

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาโรคเอดส์ในโฆษณาทางโทรทัศน์ของ
สำนักนายกรัฐมนตรี มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอและวิเคราะห์เนื้อหาด้าน
โรคเอดส์ และด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในโฆษณาทางโทรทัศน์ของสำนักนายกรัฐมนตรี
และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาอาชีวศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาในโฆษณาทางโทรทัศน์ โดยแบ่งผลการ
วิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ และผลการวิเคราะห์เนื้อหาด้านโรคเอดส์
และด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของ
สำนักนายกรัฐมนตรี

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
เกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์
ของสำนักนายกรัฐมนตรี

ซึ่งจะขอเสนอผลการศึกษาตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ และผลการวิเคราะห์เนื้อหาด้านโรคเอดส์ และด้าน
จุดมุ่งหมายทางการศึกษาในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของ
สำนักนายกรัฐมนตรี

จากการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ เนื้อหาด้านโรคเอดส์และด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษา จากโฆษณาที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ผลิตขึ้นในปี พ.ศ. 2535-2537 ในรูปสปอตโฆษณาที่มีความยาวไม่เกิน 60 วินาที จำนวน 25 เรื่อง ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี แสดงไว้ในตารางที่ 2
2. ผลการวิเคราะห์เนื้อหาด้านโรคเอดส์ในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี แสดงไว้ในตารางที่ 3
3. ผลการวิเคราะห์เนื้อหาด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี แสดงไว้ในตารางที่ 4
4. ผลการวิเคราะห์เนื้อหาด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในด้านพุทธิพิสัย แสดงไว้ในตารางที่ 5
5. ผลการวิเคราะห์เนื้อหาด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในด้านจิตพิสัย แสดงไว้ในตารางที่ 6

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอหลักในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี

รูปแบบการนำเสนอ	จำนวนโฆษณา (N = 25)	ร้อยละ
การใช้ตัวบุคคล	8	32
การใช้ความรู้สึก	10	40
การใช้เหตุผล	7	28

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการนำเสนอที่ปรากฏมากที่สุดคือ การใช้ความรู้สึกเป็นรูปแบบในการนำเสนอ คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ การใช้ตัวบุคคลเป็นรูปแบบในการนำเสนอ คิดเป็นร้อยละ 32 และ การใช้เหตุผลเป็นรูปแบบในการนำเสนอ คิดเป็นร้อยละ 28 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละเนื้อหาด้านโรคเอดส์ที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี

เนื้อหาโรคเอดส์	จำนวนโฆษณา (N = 25)*	ร้อยละ
1. ความหมายของโรคเอดส์	-	-
2. สาเหตุทางด้านการแพทย์	-	-
3. การติดต่อของโรคเอดส์	16	64
ช่องทางติดต่อโรค	13	52
- การมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกัน	10	40
- การใช้เข็มฉีดยาร่วมกัน	1	4
- การรับหรือสัมผัสเลือดจากเครื่องมือที่ทำให้เกิดบาดแผล	5	20
- จากมารดาสู่ทารก	3	12
ช่องทางที่ไม่ติดต่อโรค	3	12
- การอยู่ร่วมบ้านเดียวกัน	1	4
- การรับประทานอาหารร่วมกัน	2	8
- การพูดคุยกัน	2	8
- การใช้โทรศัพท์ร่วมกัน	-	-
- การใช้ห้องน้ำร่วมกัน	-	-
- การว่ายน้ำในสระเดียวกัน	1	4
- การทำงานร่วมกัน	1	4
- การเรียนร่วมชั้นหรือโรงเรียนเดียวกัน	-	-
- การสัมผัสภายนอก	2	8
- การพยาบาลผู้ป่วยเอดส์	1	4
- การไปทำฟันคลินิกเดียวกัน	-	-
- การไปตัดผมร้านเดียวกัน	-	-
- การใช้ภาชนะ ถ้วยชาม และแก้วน้ำร่วมกัน	1	4
- การใช้เสื้อผ้าร่วมกัน	1	4
- การไอ-จามรดกัน	-	-
- การจูบ	-	-
- การแตะต้องน้ำลาย เหงื่อ น้ำเหลือง เลือด โดยไม่มีบาดแผล	1	4
- ยุงหรือแมลงสัตว์กัดต่อย	-	-

ตารางที่ 3 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละเนื้อหาด้านโรคเอดส์ที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่
ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี

เนื้อหาโรคเอดส์	จำนวนโฆษณา (N = 25)*	ร้อยละ
4. การป้องกันโรคเอดส์	18	72
- การไม่สำส่อนทางเพศ	5	20
- การปลูกฝังค่านิยมในการใช้ถุงยางอนามัย	5	20
- การไม่ใช้เข็มและกระบอกฉีดยาเสพติด และสิ่งของเปื้อนเลือดร่วมกับผู้อื่น	-	-
- การไม่เลือกคูครองที่มีพฤติกรรมเสี่ยง และการตรวจเลือดก่อนแต่งงาน	-	-
- การเข้ารับการตรวจเลือดก่อนตั้งครรภ์	-	-
- การเข้ารับการตรวจเลือดของบุคคลที่มีพฤติกรรมเสี่ยง	-	-
- เลิกใช้ยาเสพติด และงดดื่มเหล้า	-	-
- เสริมสร้างจิตสำนึก ค่านิยม แรงจูงใจ เพื่อลด/เลิกพฤติกรรมเสี่ยง	15	60
5. อาการและการดำเนินของโรคเอดส์	1	4
- ระยะที่ 1 ระยะที่ไม่ปรากฏอาการ	1	4
- ระยะที่ 2 ระยะมีอาการสัมพันธ์กับเอดส์	-	-
- ระยะที่ 3 ระยะเอดส์เต็มขั้น	-	-
6. การรักษาโรคเอดส์	1	4
7. การอยู่ร่วมกับผู้ติดเชื้อเอดส์	7	28
8. การปฏิบัติตนของผู้ติดเชื้อเอดส์ในสังคม	-	-
9. สถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด	-	-
- สถานที่ให้คำปรึกษาหรือสอบถามเกี่ยวกับโรคเอดส์	-	-
- สถานที่ตรวจเลือดเพื่อตรวจหาเอดส์	-	-
- สถานที่ให้ความช่วยเหลือสำหรับผู้ติดเชื้อเอดส์ และครอบครัว	-	-

* โฆษณา 1 เรื่อง สามารถปรากฏเนื้อหาโรคเอดส์ได้มากกว่า 1 ด้าน

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาโรคเอดส์ที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด คือ ด้านการป้องกันโรค คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาคือ ด้านการติดต่อของโรค และการอยู่ร่วมกับผู้ติดเชื้อเอดส์คิดเป็นร้อยละ 64 และ 28 ตามลำดับ และเนื้อหาที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ ด้านอาการและการดำเนินของโรค และการรักษาโรคเอดส์

ในด้านการป้องกันโรคเอดส์ เนื้อหาที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ ข้อการเสริมสร้างจิตสำนึก ค่านิยม แรงจูงใจเพื่อลดพฤติกรรมเสี่ยง คิดเป็นร้อยละ 60

ในด้านการติดต่อของโรคเอดส์ เนื้อหาที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ ช่องทางการติดต่อของโรคในข้อการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกัน คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละเนื้อหาจุดมุ่งหมายทางการศึกษาที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี

เนื้อหาจุดมุ่งหมายทางการศึกษา	จำนวนโฆษณา (N = 25)*	ร้อยละ
พุทธิพิสัย	24	96
จิตพิสัย	25	100
ทักษะพิสัย	-	-

* โฆษณา 1 เรื่อง สามารถปรากฏจุดมุ่งหมายทางการศึกษาได้มากกว่า 1 ด้าน

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า จุดมุ่งหมายทางการศึกษาที่ปรากฏในโฆษณามากที่สุดคือจุดมุ่งหมายด้านจิตพิสัย คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือด้านพุทธิพิสัย คิดเป็นร้อยละ 72.94 สำหรับด้านทักษะพิสัยไม่มีปรากฏในโฆษณา

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละเนื้อหาด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในระดับการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัยที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี

ระดับการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัย	จำนวน โฆษณา (N = 25)*	ร้อยละ
1. ความรู้	17	68
1.1 ความรู้เฉพาะสิ่ง	13	52
1.2 ความรู้ในวิธีจัดการกระทำกับสิ่งเฉพาะ	7	28
1.3 ความรู้ที่เป็นสากลและนามธรรมในสาขาวิชา	1	4
2. ความเข้าใจ	24	96
2.1 การแปลความ	24	96
2.2 การตีความ	22	88
2.3 การขยายความและสรุปอ้างอิง	4	16
3. การนำไปใช้	3	12
4. การวิเคราะห์	10	40
4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบย่อย	9	36
4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์	3	12
4.3 การวิเคราะห์หลักการ	2	8
5. การสังเคราะห์	6	24
5.1 การสังเคราะห์การสื่อสารเฉพาะเรื่อง	6	24
5.2 การสังเคราะห์เพื่อให้ได้แนวทางและวิธีปฏิบัติ	3	12
5.3 การสังเคราะห์ให้ได้ชุดของความสัมพันธ์เชิงนามธรรม	-	-
6. การประเมิน	2	8
6.1 การตัดสินตามเกณฑ์ภายใน	2	8
6.2 การตัดสินโดยใช้เกณฑ์ภายนอก	-	-

* โฆษณา 1 เรื่อง สามารถปรากฏจุดมุ่งหมายทางการศึกษาได้มากกว่า 1 ด้าน

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ระดับการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัยที่ปรากฏในโฆษณามากที่สุดอยู่ในชั้นความเข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 96 รองลงมาคือชั้นความรู้ คิดเป็นร้อยละ 68 การวิเคราะห์ คิดเป็นร้อยละ 40 การสังเคราะห์ คิดเป็นร้อยละ 24 และน้อยที่สุด คือชั้นการนำไปใช้และการประเมิน คิดเป็นร้อยละ 12 และ 8 ตามลำดับ

ถ้าแยกพิจารณาในแต่ละชั้นสามารถอธิบายได้ดังนี้

ในชั้นความรู้ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ความรู้เฉพาะสิ่ง คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือความรู้ในวิธีจัดกระทำกับสิ่งเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 28 และน้อยที่สุดคือ ความรู้ที่เป็นสากลและนามธรรมในสาขาวิชา คิดเป็นร้อยละ 4

ในชั้นความเข้าใจ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การแปลความ คิดเป็นร้อยละ 96 รองลงมาคือการตีความ คิดเป็นร้อยละ 88 และน้อยที่สุดคือ การขยายความและสรุปอ้างอิง คิดเป็นร้อยละ 16

ในชั้นการวิเคราะห์ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การวิเคราะห์องค์ประกอบย่อย คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 12 และน้อยที่สุดคือ การวิเคราะห์หลักการ คิดเป็นร้อยละ 8

ในชั้นการสังเคราะห์ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การสังเคราะห์การสื่อสารเฉพาะเรื่อง คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาคือการสังเคราะห์เพื่อให้ได้แนวทางและวิธีปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 12 และการสังเคราะห์ให้ได้ชุดของความสัมพันธ์เชิงนามธรรม ไม่ปรากฏ

ในชั้นการประเมิน ปรากฏเพียงการตัดสินตามเกณฑ์ภายใน คิดเป็นร้อยละ 8

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในระดับการเรียนรู้
ด้านจิตพิสัยที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของ
สำนักนายกรัฐมนตรี

ระดับการเรียนรู้ด้านจิตพิสัย	จำนวนโฆษณา (N = 25)*	ร้อยละ
1. การรับหรือให้ความสนใจ	25	100
1.1 ความตระหนัก	25	100
1.2 ความยินดีหรือเต็มใจที่จะรับ	24	96
1.3 การเลือกรับหรือเลือกให้ความสนใจ	11	44
2. ชั้นการตอบสนอง	19	76
2.1 การยอมรับตอบสนอง	19	76
2.2 ความเต็มใจที่จะตอบสนอง	6	24
2.3 ความพึงพอใจที่จะตอบสนอง	3	12
3. ชั้นการสร้างค่านิยม	3	12
3.1 การยอมรับค่านิยม	3	12
3.2 การชื่นชอบค่านิยม	2	8
3.3 การปฏิบัติตามค่านิยม	1	4
4. ชั้นการจัดระบบค่านิยม	1	4
4.1 การสร้างมโนทัศน์เกี่ยวกับค่านิยม	1	4
4.2 การจัดโครงสร้างของระบบค่านิยม	1	4
5. ชั้นการกำหนดคุณลักษณะตามค่านิยม	1	4
5.1 ชุตสรุปอ้างอิง	1	4
5.2 การแสดงบุคลิกลักษณะ	1	4

* โฆษณา 1 เรื่อง สามารถปรากฏจุดมุ่งหมายทางการศึกษาได้มากกว่า 1 ด้าน

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ระดับการเรียนรู้ด้านจิตพิสัยที่ปรากฏในโฆษณามากที่สุด
อยู่ในขั้นรับหรือให้ความสนใจ คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ ชั้นการตอบสนองและชั้นการ
สร้างค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 76 และ ร้อยละ 12 ตามลำดับ และน้อยที่สุดคือ ชั้นการจัดระบบ
ค่านิยมและการกำหนดคุณลักษณะตามค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 4

ถ้าแยกพิจารณาในแต่ละชั้นสามารถอธิบายได้ดังนี้

ในชั้นการรับหรือให้ความสนใจ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ความตระหนัก คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือความยินดีหรือเต็มใจที่จะรับ คิดเป็นร้อยละ 96 และการเลือกรับหรือเลือกให้ความสนใจ คิดเป็นร้อยละ 44 ตามลำดับ

ในชั้นการตอบสนอง ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การยอมรับตอบสนอง คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมาคือความเต็มใจที่จะตอบสนอง คิดเป็นร้อยละ 24 และน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจที่จะตอบสนอง คิดเป็นร้อยละ 12

ในชั้นการสร้างค่านิยม ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การยอมรับค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 12 รองลงมาคือ การชื่นชอบค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 8 และการปฏิบัติตามค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 4

ในชั้นการจัดระบบค่านิยม การสร้างมโนทัศน์เกี่ยวกับค่านิยมและการจัดโครงสร้างของระบบค่านิยม มีจำนวนที่ปรากฏเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4

ในชั้นการกำหนดคุณลักษณะตามค่านิยม ชุดสรุปอ้างอิงและการแสดงบุคลิกลักษณะมีจำนวนที่ปรากฏเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4

เนื่องจากไม่ปรากฏจุดมุ่งหมายทางการศึกษาด้านทักษะพิสัย จึงไม่ขอนำเสนอ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี

ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบที่สร้างขึ้นจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาในตอนที่ 1 ไปทดสอบกับ นักศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1, 2 และ 3 ของโรงเรียนพณิชยการธนบุรี รวมทั้งสิ้น 114 คน ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. จำนวนและคำร้อยละความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอในโฆษณาทางโทรทัศน์ แสดงไว้ในตารางที่ 7
2. คะแนนเฉลี่ยของคะแนนที่นักศึกษาทำได้ในเนื้อหาด้านโรคเอดส์ของโฆษณาทางโทรทัศน์
3. คะแนนเฉลี่ยของคะแนนที่นักศึกษาทำได้ในเนื้อหาด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษา ด้านพุทธิพิสัยที่ปรากฏสูงสุดในแต่ละโฆษณา

ตารางที่ 7 จำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอในโฆษณาทางโทรทัศน์ (คะแนนของนักศึกษา จำนวน 114 คน ตอบคำถามจำนวน 10 ข้อ ข้อละ 1 คะแนน)

รูปแบบการนำเสนอ	จุดสนใจในโฆษณาตามความคิดเห็นของนักศึกษา	
	จำนวนคะแนน (N = 1,140)	ร้อยละ
การใช้ตัวบุคคล	195	17.11
การใช้ความรู้สึก	420	36.84
การใช้เหตุผล	525	46.05
รวม	1,140	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่านักศึกษาสนใจการใช้เหตุผลเป็นรูปแบบในการนำเสนอมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.05 รองลงมาคือการใช้ความรู้สึกเป็นรูปแบบในการนำเสนอ คิดเป็นร้อยละ 36.84 และสนใจในการใช้ตัวบุคคลเป็นรูปแบบในการนำเสนอน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.11

คะแนนเฉลี่ยของคะแนนที่นักศึกษาทำได้ในเนื้อหาด้านโรคเอดส์ของโฆษณาทางโทรทัศน์ ผลการทำแบบทดสอบของนักศึกษาทั้งหมด 114 คน ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 5.94 จากข้อสอบจำนวน 10 ข้อ (ข้อละ 1 คะแนน)

คะแนนเฉลี่ยของคะแนนที่นักศึกษาทำได้ในเนื้อหาด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาด้านพุทธิสัยที่ปรากฏสูงสุดของโฆษณาทางโทรทัศน์ ผลการทำแบบทดสอบของนักศึกษาทั้งหมด 114 คน ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 จากข้อสอบจำนวน 10 ข้อ (ข้อละ 1 คะแนน)