

หัวข้อศิลปนิพนธ์

การสื่อสารและสร้างสัญลักษณ์ผ่านภาพยนตร์โฆษณาแฟชั่น

ผู้เขียน

นางสาวณัฐพิชา ไชยรา

ปริญญา

ปริญญาศิลปบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์

อาจารย์อุทิศ อติมานะ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการสื่อสารและสร้างสัญลักษณ์ผ่านภาพยนตร์โฆษณาแฟชั่น มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาภาพยนตร์โฆษณาในฐานะเครื่องมือการตลาดในอุตสาหกรรมแฟชั่น 2) เพื่อวิเคราะห์สัญลักษณ์ในภาพยนตร์โฆษณาในอุตสาหกรรมแฟชั่น 3) เพื่อสังเคราะห์หลักการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเพื่ออุตสาหกรรมแฟชั่น โดยมีกรอบแนวคิดหลักในการศึกษา คือ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาในอุตสาหกรรมแฟชั่น แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ในโฆษณาแฟชั่นและหลักการออกแบบโฆษณาแฟชั่น การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยคือการศึกษเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาจากหนังสือที่เกี่ยวข้องและมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้รู้และเกี่ยวข้อง 2 กลุ่มคือ ผู้สร้างสรรค์ภาพยนตร์แฟชั่นและนักวิชาการด้านแฟชั่นจำนวน 4 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลในประเด็นต่างๆที่ครบถ้วน น่าเชื่อถือและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า โครงสร้างแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์โฆษณาแฟชั่น มี 2 ประเด็น คือ (1) ภาพยนตร์โฆษณาแฟชั่นเป็นสื่อสำคัญที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย (2) ภาพยนตร์โฆษณามีความสำคัญในการสะท้อนภาพลักษณ์แบรนด์และช่วยในการจดจำ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สามารถแบ่งประเด็นได้ 2 ประเด็น (1) สัญลักษณ์ในโฆษณามีความสำคัญในการสื่อความหมาย (2) แนวคิดการสร้างสัญลักษณ์ของภาพยนตร์โฆษณาเพื่ออุตสาหกรรมแฟชั่น มี 1 หัวข้อย่อย คือ (ก) ความจำเป็นในการสร้างสัญลักษณ์กับภาพยนตร์โฆษณาแฟชั่น

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 สามารถสังเคราะห์ได้แนวคิดหลักการออกแบบภาพยนตร์โฆษณาเพื่ออุตสาหกรรมแฟชั่นประกอบด้วยกระบวนการ 3 ขั้นตอน คือ (1) กระบวนการก่อนการออกแบบ มี 1 หัวข้อย่อย คือ (ก) การวิเคราะห์ข้อมูลของแบรนด์ (2) กระบวนการออกแบบ มี 1 หัวข้อย่อย คือ (ก) กระบวนการคิดและสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาแฟชั่น (3) กระบวนการหลังการออกแบบ

สาขาวิชาสื่อ ศิลปะ และการออกแบบสื่อ
คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Thesis Title	Communication and Sing through Fashion Advertising
Autor	Ms. Natpicha Chaiyara
Degree	Bachelor of Fine Arts (Media Arts and Design)
Advisors	Mr.Uthit Atimana

Abstracts

Research on Communication and creating Signifier through Fashion Adverts , the purpose is (1) to study advertising as a marketing tool in the fashion industry (2) to analyze the signified and signifier in fashion advertising industry (3) to synthesise the creative principles of advert making for the fashion industry . The main concept is the idea and concepts in the fashion industry , signs in fashion adverts and principles in making fashion adverts . this research is based on qualitative research. By studying and researching on related books and deeply interviewing people that are involved which has 2 group, 4 fashion advert makers and fashion academics to complete the information on the issues and to have Credible and consistent information

Results of the research 1 ; a qualitative research found that The concept of fashion advertising has (1) Fashion adverts are an important important medium to reach the target audience (2) Advertising plays an important role in reflecting brand image and helps in memorization.

Results of the research 2 ; can be divided into: (1) signs in advertisement is a big part in communicating (2) the idea of creating sign in fashion industry's adverts with 1 sub topic the necessary of sign in fashion adverts.

Results of the research 3 ; to be able to synthesise the concept of advertising for the fashion industry. which has three stages: 1 preproduction with 1 sub topic, brand data analysis 2 production with 1 sub topic, creative thinking and creative fashion advert design , postproduction

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