

หัวข้อศิลปนิพนธ์	มาตรฐานจริยธรรมความเชื่อและการสื่อสารการตลาด
ผู้เขียน	ภูมรินทร์ เต็มสุขศิริ
ปริญญา	ปริญญาตรี สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ
อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์	อาจารย์อุทิศ อติมานะ

บทคัดย่อ

ประเทศไทยในปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติมาตั้งแต่อาณาจักรสุโขทัย อยุธยา ธนบุรีและรัตนโกสินทร์ กล่าวได้ว่าพระพุทธศาสนาเป็น Poppular Culture หลักอย่างหนึ่ง นอกจากนี้ยังเป็นปัจจัยพื้นฐานที่นำไปสู่การเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตและการปฏิบัติทางสังคม พระพุทธศาสนาก็ยังเป็นเป้าหมายของนักธุรกิจ พ่อค้า และศิลปินในฐานะ Popular culture ที่จ้องจะหยิบยกประเด็นสัญลักษณ์ต่างๆมาสร้างภาพจำให้กับองค์กรมากขึ้น

การวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ออกเป็น 2 เป็น 2 รูปแบบ คือ 1.การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับองค์กรทางด้านศาสนาและความเชื่อ 2. วิเคราะห์จากการเก็บข้อมูลในทางเอกสาร บทสัมภาษณ์ และข้อมูลข่าวสารทางอิเล็กทรอนิกส์ร่วมด้วย เพื่อประสิทธิภาพความถูกต้องของข้อมูล

ผลการศึกษวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าพระพุทธศาสนาถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อแสดงออกและสะท้อนมุมมองความคิดของคนในสังคมที่ไม่ได้มองสถาบันศาสนาในแง่ความศักดิ์สิทธิ์ที่แตะต้องไม่ได้ เพื่อชักจูงและสร้างอิทธิพลความคิดสมัยใหม่ ซึ่งแนวคิดสมัยใหม่นี้เองทำให้เกิดความขัดแย้งบนบรรทัดฐานทางสังคมซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ก่อให้เกิดการต่อต้านการสื่อสารพระพุทธศาสนาผ่านกระบวนการสื่อสารสมัยใหม่ นำมาสู่การสร้างสรรคผลงานสื่อศิลปะการจัดวางเชิงวิพากษ์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความคิดเห็นที่มีมาตรการที่แตกต่างเกิดขึ้นในสังคม ที่กระแสส่วนหนึ่งกลับมองว่า เป็นการสร้างสรรค์ผลงานที่เต็มไปด้วยแนวความคิดที่น่าสนใจ อีกกระแสหนึ่งกลับมองว่าเป็นการทำทลายความศักดิ์สิทธิ์ของสถาบัน จากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทำให้เห็นถึงมุมมองของผู้คนในสังคม โดยเฉพาะเยาวชนที่แอคทีฟอยู่ในสังคมที่ไม่ได้มองสถาบันศาสนาในแง่ความศักดิ์สิทธิ์ที่แตะต้องไม่ได้

Title	Ethical standards between beliefs and marketing communications
Author	Bhumirat Themsuksiri
Degree	Bachelor of Fine Arts (Media Arts and Design)
Thesis Advisor	Uthit Atimana

ABSTRACT

Thailand today is well known that Buddhism has been the national religion since the Sukhothai, Ayutthaya, Thonburi and Rattanakosin empires. In other words, Buddhism is one of the main popular cultures, and is also a fundamental factor that leads to the link between life and social practice. Buddhism is also the target of businessmen, merchants and artists as a popular culture who seeks to raise signs of conventions to create a greater recognition for the organization. The Buddha images we worship each other today. Therefore it was adorned on the utensils Become home decoration furniture Starting from the head of Moreover, the Buddha image is very popular in the fashion business. A face that Buddhists consider respectful Turned into a charming line Attracting designers to use it as a fabric pattern There are candies in the shape of the Buddha's head.

From this beginning, researchers have been brought to the creation of critical works of media, installation art. The objective is to reflect the opinions that different measures are taking place in society. Brings to the creation of media, critical art and placement The objective is to reflect the opinions that different measures are taking place in society. Which part of the current back view as creating a work that is full of interesting ideas Another trend is seen as a challenge to the sanctity of the institution. As a result, the viewpoint of the people in society. Especially active youth in a society that does not view religious institutions as intangible sanctity.