

การค้นคว้าความรู้เกี่ยวกับ ผลและอิทธิพลของสื่อมวลชน

302.23
ก34ก
2549

รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ISBN : 974-94781-1-8

สารบัญ

	หน้า
กานำ	
บทที่ 1	
กระบวนการค้นหาความรู้.....	1
ความหมายการค้นหาความรู้.....	1
แบบจำลองการค้นหาความรู้.....	2
รูปแบบการค้นหาความรู้.....	5
ทฤษฎีในกระบวนการค้นหา.....	8
บทที่ 2	
การหาความรู้ทางการสื่อสาร.....	11
ประเภทของการวิจัย.....	12
การวิจัยทางสื่อสารมวลชน.....	14
ขั้นตอนการวิจัยทางสื่อสารมวลชน.....	15
องค์ประกอบพื้นฐานการวิจัยสื่อสารมวลชน.....	15
การวิเคราะห์เนื้อหา.....	20
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผลหรืออิทธิพลของสื่อมวลชน.....	21
ทฤษฎีเข็มฉีดยา.....	22
ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน.....	23
ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด.....	24
ทฤษฎีวิพากษ์สื่อมวลชน.....	20
บุคลากรทดสอบผลของสื่อมวลชน.....	26
ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม.....	27
ทฤษฎีความคาดหวังทางสังคม.....	28
ทฤษฎีหน้าที่นิยม.....	29
บทที่ 3	
วิธีการศึกษาผลหรืออิทธิพลของสื่อมวลชนในอดีตและปัจจุบัน.....	31
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	34
นิยามศัพท์.....	34
วิธีการศึกษา.....	35

บทที่ 4	การศึกษาวิจัยผลการสื่อสารมวลชนในอดีตและปัจจุบัน	36
	งานวิจัยเกี่ยวกับผลหรืออิทธิพลของสื่อมวลชนในอดีต	37
	เรื่องที่ 1 The Effects of Movies on Children	37
	ภาพยนตร์กับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	40
	ผลของสื่อภาพยนตร์กับอารมณ์ (Stimulating Emotion)	41
	ผลของภาพยนตร์กับการสร้างมาตรฐานทางศีลธรรม	41
	เรื่องที่ 2 Television and Social Behavior	42
	The Surgeon General's Report	42
	ผลของโทรทัศน์ (Television's Effects)	45
	งานวิจัยปัจจุบัน	53
	เรื่องที่ 1 สื่อมวลชนกับความเข้มแข็งบนทางวัฒนธรรม	53
	เรื่องที่ 2 บทบาทการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับพุทธศาสนาของสื่อมวลชนไทย ในสาขาของพุทธศาสนิกชน	58
	เรื่องที่ 3 อินเทอร์เน็ต : สื่อเทคศึกษาของวัยรุ่นไทย	66
	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมในการศึกษา	73
	แบบจำลองการนำเสนอเนื้อหาเทคศึกษาทางอินเทอร์เน็ต	78
	แบบจำลองการนำเสนอเนื้อหาเทคทางสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้เกิด	80
	แบบจำลองการนำเสนอเนื้อหาเทคทางสื่ออินเทอร์เน็ตของนักวิชาการ	82
	เรื่องที่ 4 ความเหมาะสมของเนื้อหาในนิตยสารการ์ตูนไทยยอดนิยม ที่มีต่อเด็ก : ศึกษาเฉพาะกรณีนิตยสารการ์ตูนรายสัปดาห์ ชายหัวเราะ	88
บทที่ 5	เปรียบเทียบการวิจัยศึกษาผลหรืออิทธิพลของสื่อมวลชนในอดีตและปัจจุบัน	96
	ตารางเปรียบเทียบการตั้งวัตถุประสงค์ในการวิจัย	99
	การเปรียบเทียบระเบียบวิธีวิจัย (Methodology)	101
	ตารางเปรียบเทียบสิ่งแวดล้อมที่ศึกษา	103