

หัวข้อ	อินสตาแกรมกับการสร้างภาพลักษณ์	
ผู้เขียน	นางสาวชนิสรา	อิส
ปริญญา	ปริญญาศิลปบัณฑิต (สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)	
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อุทิศ	อดิमानะ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องอินสตาแกรมกับการสร้างอัตลักษณ์มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมเซเลบริตีกับการประยุกต์ใช้อินสตาแกรมในสังคม 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นแบบเซเลบริตีของวัยรุ่นไทยจากการใช้อินสตาแกรม 3) เพื่อสังเคราะห์ได้การสร้างสรรค์ผลงานสื่อเชิงวิพากษ์ โดยมีกรอบแนวคิดหลักในการศึกษา คือ แนวคิดวัฒนธรรมเซเลบริตี แนวคิดภาพลักษณ์ แนวคิดพฤติกรรมการเล่นแบบของวัยรุ่น และทฤษฎีสัญญาศาสตร์

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาแหล่งข้อมูลเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสัญญาศาสตร์และวัฒนธรรมเซเลบ มีการสังเกตการณ์กลุ่มวัยรุ่นตัวอย่างอย่างใกล้ชิดจำนวน 20 คน และการวิเคราะห์สัญญาศาสตร์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สัญญะทางร่างกาย โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น การแสดงออกทางใบหน้า การแสดงออกทางสายตา การแสดงออกทางร่างกาย และการแสดงออกทางท่าทางเป็นต้น สำหรับการวิเคราะห์สัญญะจากการมองเห็น โดยแบ่งออกเป็นสีสันทันและการแสดงภาพแทน การวิเคราะห์สัญญะทางการแต่งกายโดยแบ่งเป็นเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย รหัสการแต่งกาย และแฟชั่น และการวิเคราะห์สัญญะจากสิ่งของโดยแบ่งเป็นสิ่งของทั่วไปและเทคโนโลยี

ผลการวิจัยพบว่าสัญญะที่กลุ่มวัยรุ่นแสดงออกมามีความสอดคล้องกันทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นสัญญะทางร่างกาย สัญญะจากการมองเห็น สัญญะจากการแต่งกายและสัญญะจากการใช้สิ่งของโดยสามารถแบ่งกลุ่มของวัยรุ่นออกเป็น 5 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 วัยรุ่นที่มีความมั่นใจ แต่งกายตามแฟชั่นในขณะที่มีความโดดเด่น มีการเพิ่มเติมความเป็นเอกลักษณ์เข้าไปสามารถเป็นผู้นำแฟชั่นได้ มีการ

ใช้กล้องไอโฟนในการถ่ายภาพ ซึ่งเน้นภาพที่มีสีสันที่มีความจัดจ้าน ชัดเจนของสี ภาพแทนที่แสดงออกมีความมั่นใจสูง ไม่สนใจคนรอบข้าง เข้าถึงได้ยากเปรียบเหมือนเซเลบคนดัง กลุ่มที่ 2 มีความเชื่อมั่นในตนเอง แต่งตัวตามกระแสแฟชั่นที่เข้ากับบุคลิกของตนเอง ใช้กล้องไอโฟนในการถ่ายภาพซึ่งเน้นสีสันที่คุมโทนไปในลักษณะเดียวกันทั้งหมด ภาพแทนที่แสดงออกมามีความเป็นมิตรเป็นกันเอง แสดงถึงความเป็นคนหัวสมัยใหม่ กลุ่มที่ 3 มีความเชื่อมั่นในตนเอง แต่งกายตามกระแสแฟชั่นและชอบเก็บรายละเอียดเล็กๆน้อยๆ มีการเพิ่มเครื่องประดับที่มีความโดดเด่น ใช้กล้องถ่ายรูปในการถ่ายรูป ทำให้ภาพมีสีสันที่มีความสดใส ความเป็นธรรมชาติและมีการคุมโทนสีไปในแนวเดียวกัน ภาพแทนที่แสดงออกเป็นคนสนุกสนาน ชอบการท่องเที่ยวและการเข้าสังคม กลุ่มที่ 4 มีความมั่นใจ มีความสดใสน่ารัก แต่งกายตามแฟชั่น ซึ่งแฟชั่นแสดงถึงความอ่อนโยนอ่อนหวาน ใช้ไอโฟนในการถ่ายภาพซึ่งเน้นโทนสีที่มีสีส้ม สีเนื้อ และสีเหลือง ภาพแทนที่แสดงออกมามีความเป็นผู้หญิงน่ารักสดใส และกลุ่มที่ 5 มีความเชื่อมั่น ความน่ารักสดใส ตามแฟชั่นแบบผู้หญิงสไตล์ญี่ปุ่นเกาหลี มีความอ่อนโยน อ่อนหวาน ใช้กล้องถ่ายรูปในการถ่ายภาพ ซึ่งโทนสีที่ใช้จะมีความสดใส ความสว่างนุ่มนวล ภาพแทนที่แสดงออกมามีความน่ารัก สดใสแบบสาวเอเชียในประเทศไทยชั้นนำ

นำมาสู่การสังเคราะห์ผลทั้ง 5 กลุ่มลักษณะของวัยรุ่นสรุปได้ว่า การที่จะแสดงถึงความเป็นตัวตนออกมาได้นั้นตัววัยรุ่นเองต้องมีความเชื่อมั่นและความมั่นใจในตัวเองเป็นอันดับแรก เพื่อที่จะได้มีความกล้าแสดงออกถึงความเป็นตัวตน ภาพลักษณ์ในแบบที่ตนเองต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นถึงความเป็นตัวตนที่แท้จริง และภาพแทนที่ต้องการแสดงออกให้เห็น ซึ่งต้องมีความโดดเด่นและแตกต่างจากกลุ่มวัยรุ่นทั่วไปด้วยตัวเอง จึงจะสามารถทำให้วัยรุ่นกลุ่มอื่นรับรู้ได้ว่าเรายู่กลุ่มใดของสังคมและมีลักษณะของการใช้ชีวิตความเป็นอยู่เช่นไร การเลียนแบบนั้นมีการเลือกสรรบุคคลที่เป็นต้นแบบที่เหมาะสมกับบุคลิกของตนเองมาแล้ว ดังนั้นลักษณะของกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบันจึงมีความแตกต่างกันของกลุ่มต้นแบบแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน แต่จะมีความเหมือนกันเฉพาะภายในกลุ่มเดียวกันเท่านั้น ทำให้ความหลากหลายของภาพลักษณ์ของวัยรุ่นลดน้อยลงและถูกจำกัดเฉพาะกลุ่มที่มีเท่านั้น ซึ่งส่งผลให้ความหลากหลายของกลุ่มวัยรุ่นลดน้อยลง ความหมายของชีวิตถูกกลดทอนความหลากหลาย เกิดการซ้ำของภาพลักษณ์ในกลุ่มวัยรุ่นด้วยตัวเองซึ่งเป็นการเลียนแบบที่ไม่มีที่สิ้นสุด

Thesis Title	Instagram and Image	
Student's Name	Chanisara	Yisu
Degree	Bachelor of Arts (Media Arts and Design)	
Advisor	Uthit	Atimana

Abstract

The thesis entitled "Instagram and Image" aims to 1) Study into celebrity culture to applied with Instagram in social. 2) Study into celebrity imitate Thai teenage's behaviour from usability instagram. 3) To synthesise creativity work about criticize media based on framework of celebrity culture, Image concept, teenage behaviour imitate and semiotic theory.

The thesis employed a qualitative research methodology through study academic data document about semiotic and celebrity culture. Observation a sample teenage group amount 20 people. Next semiotic analysis process that about analyse body signs classified of facial expression, eye contact, body language and gesture. Visual signs classified of color and visual representation. Clothes classified of clothing and dress, dress code and fashion. The last is object classified of objects and technology.

The results from the qualitative study showed that semiotic of teenage group have conform with body signs, visual signs, clothes, and object. That can divide of 5 group. Group 1 they have self confidence, follow fashion that make outstanding. They have vigorous identity so they can be leader of trend fashion. They use iPhone 6 that make colourful picture, clearly color. Visual representation have high confidence and difficult access. Group 2 they have strongly believe, clothing follow fashion trends that appropriate them self. They use iPhone 6 that picture have colourful and control color all of picture. Visual representation had friendly and modernized. Group 3 they have self confidence, satisfied of fashion and exhaustive. They like pretty decorations that use camera to take a photo. The photo had color natural and control color. Visual representation is funny, favourite to travel and social society. Group 4 they have confidence, lovely and cheerful. The fashion is show to sweetness. They use iPhone 6 to take photo that use warm light color. Visual representation that had lovely and cheerful.

That bring about result synthesis of 5 group sum up who show about yourself that the first must have confidence to assertive. Visual representation require to real themselves, out standing and difference from others teenage. So who can recognise what group they stay and how life style. Imitate must have select models that appropriate with them, so they character have difference according to models excluding they stay same group. That make diversity image decrease and limited only group. So diversity is decrease that makes meaning of life is lower. Therefore repetitive of image that imitate never ending.

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