

172594

สิรินทร์สฤษฎ์ วินิจสร : การสื่อสารระหว่างหมอดูกับผู้เข้ารับบริการ.

(COMMUNICATION BETWEEN FORTUNE TELLERS AND CLIENTS)

อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช, อ.ที่ปรึกษาร่วม : อาจารย์ สุกัญญา สมไพบูลย์,
228 หน้า. ISBN 974-53-2195-8.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงรูปแบบวิธีการสื่อสารระหว่างหมอดูกับผู้เข้ารับบริการ ซึ่งประกอบไปด้วยหมอดู 3 ประเภท ได้แก่ หมอดูประเภทคนทรงเจ้าหรือนั่งทางใน, หมอดูประเภท 12 ราศี (วันเดือนปีเกิด), และหมอดูประเภทไฟยิปซี (ไฟทาโรต์) รวมถึงการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดเป็นความพึงพอใจแก่ผู้เข้ารับบริการ โดยใช้การศึกษาด้วยวิธีการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมประกอบกับการสำรวจความคิดเห็นและรวบรวมผลด้วยแบบสอบถาม

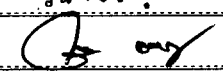
ผลการวิจัยพบว่า

1 การสื่อสารระหว่างหมอดูกับผู้เข้ารับบริการจะประกอบไปด้วย 4 ช่วงของการสื่อสาร คือ ช่วงที่ 1 ช่วงของการทำความรู้จักในเบื้องต้น ช่วงที่ 2 ช่วงของการเข้าสู่การให้คำทำนาย ช่วงที่ 3 ช่วงของการสนทนาโต้ตอบระหว่างหมอดูกับผู้เข้ารับบริการ ช่วงที่ 4 ช่วงยุติการสนทนา โดยรูปแบบและวิธีการสื่อสารของหมอดูที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงนั้น ช่วงที่ 1 หมอดูแต่ละประเภทจะมีรูปแบบที่เป็นไปตามความเชื่อในศาสตร์ของตน ซึ่งจะสื่อสารออกทางการสร้างพิธีกรรม แต่สำหรับ 3 ช่วงที่เหลือนั้นรูปแบบและวิธีการสื่อสารของหมอดูที่เกิดขึ้นจะมีความแตกต่างไปตามบุคลิกลักษณะ การรับรู้ในบทบาทหน้าที่ของหมอดูในแต่ละคน

2. ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดเป็นความพึงพอใจแก่ผู้เข้ารับบริการ มีอยู่ 2 ส่วน ส่วนแรกคือ ปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้เข้ารับบริการ ได้แก่ ความเชื่อทัศนคติ ความต้องการความคาดหวัง จำนวนครั้งในการเข้ารับบริการ วิธีการคิด การให้เหตุผล รวมถึงบุคลิกลักษณะของผู้เข้ารับบริการ ส่วนที่ 2 คือ ปัจจัยที่เกิดจากตัวของหมอดู ได้แก่ คำทำนายใน เชิงบวกที่หมอดูมีให้ ความแม่นยำของหมอดู คำแนะนำวิธีแก้ไขปัญหาที่หมอดูมีให้ วิธีการพูดคุยของหมอดู และบุคลิกลักษณะของหมอดู

3. ความรู้สึกพึงพอใจที่เกิดขึ้นของผู้เข้ารับบริการนั้น จะสามารถเกิดขึ้นใน 2 ช่วงของการสื่อสาร คือ ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในระหว่างการสื่อสาร (โดยเฉพาะในช่วงต้น) ซึ่งจะเป็นความพึงพอใจที่เกิดจากการประเมินจากผลที่ได้รับกับความคาดหวังที่มี ในช่วงนี้ความรู้สึกจะเป็นสิ่งที่นำมาใช้ในการประเมิน

ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นหลังจากการสื่อสารได้สิ้นสุดลง ซึ่งเป็นความพึงพอใจที่เกิดจากการประเมินภาพรวมของการสื่อสารที่ได้เกิดขึ้น ในช่วงนี้ ความรู้ การใช้เหตุผล และความรู้สึกจะเป็นสิ่งที่นำมาใช้ในการประเมิน

ภาควิชา วาทวิทยาและสื่อสารการแสดง ลายมือชื่อนิสิต สิรินทร์สฤษฎ์ วินิจสร
สาขาวิชา วาทวิทยา ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 
ปีการศึกษา 2548 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม _____

4685126128 : MAJOR SPEECH COMMUNICATION

KEY WORD: INTERPERSONAL COMMUNICATION / FORTUNE TELLERS

SIRINSLIJ VINIJSORN : COMMUNICATION BETWEEN FORTUNE TELLERS AND
CLIENTS. THESIS ADVISOR : UAYPORN PANICH, ASSOCIATE PROFESSOR
THESIS COADVISOR : SUKANYA SOMPAIBOON, 228 pp. ISBN 974-53-2195-8.

The purpose of this research is to study the patterns of the communication between fortune-tellers; Spirit-medium, Astrologers, and Tarot fortune-tellers, and their clients. It is also a study of factors which create satisfaction to the customers by using observation and questionnaires methods.

The research indicates that

1. There are 4 periods of the communication between the fortune-tellers and the clients
 - 1.) preliminary introduction, 2.) fortune-telling, 3.) conversation, and 4.) the end of conversation, respectively. The research shows that in the first period, each group of fortune-tellers has their own ways of communicating depending on their individual belief, which are expressed via ritual activities. The communicating patterns for the rest of the periods, however, differ from one another since they depend on the personality and ability in perceiving of each tellers.
2. There are 2 categories of factors affecting on clients' satisfaction. The first one is clients' factors including attitude, expectation, numbers of receiving service, thinking process, reasoning, and personalities and characteristics of the clients. The other one is tellers' factors which includes positive prophecies, accuracy, talking style, advices given by tellers, and the personalities of the fortune-tellers.
3. The satisfaction of clients can be occurred during two periods of communication as of the followings,
 - The satisfaction during a conversation (at the beginning) caused by evaluating results and expectation that the clients have. Emotions and feelings are factors in this process.
 - The satisfaction after a conversation caused by evaluating the overall result of the communication . During this period, knowledge, reasoning, and feelings are used for evaluating the communication.

Department Communication and Performing Arts Student's signature signature ສິຣິນທຳສ໌ຖາບຸງ ວິຈິດສົງ
Field of study Speech Communication Advisor's signature signature
Academic year 2005 Co-advisor's signature _____