

บทบาทของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการประกอบอาหารของผู้ชมที่รับผิดชอบ
ในการประกอบอาหาร



นางสาวรมิดา รัชเชลล์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2545

ISBN 974-17-2008-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I2C824580

ROLES OF TELEVISION COOKING PROGRAM IN AFFECTING SELECTED AUDIENCE'S COOKING
BEHAVIOR

Miss Ramida Russell

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

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2002

ISBN 974-17-2008-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์

บทบาทของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม
ในการประกอบอาหารของผู้ชมที่รับผิดชอบในการประกอบอาหาร

โดย

นางสาวรมิตา รัสเซลล์

สาขาวิชา

การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกายะ

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นักวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต

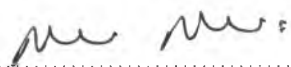


..... คณะบดีคณะนิติศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)



..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกายะ)



..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปนัดดา ธนสถิตย์)

รมิดา รัสเซลล์ : บทบาทของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการประกอบอาหารของผู้ชมที่รับผิดชอบในการประกอบอาหาร. (ROLES OF TELEVISION COOKING PROGRAM IN AFFECTING SELECTED AUDIENCE'S COOKING BEHAVIOR) อ. ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกายะ, 199 หน้า. ISBN 974-17-2008-4.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงวิธีการนำเสนอและเนื้อหาในการสื่อสารของผู้ดำเนินรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ รวมถึงการศึกษาบทบาทหน้าที่ของผู้ดำเนินรายการ และบทบาทหน้าที่ของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์และศึกษาถึงผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ชมที่รับผิดชอบในการประกอบอาหาร วิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ 2 รายการคือ รายการเคาะกระทะ และรายการพ่อลูกเข้าครัว

บทบาทของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ทั้ง 2 รายการพบว่ามี 5 บทบาทด้วยกัน คือ บทบาทของการเป็นสื่อเพื่อสนับสนุนการสอนและการสาธิต บทบาทของการเป็นสื่อเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ บทบาทของการเป็นสื่อเพื่อการให้คำปรึกษา บทบาทของการเป็นสื่อเพื่อการแนะนำร้านอาหาร และบทบาทของการเป็นสื่อเพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ในส่วนของบทบาทของผู้ดำเนินรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ทั้ง 2 รายการพบว่ามี 7 บทบาทด้วยกันคือ บทบาทของการเป็นครูผู้สอนและผู้สาธิต บทบาทของการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์สินค้า บทบาทของการเป็นผู้ให้คำปรึกษา และคำแนะนำ บทบาทของการเป็นผู้ดำเนินรายการ บทบาทของการเป็นผู้แนะนำร้านอาหาร บทบาทของการเป็นนักคุุเทศก์นำเที่ยว และบทบาทของผู้ถือเคล็ดลับ

สำหรับผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ชมที่รับผิดชอบในการประกอบอาหารนั้นพบว่าทั้ง 2 รายการมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ชมในลักษณะเดียวกันนั้น คือ ผู้ชมได้รับความรู้ เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จนถึงการยอมรับและมีความเชื่อ อันนำไปสู่การทดลองหรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแต่ไม่อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ถาวร หรือการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องได้

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2545

ลายมือชื่อนิติ..... Ramida Russell.
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... M M.
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4285266028 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: ROLES / COOKING PROGRAM / COOKING BEHAVIOR /

RAMIDA RUSSELL : ROLES OF TELEVISION PROGRAM IN AFFECTING SELECTED AUDIENCE'S COOKING BEHAVIOR. THESIS ADVISOR : ASSO.PROF. SIRICHAIRIRIKAYA,Ph.D., 199 pp. ISBN 974-17-2008-4.

This study two television cooking programs are taken as case studies: Koa Kra Ta and Por Look Khao Kraw. The objectives of this research are to find out the format of presentation, roles of the program's host roles of the program and also the behavior of the audiences after viewing the programs. The qualitative approach is used as the research methodology.

It was found that the roles of the 2 programs are media advocate, media for advertisement media for consultation, media for food guidance, and media for tour and travelling. For the roles of the programs's hosts are role of teacher and demonstrator, role of product presenter, role of consultant, role of being a host, role of restaurant introducer and role of being a tour guide.

For the study of the effects on selected audiences' found that the program can change or give knowledge which leads to the changing of attitudes and also the audiences' beliefs which lead to changing their cooking behavior by trying something new as the knowledge received from the programs but yet it can't change the audiences' behavior to a regular cooking practice.

