

หัวข้อ	ระเบียบแบบแผนการใช้ชีวิตในสื่อภาพยนตร์โฆษณาสมาร์ตโฟน
ผู้เขียน	นายจตุพันธ์ ลดาภรณ์วิทยา
ปริญญา	ปริญญาศิลปบัณฑิต (สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	นายกรกฎ ใจรักษ์

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง "ระเบียบแบบแผนการใช้ชีวิตในสื่อภาพยนตร์โฆษณาสมาร์ตโฟน" มีวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจถึงสัญลักษณ์/มายาคติที่อยู่ในสื่อภาพยนตร์โฆษณาสมาร์ตโฟน 2) เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจถึงอิทธิพลของสัญลักษณ์/มายาคติในสื่อภาพยนตร์โฆษณาสมาร์ตโฟน 3) เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาสร้างสรรค์เป็นผลงานสื่อศิลปะและนำเสนอแก่สาธารณชน เพื่อให้งานวิจัยดำเนินการอย่างเป็นระเบียบและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้ศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเริ่มจากการศึกษาภาคเอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษาแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology), ทฤษฎีมายาคติ (Mythology) และทฤษฎีการบริโภคสัญลักษณ์ (Consumption of Sign) โดยนำทฤษฎีดังกล่าวมาใช้เป็นหน่วยวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ในการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ผ่านองค์ประกอบด้านการเล่าเรื่อง และวิเคราะห์สัญลักษณ์/มายาคติ (Sign/Myth Analysis) ผ่านรูปแบบเนื้อหาและองค์ประกอบสารในสื่อภาพยนตร์โฆษณาสมาร์ตโฟนจำนวน 5 เรื่อง เพื่อทำความเข้าใจสัญลักษณ์/มายาคติที่อยู่ในสื่อภาพยนตร์โฆษณาสมาร์ตโฟน และนำแนวคิดหรือทฤษฎีที่ศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interviews) กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำความเข้าใจอิทธิพลของสัญลักษณ์/มายาคติที่อยู่ในสื่อภาพยนตร์โฆษณาสมาร์ตโฟน สุดท้ายจึงนำผลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมดไปสร้างสรรค์เป็นผลงานสื่อศิลปะและนำเสนอแก่สาธารณชน โดยสะท้อนถึงแนวคิดหรือประเด็นดังกล่าว เพื่อให้ผู้คนได้ตระหนักถึงสัญลักษณ์/มายาคติที่อยู่ในสื่อภาพยนตร์โฆษณาสมาร์ตโฟน

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ได้ข้อค้นพบว่า สื่อภาพยนตร์โฆษณาสมาร์ทโฟนได้สร้างภาพลักษณ์ของวิถีชีวิตในอุดมคติ วิถีชีวิตที่น่าเสนอแต่ความสะดวกสบาย ปัญหาทุกอย่างสามารถจัดการได้อย่างง่ายดายด้วยการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างสมาร์ทโฟน ซึ่งได้กลายเป็นปัจจัยที่ 6 ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ นอกจากนี้สื่อภาพยนตร์โฆษณาสมาร์ทโฟนยังได้นำเสนอให้เห็นว่าฟังก์ชันหรือประสิทธิภาพในการทำงานของสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่สามารถช่วยเหลือคนที่ใช้ได้ในทุกสถานการณ์ ไม่ว่าจะสถานการณ์จะมีความเลวร้ายขนาดไหนก็ตาม ฟังก์ชันที่เหมือนกับเป็นสิ่งเยียวยารักษาความเจ็บปวดในการเกิดมาเป็นมนุษย์ ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงแล้ว ผู้ที่ใช้สมาร์ทโฟนไม่ได้มีความต้องการหรือจำเป็นที่จะต้องใช้ฟังก์ชันใหม่ ๆ สื่อภาพยนตร์โฆษณาสมาร์ทโฟนจึงเป็นเพียงการสร้างอุดมคติเกี่ยวกับการรับรู้โลกของผู้รับชมว่า ถ้าหากใช้สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่จะดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยความสะดวกสบาย ไม่มีปัญหา นำมาซึ่งความสุขกายสบายใจอย่างไรซึ่งเหตุผล ซึ่งเป็นเพียงมโนทัศน์ที่ผู้รับชมสร้างขึ้นมาจากเท่านั้น

สาขาวิชาสื่อ ศิลปะ และภาพยนตร์
คณะวาริชิตศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Thesis Title	Lifestyle In Television Advertisement of Smartphone
Author	Mr.Jutlun Ladapornwitaya
Degree	Bachelor of Arts (Media Arts and Design)
Thesis Advisor	Mr.Korakot Jalrak

ABSTRACT

The objectives of studying "Life style in television advertisement of smartphone" are 1) learning and understanding in Sign and Myth Analysis in television advertisement of smartphone 2) learning and understanding in influence of television advertisement of smartphone 3) Take results to create art of media working and exhibit to the public. For research operation in order and get along with the objective, the studier use method regulation of quallitative research by starting with documentary research by studying concept or related theory as Semiology, Mythology and Consumption of Sign and take those theory to use as unite of analysis in textual analysis through narrated configuration and sign and myth analysis through content and configuration of television advertisement of smartphone in 5 series for understanding making of sign and myth in television advertisement of smartphone. And take its concept or theory learning to use as guidelines of interview analysis in structured interview with the target to understand the influences of Sign and Myth in television advertisement of smartphone. At the end of learning the final result is used to create the work of media art and exhibit to the public by reflection of concept or its issue for the people realized in sign and myth in television advertisement of smartphone

As the result of analysis and synthesis we found that television advertisement of smartphone is creating the image of ideal of lifestyle. Lifestyle that exhibit comfortable and convenience, all problem seems so easy to deal with modern technology as smartphone which turn to be the 6 basic human needs in livelihood that we can't lack of it. Moreover

television advertisement of smartphone still present function or efficiency of modern smartphone operation by supportive user in every circumstance no matter how worse it is. Function is like medicine for remedy all painful of human. Even though in fact smartphone user no needs to use new function at all. Television advertisement of smartphone only is the ideal creator about world awareness of the viewer that if only use new modern smartphone our livelihood will have no problem and tranquil, bring us happier and more comfort with no reason. That is just the imaginative creation of the viewer only.

Media arts and design department
Faculty of Finearts, Chiang Mai University