There are more than 115 million landmines in 68 countries around the world. Another 100 million are stockpiled and waiting to be planted. Each month 2000 innocent people are killed or maimed by landmines. 30-40 percent of those are children. You can help stop it. Join the campaign to rid the world of landmines.</i></p>
<p>Considering how many adults can't handle alcohol, what makes you think your teenage can?</p> 	<p>Copy <i>Considering how many adults can't handle alcohol, what makes you think your teenage can?</i></p>
	<p>Client <i>Missouri Division of Highway Safety.</i></p>



Copy *Substance abuse treatment waiting area. Have a seat someone will be with you eventually. Treatment works but the wait is often weeks too long, time enough to lose will To die. Please support substance abuse treatment through the unitrd way and project lift Find out at Projectlift.org*

Client *United Way.*



Copy *You will always be remembered for the last think you do*

Client *Transplan Fondation.*



Copy *In the sun. it's the little ones that face the biggest risk.*

Client *ADP e.V/Deutsche Krebshilfe.*



Copy "River without chemical run-off".

Client Env. Law & Policy Center.






Copy MS is cruel. you never know which part of your body it will shut down next. For month you can have no systems at all, then suddenly you're wetting yourself. you have no idea when you'll get any control back. If ever. Or if there's even worse to come. The only thing that's certain is that without your donation, we will never discover a cure. Please give now on 0800 100 133. We need you money. Please don't switch off.


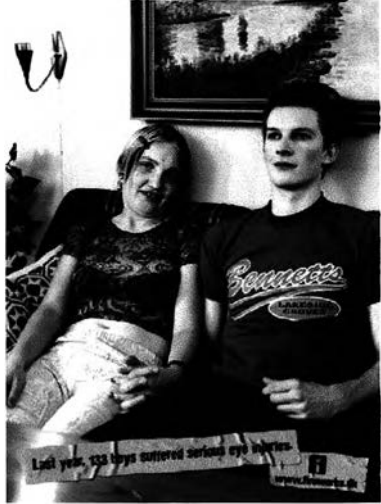

Client Multiple Sclerosis.



Copy Bring someone back to life
Donate Organs 2587 6111

Client Brazilian Surgeons Association.

 <p>A black poster with the text "HAPPY NEW YEAR Afghanistan" in a stylized, metallic font. The word "HAPPY" is stacked above "NEW", which is above "YEAR". "Afghanistan" is written in a cursive script below. Several stars of varying sizes are scattered around the text. At the bottom, the website "WWW.NOVIS.NL" is visible in a small box.</p>	<p>Copy <i>Happy New Year Afghanistan.</i></p>
 <p>A poster featuring a close-up of a woman's face. Below the image, there is a list of times and corresponding text: "2:00 p.m. - Leonard Sherry's IQ was only 54." and "2:22 p.m. - Realized the insignificance of IQ tests." Below this is a small cartoon illustration of two figures, one larger and one smaller, with the text "BEST BUDDIES" above them. At the bottom, there is a line of text: "It's not about being better than someone else. It's about being there for someone who needs you." followed by "www.bestbuddies.org".</p>	<p>Copy -</p>
 <p>A black and white photograph of a person's hand holding a long, thin, braided object, possibly a piece of fabric or a traditional item. The background is dark. At the bottom left, there is text: "How will Ariel ever get this clean? Stop the occupation of the Palestinian." Below the image, there is a line of text: "Stop the occupation of the Palestinian territories." followed by "www.acteplatformpalestina.org".</p>	<p>Copy <i>How will Ariel ever get this clean? Stop the occupation of the Palestinian.</i></p>
	<p>Client <i>Acte Platform Palestina.</i></p>

	<p>Copy <i>We'll take anything.</i></p>
	<p>Client <i>United Way .</i></p>
	<p>Copy <i>Not all kids want the same thing for Christmas.</i></p> <p>Client <i>Covenant House.</i></p>



Copy *A flood.*

Client *The Samaritans.*



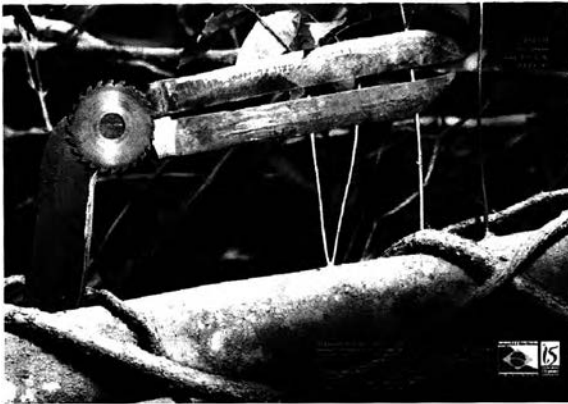
Copy *Trees generate oxygen. One forest produces enough daily for 18 people. to help us plant more of them.*

Client *Tree Utah.*



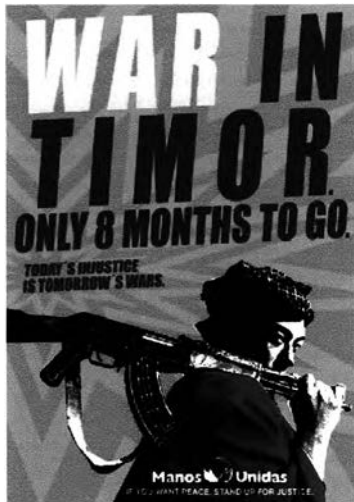
Copy -

Client *Unicef.*



Copy *Don't let this species keep destroying our forests.*

Client *Fundacao Pro Mata Atlantica.*



Copy *War in Timor only 8 months to go. Today's injustice is tomorrow's wars. If you want peace. Stand up for justice.*




