

169246

ปกามาศ ชุ่นสำราญ : อิทธิพลของ “ความผอมแห่งอุดมคติ” ในงานโฆษณาที่เป็น
 ภาพลักษณ์แบบเหมารวมของความดึงดูดใจทางกายภาพต่อรูปแบบพฤติกรรมการบริโภค
 ของผู้หญิง. (THE INFLUENCE OF “THIN IDEAL” IN ADVERTISING BASED ON
 PHYSICAL ATTRACTIVENESS STEREOTYPE IN FEMALE CONSUMPTION
 PATTERNS) อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร. พนา ทองมีอาคม, 222 หน้า. ISBN 974-17-5747-6

การศึกษาเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ภายใต้วัตถุประสงค์สองประการ คือ (1) เพื่อศึกษา
 แนวทางการตัดสินใจสะท้อนภาพความผอมแห่งอุดมคติ ในฐานะการเป็นภาพลักษณ์แบบเหมา
 รวมของความดึงดูดใจทางกายภาพผ่านทางงานโฆษณา และ (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความผอม
 แห่งอุดมคติ ที่มีต่อรูปแบบพฤติกรรมการบริโภคของผู้หญิง โดยศึกษาจากการสนทนากลุ่มกับกลุ่ม
 ตัวอย่างเพศชาย การสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านแฟชั่นและความงาม รวมทั้ง
 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านโฆษณา และการสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงวัยทำงานและนักศึกษา
 ผลการศึกษาปรากฏว่าการตัดสินใจสะท้อนภาพของความผอมแห่งอุดมคติ ในฐานะของความ
 ดึงดูดใจทางกายภาพในงานโฆษณา ได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติที่สังคมมีต่อความดึงดูดใจทาง
 กายภาพ และความผอมแห่งอุดมคติที่ถูกสะท้อนผ่านทางงานโฆษณา มีอิทธิพลต่อรูปแบบ
 พฤติกรรมการบริโภคของผู้หญิงทั้งสองวัย

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อนิติ..... 

สาขาวิชาการโฆษณา.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 

ปีการศึกษา 2546.....

169246

##458 50998 28 : MAJOR ADVERTISING

KEY WORD: THIN IDEAL/STEREOTYPE/ PHYSICAL ATTRACTIVENESS/ ADVERTISING

PAGAMAS AUNSUMRAN: THE INFLUENCE OF "THIN IDEAL" IN ADVERTISING
BASED ON PHYSICAL ATTRACTIVENESS STEREOTYPE IN FEMALE
CONSUMPTION PATTERNS. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. PANA
THONGMEEARKOM, Ph. D., 222 pp. ISBN 974-17-5747-6

The purposes of this research were: (1) to study the decision making in reflecting thin ideal as physical attractiveness stereotype in advertising and (2) to study the influence of thin ideal on female consumption patterns. The qualitative research methods used include: male focus group discussion; Expert interview with fashion, beauty and advertising expert; and female focus groups discussion. Results could be concluded that the reflection of thin ideal in advertising influenced by social valued of physical attractiveness. And female consumption patterns may be indirectly influenced by thin ideal, which presented in advertising as beauty inspiration.

Department Public Relations..... Student's signature..... *Pagamas Aunsumran*
Field of study Advertising..... Advisor's signature..... *Pana Thongmeearkom*
Academic year 2003.....