

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ



สรุปและอภิปรายผลผลการวิจัย

ปฏิเสธไม่ได้ว่าความสำเร็จรายการเรียลลิตี้อะคาเดมี แฟนเทเชีย มี “กลยุทธ์การตลาด” เป็นตัวขับเคลื่อนจนประสบความสำเร็จ “ท่วมท้น” หากบริษัทดนตรีมีฝันจะก้าวไปถึงเป้าหมายเดียวกันก็จำเป็นต้องให้ความสำคัญเรื่องการตลาด ทั้งในแง่ภาพลักษณ์ และความสามารถของผู้เข้าแข่งขัน

การทำการตลาด ผู้เข้าแข่งขัน โดยการหาตลาด หางานให้ เด็กทุกคนจะได้รับการดูแลให้อยู่ไปด้วยกันได้ แม้จะมีชื่อเสียงดังไม่เท่ากัน แต่จะหาอย่างไรให้ทุกคนมีจิตใจทำงานโดยไม่ย่อท้อ และไม่รู้สึกว่าตัวเองค้อยกว่าคนอื่น” นอกจากนี้ ยังเน้น Theme Concept Marketing ยกตัวอย่าง ชิมความรัก เริ่มจากออกซิดีเพลงในคอนเสิร์ต ความรัก ขณะที่คอนเสิร์ตมีทริปทัวร์ ผับทัวร์ หรือ Musical Show ก็จะเป็นไปในแนวเดียวกัน

ดังนั้น จึงไม่แปลกที่บริษัทได้ใจบรรดาพันธมิตรล่าสุด 5 ตัว (ซาเชียนโมจิ - ธนาคารกรุงศรีอยุธยา-ขนมขบเคี้ยวชินมัช-เอฟเวอร์เซ็นส์ - บัตรสมาร์ต เพิร์ซ) มาเป็นผู้สนับสนุนขณะที่ศิลปิน AF เป็นที่รู้จัก และเป็น "สื่อ" นำเสนอสินค้า โปรโมตไปยังกลุ่มเป้าหมาย ในราคาที่ไม่แพง แต่ได้ผลประโยชน์เท่ากันกับการลงมือทำเอง"

1. ในการศึกษากระบวนการสื่อสารที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชม ผู้เข้าแข่งขัน และตัวรายการ ยูบีซี อะคาเดมี แฟนเทเชีย

จากกระบวนการสื่อสารในทฤษฎีการสื่อสารนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ได้มองกระบวนการในการสื่อสารที่เกิดขึ้นต่างจากกระบวนการสื่อสารเดิม กล่าวคือ จากกระบวนการสื่อสารเดิมมองว่า

กระบวนการสื่อสารในการศึกษาที่ได้ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร ผู้ส่งสาร และปฏิกิริยาตอบรับ

1. S (Sender/Source) ที่หมายถึงตัวผู้ส่งสาร ที่เป็นบุคคลแต่ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึงรายการยูบีซี อะคาเดมี แฟนเทเชีย ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร โดยเป็นผู้นำเสนอรูปแบบในรายการแบบเรียลลิตี้อะคาเดมี

2. M (Message) ตัวสารจากเดิม คือ ข้อความ หรือข้อมูลที่ผู้ส่งสารต้องการที่จะส่งออกไปยังให้กับผู้รับสาร แต่ในงานวิจัยชิ้นนี้หมายถึงผู้เข้าแข่งขันยูบีซี อะคาเดมีแฟนเทเชีย ซึ่งถือเป็นตัวสาร เพราะ ทางผู้ส่งสารหรือทางรายการยูบีซี อะคาเดมีแฟนเทเชียเป็นผู้กำหนดรูปแบบของรายการว่า ต้องการจะนำเสนอรายการในรูปแบบไหน ทำให้ ผู้เข้าแข่งขันเป็นเพียงสารที่ทางรายการต้องการจะส่งไปยังผู้รับสารนั่นเอง

3. C (Channel) ช่องทางการสื่อสารที่ใช้ ในที่นี้หมายถึงสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร ทางสื่อโทรทัศน์ โดยในที่นี้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มองว่าช่องทางทางการสื่อสาร คือ โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ยูบีซี ที่ใช้เป็นช่องทางการถ่ายทอดสดรายการ ยูบีซีอะคาเดมี แฟนเทเชีย ที่ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งมองเป็นภาพรวมทั้งองค์ไม่ใช่แค่ช่องที่ทำการออกอากาศรายการนี้เท่านั้น

4. R (Receiver) ผู้รับสาร คือทุกคนที่ได้รับข้อมูลจากทางรายการ c9j ในงานวิจัยนี้กลุ่มเป้าหมายคือผู้ชมรายการผ่านทางยูบีซี 34 และ 53 ในปีที่ 1 และ ช่อง 16 ในปีที่ 2 ที่มีการส่งข้อความ sms กลับมายังรายการ เท่านั้น

5. ปฏิกริยาตอบกลับในกระบวนการสื่อสารปกติ จะหมายถึง ปฏิกริยาของผู้รับสารที่เกิดขึ้น หลังจากได้รับสาร ไปแล้ว แต่ในที่นี้ศึกษาเฉพาะปฏิกริยาที่เป็นข้อความที่ส่งเข้าร่วมรายการ และ ได้รับให้มีการส่งข้อความให้ปรากฏบนหน้าจอเท่านั้น

ทำให้เห็นได้ว่าการศึกษารั้งนี้มีการมองส่วนประกอบในกระบวนการสื่อสารที่ต่างไปจากการศึกษาครั้งก่อนๆทำให้ เกิดกระบวนการสื่อสารที่ก่อให้เกิดคู่ปฏิสัมพันธ์คู่ใหม่ที่เกิดขึ้นต่างจากกระบวนการสื่อสารเดิม และทำให้ ผู้รับสารหรือผู้ชมกลายเป็นตัวหลักของกระบวนการสื่อสารในรูปแบบใหม่นี้ไม่ใช่ ผู้ส่งสารหรือตัวรายการเหมือนในอดีตแต่อย่างใดแต่อย่างใด ตัวผู้รับสาร ก่อให้เกิดกระบวนการติดต่อสื่อสารแบบใหม่ที่ทำให้ผู้ส่งสารจำเป็นต้องส่งสารตามผู้รับสารเป็นผู้กำหนด ไม่ใช่จะส่งแต่สารที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารออกไปเพียงอย่างเดียว

คู่ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสารนี้ เกิดขึ้นถึง 9 คู่ จากการสื่อสารเดิม เกิดขึ้นเพียง ผู้ส่งสารและผู้รับสารเท่านั้น

1. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร (ตัวรายการยูบีซีอะคาเดมีแฟนเทเชีย) และสาร (ผู้เข้าแข่งขัน)

รายการยูบีซีอะคาเดมีแฟนเทเชียได้มีบทบาทสำคัญในการคัดเลือกสารที่เป็นผู้เข้ามาสมัคร ในที่นี้จึงเป็นการเกิดความสัมพันธ์กันขึ้นเพราะไม่ใช่ ผู้ส่งสารจะเป็นผู้คิดว่าจะส่งสารอะไรไปยังผู้รับสาร แต่ ผู้ส่งสารทำให้ที่เพียงคัดเลือกสิ่งที่มืออยู่จะนำสารอันไหนส่งไปยังผู้รับสาร และเพียงวางแผนว่าต้องการส่งสารอย่างไร แต่ตัวผู้ส่งสารไม่สามารถที่จะเป็นผู้กำหนดแน่นอนได้ว่าสารที่ส่งไปนั้นจะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับสถานการณ์

2. ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง สาร(ผู้เข้าแข่งขัน) และช่องทางการสื่อสารยูบีซี ช่อง35 ในการแข่งขันปีที่1 และ ยูบีซี 16 ในการแข่งขันปีที่2

การที่ผู้เข้าแข่งขันได้เข้าร่วมในรายการแล้ว ก็ถือว่าต้องมีการทำสัญญากับตัวบริษัท ยูบีซี จึงถือเป็นการที่เกิดความสัมพันธ์กันขึ้น ไม่เพียงแต่ตัวสารจะเป็นสิ่งที่กำหนดช่องทางการสื่อสารเท่านั้น ตัวช่องทางการสื่อสารเองก็มี อิทธิพลต่อตัวสารเพราะสามารถ ควบคุมและจำกัดตัวสารว่าต้องการให้ส่งสารออกไปมากน้อยเพียงใด แต่ทั้งหมดนี้ก็ขึ้นอยู่กับตัวสารที่เป็นตัวผู้เข้าแข่งขันด้วยว่ามีความต้องการที่จะคงอยู่กับช่องทางการสื่อสารมากน้อยเพียงใด

3. ปฏิสัมพันธ์ของช่องทางการสื่อสารยูบีซี ช่อง35 ในการแข่งขันปีที่1 และ ยูบีซี 16 ในการแข่งขันปีที่2กับผู้รับสาร (ผู้ชม)

ช่องทางการสื่อสารกับผู้รับสารมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เพราะผู้รับสารสามารถติดตามสารรับสารจากผู้ส่งสารรายนี้ได้ตลอดเป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้แม้แต่ในห้องนอนเลขที่เดียว และ สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิด และจิตใจของผู้ชม อีกทั้งยังมีความสามารถในการโน้มน้าวใจให้เกิดพฤติกรรมคล้อยตาม ตามหลักการสื่อสารมวลชนอยู่แล้วด้วยนั้น ดังนั้นการติดตามชมรายการยูบีซีอะคาเดมี แฟนเทเชียที่มีการออกอากาศตลอด24 ชั่วโมงของผู้รับสารนั้นจึงไม่ใช่เรื่อง ยาก เพราะเพียงแค่เปิดเครื่องรับโทรทัศน์ ผู้รับสารก็จะสามารถเข้าถึงสารได้ในทันที

4. ปฏิสัมพันธ์ของผู้รับสาร (ผู้ชม) กับ ผู้ส่งสาร (ตัวรายการยูบีซีอะคาเดมีแฟนเทเชีย)

ผู้รับสารกับตัวรายการใกล้ชิดกันมากกว่าการชมรายการในสมัยก่อนเพราะว่าในรายการยูบีซีอะคาเดมี แฟนเทเชีย มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถ ส่งปฏิกิริยาตอบสนองหรือ Feedback กลับ ไปยังตัวรายการ ได้แบบสดเช่นกัน โดยการที่ผู้รับสาร สามารถส่งข้อความผ่าน โทรศัพท์มือถือ หรือผ่านทางโทรศัพท์บ้านในระบบ 1900 ไปยังรายการ ได้ในขณะที่ทำการรับชมการถ่ายทอดสดได้ตลอดเวลา

อาจกล่าวได้ว่ามีผลสัมพันธ์กับงานวิจัยในเรื่องการ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ทิวพร แสนเมืองชิน เพราะการใช้โทรศัพท์ที่เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ได้รับ ความนิยม และสะดวกในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น โทรศัพท์มือถือ และ โทรศัพท์บ้านก็ถือเป็นช่องทางการสื่อสารอย่างหนึ่งที่ผู้รับสารใช้ในการส่งสารกลับไปยังผู้ส่งสารในขณะเดียวกัน ข้อความที่ผู้รับสารส่งกลับไปยัง ผู้ส่งสารนั้น ก็ยังมีผลกระทบ ต่อ ตัวสาร และผู้รับสารกันเอง อีกด้วย

5. ปฏิสัมพันธ์ของตัวสาร(ผู้เข้าแข่งขันยูบีซีอะคาเดมี แฟนเทเชีย)มีกับผู้รับสาร(ผู้ชม)

ความสัมพันธ์ของผู้เข้าแข่งขันยูบีซีอะคาเดมี แฟนเทเชียกับผู้ชมนั้น เกิดขึ้นในด้านของบุคลิกภาพ เพราะเมื่อผู้ชม ได้ เห็นผู้เข้าแข่งขันแต่ละคนแล้ว ก็จะมีการมองในลักษณะเด่นของผู้เข้าแข่งขันแต่ละคนว่ามีลักษณะบุคลิกภาพเป็นเช่นไร หากผู้เข้าแข่งขันคนไหน มีบุคลิกภาพถูกใจ หรือว่าคล้านคลึงกับตนเอง ก็จะเป็นแรงจูงใจให้ผู้รับสารมีความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกันกับสาร ทำให้เกิดการตอบสนอง ไม่ว่าจะเป็นการส่งข้อความให้กำลังใจ หรือแม้แต่ การส่งโหวตเพื่อให้ผู้เข้าแข่งขัน สามารถผ่านไปใช้ชีวิตในแต่ละสัปดาห์อีกด้วย ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า กระบวนการสื่อสารที่ใช้ในการก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างรายการยูบีซีอะคาเดมี แฟนเทเชียกับผู้ชมนั้น ถือเป็นกระบวนการสื่อสารที่เป็น ในรูปแบบใหม่ที่พัฒนามาจากรูปแบบการสื่อสารเดิม คือ ในกระบวนการสื่อสารแบบเดิม

กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นเป็นการติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับบุคคล มากกว่า 2 คนขึ้นไป โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร แบบ 2 ทาง (Two Way Communication) ซึ่งก่อให้เกิดความเข้าใจถูกต้องร่วมกันกระบวนการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นในสังคม จะเป็นการสื่อสารสำหรับผู้รู้จึกกัน อาจเป็นการสื่อสารแบบซึ่งหน้า หรือการสื่อสารแบบทางไกล หรือผ่านโทรศัพท์ แต่ในกระบวนการสื่อสารของรายการยูบีซีอะคาเดมี แฟนเทเชียนี้ ทำให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางขึ้นกับผู้ที่ไม่จำเป็นต้องรู้จึก หรือเคยติดต่อกันมาก่อน โดยมีช่องทางการสื่อสารที่เป็นสื่อกลางที่ทำ

ให้เกิดการติดต่อสื่อสารแบบสองทางกันได้โดยผ่านข้อความที่ขึ้นทงหน้าจอโทรศัพท์ ซึ่งการสื่อสารแบบสองทางนี้เกิดขึ้นทั้งกับ ผู้ส่งสารกับผู้รับสาร และผู้รับสารด้วยกันเองอีกด้วย

6.ปฏิสัมพันธ์ของปฏิริยาตอบกลับ (SMS) กับ ผู้ส่งสาร (ตัวรายการยูบิชีอะคาเดมิแฟนเทเซีย)

ในด้านของปฏิริยาตอบกลับ (SMS) นั้น ส่งตรงไปยังผู้ส่งสารที่เป็นตัวรายการ โดยมีเจ้าหน้าที่จัดการคคกรอง ข้อความที่ไม่สมควร หรือหยาบคายออกก่อนที่จะมีการนำข้อความ SMS ขึ้นบนหน้าจอโทรศัพท์ ทำให้ เป็นการสื่อสารที่มีการตอบรับไปยังผู้ส่งสาร ทำให้ผู้ส่งสารสามารถ ทราบถึงปริมาณผู้ชมที่มีการตอบรับและ ทิศทางของความคิดเห็นของผู้รับสารว่ามีความต้องการเป็นแบบใดในช่วงเวลาใด ทำให้ผู้ส่งสารสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้ คคเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ส่งสารสามารถเลือกแพร่ภาพในส่วนที่มีผู้เข้าแข่งขันที่มีผู้ชมชื่นชอบมากกว่าออกอากาศ แทนที่จะมีการออกอากาศแบบสุ่ม เพราะการที่เลือกออกอากาศให้ตรงตามความชอบของผู้รับสารก็จะทำให้มีการตอบสนองที่มากขึ้นอีกด้วย

7. ปฏิสัมพันธ์ของปฏิริยาตอบกลับ (SMS) กับ สาร (ผู้เข้าแข่งขันยูบิชีอะคาเดมิ แฟนเทเซีย)

ความสัมพันธ์ของSMS กับ สาร นั้น ถึงแม้ว่า ตัวผู้เข้าแข่งขัน หรือ สารจะไม่ได้ รับรู้ ข้อความที่ผู้รับสารส่งเข้าไปโดยตรง แต่ ปฏิริยาของผู้รับสารนั้นส่งผลคคตรงต่อความเป็นอยู่ของสาร เพราะว่าหาก ผู้รับสารเกิดไม่สนับสนุน สารใดสารหนึ่งแล้ว ก็จะทำให้ความนิยมในตัวสารนั้นๆลดลง จนทำให้เกิดการได้รับคะแนนโหวตน้อย จนทำให้ต้องหลุดออกจากการแข่งขันได้ คคงั้น ปฏิริยาตอบรับจึงส่งผลต่อสาร โดยตรง

8 .ปฏิสัมพันธ์ของปฏิริยาตอบรับ (SMS) กับ ผู้รับสาร (ผู้ชม)

ความสัมพันธ์ของSMS และผู้รับสาร ในกระบวนการสื่อสารนี้ถือเป็นรูปแบบกระบวนการสื่อสารแบบใหม่ที่ทำให้ ผู้รับสารสามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในขณะเดียวกันโดยที่มีการส่งสารผ่านช่องทางที่เป็นสื่อมวลชนเลขทีเดียว

9. ปฏิสัมพันธ์ของ ผู้รับสาร (ผู้ชม) กับผู้รับสาร (ผู้ชม)

ผู้ชมรายการถึงแม้จะไม่รู้จักกันมาก่อนแต่เมื่อมีการชมรายการเดียวกันจนกลายเป็นพวกเดียวกัน มีการเลือกที่จะสนับสนุนผู้เข้าแข่งขันคนเดียวกัน จนก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์กันเอง คอยการพูดคุยกันผ่านทางจอโทรทัศน์ และยังมีการพัฒนารูปแบบการติดต่อสื่อสาร ไปจนถึงการรวมกลุ่มกันเพื่อที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งอีกด้วย

ปัญหานำวิจัยข้อที่ 2. กระบวนการสื่อสารที่ใช้ในรายการ ยูบีซี อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย มีผลต่อการเรียนรู้และพัฒนาตัวตนของผู้ชมอย่างไร อย่างไร

ผลของการสื่อสาร ซึ่งเกิดหลังจากการสื่อสารทุกครั้ง เป็นการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยที่การเลือกบริโภคจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไป

กระบวนการสื่อสารที่ใช้ในรายการยูบีซี อะคาเดมี่ แฟนเทเชียที่มีผลต่อการเรียนรู้ของผู้เข้าแข่งขันนั้น ส่งผลให้ผู้รับสารมีการเรียนรู้จากส่วนต่างๆของกระบวนการสื่อสารของรายการ ยูบีซี อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย

ในกระบวนการเรียนรู้ นั้นก่อให้เกิด ความรู้แก่ผู้รับสาร โดยความรู้ที่เกิดขึ้นนี้จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมหรือไม่ก็นั้นอาจขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ โดยแรงจูงใจที่ว่านั้น อาจเกิดได้หลายลักษณะ

การเรียนรู้ของผู้รับสารที่เกิดการตัวสาร (ผู้เข้าแข่งขัน)

ในสภาพการเรียนรู้แบบเน้นสิ่งจูงใจ

การจูงใจให้ผู้รับสารเกิดการต้องการพัฒนาตัวเอง

เมื่อมีการถ่ายทอดสดการออกอากาศการแข่งขัน ยูบีซี อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ให้ผู้ชมได้รับชมแล้ว การแสดงออกของผู้เข้าแข่งขันมีผลต่อการเรียนรู้ของผู้รับสาร เพราะเมื่อผู้เข้าแข่งขันมีชั่วโมงการเรียนรู้ทักษะใหม่ๆจากทางรายการ ผู้รับสารที่กำลังชมอยู่ในขณะนั้นก็จะได้รับความรู้ที่ทางรายการกำลังถ่ายทอดอยู่ด้วย และถ้าหากผู้รับสารมีความสนใจในเนื้อหาเป็นทุนเดิมอยู่แล้วก็จะทำให้เกิดประโยชน์แก่ผู้รับสารมากขึ้นไปอีกเพราะได้ประโยชน์ในการรับข่าวสารเพื่อฝึกฝนทักษะใหม่ๆ และยิ่งกว่านั้น หาก ผู้รับสารเห็นถึงความสำเร็จที่ผู้เข้าแข่งขันได้รับไม่ว่าจะเป็นรางวัลในการ

แข่งขัน หรือเส้นทางสู่อาชีพในวงการบันเทิง อาจเป็นการจุดประกายให้กับผู้เข้ารับสารมีความต้องการอยากที่จะเป็น หรือว่า ประสบความสำเร็จอย่างน่ากล่าวชื่นบ้าง ทำให้มีการพัฒนาตนเองเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันในปีถัดๆ ไป

การพัฒนาคนที่ผู้ชมได้รับมานี้ไม่จำเป็นต้องแสดงออกมาในทันทีทันใด แต่เป็นการที่ผู้ชมได้มีการสั่งสม ให้มีการพัฒนาตัวคนขึ้นไปเรื่อยๆ เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

การจูงใจให้ผู้รับสารเกิดความคิดยอมรับในข้อดีของตัวเอง

เพราะนักร้องที่มีลักษณะที่แตกต่างกันในแต่ละคน ตามบุคลิก ลักษณะ และ พฤติกรรมการแสดงออก และในตัวผู้รับสารเองก็มีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ เช่นกัน ทำให้ผู้รับสารบางคนเลือกที่จะให้การสนับสนุน หรือชื่นชอบ บุคคลที่ผู้รับสารคิดว่ามีบุคลิก ลักษณะเหมือนตนเอง และในกรณีนี้เอง ทำให้ผู้รับสารที่คิดว่าตนเองมีปมด้อย อย่างเช่น อ้วน หรือ ดำ ก็จะสามารถ รับข้อดีต่างๆ ของตนเอง ได้ดียิ่งขึ้น โดยอาจปรับข้อด้อยเหล่านั้น ให้เป็นแรงผลักดันให้ตนเองมีความมั่นใจได้มากยิ่งขึ้น เพราะมีตัวอย่างจากผู้เข้าแข่งขันที่มีลักษณะดังกล่าวยังสามารถ ประสบผลสำเร็จได้ เพราะฉะนั้น ผู้รับสารเองก็อาจจะประสบผลสำเร็จได้อย่างผู้เข้าแข่งขันเช่นกัน

การเรียนรู้ที่เกิดจากตัวรายการ

ตัวรายการมีผลโน้มน้าวใจต่อผู้รับสาร โดย เมื่อผู้รับสารดูรายการแล้วเกิดแรงกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม ไม่ว่าจะการเกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมนั้นจะเกิดขึ้นจากผู้ชมเอง หรือมีแรงกระตุ้นจากภายนอกก็ตาม

ปัญหานำวิจัยข้อ 3. ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมพื้นฐานของคนไทยมีผลต่อการตอบรับตัวผู้เข้าแข่งขัน และส่งผลต่อการตัดสินใจอย่างไร

ในการที่ผู้เข้าแข่งขันแต่ละคน มี พฤติกรรม ลักษณะนิสัยที่แตกต่างกันไปทำให้ เกิดการเปรียบเทียบ ความชอบพอกจากผู้ชม ส่งผลให้ มีทั้งคนที่ชอบและคนที่ไม่ชอบ ในตัวผู้แข่งขันแต่ละคน

การที่นิสัยแต่ละคนแตกต่างกันไปนั้น แต่ก็จะมีนิสัยพื้นฐานบางอย่างที่เป็น ปัจจัยที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้เข้าแข่งขัน จนผู้รับสาร เชื่อมั่นว่าผู้เข้าแข่งขันคนนั้นๆ เป็นคนที่พวกเขา

จะสนับสนุน ในการที่ผู้ชมจะสนับสนุนใครนั้น ในช่วง 4 สัปดาห์ของการแข่งขันนั้น ผู้เข้าแข่งขัน จะโดนตัดสินจากบุคลิกภายนอกที่ปรากฏเท่านั้น แต่หลังจาก สัปดาห์ไปแล้ว ผู้ชมจะให้ความสำคัญ กับความสามารถของตัวผู้เข้าแข่งขันมากขึ้นเรื่อยๆ คุ้ได้จากผลของการส่งข้อความที่ปรากฏ ในช่วงแรกของการแข่งขัน ข้อความที่ส่งเข้ามาจะมีจำนวนในการพูดถึงเรื่อง รูปร่างหน้าตา ลักษณะนิสัย และการแสดงออก รวมไปถึงการแต่งกายของผู้เข้าแข่งขันมากกว่าข้อความที่ส่งมาเกี่ยวข้องกับ ความสามารถของผู้เข้าแข่งขัน

ในสัปดาห์ที่ 5 การ โหวตและข้อความที่ส่งเข้ามาในรายการจะเริ่มพัฒนาไปเป็นการมองที่ ความสามารถ และความพยายามของตัวผู้เข้าแข่งขันทำให้ ผลการตัดสินในสัปดาห์แรกนั้นเป็นไป แบบใครที่มีลักษณะที่ตรงตามค่านิยมพื้นฐานก็จะสามารถผ่านเข้ารอบต่อไปได้แต่หากใครที่ แสดงออกอย่างเกินงามก็จะทำให้ผู้ชม ไม่ชอบและไม่สนับสนุนให้อยู่ในการแข่งขันต่อไป ทำให้ โคนโหวตออกได้เร็วกว่าผู้ที่มี บุคลิกลักษณะ ตรงตามค่านิยมพื้นฐานของไทย

กระแสดอรับในตัวผู้เข้าแข่งขัน

การวัดกระแสดอรับในตัวผู้เข้าแข่งขันสามารถวัดได้โดยดูจาก ผลของการ โหวต สำหรับ ผู้เข้าแข่งขัน ที่มีการประพฤติปฏิบัติตัวได้เป็นที่ยอมรับของผู้ชม ก็จะสามารถผ่านเข้าไปในการ แข่งขันรอบถัดไป

แต่หาก ผู้เข้าแข่งขันคนใดที่มี พฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับค่านิยมโดยส่วนใหญ่ของผู้ชม แล้ว ก็จะส่งผลให้ได้รับกระแสดอรับที่น้อยจน ไม่สามารถที่จะผ่านการแข่งขัน แต่หากการ แข่งขันดำเนิน ไปจนถึง สัปดาห์ที่ 5 แล้ว ผลการยอมรับในตัวผู้เข้าแข่งขันจะเปลี่ยนไป บางครั้งใน ช่วงแรกผู้เข้าแข่งขันอาจไม่ได้รับความนิยมาจากคนดู ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกที่มุ่งมั่นใจเกินไป ของพัชชา การร้องเพลงที่ไม่มีคุณภาพของจุ่มจิม ทำให้มีผู้ชมรายการจำนวนมาไม่ชอบผู้เข้าแข่งขัน แต่เมื่อถึงสัปดาห์ที่ 5 กระแสการต่อต้านการแสดงออกผู้เข้าแข่งขันก็จะเปลี่ยนไป เมื่อผู้ชมเห็นถึง ความสามารถของพัชชา และเห็นความขยันหมั่นเพียรในการซ้อม ทำให้ผู้ชมสามารถยอมรับความ มั่นใจในตัวของพัชชาได้ว่าเป็นสิ่งที่ดี ที่เกิดจากการเป็นผู้มีความสามารถจึงมีความมั่นใจมาก

ส่วนในกรณีของจุ่มจิมนั้น ในตอนแรก การแสดงออกของจุ่มจิมเป็นคนนิสัยดี ขยัน แต่ร้อง เพลงไม่ได้เรื่อง ทำให้ผู้ชมเห็นแล้วรู้สึกไม่ชอบเพราะคะแนน โหวตของจุ่มจิมจะอยู่ในลำดับต้นๆ เสมอ แม้ว่าการร้องนั้นจะไม่ดีเลยก็ตาม แต่เมื่อเวลาผ่านไป ผู้ชมได้เห็นถึงความพยายามในการ พัฒนาการร้องของจุ่มจิมไม่ว่าจะเป็นการฝึกซ้อมอย่างหนัก การตื่นแต่เช้ามาซ้อม รวมไปถึงการ ตั้งใจในห้องเรียนทำให้ผู้ที่เคยไม่ชอบ กลับหันมาสงสาร เพราะว่ามี ความพยายามมากแล้ว และก็มี การพัฒนามากขึ้นตามลำดับถึงแม้จะมีการพัฒนาน้อยแต่ก็มีความพยายามสูงมากๆเช่นกัน

แสดงให้เห็นว่า ในสังคมไทยนั้น การเห็นแบบแรกพบมีความสำคัญในการตัดสินใจที่จะชอบหรือไม่ชอบคนๆ นั้นได้ และถ้าเมื่อชอบแล้วก็จะชอบต่อไปเรื่อยๆ แต่หากการมองครั้งแรกนั้น เกิดการไม่ชอบ แต่ไม่ใช่ว่าจะไม่ชอบตลอดไป หากเมื่อใดก็ตามคนที่เราไม่ชอบนั้นแสดงออกถึงการกระทำที่ตรงตามค่านิยมพื้นฐาน ไม่ว่าจะเป็นความขยัน ความมานะพยายาม การกล้าแสดงออก ก็จะทำให้ความไม่ชอบครายไปจนกลายเป็นความเอ็นดูและความชอบได้ในที่สุด

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. การวิจัยในครั้งนี้ ไม่ได้มีการศึกษา Commentator ผู้ซึ่งถือเป็นผู้ส่งสารที่มีการสื่อสารกับผู้ชมในทุกสัปดาห์ที่มีการแข่งขัน ทั้งนี้ Commentator ควรจัดไว้ในฐานะที่เป็น opinion reader อีกทางหนึ่งด้วย
2. ศึกษากลุ่มผู้รับสาร ว่ากลุ่มผู้รับสารมีความแตกต่างกันอย่างไร