Client *Manos Unidas.*



Copy *For over 3,000 men in Charlotte. This is reality. That's why we not only provide a roof over their heads, but also transitional living mental health and substance abuse programs to help them. To make a donation please call 704 334 3187.*

Client *Uptown Men's Shelter of Charlotte.*

	<p>Copy <i>The greenhouse effect is heating up the planet. It's time to act now.</i></p>
	<p>Client WWF.</p>
	<p>Copy <i>Minefield. - Visit the refugee camp in the middle of Oslo Campaign for an exhibition put on by Medecins Sans Frontieres.</i></p>
	<p>Client <i>Medecins Sans Frontieres.</i></p>

	<p>Copy <i>Don't let life become dust. Be an Organ donator. Register yourself in Post Office agency and let you family know. Because life goes on.</i></p>
	<p>Copy <i>Dream : photographer. Reality : poster boy. Malnutrition, famine and war can turn ambition into a pipedream. Unfortunately it's an every day reality for millions of refugees worldwide. Experience it for yourself Nathan Phillips Square. October 11-15.</i></p>
	<p>Copy <i>Medicine Shouldn't be a luxury. Someone dies every 2 minutes because they're denied access to essential medicines.</i></p>
	<p>Client <i>Medecins Sans Frontieres</i></p>



Copy *Drunk driving kills. A road safety message brought to you by Singapore Petroleum Company.*

Client *Singapore Petroleum Company*



Copy *Claustrophobia helpline : 01952 590545*

Client *No Panic.*



Copy *Life is beautiful - if you don't look too closely. (It's so easy to overlook: Throughout the world, 250 million children are victims of forced labor. UNICEF is fighting it. More information at: www.unicef.de).*

Client *Deutsches Komitee fuer UNICEF.*



Copy *You are invited. - Help the "Frankfurter Tafel". (A charity that provides food for the homeless and poor.)*

Client *Frankfurter Tafel.*



Copy *Beware! You can be chased through the city, because of the color your eyes.*



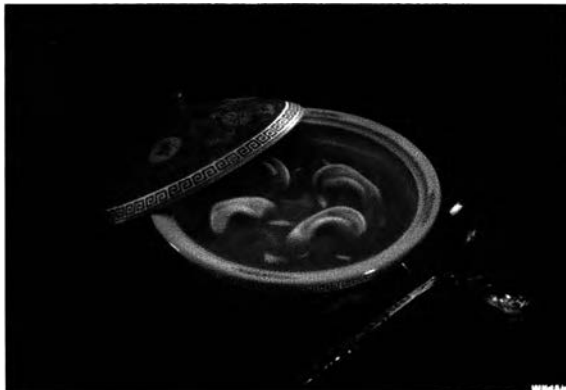
Client *Netz gegen Rechtsextremismus.*










Copy *The games of Beijing. With Tibet.*




Client *GSTF.*

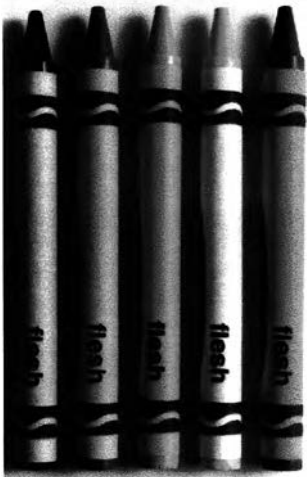

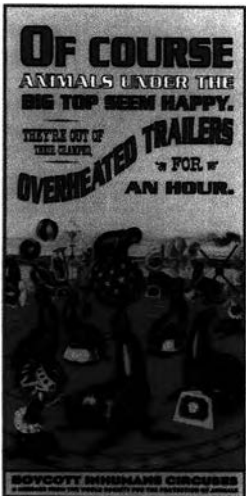
	<p>Copy <i>People are fascinating People can be fascinating, mystifying, rewarding They're never boring Social work is work with people, it's that simple and that complicated to find out more about training to be a qualified social worker call for a career booklet on 0845 604 6404</i></p>
	<p>Copy <i>Can Walk</i></p>
	<p>Copy <i>อะเมซิ่งไทยแลนด์อย่างปลอดภัย สวมถุงยางอนามัยก่อนเที่ยว</i></p>
	<p>Client <i>บริษัท รุ่งโรจน์ทิวร์ ทราเวล เซ็นเตอร์ จำกัด</i></p>




	<p>Copy <i>Let's celebrate the 26th anniversary of tanning salons.</i></p>
	<p>Client <i>Deutsche Krebshilfe.</i></p> <p>Copy <i>ถ้าคุณอยากตาย เราช่วยคุณได้ สมาพันธ์สายด่วนช่วยชีวิต โทร.249-9977</i></p>
	<p>Client <i>สมาคมสมาพันธ์แห่งประเทศไทย.</i></p> <p>Copy -</p>
	<p>Client <i>เจ วอลเตอร์ ออมสัน</i></p>


	<p>Copy กรุณาอ่านให้จบ ถ้าคิดว่าคุณไม่ค่อยมีเวลา.</p>
 <p>เคยสงสัยไหมว่า ลูกคุณเรียนอะไรบ้าง ที่โรงเรียน ช่วยสนับสนุน 200 เขตพื้นที่การศึกษาสำคัญของ การปฏิรูปการศึกษาไทย.</p>	<p>Client บริษัท ไทยยูเนียนไฟรเซนโปรดักส์ จำกัด.</p>
	<p>Client สำนักงานปฏิรูปการศึกษา.</p>
	<p>Copy บ้านเก่าหายไป บ้านใหม่... ยังไม่ชอบ ท่องเที่ยวทั่วไทย ไปอย่างมีสำนึก ช่วยกันรักษานแหล่งท่องเที่ยวไทย คงความสวยงามของธรรมชาติไว้ เอากลับไปแต่ความทรงจำ.</p> <p>Client การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.</p>

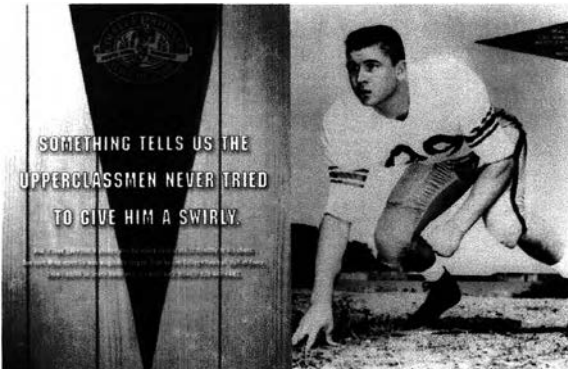
	<p>Copy ป่าแห่งหนึ่งมี... มี... มี... แล้วก็มี... คุณว่าป่าแห่งนี้มีสัตว์กี่ตัว</p>
	<p>Client มูลนิธิช่วยชีวิตสัตว์ป่าแห่งประเทศไทย.</p>
	<p>Copy ผมส่งเสียงดัง... ผมกินข้าวข้า... ผมทำน้ำหนัก... ฯลฯ</p> <p>Client ธนาคารกสิกรไทย จำกัด</p>
	<p>Copy ไม่อยากคิดถึงทั้งชีวิต.</p> <p>Client แกล็กโซ สมิทไคลน์.</p>

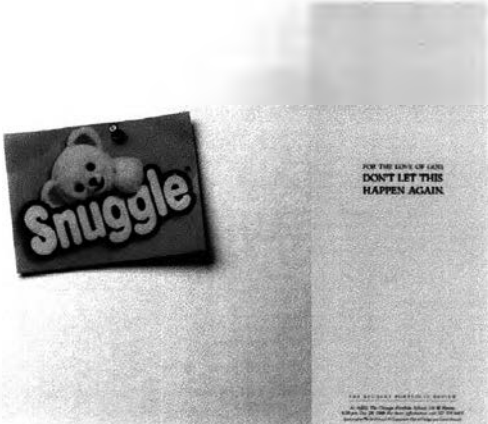
	<p>Copy <i>Just a normal day when drink driving is just normal.</i></p>
	<p>Client สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.</p> <p>Copy <i>พ่อทุกสถาบัน คนดีๆ เค้าไม่ทำลายบ้านเมือง.</i></p>
	<p>Client บริษัท เชนทรัล พัฒนา จำกัด.</p> <p>Copy <i>Solid wood furniture. Lovingly crafted from the finest materials.</i></p> <p>Client <i>Urban Home.</i></p>

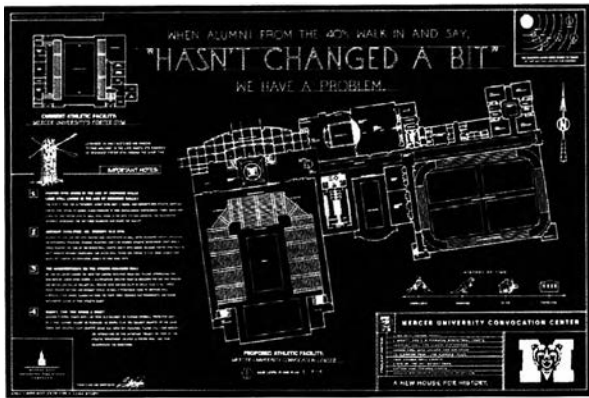
 <p style="text-align: center; font-size: small;">PHOTOGRAPHY ANTI-BIAS TASK FORCE - 610-267-1324</p>	<p>Copy <i>Flesh.</i></p>
<p style="text-align: center;">NO WONDER OUR BOMBS ARE SMARTER THAN OUR STUDENTS.</p> 	<p>Copy <i>No wonder our bombs are smarter than our students. \$276 Billion for Pentagon. \$30 Billion for Education. Move our money call 1-603-223-9738</i></p>
	<p>Copy <i>Of course animals under the big top seem happy. They're out of their cramped, overheated trailers for an hour.</i></p>
	<p>Client <i>World Society for the Protection of Animals.</i></p>

	<p>Copy <i>Newspaper. Blanket. Please call to make a donation because some people don't have the choice.</i></p>
	<p>Client <i>Auckland City Mission.</i></p> <p>Copy <i>In two week. their eyes will open to a world even darker than the one from which they've just emerged.</i></p>
	<p>Client <i>Mission: Wolf.</i></p> <p>Copy <i>Those who destroy forests don't only kill trees.</i></p>
	<p>Client <i>Foundation S.O.S Mata Atlantica.</i></p>

	<p>Copy <i>Art for children.</i></p>
	<p>Client <i>MASP Sao Paulo Museum of art.</i></p>

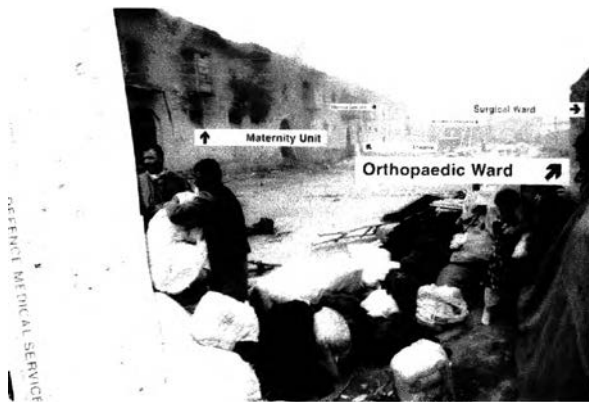
	<p>Copy <i>Something tells us the upperclassmen never tried to give him a swirly. And if they gave him a pledge pin, he would have stuck it directly to his chest. See Iron Mike when he was originally forged. Stop by the college Football Hall of Fame. Take 1-80/90 to South Bend exit 77 south. Go 2 miles. 1-800-440-FAME.</i></p>
	<p>Client <i>Collage Football Hall of Fame</i></p>

	<p>Copy <i>Snuggle. For the love of god. Don't let this happen again.</i></p>
	<p>Client <i>Ad Ed.</i></p>



Copy *When alumni from the 40's walk in and say "Hasn't changed a bit" we have a problem.*

Client *Mercer University*



Copy *Maternity Unit. Orthopaedic Ward. Theatre. Surgical Ward.*

Client *COI/The Army Defence Medical Services.*



Copy *You must be this tall to be legally assaulted in this country. Section 43 of the criminal code has been used to defend parents who beat their children*

Client *Pepeal Section 43.*



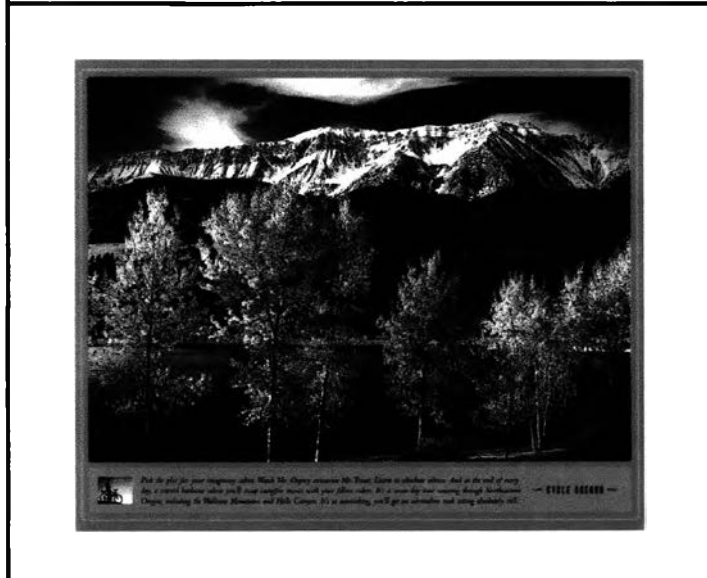
Copy *Issued on the occasion of World Aids Day*

Client *Tarshi.*



Copy *Stop land mines. In spite of all the international bans. Antipersonnel mines continue to mutilate and kill. Help up put an end to this folly. Support one of the many aid organization.*

Client *International Committee of Red Cross.*



Copy *Slowest one wins.*

Client *Cycle Oregon.*



Copy *Absolute Cirrhosis*

Client *Alcoholics Anonymous.*




Copy *A message from the rainforest.*

Client *Worldwide Fund for Nature.*



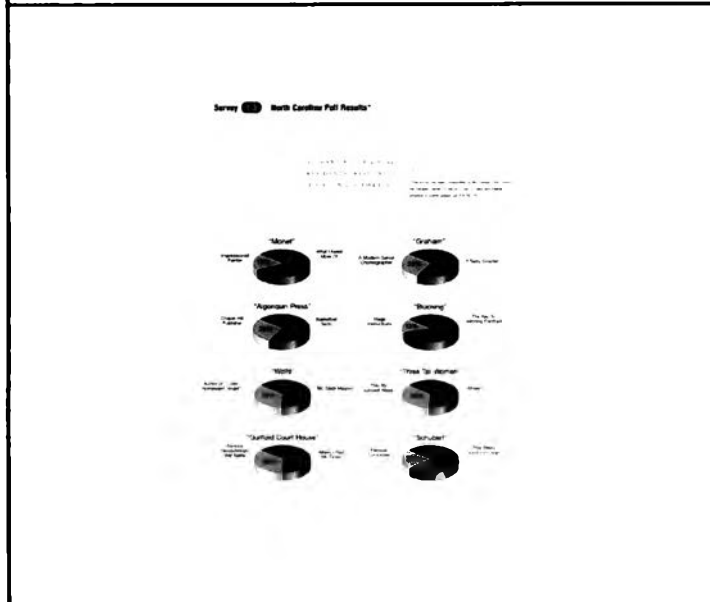
Copy *Pray that donations are all you ever send to our camp. Camp chrysalis aids retreat. For donation or information call 1 905 579 8482*

Client *Camp Chrysalis*



Copy *Clinically proven to give you grottier looking skin. There's certainly one product that guarantees fast effective results when it come to skincare: every cigarette contains special active ingredients calls "Toxins" that constrict blood vessuts. Starve your skin of oxygen and remove the lingering trace of a healthy complexion. In fact, the only thing growing about your face will be the cigarette end.*

Client HEA.




Copy *Releige / little / theatre. "Where north carolina gets its culture".*

Client Raleigh Little Theatre.



Copy *Protect your child from the outside world with...a plastic bubble.*

Client *Leap Partnership / Chicago*



Copy *Back of the bus. Ma'am. Our state flag says a lot about Georgia.*

Client *Coalition to Change the Flag.*



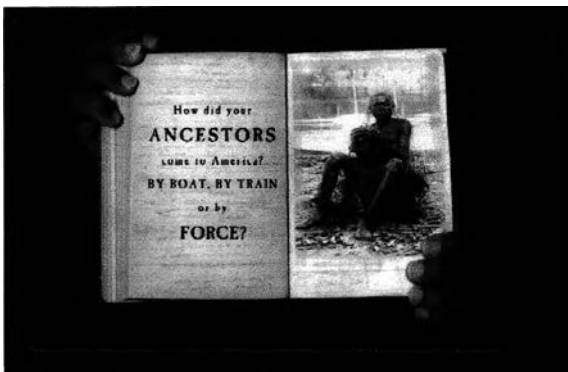
Copy *The Los Angeles Dance Invitational. Friday, April 9 at 8 P.M.*

