

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การศึกษาการใช้สีชาว-คำในโฆษณานิตยสาร

ผู้เขียน

นางสาววีรินทร์ ชัยอริยะกุล

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร. สรณี วงศ์เบ็ญสัจจ์

ประธานกรรมการ

ผศ. สมพร วาร์นา โด

กรรมการ

ดร. วิไลลักษณ์ สาทรัมย์ทอง

กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาว่า 1) เหตุใดสีชาว-คำจึงถูกนำมาใช้ในโฆษณานิตยสาร และใช้อย่างไร 2) การใช้สีชาว-คำมีความเกี่ยวข้องกับชนิดของสินค้าหรือไม่ หากมีได้แก่สินค้าประเภทใดบ้าง 3) การใช้สีชาว-คำมีความเกี่ยวข้องกับประเภทของนิตยสารหรือไม่ และ 4) สีชาว-คำสื่อความหมายและสร้างภาพลักษณ์ใดบ้างเมื่อถูกนำไปใช้ในโฆษณานิตยสาร

ผลจากการวิเคราะห์โฆษณานิตยสาร 45 ชิ้น ทั้งในด้านวัจนภาษาและอวัจนภาษา พบว่าสีชาว-คำถูกนำมาใช้ในโฆษณานิตยสารจำนวนมากเพื่อ 1) ดึงดูดความสนใจจากผู้อ่าน 2) สร้างเทคนิคภาพ และ 3) เพื่อสื่อความหมายและสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตัวสินค้า สีชาว-คำสามารถสร้างภาพลักษณ์และสื่อความหมายได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับโทนความสว่างและบริบทที่มันถูกนำมาใช้ สีชาว-คำโทนมืดสามารถสร้างภาพลักษณ์และให้ความรู้สึกของความลึกซึ้ง ความเลอเลิศ ความเคร่งขรึม และอำนาจ ส่วนสีชาว-คำโทนสว่างสามารถสร้างภาพลักษณ์และให้ความรู้สึกของความคลาสสิก ความเลอเลิศ และความโรแมนติก นอกจากนี้ การใช้สีชาว-คำยังมีความเกี่ยวเนื่องกับประเภทของสินค้าที่ถูกนำมาโฆษณา สีชาว-คำมักถูกนำมาใช้ในการโฆษณาสินค้าหรูหราราคาแพงมากกว่าสินค้าธรรมดาราคาถูก ประเภทของนิตยสารก็มีความเกี่ยวเนื่องกับจำนวนของโฆษณาชาว-คำเช่นกัน นิตยสารแฟชั่นชั้นนำที่เนื้อหามุ่งนำเสนอศิลปะและจินตนาการ มักจะมีจำนวนโฆษณาชาว-คำมากกว่านิตยสารที่มุ่งนำเสนอเนื้อหาสาระที่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง

สีขาว-ดำไม่ได้ถูกนำมาใช้เฉพาะในโฆษณานิตยสารเท่านั้น แต่มันถูกนำมาใช้ในสื่อทุก
ประเภท รวมทั้งโปสเตอร์ภาพยนตร์ ปกอัลบั้มเพลง ปกหนังสือ มีวสิทวิดีโอ และโฆษณาโทรทัศน์
เพราะสีขาว-ดำมีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่สามารถถ่ายทอดความหมายได้หลากหลาย ซึ่งสีสรรไม่
สามารถสื่อได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	The Study of The Use of Black and White in Magazine Advertisements	
Author	Ms. Weerin Chairiyakul	
Degree	Master of Arts (English)	
Independent Study Advisory Committee	Assoc. Prof. Dr. Sorani Wongbiaj	Chairperson
	Assoc. Prof. Somporn Varnado	Member
	Dr. Wilailuk Saraithong	Member

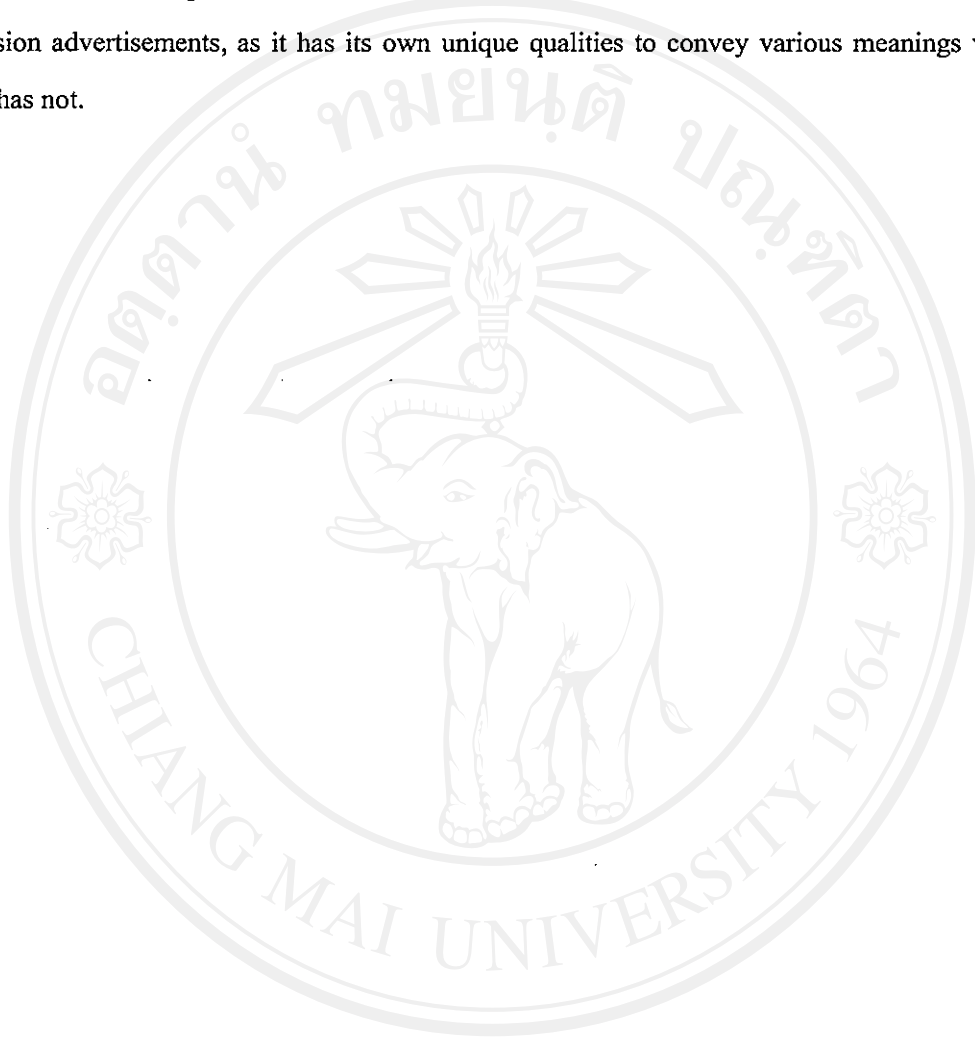
ABSTRACT

The objectives of this study are: 1) to learn why and how black-and-white is used in a number of magazine advertisements; 2) to find out if the use of black-and-white is related to the specific types of products and if it is, to identify what kind of products they are; 3) to find out if the use of black-and-white is related to specific types of magazines; and 4) to learn the images and meanings which black-and-white connotes when it is used in magazine advertisements.

From the findings of the analysis of verbal and visual language in forty-five black-and-white magazine advertisements, black-and-white is used in a number of magazine advertisements to attract reader's attention, to create visual effect, and to construct images and meanings to the products. The images and meanings that black-and-white constructs are varied, regarding its tone and the context in which it is used. While dark-toned black-and-white constructs the looks or the feelings of mystery, idealness, seriousness and power, light-toned black-and-white creates the senses of classicalness, idealness, sophistication and romance. In addition, the use of black-and-white is related to class of products advertised. Ideal expensive luxurious items are often found advertised in black-and-white rather than moderate to cheaper products. Moreover, types of magazines are connected to the number of black-and-white advertisements. Black-and-white

advertisements are found mostly in high-class fashion magazines which are contented with ideal and unreal matters. However, they rarely appear in magazines which are based on reality.

Black-and-white is not only used in magazine advertisements but also in all types of media, which include movie posters, music album covers, book covers, music VDO, and commercial television advertisements, as it has its own unique qualities to convey various meanings which color has not.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved