

การวิเคราะห์เฟ้นของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร

นางสาวชไมพร แก้วประไพ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974 - 332 - 042 - 3

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

AN ANALYSIS OF FOOD CONTENT MEDIA FANDOM

Miss Chamaiporn Kaewprapai

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

Department of Mass Communication

Graduate School

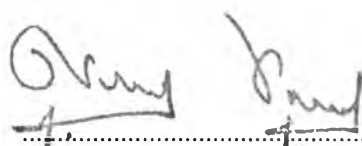
Chulalongkorn University

Academic Year 1998

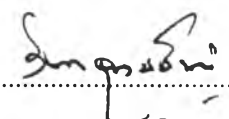
ISBN 974 – 332 – 042 - 3


หัวข้อวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์แฟนของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร
โดย นางสาวชไมพร แก้วประไพ
ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกาชะ

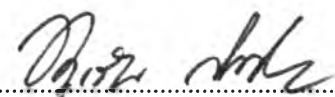
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์นายแพทย์ สุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ วิชา อุดมฉันท)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกาชะ)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

ชไมพร แก้วประไพ : การวิเคราะห์แฟนของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร (AN ANALYSIS OF FOOD CONTENT MEDIA FANDOM) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร. ศิริชัย ศิริภักดิ์ , 100 หน้า. ISBN 974-332-042-3

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงลักษณะแฟนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารและพฤติกรรมในการเปิดรับและติดตามสื่อมวลชน ตลอดจนผลที่เกิดกับผู้รับสารที่เป็นแฟนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารนี้ จากผลการศึกษาพบว่า

1. ผู้รับสารที่มีลักษณะเป็นแฟนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารนั้นมีความแตกต่างกันในด้านเพศ วัย การศึกษา อาชีพ แต่ลักษณะเช่นนี้ไม่ได้เป็นอุปสรรคในการเป็นแฟนของเนื้อหาประเภทนี้แต่อย่างใด
2. การเป็นแฟนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารทำให้ผู้รับสารเกิดความผูกพันกับเนื้อหาประเภทนี้ จึงทำให้เกิดพฤติกรรมการติดตามสื่อมวลชนที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร โดยแฟนแต่ละคนสามารถแสวงหาเนื้อหาจากสื่อมวลชนได้หลายช่องทาง
3. การเปิดรับและการติดตามสื่อมวลชนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารของแฟนเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร เกิดมาจากแรงผลักดันและแรงกระตุ้นที่แตกต่างกันของผู้รับสาร
4. แฟนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารเป็นตัวแทนที่มีความอิสระ จึงเป็นผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้น มีการสื่อสารกลับไปยังสื่อ แต่ในบางครั้งก็เป็นเพียงผู้รับสารเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้รับสารเป็นสำคัญ
5. แฟนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารมีการนำความรู้ที่ได้รับจากการติดตามเนื้อหาจากสื่อมวลชนไปใช้ประโยชน์แตกต่างกัน ทั้งที่เป็นการใช้ประโยชน์ในหน้าที่การงานและการใช้ประโยชน์เพื่อความเพลิดเพลินใจ

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิสิต ชไมพร แก้วประไพ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร. ศิริชัย ศิริภักดิ์
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

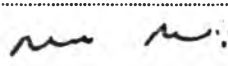
4885065828 : MAJOR MASS COMMUNICATION
KEY WORD: FOOD / CONTENT / MEDIA / FANDOM

CHAMAIPORN KAEWPRAPAI : AN ANALYSIS OF FOOD CONTENT MEDIA FANDOM. THESIS
ADVISOR : ASSOC.PROF. SIRICHAIRIRIKAYA, Ph.D. 100 pp. ISBN 974-332-042-3.

The objectives of this qualitative research were to know the characters of a food content media fandom, their behaviors of media exposure along with the effects of being fan of the audiences. Finding demonstrated as follows :

1. Although fans had different characteristics, they had same taste culture in food content.
2. Being fans, the audiences had intimate relationships with food content and also exposed media from many channels.
3. The exposure of fans caused of different inspiration of the audiences.
4. Fans are an agent, so they were both active and passive.
5. Fans used food content in different ways , depending on their objectives.

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน.....
สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน.....
ปีการศึกษา..... 2541.....

