

ชื่อเรื่อง **การค้นคว้าแบบอิสระ** ภาพตัวแทนมายาคติของดาราในสื่อบันเทิงในสังคมหลังสมัยใหม่

ผู้เขียน นายเกิดฉาน สาธวงษ์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ. เกศ ชวานะลิขิกร
อ. โฉมิต จันทรทิพย์

ประธานกรรมการ
กรรมการ

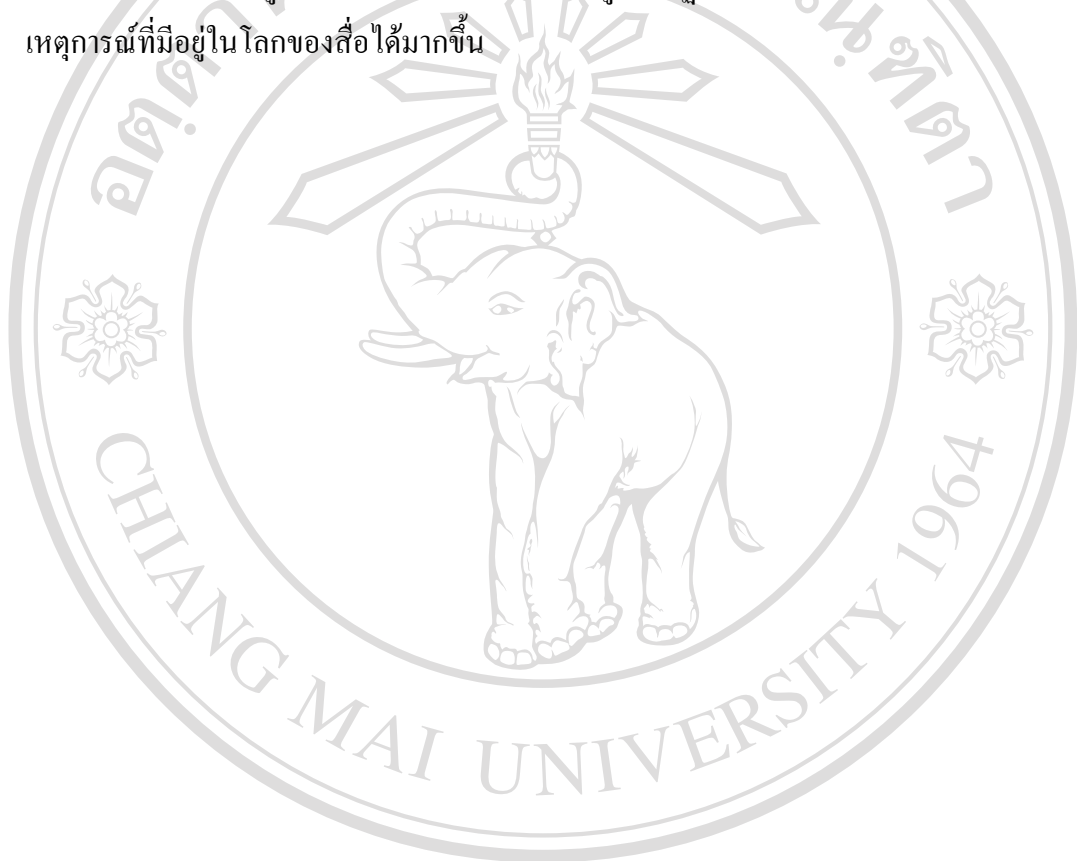
บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ของสื่อบันเทิงที่มีผลกระทบต่อสังคม การใช้ภาพตัวแทนของดาราที่ปรากฏในสื่อสารมวลชน แสดงออกโดยการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะร่วมสมัยในรูปแบบสื่อศิลปะ

วิธีการดำเนินการศึกษาประกอบด้วยศึกษาประวัติศาสตร์ศิลปะ แนวความคิดที่มีของลัทธิศิลปะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพเหมือนบุคคล ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันการใช้ภาพเหมือนบุคคล เพื่อสื่อสารถึงเป้าหมายใดๆ รวมถึงการศึกษาพฤติกรรม วิเคราะห์ ดั่งข้อสังเกตการณ์ ตัวแบบและความเป็นไปของสังคมที่มีผลต่อสภาวะแวดล้อมต่อตัวแบบที่นำมาสร้างสรรค์งาน จากสื่อต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ ปกหนังสือ ไปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ บิลบอร์ด และสื่ออินเทอร์เน็ต รายการโทรทัศน์ เป็นต้น รวบรวมข้อมูลที่ได้มาสร้างสรรค์ผลงานโดยกระบวนการคอมพิวเตอร์กราฟิก ให้สอดคล้องกับแนวความคิด เทคนิคและจินตนาการส่วนตัว นำเสนอผลงานสู่สาธารณชนโดยจัดเป็นนิทรรศการแสดงผลงานและเสวนาทางศิลปะ

ผลการศึกษาพบว่าสื่อบันเทิงเป็นสื่อที่ชนทุกชนชั้นชื่นชอบและนิยมมากมาตลอด มีอิทธิพลสามารถขับเคลื่อนธุรกิจขนาดใหญ่และกำหนดความความเป็นไปต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้คนในสังคม ก่อให้เกิดผู้เป็นตัวกลางทำหน้าที่เป็นภาพตัวแทนจากสื่อบันเทิง นำเสนอผลผลิตการให้ความหมายแทนสิ่งหนึ่งหรือเป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่มีการให้คุณค่าและตอกย้ำไว้ด้วยอุดมการณ์ของสังคม ภาพตัวแทนจึงเกี่ยวข้องกับการครอบงำทางอำนาจในระบบวัฒนธรรม ระหว่างผู้นำเสนอ – ผู้สร้าง กับผู้ถูกนำเสนอ – ถูกสร้าง เมื่อนำสารต่างๆถึงมวลประชาหมู่มากแล้ว ปลายทางกลับไม่ได้ยุติอยู่แค่นั้น กลับสร้างภาพมายาคติ ความฝัน เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับสาร สร้างโลกแห่ง

จินตนาการที่ก่อให้เกิดอารมณ์ร่วมและความอิ่มเอิบใจ เป็นการทำหน้าที่ทดแทนอารมณ์ที่ขาดหายไป อันเนื่องจากบรรยากาศสภาพสังคมปัจจุบันที่มีลักษณะอันราบเรียบทางอารมณ์ ง่ายต่อการเกิดอารมณ์ มีนชา ความรู้สึกซ้ำซากจำเจ เบื่อหน่าย ไม่มีสิ่งกระตุ้นให้ต้องทำงาน ภาพดาราจากสื่อบันเทิงจึงเปิดโอกาสให้มีการกระตุ้นมนุษย์ให้สัมผัสกับอารมณ์อันสุดขั้วทั้งหลาย เพื่อทดแทนขาดเซบบรรยากาศอันราบเรียบในชีวิตจริงระหว่าง “โลกแห่งความเป็นจริง” และ “โลกแห่งจินตนาการ” ที่มีพื้นที่ที่มีสะพานเชื่อมต่อกันอยู่ เราจึงจำเป็นต้องเหลียวมองดูปรากฏการณ์ทั้งสองฝาก เพื่อช่วยทำความเข้าใจเหตุการณ์ที่มีอยู่ใน โลกของสื่อได้มากขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Mythical Representative Image of Pop Stars in
Entertainment Media in Post Modern Society

Author Mr. Chedchan Sathuwong

Degree Master of Arts (Media Arts and Design)

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Kade Chawanalikikorn

Chairperson

Lect. Kosit Juntaratip

Member

ABSTRACT

This study aims at study an affect of entertainment media towards society by using well-known actor's representative which has been shown up contemporary art creation in form of media arts.

The methodology consists of descriptive study for historical art, ideal of art doctrine concerning to portrait since the past to present time. The application of portrait leads to any targets including to behavior's studying, analyzing, noticing, modeling and the possible society affected to model environment for creating art from various media, i.e., print media such as book cover, poster, newspaper, billboard, internet's media, and TV 's media etc. Then, the information was gathering to create an art product by using computer graphic related to idea and technique mixed with self-imagination. Later, the product was projected to public by organizing exhibition and art discussion.

The finding was found that media art is the favorite media to any level of people since the past. Their influence drives the mobility of big businesses and sets the trends or views of people in the society. Such trend-setting or view-creating gives birth to the middle man who serves as entertainment media representation. This representation signifies any single or individual event and phenomenon in order for giving value or accenting social ideology. Accordingly, the representation is inevitably associated with hegemony in any culture systems between the representative or creator

and the represented or created. After the representation message reaches the public, it does not end yet. The conveyed message creates myth and dream, thereby contributing to mutual understanding between the sender and the recipients, the creation of the imaginative world. Such world leads to deeply moved emotion and enchantment that are needed in this era marked by globalization to substitute the missing emotion caused by the modernized or globalized society characterized as monotone feeling. Such routine emotion easily leads to dull and monotonous feeling and no work motivation. In conclusion, the celebrity photos from the entertainment media play an important role in encouraging beings to embrace those marvelous feeling to compensate for the monotone life style in their real lives. Between the “real world” and the “imaginative world” lies a bridge; as a consequence, glancing at both sides of the bridge to see what is going on here and there is indispensable for the more thorough grasps of what has occurred in the media world.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved