

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์เนื้อหาในโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ จำนวน 85 เรื่อง ผลการวิเคราะห์นำเสนอในรูปแบบของตารางที่ปรากฏ ดังนี้

1. จำนวนโฆษณาที่หน่วยงานต่าง ๆ ผลิต แสดงไว้ในตารางที่ 1
2. ผลการวิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของโฆษณา แสดงไว้ในตารางที่ 2
3. ผลการวิเคราะห์ลักษณะเนื้อหาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ที่นำเสนอในโฆษณา แสดงไว้ในตารางที่ 3
4. ผลการวิเคราะห์ประเภทปัญหาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และชนิดของปัญหา ด้านต่าง ๆ แสดงไว้ในตารางที่ 4
5. ผลของการวิเคราะห์คุณภาพของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ที่นำเสนอในโฆษณา แสดงไว้ในตารางที่ 5
6. ผลการวิเคราะห์วิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่ปรากฏในโฆษณา แสดงไว้ในตารางที่ 6
7. ผลการวิเคราะห์ จุดมุ่งหมายทางการศึกษาที่ปรากฏในโฆษณา แสดงไว้ในตารางที่ 7
8. ผลการวิเคราะห์ระดับการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัย แสดงไว้ในตารางที่ 8
9. ผลการวิเคราะห์ระดับการเรียนรู้ด้านจิตพิสัย แสดงไว้ในตารางที่ 9

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของหน่วยงานผู้โฆษณาที่ผลิตโฆษณาด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

หน่วยงานผู้โฆษณา	จำนวน (N = 85)	ร้อยละ
หน่วยงานภาครัฐบาล	12	14.12
องค์กรธุรกิจ	62	72.94
สถาบันการเงิน	1	1.18
องค์กรสาธารณกุศล	10	11.76
รวม	85	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า หน่วยงานที่ผลิตโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ส่วนใหญ่เป็นองค์กรธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 72.94 รองลงมาคือ หน่วยงานภาครัฐบาล และองค์กรสาธารณกุศล คิดเป็นร้อยละ 14.12 และ 11.76 ตามลำดับ และหน่วยงานที่ผลิตโฆษณาน้อยที่สุด คือ สถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 1.18

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของโฆษณาทางโทรทัศน์
ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

ลักษณะการนำเสนอ	จำนวน (N = 85)	ร้อยละ
ใช้สินค้าเป็นตัวนำเสนอ	13	15.29
ใช้สิ่งแวดล้อมเป็นตัวนำเสนอ	52	61.18
สร้างจิตสำนึกโดยตรง	20	23.53
รวม	85	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า โฆษณาที่ใช้สิ่งแวดล้อมเป็นตัวนำเสนอ มี
จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.18 รองลงมาคือ โฆษณาที่สร้างจิตสำนึกโดยตรงคิดเป็น
ร้อยละ 23.53 และโฆษณาที่ใช้สินค้าเป็นตัวนำเสนอมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.29

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะเนื้อหาสิ่งแวดล้อมที่นำเสนอในโฆษณาทางโทรทัศน์ ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

ลักษณะเนื้อหาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	จำนวน (N = 85)	ร้อยละ
ปัญหาสิ่งแวดล้อม	62	72.94
คุณภาพของสิ่งแวดล้อม	9	10.59
ปัญหาและคุณภาพของสิ่งแวดล้อม	14	16.47
รวม	85	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะเนื้อหาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่นำเสนอในโฆษณามากที่สุด คือ ปัญหาสิ่งแวดล้อม คิดเป็น ร้อยละ 72.94 รองลงมาคือ ปัญหาและคุณภาพของสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 16.47 และที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อมคิดเป็นร้อยละ 10.59

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทปัญหาสิ่งแวดล้อมที่นำเสนอในโฆษณา
ทางโทรทัศน์ ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

ประเภทปัญหาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	จำนวน*	ร้อยละ
	(N = 76)	
ปัญหามลพิษ	43	56.58
ปัญหาน้ำเสีย	12	15.79
ปัญหาอากาศเสีย	20	26.32
ปัญหาดินเสีย	1	1.32
ปัญหาเสียงรบกวน	1	1.32
ปัญหาทางสายตา	-	-
ปัญหาการแปดเปื้อนของสารพิษในอาหาร	-	-
ปัญหาขยะมูลฝอย	12	15.79
ปัญหาการใช้สารเคมีในทางการเกษตร	-	-
ปัญหาจากสารกัมมันตภาพรังสี	-	-
ปัญหาความเสื่อมโทรมและความร่อยหรอของ สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ	32	42.11
ปัญหาป่าไม้	18	23.68
ปัญหาสัตว์ป่า	13	17.11
ปัญหาความเสื่อมโทรมของดิน	1	1.32
ปัญหาทรัพยากรธรณี (แร่ธาตุ ก๊าซธรรมชาติ และปิโตรเลียม)	1	1.32

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ประเภทปัญหาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	จำนวน*	ร้อยละ
	(N = 76)	
ปัญหาทรัพยากรชายฝั่งทะเล (ป่าชายเลน ปะการัง การรุกรานชายหาด)	-	-
ปัญหาขาดแคลนน้ำ	6	7.89
ปัญหาทรัพยากรประมง	-	-

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ประเภท

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ปัญหามลพิษ เป็นปัญหาที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.58 และปัญหามลพิษที่ได้รับการนำเสนอจะเป็นปัญหาเกี่ยวกับอากาศเสียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.32 รองลงมาคือ ปัญหาน้ำเสียและปัญหาขยะมูลฝอย คิดเป็นร้อยละ 15.79 ปัญหาที่ได้รับการนำเสนอน้อยที่สุด คือ ปัญหาดินเสียและปัญหาเสียงรบกวน คิดเป็นร้อยละ 1.32

ปัญหาความเสื่อมโทรมและความร่อยหรอของทรัพยากรธรรมชาติ ได้รับการนำเสนอในอันดับรองลงมาคิดเป็นร้อยละ 42.11 ซึ่งเป็นปัญหาเกี่ยวกับป่าไม้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.68 รองลงมาคือ ปัญหาสัตว์ป่า คิดเป็นร้อยละ 17.11 ปัญหาขาดแคลนน้ำคิดเป็นร้อยละ 7.89 และปัญหาที่ได้รับการนำเสนอน้อยที่สุด คือ ปัญหาความเสื่อมโทรมของดินและปัญหาทรัพยากรธรณี คิดเป็นร้อยละ 1.32

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของคุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่นำเสนอในโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

คุณภาพของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	จำนวน*	ร้อยละ
	(N = 23)	
น้ำ	10	43.48
อากาศ	5	21.74
ดิน	2	8.70
ป่าไม้	14	60.87
สัตว์ป่า	5	21.74
ทรัพยากรธรณี	1	4.35
ทรัพยากรประมง	-	-
ทรัพยากรพลังงาน	-	-

* เป็นไปได้มากกว่า 1 เรื่อง

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า คุณภาพของสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับเรื่องป่าไม้ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 60.87 รองลงมาคือ น้ำ คิดเป็นร้อยละ 43.48 อากาศ และสัตว์ป่าคิดเป็นร้อยละ 21.74 ดินคิดเป็นร้อยละ 8.70 และที่ได้รับการนำเสนออันดับที่น้อยที่สุดคือ ทรัพยากรธรณี คิดเป็นร้อยละ 4.35

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

วิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	จำนวน (N = 85)	ร้อยละ
การถนอม	-	-
การบูรณะฟื้นฟู	3	3.53
การนำกลับมาใช้ใหม่	1	1.18
การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน	-	1
การใช้สิ่งอื่นทดแทน	-	-
การสำรวจแหล่งทรัพยากรธรรมชาติเพิ่มเติม	1	1.18
การประดิษฐ์ของเทียมขึ้นใช้	-	-
การประหยัด	5	5.88
การป้องกัน	75	88.23
รวม	85	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า การป้องกันเป็นวิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ที่ปรากฏในโฆษณามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.23 รองลงมาคือ การประหยัด คิดเป็นร้อยละ 5.88 การบูรณะฟื้นฟู คิดเป็นร้อยละ 3.53 และที่ปรากฏในโฆษณาน้อยที่สุด คือ การนำกลับมาใช้ใหม่และการสำรวจแหล่งทรัพยากรธรรมชาติเพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 1.18

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของจุดมุ่งหมายทางการศึกษาที่ปรากฏในโฆษณา
ทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

จุดมุ่งหมายทางการศึกษา	จำนวน* (N = 85)	ร้อยละ
พุทธิพิสัย	62	72.94
จิตพิสัย	85	100.00
ทักษะพิสัย	-	-

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ด้าน

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า จุดมุ่งหมายทางการศึกษาที่ปรากฏในโฆษณา
มากที่สุด คือ จุดมุ่งหมายด้านจิตพิสัย คิดเป็นร้อยละ 100 และด้านพุทธิพิสัย คิดเป็นร้อยละ
72.94 สำหรับด้านทักษะพิสัยไม่ปรากฏในโฆษณา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัยที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

ระดับการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัย	จำนวน*	ร้อยละ
	(N = 62)	
1. ความรู้	62	100.00
1.1 ความรู้เฉพาะสิ่ง	60	96.77
1.2 ความรู้เรื่องวิธีการจัดการกระทำกับสิ่งเฉพาะ	50	80.65
1.3 ความรู้ในเรื่องที่เป็นสากลและนามธรรม	2	3.23
2. ความเข้าใจ	62	100.00
2.1 การแปลความ	53	85.48
2.2 การตีความ	45	72.58
2.3 การขยายความ	18	29.03
3. การนำไปใช้	12	19.35
4. การวิเคราะห์	55	88.71
4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ	54	87.10
4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์	25	40.32
4.3 การวิเคราะห์หลักการ	1	1.61
5. การสังเคราะห์	35	56.45
5.1 สังเคราะห์ให้ได้ผลเฉพาะเรื่อง	19	30.65



ตารางที่ 8 (ต่อ)

ระดับการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัย	จำนวน*	ร้อยละ
	(N = 62)	
5.2 สังเคราะห์เพื่อให้ได้แนวทางหรือวิธีปฏิบัติ	22	35.48
5.3 สังเคราะห์ให้ได้ชุดของความสัมพันธ์ เชิงนามธรรม	-	-
6. การประเมิน	11	17.74
6.1 ตัดสินโดยใช้เกณฑ์ภายใน	10	16.13
6.2 ตัดสินโดยใช้เกณฑ์ภายนอก	1	1.61

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ระดับ

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ระดับการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัยที่ปรากฏใน
โฆษณามากที่สุด อยู่ในชั้นความรู้และความเข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ ชั้น
การวิเคราะห์คิดเป็น ร้อยละ 88.71 การสังเคราะห์ ร้อยละ 56.45 และน้อยที่สุดคือ ชั้น
การนำไปใช้ และการประเมินคิดเป็นร้อยละ 19.35 และ 17.74 ตามลำดับ ถ้าแยกพิจารณา
ในแต่ละชั้นสามารถอธิบายได้ดังนี้คือ

ในชั้นของความรู้ชั้น ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ความรู้เฉพาะสิ่ง คิดเป็นร้อยละ
96.77 รองลงมาคือ ความรู้เรื่องวิธีการจัดการกระทำกับสิ่งเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 80.65
และน้อยที่สุดคือ ความรู้ในเรื่องที่เป็นสากลและนามธรรม คิดเป็นร้อยละ 3.23

ในชั้นของความเข้าใจ ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ การแปลความ คิดเป็นร้อยละ
85.48 รองลงมาคือ การตีความ คิดเป็นร้อยละ 72.58 และน้อยที่สุดคือ การขยายความ

คิดเป็นร้อยละ 29.03

ในชั้นของการวิเคราะห์ ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบคิดเป็นร้อยละ 87.10 รองลงมาคือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 40.32 และน้อยที่สุดคือ การวิเคราะห์หลักการคิดเป็นร้อยละ 1.61

ในชั้นการสังเคราะห์ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การสังเคราะห์เพื่อให้ได้แนวทางหรือวิธีปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 35.48 รองลงมาคือ การสังเคราะห์ให้ได้ผลเฉพาะเรื่อง คิดเป็นร้อยละ 30.65

ในชั้นของการประเมิน ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ตัดสินโดยได้เกณฑ์ภายใน คิดเป็นร้อยละ 16.13 และตัดสินโดยใช้เกณฑ์ภายนอก คิดเป็นร้อยละ 1.61



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการเรียนรู้ด้าน จิตพิสัยที่ปรากฏในโฆษณา
ทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

ระดับการเรียนรู้ด้านจิตพิสัย	จำนวน* (N = 85)	ร้อยละ
1. การรับ	85	100.00
1.1 ความตระหนัก	85	100.00
1.2 ความเต็มใจรับ	85	100.00
1.3 การเลือกให้ความสนใจ	76	89.41
2. การตอบสนอง	80	94.12
2.1 การยอมรับโดยศรัทธา	10	11.76
2.2 การเต็มใจตอบสนอง	76	89.41
2.3 ความพึงพอใจในการตอบสนอง	26	30.59
3. การสร้างค่านิยม	84	98.82
3.1 การยอมรับค่านิยม	82	96.47
3.2 การชื่นชอบค่านิยม	52	61.18
3.3 การปฏิบัติตามค่านิยม	42	49.41
4. การจัดระบบค่านิยม	22	25.88
4.1 การสร้างมโนทัศน์เกี่ยวกับค่านิยม	22	25.88
4.2 การจัดโครงสร้างของระบบค่านิยม	1	1.18
5. การกำหนดคุณลักษณะตามค่านิยม	5	5.88
5.1 ชุตสรุปร่างอ้างอิง	5	5.88
5.2 การสร้างคุณลักษณะ	2	2.35

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ระดับ

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ระดับการเรียนรู้ด้านจิตพิสัยที่ปรากฏในโฆษณามากที่สุด อยู่ในชั้น การรับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ ชั้นการสร้างค่านิยม และการตอบสนองคิดเป็นร้อยละ 98.82 และ 94.12 ตามลำดับ ชั้นการจัดระบบค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 25.88 และน้อยที่สุดคือ ชั้นการกำหนดคุณลักษณะตามค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 5.88

ถ้าแยกพิจารณาในแต่ละชั้นสามารถอธิบายได้ดังนี้คือ

ในชั้นของการรับ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ความตระหนัก และความเต็มใจรับคิดเป็นร้อยละ 100.00 และรองลงมาคือ การเลือกให้ความสนใจ คิดเป็นร้อยละ 89.41

ในชั้นของการตอบสนอง ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การเต็มใจตอบสนอง คิดเป็นร้อยละ 89.41 รองลงมาคือ ความพึงพอใจในการตอบสนอง คิดเป็นร้อยละ 30.59 และน้อยที่สุดคือ การยอมรับโดยดุษฎี คิดเป็นร้อยละ 11.76

ในชั้นของการสร้างค่านิยม ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ การยอมรับค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 96.47 รองลงมาคือ การชื่นชอบค่านิยม ร้อยละ 61.18 และน้อยที่สุด คือ การปฏิบัติตามค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 49.41

ในชั้นของการจัดระบบค่านิยม ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ การสร้างมโนทัศน์เกี่ยวกับค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 25.88 และน้อยที่สุดคือ การจัดโครงสร้างของระบบค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 1.18

ในชั้นของการกำหนดคุณลักษณะตามค่านิยม มีจำนวนที่ไล่เลี่ยกัน คือ ชุดสรุปอ้างอิง คิดเป็นร้อยละ 5.88 และการสร้างคุณลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 2.35

สำหรับระดับการเรียนรู้ด้านทักษะพิสัย เนื่องจากไม่มีปรากฏในโฆษณาเลย ผู้วิจัยจึงไม่นำเสนอ