



บทที่ 2

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในบทนี้จะได้รายงานข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในการทดลอง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การดำเนินการทดลอง การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นลำดับดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดประยุรวงศาวาส แบ่งเป็นกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม กลุ่มละจำนวน 30 คน แบ่งเป็นชาย 15 คน หญิง 15 คน

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มเลือกอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ให้ห้องเรียนที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่าง 2 ห้องเรียน และสุ่มเลือกอย่างง่ายให้ห้องหนึ่งเป็นกลุ่มควบคุมและอีกห้องหนึ่งเป็นกลุ่มทดลอง (แต่ละห้องมีนักเรียนจำนวน 47 คน) แล้วสุ่มอย่างง่ายให้ได้นักเรียนที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างในการทดลอง 30 คน (ชาย 15 คน หญิง 15 คน) หลังจากการทดสอบวัดความรู้ที่ได้สอน คือ เรื่องการทำโฆษณาทางโทรทัศน์ในกลุ่มทดลองและความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ในกลุ่มควบคุมแล้ว หากนักเรียนในกลุ่มตัวอย่างคนใดได้คะแนนจากการวัดไม่ถึงเกณฑ์ที่ตั้งไว้ คือ ร้อยละ 70 จะทำการสุ่มตัวอย่างใหม่ จากนักเรียนที่ได้คะแนนผ่านเกณฑ์การเรียนรู้ที่ตั้งไว้จนกลุ่มตัวอย่างครบจำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามการรับรู้ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

การคัดเลือกโฆษณาทางโทรทัศน์ ผู้วิจัยเลือกโฆษณาบั้งเค็ก โดโคโมซึกเค็กผู้ชาย และเค็กผู้หญิงมีความยาวเรื่องละ 30 วินาที ทั้งนี้ผู้วิจัยมีเกณฑ์การเลือกดังนี้

1. เป็นโฆษณาที่มุ่งตรงต่อเด็ก ผู้แสดงในโฆษณาเป็น เด็กชายและเด็กหญิงอายุ ประมาณ 7 ปี ซึ่งมีอายุใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ฉะนั้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างดู ภาพยนตร์โฆษณาแล้ว มีโอกาสที่จะสามารถจินตนาการ (Imagine) ตนเองกับความต้องการ บทบาท ลักษณะการดำเนินชีวิต (Life-style) ของผู้แสดงได้ตรงกับความรู้สึกของคนได้มาก

2. โฆษณาชุดนี้มีลักษณะเป็นเรื่องราว (Story) มีการดำเนินเรื่องที่เน้นถึง พฤติกรรมการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับที่ ชวนะ ภวภานันท์ (2525: 85-86) ได้กล่าวถึงการสื่อสารโฆษณาที่มีการเร้าใจทางอ้อม (Indirect Appeals) โดยสร้างความ เร้าใจที่ตัวผู้บริโภค เสนอสารเน้นความเกี่ยวข้องของพฤติกรรมการดำเนินชีวิต เชื่อมโยงกับ ความรู้สึก ความคิดเห็นและความเชื่อของผู้บริโภค ให้เกิดความนิยมชมชอบสินค้านั้นว่ามีความ เหมาะสมกับตน และตนสามารถนำสินค้ามาใช้ได้ก็เพียงใด

3. โฆษณาชุดนี้มีลักษณะเร้าใจไปถึงผู้ปกครอง เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างแม่ กับลูก คือ แม่เป็นผู้ซื้อให้ และลูกเป็นผู้เรียกร้องให้แม่ซื้อ โดยแม่เห็นด้วยเพราะเป็นการช่วย ผู้ปกครองสร้างความเป็นส่วนตัวให้แก่ลูก กังรายละเอียดเนื้อเรื่องของโฆษณาคงนี้

โฆษณาแบ่งเด็กโคโคโม (ชุดเด็กผู้หญิง)

เด็กผู้หญิงผมยาวอายุประมาณ 7 ปี อยู่ในห้องนอน และเปิดไฟในห้องนอน พร้อมกับ มีเสียงประกาศว่า "เด็กมีโลกส่วนตัวของเขาเองทั้งความคิด และของใช้ส่วนตัว" แล้วเด็ก ผู้หญิงจะแต่งตัวที่โต๊ะเครื่องแป้งในห้องนอน ขณะแต่งตัว ส่องกระจก เด็กผู้หญิงจะพูดว่า "ชอบก็ปัสซิมพู ชอบก็ปลุกหนู" แล้วหยิบกระป๋องแป้งโคโคโมมา แล้วเทแป้งที่ลงที่มีผัดหน้า และพูดว่า "ชอบแป้งโคโคโมมากที่สุด หอม หอม เนื้อละเอียด แม่บอกใช้แล้วสบายใจ ของ น้องเจ๊ยบก็มี"

ในขณะที่เด็กแต่งตัว แม่ของเด็กจะเปิดประตูมาดูการแต่งตัวของบุตรสาวอย่างเงิบ ๆ ด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม

ตอนท้ายของภาพยนตร์ จะเป็นภาพนิ่งแสดงชุดผลิตภัณฑ์โคโคโม เช่นผ้าเช็ดตัว สบู่ ยาสีฟัน แปรงสีฟัน แชมพูสระผม ฯลฯ พร้อมกับประกาศว่า "ผลิตภัณฑ์โคโคโมโลอันช่วยคุณแม่ สร้างโลกส่วนตัวให้ลูกน้อย" และมีตัวหนังสือแทรกภาพพร้อมกับคำแนะนำดังกล่าว

โฆษณาแจ้งเด็กโคโคโม (ชุดเด็กผู้ชาย)

เด็กผู้ชายอายุประมาณ 7 ปี อยู่ในห้องนอน กำลังหยิบกางเกงมาสวม (พร้อมก็มีเสียงประกาศว่า "เด็ก ๆ มีโลกส่วนตัวของเขาเองทั้งความคิดและของใช้ส่วนตัว") เด็กชายหยิบเสื้อสูทมาใส่ เดินไปหิวหมที่หน้ากระจกแต่งตัว และมีเสียงพูดของเด็กว่า "วันนี้เพชรจะไปงานกับแม่ ต้องหล่อหน่อย ต้องหาแว้งโคโคโม เพชรชอบใช้ แม่บอกเนื้อละเอียดดี ทอม แม่บอกใช้แล้วสบายใจ"

ขณะนั้นแม่จะยืนอยู่ที่ประตูหน้าต่างด้วยหน้าที่ยิ้มแย้ม และลูกชายจะหันมายิ้มกับแม่ และจบด้วย "ผลิตภัณฑ์โคโคโมโลอ้อน ช่วยคุณแม่สร้างโลกส่วนตัวให้ลูกน้อย" ซึ่งเป็นคำประกาศเป็นตัวหนังสือประกอบภาพผลิตภัณฑ์ เช่น แว้ง ยาสีฟัน แปรงสีฟัน และแชมพู

โฆษณาทั้ง 2 ชุดจะมีใจความสำคัญ (main message) คือ "ผลิตภัณฑ์โคโคโมช่วยคุณแม่สร้างโลกส่วนตัวให้ลูกน้อย" หมายถึงแว้งโคโคโม (ผลิตภัณฑ์โคโคโม) เป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นเพื่อเด็กโดยเฉพาะ และเด็กซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและเป็นของเขาเองโดยส่วนตัว จะช่วยให้เขารู้สึกเป็นตัวของเขาเอง ช่วยให้เกิดความมั่นใจในตนเองได้ ฉะนั้นผู้ปกครองที่อยากจะให้ลูกรู้สึกว่ามีความเป็นส่วนตัวและเป็นตัวของตัวเอง ก็ควรสนับสนุนให้เด็กใช้หรือมีของใช้เป็นส่วนตัว นอกจากนั้นภาพทจน (Image) ของสินค้าเป็นสินค้าสำหรับเด็กในช่วงอนุบาลถึงประถมศึกษาที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคมในระดับปานกลางหรือค่อนข้างสูง

แบบสอบถาม จะแบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษาและประสบการณ์ในการใช้สินค้านี้ว่า เคยใช้หรือไม่

ตอนที่ 2 เป็นคำถามปลายเปิด ถามถึงความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ

- ความหมายของโฆษณา
- ความแตกต่างของรายการโทรทัศน์กับการโฆษณาทางโทรทัศน์
- วัตถุประสงค์ของการโฆษณา
- การระลึกเนื้อเรื่องในโฆษณาชุดแว้งเด็กโคโคโม

- การรับรู้ใจความสำคัญ ของโฆษณาชุกแฉังเค็กโคโคโม
- ข้ออ้างที่กล่าวถึง "โลกส่วนตัว" ในโฆษณาแฉังเค็กโคโคโมว่ามีจริงหรือไม่

ตอนที่ 3 เป็นการรับรู้ความน่าเชื่อถือของข่าวสารโฆษณาชุกแฉังเค็กโคโคโม โดยข้อกระทงสร้างจากเนื้อเรื่องของโฆษณาชุกนี้ ผู้วิจัยใช้มาตราประเมิน 2 ค่า คือ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วย เป็นข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือ และข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วย เป็นข่าวสารที่ไม่น่าเชื่อถือ

ตอนที่ 4 ถามถึงเจตนาในการซื้อสินค้า(แฉังเค็กโคโคโม) ทั้งนี้จะมีแฉังเค็กจอห์นสัน เซ็นทรัล แกร์ และกัสนัน ให้เลือกในการตัดสินใจซื้อสินค้าด้วย การคัดเลือกยี่ห้อแฉังได้จากการให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 นักเรียนชาย 4 คน นักเรียนหญิง 4 คน บอกชื่อยี่ห้อแฉังที่นักเรียนรู้จักมา 4 ชื่อ แล้วผู้วิจัยเลือกยี่ห้อแฉังที่มีความดีสูงสุดมา 4 อันคับ คือ จอห์นสัน เซ็นทรัล แกร์ และกัสนัน

การตรวจสอบเครื่องมือ

1. ความแม่นยำของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปทดสอบกับเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 8 คน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจทางภาษา หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของเนื้อหา ดังมีรายชื่อกังต่อไปนี้

ศาสตราจารย์ ดร.ชัยพร วิชชาวุธ อาจารย์ภาควิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน คันสนนุทธ อาจารย์ภาควิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.พรรณทิพย์ ศิริวรรณนุศย์ อาจารย์ภาควิชาจิตวิทยา
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พชรวรรณ จันทรางศุ อาจารย์ภาควิชาประถมศึกษา
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน สุชาโต อาจารย์ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หลังจากที่ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่านได้พิจารณา และให้ข้อเสนอแนะแล้วผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามการรับรู้มาดำเนินการแก้ไขปรับปรุงอีกครั้งหนึ่ง

2. ความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปใช้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนมีนบุรี จำนวน 62 คน ผู้วิจัยวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงโดยการวัดค่าความสอดคล้องภายใน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เอส พี เอส เอช เอช เอ็กซ์ (SPSSX) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แห่งความเที่ยงโดยวิธี กูเดอร์ 21 (Kuder-Richardson 21: KR 21) เป็น 0.76

การศึกษานำ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษานำ (Pilot Study) กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนมีนบุรี จำนวน 62 คน ในช่วงวันที่ 16-30 มิถุนายน พ.ศ.2529 เพื่อตรวจสอบเครื่องมือ ความตรงตามเนื้อหา ความเที่ยงของเครื่องมือ ตลอดจนหาเกณฑ์ในการให้คะแนน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการโฆษณาทางโทรทัศน์ และวิธีการที่ใช้ในการทดลองจริง

เกณฑ์ในการให้คะแนน

ผู้วิจัยได้แนวทางในการสร้างเกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในโฆษณาทางโทรทัศน์จากงานวิจัยของ Blatt, Spencer and Ward (1972: 469-487) และการตอบแบบสอบถามการรับรู้การโฆษณาทางโทรทัศน์ในการศึกษานำ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

1. โฆษณา คืออะไร

- | | | |
|----------|--|-------------|
| คำตอบ 1. | การชักจูงให้ซื้อสินค้าที่โฆษณา | ให้ 1 คะแนน |
| 2. | การบอกให้ผู้รู้โฆษณาว่ามีสินค้าที่ซ่อนขายหรือเป็นการบอกชื่อที่ซ่อนสินค้าที่โฆษณาให้ผู้ดูทราบ | ให้ 1 คะแนน |
| 3. | การให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือรายการสินค้าที่โฆษณา | ให้ 1 คะแนน |
| 4. | การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย | ให้ 1 คะแนน |
| 5. | ความพยายามของพ่อค้าที่จะขายสินค้า | ให้ 1 คะแนน |

2. รายการโทรทัศน์แตกต่างจากการโฆษณาทางโทรทัศน์อย่างไร

- คำตอบ 1. รายการโทรทัศน์มีความยาวกว่าการโฆษณาทางโทรทัศน์ ให้ 1 คะแนน
2. รายการโทรทัศน์เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง ให้ 1 คะแนน
การให้ข่าวสาร ความรู้ สารคดี กีฬา ฯลฯ
แต่โฆษณาเป็นการประกาศหรือชักชวนให้ซื้อสินค้า
3. รายการโทรทัศน์เป็นเรื่องราวที่มีความยาวต่อเนื่องกันจบใน ให้ 1 คะแนน
ตอนเดียวหรือมีความยาวต่อเนื่องติดต่อกันเป็นตอน ๆ
แต่โฆษณาเป็นการประกาศหรือเรื่องราวสั้น ๆ

3. "โฆษณาทางโทรทัศน์" ทำขึ้นเพื่ออะไร

- คำตอบ 1. เพื่อชักจูงให้คนซื้อสินค้า ให้ 1 คะแนน
2. เพื่อทำให้คนอยากได้สินค้า ให้ 1 คะแนน
3. เพื่อทำให้คนชอบสินค้ามากขึ้น ให้ 1 คะแนน
4. เพื่อให้รู้จักยี่ห้อสินค้ามากขึ้นหรือรู้ว่าสินค้ายี่ห้อไหน ให้ 1 คะแนน
จำหน่ายแล้ว
5. เพื่อให้รู้จักสินค้าหรือทราบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า เช่น ให้ 1 คะแนน
ยี่ห้อ ราคา คุณภาพ การลดราคา ฯลฯ

ถ้านักเรียนตอบนอกเหนือไปจากเกณฑ์ที่ว่านี้ ได้ 0 คะแนน

การรับรู้ใจความสำคัญ (main message)

ใจความสำคัญของข่าวสารในโฆษณาแปงโคโคโม คือ "ผลิตภัณฑ์แปงโคโคโมช่วยคุณแม่สร้างโลกส่วนตัวให้ลูกน้อย" นักเรียนที่สามารถตอบได้ตรงกับประโยคดังกล่าว ถือว่ารับรู้ใจความสำคัญได้ตรงกับความต้องการของผู้ส่งสารโฆษณาหรือผู้ผลิตโฆษณาดังกล่าว ส่วนนักเรียนที่ตอบหรือบอกข้อความที่ไม่ตรงกับใจความสำคัญของข่าวสารในโฆษณาแปงโคโคโมถือว่ารับรู้ใจความสำคัญไม่ตรงกับความต้องการของผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตโฆษณาแปงโคโคโม

ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อข้ออ้างอิง "โลกส่วนตัว"

"โลกส่วนตัว" ในโฆษณาบังเค็กโคโคโม หมายถึง การที่เด็กมีความคิดและของใช้ส่วนตัวเป็นของตนเอง สามารถปฏิบัติหรือทำอะไรได้ด้วยตนเองตามความสามารถของเขา ซึ่งจะช่วยให้เด็กรู้สึกเป็นตัวของตัวเอง และมีความมั่นใจในตนเอง

ฉะนั้น นักเรียนที่ตอบความหมายของคำว่าโลกส่วนตัวได้ตรงกับความหมายดังกล่าว ถือว่ามีความเข้าใจต่อข้ออ้างอิง "โลกส่วนตัว" ตรงกับผู้ส่งสาร ส่วนคำตอบอื่น ๆ นอกจากความหมายดังกล่าวแล้วถือว่า มีความเข้าใจต่อข้ออ้างอิงไม่ตรงกับผู้ส่งสาร

การคัดเลือกเรื่องความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

ผู้วิจัยได้พิจารณาเนื้อหาที่จะนำมาสอนแก่นักเรียนในชั้นเรียนโครงการทดลองโดยเลือกเรื่องความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เพราะเป็นหัวข้อย่อยข้อหนึ่งของเนื้อหาบทเรียนเรื่อง เราอยู่ด้วยกัน ในวิชาจริยศึกษา ของหลักสูตรการศึกษาขั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ผู้วิจัยได้ขยายเนื้อหาให้มากขึ้น หนึ่งเรื่องความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ผู้วิจัยสามารถหาอุปกรณ์การสอนที่เป็นสไลด์ภาพเรื่อง เปลือกหอยกับความสุข ซึ่งผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากส่วนประชาสัมพันธ์ธนาคารกสิกรไทย หนังสือชุดเปลือกหอยกับความสุขนี้ ได้รับรางวัลชนะเลิศหนังสือการ์ตูนสำหรับเด็ก ปี พ.ศ. 2524 เรื่องเขียนโดย นายมานิต ประภาสานนท์ ภาพวาดโดยนางสาวสุชีลา สาริคำศัพท์ และจัดทำเป็นสไลด์ภาพ จำนวน 75 ภาพ พร้อมเสียงบรรยาย โดยธนาคารกสิกรไทย ดังนั้น การสอนเรื่องความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งอุปกรณ์การสอน คือสไลด์ภาพเรื่องเปลือกหอยกับความสุข จึงทำให้นักเรียนเกิดความสนใจในบทเรียนได้ เช่น เกี่ยวกับการสอนในกลุ่มทดลองที่สอนเรื่อง การทำโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งใช้เทปบันทึกภาพยนตร์ประกอบการสอน

การดำเนินการทดลอง

ผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือในการวิจัยไปติดต่อกับผู้บริหารโรงเรียนวัด ประยวงศาवास เพื่อขออนุญาตและนัดหมายวันเวลาในการเก็บข้อมูล พร้อมกับชี้แจงถึงวิธีการดำเนินการเก็บข้อมูลและการทดลองให้ทางโรงเรียนทราบ

การเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนการทดลอง (Pre-Test)

การเก็บข้อมูลก่อนการทดลองได้กระทำในวันที่ 8-9 กรกฎาคม พ.ศ.2529 เวลา 9.30-14.30 น. โดยครูประจำชั้นจะเป็นผู้แนะนำผู้ช่วยวิจัย แก่นักเรียนทั้ง 2 ห้องเรียนว่าเป็นนิสิตปริญญาโท ภาควิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ต้องการเก็บข้อมูลจากนักเรียนโดยการสัมภาษณ์หลังจากให้นักเรียนดูเทปบันทึกภาพยนตร์จากเครื่องวีดีโอเทปแล้ว

การดูเทปบันทึกภาพยนตร์จากเครื่องเล่นวีดีโอเทป จะกระทำภายในห้องประชุมโดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ดูแลการฉายภาพยนตร์จากเทปบันทึกภาพยนตร์ โดยที่ผู้วิจัยจะแนะนำตนเองว่าในระยะ 2 สัปดาห์นี้จะมาศึกษาเกี่ยวกับสื่อทัศนูปกรณ์ของโรงเรียน เทปบันทึกภาพยนตร์จะฉายภาพยนตร์โฆษณาแบ่งโคโคโม 2 ชุด คือ ชุดเด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิง มีความยาวเป็นเวลา 1 นาที สลับกับภาพยนตร์การ์ตูนฝรั่ง เสียงภาษาไทย เรื่องเจ้าวัวเพชรกินัน เป็นเวลา 8 นาที และจบด้วยภาพยนตร์โฆษณาแบ่งเด็กโคโคโม 2 ชุดเดิม คือ ชุดเด็กผู้ชาย และเด็กผู้หญิงเป็นเวลา 1 นาที การดูเทปบันทึกภาพยนตร์จะดูเป็นกลุ่ม ๆ ละ 8 คน เมื่อนักเรียนดูจบไปแล้ว จะได้รับการสัมภาษณ์จากผู้ช่วยวิจัยเป็นรายบุคคล โดยทำการสัมภาษณ์ที่ห้องโสตทัศนูปกรณ์ (ชั้นสองของอาคารเกี่ยวกับห้องประชุมของโรงเรียน)

เงื่อนไขการทดลอง (Treatment)

หลังจากช่วงระยะเวลาของการทดสอบก่อน (Pre-Test) 1 สัปดาห์ คือในวันที่ 15-16 กรกฎาคม พ.ศ. 2529 นักเรียนในห้องกลุ่มทดลองจะได้รับการสอนจากผู้วิจัยเกี่ยวกับการโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นเวลา 2 วัน ๆ ละ 2 คาบ (คาบละ 20 นาที) หลังจากการสอนในแต่ละวันผู้วิจัยจะทำการทดสอบ (test) ความรู้ที่นักเรียนได้จากการสอน (ตั้งข้อสอบที่ปรากฏในแผนการสอน ภาคผนวก)

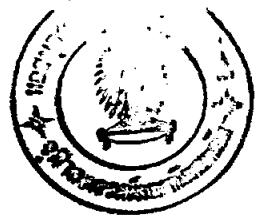
กลุ่มควบคุม จะได้รับการสอนเรื่องความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ในวันที่ 15-16 กรกฎาคม พ.ศ.2529 เป็นเวลา 2 วัน ๆ ละ 2 คาบ (คาบละ 20 นาที) หลังจากการสอนในแต่ละวันผู้วิจัยจะทำการทดสอบความรู้ที่สอน (โปรคจูรายละเอียกในแผนการสอน ภาคผนวก)

การเก็บรวบรวมข้อมูลหลังการทดลอง (Post-test)

หลังเงื่อนไขการทดลองเป็นเวลา 1 สัปดาห์ คือในวันที่ 22-23 กรกฎาคม พ.ศ. 2529 เวลา 9.30-14.30 น. นักเรียนในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมจะดูเทปบันทึกภาพยนตร์ โฆษณาแฉ็กั๊กโคโคโม 2 ชุด คือชุดเด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิง เป็นเวลา 1 นาที สลับกับ ภาพยนตร์การ์ตูนฝรั่งเสียงภาษาไทย เรื่องโคนันคักส์กับผ้งน้อย เป็นเวลา 7 นาทีและจะจับ คว้าโฆษณาแฉ็กั๊กโคโคโมชุดเด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชาย เป็นเวลา 1 นาที และผู้ช่วยวิจัยจะทำการสัมภาษณ์ เป็นรายบุคคลจากแบบสอบถามชุดเดิม การดูเทปบันทึกภาพยนตร์จะดูเป็นกลุ่ม ๆ ละ 8 คน ในห้องประชุมของโรงเรียน และสัมภาษณ์ในห้องโสตทัศนูปกรณ์ของโรงเรียน



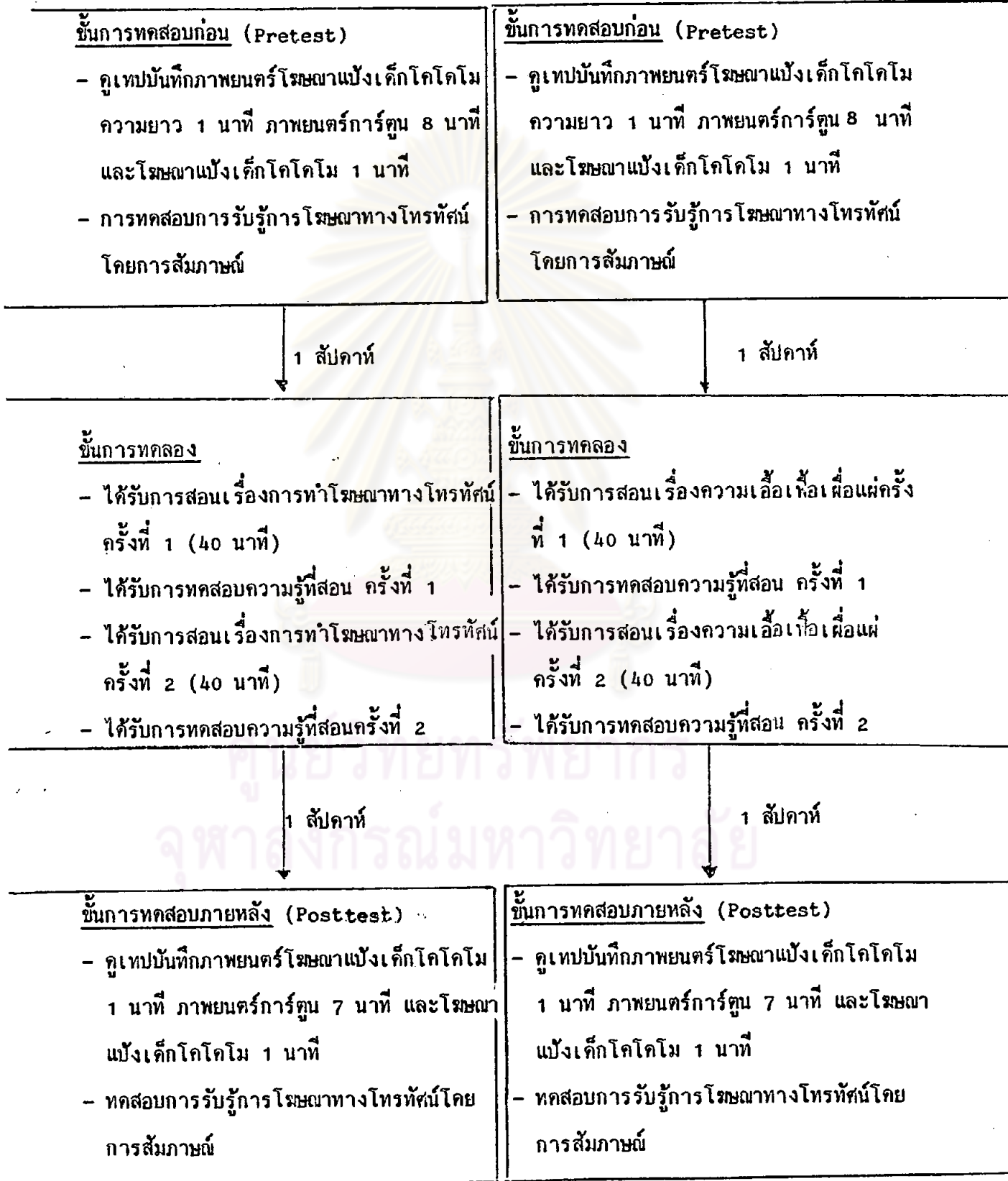
คุนยวิทยทรพยากร
จุพาลงกรณ์มหาวิททยาลัย



แผนภาพที่ 4 ขั้นตอนและเงื่อนไขการทดลองของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

กลุ่มทดลอง

กลุ่มควบคุม



การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ค่าเนนการดังนี้

1. ตรวจสอบและลงรหัสแบบสอบถามการวิจัย พิจารณาความสมบูรณ์ของแบบสอบถามของนักเรียนทั้งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

2. ตรวจสอบทดสอบวัดความรู้ เรื่องการทำโฆษณาทางโทรทัศน์ของนักเรียนห้องกลุ่มทดลองและเรื่องความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของนักเรียนห้องกลุ่มควบคุม พิจารณาคะแนนของกลุ่มตัวอย่างให้อยู่ในเกณฑ์ที่ตั้งไว้ คือ ได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 (ได้คะแนน 7-10 คะแนน) หากนักเรียนคนใดได้คะแนนต่ำกว่าเกณฑ์ให้คัดออกแล้วทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายใหม่ ให้ได้กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มทดลองครบจำนวน 30 คน เป็นชาย 15 คน หญิง 15 คน และทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายในนักเรียนกลุ่มควบคุมใหม่ให้ได้กลุ่มตัวอย่างเป็น 30 คน เช่นเดียวกัน ซึ่งพบว่ากลุ่มทดลองมีนักเรียนที่ได้คะแนนไม่ถึงเกณฑ์เป็นจำนวน 4 คน และกลุ่มควบคุมจำนวน 2 คน จึงทำการสุ่มตัวอย่างใหม่จนครบ จำนวน 30 คน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมเอสพีเอสเอสเอ็กซ์ (SPSSX : STATISTICAL PACKAGE FOR THE SOCIAL SCIENCES VERSION X) ของสถาบันบริการคอมพิวเตอร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

3.1 จัดกลุ่มคำตอบ ความถี่ ร้อยละ ของคำถามปลายเปิดของการทดสอบก่อนและการทดสอบภายหลัง ในกลุ่มทดลอง กลุ่มควบคุม ต่อไปนี้

3.1.1 ความหมายของการโฆษณา

3.1.2 ความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์และโฆษณาทางโทรทัศน์

3.1.3 วัตถุประสงค์ในการโฆษณา

3.1.4 การระลึกเนื้อเรื่องของโฆษณาชุดแบง์เด็กโคโคโม

3.1.5 การรับรู้ใจความสำคัญของข่าวสารโฆษณาชุดแบง์เด็กโคโคโม

3.1.6 ความคิดเห็นต่อข้ออ้างอิง "โลกส่วนตัว" ในโฆษณาชุดแบง์เด็ก

โคโคโม

3.2 ทดสอบความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน (Test for Homogeneity of Variance) คะแนนการรับรู้โฆษณาทางโทรทัศน์ เจตนาการซื้อแป้งเด็กโคโคโม ของกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม ก่อนการสอน และหลังการสอน

3.3 ใช้ t-test ในการวิเคราะห์หาค่ามัธยฐานเลขคณิต ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างของคะแนนการรับรู้การโฆษณาทางโทรทัศน์ เจตนาการซื้อแป้งเด็กโคโคโมของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมก่อนการสอน หลังการสอน และทดสอบความแตกต่างของค่ามัธยฐานเลขคณิตของคะแนนการรับรู้การโฆษณาทางโทรทัศน์ เจตนาการซื้อแป้งเด็กโคโคโมภายในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมก่อนและหลังการสอน

3.4 ทดสอบความแตกต่างระหว่างสัดส่วนของความเชื่อถือในข่าวสารของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมก่อนการสอน และหลังการสอน โดยใช้ chi-square ในกรณีที่ค่าความถี่ที่คาดหวังน้อยกว่า 5 ผู้วิจัยแปลงค่าสัดส่วนดังกล่าวโดยวิธี Arcsine Transformation ซึ่งสามารถทดสอบค่าสัดส่วนที่มีค่าระหว่าง 0 และ 1 ได้ ($0 \leq P \leq 1$) (Marascuilo & McSweeney 1977 : 141-151)

3.5 ทดสอบความแตกต่างของความเชื่อถือต่อข่าวสารก่อนการสอนและหลังการสอนภายในกลุ่มทดลอง และภายในกลุ่มควบคุม โดยใช้วิธี McNemar Test (Marascuilo & McSweeney 1977 : 167-171, Conover 1971 : 127-140, Siegel 1956 : 63-67) ในกรณีที่จำนวนครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงของการทดลองน้อยกว่า 10 ให้ใช้สูตร Binomial Test

3.6 ทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ใจความสำคัญก่อน และหลังการสอนในกลุ่มควบคุม และกลุ่มทดลอง โดยใช้ Binomial Test

3.7 ทดสอบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจที่มีต่อข้ออ้างอิง "โลกส่วนตัว" ก่อนและหลังการสอน ในกลุ่มควบคุม กลุ่มทดลอง โดยใช้ Binomial Test