

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาในโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งออกอากาศในระหว่างปี พ.ศ. 2534-2536 ในด้าน ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ลักษณะเนื้อหา สิ่งแวดล้อม ปัญหาและคุณภาพของสิ่งแวดล้อม วิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และจุดมุ่งหมายทางการศึกษา ที่ปรากฏในโฆษณา โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ โฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ที่ออกอากาศในระหว่างปี พ.ศ. 2534-2536 รวมจำนวนทั้งสิ้น 95 เรื่อง ซึ่งผู้วิจัยนำมาศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 85 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 89.47

การศึกษาค้นคว้าข้อมูล

1. ผู้วิจัยศึกษาและดูโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่สามารถทำสำเนาเทปวีดิทัศน์ได้ จำนวน 85 เรื่อง อย่างละเอียด
2. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และจุดมุ่งหมายทางการศึกษา เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการสร้างเครื่องมือ เพื่อการวิเคราะห์ต่อไป โดยได้ศึกษารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลและแนวคิดที่ได้มาเป็นแนวทางในการสร้างเกณฑ์วิเคราะห์เนื้อหาในโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

3. ขอคำแนะนำและคำปรึกษา จากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้านสิ่งแวดล้อม และด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษา เพื่อนำข้อมูลและแนวคิดที่ได้มา เป็นแนวทางในการสร้าง เกณฑ์วิเคราะห์เนื้อหา และนำเกณฑ์ที่ได้เป็นแนวทางในการสร้างแบบวิเคราะห์เนื้อหา

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบวิเคราะห์เนื้อหา โฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างดังนี้

1. ศึกษาหนังสือ เอกสาร รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ จุดมุ่งหมายทางการศึกษา และการสร้างแบบวิเคราะห์เนื้อหา
2. นำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษามาสังเคราะห์เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา ในโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งเกณฑ์ที่ผู้วิจัยศึกษามี 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ลักษณะเนื้อหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาและคุณภาพของสิ่งแวดล้อม วิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และจุดมุ่งหมายทางการศึกษา
3. นำเกณฑ์ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและภาษา ที่ใช้แล้วปรับปรุงแก้ไข และผู้วิจัยปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
4. การหาความตรงของเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยนำเกณฑ์ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านสิ่งแวดล้อมจำนวน 3 ท่าน ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษา จำนวน 2 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเกณฑ์และความครอบคลุมของเนื้อหาทั้ง 2 ด้าน แล้วปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ
5. สร้างแบบวิเคราะห์เนื้อหาตามเกณฑ์ที่ผ่านการหาความตรงเรียบร้อยแล้ว
6. การหาความตรงของแบบวิเคราะห์เนื้อหา โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบในเรื่อง ภาษาที่ใช้ และตรวจดูความตรงตามเกณฑ์ จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบวิเคราะห์ที่มาแก้ไข ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

7. การหาความเชื่อมั่นของแบบวิเคราะห์ ทำโดยสุ่มตัวอย่างโฆษณา จำนวน 15 เรื่อง โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย แล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่าน รวมทั้งผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหา จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้วิจัยมาทดสอบความเชื่อมั่นระหว่างผู้วิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิ โดยใช้หลักการของ Holsti (1969) ซึ่งค่าที่คำนวณได้ไม่ควรต่ำกว่า 0.75 จึงจะถือว่า มีความเชื่อถือได้ (สรรรค์วี คชาชีวะ, 2525) ผลปรากฏว่า แบบวิเคราะห์เนื้อหาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีค่าความเชื่อมั่น 0.87 จึงถือว่า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเชื่อถือได้ (รายละเอียดในภาคผนวก)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบวิเคราะห์เนื้อหาที่ประกอบด้วยประเด็น ซึ่งเป็นรายละเอียดของเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหา สร้างขึ้นเพื่อใช้วิเคราะห์เนื้อหา ในโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

แบบวิเคราะห์เนื้อหาที่สร้างขึ้น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสำรวจลักษณะของผู้โฆษณา เพื่อแบ่งประเภทของผู้โฆษณาตามลักษณะขององค์กร คือ

1. หน่วยงานภาครัฐบาล ได้แก่ หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ
2. องค์กรธุรกิจ ได้แก่ บริษัท ห้างร้านต่าง ๆ
3. สถาบันการเงิน ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ และธนาคารของรัฐบาล ตลอดจนสถาบันการเงินประเภทอื่น ๆ
4. องค์กรสาธารณกุศล ได้แก่ สมาคม ชมรม สโมสร มูลนิธิ และกลุ่มบุคคลที่ดำเนินกิจกรรมขององค์กรโดยไม่หวังผลกำไร

อย่างไรก็ตามโฆษณาบางเรื่อง อาจจัดทำขึ้นด้วยความร่วมมือระหว่างผู้โฆษณาด้วยกัน ซึ่งหากโฆษณาเรื่องใดมีผู้โฆษณามากกว่า 1 ชิ้นไป และผู้โฆษณาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

การนับคะแนนจะนับเป็น 1 หน่วยเท่านั้น และหากโฆษณาเรื่องนั้นมีผู้โฆษณามากกว่า 1 และอยู่ต่างกลุ่มกัน การนับคะแนนจะนับเป็น 1 โดยยึดถือผู้โฆษณาซึ่งเป็นเจ้าของเรื่องหรือเจ้าของโครงการเรื่องนั้นโดยตรง

ส่วนที่ 2 เป็นการสำรวจลักษณะของโฆษณาเพื่อแบ่งประเภทของโฆษณาตามลักษณะการนำเสนอ คือ

1. ใช้สินค้าเป็นตัวนำเสนอ
2. ใช้สิ่งแวดล้อมเป็นตัวนำเสนอ
3. สร้างจิตสำนึกโดยตรง

ส่วนที่ 3 เป็นการสำรวจลักษณะเนื้อหาของสิ่งแวดล้อม เพื่อแบ่งลักษณะเนื้อหาที่นำเสนอในโฆษณา คือ

1. ปัญหาสิ่งแวดล้อม
2. คุณภาพของสิ่งแวดล้อม
3. ปัญหาและคุณภาพของสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 4 เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาด้านปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนก ยึดถือเกณฑ์การแบ่งประเภทปัญหาสิ่งแวดล้อมของสำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (2530) ดังนี้คือ

1. ปัญหามลพิษ ได้แก่
 - ปัญหาน้ำเสีย
 - ปัญหาอากาศเสีย
 - ปัญหาดินเสีย
 - ปัญหาเสียงรบกวน
 - ปัญหาทางสายตา

- ปัญหาการแปดเปื้อนของสารพิษในอาหาร
- ปัญหาขยะมูลฝอย
- ปัญหาการใช้สารเคมีในทางการเกษตร
- ปัญหาจากสารกัมมันตภาพรังสี

2. ปัญหาความเสื่อมโทรมและความร่อยหรอของสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่

- ปัญหาป่าไม้
- ปัญหาสัตว์ป่า
- ปัญหาความเสื่อมโทรมของดิน
- ปัญหาทรัพยากรธรณี (แร่ธาตุ ก๊าซธรรมชาติ และปิโตรเลียม)
- ปัญหาทรัพยากรชายฝั่งทะเล (ป่าชายเลน ปะการัง การรุกรานชายหาด)
- ปัญหาขาดแคลนน้ำ
- ปัญหาทรัพยากรประมง

ส่วนที่ 5 เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาด้านคุณภาพของสิ่งแวดล้อม ได้แก่

- คุณภาพของน้ำ
- คุณภาพของอากาศ
- คุณภาพของดิน
- คุณภาพของป่าไม้
- คุณภาพของสัตว์ป่า
- คุณภาพของทรัพยากรธรณี (แร่ธาตุ ก๊าซธรรมชาติ และปิโตรเลียม)
- คุณภาพของทรัพยากรประมง
- คุณภาพของทรัพยากรชายฝั่งทะเล (ป่าชายเลน ปะการัง การรุกรานชายหาด)

ส่วนที่ 6 เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาหลัก (Theme) เพื่อทราบถึงวิธีการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใช้เกณฑ์ในการแบ่งวิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติของสำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (2530) และอำนาจ เจริญศิลป์ (2528) เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา คือ

1. การถนอม
2. การบูรณะฟื้นฟู
3. การนำกลับมาใช้ใหม่
4. การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน
5. การใช้สิ่งอื่นทดแทน
6. การสำรวจแหล่งทรัพยากรธรรมชาติเพิ่มเติม
7. การประดิษฐ์ของเทียมขึ้นใช้
8. การประหยัด
9. การป้องกัน

ส่วนที่ 7 เป็นการวิเคราะห์ จุดมุ่งหมายทางการศึกษาที่ปรากฏในโฆษณาเพื่อศึกษาว่า โฆษณาด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีจุดมุ่งหมายในด้านใดปรากฏอยู่บ้าง ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้เกณฑ์จำแนกประเภทจุดมุ่งหมายทางการศึกษาของ เบนจามิน เอสบลูม (1972) คือ

1. พุทธิพิสัย (Cognitive Domain) มี 6 ชั้น คือ
 - 1.1 ความรู้
 - ความรู้เฉพาะสิ่ง
 - ความรู้เรื่องวิธีการจัดการกระทำกับสิ่งเฉพาะ
 - ความรู้ในเรื่องที่เป็นสากลและนามธรรม
 - 1.2 ความเข้าใจ
 - การแปลความ

- การตีความ
- การขยายความ

1.3 การนำไปใช้

1.4 การวิเคราะห์

- การวิเคราะห์องค์ประกอบ
- การวิเคราะห์ความสัมพันธ์
- การวิเคราะห์หลักการ

1.5 การสังเคราะห์

- การสังเคราะห์ให้ได้ผลเฉพาะเรื่อง
- การสังเคราะห์เพื่อให้ได้แนวทางหรือวิธีปฏิบัติ
- การสังเคราะห์ให้ได้ชุดของความสัมพันธ์เชิงนามธรรม

1.6 การประเมิน

- การตัดสินโดยใช้เกณฑ์ภายใน
- ตัดสินโดยใช้เกณฑ์ภายนอก

2. จิตพิสัย (Affective Domain) มี 5 ชั้น คือ

2.1 การรับ

- ความตระหนัก
- การเต็มใจรับ
- การเลือกให้ความสนใจ

2.2 การตอบสนอง

- การยอมรับโดยศรัทธา
- การเต็มใจตอบสนอง
- ความพึงพอใจในการตอบสนอง

2.3 การสร้างค่านิยม

- การยอมรับค่านิยม

- การขึ้นชอບค่านิยม
- การปฏิบัติตามค่านิยม

2.4 การจัดระบบค่านิยม

- การสร้างมโนทัศน์เกี่ยวกับค่านิยม
- การจัดโครงสร้างของระบบค่านิยม

2.5 การกำหนดคุณลักษณะตามค่านิยม

- ชุตสรุบอ้างอิง
- การสร้างคุณลักษณะ

3. ทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) มี 7 ชั้น คือ

3.1 การรับรู้

- การเร้าความรู้สึก
- การเลือกตัวนะ
- การแปลความหมาย

3.2 การเตรียมพร้อม

- การพร้อมทางสมอง
- การพร้อมทางร่างกาย
- การพร้อมทางอารมณ์

3.3 การตอบสนองตามแนวทางที่ให้

- การเลียนแบบ
- การลองผิดลองถูก

3.4 กลไก

3.5 การตอบสนองที่ซับซ้อน

- การตอบสนองโดยไม่ลั้งเลใจ
- การตอบสนองแบบอัตโนมัติ

3.6 การดัดแปลงให้เหมาะสม

3.7 การริเริ่มสิ่งใหม่

หน่วยในการวิเคราะห์

ตัวแปรที่ศึกษา	หน่วยในการวิเคราะห์	หน่วยในการระบุจำนวนที่ปรากฏ
- ลักษณะการนำเสนอ	สาระสำคัญ (Theme)	
- ลักษณะเนื้อหาสิ่งแวดล้อม	สาระสำคัญ (Theme)	
- ประเภทปัญหาสิ่งแวดล้อม	ภาพ คำพูด	นับตามจำนวนความถี่
- วิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	สาระสำคัญ (Theme)	ที่ปรากฏ
- จุดมุ่งหมายทางการศึกษา	ภาพ คำพูด	

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมไว้ในรูปของเทปวีดิทัศน์ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้คือ

1. สืบรวจรายชื่อโฆษณาที่ออกอากาศในระหว่างปี พ.ศ. 2534-2536 โดยได้ข้อมูลจากบริษัท W.O.A. Advertising ซึ่งเป็นบริษัทซื้อขายเวลาออกอากาศโฆษณาทางโทรทัศน์.
2. ดำเนินการติดต่อกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน องค์กรสาธารณกุศล และบริษัทตัวแทนโฆษณา ตามจำนวนและรายชื่อที่เป็นประชากร
3. นำจดหมายขอความร่วมมือจากบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถึงหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน องค์กรสาธารณกุศล และบริษัทตัวแทนโฆษณา เพื่อขอทำสำเนาเทปวีดิทัศน์

4. ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหาตอนที่ 1 เพื่อแยกลักษณะการนำเสนอของโฆษณา ลักษณะเนื้อหาสิ่งแวดลอมในโฆษณา และวิเคราะห์ปัญหาสิ่งแวดลอม คุณภาพของสิ่งแวดลอม วิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดลอมและจุดมุ่งหมายทางการศึกษาที่ปรากฏในโฆษณา แล้วบันทึกรอยคะแนนลงในแบบวิเคราะห์เนื้อหาที่สร้างขึ้น ผู้วิจัยดูโฆษณาทุกเรื่องทั้ง 85 เรื่อง
5. ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหาตอนที่ 2 โดยให้ระยะเวลาห่างจากการวิเคราะห์ครั้งแรก 3 สัปดาห์
6. นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาไปแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ
7. รวบรวมผลที่ได้มาสรุปและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้คือ

1. ในการอธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละด้าน ใช้การระบุความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
2. ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย