

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลในรายละเอียดแบบเจาะลึกถึงความพึงพอใจ ความคิดเห็นที่มีต่อเนื้อหา และความเข้าใจวัตถุประสงค์ของหลักของภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมโดยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focused Group Interview)

ประชากรที่ศึกษา

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับนักเรียนทั้งชายและหญิง ที่มีอายุระหว่าง 10-16 ปี ในโรงเรียนระดับประถมถึงมัธยมศึกษา เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา คือนักเรียนจากโรงเรียนต่าง ๆ ที่ศึกษาอยู่ระหว่างชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ยังอยู่ในชั้นเรียน ตามประเภทของโรงเรียน ซึ่งได้แก่ โรงเรียนรัฐบาล โรงเรียนราษฎร์ และโรงเรียนสาธิต ซึ่งได้นักเรียนจากโรงเรียน 4 แบบ เป็นกรณีศึกษา (Case Study) คือโรงเรียนต่อไปนี้

1. โรงเรียน ทวีธาภิเษก
2. โรงเรียน ศรีบุญยานนท์
3. โรงเรียน สาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. โรงเรียนเซนต์จอห์น (ฝ่ายมัธยม)

สำหรับนักเรียนซึ่งคัดเลือกเป็นสมาชิกกลุ่มสนทนา ได้คัดเลือกจากเกณฑ์ซึ่งผู้วิจัย กำหนดไว้เป็นคุณสมบัติที่เหมาะสม (Recruitment) ดังนี้

1. รู้จักภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง และบอกชื่อได้ถูกต้อง
2. เป็นผู้ที่สนใจและเต็มใจที่จะเข้าร่วมการสนทนากลุ่มในการศึกษาคั้งนี้

การเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้คัดเลือกเอง จากแบบฟอร์มที่แจกให้นักเรียน ตอบคืนมา โดยแจกไปโรงเรียนละ 60 ชุด ภายหลังกัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้กลุ่มละ 8 คน แล้วจึงได้ติดต่อนัดหมายไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอทำสนทนากลุ่ม ซึ่งได้รับการประสานงานจาก ทางโรงเรียนเป็นอย่างดี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการทำสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยเป็นผู้นำการสนทนา (Moderator) ด้วยตัวเอง พร้อมทั้งผู้ช่วยวิจัย ซึ่งเป็นนิสิตปริญญาโท และปริญญาตรี ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอีก 3 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ ที่ต้องการ

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้เก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมสนทนา จำนวน 6 กลุ่มรวมทั้งสิ้น 46 คน โดยมีจำนวนสมาชิกกลุ่มละ 7-9 คน เพราะกลุ่มคนที่มีขนาดระหว่าง 7-8 คน เป็นกลุ่มที่มีลักษณะการตอบโต้กันดีที่สุด เป็นขนาดกลุ่มที่ก่อให้เกิดการสนทนาที่เป็นลักษณะ เปิดกว้าง และเป็นอิสระอย่างเต็มที่ (วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์, การสนทนากลุ่ม : เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ, กรุงเทพมหานคร ชมรมการวิจัยเชิงคุณภาพ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2531 : 2)

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล 3 เดือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- นักเรียนกลุ่มที่ 1 อายุ 13-16 ปี โรงเรียนทวีธาภิเศก เขตบางกอกใหญ่ จัดการสนทนากลุ่มวันที่ 15 มกราคม 2536 สถานที่ห้องปฏิบัติการทางภาษา ของหมวด ภาษาอังกฤษ ใช้เวลา 1:20 นาที

- นักเรียนกลุ่มที่ 2 อายุ 13-16 ปี โรงเรียนทวีธาภิเศก เขตบางกอกใหญ่ จัดการสนทนากลุ่มวันที่ 15 มกราคม 2536 สถานที่ห้องปฏิบัติการทางภาษา หมวดภาษาอังกฤษ ใช้เวลา 1 ชั่วโมง

- นักเรียนกลุ่มที่ 3 อายุ 14-16 ปี โรงเรียนศรีบุญยานนท์ จ.นนทบุรี จัดการสนทนากลุ่มวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2536 สถานที่ห้องปฏิบัติการทางภาษา หมวดภาษาอังกฤษ ใช้เวลา 1:10 นาที

- นักเรียนกลุ่มที่ 4 อายุ 10-13 ปี โรงเรียนศรีบุญยานนท์ จ.นนทบุรี จัดการสนทนากลุ่มวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2536 สถานที่ห้องปฏิบัติการทางภาษา หมวดภาษาอังกฤษ ใช้เวลา 1 ชั่วโมง

- นักเรียนกลุ่มที่ 5 อายุ 13-16 ปี โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จัดการสนทนากลุ่มวันที่ 1 มีนาคม 2536 สถานที่ห้องโสตทัศนูปกรณ์ อาคารกลาง ใช้เวลา 1:30 นาที

- นักเรียนกลุ่มที่ 6 อายุระหว่าง 12-15 ปี โรงเรียนเซนต์จอห์น (ฝ่ายมัธยม) จัดการสนทนาวันที่ 23 มีนาคม 2536 สถานที่ห้องเรียนพิเศษภาษาเบล ใช้เวลา 1:20 นาที

การศึกษาจัดสนทนากลุ่มทั้งสิ้น 6 กลุ่ม กลุ่มละ 7-9 คน โดยแบ่งตามเกณฑ์อายุ แต่สมาชิกกลุ่มอาจจะมีภูมิหลังที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะมีผลต่อคำตอบที่ต่างกันไปด้วย ในการศึกษาผู้วิจัยได้ทำเอกัตศึกษา (Individual Study) ผู้ร่วมสนทนาเป็นรายบุคคล โดยครอบคลุมถึงลักษณะพื้นฐานทางครอบครัว ฐานะทางเศรษฐกิจ และการเปิดรับสาร (ผนวก)

จากนั้นจัดให้ผู้ร่วมสนทนารวมกลุ่มกันและดำเนินการสนทนากลุ่มตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยแนะนำตัวและผู้ร่วมงานให้สมาชิกกลุ่มรู้จัก
2. ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการจัดทำสนทนากลุ่ม
3. ชี้แจงให้เห็นว่าผู้วิจัยไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับภาพยนตร์โฆษณา และขอให้ผู้ร่วม

สนทนาแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ พร้อมขอบันทึกเทป และจดบันทึกสนทนา



4. ให้ผู้ร่วมสนทนาแนะนำตัวเองแก่สมาชิก และให้ซักถามข้อสงสัยอื่น ๆ เกี่ยวกับ การวิจัย และพูดคุยเรื่องทั่ว ๆ ไปเพื่อความคุ้นเคยกัน

5. ใช้เวลาในการสนทนาดังกล่าวไม่เกินชั่วโมงถึงชั่วโมงครึ่ง เนื่องจากถ้าใช้เวลามากกว่านี้ จะทำให้สมาชิกกลุ่มเหนื่อยล้า และเมื่อคำตอบที่ได้อาจจะไม่เป็นไปอย่างตั้งใจนัก เพราะสมาชิกอาจจะต้องการให้เสร็จสิ้นการสนทนาโดยเร็ว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) เป็นแบบสัมภาษณ์ ซึ่งกำหนดประเด็นคำถามอย่างกว้าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องที่จะศึกษา โดยมีแนวคำถามเกี่ยวกับ

- ความคิดเห็นต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ได้แก่ ความชอบ/ไม่ชอบ ในเนื้อหา ภาพประกอบ เพลงประกอบ แสงสี และองค์ประกอบอื่น ๆ ของภาพยนตร์ โฆษณาฯ ที่ชอบ/ไม่ชอบ และเหตุผล

- ความเข้าใจในภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ได้แก่ ความเข้าใจเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ของโฆษณา การสื่อความหมายได้ดี/ไม่ดี และเหตุผลตลอดจนการจดจำและ นำไปสู่การปฏิบัติได้เพียงใด

- ความคิดเห็นในด้านการปลูกฝัง ค่านิยมจริยธรรมของภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ได้แก่ ค่านิยม และจริยธรรมที่โฆษณา ส่งเสริมสังคม ปลูกฝังให้แก่ผู้ชม คุณภาพ ในการชักจูงใจ รวมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

การสร้างเครื่องมือ

มีหลักดังต่อไปนี้

1. นำวัตถุประสงค์ของการวิจัยแต่ละข้อไปจำแนกเป็นประเด็น หรือสมมุติฐานหลัก เพื่อให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยตั้งคำถามย่อยเป็นแนวทาง (ผนวก)

2. ศึกษาภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ที่นำไปสนทนากลุ่มอย่างละเอียดเพื่อ
ปรับแนวคำถามให้เหมาะสมกับเรื่องที่ศึกษา

3. เรียงแนวคำถาม จากคำถามทั่ว ๆ ไป และง่ายต่อการเข้าใจ แล้วจึงค่อย
เข้าสู่คำถามหลักและอาจจะเติมคำถามเสริมเข้าไป ซึ่งเป็นคำถามที่ไม่ได้เตรียมมาก่อน
แต่เป็นเรื่องที่ปรากฏระหว่างการสนทนากลุ่ม

2) ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ผู้วิจัยได้จัดเตรียมเทปโฆษณาส่งเสริมสังคม
จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งเคยเสนอทางโทรทัศน์ในช่วงปี 2535 และส่งเข้าประกวดในการ
พิจารณาผลงานภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยมประจำปี 2535-2536 ซึ่งเข้ารอบทั้งสิ้น 13 เรื่อง
(รายงานผลการพิจารณาภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม TACT AWARD, 2535 ; 270) โดย
คัดเลือกภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมที่มีเนื้อหาทางด้านต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสมกับเด็ก
ผู้วิจัยได้คัดเลือกภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาดังนี้

1. เนื้อหาปลูกฝังให้รักษาสภาพอากาศ โดยการรณรงค์ให้ใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว
ซึ่งได้แก่ ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "คลาสรูม" ความยาว 45 วินาที การที่เลือกภาพยนตร์
เรื่องนี้ เพราะผู้วิจัยเห็นว่าเนื้อหาของภาพยนตร์เป็นเรื่องสิ่งแวดล้อมที่น่าจะมีส่วนสัมพันธ์กับ
ความสนใจของเด็ก

2. เนื้อหาปลูกฝังให้มีจิตใจเมตตาไม่เบียดเบียนสัตว์อื่น ๆ โดยปลูกฝังให้มีการ
อนุรักษ์และคุ้มครองสัตว์ ได้แก่ ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "บาบบุญ" ความยาว 30 วินาที
เนื่องจากเห็นว่าความมีจิตใจเมตตาต่อสัตว์ เป็นเรื่องที่เหมาะสมกับระดับจิตใจ และความ
สนใจของเด็ก เพราะเด็กส่วนมากชอบเลี้ยงสัตว์

3. เนื้อหาปลูกฝังให้มีการรักษาความสะอาด โดยมีการรณรงค์ให้ช่วยกันรักษา
ความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง ได้แก่ ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "ขอจันทร์" ความยาว 45
วินาที เนื่องจากเห็นว่า การปลูกฝังให้รักษาความสะอาด เป็นสิ่งที่เด็ก ๆ สามารถประพฤติ
ปฏิบัติได้ และน่าจะทำให้เกิดพฤติกรรมกับเด็ก ๆ ได้

4. เนื้อหาปลูกฝังจิตใจให้ทำความดีละเว้นความชั่วด้วยวิธีการสร้างสรรค์จริยโอง
จิตใจให้มีความโอบเอื้ออารี ได้แก่ ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง "วัด" ความยาว 45 วินาที
เนื่องจากเป็นคุณธรรมขั้นต้นที่ส่วนใหญ่มีอยู่ในจิตใจของเด็ก ซึ่งง่ายต่อการสอนและกลมกลืน
ซึ่งหากเด็กเกิดการเชื่อถือและยอมรับได้ ก็จะเป็นสิ่งที่ดีในการสร้างพลเมืองให้มีคุณธรรม
ความดีประจำใจในอนาคต

การทดสอบเครื่องมือ

ก่อนการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแนวคำถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และ
อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตัดทอนและปรับปรุงภาษาในคำถามให้เหมาะสมยิ่งขึ้น และหลังจากนั้น
ได้ทำการทดสอบ (pretest) เครื่องมือก่อนโดยจัดสนทนากลุ่มกับตัวอย่าง เช่น นักเรียน
โรงเรียนบางอ้อศึกษา จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบแนวคำถามให้ชัดเจน ความเข้าใจ และ
ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้นนำข้อมูลการทดสอบมาปรับปรุงแก้ไขให้
สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

เกณฑ์การให้คะแนนระดับฐานะทางเศรษฐกิจ

วัดจากความเป็นเจ้าของสิ่งที่มีภายในบ้าน 8 ชนิด โดยให้คะแนน ดังนี้

ไม่มี = 0 คะแนน

มี = 1 คะแนน

แล้วนำมารวมคะแนนทั้งหมด คำนวณเป็นค่าร้อยละ แล้วพิจารณาว่าสิ่งของชนิดใดที่
นักเรียนทุกคนมีมากที่สุด และรองลงมาตามลำดับ จนถึงสิ่งที่มีน้อยที่สุด โดยกำหนดให้สิ่งของ
ที่มีน้อยที่สุด มีคะแนนมากที่สุด ค่าของคะแนน ก็คือ จำนวนร้อยละของผู้ที่ไม่มีสิ่งนั้น
ในทางตรงกันข้ามสิ่งของที่ทุก ๆ บ้านมีมากที่สุด จะมีคะแนนน้อยที่สุด และค่าของคะแนน คือ
จำนวนร้อยละของผู้ที่ไม่มีสิ่งนั้นเช่นกัน แล้วจึงนำมารวมคะแนนทั้งหมดของสิ่งของที่มีในบ้าน
เพื่อจะได้จัดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มอยู่ในระดับสูง ระดับปานกลาง และระดับต่ำ

เกณฑ์การให้คะแนนความเป็นเจ้าของสิ่งของภายในบ้าน

สิ่งของในบ้าน	ความเป็นเจ้าของ		รวม
	มี	คะแนนที่ได้	
เครื่องใช้โทรทัศน์	0	100	100
	(47)	(-)	(47)
วิทยุ	0	100	100
	(47)	(-)	(47)
พัดลม	0	100	100
	(47)	(-)	(47)
ตู้เย็น	0	100	100
	(47)	(-)	(47)
เครื่องปรับอากาศ	31.9	68.0	100
	(15)	(32)	(47)
เครื่องเล่นแผ่นเสียง	17.0	82.9	100
	(8)	(39)	(47)
กล้องถ่ายรูป	80.8	19.1	100
	(38)	(9)	(47)
รถยนต์	46.8	53.1	100
	(22)	(25)	(47)

จากตารางนี้ จะสามารถกำหนดค่าคะแนนของสิ่งของทั้ง 8 ชนิดได้ดังนี้

กล้องถ่ายรูป	=	80.8	คะแนน
รถยนต์	=	46.8	คะแนน
เครื่องปรับอากาศ	=	31.9	คะแนน
เครื่องเล่นแผ่นเสียง	=	17.0	คะแนน
ตู้เย็น	=	0.0	คะแนน
พัดลม	=	0.0	คะแนน
โทรทัศน์	=	0.0	คะแนน
วิทยุ	=	0.0	คะแนน

วิธีวัดฐานะทางเศรษฐกิจ โดยการให้คะแนนสิ่งของ เครื่องใช้ภายในบ้านแบบนี้ ได้รับคำแนะนำจากรองศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ จารัสฤทธิรงค์ แห่งสถาบันวิจัยประชากร และสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (วัชรภรณ์ ตระกูลศิษฐ์, 2525 : 55)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ใช้ข้อมูลที่ได้จากการสนทนา โดยรวบรวมความคิดเห็นของนักเรียนมาประมวลหาจำนวนรวมของแต่ละคำตอบในเชิงคุณภาพ โดยประเมินคุณค่าของคำตอบแต่ละคำตอบที่ได้จากการสนทนาร่วมกับข้อสังเกตของผู้วิจัย