

52910

การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงาน
ด้านสื่อสารมวลชนของพนักงานในบริษัทโฆษณา



นางสาวนฤมล แก้วทิพรรัตน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย


พ.ศ. 2537

ISBN : 974-631-067-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I16186138

JOB INFORMATION ACQUISITION OF EMPLOYEES
IN ADVERTISING AGENCIES



MISS NARUMON KAEWTHIPHARAT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Mass Communication

Graduate School

Chulalongkorn University

1994

ISBN : 974-631-067-4

C550478 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: JOB ACQUISITION, MASS MEDIA PERSONNEL, ADVERTISING AGENCY

NARUMON KAEWTHIPHARAT : JOB INFORMATION ACQUISITION OF EMPLOYEES IN
ADVERTISING AGENCIES. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. SIRICHAIR SIRIKAYA,
Ed.D. 78 pp. ISBN 974-631-067-4

This study examined the communication behavior of the employees in advertising agencies in the situation in which they wanted to learn about media-related job opportunities. Data were collected from 19 advertising agency employees, grouped according to their job responsibility and the number of times they changed their jobs in the past.

Results are as follows:

1. The employees acquired the information about media-related jobs from both mass media and interpersonal sources
2. Most employees heard about their first jobs from mass media, but they heard about their subsequent jobs from other people.
3. Both superficial and intimate levels of interpersonal communication were found in this study. However, the employees reported that they engaged in superficial communication more often than intimate communication.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่อนิติศ..... *ZPA 12*

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *สม น.*

ปีการศึกษา 2537

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาที่วิจัย.....	6
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	7
ข้อสันนิษฐานในการวิจัย.....	7
คานิยามศัพท์.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ทฤษฎีแบบจำลองการสื่อสารเชิงลู่เข้า.....	9
ทฤษฎีเครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคล.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับระดับความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดและแบบผิวเผิน	
ในงานวิจัยของกรราโนเวเตอร์.....	16
ทฤษฎีองค์ประกอบการสื่อสาร ของเดวิด เค. เบอร์โล.....	26
แนวคิดเรื่องช่องทางในการแพร่กระจายข่าวสาร	
ของเอเวอร์เร็ด เอ็ม โรเจอร์ส.....	27
ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29

3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	35
	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	35
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
	การนำเสนอข้อมูล.....	43
4	ผลการวิจัย.....	44
5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	59
	ผลการศึกษาและวิเคราะห์.....	59
	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลวิจัยไปใช้.....	62
	ข้อจำกัดในการวิจัย.....	63
	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	63
	บรรณานุกรม.....	65
	ภาคผนวก.....	69
	ประวัติผู้เขียน.....	78

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือเอาใจใส่อย่างดียิ่งของ รศ. ดร.ศิริชัย ศิริภายะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์, ผศ.ขวัญเรือน กิติวัฒน์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ตลอดจน รศ.จุมพล รอดคำดี กรรมการวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำปรึกษาและให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการทาวิจัยครั้งนี้ด้วยดีมาตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบคุณความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมวิชาซีทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือให้ข้อมูลกับผู้วิจัย รวมทั้งเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ชาว MC3 ทุกท่าน ที่คอยกระตุ้นเตือน ช่วยเหลือ ร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมาตลอดจนผู้วิจัยสามารถฟันฝ่าอุปสรรคจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ท้ายสุดนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ผู้คอยห่วงใยและเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยมาตลอดชีวิต และที่ ๆ น้อง ๆ ในครอบครัวที่คอยช่วยเหลือ เป็นกำลังใจจนสำเร็จการศึกษา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย