

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

อิทธิพลของสื่อต่อความต้องการเปลี่ยนสีผิวของนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายชวกันต์ ปัญญาวงศ์

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์พลสิทธิ์ สีทธิขมภู

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง อิทธิพลสื่อต่อความต้องการเปลี่ยนสีผิวของนักศึกษา มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของสื่อที่ส่งผลต่อความต้องการเปลี่ยนสีผิว ให้มีความขาวของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 48 คน แบ่งออกเป็น 40 คน จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามและ 8 คนจากการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์

จากการศึกษาพบว่าสื่อมีอิทธิพลในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารต่างๆอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.33$ ) ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุด ( $\bar{X}=3.27$ ) ประเภทสื่อที่ส่งผลต่อความคิดมากที่สุด ได้แก่ คนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว ญาติ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 32.38 ซึ่งสิ่งที่ส่งผลต่อความคิดและส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมากที่สุด ได้แก่การได้รับการยืนยันจากแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 42.50

อิทธิพลของสื่อเป็นสาระสำคัญต่อการบริโภคพฤติกรรมผิวขาวในการส่งผ่านมายาคติ (Myth) ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคภายใต้ภาวะสังคมบริโภคนิยม (Consumerism) ด้วยการกระตุ้น ส่งเสริมหรือกล่อมเกลายของสื่อมักแฝงฝังด้วยความน่าเชื่อถือ ความน่าสนใจและความชัดเจนในการถ่ายทอดเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพและรู้เร้าความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ซึ่งในปัจจุบันบทบาทความแตกต่างระหว่างเพศต่อการมีผิวขาวได้ลดลง ด้วยวัฒนธรรมมวลชน (Mass Culture) ทำให้การมีผิวขาวไม่เพียงแต่ความสวยงามทางเรือนร่างเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเกี่ยวควาอำนาจจากวาทกรรมที่เป็นที่ยอมรับทางสังคมอีกด้วย

<b>Independent Study Title</b>	Media Influence on the Preference of White Skin of Higher Education Students in Chiang Mai University
<b>Author</b>	Mr.Chawagun Panyawong
<b>Degree</b>	Master of Arts (Media Arts and Design)
<b>Advisor</b>	Assoc. Prof. Palasit Sittichompoo

### ABSTRACT

The Independent study about the influence of Media on the need to change the complexion to Chiang Mai University Students aim to study the influence of the Media to affect change skin color to be fair skin of Chiang Mai University. From the sample of 48 people divided into 40 people from questionnaire and 8 people from interview.

The study found that Media has an influence on the data transmission and news moderate level ( $\bar{X}=2.33$ ) the media on television at the most level ( $\bar{X}=3.27$ ). The type of media that affect to the idea the most was acquaintance such as friend, family, cousin etc. at 32.38%. The confirmation of doctor and expert at 42.50% was the most affect to idea and changing behavior.

The Influence of the media is essential toward discourse of white skin consumption via Myth in behavior modification and consumer attitudes under the consumerism condition by stimulating motivating or instructing of the media. These are hidden by reliability, amenity and clarity to convey the content to be effective and stimulate the attention of the target group the most, Nowadays, the role of gender differences toward having white skin is reduced by mass culture and make the white skin not just the beauty of the body only, but means to grab power from the discourse that is accepted by society.