ลายมือชื่อนิสิต..... พิมพ์ แก้วประไพ.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... .....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงโดยสมบูรณ์ด้วยความช่วยเหลือ เอาใจใส่อย่างดียิ่งของรองศาสตราจารย์ศิริชัย ศิริกาชะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ให้ทั้งความรู้ ความเมตตาในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน และทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาในดานนิเทศศาสตร์มากขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และรองศาสตราจารย์วิภา อุดมฉันท์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำในการทำงานของผู้วิจัย จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วง

ความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับรู้และซาบซึ้งถึงกำลังใจ แรงผลักดัน แรงกระตุ้น การปลอบใจ จากบุคคลผู้เป็นที่รักของผู้วิจัย ก็คือ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ชาย ญาติๆ ทุกคน และเพื่อนๆ ทุกคน ทั้งเพื่อนที่สวี เพื่อนที่โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา เพื่อนที่ทับแก้ว และเพื่อนๆ MC 7 ภาคในเวลาราชการทุกคน โดยเฉพาะ แหมม ปุ่ม เอ็ม อู๋ อ่า กิ๊ก ที่มีหัวใจเข้าใจผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา ทำให้ผู้วิจัยได้ซาบซึ้งกับคำว่า “เพื่อน” อย่างมากมาย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงไม่สมบูรณ์ หากไม่ได้รับความช่วยเหลือจากคุณบุญศรี สุธรรมานุวัฒน์ บรรณาธิการหนังสือแม่บ้านที่รักและผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทอายิโนะโมะโต๊ะ (ประเทศไทย) จำกัด และคุณอริคม ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ที่เอื้อเฟื้อรายชื่อสมาชิกของหนังสือแม่บ้านที่รัก ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้แก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณสมาชิกของหนังสือแม่บ้านที่รักทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ฉ |
| สารบัญ..... | ช-ซ |
| สารบัญภาพ..... | ณ |
| บทที่ | |
| 1 บทนำ..... | 1 |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 ปัญหำนำวิจัย..... | 9 |
| 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 9 |
| 1.4 ขอบเขตการวิจัย..... | 10 |
| 1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น..... | 10 |
| 1.6 ข้อเสนอพื้นฐานในการวิจัย..... | 10 |
| 1.7 นิยามศัพท์..... | 11 |
| 1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 11 |
| 2 ทฤษฎี แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 12 |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแฟนและแฟนคอม..... | 12 |
| 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร..... | 17 |
| 2.3 ทฤษฎีการเล่น..... | 20 |
| 2.4 แนวคิดพลังความผูกพัน..... | 24 |
| 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 27 |
| 3 ระเบียบวิธีวิจัย..... | 28 |
| 3.1 แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 28 |
| 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 38 |
| 3.4 การนำเสนอข้อมูล..... | 39 |

สารบัญ (ต่อ)

| บทที่ | หน้า |
|--|------|
| 4 ลักษณะแฟนของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร | |
| และรูปแบบพฤติกรรม การเปิดรับและการติดตามสื่อมวลชน... | 40 |
| 4.1 คุณลักษณะแฟนของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร..... | 40 |
| 4.2 พฤติกรรม การเปิดรับและการติดตามสื่อ..... | 45 |
| สรุปผล..... | 57 |
| 5 การเป็นแฟนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารที่มีผลต่อผู้รับสาร..... | 59 |
| 5.1 การเป็นตัวแทนที่อิสระ ของแฟน..... | 59 |
| 5.2 การถูกโน้มน้าวใจให้บริโภคสินค้า..... | 75 |
| 5.3 ความผูกพันกับสื่อ..... | 78 |
| 5.4 การสื่อสารเพื่อความพอใจ..... | 84 |
| สรุปผล..... | 92 |
| 6 สรุปผลและขอเสนอแนะ..... | 93 |
| 6.1 สรุปผลการวิจัย..... | 94 |
| 6.2 ขอบจำกัดในการวิจัย..... | 96 |
| 6.3 ข้อเสนอแนะ..... | 97 |
| รายการอ้างอิง..... | 98 |
| ประวัติผู้เขียน..... | 100 |

สารบัญภาพ

| | หน้า |
|---------------------|------|
| ภาพประกอบที่ 1..... | 51 |
| ภาพประกอบที่ 2..... | 60 |
| ภาพประกอบที่ 3..... | 61 |
| ภาพประกอบที่ 4..... | 65 |
| ภาพประกอบที่ 5..... | 67 |
| ภาพประกอบที่ 6..... | 68 |
| ภาพประกอบที่ 7..... | 69 |
| ภาพประกอบที่ 8..... | 76 |
| ภาพประกอบที่ 9..... | 80 |