

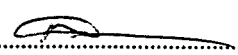
พรรณิ จิตไพศาลวัฒนา: ความคิดเห็นของคนรุ่นใหม่ต่อสถาบันครอบครัวที่ปรากฏใน
ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ (YOUNG GENERATION OPINION TOWARDS FAMILY
INSTITUTION THROUGH TELEVISION COMMERCIALS)

อ.ที่ปรึกษา: ผศ.สุวัฒนา วงษ์กะพัน; 97 หน้า ISBN 974-637-158-4

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่และประสิทธิผลของ
ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับสถาบันครอบครัว การวิเคราะห์ข้อมูลได้
ใช้กรอบแนวคิดเรื่องการเรียนรู้ ความรู้ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจากการชมภาพยนตร์
โฆษณาทางโทรทัศน์ การศึกษาในครั้งนี้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบการจัดสนทนากลุ่มกับคน
รุ่นใหม่ 10 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 80 คน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่มีการเรียนรู้ภาพของสถาบันครอบครัวไปในทาง
บวก เนื่องจากภาพยนตร์โฆษณาได้นำเสนอภาพของครอบครัวที่อบอุ่น มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง
สมาชิกในครอบครัว และภาพยนตร์โฆษณายังมีผลทำให้กลุ่มคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มในการปรับ
เปลี่ยนพฤติกรรมที่จะให้ความสำคัญแก่สถาบันครอบครัวมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าในแต่ละกลุ่ม
ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องครอบครัว และเห็นพ้องต้องกันว่า
การใช้แนวคิดดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับสินค้าและบริการ นอกจากนี้รูปแบบการนำเสนอ
ภาพยนตร์โฆษณาเพลงประกอบและผู้แสดงนำที่เหมาะสม มีผลทำให้การสื่อความหมายมีความ
ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ภาควิชา สื่อสารมวลชน
สาขาวิชา สื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2540

ลายมือชื่อนิสิต พรรณี จิตไพศาลวัฒนา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม