

บทคัดย่อ

T163098

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึง 1) ลักษณะส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจสังคม 2) พฤติกรรมและความต้องการรับชมโฆษณาส่งเสริมสังคมทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ 3) การรับรู้ปัญหาสังคม ตามทัศนคติของประชาชน 4) กลวิธีสร้างสรรค์โฆษณาส่งเสริมสังคม ตามความต้องการของประชาชน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์จากประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 170 คน และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS/PC⁺ ผลการศึกษามีดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน

ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูลเท่ากับ 29 ปี มีรายได้เฉลี่ยเท่ากับ 7,410 บาทต่อเดือน ร้อยละ 51.20 จบการศึกษาดำกว่าประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

2. พฤติกรรมและความต้องการรับชมโฆษณาส่งเสริมสังคมทางสถานีวิทยุโทรทัศน์

2.1 พฤติกรรมการรับชมรายการและโฆษณาส่งเสริมสังคมทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ผู้ให้ข้อมูลที่มีพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ทุกวัน โดยใช้เวลาในการรับชมโทรทัศน์ 2 - 3 ชั่วโมงต่อครั้ง และเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ ในช่วงเวลา 20.01 - 21.00 น. สถานที่รับชมคือ บ้าน และรับชมโฆษณาส่งเสริมสังคม จากทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 11 ซึ่งพบมากในเวลา 18.00 - 19.00 น.

2.2 ความต้องการรับชมโฆษณาส่งเสริมสังคม ผู้ให้ข้อมูลคิดว่าโฆษณาส่งเสริมสังคมจะเข้ามาแก้ปัญหาสังคมได้ในระดับปานกลาง ซึ่งต้องการโฆษณาส่งเสริมสังคมครั้งในรายการ 2 ครั้งต่อรายการ โดยต้องการให้สั้นในรายการข่าว มากที่สุด ในช่วงเวลาที่อยากให้ ออกอากาศในเวลา 20.01 - 21.00 น.

T 163098**3. การรับรู้ปัญหาสังคม ตามธรรมชาติของประชาชน**

ปัญหาสังคมที่ประชาชนต้องการแก้ไขเร่งด่วน 3 ลำดับแรก คือ ปัญหายาเสพติด ลำดับที่ 2 คือ ปัญหาครอบครัว ลำดับที่ 3 คือ ปัญหาความยากจน ซึ่งการรับรู้ปัญหาสังคม เกิดจากการรับรู้จากสื่อต่าง ๆ มากที่สุด ซึ่งสื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้มาก คือ สื่อวิทยุโทรทัศน์

4. กลวิธีการสร้างสรรค์โฆษณาส่งเสริมสังคมตามความต้องการของประชาชน

4.1 กลวิธีความสะอาดเรียบร้อย ประชาชนต้องการ ใช้กลวิธีความสะอาดเรียบร้อยแบบแบบต้นเต็น โดยให้มีการนำเสนอด้วยภาพเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งต้องการใช้กลวิธีความสะอาดเรียบร้อยกับการแก้ไขปัญหายาเสพติด มากที่สุด

4.2 กลวิธีปัญหาและการแก้ปัญหา ประชาชนต้องการการนำเสนอกลวิธีปัญหา และการแก้ปัญหา ด้วย ภาพเป็นองค์ประกอบหลัก โดยต้องการ การใช้กลวิธีแก้ปัญหาเกี่ยวกับปัญหาสังคม คือ ปัญหายาเสพติด

4.3 กลวิธีการใช้บุคลิกภาพของนักแสดง ประชาชนต้องการให้ นักแสดง มาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ โดยบุคลิกที่น่าจะนำมาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ คือ บุคลิกที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และต้องการ แก้ปัญหาสังคม คือ ปัญหาวัยรุ่น

4.4 กลวิธีความน่ารักน่าเอ็นดู ประชาชนต้องการความน่ารักน่าเอ็นดู คือ เด็กมากที่สุด โดยกลวิธีความน่ารักน่าเอ็นดูต้องการแก้ไขกับปัญหามากที่สุด คือ ปัญหาครอบครัว

4.5 กลวิธีอารมณ์ขัน ประชาชน ต้องการจุดอารมณ์ขันให้อยู่ คอนทราสต์ ของเรื่อง โดยเป็นบทอารมณ์ขันให้เกิดจาก ภาพ เป็นองค์ประกอบหลัก และการกลวิธีอารมณ์ขันต้องการแก้กับปัญหา คือ ปัญหาสุขภาพและอนามัยมากที่สุด

4.6 กลวิธีคำมั่นสัญญา ประชาชนต้องการ การให้ นักวิชาการ มาให้คำสัญญา โดยต้องการใช้กลวิธีคำมั่นสัญญากับแก้ไขปัญหาด้าน ปัญหาความยากจน

4.7 กลวิธีให้ความมั่นคงปลอดภัย ประชาชนต้องการให้แก้ไขกับปัญหา ปัญหายาเสพติด มากที่สุด

4.8 กลวิธีแนะนำจากผู้รู้เชื่อถือ ประชาชนต้องการ นักวิชาการ มาให้คำแนะนำ โดยที่ประชาชนต้องการกลวิธีแนะนำจากผู้รู้เชื่อถือต้องการแก้ไขกับปัญหา คือ ปัญหาการศึกษา

4.9 กลวิธีการใช้สัญลักษณ์ ประชาชนต้องการแก้กับปัญหา คือ ปัญหายาเสพติดมากที่สุด

4.10 กลวิธีการให้ข้อมูล ประชาชนต้องการ ให้ นักวิชาการ มาให้ข้อมูล โดยที่ การศึกษาการให้ข้อมูลต้องการแก้กับปัญหา คือ ปัญหายาเสพติด

T 163098

4.11 กลวิธีการอ้างเหตุผล ประชาชนต้องการ ให้ มีการอ้างเหตุผลควรมีรูปแบบ
ที่ สมจริงสมจัง โดยที่ประชาชนต้องการกลวิธีการอ้างเหตุผลใช้แก้ไขปัญหามหาปัญหาเสพติด
มากที่สุด

4.12 กลวิธีรูปแบบวัฒนธรรม ประชาชนต้องการนำ กลวิธีรูปแบบวัฒนธรรม
ไปใช้แก้ไขปัญห ปัญหาศีลปวัฒนธรรมและจิตใจ มากสุด

ABSTRACT

TE 163098

This study was conducted to examine 1) individual characteristics of television viewers in Amphur Muang, Chiang Mai; 2) their behaviours and needs for viewing advertising television programs; 3) their awareness of social problems; and 4) the creative strategy in making public service advertising programs based on viewers' needs. The data was collected through questionnaires distributed to 170 samples of Amphur Muang residents and analyzed by the SPSS/PC program. The findings were as follows :

1. Individual characteristics of viewers

The number of male respondents exceeded that of female respondents. The average age of the respondents was 29 years, their average income was 7,410 baht/month and 51.20% had completed education lower than a diploma level.

2. Behaviours and needs for viewing advertising television programs

2.1 The respondents viewed television daily, with the average viewing time of 2 - 3 hours/day at home for 2-3 hours. The prime time for watching was 8:01-9:00 p.m. and they viewed the public service advertising television programs on Channel 11 from 6:00 to 7:00 p.m.

2.2 The respondents thought that public service advertising programs helped solve social problems at a moderate level. They preferred public service advertising programs to be intermittent twice during a regular program. In their opinion the most suitable time for public service advertising programs was during the news broadcast or during 8:01 - 9:00 p.m.

3. Awareness of social problems

The first three most urgent social problems that needed to be solved were problems of narcotics, family problems and poverty problems. The respondents were aware of these problems through various mass media, especially through television.

TE 163098

4. Creative strategy in making public service advertising programs based on viewers' needs

4.1 The strategy of creating emotional sensation : the viewers preferred this strategy to be exciting with pictures as a main factor and this strategy should be best used to solve narcotic problems.

4.2 Problem solving strategy : the viewers wanted this strategy to have pictures as a main factor of presentation which can be best used to solve social and narcotic problems.

4.3 The strategy involving personal characteristics of famous actors :the viewers suggested using friendly and pleasant actors as presenters. This strategy can be best used to solve social problems involving teenagers.

4.4 The strategy involving cuteness and loveliness : the viewersrecommended using cute children as presenters to help solve family problems.

4.5 The strategy involving a sense of humour : the viewers suggested that this sense of humour should appear towards the end of the presentation to induce mental pictures and this strategy can be best used to solve health and hygienic problems.

4.6 The strategy involving making a promise : the viewers wanted academics to make sincere promises to solve poverty problems.

4.7 The strategy involving security : the viewers wanted this strategyto be used to solve narcotic problems.

4.8 The strategy involving convincing : the viewers wanted academics to give advice on solving educational problems.

4.9 The strategy involving the use of symbols : the viewers wanted this strategy to be used to solve problems concerning narcotics.

4.10 The strategy involving the use of information : the viewers wanted to have some academics to give them necessary information to solve narcotic problems.

4.11 The strategy involving logic : the viewers wanted somebody to give them convincing reasons and to use this strategy to solve narcotic problems.

4.12. The strategy involving cultures : the viewers believed this strategy could be most appropriately used to solve problems concerning cultures and mind.