

หัวข้อวิจัย	ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมแต่ละระดับที่มีต่อ รายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวเจนิสตาร์ รักษ์สิริโสภา Miss Jenistar Ruksirisopha
แผนกวิชา/คณะ	สาขาการบริหารงานวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ อรุณ เลิศจรรยารักษ์
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยทั้ง 3 ระดับ คือ ระดับสูง ระดับกลาง และระดับล่างมีความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากรายการแต่ละรายการแตกต่างกันออกไปโดยมีปัจจัย เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ อายุ รายได้ และประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ผู้ชมในแต่ละระดับมีการเปิดรับสาร และเลือกรับสารแตกต่างกันอีกทั้งยังมีปัจจัยเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคลเป็นตัวการสำคัญในการเลือกรับข้อมูลต่างๆ ดังนั้นจึงส่งผลให้ผู้ชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในแต่ละระดับนำประโยชน์ที่ได้รับจากรายการไปใช้ในลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถจำแนกประโยชน์ดังกล่าวได้ดังต่อไปนี้ ผู้ชมระดับสูงชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยเพื่อ (Ideology) หมายถึง ต้องการแสวงหาความรู้เพื่อสนองความอยากรู้ของตนเอง เพื่อนำความคิดดังกล่าวไปต่อยอดและพัฒนาต่อไป ผู้ชมระดับกลางชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยเพื่อ (Knowledge) หมายถึง ต้องการนำข้อมูลที่ได้รับจากการชมรายการมาสร้างเป็นความรู้ และใช้เป็นหัวข้อในการสนทนา ผู้ชมระดับล่างชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยเพื่อ (Skill) หมายถึง นำข้อมูลที่ได้รับจากการชมรายการมาใช้ในการประกอบอาชีพและแก้ไขปัญหาชีวิตของตนเอง

Thesis Title	Uses and gratifications of audiences from different level towards Thai culture promotional television program on ThaiPBS station
Author	Miss Jenistar Ruksirisopha
Major/Faculty	Cultural Management, College of Innovation Thammasat University
Advisors	Associate Professor Oranuch Loertjanyarak
Academic Year	2009

Abstract

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.