

หัวข้อศิลปนิพนธ์

อิทธิพลของสื่อที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มคนที่แต่งหน้าในชีวิตประจำวัน

ผู้เขียน

นางสาวรัชนิราวรรณ ไชยประสิทธิ์

ปริญญา

ปริญญาศิลปบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์

อาจารย์อุทิศ อติมานะ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องอิทธิพลของสื่อที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มคนที่แต่งหน้าในชีวิตประจำวัน มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษาแฟชันการแต่งหน้าและค่านิยมการแต่งหน้าของผู้คนในสังคมปัจจุบัน (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของสื่อที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มคนที่แต่งหน้าในปัจจุบันและนำมาให้เห็นถึงการสร้างอัตลักษณ์ค่านิยมผ่านการแต่งหน้าของผู้คนในสังคมปัจจุบัน (3) เพื่อสังเคราะห์สร้างสรรค์สื่อเชิงวิพากษ์โดยมีกรอบแนวคิดหลักในการศึกษาคือ ประวัติศาสตร์การแต่งหน้า แนวคิดที่เกี่ยวกับแฟชัน แนวคิดที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์และแนวคิดเรื่องการบริโภคสื่อ

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจัดกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ 2 กลุ่ม โดยการแบ่งกลุ่มเป็นสองรูปแบบจากรูปแบบการแต่งหน้าที่มีอิทธิพลในปัจจุบัน จำนวน 30 คน เพื่อศึกษาอิทธิพลของสื่อที่เข้ามามีบทบาทต่อกลุ่มคนที่แต่งหน้าในชีวิตประจำวัน และใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยได้ใช้แบบสอบถาม

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณพบว่า โครงสร้างแฟชันการแต่งหน้าและค่านิยมการแต่งหน้าในปัจจุบัน โดยค่าเฉลี่ยพบว่า (ก) ขึ้นอยู่กับความนิยมหรือความถี่ในการแต่งหน้า (ข) สไตลในการแต่งหน้าและโทนสีช่วยบอกอัตลักษณ์ของผู้แต่งได้ (ค) รูปแบบหรือลักษณะการแต่งหน้าบนใบหน้าแสดงให้เห็นถึงสไตล์ (ง) อิทธิพลของสื่อที่มาจากประเทศต่างๆ (จ) อิทธิพลของสื่อที่มาจากสื่อหรือบุคคลมีอิทธิพลต่อการแต่งหน้า

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า โครงสร้างสื่อที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มคนที่แต่งหน้าในปัจจุบัน มี 3 ประเด็น คือ (1) รูปแบบการแต่งหน้า มี 6 หัวข้อย่อยคือ (ก) รูปแบบการแต่งหน้าสามารถสร้างความมั่นใจในรูปแบบของตัวเอง (ข) การแต่งหน้าสามารถช่วยแก้ไขจุดบกพร่อง (ค) เลือกรูปแบบการแต่งหน้าตามโครงสร้างของใบหน้าตัวเอง (ง) รูปแบบการแต่งหน้าจะแสดงลักษณะในส่วนต่างๆของใบหน้า (จ) โทนสีที่ใช้ในการแต่งหน้า (ฉ) ภาพรวม (Total) ของรูป

แบบนั้น (2) อิทธิพลของสื่อที่ผู้แต่งหน้าได้รับ มี 2 หัวข้อย่อยคือ (ก) ช่องทางที่ได้รับอิทธิพลที่ส่งผลต่อการแต่งหน้ามาจากอินเทอร์เน็ต (ข) บุคคลดังมีผลที่เป็นปัจจัยต่อการแต่งหน้า (3) มุมมองและทัศนคติของผู้ที่แต่งหน้า มี 2 หัวข้อย่อยคือ (ก) มุมมองและทัศนคติที่มีต่อการแต่งหน้าของตัวเองและผู้อื่น (ข) สิ่ง que คิดว่ารูปแบบการแต่งหน้านั้นๆก่อให้เกิดการสร้างค่านิยมและรวมไปถึงอัตลักษณ์

สาขาวิชาสื่อ ศิลปะ และการออกแบบสื่อ
คณะวารสารศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Thesis Title	Effects of Mass Media on People who Apply Everyday Makeup
Author	Ms. Ratchaneewan Chaiprasit
Degree	Bachelor of Fine Arts (Media Arts and Design)
Thesis Advisor	Mr.Uthit Atimana

ABSTRACT

The purposes of the research “Effects of Mass Media on People who Apply Everyday Makeup” are (1) to explore makeup fashion and styles of people nowadays. (2) To learn how mass media may affect people who use makeups nowadays, including how they express their identities through makeup. (3) To synthesize critical ideas of mass media, which are actually bordered by makeup history, ideas of fashion, ideas of identity and ideas of mass media consumption.

The research utilizes the qualitative methodology. The researcher arranged two conversation groups, 30 people, using the current most influential makeup patterns to explore how mass media can play a vital role in how they apply makeup. The research is quantitative with questionnaires.

The result of the first purpose showed that any fashion of makeup or any makeup styles nowadays depend on (A) Frequency of makeup usage (B) How makeup styles can identify the character of the person applying them (C) How makeup styles can show the personal style of a person (D) Influences of mass media from other countries (E) Influences of mass media or a person who is an influencer.

The result of the second purpose, using qualitative methods, discovered three factors from mass media that influence people who use makeup (1) Makeup patterns with six minor elements of makeup (1.1) Makeup can stimulate more confidence for each person. (1.2) Makeup can help improve flaws. (1.3) Choosing makeup styles that suit their facial structures. (1.4) Makeup can show appearances of all facial areas (1.5) Color tones of makeup (1.6) Total image

of each style (2) The methods of mass media that influence people with 2 minor elements (2.1) Through the Internet (2.2) Through celebrities(3) Personal ideas and attitudes of each person (3.1) Personal attitudes to one's self and to others (3.2) A notion that makeup styles that can create personal values and identities of people.

Media Arts and Design Department
Faculty of Finearts, Chiang Mai University