Client *Gay & Lesbian Center.*



Copy *Where will your child end up in an accident? Buckle up your child. Always.*

Client *Traffic Police.*



Copy *How did your ancestors come to America? By boat. By train or by Force? During the long trip from Africa to America the slaves were forced to live in spaces the size of coffins. And for many, these spaces became just that. Visit the Museum of African American History and find out what really happened.*

Client *The Museum of African American History.*



Copy -

Client *Foundation SOS Mata Atlantica.*



Copy *Heart line. Life line. Career line.
Help line.*

Client *Deutsche Krebshilfe*



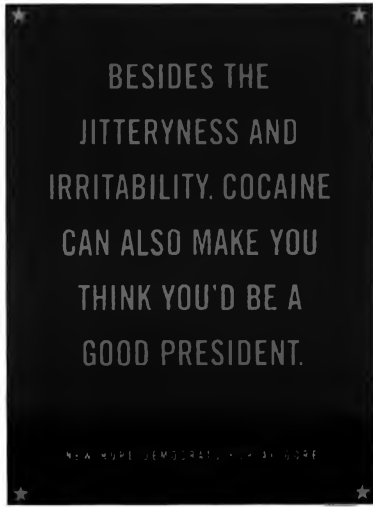
Copy *The real picture was too horrific
to show.*

Client *Amnesty International.*



Copy *\$ 200,000. Inclusive of chemo-
therapy.*

Client *Smoke free Singapore.*



Copy *Besides the jitteryness and irritability, cocaine can also make you think you'd be a good president. New Hope Democrats for Al Gore.*

Client *New Hope Demodrats For Al Gore.*



Copy -

Client *St. John Ambulance.*



Copy *What made hurley's images unique was that they weren't pried from Cold, Lifeless fingers.*

Client *Burke Museum of Natural History & Culture*



Copy *Thanks to modern science 17 innocent people have removed from death row. Thanks to modern politics. 23 innocent people have been removed from the living.*

Client *ACLU.*






Copy *No race, creed or religion should endure the ridicule faced by Native Americans today. Please help us put an end to this mockery and racism, by visiting www.ncai.org or calling (202)466-7767.*

Client *National Congress of American Indians.*



Copy *The Largest part about caring for someone with Alzheimer's is remembering that you are only human.*

Client *Alzheimers Association.*

<p style="text-align: center;">DON'T VOTE.</p> 	<p>Copy <i>Don't Vote. Things are perfect just the way they are.</i></p>
	<p>Copy <i>In hostile territory, surrounded by the enemy, armed with a coconut.</i></p>
	<p>Copy <i>02-70603263. For a breast test call us.</i></p>
	<p>Client <i>Lega Per La Lotta Contro I Tumori (Cancer League).</i></p>

Client *Williamette Week / BPN.*

Client *John F. Kennedy Library Foundation*

Client *Lega Per La Lotta Contro I Tumori (Cancer League).*



TOYS: A PLAYFUL JOURNEY. INTERACTIVE EXHIBITS FILLED WITH TOYS AND GAMES FROM THE 1840s TO PRESENT. NOVEMBER 19, 2000 - JUNE 10, 2001. CALL 404 814 4000 OR VISIT US @ WWW.ATLANTAHISTORYCENTER.COM ATLANTA HISTORY CENTER

Copy *Proof that toys actually existed before happy meals. Toys : A playful journey. Interactive exhibits filled with toys and games from the 1840s to present. Noember 19, 2000 - June 10, 2001 call 404 814 4000*

Client Atlanta History Center.



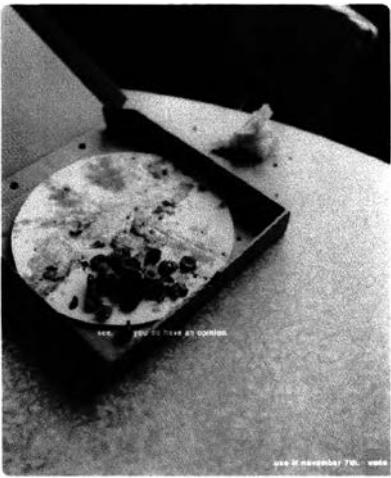
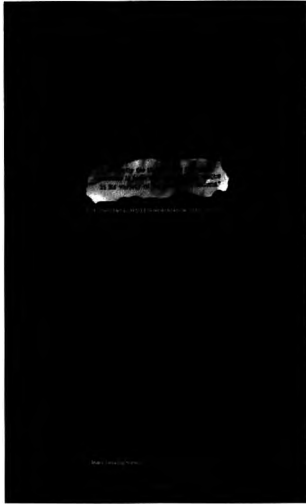
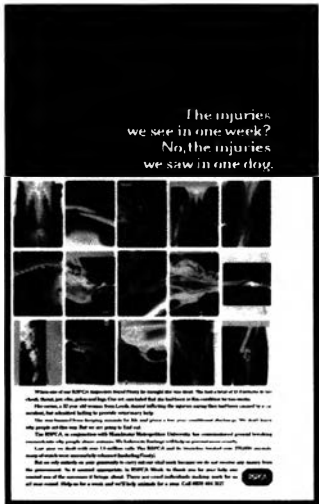
Copy *Become a maid in Singapore and become part of family.*

Client Samaritans of Singapore.



Copy *Send this coupon or call 902 199 133 for more information.*

Client Amnesty International.

	<p>Copy See... You do have an opinion. Use it november 7th. VOTE.</p>
	<p>Copy Happily for the tobacco industry, nicotine is both habituating and unique in its variety of psychological action. R.J.R Confidential Research Memorandum April 14th, 1972</p>
	<p>Copy The injuries we see in one week? No, the injuries we saw in one dog.</p>
	<p>Client RSPCA</p>



Please give to the United Negro College Fund. Call 1-800-100-UNCF today or visit www.uncf.org

Copy *A mind is a terrible thing to waste. Please give to the United Negro College Fund.*

Client *United Negro College Fund.*



Copy *Cloning. How is it done? What are the implications? And is it Right.*

Client *The Science Museum.*


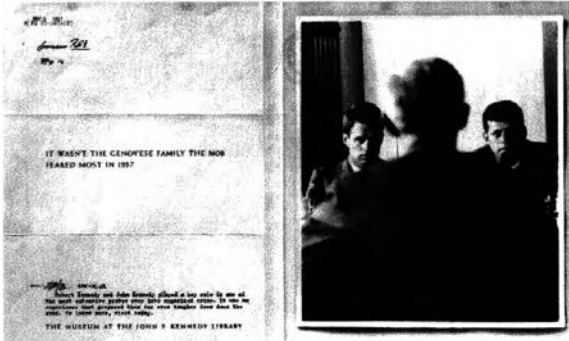



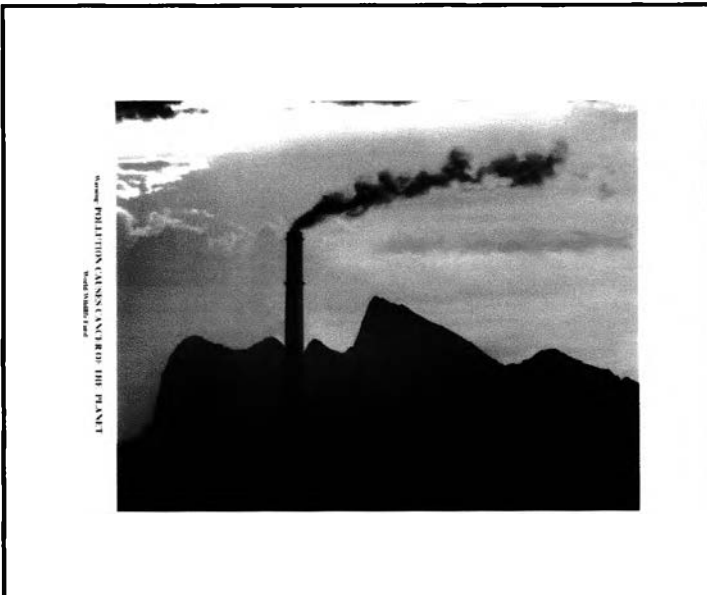
If cold, wet, hungry and scared is what thousands of kids run away to, imagine what they run away from.

Tonight, kids will be wandering the streets, amongst pushovers, pushers, pickpockets, never a policeman when you need one, prostitutes, pervers and pimps. They'll scavenge for food and beg for money. Then they'll try and find a doorway that someone hasn't pissed or puked in, where they can wait for the morning. And that's their idea of being safe. Safer than houses. Because their house is where they were sexually abused, and threatened with what would happen if they ever dared tell anyone about their little secret. Or their house was where they were beaten, not smacked. Punched. Beaten the crap out of. They're not stupid. They know that running away is no adventure. But they will never go home. One in three of these attempts suicide. Those that fail are in and out of care until they're old enough to stay out. It's how a lot of young people end up living rough. The Big Issue Foundation knows that helping them isn't merely about getting a roof over their heads. We also have to understand what's going on in their heads. So what is it that can make someone who brags almost no one trust us? We never push. And we're not out to reach any targets. If anyone decides to sell The Big Issue it's because they need the cash, and The Big Issue is pretty much the only legal way they can earn it. When they collect the magazines, they become aware that The Big Issue Foundation offers support for drink and drug addictions, advice and training for jobs, and of course, help with accommodation. But there's no pressure on anyone to take it. If someone does want to change their life, then they have to do it themselves, but NOT by themselves.

Copy *It cold, wet, hungry and scared is what thousands of kids run away to. imagine what they run away from.*

Client *The Big Issue Foundation.*

	<p>Copy <i>Baby care. Feed her. Warning! Everyday a child dies because of malnutrition 0-800-THANKS.</i></p>
	<p>Client <i>Conin (Malnutrition Fighting Association).</i></p>
	<p>Copy <i>It wasn't the genovese family the mob feared most in 1957.</i></p>
	<p>Client <i>John F. Kennedy Libraly Foundation</i></p>
	<p>Copy <i>No war. No Aids. No Poverty. No drug abuse. No caste system. No corruption. No pollution. No overpopulation. No nuclear weapons. And people call them uncivilised.</i></p>
	<p>Client <i>Survival International.</i></p>



Copy *Warning : Pollution cause cancer of the planet.*

Client *WWF ITALIA ONLUS.*



Copy *Be Creative*

Client *Boston Fund For The Arts (BARBER).*



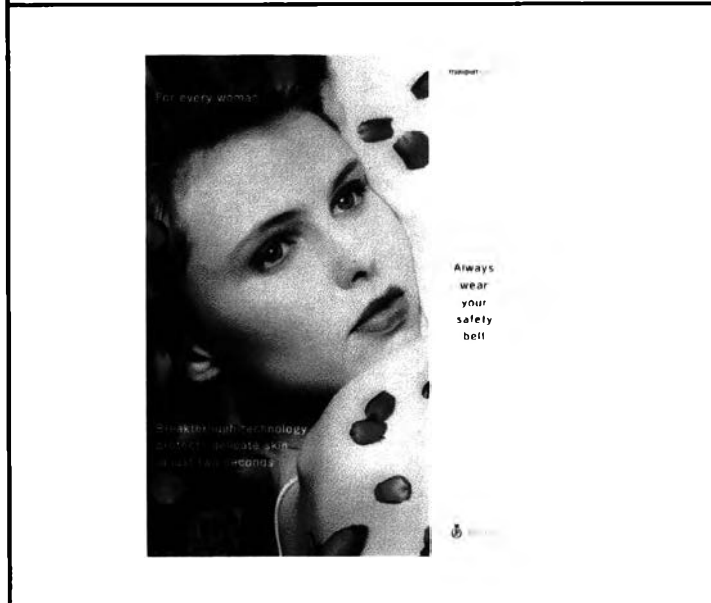
Copy *At 0630 on June 6, 1944. The men of the 116th discovered that hell had coordinates.*

Client *National D-Day Museum.*



Copy *For a hopeless statistic they look so real and lifelike. The Bill & Melinda Gates Foundation is proud to support the global alliance for vaccines & immunization.*

Client *Bill & Melinda Gates Foundation.*




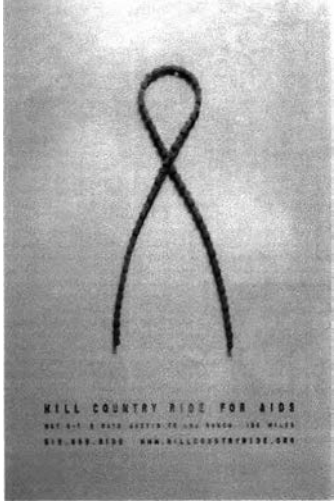

Copy *For every woman. Breakthrough technology protects delicate skin in just two seconds. Always wear your safety belt.*

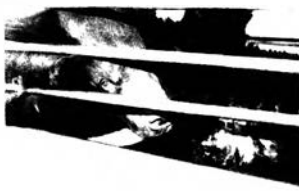
Client *Land Transport Safety Authority.*





Copy *Dustin, Ocean Beach, California. Cigarette smoke contains 101 poisons. That 100's more than rat poison.*


Client *American Legacy Foundation.*


 <p><i>Lawyer Teacher Cancer</i></p>	<p>Copy <i>Lawyer. Teacher. Cancer</i></p>
 <p>HILL COUNTRY RIDE FOR AIDS MAY 6-7 2 DAY AUSTIN TO LBJ RANCH 125 MILES 800.889.8150 WWW.HILLCOUNTRYRIDE.ORG</p>	<p>Copy <i>Hill country ride for Aids May 6-7 2 day Austin to LBJ Ranch 125 miles</i></p>
 <p>WINTER X GAMES</p>	<p>Copy <i>Do Not Drink Gasoline. Winer X Games</i></p>
	<p>Client <i>ESPN.</i></p>


	<p>Copy <i>Before they kill them, they make them wish they were dead.</i></p>
	<p>Client <i>Acres.</i></p>

	<p>Copy <i>"The Burma Railway will be completed on time regardless of how many white men die in the process. Your lives are not important".</i></p>
	<p>Client <i>Changi Museum.</i></p>

	<p>Copy -</p>
	<p>Client <i>Ocean Environment.</i></p>

	<p>Copy <i>Malaysian Nature Society. Sixty Only. Sepia Pharaonis (right) accepting cheque on behalf of the Malaysia Nature Society which is studying the diverbosity of its breeding grounds in the Tioman Archipelago.</i></p>
	<p>Client <i>Malaysian Nature Society.</i></p>

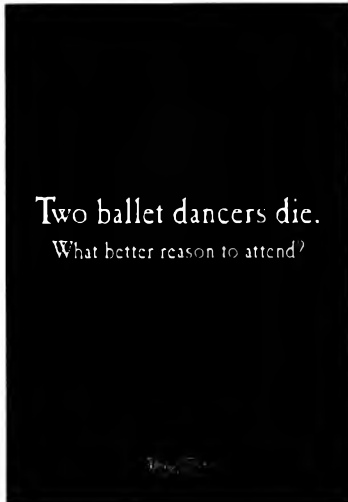
	<p>Copy <i>Dodge Van 1988. Electric blue. great people mover. seat 12. 6 of which were killed after drive left road at 75kph trying to beat the holiday rush . the Faster You Go. The Bigger The Mess.</i></p>
	<p>Client <i>Land Transport Safety Authority</i></p>

	<p>Copy <i>Caused by overcooked spaghetti.</i></p>
<p>Partnership Against Domestic Violence • 404-873-1766</p>	<p>Client <i>The Partnership Against Domestic Violence.</i></p>



Copy *Coma. Aids Car crash. Drown in Vomit. Jail.*

Client *Georgia Tech.*



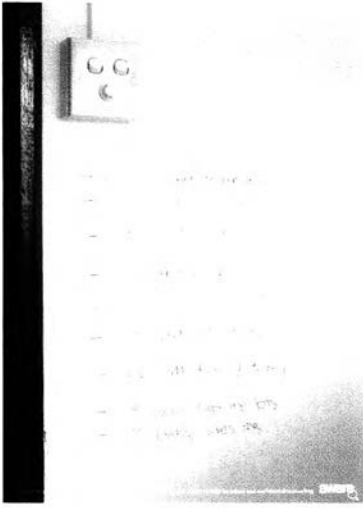
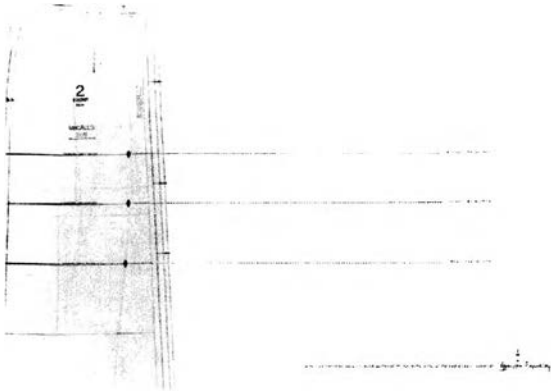
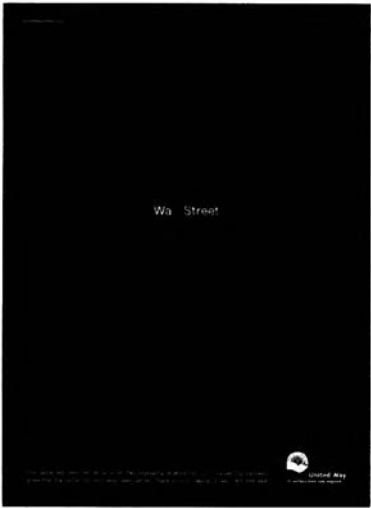
Copy *Two ballet dance die. What better reason to attend?*


Client *Atlanta Ballet.*




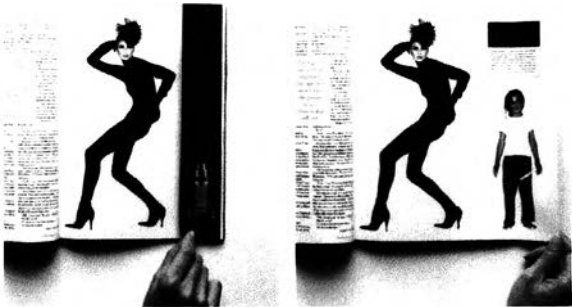
Copy *As many as 40 sharks are killed for every Chinese wedding. Give the sharks a chance. Give up sharks fin soup.*

Client *Sea Shepherd Conservation Society.*

	<p>Copy <i>If you or anyone you know is suffering from incest, help is available.</i></p>
	<p>Copy <i>R10,000 Per Month. R5,000 Per Month. R1,500 Per Month. How she dresses should have nothing to do with how much she earns. Support.</i></p>
	<p>Copy <i>Wa Street. Our nation will never be the same. Yet the outpouring of generosity and courage that followed prove that our nation has also never been better. Thank you for helping us help.</i></p>
	<p>Client <i>United Way.</i></p>

 <p>Before After</p>	<p>Copy <i>Before. After. To pass on you vision to the next generation. call 1919</i></p>
	<p>Client <i>Tarun Mitra Mandal Eye Donation Movement.</i></p>

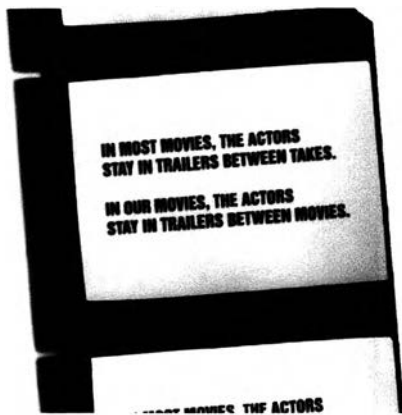
	<p>Copy -</p>
	<p>Client <i>Save the Children.</i></p>

	<p>Copy <i>Forgive us. We had to pretend this was a perturb ad to get you attention.</i></p>
	<p>Client <i>Project Take Part / Iguatemi Mall.</i></p>



Copy Which would you rather lose?
 a. Control over your daughter's reproductive decisions b. Your daughter.

Client American Civil Liberties Union




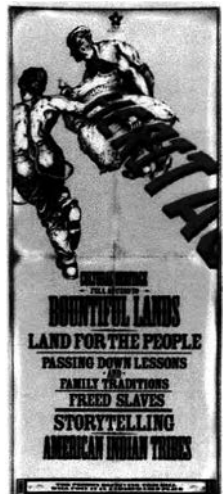

Copy In most movies, the actors stay in trailer's between takes. In our movies, the actors stay in trailers between movies


Client Dahlonega Film Festival.




Copy Undetected, it will kill 1 out of every 5 afflicted women. Call.....today to find out more about regula screening. It could save your life.

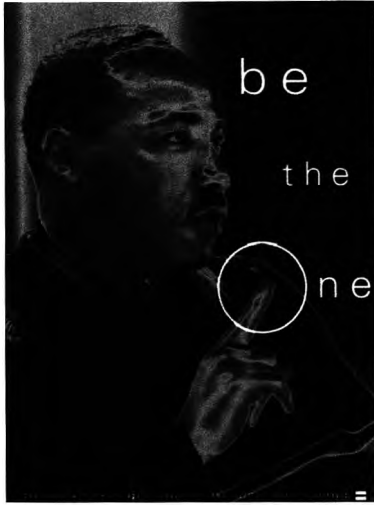
Client Singapore Cancer Society.

	<p>Copy <i>We always see innocent bystanders getting murdered on TV In Singapore. They have a better than average chance of being killed by one.</i></p>
	<p>Copy <i>Bountiful lands Land for the people. Passing down lessons and family tradition. Freed slaves. Storytelling.</i></p>
	<p>Copy <i>Coastal Cleanup Day.</i></p>
	<p>Client -</p>

	<p>Copy</p>
	<p>Client</p>

	<p>Copy <i>While mainstream news was busy covering "survivor" the TV show. The women of Burkina Faso were playing it for real. For preferred rated on introductory subscriptions, call 1-800-GET-MOJO.</i></p>
	<p>Client <i>Mother Jones.</i></p>

	<p>Copy <i>Second hand smoke kills.</i></p>
	<p>Client <i>Cancer Patients Aid Association.</i></p>



Copy *Be the one. One person with the courage to speak out allows countless others to be heard.*

Client *Milwaukee Urban League.*



Copy *What's your anyi-drug? Family. Camping. Football. Old-school kids. Ambition.*

Client *Office of National Drug Control Policy.*

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายณัฐ จันทสิงห์ เกิดวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2518 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เมื่อปีการศึกษา 2542 และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาภูมิสถาปัตย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2545

