

บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง "อิทธิพลของการกำกับการแสดงออกของตน ตัวแปรแหล่ง และคุณภาพของข้อโต้แย้งที่มีต่อการประเมินสินค้า" จัดเป็นการวิจัยเชิงทดลอง ที่มีวิธีดำเนินการวิจัยตามหัวข้อต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเรื่องนี้เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างชั้นสร้างเครื่องมือ

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจว่าจะเชื่อถือข้อมูลเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม จากบุคคลอาชีพใด และสำรวจว่าควรมีบุคลิกลักษณะเช่นใด มีจำนวน 102 คน เป็นเพศชาย 47 คน และเพศหญิง 55 คน เพื่อที่จะได้หาแนวทางแบบที่มีบุคลิกลักษณะตรงกับข้อมูลที่ได้มาจำนวน 8 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินความดึงดูดและความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบ มีจำนวน 43 คน เป็นเพศชาย 31 คน และเพศหญิง 12 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาคัดเลือกนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด 2 คน และนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญอีก 2 คน เพื่อที่จะได้นำมาเป็นแบบของการสร้างภาพโฆษณาต่อไป

1.3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินคุณภาพของข้อโต้แย้งที่จะใช้ในการโฆษณา มีจำนวน 51 คน เป็นเพศชาย 36 คน และเพศหญิง 15 คน

1.4 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตร เพื่อคัดคู่ค่าคุณศัพท์ที่มีคุณภาพมาใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินสินค้า มีจำนวน 50 คน เป็นเพศชาย 22 คน และเป็นเพศหญิง 28 คน

1.5 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตร เพื่อคัดคู่ค่าคุณศัพท์ที่มีคุณภาพมาใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินความดึงดูด และความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบ มีจำนวน 100 คน เป็นเพศชาย 37 คน และเพศหญิง 63 คน

หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างในข้อที่ 1.1-1.4 เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ลงทะเบียนเรียนวิชา 417209 มนุษย์สัมพันธ์ ในภาคการศึกษาฤดูร้อน ปีการศึกษา 2537

2. กลุ่มตัวอย่างในการทดลอง

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวัดการกำกับการแสดงออกของตน และสำรวจโอกาสที่จะซื้อโทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ภายในเวลา 1-6 เดือนข้างหน้า พร้อมทั้งสำรวจว่ากลุ่มตัวอย่างมีโทรศัพท์มือถือระบบนี้ใช้อยู่หรือไม่ ซึ่งสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 371 คน และได้ตัดกลุ่มตัวอย่างที่มีโทรศัพท์มือถือระบบนี้ใช้อยู่ และมีโอกาสที่จะซื้อออกไป จำนวน 23 คน กลุ่มตัวอย่างที่เหลือ จำนวน 348 คน ได้นำมาใช้วัดการกำกับการแสดงออกของตนเพื่อคิดเป็นกลุ่มตัวอย่างเข้าเงื่อนไขการทดลอง โดยการตัดกลุ่มตัวอย่างที่ได้คะแนนจากมาตรนี้สูง และต่ำอย่างละ ร้อยละ 27 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 348 คนนี้เป็นนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนวิชา 417101 จิตวิทยาทั่วไป จำนวน 85 คน วิชา 417208 สุขภาพจิต จำนวน 104 คน วิชา 417209 มนุษยสัมพันธ์ ตอนเรียนที่ 3 จำนวน 49 คน และตอนเรียนที่ 7 จำนวน 56 คน และวิชา 417213 จิตวิทยาบุคลิกภาพขั้นนำ จำนวน 54 คน ซึ่งจำแนกตามคณะ และเพศได้ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนนิสิตที่ใช้ในการวัดการกำกับการแสดงออกของตนเพื่อคิดเข้าเงื่อนไขการทดลอง โดยจำแนกตามคณะ และเพศ

คณะ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
นิเทศศาสตร์	4	34	38
ศิลปกรรมศาสตร์	4	4	8
วิทยาศาสตร์	5	29	34
ครุศาสตร์	4	40	44
สถาปัตยกรรมศาสตร์	4	5	9
เศรษฐศาสตร์	11	24	35
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี	-	17	17
สหเวชศาสตร์	4	19	23
สัตวแพทยศาสตร์	56	7	63
วิศวกรรมศาสตร์	60	9	69
รัฐศาสตร์	-	8	8
รวม	152	196	348

จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 348 คนนี้ นำคะแนนการกำกับการแสดงออกของตน มาคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ได้คะแนนการกำกับการแสดงออกของตนสูง และต่ำอย่างละ ร้อยละ 27 ได้จำนวน 202 คน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้คะแนนจากมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตนน้อยกว่า หรือเท่ากับ 1 เป็นกลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ ซึ่งมีจำนวน 105 คน

ค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนการกำกับการแสดงออกของตนของกลุ่มนี้เท่ากับ -8.65 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการกำกับการแสดงออกของตนของกลุ่มนี้เท่ากับ 8.30 และกลุ่มที่ได้คะแนนจากมาตรวัดการกำกับแสดงออกของตนมากกว่า หรือเท่ากับ 17 เป็นกลุ่มที่มีการกำกับแสดงออกของตนสูง ซึ่งมีจำนวน 97 คน ค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนการกำกับแสดงออกของตนของกลุ่มนี้เท่ากับ 27.77 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการกำกับแสดงออกของตนของกลุ่มนี้เท่ากับ 8.54 กลุ่มตัวอย่างทั้ง 202 คนนี้สามารถจำแนกตามคณะ และเพศได้ดังตารางที่ 4


ตารางที่ 4 จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มที่ได้คะแนนการกำกับแสดงออกของตนสูง และต่ำ
อย่างละ ร้อยละ 27 จำแนกตามคณะ และเพศ

คณะ	เพศ				รวม
	ชาย		หญิง		
	HSM	LSM	HSM	LSM	
นิเทศศาสตร์	2	-	11	5	18
ศิลปกรรมศาสตร์	-	3	1	2	6
วิทยาศาสตร์	1	3	7	10	21
ครุศาสตร์	2	-	16	16	34
สถาปัตยกรรมศาสตร์	-	2	-	1	3
เศรษฐศาสตร์	3	3	11	5	22
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี	-	-	5	1	6
สหเวชศาสตร์	2	2	6	4	14
สัตวแพทยศาสตร์	9	20	1	3	33
วิศวกรรมศาสตร์	14	17	4	3	38
รัฐศาสตร์	-	-	2	5	7
รวม	33	50	64	55	202

หมายเหตุ HSM หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับแสดงออกของตนสูง
LSM หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับแสดงออกของตนต่ำ

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่เข้าเงื่อนไขการทดลอง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเปรียบเทียบคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้า (โทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม) ของผู้ที่มีการกำกับแสดงออกของตนสูง และผู้ที่มีการกำกับแสดงออกของตนต่ำ เมื่อได้ดูภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด หรือที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ และมีข้อความในโฆษณาที่เป็นข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก หรือที่เป็นข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก กลุ่มตัวอย่างนี้เป็นชนิด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 202 คน ซึ่งในการทดลองวันแรก (ในวิชา 417208) ได้ทำการทดลองกับนิสิตที่ผ่านการคัดเลือกเป็นกลุ่มที่มีการกำกับกับการแสดงออกของตนสูง และต่ำ โดยสุ่มเข้าเงื่อนไขทั้ง 8 เงื่อนไข โดยประมาณเท่าๆ กัน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตรวจ หากพบว่า มีข้อมูลชุดใดที่ไม่สมบูรณ์ก็จะคัดออกไป ซึ่งเงื่อนไขใดที่มีกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขน้อยกว่าเงื่อนไขอื่นๆ ในวันต่อไปผู้วิจัยก็จะทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ขาดไปนั้น เพิ่มขึ้น เพื่อให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขทั้ง 8 เงื่อนไข เท่าๆ กัน และผู้วิจัยได้กระทำเช่นนี้ไปในทุกๆ วันที่ทำการทดลอง จนทำการทดลองเสร็จสิ้นลง ดังนั้นจึงมีกลุ่มตัวอย่างเข้าเงื่อนไขการทดลองทั้ง 8 เงื่อนไข รวมทั้งสิ้น 128 คน โดยเข้าเงื่อนไขละ 16 คน จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการทดลองจำนวน 137 คน แต่ผู้วิจัยได้คัดข้อมูลออก 9 ชุด เนื่องจากข้อมูลที่ได้ไม่สมบูรณ์ โดยเป็นการตอบมาตรการวัดการประเมินสินค้าและมาตรการวัดการประเมินนางแบบแบบทางเดียว จำนวน 6 ชุด และเป็นการตอบมาตรการวัดการประเมินสินค้าไม่ครบ 29 ข้อ จำนวน 3 ชุด แสดงว่า มีข้อมูลที่สมบูรณ์จำนวน 128 ชุด นั้นเอง รายละเอียดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างสามารถจำแนกตามเงื่อนไขการทดลอง และเพศได้ดังตารางที่ 5



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าเงื่อนไขในการทดลอง จำแนกตามเงื่อนไขการทดลอง และเพศ

เงื่อนไขการทดลองที่	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1 (HSM, AM, SA)	4	12	16
2 (HSM, AM, WA)	6	10	16
3 (HSM, EM, SA)	5	11	16
4 (HSM, EM, WA)	7	9	16
5 (LSM, EM, SA)	6	10	16
6 (LSM, EM, WA)	9	7	16
7 (LSM, AM, SA)	10	6	16
8 (LSM, AM, WA)	10	6	16
รวม	57	71	128

- หมายเหตุ**
- เงื่อนไขที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของต้นสูง (HSM) รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด (AM) และข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก (SA)
- เงื่อนไขที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของต้นสูง (HSM) รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด (AM) และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก (WA)
- เงื่อนไขที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของต้นสูง (HSM) รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ (EM) และข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก (SA)
- เงื่อนไขที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของต้นสูง (HSM) รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ (EM) และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก (WA)
- เงื่อนไขที่ 5 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของต้นต่ำ (LSM) รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ (EM) และข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก (SA)
- เงื่อนไขที่ 6 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของต้นต่ำ (LSM) รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ (EM) และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก (WA)
- เงื่อนไขที่ 7 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของต้นต่ำ (LSM) รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด (AM) และข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก (SA)
- เงื่อนไขที่ 8 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของต้นต่ำ (LSM) รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด (AM) และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก (WA)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น

1. มาตรการกำกับการแสดงออกของตน (Self-Monitoring Scale หรือมาตร SMS)
2. ภาพโฆษณาโทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม ที่มีตัวแปรแหล่ง และคุณภาพ ข้อโต้แย้งแตกต่างกันตามเงื่อนไข ดังนี้
 - นางแบบดึงดูด ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก
 - นางแบบดึงดูด ข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก
 - นางแบบที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก
 - นางแบบที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก
3. มาตรการประเมินสินค้า (โทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม)
4. มาตรการประเมินคุณภาพข้อโต้แย้ง ความดึงดูด และความเชี่ยวชาญ
5. มาตรการประเมินการใช้ภาษาในการโฆษณา

การสร้างเครื่องมือและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

1. มาตรการกำกับการแสดงออกของตน หรือมาตร SMS

มาตรการกำกับการแสดงออกของตน เป็นมาตรที่สร้างขึ้น โดย Mark Snyder ในปี ค.ศ. 1974 มีจำนวนข้อกระทง 25 ข้อ ต่อมา Snyder ได้นำมาตร 25 ข้อนี้มาพัฒนาในปี ค.ศ. 1985 ทำให้ได้จำนวนข้อกระทงทั้งสิ้น 18 ข้อ เมื่อผู้ตอบมาตรวัดอ่านข้อกระทงแล้วตอบว่า "ถูก (T)" แสดงว่า ลักษณะที่กล่าวในข้อกระทงข้อนั้นตรงกับบุคลิกภาพของผู้ตอบ แต่ถ้าตอบว่า "ผิด (F)" แสดงว่า ลักษณะที่กล่าวในข้อกระทงข้อนั้นไม่ตรงกับบุคลิกภาพของผู้ตอบ เนื่องจาก รองศาสตราจารย์ ดร. อีระพร อูวรรณโณ และนิสิตสาขาวิชาจิตวิทยาสังคม รุ่นที่ 3 ภาควิชา จิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 12 ท่าน ได้สนใจที่จะทำการศึกษา และพัฒนามาตรวัดนี้ขึ้นในวิชา 417735 การวัดทางจิตวิทยา ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

1.1 ศึกษาการสร้างมาตรการกำกับการแสดงออกของตน ของ Snyder (1985) และนำมาตร 18 ข้อ มาแปลและเรียบเรียงเป็นภาษาไทย (ดูภาคผนวก ก)

1.2 สร้างข้อกระทงเพิ่มเติมขึ้นจำนวน 42 ข้อ ตามหลักทฤษฎี และภาวะ สันนิษฐานของมาตร SMS ของ Snyder (1985) ซึ่งแบ่งเป็นองค์ประกอบ 3 ด้าน และมี รายละเอียดข้อกระทงทางบวก และทางลบในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบ	จำนวนข้อความ		
	ทางบวก	ทางลบ	รวม
1. การควบคุมการแสดงออกของตน (Expressive Self-Control)	8	6	14
2. การแสดงออกในสังคม (Social Stage Presence)	9	5	14
3. การแสดงตนตามความคาดหวังของผู้อื่น (Other-Directed Self-Presentation)	5	9	14
รวม	22	20	42

1.3 นำข้อกระทงที่แปลมา 18 ข้อ และที่สร้างเพิ่ม 42 ข้อ มาพิจารณาตัดสินความตรงตามเนื้อหา ความถูกต้องทางภาษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขเพื่อความเหมาะสม โดยรองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพร อุวรรณโณ ซึ่งเป็นอาจารย์ผู้สอนวิชาการวัดทางจิตวิทยาสังคม และคณะผู้ศึกษา 12 ท่าน

1.4 นำข้อกระทง 60 ข้อ มาจัดเรียงเป็นชุดของมาตร ซึ่งประกอบด้วยข้อกระทงที่มีข้อความทางบวก (ข้อที่เฉลยคำตอบว่า "จริง" และ "จริงมาก" สำหรับผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง) 29 ข้อ และเป็นข้อความทางลบ (ข้อที่เฉลยคำตอบว่า "ไม่จริง" และ "ไม่จริงมาก" สำหรับผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง) 31 ข้อ จำแนกรายละเอียดตามองค์ประกอบได้ ดังนี้

องค์ประกอบ	ลำดับเลขที่ข้อ	จำนวนข้อความ		
		ทางบวก	ทางลบ	รวม
1. ข้อกระทงที่แปลจาก Snyder	1-18	7	11	18
2. การควบคุมการแสดงออกของตน	19-32	8	6	14
3. การแสดงออกในสังคม	33-46	9	5	14
4. การแสดงออกตามความคาดหวังของผู้อื่น	47-60	5	9	14
รวม		29	31	60

1.5 เกณฑ์การให้คะแนน มีดังนี้

คำตอบ	คะแนน	
	ข้อความทางบวก	ข้อความทางลบ
จริงมาก	+2	-2
จริง	+1	-1
ไม่จริง	-1	+1
ไม่จริงมาก	-2	+2

- การวิเคราะห์ความเที่ยงของมาตร

นิตยา รัตนพิชิต (2533) ได้นำมาตร SMS จำนวน 60 ข้อไปหาคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่าง นิสิตนักศึกษาจากโรงเรียนกรุงเทพมหานครการบัญชีวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 349 คน แล้วนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์รายข้อ (Item Analysis) ด้วยวิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับผลรวมของข้ออื่นๆในมาตร (Corrected Item-Total Correlation) โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้

- 1) คำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เมื่อวิเคราะห์ 60 ข้อ ได้ข้อกระทงที่มีคุณภาพจำนวน 45 ข้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .74
- 2) นำข้อกระทงที่มีคุณภาพ 45 ข้อ มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ได้ข้อกระทงที่มีคุณภาพจำนวน 42 ข้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .78
- 3) นำข้อกระทงที่มีคุณภาพ 42 ข้อ มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ได้ข้อกระทงที่มีคุณภาพจำนวน 40 ข้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .79
- 4) นำข้อกระทงที่มีคุณภาพ 40 ข้อ มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ได้ข้อกระทงที่มีคุณภาพจำนวน 40 ข้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .80

จากการวิเคราะห์ความเที่ยงของมาตร ของ นิตยา รัตนพิชิต นั้นพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .80 ซึ่งมีข้อกระทงที่มีคุณภาพจำนวน 40 ข้อ (ดูตัวอย่างข้อกระทงในภาคผนวก ข) และมีรายละเอียดข้อความทางบวก ทางลบ จำแนกตามองค์ประกอบได้ ดังนี้



องค์ประกอบ	ข้อกระทงที่มีคุณภาพ		
	ข้อความทางบวก	ข้อความทางลบ	รวม
1. ข้อกระทงที่แปลจาก Snyder	3,5,8,10,11 (5 ข้อ)	1,2,4,6,7, 9,12,14,15,17 (10 ข้อ)	15
2. การควบคุมการแสดงออกของตน	13,16,18,21,23 (5 ข้อ)	19,20,22 (3 ข้อ)	8
3. การแสดงออกในสังคม	25,26,28, 30,31,34,35,37 (8 ข้อ)	24,27,29,32,33 (5 ข้อ)	13
4. การแสดงตนตามความคาดหวังของผู้อื่น	38,39,40 (3 ข้อ)	36 (1 ข้อ)	4
รวม	21	19	40

หมายเหตุ หมายเลขข้อเหล่านี้เป็นหมายเลขข้อในมาตร SMS ชุด 40 ข้อ

- การวิเคราะห์ความตรงของมาตร

นิตยา รัตนพิชิต (2533) ได้ทำการวิเคราะห์ความตรงของมาตรด้วยวิธีการใช้กลุ่มที่ทราบลักษณะอยู่แล้ว (Known group) โดยการนำมาตรที่มีคุณภาพจำนวน 40 ข้อ ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 156 คน ซึ่งเป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าจำนวน 77 คน (คาดว่าน่าจะเป็นกลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง) กับนักศึกษาจิตรกรรมปี 5 และวิศวกรจำนวน 79 คน (คาดว่าน่าจะเป็นกลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ) แล้วนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มทั้ง 2 กลุ่มนี้ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) มีตัวแปรอิสระคือ บุคลิกภาพแบบการกำกับการแสดงออกของตน และมีตัวแปรตามคือ คะแนนที่ได้จากมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตน จำนวน 40 ข้อ ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนจากมาตร SMS ของกลุ่มที่มีลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนสูง ($M = 18.01$ และ $SD = 13.58$) มีค่าสูงกว่ากลุ่มที่มีลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ ($M = 9.58$ และ $SD = 16.34$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($F_{(1,155)} = 12.26$) และมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตนที่ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ความตรงของมาตร มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 156 คน ค่าขนาดค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาได้เท่ากับ .82

- การวิเคราะห์ความเที่ยงแบบทดสอบซ้ำ

ศิริณี ลิขิตวนิชกุล (2535) ได้นำมาตร SMS ที่มีข้อกระทงที่มีคุณภาพจำนวน 40 ข้อ มาใช้วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงจากการทดสอบซ้ำ โดย ศิริณี ลิขิตวนิชกุล ได้นำมาตรวัดไปเก็บข้อมูล 2 ครั้งกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 294 คน โดยเป็นนิสิตปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา 092116 ภาษาอังกฤษ ประจำภาคปลายปีการศึกษา 2535 จำนวน 188 คน (กลุ่มตัวอย่างในการทดลองที่ 1) และนิสิตปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2-4 ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา 417209 มนุษยสัมพันธ์ และวิชา 417104 จิตวิทยา ประจำภาคปลายปีการศึกษา 2535 จำนวน 106 คน (กลุ่มตัวอย่างในการทดลองที่ 2) โดยมีระยะห่างของการเก็บข้อมูลครั้งแรกกับครั้งที่ 2 ห่างกันประมาณ 2-3 สัปดาห์ นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันโปรดักโมเมนต์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ของคะแนนจากมาตร SMS ในการเก็บข้อมูลครั้งแรก และการทดสอบซ้ำคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงจากการทดสอบซ้ำได้ค่า $r = .98$ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $.001$ และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของการทดสอบครั้งแรกได้ค่าแอลฟาเท่ากับ $.94$ และในการทดสอบซ้ำได้ค่าแอลฟาเท่ากับ $.93$

เมื่อจำแนกตามการทดลองแล้ว พบว่า การทดลองที่ 1 คำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงจากการทดสอบซ้ำได้ค่าเท่ากับ $.97$ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.001$ และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของการทดสอบครั้งแรก และการทดสอบซ้ำ ($N = 188$) ได้ค่าแอลฟาเท่ากับ $.93$ และ $.92$ ตามลำดับ การทดลองที่ 2 คำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงจากการทดสอบซ้ำได้ค่าเท่ากับ $.98$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.001$ และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของการทดสอบครั้งแรก และการทดสอบซ้ำ ($N = 106$) ได้ค่าเท่ากับ $.95$ และ $.94$ ตามลำดับ

2. ภาพโฆษณาสินค้า

เครื่องมือที่เป็นภาพโฆษณาสินค้า (โทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม) นั้นจะต้องประกอบด้วยตัวแปรที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ด้วยคือ ตัวแปรแหล่ง และข้อโต้แย้ง ซึ่งทำให้ต้องสร้างเครื่องมือเป็น 4 แบบ ดังนี้

- ภาพโฆษณาที่มีนางแบบดึงดูด ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก
- ภาพโฆษณาที่มีนางแบบดึงดูด ข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก
- ภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก
- ภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

ซึ่งวิธีการในการสร้างเครื่องมือมีขั้นตอน ดังนี้

2.1 ขั้นตอนการประเมินความดีงุดของนางแบบ

ผู้วิจัยนำภาพนางแบบที่มีลักษณะดีงุดประมาณ 8 คน โดยเป็นภาพสี ถ่ายภาพครึ่งตัวหรือถ่ายภาพเต็มหน้า ขนาดของภาพประมาณ 3.5 x 5 นิ้ว แต่ไม่เกิน 4 x 6 นิ้ว แต่ละภาพของนางแบบที่น่าเสนอนี้จะมีหมายเลขกำกับแต่ละภาพด้วย ตั้งแต่หมายเลข 1 จนถึง หมายเลข 8 มาให้กลุ่มตัวอย่างในชั้นการสร้งเครื่องมือ ซึ่งเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ ลงทะเบียนเรียนในวิชา 417 209 มนุษย์สัมพันธ์ ในภาคการศึกษาฤดูร้อน จำนวน 43 คน โดยเป็นหญิงจำนวน 12 คน และเป็นชายจำนวน 31 คน ได้ดูภาพเหล่านี้ทั้งหมดพร้อมกัน จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างในชั้นการสร้งเครื่องมือประเมินจัดอันดับความดีงุดของนางแบบทั้งหมด จากนางแบบที่มีความดีงุดมากที่สุดไปจนถึงที่มีความดีงุดน้อยที่สุด (ดูแบบประเมินความดีงุด ของนางแบบทุกคนได้ใน ภาคผนวก ค) จากนั้นนำผลการจัดอันดับความดีงุดของนางแบบที่ กลุ่มตัวอย่างนี้ตอบมาทำการวิเคราะห์หาค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับความดีงุด ผลการ จัดอันดับความดีงุดนี้ พบว่า

อันดับที่ 1	คือ นางแบบหมายเลข 3	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	1.72
อันดับที่ 2	คือ นางแบบหมายเลข 6	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	2.91
อันดับที่ 3	คือ นางแบบหมายเลข 7	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	3.42
อันดับที่ 4	คือ นางแบบหมายเลข 4	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	4.40
อันดับที่ 5	คือ นางแบบหมายเลข 2	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	5.05
อันดับที่ 6	คือ นางแบบหมายเลข 1	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	5.51
อันดับที่ 7	คือ นางแบบหมายเลข 5	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	5.93
อันดับที่ 8	คือ นางแบบหมายเลข 8	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	7.07

