

การสื่อสารเชิงพาณิชย์ศิลป์ในรายการเรียลิตี้ โชว์ ยูปีซี อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย



นางสาวเยาวนาฏ ดันตินิกานา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยา ภาควิชาวิชาวิทยาและสื่อสารการแสดง

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMERCIAL ART COMMUNICATION IN THE REALITY SHOW "UBC ACADEMY FANTASIA"

Miss Yaowanard Tantineeranart

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Speech Communication

Department of Speech Communication and Performing Art

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2006

Copyright of Chulalongkorn University

491148

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การสื่อสารเชิงพาณิชย์ศิลป์ในรายการเรียลิตี้โชว์ ยูบีซี อะคาเดมี่ แฟนตาเซีย

โดย

นางสาวเยาวนาฏ ตันตินีรนาท

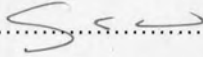
สาขาวิชา

วาทวิทยา

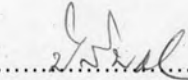
อาจารย์ที่ปรึกษา


รองศาสตราจารย์อวยพร พานิช

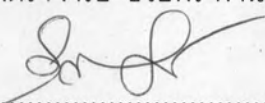
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

.....  คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยুবล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. อรวรรณ ปิฉันนโิวัต)

.....  อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช)

.....  กรรมการ
(อาจารย์สุกัญญา สมไพบูลย์)

เขาวรรณภูมิตันตินิรนาท : การสื่อสารเชิงพาณิชย์ศิลป์ในรายการยูบีซี อะคาเดมี่แฟนเทเชีย.
(COMMERCIAL ART COMMUNICATION IN THE REALITY SHOW "UBC ACADEMY FANTASIA")

อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ. อวยพร พานิช, 109 หน้า.

การศึกษาเรื่องการค้าสื่อสารเชิงพาณิชย์ศิลป์ในรายการยูบีซีอะคาเดมี่ แฟนเทเชียเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลจาก SMS ที่ผู้ชมส่งเข้าไปร่วมรายการ และแบ่งตามวัตถุประสงค์ โดยเก็บข้อมูล 15 นาที ทุกต้นชั่วโมง ในการแข่งขันรายการยูบีซี อะคาเดมี่แฟนตาเซียตั้งแต่ปีที่ 1 วันที่ 21 มิถุนายน 2547 ถึง วันที่ 15 ตุลาคม 2547 การแข่งขัน ครั้งที่ 2 ที่จัดขึ้นระหว่าง วันที่ 18 กรกฎาคม 2548 ถึง วันที่ 8 ตุลาคม 2548 ที่มีการถ่ายทอดที่ยูบีซี 16 เพื่อศึกษา 1. กระบวนการสื่อสารที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชม ผู้เข้าแข่งขัน และตัวรายการ UBC ACADEMY FANTASIA 2. กระบวนการสื่อสารที่ใช้ใน รายการ UBC ACADEMY FANTASIA ว่ามีผลต่อการ เรียนรู้และพัฒนาตัวตนของผู้ชม 3. วัฒนธรรมพื้นฐานและค่านิยม ของคนไทยมีผลต่อการแสวงหาการตอบรับตัวผู้เข้าแข่งขัน และ ส่งผลต่อการไหวตของผู้ชม

ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการสื่อสารที่ใช้ในรายการเป็นการสื่อสารแบบโน้มน้าวใจที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์รูปแบบใหม่ในกระบวนการสื่อสารเป็น 9 คู่ปฏิสัมพันธ์ โดยกระบวนการสื่อสารนั้นพบว่า ผู้รับสาร(ผู้ชมทางบ้าน)มีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์ของผู้ส่งสาร(ตัวรายการยูบีซี อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย) และยังมีมุมมองเน้นใช้การสื่อสารทางการตลาดเพื่อให้เกิดการตอบกลับจากผู้ชม นอกจากนี้ยังมีการสร้างเรียนรู้ให้ผู้ชมจากการชมรายการด้วย

ภาควิชา วาทยุทธศาสตร์และการสื่อสารการแสดง ลายมือชื่อนิติ.....
สาขาวิชาวาทยุทธศาสตร์ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา 2549

4685104328 : MAJOR SPEECH COMMUNICATION

KEY WORD: REALITY / ACADEMY / AF / UBC

YAOWANARD TANTINEERANART : COMMERCIAL ART COMMUNICATION IN THE REALITY SHOW "UBC ACADEMY FANTASIA"

THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.UAYPORN PANICH, 109 pp.

This study is a qualitative research by selecting the selected SMS voting by of audiences and grouping them by objective and intention. The collecting process was every first 15 minutes each hours recording, start at UBC Academy Fantasia Programme at the 1st year, June 21st – October 15th 2547 B.E., broadcasting at the UBC34, the 2nd year, July 18th – October 8th 2548 B.E., broadcasting at the UBC16. The objectives of the research are to1) study the communication process that take the interaction between audiences, competitor and UBC Academy Fantasia programme 2)study the communication process in UBC Academy Fantasia that take affect to audience cognitive learning and adaptation, and 3) study foundation culture and values of Thai peoples that take affect to feedback of competitor and audience voting

Results of research found that the communication process is the persuasive communication that take affected to new interactions which divided into 9 types. The receivers (audiences) have influences on sender (UBC Academy Fantasia Programme) in message creation. More over, UBC Academy Fantasia Programme is emphasizing to use the marketing communication to make the feedback from audiences, and the cognitive behavior from audiences.

Department of Speech Communication and Performing Arts Student's signature.....

Field of study: Speech Communication Advisor's signature.....

Academic year 2006

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลือจาก อาจารย์ อวยพร ผู้ให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์ และคอยเคียงข้างจนออกมาเป็นรูปเป็นร่างได้

ครูโอ้ และอาจารย์ อรรวรรณ ผู้ให้ความกรุณาช่วยแก้ไข และให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆที่เป็นประโยชน์

และเพื่อนๆในภาควิชา ออย โอ้ เอ แอน อิม อ็อฟ พี่อัน พี่เอก พี่บ๊อบ นก นุ่น น้ำ ดิว พี่เจ็ดยี่สิบ ใหม๋ ผู้มีส่วนร่วมในการผลักดันและให้ความช่วยเหลือในการจัดการกับข้อมูลอันมากมายมหาศาล และขอบคุณกำลังใจที่ส่งมาให้อย่างไม่ขาดตอน

รวมถึง บง บอย ต๊ะ ผู้สนับสนุนหลักที่ไม่เคยหายหน้าไปจากความช่วยเหลือที่ต้องการ

และที่จะขาดไม่ได้ ครอบครัวที่อบอุ่น พ่อแม่ เจ้กู่ย เจ้ลูกและเจ้หนูน ที่ไม่เคยเพิกเฉยต่อความช่วยเหลือที่ต้องการ จนในที่สุดก็ผ่านพ้นออกมาเป็น วิทยานิพนธ์ฉบับนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ทั่วไป.....	5
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
ปัญหาคำถามของการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	6
ข้อจำกัดงานวิจัย.....	6
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
แนวคิดและทฤษฎี.....	14
ความหมายของการสื่อสาร.....	14
กระบวนการติดต่อสื่อสาร.....	18
ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม.....	20
ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร.....	28
รูปแบบการสื่อสารสองทางในโทรทัศน์.....	33
ทฤษฎีการละคร.....	36
ทฤษฎีจุดยืน.....	38
แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม.....	47
วัฒนธรรม.....	53
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	55

บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	59
	ประชากร.....	59
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	60
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
บทที่ 4	ผลวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
	ผลวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
	ผลการวิเคราะห์.....	68
	ผลการวิเคราะห์ปัจจัย.....	86
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	99
	รายการอ้างอิง.....	108
	ภาคผนวก	110
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	123

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 ปริมาณข้อความตามวัตถุประสงค์ของสัปดาห์ที่1-4 AF1.....	70
ตารางที่ 2 ปริมาณข้อความตามวัตถุประสงค์ของสัปดาห์ที่5-8 AF1.....	70
ตารางที่ 3 ปริมาณข้อความตามวัตถุประสงค์ของสัปดาห์ที่1-4 AF2.....	71
ตารางที่ 4 ปริมาณข้อความตามวัตถุประสงค์ของสัปดาห์ที่5-8 AF2.....	71
ตารางที่ 5 ปริมาณข้อความตามวัตถุประสงค์ของสัปดาห์ที่9-12AF2.....	72
ตารางที่ 6 บุคลิกผู้เข้าแข่งขัน AF1	77
ตารางที่ 7 บุคลิกผู้เข้าแข่งขัน AF2	77
ตารางที่ 8 เปรียบเทียบร้อยละของการส่งข้อความแต่ละสัปดาห์.....	78
ตารางที่ 9 เปรียบเทียบอัตราส่วนการส่งข้อความในแต่ละช่วงเวลา.....	80
ตารางที่ 10 ร้อยละของข้อความที่ส่ง.....	80