

Shen Di. (2569). การจัดการสื่อใหม่และการสื่อสารวัฒนธรรมแพชชั่นในประเทศจีน. ดุษฎีนิพนธ์
ปร.ด. (การจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. อาจารย์ที่
ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี, ปร.ด.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษากลไกและกระบวนการสื่อสารวัฒนธรรมแพชชั่นจีนในยุคสื่อใหม่ ภายใต้การเปลี่ยนผ่านจากสื่อดั้งเดิมสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล โดยตั้งอยู่บนสมมติฐานว่าลักษณะเฉพาะของสื่อใหม่ทั้งด้านความเร็ว การโต้ตอบ และการเข้าถึงแบบเฉพาะกลุ่ม ส่งผลให้การถ่ายทอดและการยอมรับวัฒนธรรมแพชชั่นเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ วัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาการใช้สื่อใหม่ในการสื่อสารและเผยแพร่วัฒนธรรมแพชชั่นในประเทศจีน 2) เพื่อศึกษาเนื้อหาในการเผยแพร่วัฒนธรรมแพชชั่นในประเทศจีน และ 3) เพื่อพัฒนารูปแบบและแนวทางการจัดการเผยแพร่วัฒนธรรมแพชชั่นในประเทศจีน เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามผู้บริโภคแพชชั่นในมณฑลเจ้อเจียง จำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ควบคู่กับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญในบริษัทแพชชั่น จำนวน 8 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การใช้สื่อใหม่ในการเผยแพร่วัฒนธรรมแพชชั่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการยอมรับ โดยเฉพาะปัจจัยด้านคุณภาพเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอความสามารถในการสื่อสารของแพลตฟอร์ม และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ซึ่งการมีส่วนร่วมของผู้ใช้มีบทบาทสำคัญในการเสริมพลังให้เนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับมากยิ่งขึ้น 2) เนื้อหาในการเผยแพร่ที่มีประสิทธิภาพต้องผสมผสานความหลากหลาย สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรม และสื่อสารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง ทั้ง VR, AR และ AI เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและกระตุ้นการมีส่วนร่วมเชิงลึก และ 3) รูปแบบและแนวทางการจัดการที่เหมาะสมควรมุ่งเน้นการพัฒนากลยุทธ์การเผยแพร่เชิงสร้างสรรค์ การเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี และการยกระดับคุณค่าทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความครอบคลุมทั้งในเชิงปฏิบัติและเชิงวิชาการ โดยข้อเสนอแนะมุ่งเน้นการพัฒนากลยุทธ์และโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเสริมคุณค่าเชิงวัฒนธรรมและการสื่อสารทั้งเชิงปฏิบัติและวิชาการ

คำสำคัญ : สื่อใหม่, การสื่อสารแพชชั่น, วัฒนธรรมแพชชั่นจีน, การมีส่วนร่วมของผู้ใช้, เทคโนโลยีดิจิทัล, การยอมรับทางวัฒนธรรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Shen Di. (2026). **New Media Management and Fashion Culture Communication in China**. Dissertation Ph.D. (Communication Innovation Management). Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University. Principal Dissertation Advisor : Assistant Professor Dr. Chamroen Kangkasri, Ph.D.

Abstract

This research aimed to: 1) study the use of new media for communicating and disseminating fashion culture in China, 2) study the content for disseminating fashion culture in China, and 3) develop a model and management guidelines for disseminating fashion culture in China. This study employed a mixed-methods research approach. Quantitative data were collected from 400 fashion consumers in Zhejiang Province using questionnaires. Data were analyzed using descriptive statistics and correlation analysis. Qualitative data were collected through in-depth interviews with eight entrepreneurs and experts in fashion companies and analyzed using content analysis.

The research findings revealed that: 1) The use of new media for disseminating fashion culture had a statistically significant positive relationship with acceptance, particularly regarding content quality, presentation style, platform communication capability, and user engagement, where user engagement played a vital role in empowering content to influence acceptance. 2) Effective dissemination of content must integrate diversity, align with cultural contexts, and communicate via advanced digital technologies, including VR, AR, and AI, to create positive experiences and stimulate deep engagement. 3) Appropriate management models and guidelines should focus on developing creative dissemination strategies, strengthening technological infrastructure, and elevating cultural values to build credibility and coverage in both practical and academic contexts.

Keywords : New Media, Fashion Communication, Chinese Fashion Culture, Digital Technology, Cultural Acceptance

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี