

สมภพ กิ่งเงิน : กระบวนการสร้างและประสิทธิผลของวาทกรรมภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม

ทางโทรทัศน์ พ.ศ. 2538-2540 (THE PROCESS AND EFFECTIVENESS OF TELEVISION PUBLIC SERVICE ADVERTISING DISCOURSE DURING 1995 - 1997) อ. ที่ปรึกษา :

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริภายะ , 136 หน้า. ISBN 974-331-620-5

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบริบททางสังคม และเนื้อหาในภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมที่นำเอาเรื่องสาธารณะมาใช้ ทฤษฎีและแนวคิดที่นำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ได้แก่ แนวคิดเรื่องวาทกรรม แนวคิดเรื่องเรื่องสาธารณะ และแนวคิดเรื่องภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

วาทกรรมภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมขององค์กรทั้ง 9 กลุ่ม ได้แก่ องค์กรผู้ผลิตเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ องค์กรผู้ผลิตรถยนต์ องค์กรประกันภัย องค์กรที่ทำหน้าที่จัดสรรหาพลังงาน องค์กรที่ควบคุมดูแลการใช้พลังงาน องค์กรที่มีหน้าที่ให้บริการแก่ประชาชน สถาบันการเงิน องค์กรที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าอุปโภค และธุรกิจสังหาริมทรัพย์ มีลักษณะ รูปแบบ และกระบวนการสร้างในทิศทางเดียวกัน และเนื้อหาของวาทกรรมภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมมีความสัมพันธ์กับบริบทซึ่งเป็นเรื่องสาธารณะที่อยู่ในกระแสสังคม ณ ช่วงเวลานั้น ๆ สำหรับบริบทที่นำมาสร้างเป็นเนื้อหา ได้แก่ เรื่องสาธารณะที่อยู่ในกระแสความสนใจของสังคม เรื่องสาธารณะที่อยู่นอกเหนือความสนใจของสังคม รวมทั้งกิจกรรม โครงการ และงานในหน้าที่ ความรับผิดชอบขององค์กร

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา.....๒๕๔๑

ลายมือชื่อนิติบัตร.....สมภพ กิ่งเงิน
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....ศิริชัย ศิริภายะ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....