Department Mass Communication
Field of study Mass Communication
Academic year 2002

Student's signature.....*Ramida Russell.*
Advisor's signature.....*me me:*
Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลงได้ จากความกรุณาของผู้เกี่ยวข้องมากมาย และผู้ที่ผลักดันให้ผู้วิจัย สามารถทำงานชิ้นนี้ได้สำเร็จคือ ท่านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกายะ ผู้ซึ่งให้ความเมตตาและความอดทนกับผู้วิจัยเป็นอย่างมาก ท่านเป็นผู้ที่ ผู้วิจัยอยากเรียกท่านว่า "ครู" มากกว่า "อาจารย์" เพราะในอดีตที่ผ่านมา คำว่า "ครู" ในความรู้สึกของผู้วิจัยนั้น ท่านเป็นมากกว่าแค่ผู้ที่ทำหน้าที่ในการ "สอน" ดังนั้น อาจารย์ศิริชัย ในความรู้สึกและความทรงจำของผู้วิจัยนั้น ท่านคือ "ครูผู้เสียสละ ครูผู้ซึ่งผลักดัน ครูผู้ซึ่งให้กำลังใจ" กับลูกศิษย์ของท่านด้วย "ความจริงใจ" และมีจรรยาบรรณของความเป็น "ครู" อย่างเต็มเปี่ยม และต้องกราบขอบพระคุณ ผศ.ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และ ผศ.ปนัดดา ธนสถิตย์ เป็นอย่างสูง ที่ท่านได้กรุณาสรรหาและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์รวมถึงชี้ทางสว่างให้กับผู้วิจัยด้วยดีมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ อ.ยงค์ดี จงเลิศเจษฎาวงศ์ อ.ทาลินี แตรรูปวิไล จากสถาบันศิลปศาสตร์การอาหาร คุณบุญเกียรติ ไชควัฒนา คุณสมพล ชัยสิริโรจน์ เจ้าหน้าที่และพี่ชาย รวมถึงพี่ๆ ในฝ่าย C บมจ.ไอ.ซี.ซี.ทุกท่าน และทีมงานของรายการ ฟอกลูกเข้าครัว ที่ได้ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยเป็นอย่างดีสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ เพราะหากมองในแง่ธุรกิจแล้ว ธุรกิจของท่านและผู้วิจัยเป็นธุรกิจประเภทเดียวกันที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมีการแข่งขันในเชิงการค้า และต้องขอขอบพระคุณผู้สนับสนุนอื่น ๆ ที่ไม่อาจเอ่ยนามได้ครบในที่นี้

และที่จะลืมไม่ได้คือ เพื่อน ๆ ร่วมรุ่น MC 9 ไม่ว่าจะเป็ จูน ชิม โรเจอร์ ก้อย แจน สุด และเพื่อน ๆ ทุก ๆ คน ที่คอยดึง คอยดันให้กันและกันมีวันนี้ วันที่พวกเราประสบความสำเร็จร่วมกันถึงแม้ว่ามันอาจจะ Late ไปบ้างแต่พวกเราก็ฝ่าฟันมาจนได้ รวมถึงพี่ฤกษ์ ทองเลิศ ด้วยนะคะ

และบุคคลสำคัญที่จะลืมไม่ได้ถึงแม้ท่านจะล่วงลับไปแล้วก็ตามหากทว่า ท่านเป็นผู้จุดประกายให้ผู้วิจัยเกิดความอยากและความตั้งใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ท่านคือ ผ.อ. แสงชัย สุนทรวัฒน์ หรือ "พี่แสง" ของผู้วิจัย อยากบอก "พี่แสง" ว่า "พี่แสงคะ เบ๊คทำสำเร็จแล้วคะ ได้เป็นมหาบัณฑิตแล้วคะ"

ท้ายสุดนี้ต้องขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ให้การสนับสนุนอีกครั้งหนึ่งด้วยความจริงใจ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช-ณ
สารบัญภาพ.....	ญ

บทที่

1. บทนำ.....	1
1.1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2. ปัญหานำวิจัย.....	8
1.3. วัตถุประสงค์การวิจัย.....	8
1.4. ขอบเขตการวิจัย.....	9
1.5. ข้อสันนิษฐานของการวิจัย.....	9
1.6. นิยามศัพท์.....	10
1.7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์.....	12
2.2. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทักษะคติ ความเชื่อ พฤติกรรม และการปฏิบัติ (KABBP).....	19
2.3. แนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change)	23
2.4. แนวคิดเรื่องอิทธิพลของบุคคล (Personal Influence).....	24
2.5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	27
3.1. แหล่งข้อมูล.....	27
3.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
3.3. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.4. การนำเสนอข้อมูล.....	35
4. กรณีศึกษารายการเคาะกระทะ.....	37
4.1. ช่วงเปิดรายการ.....	39
4.2. ช่วงเกร็ดอ้อยจากตลาด.....	49
4.3. ช่วงมือพิเศษกับคนพิเศษ.....	53
4.4. ช่วงหวานสนุกคลุกเส้นนี้.....	64
4.5. ช่วงอ้อยมหัศจรรย์กับผลิตภัณฑ์อ้อฟ.....	70
4.6. ช่วงเฟิร์ทเปิดฝา.....	75
4.7. ช่วงอ้อยครบรสกับน้ำปลาแท้ตราเสาวรส.....	77
4.8. ช่วงสลิมแอนด์สมาร์ทบายซีเล็คทูน่า.....	80
4.9. ช่วงเกร็ดเทห์ท้ายกระทะ.....	82
4.10. ช่วงตอบจดหมาย.....	84
5. กรณีศึกษารายการพ่อลูกเข้าครัว.....	88
5.1. ช่วงเปิดรายการ.....	94
5.2. ช่วงรู้หมดเปลือกกับมาลี.....	115
5.3. ช่วง Product Hi-light.....	121
5.4. ช่วงพอนั่งชม ลูกนั่งชิม.....	126
5.5. ช่วงพ่อดัดศรี ลูกดัดเที่ยว.....	130
5.6. ช่วงซอสภูเขาทองแจกโชค.....	132
5.7. ช่วงครัวสร้างคน.....	133
5.8. ช่วงอยากรู้ถามมา.....	135
6. ผลกระทบต่อพฤติกรรมในการประกอบอาหารของผู้ชมที่รับผิดชอบ ในการประกอบอาหาร.....	138

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7. ผลวิเคราะห์กรณีศึกษา.....	148
8. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	163
8.1 สรุปผลการวิจัย.....	163
8.2 ข้อจำกัดการวิจัย.....	165
8.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	166
รายการอ้างอิง.....	167
ภาคผนวก.....	170
เอกสารขายรายการเคาะกระทะ.....	171
เอกสารขายรายการฟอลูกเข้าครัว.....	178
เอกสารรายการ Rosemary Castle cook.....	182
เอกสารของ Rick Stein.....	183
เอกสารรายการ Cook Like a chef.....	187
เอกสารรายละเอียดเบื้องหลังการผลิตรายการเคาะกระทะ.....	188
ตัวอย่างจดหมายรายการเคาะกระทะ.....	190
ตัวอย่างไปรษณียบัตร.....	193
ตัวอย่างสูตรอาหารรายการเคาะกระทะ.....	194
ตัวอย่างสูตรอาหาร รายการฟอลูกเข้าครัว.....	198
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	199

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1. ภาพจากช่วงเกร็ดอ่อยจากตลาด.....	52
2. ภาพขณะสาธิตพร้อมผู้ร่วมรายการจากช่วง “มือพิเศษกับคนพิเศษ”.....	54
3. ภาพการบอกสัดส่วนเครื่องปรุงในช่วง “มือพิเศษกับคนพิเศษ”.....	55
4. ฉากหวานสนุกคลุกเสิร์ฟ.....	67
5. ภาพการบอกสัดส่วนเครื่องปรุง “หวานสนุกคลุกเสิร์ฟ”.....	68
6. ภาพของขนมที่ทำเสร็จเรียบร้อยแล้ว.....	69
7. ภาพการบอกสัดส่วนเครื่องปรุงในช่วง “อ่อยมหัศจรรย์กับผลิตภัณฑ์อ๊อฟ”.....	71
8. ภาพการบอกสัดส่วนเครื่องปรุงในช่วง “อ่อยมหัศจรรย์กับผลิตภัณฑ์อ๊อฟ”.....	71
9. อาจารย์ยิงศักดิ์ ขณะดำเนินรายการในช่วง “อ่อยมหัศจรรย์กับผลิตภัณฑ์อ๊อฟ”.....	72
10. ภาพไปรษณียบัตรที่ตกแต่งสวยงาม.....	76
11. ภาพขณะดำเนินรายการช่วง “เฟลชเปิดฝา”.....	77
12. ภาพการบอกสัดส่วนเครื่องปรุงในช่วง “อ่อยครบรสกับน้ำปลาแท้ตราเสาวรส”.....	78
13. ภาพอาจารย์ยิงศักดิ์มอบป้ายเงินรางวัลจากน้ำปลาตราเสาวรสให้ผู้ร่วมรายการ.....	79
14. ภาพรายการช่วง “SLIM & SMART BY SEAELECT TUNA”.....	81
15. ภาพการบอกเครื่องปรุงในรายการ “พ่อลูกเข้าครัว”.....	108
16. ภาพฉากห้องครัวในรายการ “พ่อลูกเข้าครัว”.....	109
17. ภาพคุณหมึกแดงขณะดำเนินรายการและมี COMPUTER GRAPHIC.....	110
18. ภาพ CLOSE UP ขณะสาธิต.....	113
19. ภาพคุณหมึกแดงดำเนินรายการช่วง “รู้หมดเปลือกกับมาลี”.....	115
20. ภาพช่วง Product Hilight ตอนข้าวมันไก่ในหม้อหุงข้าว.....	123
21. ภาพคุณหมึกแดงในช่วง “พอนั่งชมลูกนั่งชิม”.....	127
22. ภาพ CLOSE UP ตระกร้าผลิตภัณฑ์ที่นำไปมอบในช่วง “พอนั่งชมลูกนั่งชิม”.....	128
23. ภาพคุณหมึกแดงลงจากเครื่องบินของสายการบิน Bangkok Airways.....	131
24. ภาพช่วง “ขอสุขภาพทองแจกไซค์”.....	133
25. ภาพคุณหมึกแดงและนักเรียนในช่วง “ครัวสร้างคน”.....	134
26. ภาพ ม.ร.ว. ถนัดศรี และคุณหมึกแดงตอบจดหมาย.....	135