

<HTML>

<HEAD>

<TITLE> ชื่อแฟ้มข้อมูล : 5023032245.html </TITLE>

</HEAD>

<BODY>

<x245\$a> ชื่องานวิจัยภาษาไทย : ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมแต่ละระดับที่มีต่อรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย

<x740\$a> ชื่องานวิจัยภาษาอังกฤษ : Uses and gratifications of audiences from different level towards Thai culture promotional television program on ThaiPBS station

<x100\$a> ชื่อผู้วิจัยภาษาไทย : นางสาวเจนิสตาร์ รักษ์สิริโสภา

<x700\$a> ชื่อผู้วิจัยภาษาอังกฤษ : Miss Jenistar Ruksirisopha

<x710\$b> ชื่อคณะ : วิทยาลัยนวัตกรรม , สาขา : การบริหารงานวัฒนธรรม

<x710\$a> ชื่อสถาบัน : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

<x700\$a> รายชื่อที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ อรุณช เลิศจรรยาภักษ์

<x260\$c> ปีการศึกษา : 2553

<x440\$a> คำไข : รายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย เจนิสตาร์ รักษ์สิริโสภา

<H3><CENTER>บทคัดย่อ</CENTER></H3>

<DD> จากการศึกษาพบว่า ผู้ชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยทั้ง 3 ระดับ คือ ระดับสูง ระดับกลาง และระดับล่างมีความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากรายการแต่ละรายการแตกต่างกันออกไป โดยมีปัจจัย เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ อายุ รายได้ และประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ผู้ชมในแต่ละระดับมีการเปิดรับสาร และเลือกรับสารแตกต่างกันอีกทั้งยังมีปัจจัยเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคลเป็นตัวการสำคัญในการเลือกรับข้อมูลต่างๆ ดังนั้นจึงส่งผลให้ผู้ชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในแต่ละระดับนำประโยชน์ที่ได้รับจากรายการไปใช้ในลักษณะที่ต่างกัน ซึ่งสามารถจำแนกประโยชน์ดังกล่าวได้ดังต่อไปนี้ ผู้ชมระดับสูงชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยเพื่อ (Ideology) หมายถึง ต้องการแสวงหาความรู้เพื่อสนองความอยากรู้ของตนเอง เพื่อนำความคิดดังกล่าวไปต่อยอดและพัฒนาต่อไป ผู้ชมระดับกลางชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยเพื่อ (Knowledge) หมายถึง ต้องการนำข้อมูลที่ได้รับจากการชมรายการมาสร้างเป็นความรู้และใช้เป็นหัวข้อในการสนทนา ผู้ชมระดับล่างชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยเพื่อ (Skill) หมายถึง นำข้อมูลที่ได้รับจากการชมรายการมาใช้ในการประกอบอาชีพและแก้ไขปัญหาชีวิตของตนเอง

<DD> Based on the studies of Thai culture promotional television programs, three levels of audiences, high, medium, and low level had different uses and gratifications from each program,

depending on educations, occupations, ages, incomes, and experiences; consequently, audiences in each level adopted the information from each program differently. The different level of audiences in each program gained different uses from the program. The high level audiences of Thai culture promotional television program were seeking for ideology, applying information to fulfill ones' curiosity or applying such ideas for development. The medium level audiences were seeking for knowledge, applying information to build their knowledge or using such ideas for conversation topics. The low level audiences were seeking for skills, applying information from watching the program in their profession or solving their own problems.

</BODY>

</HTML>