นางแบบที่มีค่ามัชฌิมเลขคณิตของอันดับน้อยที่สุด 2 คน คือ นางแบบหมายเลข 3 และหมายเลข 6 เป็นนางแบบที่มีลักษณะดีงุดที่จะนำมาเป็นแบบในการโฆษณาต่อไป

2.2 ขั้นตอนการประเมินความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างในชั้นสร้งเครื่องมือ ซึ่งเป็นนิสิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา 417 209 มนุษย์สัมพันธ์ ในภาคการศึกษา ฤดูร้อน จำนวน 102 คน โดยเป็นหญิง 55 คน และเป็นชาย 47 คน ได้ตอบเพื่อสำรวจว่ากลุ่ม ตัวอย่างจะเชื่อถือข้อมูลเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็มจากบุคคลใดมากที่สุด (ดูแบบสอบถามนี้ในภาคผนวก ง) ซึ่งแสดงว่า บุคคลผู้นั้นเป็นผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์ มือถือในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง และให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยว่า บุคคลที่กลุ่ม ตัวอย่างเชื่อถือนั้นควรมีบุคลิกลักษณะเช่นใด ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างเชื่อถือข้อมูล ที่เกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม จาก

1. วิศวกรอิเล็กทรอนิกส์ ของบริษัทที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม
ในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 29 คน
2. ผู้จัดการฝ่ายขาย โทรศัพท์มือถือที่มีระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ยี่ห้อหนึ่งที่มีชื่อเสียงมาก
ในประเทศไทยและหลายๆ ประเทศ จำนวน 1 คน

3. อดีตวิศวกรโทรคมนาคม ของบริษัทที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม
ในประเทศไทย จำนวน 1 คน
4. อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางสาขาอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยปิด
ของรัฐบาลที่มีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่ง ในประเทศไทย จำนวน 1 คน
5. วิศวกรโทรคมนาคม ของบริษัทที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม
ในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 3 คน
6. นักธุรกิจ ผู้มีประสบการณ์ในการใช้โทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม จำนวน 35 คน
7. อดีตวิศวกรอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม
ในประเทศไทย จำนวน 2 คน
8. พนักงานชาย โทรศัพท์มือถือที่มีระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ยี่ห้อหนึ่งที่มีชื่อเสียงมาก
ในประเทศไทยและหลายๆ ประเทศ จำนวน 3 คน
9. วิศวกรโทรคมนาคม ของบริษัทที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม
ในประเทศไทย จำนวน 4 คน
10. อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางสาขาโทรคมนาคม คณะวิศวกรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัย
ปิดของรัฐบาลที่มีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่ง ในประเทศไทย จำนวน 17 คน
11. อดีตวิศวกรอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม
ในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 1 คน
12. อดีตพนักงานชาย โทรศัพท์มือถือที่มีระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ยี่ห้อหนึ่งที่มีชื่อเสียงมาก
ในประเทศไทยและหลายๆ ประเทศ จำนวน 0 คน
13. วิศวกรอิเล็กทรอนิกส์ ของบริษัทที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม
ในประเทศไทย จำนวน 5 คน
14. อดีตผู้จัดการฝ่ายชาย โทรศัพท์มือถือที่มีระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ยี่ห้อหนึ่งที่มีชื่อเสียง
มาก ในประเทศไทยและหลายๆ ประเทศ จำนวน 0 คน
15. อดีตวิศวกรโทรคมนาคม ของบริษัทที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม
ในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 0 คน
16. อื่นๆ จำนวน 0 คน

จากผลการสำรวจข้างต้นนี้แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเชื่อถือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ
โทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็มจากนักธุรกิจที่มีประสบการณ์ในการใช้โทรศัพท์มือถือ
ระบบนี้มากที่สุด ดังนั้นในการวิจัยนี้ผู้เชี่ยวชาญก็คือ นักธุรกิจ ผู้มีประสบการณ์ในการใช้
โทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ส่วนผลการสำรวจเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะของบุคคลที่
กลุ่มตัวอย่างเชื่อถือนั้น พบว่า

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 51 คน เชื่อว่า บุคคลที่น่าเชื่อถือควรดูมีความคล่องแคล่ว กระฉับกระเฉง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 44 คน เชื่อว่า บุคคลที่น่าเชื่อถือควรดูมีความมั่นใจในตนเอง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 44 คน เชื่อว่า บุคคลที่น่าเชื่อถือควรมีบุคลิกลักษณะที่น่าเชื่อถือ

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เชื่อว่า บุคคลที่น่าเชื่อถือควรแต่งกายภูมิฐาน แต่งตัวดี

กลุ่มตัวอย่างจำนวน	33 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรแต่งกายสุภาพ สะอาด
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	23 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรมีความรู้ความสามารถ มีการศึกษา
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	20 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรมีบุคลิกภาพดี
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	14 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรมีลักษณะที่เป็นนักธุรกิจ
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	12 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรเป็นคนที่ทันสมัย
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	8 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรแต่งกายทะมัดทะแมง และเหมาะสมกับกาลเทศะ
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	6 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรมีท่าทางเป็นผู้นำ
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	6 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	6 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรหน้าตาดี สวย
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	5 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรมีบุคลิกลักษณะสง่า
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	3 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของสังคม
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	2 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรมีความกล้าแสดงออก
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	2 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรมีประสบการณ์สูง
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	1 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรเป็นคนที่มองการณ์ไกล
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	1 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรมีความรับผิดชอบ
กลุ่มตัวอย่างจำนวน	1 คน	เชื่อว่า	บุคคลที่น่าเชื่อถือควรเป็นคนที่มียา

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อ่านนางแบบที่มีบุคลิกลักษณะตรงกับข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างได้นางแบบจำนวน 8 คน ต่อจากนั้นจึงนำภาพถ่ายสี่ครั้งตัว ขนาดของภาพประมาณ 3.5 x 5 นิ้ว แต่ไม่เกิน 4 x 6 นิ้ว ของนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 8 คนนี้มาให้กลุ่มตัวอย่างในชั้นสร้างเครื่องมือซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกับที่ประเมินความดึงดูดของนางแบบจำนวน 43 คน ได้ดูภาพเหล่านี้ทั้งหมดพร้อมกัน โดยแต่ละภาพของนางแบบที่น่าเสนอนี้จะมีหมายเลขกำกับแต่ละภาพด้วย ตั้งแต่หมายเลข 1 จนถึงหมายเลข 8 พร้อมทั้งมีคำประกอบใต้ภาพว่าเป็น "นักธุรกิจ ผู้มีประสบการณ์ในการใช้โทรศัพท์มือถือระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม" จากนั้นให้จัดอันดับความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบทั้งหมด จากนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญมากที่สุดไปจนถึงที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญน้อยที่สุด (ดูแบบประเมินความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบทุกคนได้ใน ภาคผนวก จ) จากนั้นนำผลการจัดอันดับความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบมาวิเคราะห์หาค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับ ผลการจัดอันดับความเป็นผู้เชี่ยวชาญพบว่า

อันดับที่ 1	คือ นางแบบหมายเลข 4	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	2.37
อันดับที่ 2	คือ นางแบบหมายเลข 3	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	2.58
อันดับที่ 3	คือ นางแบบหมายเลข 5	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	3.86
อันดับที่ 4	คือ นางแบบหมายเลข 1	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	4.77
อันดับที่ 5	คือ นางแบบหมายเลข 2	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	5.12
อันดับที่ 6	คือ นางแบบหมายเลข 6	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ	5.33

อันดับที่ 7 คือ นางแบบหมายเลข 7 คำมีชนิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ 5.58
 อันดับที่ 8 คือ นางแบบหมายเลข 8 คำมีชนิมเลขคณิตของการจัดอันดับเท่ากับ 6.53

นางแบบที่มีคำมีชนิมเลขคณิตของอันดับน้อยที่สุด 2 คน คือ นางแบบหมายเลข 4 และหมายเลข 3 เป็นนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญที่จะนำมาเป็นแบบในการโฆษณาต่อไป

2.3 ขั้นตอนการประเมินคุณภาพของข้อโต้แย้ง

ผู้วิจัยนำข้อความที่เป็นข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนักที่จะใช้ในการโฆษณาโทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม มาให้กลุ่มตัวอย่างในชั้นการสร้างเครื่องมือ ซึ่งเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา 417209 มนุษย์สัมพันธ์ ในภาคการศึกษาฤดูร้อน จำนวน 51 คน โดยเป็นชาย 36 คน และเป็นหญิง 15 คน ได้ประเมินคุณภาพของข้อโต้แย้งทั้งที่มีน้ำหนัก และที่ไม่มีน้ำหนัก ทั้งนี้จะนำข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักและไม่มีน้ำหนักอย่างละ 15 ข้อ (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ฉ) มาสุ่มอย่างง่ายเพื่อให้ข้อโต้แย้งคลงกันไปทั้งที่มีน้ำหนัก และไม่มีน้ำหนัก โดยมีแบบประเมินคุณภาพข้อโต้แย้งที่เป็นมาตรฐานชั่วคราว ในแต่ละข้อจะให้คะแนน 1 ถึง 9 จาก สำคัญน้อยที่สุด จนถึง สำคัญมากที่สุด (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ช) ดังนั้นข้อโต้แย้งใดที่มีคำมีชนิมเลขคณิตของคะแนนความสำคัญมากที่สุดจากอันดับที่ 1 ถึง 10 จะเป็นข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก ส่วนข้อโต้แย้งใดที่มีคำมีชนิมเลขคณิตของคะแนนความสำคัญน้อยที่สุดจากอันดับที่ 1 ถึง 10 จะเป็นข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนักนั่นเอง แต่เนื่องจากจำนวนค่าของข้อความในกลุ่มของข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักมีจำนวนค่ามากกว่าจำนวนค่าของข้อความในกลุ่มของข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก และข้อความทั้ง 2 กลุ่มนี้มีความยาวมากเกินไปไม่เหมาะสมที่จะนำมาลงในโฆษณาได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ตัดข้อความทั้งที่เป็นข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก และไม่มีน้ำหนักออกอย่างละ 3 ข้อ จึงเหลือข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก และไม่มีน้ำหนักอย่างละ 7 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการตัดข้อโต้แย้งออก ดังนี้

- สำหรับข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก ให้ตัดข้อโต้แย้งที่มีจำนวนพยางค์มากที่สุด ออก 3 ข้อ
- สำหรับข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก ให้ตัดข้อโต้แย้งที่มีจำนวนพยางค์น้อยที่สุดออก 3 ข้อ

ผลการวิเคราะห์การประเมินคุณภาพข้อโต้แย้ง และจำนวนพยางค์ของข้อโต้แย้งทั้ง 30 ข้อ ดูได้ในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนความสำคัญจากมากที่สุดไปสู่น้อยที่สุด ผลการประเมิน
ว่าเป็นข้อได้แก่ที่มีน้ำหนักหรือไม่มีน้ำหนัก และจำนวนพยางค์ของข้อได้แก่ทั้ง 30 ข้อ

หมายเลขข้อที่	ข้อความ	ค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนความสำคัญ	ผลการประเมินว่าเป็นข้อได้แก่	จำนวนพยางค์
10	เสอากาศามีสภาพสูง ทำให้ไม่เกิดสัญญาณรบกวนขณะเคลื่อนไหว	8.69	ที่มีน้ำหนักมากกว่า	21
2	โทรเข้าออกง่ายด้วยช่องสัญญาณที่เพิ่มขึ้นถึง 8 เท่ารองรับผู้ใช้บริการได้เพียงพอกับความต้องการ	8.37	ที่มีน้ำหนักมากกว่า	28
18	เสียงสนทนาคมชัดเป็นธรรมชาติ ตัดสัญญาณรบกวนได้หมด	8.37	ที่มีน้ำหนักมากกว่า	17
1	ตัวเครื่องเล็กกระทัดรัด ขนาดบาง น้ำหนักเบา สัดส่วนขนาดเหมาะสมมือสะดวกในการพกพา	8.33	ที่มีน้ำหนักมากกว่า	24
15	สามารถป้องกันการลักลอบดักฟังการสนทนา และการใช้งานโดยผู้อื่นได้อย่างสมบูรณ์	8.14	ที่มีน้ำหนักมากกว่า	25
22	มีระบบถ่ายประจุไฟที่ค้างในแบตเตอรี่อัตโนมัติ ยืดอายุการใช้งานแบตเตอรี่	8.12	ที่มีน้ำหนักมากกว่า	26
11	มีบัตรประจำตัวผู้ใช้ หรือ SIM CARD (Subscriber Identity Module) ที่เป็นชิพขนาดเล็กใช้บันทึกสิ่งต่างๆ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ชื่อ หรือข้อความสั้นๆ สามารถนำไปใช้ในต่างประเทศทั่วโลก (International Roaming) ได้ในขนาดอันใกล้	8.10	ที่มีน้ำหนักมากกว่า	68
26	แบตเตอรี่มีพลังสูง เปิดเครื่องรองรับสายได้นาน 2 วัน และสนทนาต่อเนื่องได้ 3 ชั่วโมง	8.04	ที่มีน้ำหนักมากกว่า	26
8	มีบริการเสริมพิเศษมากมาย เช่น การส่งข้อความแสดงบนหน้าจอของตัวเครื่องโทรศัพท์ ระบบป้องกันการโทรออกและเรียกเข้า การประชุมทางโทรศัพท์ เป็นต้น	8.02	ที่มีน้ำหนักมากกว่า	44
21	เมื่อใช้ร่วมกับ PC CARD สามารถเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และโทรสาร เพื่อการส่งข้อมูลและภาพได้ทุกรูปแบบ	7.88	ที่มีน้ำหนักมากกว่า	33
30	สามารถค้นหาบันทึกกลับด้วยรหัสส่วนตัวหรือค้นหาเลขหมายได้ด้วยตำแหน่งที่บันทึก หรืออักษรตัวแรกของชื่อ	7.47	ที่มีน้ำหนักปานกลาง	31
14	ได้รับการพัฒนาโดยคำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้ใช้ จึงมีระบบหมุนวนเลขหมายอัตโนมัติให้	7.25	ที่มีน้ำหนักปานกลาง	31
28	ตัวเครื่องมีจอภาพ LCD กว้างมองเห็นได้ชัดเจน	7.20	ที่มีน้ำหนักปานกลาง	14
19	มีระบบรับสายอัตโนมัติเมื่อใช้ร่วมกับอุปกรณ์เสริมแฮนด์ฟรี	7.14	ที่มีน้ำหนักปานกลาง	19
5	ได้รับการออกแบบอย่างดี ด้วยรูปลักษณะที่ทันสมัย สวยงามเหมาะสมกับผู้ใช้ที่ทันสมัย	6.96	ที่มีน้ำหนักปานกลาง	25
17	บันทึกเลขหมายพร้อมชื่อได้มากถึง 199 หมายเลข	6.71	ที่มีน้ำหนักปานกลาง	15

ตารางที่ 6 (ต่อ)

หมายเลข ข้อที่	ข้อความ	ค่ามัชฌิม เลขคณิต ของคะแนน ความสำคัญ	ผลการประเมิน ว่าเป็น ข้อโต้แย้ง	จำนวน พยางค์
23	หากผู้ใช้ไม่ต้องการให้มีเสียงสัญญาณเรียกเข้าก็สามารถปรับให้เป็นแสงไฟกระพริบแทนได้	6.69	ที่มีน้ำหนักปานกลาง	24
16	ตัวเครื่องมีสัญญาณไฟกระพริบตลอดเวลา ทำให้เห็นได้ในที่มืด	6.61	ที่มีน้ำหนักปานกลาง	19
9	สามารถค้นหารายการพิเศษ 20 รายการได้เพียงกดปุ่มเดียว	6.47	ที่มีน้ำหนักปานกลาง	16
24	เมื่อมีสายเรียกเข้ามา สามารถกดปุ่มใดๆ เพื่อรับสายนั้นได้ (ยกเว้นปุ่มเปิด/ปิด)	6.47	ที่มีน้ำหนักปานกลาง	22
13	จำนวนปุ่มน้อยกดง่ายไม่มีผิดพลาด สามารถใช้งานได้เพียงมือเดียว ทำให้ใช้งานได้อย่างสะดวก	6.45	ที่มีน้ำหนักน้อยกว่า	25
4	สามารถเรียกดูเลขหมายสุดท้ายที่โทรออกได้ 6 หมายเลข	6.31	ที่มีน้ำหนักน้อยกว่า	15
29	สามารถปิดเครื่องเองอัตโนมัติได้	6.24	ที่มีน้ำหนักน้อยกว่า	10
3	มีลำโพงไฮ-ไฟ ที่ได้รับการออกแบบโดยผู้ชำนาญด้านเครื่องเสียงชั้นนำของโลก	6.06	ที่มีน้ำหนักน้อยกว่า	22
20	มีปลอกหนังให้ใส่ตัวเครื่อง พร้อมทั้งเหน็บเข็มขัด เพื่อให้ผู้ใช้สะดวกแก่การพกพา	5.92	ที่มีน้ำหนักน้อยกว่า	22
27	เป็นโทรศัพท์ระบบใหม่ที่ทันสมัย และกำลังได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มธุรกิจชั้นนำในหลายประเทศ	5.80	ที่มีน้ำหนักน้อยกว่า	33
7	สามารถปรับขนาดตัวอักษรที่แสดงบนหน้าจอภาพ LCD ได้	5.57	ที่มีน้ำหนักน้อยกว่า	19
6	สามารถเลือกข้อความหน้าจอภาพได้ 10 ภาษา	5.08	ที่มีน้ำหนักน้อยกว่า	12
25	มีเสียงสัญญาณเรียกเข้าที่สามารถเปลี่ยนได้ถึง 8 เสียง ทุกเสียงมีความไพเราะมาก	5.04	ที่มีน้ำหนักน้อยกว่า	21
12	ตัวเครื่องมีหน้ากากลี (Color Covers) ให้เลือกได้หลายสี ทุกสีมีสีสันสวยงาม น่าใช้	4.59	ที่มีน้ำหนักน้อยกว่า	24

หมายเหตุ ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักมากกว่าผู้วิจัยได้จัดให้เป็นข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก และข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักน้อยกว่าผู้วิจัยได้จัดให้เป็นข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

สรุปข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักมี 10 ข้อ คือ ข้อที่ 10 2 18 1 15 22 11 26 8 21 มีจำนวนพยางค์รวมทั้งสิ้น 306 พยางค์ และข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักมี 10 ข้อ คือ ข้อที่ 12 25 6 7 27 20 3 29 4 13 มีจำนวนพยางค์รวมทั้งสิ้น 203 พยางค์ เนื่องจากจำนวนพยางค์ของข้อโต้แย้งทั้งสองนี้มีความแตกต่างกันมากจึงได้ตัดข้อโต้แย้งออกอย่างละ 3 ข้อ ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักได้ตัดข้อที่ 11 8 และ 21 ออกไปคงเหลือข้อโต้แย้งข้อที่ 10 2 18 1 15 22 และ 26 เป็นข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก และมีจำนวนพยางค์รวมทั้งสิ้น 161 พยางค์ ส่วนข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนักได้ตัดข้อที่ 6 29 และ 4 ออกไปคงเหลือข้อโต้แย้งข้อที่ 12 25

7 27 20 3 และ 13 เป็นข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก และมีจำนวนพยางค์รวมทั้งสิ้น 166 พยางค์ ซึ่งมีจำนวนพยางค์ใกล้เคียงกัน และมีความเหมาะสมที่จะนำมาเป็นข้อความในโฆษณาได้ (เลขข้อนี้เป็นเลขข้อในแบบประเมินคุณภาพข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก และไม่มีน้ำหนัก คูในภาคผนวก ข)



3. มาตรการวัดการประเมินสินค้า (โทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม)

เป็นเครื่องมือที่จะใช้ในการวัดตัวแปรตาม ซึ่งก็คือ คะแนนการประเมินสินค้า มาตรการวัดการประเมินสินค้านี้เป็นมาตรจำแนกความหมาย (semantic differential scale) ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยคิดคู่คำคุณศัพท์ที่มีความหมายตรงกันข้ามกันเกี่ยวกับสินค้าที่จะให้กลุ่มตัวอย่างประเมิน จำนวน 35 คู่ (คูมาตรการวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าในภาคผนวก ข)

3.2 นำมากระจายแจกความหมายที่มีคำคุณศัพท์ 35 คู่ ไปให้กลุ่มตัวอย่างในชั้นสร้างเครื่องมือ ซึ่งเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา 417209 มนุษยสัมพันธ์ ในภาคการศึกษาฤดูร้อนจำนวน 50 คน โดยเป็นหญิง 28 คน และเป็นชาย 22 คน ได้ตอบมาตรนี้

3.3 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตร ด้วยโปรแกรม เอส พี เอส เอส พี ซี พลัส (SPSS/PC+) การวิเคราะห์นี้จะทำเพื่อคัดเลือกคู่คำคุณศัพท์เฉพาะที่มีคุณภาพมาใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป โดยนำค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรของทั้ง 35 ข้อ มาเปรียบเทียบกับค่าวิกฤตของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ที่ขึ้นความเป็นอิสระ (degrees of freedom) มีค่าเท่ากับ 48 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าวิกฤตของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันประมาณ .328 ถ้าคำคุณศัพท์คู่ใดมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรน้อยกว่า .328 ให้ตัดคำคุณศัพท์คู่นั้นออก ในการวิเคราะห์ครั้งแรกได้ตัดคำคุณศัพท์ออก 5 คู่ คือ คู่ที่ 5 (นำสมัย-ล้ำสมัย) คู่ที่ 8 (บกร่อง-สมบูรณ์) คู่ที่ 23 (ปากถั่ว-ไม่ปากถั่ว) คู่ที่ 34 (ฟุ่มเฟือย-ประหยัด) และคู่ที่ 35 (สะดวก-ไม่สะดวก) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคู่คำคุณศัพท์ 35 ข้อ มีค่าเท่ากับ .93

3.4 นำคำคุณศัพท์ที่เหลือจำนวน 30 คู่ มาวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรอีกครั้ง ตัดคำคุณศัพท์ออก 1 คู่ คือ คู่ที่ 25 (ล้ำลึก-ก้าวหน้า) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคู่คำคุณศัพท์ 30 ข้อ มีค่าเท่ากับ .94

3.5 นำคำคุณศัพท์ที่เหลือจำนวน 29 คู่ มาวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรอีกครั้ง ไม่พบว่ามีคำคุณศัพท์คู่ใดที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรน้อยกว่า .328 ดังนั้นจึงมีคำคุณศัพท์ที่ผ่านการคัดเลือกจำนวน 29 คู่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคู่คำคุณศัพท์ 29 ข้อ เท่ากับ .94 ดูรายละเอียดได้จากตารางที่ 7

3.6 นำคำคุณศัพท์ทั้ง 29 คู่ มาสร้างเป็นมาตรจำแนกความหมายที่ใช้ในการประเมินสินค้า เพื่อใช้ในการทดลอง

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตร
(Corrected Item-Total Correlations) ของมาตรวัดการประเมินสินค้า เมื่อวิเคราะห์
35 ข้อ เมื่อวิเคราะห์ 30 ข้อ และเมื่อวิเคราะห์ 29 ข้อ

คู่คำคุณศัพท์	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่าสหสัมพันธ์ (r)
	เมื่อวิเคราะห์ 35 ข้อ	เมื่อวิเคราะห์ 30 ข้อ	เมื่อวิเคราะห์ 29 ข้อ
1. ดี-เลว	.63*	.61*	.61*
2. ไร้ประโยชน์-มีประโยชน์	.52*	.51*	.52*
3. จำเป็น-ไม่จำเป็น	.41*	.44*	.44*
4. มีคุณค่า-ไร้คุณค่า	.45*	.47*	.46*
5. นำสมัย-ด้าแก้อย	.20	-	-
6. น่าสนใจ-น่าเบื่อหน่าย	.58*	.56*	.56*
7. น่าละทิ้ง-น่าห่วงแทน	.34*	.37*	.37*
8. บกพร่อง-สมบูรณ์	.19	-	-
9. ชอบ-เกลียด	.68*	.69*	.69*
10. สำคัญ-ไม่สำคัญ	.62*	.65*	.66*
11. น่าพอใจ-ไม่น่าพอใจ	.74*	.72*	.72*
12. มีประสิทธิภาพ-ไร้ประสิทธิภาพ	.48*	.45*	.46*
13. น่านิยม-ไม่น่านิยม	.54*	.56*	.57*
14. คร่ำครึ-โก้	.42*	.46*	.47*
15. น่าชื่นชม-น่าดูหมิ่น	.64*	.63*	.62*
16. น่ายอมรับ-น่าปฏิเสธ	.57*	.60*	.61*
17. น่าละเลย-น่าเอาใจใส่	.71*	.72*	.72*
18. น่าจำกัด-น่าส่งเสริม	.41*	.43*	.42*
19. ให้คุณ-ให้โทษ	.40*	.42*	.43*
20. เคือง-เจริญ	.59*	.56*	.55*
21. น่ารังเกียจ-น่าปรารถนา	.07*	.65*	.64*
22. น่าดูถูก-น่ายกย่อง	.57*	.55*	.53*
23. น่ากลัว-ไม่น่ากลัว	.29	-	-
24. สนับสนุน-ต่อต้าน	.73*	.70*	.70*
25. ลำหลัง-ก้าวหน้า	.34*	.30	-
26. น่าซื้อ-ไม่น่าซื้อ	.62*	.62*	.62*
27. น่าเชื่อถือ-เชื่อถือไม่ได้	.74*	.71*	.71*
28. เขียม-แยะ	.72*	.70*	.69*
29. เสริมสร้าง-ทำลาย	.73*	.72*	.71*
30. น่าพึงประสงค์-ไม่น่าพึงประสงค์	.59*	.64*	.54*

ตารางที่ 7 (ต่อ)

คู่คำคุณศัพท์	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่าสหสัมพันธ์ (r)
	เมื่อวิเคราะห์ 35 ข้อ	เมื่อวิเคราะห์ 30 ข้อ	เมื่อวิเคราะห์ 29 ข้อ
31. สง่า-ซอมซ่อ	.41*	.44*	.45*
32. สวย-น่าเกลียด	.50*	.52*	.52*
33. น่าใช้-ไม่น่าใช้	.63*	.63*	.63*
34. ฟุ่มเฟือย-ประหยัด	.16	-	-
35. สะดวก-ไม่สะดวก	.16	-	-
ค่าแอลฟา	.93	.94	.94

ค่าวิกฤตของ r ($df = 48$, $\alpha = .01$) $\approx .328$

* $p < .01$

4. มาตรฐานวัดความดีงุด และความเชี่ยวชาญ

เป็นมาตรฐานที่สร้างขึ้นเพื่อการตรวจสอบความดีงุดของนางแบบในการโฆษณา และ
 ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบในการโฆษณา ซึ่งเป็นมาตรฐานจำแนกความหมาย มีขั้นตอน
 การสร้าง ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยคิดคู่คำคุณศัพท์ที่มีความหมายตรงกันข้าม ที่ใช้ในการประเมินความ
 ดีงุดของนางแบบ และคู่คำคุณศัพท์ที่ใช้ประเมินความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบ อย่างละ
 10 คู่ (ดูรายละเอียดมาตรการวัดการประเมินความดีงุด และมาตรการวัดการประเมินความเชี่ยวชาญ
 ที่ภาคผนวก ฉ)

4.2 นำมาตรวัดทั้ง 2 นี้ ไปให้กลุ่มตัวอย่างในชั้นสร้างเครื่องมือ ซึ่งเป็นนิสิต
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 100 คน โดยเป็นหญิง 63 คน และเป็นชาย 37 คน ในที่นี้เป็น
 บัณฑิตศึกษาศาสตร์ 47 คน คณะวิศวกรรมศาสตร์ 15 คน คณะอักษรศาสตร์ 11 คน คณะ
 วิทยาศาสตร์ 9 คน คณะนิเทศศาสตร์ 5 คน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี 4 คน คณะ
 ศิลปกรรมศาสตร์ 4 คน คณะสัตวแพทย์ 3 คน และคณะแพทยศาสตร์ 2 คน ได้ตอบมาตราเหล่านี้

4.3 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของ
 ข้ออื่น ๆ ในมาตร ด้วยโปรแกรม เอส พี เอส เอส พี ซี พลัส (SPSS/PC+) เพื่อคัดเลือกคู่คำ
 คุณศัพท์เฉพาะที่มีคุณภาพมาใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป โดยการวิเคราะห์ครั้งแรกของมาตรวัด
 ความดีงุด และมาตรวัดความเชี่ยวชาญได้นำค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวม
 ของข้ออื่น ๆ ในมาตรของมาตรแต่ละมาตร มาตราละ 10 ข้อ มาเปรียบเทียบกับค่าวิกฤตของ
 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ที่ขึ้นความเป็นอิสระ
 (degrees of freedom) มีค่าเท่ากับ 98 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าวิกฤตของ

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันประมาณ .232 ถ้าค่าคุณศัพท์คู่ใดมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรน้อยกว่า .232 จะตัดค่าคุณศัพท์คู่นั้นออก ในการวิเคราะห์มาตรวัดความตึงเครียดครั้งแรกพบว่า ไม่มีค่าคุณศัพท์คู่ใดที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรน้อยกว่า .232 ดังนั้นจึงมีค่าคุณศัพท์ที่ผ่านการคัดเลือกจำนวน 10 คู่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคู่ค่าคุณศัพท์ในมาตรวัดความตึงเครียด 10 ข้อเท่ากับ .77 ซึ่งดูรายละเอียดของการตัดค่าคุณศัพท์ของมาตรวัดความตึงเครียดได้จากตารางที่ 8 ส่วนมาตรวัดความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ครั้งแรกนี้ได้ตัดค่าคุณศัพท์ออก 1 คู่ คือ คู่ที่ 10 (ยอมรับได้-ยอมรับไม่ได้) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคู่ค่าคุณศัพท์ในมาตรวัดความเชี่ยวชาญ 10 ข้อมีค่าเท่ากับ .79

4.4 นำค่าคุณศัพท์ที่เหลือในมาตรวัดความเชี่ยวชาญจำนวน 9 คู่ มาวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรอีกครั้ง ไม่พบว่ามีค่าคุณศัพท์คู่ใดที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรน้อยกว่า .232 ดังนั้นจึงมีค่าคุณศัพท์ที่ผ่านการคัดเลือกจำนวน 9 คู่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคู่ค่าคุณศัพท์ในมาตรวัดความเชี่ยวชาญ 9 ข้อ เท่ากับ .82 ซึ่งดูรายละเอียดของการตัดค่าคุณศัพท์ของมาตรวัดความเชี่ยวชาญได้จากตารางที่ 9

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตร (Corrected Item-Total Correlations) ของมาตรวัดความตึงเครียด เมื่อวิเคราะห์ 10 ข้อ

คู่ค่าคุณศัพท์	ค่าสหสัมพันธ์ (r) เมื่อวิเคราะห์ 10 ข้อ
1. สวย-น่าเกลียด	.30*
2. น่าสนใจ-น่าเบื่อหน่าย	.36*
3. น่าชอบพอ-น่ารังเกียจ	.36*
4. ไม่น่าพอใจ-น่าพอใจ	.48*
5. น่านิยมน-ไม่น่านิยม	.38*
6. คร่ำครึ-โก้	.58*
7. ล้าสมัย-ทันสมัย	.57*
8. น่าปรารถนา-ไม่น่าปรารถนา	.45*
9. น่าชัง-น่ารัก	.56*
10. สง่างาม-ขอมช่อ	.36*
ค่าแอลฟา	.77

ค่าวิกฤตของ r ($df = 98$, $\alpha = .01$) $\approx .232$

* $p < .01$

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตร (Corrected Item-Total Correlations) ของมาตรวัดความเชี่ยวชาญ เมื่อวิเคราะห์ 10 ข้อ และเมื่อวิเคราะห์ 9 ข้อ

คู่ค่าคุณศัพท์	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่าสหสัมพันธ์ (r)
	เมื่อวิเคราะห์ 10 ข้อ	เมื่อวิเคราะห์ 9 ข้อ
1. นำเชือกถือ-ไม่นำเชือกถือ	.37*	.36*
2. เก่ง-ไม่เก่ง	.39*	.36*
3. โง่-ฉลาด	.57*	.61*
4. นำตุ๊ก-นำขย่อง	.59*	.61*
5. เชือกถือไม่ได้-เชือกถือได้	.56*	.63*
6. สง่า-ขอมเข่อ	.54*	.50*
7. มีอำนาจ-ไร้อำนาจ	.34*	.32*
8. ไม่เชี่ยวชาญ-เชี่ยวชาญ	.60*	.66*
9. ไร้ความสามารถ-มีความสามารถ	.57*	.57*
10. ขอมรับได้-ขอมรับไม่ได้	.10	-
ค่าแอลฟา	.79	.82

ค่าวิกฤตของ r ($df = 98, \alpha = .01$) $\approx .232$

* $p < .01$

5. มาตรวัดการประเมินการใช้ภาษาในการโฆษณา

เป็นมาตรวัดที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นงานที่แทรกให้กลุ่มตัวอย่างในการทดลองทำ เพื่อมีให้กลุ่มตัวอย่างรู้วัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการวิจัย มาตรวัดนี้เป็นมาตรจำแนกความหมาย ที่มีคู่ค่าคุณศัพท์ที่ใช้ จำนวน 16 คู่ กระจายละเอียดได้ใน ภาคผนวก ๗

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการทดลอง

1. ติดต่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับอาจารย์ผู้สอนในวิชา 417101 จิตวิทยาทั่วไป วิชา 417208 สุขภาพจิต วิชา 417209 มนุษยสัมพันธ์ ตอนเรียนที่ 3 และตอนเรียนที่ 7 และวิชา 417213 จิตวิทยาบุคลิกภาพขั้นนำ ในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2538

2. เก็บข้อมูลเพื่อสำรวจโอกาสในการที่จะซื้อโทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ภายใน 1-6 เดือนข้างหน้า และสำรวจว่ากลุ่มตัวอย่างมีโทรศัพท์ระบบนี้ใช้อยู่หรือไม่ เพื่อคัดกลุ่มที่มีโอกาสที่จะซื้อ และมีโทรศัพท์ระบบนี้ใช้อยู่แล้วออกไป และการเก็บข้อมูลเพื่อวัดการ

กำกับ การแสดงออกของตน สำหรับการคัดกลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง และต่ำ เข้าเงื่อนไขการทดลอง โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 6 กรกฎาคม ถึงวันที่ 20 กรกฎาคม 2538

3. นำคะแนนจากมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตนมาคัดกลุ่มที่ได้คะแนนจาก มาตรวัดนี้สูง และต่ำอย่างละ ร้อยละ 27 เพื่อเป็นกลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง และต่ำ จากนั้นสุ่มกลุ่มตัวอย่างเข้าเงื่อนไขทั้ง 8 เงื่อนไข ดังนี้

3.1 กลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มี ลักษณะดึงดูด และมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก

3.2 กลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มี ลักษณะดึงดูด และมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

3.3 กลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มี ลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ และมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก

3.4 กลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มี ลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ และมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

3.5 กลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มี ลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ และมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก

3.6 กลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มี ลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ และมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

3.7 กลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มี ลักษณะดึงดูด และมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก

3.8 กลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มี ลักษณะดึงดูด และมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการทดลองทั้ง 8 เงื่อนไข ตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม ถึงวันที่ 4 สิงหาคม 2538 ซึ่งในการทดลองมีขั้นตอนดังนี้

4.1 ผู้วิจัยแนะนำตัว และขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นอธิบายว่า กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนจะได้รับภาพโฆษณาคนละ 1 ชิ้น ซึ่งแต่ละคนจะได้รับไม่เหมือนกัน ดังนั้น ขอให้แต่ละคนดูภาพโฆษณาของตนเอง และอ่านข้อความทุกข้อความในโฆษณาที่ได้รับ อย่างระมัดระวังและตั้งใจ เพราะจะให้กลุ่มตัวอย่างประเมินการใช้ภาษาในงานโฆษณาที่แต่ละคน ได้รับ จากนั้นแจกแผ่นภาพโฆษณา และชุดมาตราวัดความคิดเห็นจากงานโฆษณาให้คนละ 1 ชุด เนื่องจากภาพโฆษณาที่ใช้ในการวิจัยมีนางแบบทั้งที่มีลักษณะดึงดูด และที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ อย่างละ 2 คน ดังนั้นในแต่ละเงื่อนไขการทดลองกลุ่มตัวอย่างโดยประมาณครึ่งหนึ่งได้รับภาพ โฆษณาของนางแบบคนที่ 1 และอีกประมาณครึ่งหนึ่งได้รับภาพโฆษณาของนางแบบคนที่ 2

4.2 เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้รับภาพโฆษณา และมาตราวัดแล้วจึงอธิบายวิธีการตอบ มาตรวัด ซึ่งเป็นมาตรจำแนกความหมาย จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างดูภาพโฆษณาและอ่านข้อความ ในโฆษณาของตน แล้วตอบมาตรวัดที่ตนเองได้รับ ซึ่งประกอบด้วย มาตรวัดการประเมินการใช้ ภาษา มาตรวัดการประเมินลิเค้า และมาตรวัดความดึงดูด หรือมาตรวัดความเป็นผู้เชี่ยวชาญ

รายละเอียดชุดมาตรฐานวัดความคิดเห็นจากงานโฆษณา สำหรับกลุ่มที่ได้ดูภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญได้ในภาคผนวก ก และชุดมาตรฐานวัดความคิดเห็นจากงานโฆษณา สำหรับกลุ่มที่ได้ดูภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูดได้ในภาคผนวก ก

4.3 นำคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเงื่อนไขมาวิเคราะห์ เพื่อสรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยนี้ ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้โปรแกรม เอส พี เอส เอส ซี พลัส (SPSS/PC+) ดังนี้

1. คำนวณความแตกต่างของค่ามัธยฐานเลขคณิตของคะแนนจากมาตรวัดความดึงดูดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ดูภาพโฆษณาของนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด คนที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ได้ดูภาพโฆษณาของนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด คนที่ 2 ด้วยการทดสอบค่าที (t-test)

2. คำนวณความแตกต่างของค่ามัธยฐานเลขคณิตของคะแนนจากมาตรวัดความเป็นผู้เชี่ยวชาญของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ดูภาพโฆษณาของนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ได้ดูภาพโฆษณาของนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2 ด้วยการทดสอบค่าที (t-test)

3. คำนวณความแตกต่างของค่ามัธยฐานเลขคณิตของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของกลุ่มตัวอย่างระหว่างเงื่อนไขที่ 1 และเงื่อนไขที่ 2 ด้วยการทดสอบค่าที (t-test)

4. คำนวณความแตกต่างของค่ามัธยฐานเลขคณิตของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของกลุ่มตัวอย่างระหว่างเงื่อนไขที่ 3 และเงื่อนไขที่ 4 ด้วยการทดสอบค่าที (t-test)

5. คำนวณความแตกต่างของค่ามัธยฐานเลขคณิตของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของกลุ่มตัวอย่างระหว่างเงื่อนไขที่ 5 และเงื่อนไขที่ 6 ด้วยการทดสอบค่าที (t-test)

6. คำนวณความแตกต่างของค่ามัธยฐานเลขคณิตของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของกลุ่มตัวอย่างระหว่างเงื่อนไขที่ 7 และเงื่อนไขที่ 8 ด้วยการทดสอบค่าที (t-test)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย