

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในนิตยสารแฟชั่นสตรี

ผู้เขียน นางสาวเพ็ญพักตร์ ศิริไตรรัตน์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์สมเกียรติ ตั้งนโม ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ธีรภัทร วรณฤมต กรรมการ
อาจารย์วีระพันธ์ จันทร์หอม กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในนิตยสารแฟชั่นสตรี มีวัตถุประสงค์ คือ

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบกระบวนการสื่อสารและการบริโภคสัญญาณในสินค้าแฟชั่นของกลุ่มผู้บริโภคนิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับพิมพ์ภาษาไทย
- 2) เพื่อศึกษาตรรกะการบริโภคของผู้อ่านที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับพิมพ์ภาษาไทย โดยใช้แนวคิดสัญญาณวิทยา และตรรกวิทยาแห่งการบริโภคเป็นกรอบในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งแบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน ส่วนที่หนึ่งการวิเคราะห์ตัวสื่อนิตยสารแอล (Elle) เริ่มฉบับที่ 123 เดือนมกราคม พ.ศ. 2548 จนถึง ฉบับที่ 170 เดือนธันวาคม 2551 รวมทั้งสิ้น 48 ฉบับ ส่วนที่สองการวิเคราะห์ผู้รับสาร เป็นการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้อ่านนิตยสารแอล จำนวนทั้งสิ้น 15 คน กลุ่มตัวอย่างเป็นสตรีที่มีอายุระหว่าง 20 - 40 ปี มีรายได้อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงวัยทำงานอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่ติดตามอ่านนิตยสารเป็นประจำมากกว่า 2 ปี

ผลการศึกษาพบว่า การบริโภคสินค้าแฟชั่นผ่านการอ่านนิตยสารเป็นปรากฏการณ์เชิงสัญลักษณ์ ที่สัญญาณมีบทบาทในการสร้างความหมายและคุณค่าให้แก่กลุ่มผู้อ่าน และความหมาย

สัมพันธ์กับการบริโภควัฒนธรรมตะวันตกผ่านสัญญาณของความทันสมัยและหรูหรา ซึ่งความหมายของสัญญาณที่พบนี้ เกิดจากการให้ความหมายของสื่อมวลชนหรือผู้ผลิตนิตยสาร ด้วยวิธีการให้ข้อมูลผ่านภาพถ่ายแฟชั่นและข้อความบรรยาย เพื่อสร้างความหมายและส่งต่อไปยังผู้อ่าน ในการบริโภคสินค้าแฟชั่นผ่านการอ่านนิตยสารของกลุ่มผู้อ่านนั้น พบตรรกวิทยาของคำสัญญาณมากที่สุด คือ

- 1) เพื่อสื่อถึงความเป็นผู้หญิงสวยและทันสมัย
- 2) เพื่อปกป้องรูปแบบการดำเนินชีวิต
- 3) เพื่อเปิดรับสิ่งใหม่ๆ
- 4) เป็นผู้รู้ทันการเปลี่ยนแปลงของสังคม

รองลงมาคือ ตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ของมูลค่าการใช้สอยหรือเชิงอรรถประโยชน์ คือ การใช้ นิตยสารเป็นแหล่งข้อมูลความรู้สำหรับตนเอง ใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการพูดคุยกับเพื่อนและครอบครัว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	The Communication Process Analysis in Women Fashion Magazines	
Author	Miss Penpak Siritraitat	
Degree	Master of Arts (Media Arts and Design)	
Independent Study Advisory Committee	Assoc.Prof. Somkiat Tangnamo Chairperson	
	Assoc.Prof. Terapatt Vannaruemol	Member
	Lect. Weeraphan Chanhom	Member

Abstract

This qualitative study of “The communication process analysis in women fashion magazines” has two folds: 1) to investigate the communication process and sign consumption of Thai female consumers in Thai version of foreign women fashion magazines; 2) to investigate the logic of consumption existing in Thai version of foreign women fashion magazines.

This study is divided into two sections. The first section examines 48 issues of Elle Thailand between January 2005 and December 2008 by using content analysis. In the second section, the researcher did focus group interviews of 15 the magazine’s reader who live in Bangkok. There interviewees between 20-24 years old, earn middle to high incomes and have been the regular readers for at least 2 years.

The semiology and the logic of consumption were applied to the data analysis which revealed that the consumption of fashions from the magazines was a social phenomenon that sign played a significant role in constructing meaning and values for the readers. The modernity and glamour were presented through graphics and narration. The construction of meaning was related to the consumption of western culture. The study also found that the logic in consuming the foreign women magazines was mainly the logic of sign values which communicated: 1) beauty and modernity; 2) the way of life; 3) the opening up for up-coming culture; and 4) keeping up with social change. Furthermore, the functional logic of usage values was found that the readers used magazine as the source of information for themselves and for socializing with friends and relatives.