

บทที่ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาผลของการเรียนรู้เกี่ยวกับโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อการรับรู้โฆษณาทางโทรทัศน์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางและความเรียง และในการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์แทนความหมายต่าง ๆ ดังนี้

\bar{x}	ค่ามัธยฐานเลขคณิต
SD	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	ค่าทดสอบที
df	ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ
χ^2	ค่าไคสแควร์
U	ค่าสถิติยู ที่มีค่าเหมือน χ^2 เมื่อค่าความถี่ที่คาดหวังน้อยกว่า 5 แล้วปรับสัดส่วนดังกล่าวโดยวิธี Arcsine Transformation

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 จำนวน ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ และอายุ

อายุ	กลุ่มควบคุม			กลุ่มทดลอง		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
นักเรียนอายุ 8 ขวบ	-	3	3	1	2	3
นักเรียนอายุ 9 ขวบ	8	8	16	11	7	18
นักเรียนอายุ 10 ขวบ	6	3	9	3	6	9
นักเรียนอายุ 11 ขวบ	1	1	2	-	-	-
	15	15	30	15	15	30

จากตารางที่ 1 นักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม จะมีอายุ 9 ขวบมากที่สุดคือ กลุ่มควบคุมมีความถี่เป็น 16 และกลุ่มทดลองเป็น 18 ซึ่งค่าเฉลี่ยอายุของนักเรียนทั้ง 2 กลุ่มประมาณ 9.2 ปี และค่ามัธยฐานของอายุในทั้ง 2 กลุ่มเป็น 9.4 ปี

ตารางที่ 2 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้แฟ้งโคโคโม

		กลุ่มควบคุม		กลุ่มทดลอง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การทดสอบก่อน	เคยใช้แฟ้งโคโคโม	16	53.3	16	53.3
	ไม่เคยใช้แฟ้งโคโคโม	14	46.7	14	46.7
		30	100	30	100
การทดสอบภายหลัง	เคยใช้แฟ้งโคโคโม	16	53.3	16	53.3
	ไม่เคยใช้แฟ้งโคโคโม	14	46.7	14	46.7
		30	100	30	100

จากตารางที่ 2 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้ และไม่เคยใช้แฟ้งโคโคโมในกลุ่มควบคุม กลุ่มทดลองพบว่ามีจำนวนเท่ากัน ทั้งก่อนและหลังการสอน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 ความแตกต่างของค่ามัธยฐานเลขคณิตของคะแนนการรับรู้โฆษณาทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง ก่อนการสอน

การรับรู้	กลุ่มควบคุม		กลุ่มทดลอง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
1. การรับรู้ถึงความหมายของการโฆษณาทางโทรทัศน์	0.77	0.50	0.87	0.57	0.72
2. การรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์และโฆษณาทางโทรทัศน์	0.83	0.46	0.83	0.53	0
3. การรับรู้ถึงวัตถุประสงค์ในการโฆษณาทางโทรทัศน์	0.80	0.41	0.90	0.55	0.80
รวมคะแนนการรับรู้โฆษณาทางโทรทัศน์	2.8	0.86	2.6	1.16	0.76

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบค่าที พบว่า การรับรู้ถึงความหมายของการโฆษณาทางโทรทัศน์ ความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์และโฆษณาทางโทรทัศน์ และวัตถุประสงค์ในการโฆษณาทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มควบคุม และกลุ่มทดลอง ก่อนการสอนนั้นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 ความแตกต่างของค่ามัธยฐานและเลขคณิตของคะแนนการรับรู้ระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง หลังการสอน

การรับรู้	กลุ่มควบคุม		กลุ่มทดลอง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
1. การรับรู้ถึงความหมายของการโฆษณา	1.1	0.40	2.03	0.72	<u>6.21*</u>
2. การรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์และโฆษณาทางโทรทัศน์	0.77	0.50	2.17	0.59	9.86*
3. การรับรู้ถึงวัตถุประสงค์ในการโฆษณาทางโทรทัศน์	0.93	0.58	2.0	0.91	<u>5.41*</u>
รวมคะแนนการรับรู้โฆษณาทางโทรทัศน์	2.8	0.89	6.2	1.47	<u>10.84*</u>

หมายเหตุ ค่าทดสอบที่ขีดเส้นใต้ คือ ค่าทดสอบที่ เมื่อพบความไม่เป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน

* $P < .05$

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบค่าที่ พบว่า การรับรู้ถึงความหมายของการโฆษณา ความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์และโฆษณาทางโทรทัศน์ วัตถุประสงค์ในการโฆษณาทางโทรทัศน์และคะแนนรวมในการรับรู้โฆษณาทางโทรทัศน์ ภายหลังจากสอนแล้วกลุ่มทดลองมีคะแนนการรับรู้มากกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 ความแตกต่างระหว่างค่ามัธยฐานและสถิติของคะแนนการรับรู้ก่อนการสอน และหลังการสอนในกลุ่มควบคุม

การรับรู้	ก่อนการสอน		หลังการสอน		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
1. การรับรู้ถึงความหมายของการโฆษณา	0.76	0.50	1.1	0.40	2.76*
2. การรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์และการโฆษณาทางโทรทัศน์	0.83	0.43	0.77	0.50	-0.63
3. การรับรู้ถึงจุดประสงค์ในการโฆษณาทางโทรทัศน์	0.80	0.41	0.93	0.58	1.07
รวมคะแนนการรับรู้โฆษณาทางโทรทัศน์	2.4	0.86	2.8	0.89	1.53

* $P < .05$

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบค่าที ในกลุ่มควบคุม ภายหลังจากสอนเรื่องความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่คะแนนการรับรู้ถึงความหมายของการโฆษณาจะมีคะแนนมากกว่าก่อนการสอนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .05$) แต่คะแนนการรับรู้ความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์และโฆษณาทางโทรทัศน์ วัตถุประสงค์ในการโฆษณาทางโทรทัศน์ และคะแนนรวมในการรับรู้โฆษณาทางโทรทัศน์ภายหลังจากสอนไม่มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 6 ความแตกต่างระหว่างค่ามัธยฐานเลขคณิตของคะแนนการรับรู้ ก่อนการสอน และ หลังการสอนในกลุ่มทดลอง

การรับรู้	ก่อนการสอน		หลังการสอน		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
1. การรับรู้ถึงความหมายของการโฆษณา	0.87	0.57	2.03	0.72	7.31*
2. การรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่าง รายการโทรทัศน์และการโฆษณา ทางโทรทัศน์	0.83	0.53	2.17	0.59	9.10*
3. การรับรู้ถึงวัตถุประสงค์ในการโฆษณา ทางโทรทัศน์	0.9	0.55	2.0	0.91	5.67*
รวมคะแนนการรับรู้โฆษณาทางโทรทัศน์	2.6	1.16	6.2	1.47	9.89*

* $P < .05$

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบค่าที พบว่าในกลุ่มทดลอง คะแนนการรับรู้ถึงความหมายของการโฆษณา ความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์และการโฆษณาทางโทรทัศน์ วัตถุประสงค์ในการโฆษณาทางโทรทัศน์ คะแนนรวมในการรับรู้โฆษณาทางโทรทัศน์ ภายหลังจากสอนเรื่องการทำโฆษณาทางโทรทัศน์ จะมีคะแนนมากกว่าก่อนการสอนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ และการทดสอบความแตกต่างของความเชื่อถือที่มีต่อข่าวสาร (เห็นด้วย) ระหว่างกลุ่มควบคุม และกลุ่มทดลอง ก่อนการสอน

ข่าวสาร	กลุ่มควบคุม				กลุ่มทดลอง				x ²	U
	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ฉันคิดว่าแป้งโคโคโมมีกลิ่นหอม	30	100	0	0	29	96.7	1	3.3	-	0.53
2. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณามีความสุขที่ได้แต่งตัวด้วยตัวของเขาเอง	27	90.0	3	10.0	30	100	0	0	-	3.25
3. ฉันคิดว่าเด็กผู้หญิงคนนั้นชอบก็ปรูพหนูและก็ปัสซิมหูกจริง	23	76.7	7	23.3	22	73.3	8	26.7	0	-
4. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณาชอบใช้แป้งโคโคโม	25	83.3	5	16.7	26	86.7	4	13.3	-	0.14
5. ฉันคิดว่าห้องนอนนั้นเป็นห้องนอนส่วนตัวของเขา	12	40.0	18	60.0	15	50.0	15	50.0	0.61	-
6. ฉันคิดว่าเด็กผู้หญิงคนนั้นใช้แป้งคนละครบ้องกับน้องของเขา	17	56.7	13	43.3	21	70.0	9	30.0	0.65	-
7. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณามักจะแต่งตัวด้วยตัวของเขาเอง	23	76.7	7	23.3	24	80.0	6	20.0	0	-
8. ฉันคิดว่าเด็กผู้ชายคนนั้นกำลังจะไปงานเลี้ยงจริง ๆ	11	36.7	19	63.3	13	43.3	17	56.7	0.27	-
9. ฉันเชื่อว่าแม่ของเด็กเป็นผู้ที่บอกลูกของเขาว่าใช้แป้งโคโคโมแล้วสบายใจ	17	56.7	13	43.3	20	66.7	10	33.3	0.63	-
10. ฉันคิดว่าแม่ของเด็กมีความภาคภูมิใจในตัวลูกของเขา	28	93.3	2	6.7	30	100	0	0	-	1.79

ข้อสาร	กลุ่มควบคุม				กลุ่มทดลอง				x ²	p
	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
11. ฉันคิดว่าแป้งโคโคโมมีเนื้อละเอียด	30	100	0	0	29	96.7	1	3.3	-	0.53
12. ฉันคิดว่าเค้กในโฆษณาหล่อหรือสวยเมื่อใช้แป้งโคโคโม	10	33.3	20	66.7	12	40.0	18	60.0	0.28	-
13. ฉันคิดว่าเค้กในโฆษณาที่มีความสบายใจเมื่อใช้แป้งโคโคโม	26	86.7	4	13.3	28	93.3	2	6.7	-	0.75
14. ฉันคิดว่าเค้ก ๆ มีโลกส่วนตัวของเขาเองในเรื่องของความคิดที่เป็นส่วนตัว	29	96.7	1	3.3	30	100	0	0	-	0.53
15. ฉันคิดว่าเค้ก ๆ มีโลกส่วนตัวของเขาเองในเรื่องของของใช้ที่เป็นส่วนตัว	22	73.3	8	26.7	25	83.3	5	16.7	0.39	-
16. ฉันคิดว่าแป้งโคโคโมสามารถช่วยคุณแม่สร้างโลกส่วนตัวให้ลูกของเธอได้จริง	19	63.3	11	36.7	19	63.3	11	36.7	0	-
17. เค้กผู้ชายคนนั้นจะใส่เสื้อสูทไปงานเลี้ยงเสมอ	13	43.3	17	56.7	14	46.7	16	53.3	0.06	-

จากตารางที่ 7 การทดสอบความแตกต่างระหว่างสัดส่วนของความเชื่อที่มีต่อข้อสารในโฆษณาชุดแป้งเค้กโคโคโม พบว่า ในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ก่อนการสอน จะมีความเชื่อในข้อสารไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 จำนวน ร้อยละ และการทดสอบความแตกต่างของความเชื่อถือที่มีต่อข่าวสาร (เห็นด้วย) ระหว่างกลุ่มควบคุม และกลุ่มทดลอง ภายหลังจากการสอน

ข่าวสาร	กลุ่มควบคุม				กลุ่มทดลอง				X ²	U
	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ฉันคิดว่าแป้งโคโคโมมีกลิ่นหอม	29	96.7	1	3.3	29	96.7	1	3.3	-	0
2. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณามีความสุขที่ได้แต่งตัวด้วยตัวของเขาเอง	30	100	0	0	28	93.3	2	6.7	-	1.79
3. ฉันคิดว่าเด็กผู้หญิงคนนั้นชอบกับรูปหนูและกับสีชมพูจริง	23	76.7	7	23.3	22	73.3	8	26.7	0	-
4. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณาชอบแป้งโคโคโม	25	83.3	5	16.7	15	50.0	15	50.0	6.07*	-
5. ฉันคิดว่าห้องนอนนั้นเป็นห้องนอนส่วนตัวของเขา	17	56.7	13	43.3	6	20.0	24	80.0	7.05*	-
6. ฉันคิดว่าเด็กผู้หญิงคนนั้นใช้แป้งคนละกระป๋องกับน้องของเขา	19	63.3	11	36.7	19	63.3	11	36.7	0	-
7. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณามักจะแต่งตัวด้วยตัวของเขาเอง	27	90.0	3	10.0	23	76.7	7	23.3	1.08	-
8. ฉันคิดว่าเด็กผู้ชายคนนั้นกำลังจะไปงานเลี้ยงจริง ๆ	12	40.0	18	60.0	12	40.0	18	60.0	0	-
9. ฉันเชื่อว่าแม่ของเด็กเป็นผู้ที่บอกลูกของเขาว่าใช้แป้งโคโคโมแล้วสบายใจ	17	56.7	13	43.3	14	46.7	16	53.3	0.60	-
10. ฉันคิดว่าแม่ของเด็กมีความภาคภูมิใจในตัวลูกของเขา	29	96.7	1	3.3	25	83.3	5	16.7	-	3.41
11. ฉันคิดว่าแป้งเด็กโคโคโมเนื้อแป้งละเอียด	29	96.7	1	3.3	27	90.0	3	10.0	-	1.16

ข้อคำถาม	กลุ่มควบคุม				กลุ่มทดลอง				x ²	U
	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
12. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณาหล่อหรือสวยเมื่อใช้แป้งโคโคโม	9	30.0	21	70.0	4	13.3	26	86.7	1.57	-
13. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณามีความสบายใจเมื่อใช้แป้งโคโคโม	26	86.7	4	13.3	17	56.7	13	43.3	5.25*	-
14. ฉันคิดว่าเด็กมีโลกส่วนตัวของเขาเองในเรื่องของความคิดที่เป็นส่วนตัว	27	90.0	3	10.0	26	86.7	4	13.3	-	0.16
15. ฉันคิดว่าเด็กมีโลกส่วนตัวของเขาเองในเรื่องของของใช้ที่เป็นส่วนตัว	26	86.7	4	13.3	27	90.0	3	10.0	-	0.16
16. ฉันคิดว่าแป้งโคโคโมสามารถช่วยให้คุณแม่สร้างโลกส่วนตัวให้กับลูกของเธอได้จริง	18	60.0	12	40.0	16	53.3	14	46.7	0.27	-
17. เด็กผู้ชายคนนั้นจะใส่เสื้อสูทไปงานเลี้ยงเสมอ	11	36.7	19	63.3	8	26.7	22	73.3	0.30	-

* P < .05

จากตารางที่ 8 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างสัดส่วนของความเชื่อที่มีต่อข้อคำถามโฆษณาชุดแป้งเด็กโคโคโม พบว่า หลังการสอนเรื่องการทำโฆษณาทางโทรทัศน์แล้ว นักเรียนในกลุ่มทดลอง จะมีความเชื่อต่อข้อคำถามน้อยกว่านักเรียนกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในข้อกระทงของข้อคำถามที่ว่าเด็กในโฆษณาชอบใช้แป้งโคโคโม ห้องนอนนั้นเป็นห้องนอนส่วนตัวของเขาเอง และเด็กในโฆษณามีความสบายใจเมื่อใช้แป้งเด็กโคโคโม แต่ข้อคำถามอื่น ๆ นั้น นักเรียนกลุ่มทดลองมีความเชื่อต่อข้อคำถามไม่แตกต่างจากกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 9 ความแตกต่างของความเชื่อที่มีต่อข่าวสาร (เห็นด้วย) ก่อนและหลังการสอนในกลุ่มควบคุม

ข่าวสาร	ก่อนการสอน		หลังการสอน		X ² (McNemar Test)	α (Binomial Test)
	เห็นด้วย		เห็นด้วย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ฉันคิดว่าแป้งโคโคโมมีกลิ่นหอม	30	100	29	96.7	-	0.5
2. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณามีความสุขที่ได้แต่งตัวด้วยตัวของเขาเอง	27	90.0	30	100	-	0.125
3. ฉันคิดว่าเด็กผู้หญิงคนนั้นชอบก็รูปหนูและก็ปัสซิมพูจริง	23	76.7	23	76.7	-	0.5
4. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณาชอบใช้แป้งโคโคโม	25	83.3	25	83.3	-	0.5
5. ฉันคิดว่าห้องนอนนั้นเป็นห้องนอนส่วนตัวของเขา	12	40.0	17	56.7	-	0.5
6. ฉันคิดว่าเด็กผู้หญิงคนนั้นใช้แป้งคนละกระป๋องกับน้องของเขา	17	56.7	19	63.3	-	0.36
7. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณามักจะแต่งตัวด้วยตัวของเขาเอง	23	76.7	27	90.0	-	0.11
8. ฉันคิดว่าเด็กผู้ชายคนนั้นกำลังจะไปงานเลี้ยงจริง ๆ	11	36.7	12	40.0	-	0.5
9. ฉันเชื่อว่าแม่ของเด็กเป็นผู้ที่บอกลูกของเขาว่าใช้แป้งโคโคโมแล้ว	17	56.7	17	56.7	-	0.5

สบายใจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข่าวสาร	ก่อนการสอน		หลังการสอน		X ² (McNemar Test)	α (Binomial Test)
	เห็นด้วย		เห็นด้วย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
10. ฉันคิดว่าแม่ของเต็กมีความภาคภูมิใจในตัวลูกของเขา	28	93.3	29	96.7	-	0.5
11. ฉันคิดว่าแม่โปโกโคมมีเนื้อแม่จะเอียค	30	100	29	96.7	-	0.5
12. ฉันคิดว่าเต็กในโฆษณาหล่อหรือสวยเมื่อใช้แม่โปโกโคม	10	33.3	9	30.0	-	0.5
13. ฉันคิดว่าเต็กในโฆษณามีความสบายใจเมื่อใช้แม่โปโกโคม	26	86.7	26	86.7	-	0.5
14. ฉันคิดว่าเต็กมีโลกส่วนตัวของเขาเองในเรื่องความคึกที่เป็นส่วนตัว	29	96.7	27	90.0	-	0.31
15. ฉันคิดว่าเต็ก ๆ มีโลกส่วนตัวของเขาเองในเรื่องของข้อใช้ที่เป็น ส่วนตัว	22	73.3	26	86.7	0.75	-
16. ฉันคิดว่าแม่โปโกโคมสามารถช่วยคุณแม่สร้างโลกส่วนตัวให้ลูกของ เธอได้จริง	19	63.3	18	60.0	-	0.5
17. เต็กผู้ชายคนนั้นจะใส่เสื้อสูทไปงานเลี้ยงเสมอ	13	43.3	11	36.7	0.08	-



จากตารางที่ 9 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างสัดส่วนของความเชื่อต่อที่มีต่อข่าวสาร (เห็นด้วยกับข่าวสาร) ก่อนและหลังการสอนเรื่องความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ของนักเรียนกลุ่มควบคุมพบว่านักเรียนกลุ่มควบคุมมีความเชื่อต่อข่าวสาร ก่อนและหลังการสอน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 10 ความแตกต่างของความเชื่อถือ (เห็นด้วย) ต่อข่าวสารก่อนและหลังการสอน

ในกลุ่มทดลอง

ข่าวสาร	ก่อนการสอน		หลังการสอน		X ² (McNemer Test)	α (Binomial Test)
	เห็นด้วย		เห็นด้วย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ฉันคิดว่าแฉ่งโคโคโมมีกลิ่นหอม	29	96.7	29	96.7	-	0.5
2. ฉันคิดว่าเด็กในโรซอมีความสุขที่ได้แต่งตัวด้วยตัวของเขาเอง	30	100	28	93.3	-	0.25
3. ฉันคิดว่าเด็กผู้หญิงคนนั้นชอบก็ปรูพหนูและก็ปัสซิมพูจริง	22	73.3	22	73.3	-	0.5
4. ฉันคิดว่าเด็กในโรซอชอบใช้แฉ่งโคโคโม	26	86.7	15	50.0	9.09*	-
5. ฉันคิดว่าห้องนอนนั้นเป็นห้องนอนส่วนตัวของเขา	15	50.0	6	20.0	4.92*	-
6. ฉันคิดว่าเด็กผู้หญิงคนนั้นใช้แฉ่งคนละกระป๋องกับน้องของเขา	21	30.0	19	63.3	-	0.36
7. ฉันคิดว่าเด็กในโรซอมักจะแต่งตัวด้วยตัวของเขาเอง	24	80.0	23	76.7	-	0.5
8. ฉันคิดว่าเด็กผู้ชายคนนั้นกำลังจะไปงานเลี้ยงจริง ๆ	13	43.3	12	40.0	-	0.5
9. ฉันเชื่อว่าแม่ของเด็กเป็นผู้ที่บอกลูกของเขาว่าใช้แฉ่งโคโคโมแล้วสบายใจ	20	60.7	14	46.7	2.5	-
10. ฉันคิดว่าแม่ของเด็กมีความภาคภูมิใจในตัวลูกของเขา	30	100	25	83.3	-	0.03*

ข้อคำถาม	ก่อนการสอน		หลังการสอน		X ² (McNemer Test)	α (Binomial Test)
	เห็นด้วย จำนวน	ร้อยละ	เห็นด้วย จำนวน	ร้อยละ		
11. ฉันคิดว่าแป้งโคโคโมมีเนื้อแป้งละเอียด	29	96.7	27	90.0	-	0.25
12. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณาหล่อหรือสวยเมื่อใช้แป้งโคโคโม	12	40.0	4	13.3	4.92*	-
13. ฉันคิดว่าเด็กในโฆษณามีความสบายใจเมื่อใช้แป้งโคโคโม	28	93.3	17	56.7	9.09*	-
14. ฉันคิดว่าเด็กมีโลกส่วนตัวของเขาเองในเรื่องของความคิดที่เป็นส่วนตัว	30	100	26	86.7	-	0.06
15. ฉันคิดว่าเด็ก ๆ มีโลกส่วนตัวของเขาเองในเรื่องของของใช้ที่เป็นส่วนตัว	25	83.3	27	90.0	-	0.34
16. ฉันคิดว่าแป้งโคโคโมสามารถช่วยให้คุณแม่สร้างโลกส่วนตัวให้ลูกของเธอได้จริง	19	63.3	16	53.3	0.36	-
17. เด็กผู้ชายจะใส่เสื้อสูทไปงานเลี้ยงเสมอ	14	46.7	6	20.0	2.5	-

* P < .05

จากตารางที่ 10 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างสัดส่วนความเชื่อต่อข้อคำถามก่อนและหลังการสอน เรื่องการทำโฆษณาทางโทรทัศน์ของนักเรียนกลุ่มทดลอง พบว่า ภายหลังจากสอน นักเรียนในกลุ่มทดลอง มีความเชื่อต่อข้อคำถามน้อยกว่าก่อนการสอนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในข้อกระทงที่ว่า เด็กในโฆษณาชอบใช้แป้งโคโคโม ห้องนอนนั้นเป็นห้องนอนส่วนตัวของเขาเอง แม่ของเด็กมีความภาคภูมิใจในตัวลูกของเขา เด็กในโฆษณาหล่อหรือสวยเมื่อใช้แป้งโคโคโม เด็กในโฆษณามีความสบายใจเมื่อใช้แป้งโคโคโม ส่วนข้อกระทงอื่น ๆ นั้น นักเรียนกลุ่มทดลองมีความเชื่อต่อข้อคำถามไม่แตกต่างจากก่อนการสอนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 11 ความแตกต่างของค่ามัธยฐานเลขคณิตของเจตนาการซื้อแม็งเด็กโตโตโม ระหว่าง
กลุ่มควบคุม กลุ่มทดลอง ก่อนการสอนและหลังการสอน

เจตนาการซื้อ	กลุ่มควบคุม		กลุ่มทดลอง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
เจตนาการซื้อก่อนการสอน	2.4	1.00	2.8	1.16	1.43
เจตนาการซื้อหลังการสอน	2.3	1.29	2.4	1.10	0.32

จากตารางที่ 11 พบว่าเจตนาการซื้อแม็งเด็กโตโตโม ในกลุ่มควบคุม กลุ่มทดลอง
ก่อนการสอน และหลังการสอน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 12 ความแตกต่างระหว่างค่ามัธยฐานเลขคณิตของเจตนาการซื้อแม็งเด็กโตโตโม ก่อน
การสอน และหลังการสอน ในกลุ่มควบคุม และกลุ่มทดลอง

เจตนาการซื้อ	ก่อนการสอน		หลังการสอน		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
เจตนาการซื้อในกลุ่มควบคุม	2.4	1.00	2.3	1.29	0.41
เจตนาการซื้อในกลุ่มทดลอง	2.8	1.16	2.4	1.10	1.93*

* $P < .05$

จากตารางที่ 12 พบว่าภายหลังการสอนเรื่องการทำโฆษณาทางโทรทัศน์นักเรียน
กลุ่มทดลองจะมีเจตนาการซื้อแม็งเด็กโตโตโมน้อยลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ในกลุ่มควบคุม
จะมีเจตนาการซื้อแม็งโตโตโม ก่อนและภายหลังการสอนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 13 ความแตกต่างของการรับรู้ใจความสำคัญในโฆษณาชุกแฉิ่งเค็กโคโคโม ก่อนการ
สอน หลังการสอน ในนักเรียนกลุ่มควบคุม

การรับรู้ใจความสำคัญ	ก่อนการสอน	หลังการสอน	α (Binomial test)
	จำนวน	จำนวน	
นักเรียนที่รับรู้ใจความสำคัญได้ตรงกับ ผู้ส่งสารโฆษณา (แฉิ่งโคโคโมช่วยคุณแม่ สร้างโลกส่วนตัวให้กับลูกน้อย)	2	1	0.5
นักเรียนที่รับรู้ใจความสำคัญไม่ตรงกับ ผู้ส่งสารโฆษณา	28	29	
	30	30	

จากตารางที่ 13 พบว่านักเรียนกลุ่มควบคุม ก่อนการสอนเรื่องความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่
นักเรียนมีการรับรู้ใจความสำคัญในโฆษณาแฉิ่งเค็กโคโคโม ไม่แตกต่างจากหลังการสอน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ก่อนการสอน นักเรียนรับรู้ใจความสำคัญว่า แฉิ่งโคโคโมช่วย
คุณแม่สร้างโลกส่วนตัวให้ลูกน้อย ซึ่งตรงกับผู้ส่งสารโฆษณา เป็นจำนวน 2 คน แต่ภายหลัง
การสอน นักเรียนรับรู้ใจความสำคัญตรงกับผู้ส่งสารโฆษณาเพียง 1 คน ส่วนนักเรียนที่รับรู้ใจความ
สำคัญไม่ตรงกับผู้ส่งสารโฆษณาก่อนการสอน มี 28 คน หลังการสอนมีจำนวน 29 คน
(รายละเอียดประกอบในภาคผนวก ข. ตารางที่ 28)

ตารางที่ 14 ความแตกต่างของการรับรู้ใจความสำคัญในโฆษณาชุกแฉิ่งเค็กโคโคโม ก่อนการ
สอนและหลังการสอนในนักเรียนกลุ่มควบคุม

การรับรู้ใจความสำคัญ	ก่อนการสอน จำนวน	หลังการสอน จำนวน	α (Binomial Test)
นักเรียนที่รับรู้ใจความสำคัญได้ตรงกับ ผู้ส่งสารโฆษณา (แฉิ่งโคโคโมช่วยคุณแม่ สร้างโลกส่วนตัวให้กับลูกน้อย)	1	2	0.5
นักเรียนที่รับรู้ใจความสำคัญไม่ตรงกับ ผู้ส่งสารโฆษณา	29	28	
	30	30	

จากตารางที่ 14 พบว่านักเรียนกลุ่มทดลอง ก่อนการสอนเรื่องการทำโฆษณาทาง
โทรทัศน์รับรู้ใจความสำคัญในโฆษณาแฉิ่งเค็กโคโคโม ไม่แตกต่างจากภายหลังการสอนอย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ก่อนการสอนนักเรียนรับรู้ใจความสำคัญว่า แฉิ่งโคโคโมช่วยคุณแม่สร้างโลก
ส่วนตัวให้ลูกน้อย ซึ่งตรงกับผู้ส่งสารโฆษณาเพียง 1 คน หลังการสอนนักเรียนรับรู้ใจความ
สำคัญตรงกับผู้ส่งสารโฆษณาเป็นจำนวน 2 คน ส่วนนักเรียนที่รับรู้ใจความสำคัญไม่ตรงกับผู้ส่ง
สารโฆษณาก่อนการสอนมีจำนวน 29 คน ภายหลังการสอนมีจำนวน 28 คน (รายละเอียด
โปรดดูภาคผนวก ข. ตารางที่ 29)

ตารางที่ 15 ความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจที่มีต่อข้ออ้างอิง "โลกส่วนตัว" ของนักเรียน
กลุ่มควบคุม ก่อนและหลังการสอน

ความรู้ความเข้าใจ	ก่อนการสอน	หลังการสอน	∞ (Binomial Test)
	จำนวน	จำนวน	
นักเรียนที่มีความรู้ความเข้าใจต่อข้อ อ้างอิง "โลกส่วนตัว" ได้ตรงกับ ผู้สังสารโฆณา (การที่เด็กมีความคิดและของใช้ส่วนตัว สามารถทำอะไรได้ด้วยตนเอง ตามความ สามารถของตนเอง)	20	21	0.5
นักเรียนที่มีความรู้ความเข้าใจต่อข้อ อ้างอิง "โลกส่วนตัว" ไม่ตรงกับ ผู้สังสารโฆณา	10	9	
	30	30	

จากตารางที่ 15 พบว่านักเรียนกลุ่มควบคุม ก่อนการสอนเรื่องความเอื้อเฟื้อ
แต่ มีความรู้ความเข้าใจต่อข้ออ้างอิง "โลกส่วนตัว" ไม่แตกต่างกับภายหลังการสอนอย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ก่อนการสอนนักเรียนมีความรู้ความเข้าใจต่อข้ออ้างอิง "โลกส่วนตัว" ได้
ตรงกับผู้สังสารโฆณา เป็นจำนวน 20 คน แต่ภายหลังการสอนมีจำนวน 21 คน ส่วนนักเรียน
ที่มีความเข้าใจต่อความหมายของคำว่า "โลกส่วนตัว" ไม่ตรงกับผู้สังสาร ก่อนการสอนมี 10 คน
ภายหลังการสอนมี 9 คน (โปรดดูรายละเอียดในภาคผนวก ข. ตารางที่ 30)

ตารางที่ 16 ความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจที่มีต่อข้ออ้างอิง "โลกส่วนตัว" ของนักเรียน
กลุ่มทดลอง ก่อนและหลังการสอน

ความรู้ความเข้าใจ	ก่อนการสอน จำนวน	หลังการสอน จำนวน	χ^2 (Binomial Test)
นักเรียนที่มีความรู้ความเข้าใจต่อข้อ อ้างอิง "โลกส่วนตัว" ได้ตรงกับ ผู้ส่งสารโฆษณา (การที่เด็กมีความคิดและของใช้ส่วน ตัว สามารถทำอะไรได้ด้วยตนเอง ตามความสามารถของตน)	24	24	1
นักเรียนที่มีความรู้ความเข้าใจต่อข้อ อ้างอิง "โลกส่วนตัว" ไม่ตรงกับผู้ ส่งสารโฆษณา	6	6	
	30	30	

จากตารางที่ 16 พบว่านักเรียนในกลุ่มทดลอง ก่อนการสอนเรื่องการทำโฆษณา
ทางโทรทัศน์มีความรู้ความเข้าใจต่อข้ออ้างอิง "โลกส่วนตัว" ไม่แตกต่างกับภายหลังการสอน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจต่อข้ออ้างอิง "โลกส่วนตัว" ได้ตรง
กับผู้ส่งสารโฆษณาเป็นจำนวน 24 คน ทั้งก่อนและหลังการสอน คือ มีความเข้าใจว่า
"โลกส่วนตัว" หมายถึงการที่เด็กมีความคิดและของใช้ส่วนตัว สามารถทำอะไรได้ด้วยตนเอง
ตามความสามารถของตน ส่วนนักเรียนอีก 6 คน มีความเข้าใจต่อข้ออ้างอิง "โลกส่วนตัว"
ไม่ตรงกับผู้ส่งสารโฆษณา (โปรดดูรายละเอียดในภาคผนวก ข. ตารางที่ 31)

ตารางที่ 17 ความแตกต่างของนักเรียนที่คิดว่า "โลกส่วนตัว" มีจริง ก่อนและหลังการสอน
ในกลุ่มควบคุม และกลุ่มทดลอง

นักเรียนที่คิดว่า "โลกส่วนตัว" มีจริงหรือไม่จริง	ก่อนการสอน	หลังการสอน	χ (Binomial test)
	จำนวน	จำนวน	
<u>กลุ่มควบคุม</u>			
นักเรียนที่คิดว่า "โลกส่วนตัว" มีจริง	25	25	1
นักเรียนที่คิดว่า "โลกส่วนตัว" ไม่มีจริง	5	5	
	30	30	
<u>กลุ่มทดลอง</u>			
นักเรียนที่คิดว่า "โลกส่วนตัว" มีจริง	29	29	1
นักเรียนที่คิดว่า "โลกส่วนตัว" ไม่มีจริง	1	1	
	30	30	

จากตารางที่ 17 พบว่านักเรียนกลุ่มควบคุม ที่คิดว่า "โลกส่วนตัว" มีจริง ก่อนและหลังการสอน เรื่องความเชื่อเพื่อผู้อื่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกันในกลุ่มทดลอง นักเรียนที่คิดว่า "โลกส่วนตัว" มีจริง ก่อนและหลังการสอน เรื่องการทำโฆษณาทางโทรทัศน์ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 18 การระลึกเนื้อเรื่องของโฆษณาแม่เด็กโคโคโมชุดเด็กผู้ชายในกลุ่มควบคุม ก่อน
และภายหลังการสอน

เนื้อเรื่องที่ระลึกได้	ก่อนการสอน	หลังการสอน
	จำนวน	จำนวน
1. เสี่ยงประกาศว่า "เด็ก ๆ มีโลกส่วนตัว ของเขาเองทั้งความคิดและของใช้ส่วนตัว"	-	-
2. เด็กผู้ชายกำลังแต่งตัว	9	2
3. เด็กผู้ชายบอกว่า "วันนี้เพชรจะไปงานกับแม่ ต้องหล่อหน่อย"	20	25
4. เด็กผู้ชาย พูดว่า "ต้องหาแม่โคโคโม"	12	17
5. เด็กผู้ชาย พูดว่า "เพชรชอบใช้แม่โคโคโม"	6	8
6. เด็กผู้ชายพูดว่า "แม่บอกเนื้อละเอียดดี"	2	9
7. เด็กผู้ชายพูดว่า "แม่บอกว่าแม่โคโคโมหอม"	2	3
8. เด็กผู้ชายพูดว่า "แม่บอกว่าใช้แม่โคโคโม แล้วสบายใจ"	6	1
9. แม่จะยื่นลูกแต่งตัวและยิ้มกับลูก	8	6
10. ลูกชายจะหันมายิ้มกับแม่	2	1
11. มีการชื่นชมสิ่งใด พร้อมกับเสี่ยงประกาศว่า "ผลิตภัณฑ์โคโคโมช่วยให้คุณแม่สร้างโลกส่วนตัว ให้ลูกน้อย"	4	3

จากตารางที่ 18 นักเรียนกลุ่มควบคุม ทั้งก่อนและหลังการสอนจะระลึกเรื่องราว
โฆษณาแม่โคโคโมชุดเด็กผู้ชาย ที่มีใจความว่า "วันนี้เพชรจะไปงานกับแม่ ต้องหล่อหน่อย"
เป็นอันดับแรกก็มีความถี่เป็น 20 และ 25 รองลงมาคือ "ต้องหาแม่โคโคโม" มีความถี่เป็น
12 และ 17 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 การระลึกเนื้อเรื่องของโฆษณาแม่จิ้งจอกโคโคโมชุดเด็กผู้หญิงในกลุ่มควบคุม ก่อน
และภายหลังการสอน

เนื้อเรื่องที่ระลึกได้	ก่อนการสอน	หลังการสอน
	จำนวน	จำนวน
1. เสียงประกาศว่า "เด็ก ๆ มีโลกส่วนตัวของเขา เองทั้งความคิดและของใช้ส่วนตัว"	-	-
2. เด็กผู้หญิงกำลังแต่งตัว	6	4
3. เด็กผู้หญิงพูดว่า "ชอบก็ปัสซิมพู ชอบก็ปูปูหนู"	12	16
4. เด็กผู้หญิงหาแม่จิ้งจอกโคโคโม	5	9
5. เด็กผู้หญิงพูดว่า "ชอบแม่จิ้งจอกโคโคโมที่สุด"	9	9
6. เด็กผู้หญิงพูดว่า "แม่จิ้งจอกโคโคโมหอม"	1	4
7. เด็กผู้หญิงพูดว่า "แม่จิ้งจอกโคโคโม เนื้อละเอียด"	2	2
8. เด็กผู้หญิงพูดว่า "แม่บอกที่ใช้แม่จิ้งจอกโคโคโมแล้วสบายใจ"	6	9
9. เด็กผู้หญิงพูดว่า "น้องเจียบก็มีแม่จิ้งจอกโคโคโม"	1	5
10. แม่ของเด็กผู้หญิงจะยื่นคู่มือการแต่งตัวของลูกที่ประดิษฐ์ ใบหน้าที่ยิ้มแย้ม	6	3
11. มีการ์ตูนสิงห์โต พร้อมกับเสียงประกาศว่า "ผลิตภัณฑ์ โคโคโมช่วยให้คุณแม่สร้างโลกส่วนตัวให้ลูกน้อย"	2	2

จากตารางที่ 19 นักเรียนกลุ่มควบคุมจะระลึกเนื้อเรื่องโฆษณาแม่จิ้งจอกโคโคโม
ชุดผู้หญิง ทั้งก่อนและหลังการสอนได้มากที่สุด คือ "ชอบก็ปัสซิมพู ชอบก็ปูปูหนู" โดยมีความถี่
เป็น 12 และ 16 รองลงมาคือ "ชอบแม่จิ้งจอกโคโคโมที่สุด" มีความถี่เป็น 9 และ 9 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 การระลึกเนื้อเรื่องของโฆษณาแม่เด็กโคโคโม ชุคเด็กผู้ชายในกลุ่มทดลอง
ก่อนและภายหลังการสอน

เนื้อเรื่องที่ระลึกได้	ก่อนการสอน	หลังการสอน
	จำนวน	จำนวน
1. เสียงประกาศว่า "เด็ก ๆ มีโลกส่วนตัวของเขาเอง ทั้งความคิดและของใช้ส่วนตัว"	-	-
2. เด็กผู้ชายกำลังแต่งตัว	8	6
3. เด็กผู้ชายบอกว่า "วันนี้เพชรจะไปงานกับแม่ ต้องหล่อหน่อย"	24	25
4. เด็กผู้ชายบอกว่า "ต้องหาแม่โคโคโม"	20	21
5. เด็กผู้ชายพูดว่า "เพชรชอบใช้แม่โคโคโม"	5	8
6. เด็กผู้ชายพูดว่า "แม่บอกว่าแม่โคโคโมเนื้อละเอียดดี"	12	14
7. เด็กผู้ชายพูดว่า "แม่บอกว่า แม่โคโคโมหอม"	6	8
8. เด็กผู้ชายพูดว่า "แม่บอกว่าใช้แม่โคโคโมแล้วสบายใจ"	17	18
9. แม่จะยื่นลูกแต่งตัวและยิ้มกับลูก	4	2
10. ลูกชายจะหันมายิ้มกับแม่	3	3
11. มีการ์ตูนสิงห์โต พร้อมกับเสียงประกาศว่า "ผลิตภัณฑ์ โคโคโมช่วยคุณแม่สร้างโลกส่วนตัวให้ลูกน้อย"	1	1

จากตารางที่ 20 นักเรียนกลุ่มทดลองจะระลึกเนื้อเรื่องโฆษณาแม่เด็กโคโคโม
ชุคเด็กผู้ชายทั้งก่อนและหลังการสอนว่า "วันนี้เพชรจะไปงานกับแม่ ต้องหล่อหน่อย" มีความถี่
เป็น 24 และ 25 รองลงมาคือ "เพชรชอบใช้แม่โคโคโม" มีความถี่เป็น 20 และ 21
ตามลำดับ



ตารางที่ 21 การระลึกเนื้อเรื่องของโฆษณาแป้งเด็กโคโคโมซุคเด็กผู้หญิงในกลุ่มทดลอง
ก่อนและภายหลังการสอน

เนื้อเรื่องที่ระลึกได้	ก่อนการสอน	หลังการสอน
	จำนวน	จำนวน
1. เสียงประกาศว่า "เด็ก ๆ มีโลกส่วนตัวของเขาเองทั้งความคิดและของใช้ส่วนตัว"	-	-
2. เด็กผู้หญิงกำลังแต่งตัว	3	-
3. เด็กผู้หญิงพูดว่า "ชอบก็ปัสซิมพู ชอบก็ปูปรูปหนู"	13	12
4. เด็กผู้หญิงหาแป้งโคโคโม	4	2
5. เด็กผู้หญิงพูดว่า "ชอบแป้งโคโคโมที่สุด"	8	10
6. เด็กผู้หญิงพูดว่า "แป้งโคโคโมหอม"	4	6
7. เด็กผู้หญิงพูดว่า "แป้งโคโคโม เนื้อละเอียด"	3	10
8. เด็กผู้หญิงพูดว่า "แม่บอกว่าใช้แป้งโคโคโมแล้วสบายใจ"	4	13
9. เด็กผู้หญิงพูดว่า "น้องเจียบก็มีแป้งโคโคโม"	4	5
10. แม่ของเด็กผู้หญิงจะยื่นคู่มือการแต่งตัวของลูกที่ประตู ช่วยโบหน้าที่ยมแย้ม	3	1
11. มีการ์ตูนสิงห์โต พร้อมกับเสียงประกาศว่า "ผลิตภัณฑ์โคโคโมช่วยคุณแม่สร้างโลกส่วนตัวให้ลูกน้อย"	1	1

จากตารางที่ 21 นักเรียนกลุ่มทดลองทั้งก่อนและหลังการสอนจะระลึกเนื้อเรื่อง
ของโฆษณาแป้งโคโคโมซุคเด็กผู้หญิงว่า "ชอบก็ปูปรูปหนู และก็ปัสซิมพู" มากที่สุดคือมีความดีเป็น
13 และ 12 รองลงมาคือ "ชอบแป้งโคโคโมที่สุด" มีความดีเป็น 8 และ 10 ตามลำดับ