

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อใหญ่ๆ ดังนี้

- ก) แนวคิดและทฤษฎีการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม (Cultivation Theory)
- ข) แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วยเสริมแรงการจิตใจของสื่อมวลชน (Mediated Factors in the Service of Reinforcement)
- ค) ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)
- ง) แนวคิดเกี่ยวกับวิธีวิจัยแบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview)
- จ) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อนึ่ง ผู้วิจัยได้เรียบเรียงสาระสำคัญของแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ดังที่ได้นำเสนอในส่วนต่อไปตามลำดับต่อไปนี้

ก) ทฤษฎีการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม (Cultivation Theory)

แนวคิดและความเป็นมาของการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม

การวิจัยตามแนวทฤษฎีการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมเริ่มต้นเมื่อปลายทศวรรษที่ 1960 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ท่ามกลางความวิตกกังวลที่เพิ่มขึ้นมากเกี่ยวกับการเกี่ยวพันของอเมริกาในสงครามเวียดนาม รัฐบาลของประธานาธิบดีจอห์นสัน ได้ตั้งคณะกรรมการแห่งชาติและการป้องกันความรุนแรงแห่งชาติ (The National Commission on the Cause and Prevention of Violence) ขึ้น เพื่อตรวจสอบความรุนแรงต่างๆในสังคม ซึ่งรวมถึงความรุนแรงจากโทรทัศน์ เพราะในขณะนั้น รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอความรุนแรงมีปรากฏมากจนกระทั่งก่อให้เกิดความวิตกกังวลในหมู่ชาวอเมริกันว่า อิทธิพลความรุนแรงนั้นจะส่งผลกระทบต่อ

ต่อสังคม คณะกรรมการแห่งชาติและการป้องกันความรุนแรงแห่งชาติจึงให้ความสำคัญสนับสนุนทางการเงินแก่งานวิจัย "การวิเคราะห์เนื้อหาความรุนแรงในรายการไพรม์ไทม์" (A Content Analysis of Violence in Prime Time Programming) ด้วยการอำนวยการวิจัยของ จอร์จ เกร็บเนอร์ (George Gerbner) แห่ง Annenberg School for Communication มหาวิทยาลัยแห่งรัฐเพนซิลวาเนีย งานวิจัยในยุคแรกนี้มุ่งศึกษาระดับของความรุนแรงที่ครอบคลุมทางรายการดราม่า (Drama) ทางโทรทัศน์ มุ่งอธิบายธรรมชาติของความรุนแรงทางโทรทัศน์ และสร้างฐานสำหรับการศึกษาระยะยาวเพื่อจับตามองโลกแห่งโทรทัศน์อย่างใกล้ชิด ซึ่งงานวิจัยส่วนนี้ ภายหลังได้กลายมาเป็น "โครงการสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรม" หรือ The Cultural Indicators Project (Gerbner, 1969 อ้างถึงใน Signorielli, and Morgan, 1996: 113)

ต่อมาในปี ค.ศ. 1969 ก่อนการรายงานผลเรื่องความรุนแรงของคณะกรรมการแห่งชาติและการป้องกันความรุนแรงแห่งชาติ สภาของเกรตอสมิตีเงินทุนและตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความรุนแรงทางโทรทัศน์ขึ้นอีก รวมทั้งสิ้น 23 โครงการ ซึ่งในจำนวนนี้รวมถึง โครงการสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรมของจอร์จ เกร็บเนอร์ด้วย ในระยะแรก งานวิจัยสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรมมุ่งไปที่การศึกษาเนื้อหาของรายการในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (Prime Time) และช่วงเวลากลางวันในวันหยุด (Weekend-daytime) ในเชิงปริมาณเนื้อหาเท่านั้น ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปริมาณความรุนแรงทางโทรทัศน์นั้นมีมาก และความสนใจของสาธารณชนก็ยังคงมีอย่างต่อเนื่อง ทีมวิจัยของเกร็บเนอร์จึงได้เก็บข้อมูลสำรวจเป็นรายปีต่อเนื่องทุกปีระหว่างปี 1970-1980 โดยเรียกงานวิจัยนี้ว่าโครงการ Violence Profile อันนำไปสู่การทบทวน เพื่อให้อธิบายผลกระทบที่เกิดจากความรุนแรงทางโทรทัศน์ที่มีต่อประชาชน

โครงการสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรม

Baran และ Davis (1995: 302-305) ได้กล่าวถึงข้อตกลงเบื้องต้นของแนวคิดสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของเกร็บเนอร์ไว้ ดังนี้

- โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีความสำคัญมาก และเป็นสื่อที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความแตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่นอย่างเห็นได้ชัด

- โทรทัศน์เป็นสื่อที่ทำหน้าที่จุดจ้งแขนขา เป็นศูนย์กลางในการสร้างวัฒนธรรมหลักของสังคม
- ผลที่เกิดจากการอบรมปรมนิสัยทางวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นภาพรวม หัตถ์คติที่กลายมาเป็นสำนึกร่วมโดยทั่วไปของคนที่ได้รับการอบรมปรมนิสัยทางวัฒนธรรมจากโทรทัศน์ จึงไม่ใช่ความคิดเห็นที่เฉพาะเจาะจงของปัจเจกบุคคล แต่เป็นแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นจริงที่มีร่วมกัน (Conception of Shared Reality)
- หน้าที่หลักทางวัฒนธรรมของโทรทัศน์คือการรักษาแบบแผนทางสังคม ให้มีเสถียรภาพ และอบรมปรมเพาะความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลง ในฐานะที่โทรทัศน์เป็นสื่อแห่งการสังคมกรรมและปลุกฝังทางวัฒนธรรม
- ถึงแม้ว่าผลกระทบอันเกิดจากการทำงานของโทรทัศน์จะสามารถวัดค่าออกมาได้ว่ามีผลเพียงเล็กน้อย แต่ทว่าผลกระทบเพียงเล็กน้อยนั้นเป็นผลที่เป็นจริงและมีความหมายเป็นผลจากการสะสมระยะยาวที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

โครงการสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรมของเบิร์นเนอร์นี้ ใช้วิถีทางแนวประจักษ์ (Empirical) ในการหาคำตอบ และเพื่อความเข้าใจผลทางสังคมที่ตามมาจากการเติบโตและอาศัยอยู่กับโทรทัศน์ โดยโครงการสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรมนี้เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการวิจัย 3 รูปแบบ ที่เกี่ยวข้องกันและช่วยในการพัฒนาแนวคิดที่ต่อเนื่องของกระบวนการอบรมปรมนิสัยทางวัฒนธรรม (Gerbner, 1973)

1. การวิเคราะห์กระบวนการเชิงสถาบัน (Institutional Process Analysis) ที่มุ่งค้นหาการสร้างการจัดการ และการกระจายของการไหลเวียนสารจากสื่อ หรืออีกนัยหนึ่ง การวิเคราะห์แบบนี้ถือเป็นการสืบหาการก่อร่างทางนโยบายที่กำกับกับการไหลเวียนข่าวสารทางสื่อ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเจาะนโยบายโดยตรง จึงยากที่จะหาผู้สนับสนุน และมีผู้สนใจค่อนข้างน้อย
2. การวิเคราะห์ระบบสาร (Message System Analysis) เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่มีอยู่เพื่อดูว่ามีลักษณะอะไรปรากฏ พิจารณาประเด็นเรื่องและค่านิยมที่ได้รับการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ หรือโปรแกรมโทรทัศน์ที่บ่อยที่สุด นั่นคือ การค้นหาภาพลักษณ์ที่คงที่ ปรากฏอย่างกว้างขวาง ในเนื้อหาจากสื่อ ซึ่งอาจปรากฏในแง่ของความเป็นตัวแทน

ความรุนแรง ชนกลุ่มน้อย บทบาททางเพศ อาชีพ เป็นต้น เราสามารถนำสิ่งที่พบในการวิเคราะห์เนื้อหาแบบนี้ ไปเป็นแนวคำถามสำหรับกลยุทธ์ที่ตามมาได้

3. การวิเคราะห์การอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม (Cultivation Analysis) เป็นการศึกษาว่าการรับชมโลกจากโทรทัศน์ได้ก่อให้เกิดแนวความคิดเกี่ยวกับโลกแห่งความจริงของผู้ชมอย่างไร ซึ่งกลยุทธ์ทางการวิจัยในรูปแบบหลังนี้ เป็นสิ่งที่งานวิจัยครั้งนี้ให้ความสำคัญและนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับจุดประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งจะกล่าวถึงในรายละเอียดต่อไปภายหลัง

ความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ : จุดเริ่มต้นของแนวคิดการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม

“สังคมของเราคือสังคมสื่อมวลชน ที่ซึ่งสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์มีบทบาทที่สำคัญในชีวิตประจำวัน โทรทัศน์ถือเป็นแหล่งข่าวสารและภาพพจน์ร่วมที่กว้างขวางที่สุดในประวัติศาสตร์ ไม่ใช่แต่ในสหรัฐอเมริกาเท่านั้น แต่รวมถึงสังคมอื่นๆรอบโลกด้วย”

(Signorielli, and Morgan, 1996: 114)

ปัจจุบัน เราพบโทรทัศน์ได้ในเกือบทุกครัวเรือนทุกหมู่บ้าน ทุกที่ทุกชุมชนที่กระแสไฟฟ้าไปถึง เด็กไทยเกือบทั่วประเทศเติบโตขึ้นมาพร้อมโทรทัศน์ สามารถร้องเพลงประกอบโฆษณาได้ ก่อนที่จะอ่านออกเขียนได้ โทรทัศน์ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จอร์จ เกร็บบเนอร์ได้เขียนไว้ในงานวิจัยของเขาต่อหลายเรื่องว่า โทรทัศน์ถือเป็นระบบกลางของการบอกเล่าเรื่องราว (Story Telling) ไม่ว่าจะปรากฏในรูปแบบรายการแบบใด รายการละคร โฆษณา รายการข่าว หรืออื่นๆ โทรทัศน์ได้นำมาซึ่งโลกที่มีข่าวสารและภาพพจน์ที่คุ้นเคยสู่ทุกบ้าน โดยการข้ามผ่านอุปสรรคแบบเดิมๆ เช่น การอ่านออกเขียนได้ หรือการเดินทางใดๆ โทรทัศน์ได้กลายแหล่งสังคมกรรม และแหล่งข้อมูลประจำวัน ซึ่งแสดงออกในรูปของความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ มุ่งสู่ประชาชนที่มีความหลากหลายแตกต่างกัน ด้วยแบบแผนที่ซ้ำไปซ้ำมาของข่าวสารที่มุ่งสู่มวลชนของโทรทัศน์ ก่อให้เกิดแนวคิดแบบกระแสหลัก (Mainstream) ของสิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์โดยรวมของสังคม (Gerbner, Gross, Morgan, and Signorielli, 1986: 18) ทั้งนี้ หากกล่าวโดยสรุป ความสำคัญของโทรทัศน์ที่เกร็บบเนอร์และนักวิจัยตามแนวคิดการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมท่านอื่นๆได้แสดงความเห็นไว้ ปรากฏใน 4 ลักษณะ ดังนี้

1. โททท์คนนี้ได้เข้ามาเป็นศูนย์กลางของชีวิตประจำวันของชาวอเมริกันและคนทั่วโลกอย่างยากที่จะหลีกเลี่ยง
2. สื่อโททท์คนนี้ได้สร้างสิ่งแวดล้อมทางสัญลักษณ์ (Symbolic Environment) เกือบทั้งหมดของผู้ชม
3. โททท์คนนี้เป็นช่องทางหลักในการเรียนรู้สิ่งต่างๆในชีวิต และช่วยนำข่าวสารส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในชีวิตไปสู่ผู้ชม
4. และที่สำคัญ คือ การที่โททท์คนนี้ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการอบรมปณิธานทางวัฒนธรรม

ในที่นี้ วัฒนธรรม คือระบบข่าวสารและภาพลักษณ์ที่กำกับและสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relations) ครั่งแล้วครั่งเล่า วัฒนธรรมแนะนำให้เรารู้จักกับบทบาททางเพศ อายุ ชนชั้น อาชีพ และวัฒนธรรมสร้างตัวแบบแห่งการยอมรับทางสังคมและตัวแบบแห่งการกบฏ วัฒนธรรมช่วยแนะนำให้เรารู้จักกับบุคลิกลักษณะ อารมณ์ในรูปแบบต่างๆและแนววิถีในการปฏิบัติตนในสถานการณ์ต่างๆ วัฒนธรรมถือเป็นองค์กทางสัญลักษณ์ซึ่งอบรมปณิธานแนวคิดเกี่ยวกับการปรากฏอยู่ (Existence) ความสำคัญของสิ่งต่างๆ (Priorities) ค่านิยม (Values) และความสัมพันธ์ (Relationships) ทำให้เรารู้ว่าสิ่งไหนดี สิ่งไหนไม่ดี อะไรสำคัญ อะไรคือคุณภาพ อะไรที่เราสามารถทำได้ หรืออะไรที่เราควรทำ โดยเฉพาะในโลกของสื่อมวลชน สื่อโททท์คนได้มีส่วนในการอบรมปณิธานทางวัฒนธรรมวัฒนธรรมอย่างสื่อชนิดอื่นเทียบได้ยาก (Gerbner, 1990: 249-251) ถึงแม้ว่าสื่อโททท์คนจะไม่ใช่สิ่งเดียวในโลกนี้ที่อธิบายสิ่งต่างๆให้กับเรา แต่สื่อโททท์คนมีความพิเศษ เพราะมันสร้างความเป็นจริงทางสังคมตามแบบของมันผ่านไปสู่ชนชั้นทางสังคมทุกชนชั้น คนทุกกลุ่ม และทุกวัยด้วยมุมมองเดียวในเวลาเดียวกัน (Signorielli, and Morgan, 1996: 114) โททท์คนต่างจากสื่ออื่นในความมุ่งมั่นด้านการผลิตข่าวสารเพื่อมวลชนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดึงดูดใจประชาชนโดยรวม

การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม : ภาวะแห่งกระบวนการหลายทิศทาง

การวิเคราะห์การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมไม่ได้มุ่งเน้นไปที่ ผลกระทบ (Impact) จากรายการโทรทัศน์รายการใดรายการหนึ่งโดยเฉพาะ ไม่เกี่ยวข้องใดๆกับการแบ่งหมวดหมู่ในทางศิลปะ สไตล์ คุณภาพ หรือประเด็นด้านวัฒนธรรมชนชั้นสูงหรือชนชั้นล่าง (High or Low Culture) หรือการอ่าน การตีความข่าวสารผ่านสื่อใดๆ แต่สิ่งที่นักวิจัยการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมมุ่งเน้น คือการศึกษา "ระบบ" ของสาร ที่มาจากแบบแผนสะสมและซ้ำๆของภาพลักษณ์ และเป็นตัวแทนสิ่งที่ชุมชนหรือสังคมทั้งหมดได้รับชม สิ่งที่คนในสังคมได้รับและซึมซาบเอาไว้เป็นระยะช่วงหนึ่งซึ่งยาวนานพอสมควร

แนวคิดการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมนี้ ไม่ได้มองการเกิดผลกระทบในลักษณะที่เป็นกระบวนการทางเดียว (Unidirectional Process) หากมองผลกระทบของสื่อที่กระจายและเข้าถึงภายใต้โครงสร้างและการจัดองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ที่ซับซ้อนละเอียดอ่อน และผสมผสานด้วยอิทธิพลจากสิ่งอื่นๆ ซึ่งเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อและสาธารณชน

การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมมองข่าวสารในฐานะสภาพแวดล้อมที่ซึ่งบุคคลได้อาศัยอยู่ สร้างคำจำกัดความของตนเองและบุคคลอื่น และพัฒนารักษาความเชื่อ ข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับความเป็นจริงทางสังคมให้คงอยู่ ไม่ได้มุ่งเน้นแบบร่างหรือโมเดล 'stimulus - response' ที่แสดงความสัมพันธ์ทางตรงในความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาของสื่อและผู้ชม แต่มุ่งเน้นที่ผลกระทบสะสมในระยะยาวของการเปิดรับระบบสารที่คงที่และส่งซ้ำอย่างสม่ำเสมอ ไม่ใช่การตอบโต้หรือการตีความเนื้อหาของบุคคลอย่างทันทีทันใด หากแต่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายอย่างคงที่ ค่อยเป็นค่อยไป ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงอย่างปัจจุบันทันด่วน ซึ่งการเคลื่อนย้ายในการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมนี้ มุมมองแนวคิดอาจจะไม่เด่นชัดหรือสังเกตได้อย่างชัดเจนในพฤติกรรมหรือลักษณะทางกายนอกของบุคคล แต่การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมจะค่อยๆเปลี่ยนความหมายของมุมมองและการกระทำได้อย่างลึกซึ้ง (Morgan, and Signorielli, 1990: 18)

องค์ประกอบทางด้านประชากร สังคม บุคคล และบริบททางวัฒนธรรมล้วนแต่เกี่ยวข้องกับระดับ ลักษณะ ขอบเขตของสิ่งที่โทรทัศน์ได้ทำให้เกิดขึ้น ถือเป็นความหมายในตัวปัจจัยเหล่านั้นที่เป็นมุมมองหนึ่งของกระบวนการการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม โทรทัศน์จึงไม่ใช่สิ่ง

ที่สร้างหรือสะท้อนภาพลักษณ์ ความคิดเห็น หรือความเชื่ออย่างตรงๆ ง่ายๆ หากแต่เป็นการรวมมุมมองแบบผสมผสานของกระบวนการที่มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา

ดังที่กล่าวแล้วว่า บุคคลเกิดท่ามกลางสิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ทางโทรทัศน์ในฐานะเป็นแหล่งแนวคิดกระแสหลัก (Mainstream) เด็กจำนวนมากเริ่มการรับชม 2-3 ปีก่อนที่จะเริ่มต้นอ่านเขียน หรืออาจจะก่อนที่จะพูดได้เสียอีก การรับชมโทรทัศน์จึงเป็นทั้งส่วนที่ก่อรูปร่างและส่วนที่คงที่ของภาพแห่งชีวิต โทรทัศน์เชื่อมโยงปัจเจกบุคคลสู่สังคมสังเคราะห์ หรือสังคมที่โทรทัศน์สร้างขึ้น บุคคลที่มีลักษณะทางจิตวิทยาและลักษณะทางสังคมแบบใดแบบหนึ่ง การมองโลกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งโดยเฉพาะและมีทางเลือกด้านสื่อที่น้อยกว่า จะใช้โทรทัศน์ในฐานะพาหนะหลักของการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม (Gerbner, Gross, Morgan, and Signorielli, 1986: 39)

ดังนั้น การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมจึงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง มีการเคลื่อนไหวของปฏิภณระหว่างสารและบริบท (Gerbner, Gross, Morgan, and Signorielli 1986: 24 ; Morgan and Signorielli 1990: 19) การวิเคราะห์การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมจึงต้องแสดงให้เห็นถึงผลกระทบของการปรากฏตัวของโทรทัศน์ในรูปแบบที่คงที่ของชีวิตและสิ่งแวดล้อม และต้องได้รับการออกแบบให้เข้าใจการเคลื่อนย้ายทางความคิดระยะยาว และค่อยเป็นค่อยไปในทิศทางที่คนรุ่นหนึ่งๆ ได้รับการสังคมกรรม และท้ายสุดก็คือเป็นการปลูกฝังทางวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่งที่ชักนำคนในสังคมเข้าสู่กระแสหลักของโลกที่สร้างขึ้นโดยโทรทัศน์ ดังที่เกิร์บเนอร์กล่าวไว้ว่าพลังของการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมประกอบด้วยลักษณะการเคลื่อนไหว 3 ลักษณะ ได้แก่ Blunting การทำให้การแบ่งแยกวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไม่ชัดเจน, Blending การทำให้เกิดการผสมผสานของแนวคิดต่างๆ ให้เป็นวัฒนธรรมกระแสหลักจากโทรทัศน์, และ Bending การก่อให้เกิดการเบี่ยงเบนวัฒนธรรมกระแสหลักไปสู่ผลประโยชน์ของสื่อและผู้จ่ายเงินผ่านสื่อ

ธรรมชาติของการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม

แนวคิดการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมนี้มีความสนใจในการศึกษาโลกที่แวดล้อมตัวบุคคล โดยตั้งแนวคิดพื้นฐานไว้ว่า โลกที่แวดล้อมตัวบุคคลนี้มีอยู่สองโลก คือ โลกที่เป็นจริง

(Real World) กับโลกที่ผ่านสื่อ (Mass-mediated World) โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ พร้อมกับคำถามที่ว่า คนที่รับชมโทรทัศน์ได้ยึดเอาโลกใดเป็นความเป็นจริง (Reality)

จากการศึกษาเป็นระยะเวลา่วมสามทศวรรษ นักวิจัยการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมพบว่า ความเชื่อ การตั้งข้อสังเกต และค่านิยมของผู้ชมโทรทัศน์มาก (Heavy Viewers) มีความแตกต่างอย่างเป็นระบบจากกลุ่มที่รับชมโทรทัศน์น้อย (Light Viewers) และความแตกต่างนี้มีแนวโน้มที่จะสะท้อนให้เห็นทั้งแบบแผนของชีวิตที่เด่นชัดในโลกของโทรทัศน์ และคุณลักษณะพิเศษของทั้งสองกลุ่มที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยทั่วไป นักวิจัยมักพบว่าความแตกต่างนี้พบได้ในทุกกลุ่มหรือแทบทุกกลุ่มย่อย (Subgroups) ซึ่งนั่นหมายถึง บุคคลซึ่งดูโทรทัศน์มากกว่ามีแนวโน้มที่จะให้คำตอบที่เราเรียกว่า คำตอบแบบโทรทัศน์ (Television Answers) ต่อคำถามที่ตั้งใจให้ อย่างไรก็ตาม ในเกือบทุกกรณีศึกษา แบบแผนมักมีความซับซ้อนกว่าที่เห็นเสมอ

ประสบการณ์ตรงที่เกิดขึ้นทุกวันระหว่างบุคคลนับว่ามีส่วนสำคัญเช่นกัน มีงานวิจัยหลายชิ้นที่พบว่า ปรากฏความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการรับชมและความกลัวอาชญากรรมที่เด่นชัดในกลุ่มของผู้ที่มีสาเหตุแห่งความกลัวนั้น คือ เมื่อสภาพแวดล้อมในชีวิตประจำวันสอดคล้องกับข่าวสารที่ตอกย้ำทางโทรทัศน์ ปรากฏการณ์เช่นนี้เรียกว่า การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกรอปรำหนด (Resonance) ตัวอย่างเช่น การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับความไม่ปลอดภัยปรากฏชัดในกลุ่มคนที่ยาศัยในเขตเมืองที่มีอัตราอาชญากรรมสูง (Gerbner, Gross, Morgan and Signorielli, 1980) ในกรณีนี้ ความเป็นจริงในชีวิตประจำวันและทางโทรทัศน์ก่อให้เกิดผลสองเท่าของข่าวสารที่สะท้อนและขยายขอบเขตการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม

นอกจากนี้ ความคล้ายคลึงทางประชากรระหว่างผู้ชม และลักษณะตัวละครในโทรทัศน์ก็มีส่วนในการทำนายระดับและธรรมชาติของการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม นักวิจัยระบบสาร (Message System) ได้เปิดเผยความแตกต่างที่พบอย่างสม่ำเสมอ ในความเป็นไปได้ทางความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน ซึ่งปรากฏในฐานะเหยื่อหรือผู้เผชิญกับความรุนแรง ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ของปริมาณการรับชมและแนวโน้มที่จะมีแนวคิด การรับรู้เกี่ยวกับความรุนแรงอย่างเกินจริง ปรากฏชัดในกลุ่มย่อยทางประชากรในโลกแห่งความจริง ซึ่งได้รับการสร้างให้เป็นตัวละครที่ถูกกระทำอย่างรุนแรงในเรื่อง (Morgan, 1983)

ลักษณะการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกระแสหลักและแบบกรอบกำหนด

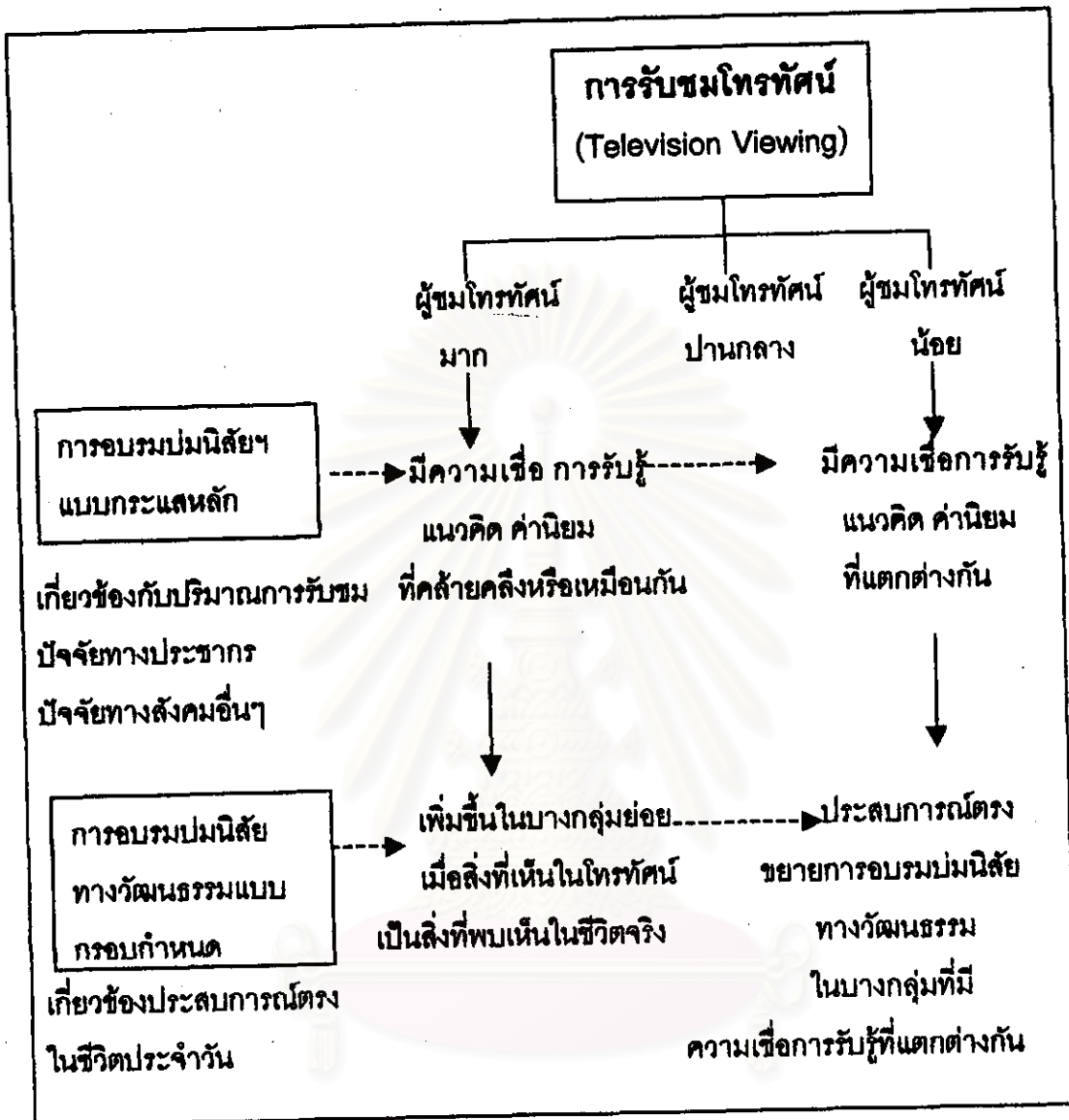
ลักษณะการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกระแสหลัก และการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกรอบกำหนดนี้ มาจากฐานข้อเท็จจริงของการวิจัยที่พบว่า กลุ่มผู้ชมโทรทัศน์มาก ปรากฏผลของการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะทางประชากรและลักษณะกลุ่มทางสังคม ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน

การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกระแสหลัก หรือ Mainstreaming

สำหรับเกิร์บเนอร์ การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกระแสหลักนี้ เกิดขึ้นเมื่อการรับชมโทรทัศน์นำไปสู่แนวคิดที่เป็นไปในทางเดียวกันข้ามกลุ่มย่อยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มทางประชากรหรือกลุ่มทางสังคม หรืออีกนัยหนึ่ง การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกระแสหลัก หมายถึง การที่ผู้เป็นผู้ชมโทรทัศน์มากอาจได้รับและซึมซับความแตกต่างทางด้านมุมมองและพฤติกรรม ซึ่งโดยทั่วไปอาจมาจากปัจจัยอื่นๆ และปรากฏในสถานการณ์ซึ่งผู้รับชมโทรทัศน์น้อย จากกลุ่มย่อยสองกลุ่มหรือมากกว่าที่มีความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นจริงทางสังคมที่ต่างกัน ขณะที่กลุ่มผู้ชมโทรทัศน์มากในกลุ่มย่อยเหล่านั้นมีความเชื่อที่ใกล้เคียงกันมาก (Morgan, and Signorielli 1990: 22) ในระดับสังคม การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมอธิบายกระบวนการที่การรับชมโทรทัศน์มีปฏิกริยาต่อกลุ่มอย่างเป็นเนื้อเดียวกัน ซึ่งกลุ่มเหล่านี้แท้จริงมีความแตกต่างกันในด้านอื่นๆมาก ด้วยการดึงให้ผู้ชมโทรทัศน์มากของกลุ่มที่หลากหลายกลับมาสู่แนวคิดแบบกระแสหลักของส่วนที่เหลือของสังคม (Hawkins and Pingree, 1990: 38-39) เช่น ผู้รับชมโทรทัศน์มากในกลุ่มที่มีรายได้ต่ำและรายได้สูง มีแนวคิดเดียวกันที่ว่า ความกลัวอาชญากรรมเป็นปัญหาส่วนบุคคลที่ร้ายแรงมาก ขณะที่ผู้ชมโทรทัศน์น้อยในทั้งสองกลุ่มไม่มีความเห็นเช่นนั้น กลุ่มผู้ชมโทรทัศน์น้อยที่มีรายได้ต่ำมีแนวโน้มที่จะเห็นด้วยกับกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์มาก ในทั้งสองกลุ่มว่า ความกลัวอาชญากรรมเป็นปัญหา ขณะที่ผู้ชมโทรทัศน์น้อย ซึ่งมีรายได้สูง มีแนวโน้มที่จะไม่เห็นด้วยว่า ความกลัวอาชญากรรมนั้นเป็นปัญหา (Severin and Tankard, 1992: 251) ซึ่งการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมลักษณะนี้แนะไว้ว่า ความแตกต่างในการรับรู้เกี่ยวกับความเป็นจริง ที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางประชากร จะลดลงหรือลบล้างการรับชมโทรทัศน์มากลงได้

การอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกรอบกำหนด หรือ Resonance

การอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกรอบกำหนดเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เมื่อความเป็นจริงทุกอย่างที่เห็นหรือที่ปรากฏในชีวิตประจำวันเป็นสิ่งเดียวกับที่เห็นในโทรทัศน์ โดยโทรทัศน์ทำให้ข่าวสารมีความแรงขึ้นเป็นสองเท่า เป็นการสะท้อนและขยายผลการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม ซึ่งถือว่าการประสบการณ์ตรง (Direct Experience) ของบุคคลที่มีบทบาทสำคัญ ตัวอย่างเช่น ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการรับชมกับความกลัวอาชญากรรมจะเด่นชัดที่สุดในกลุ่มผู้ที่อาศัยในเขตที่เมืองที่มีปัญหาอาชญากรรมสูง (Morgan, and Signorielli, 1990: 21) นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการรับชมและแนวโน้มที่จะมีการรับรู้ที่เกินจริงเกี่ยวกับความรุนแรงจะปรากฏมากกว่าในกลุ่มย่อยทางประชากรที่ปรากฏในโทรทัศน์ ซึ่งมักตกเป็นเหยื่อความโหดร้ายบ่อยๆกว่าในโทรทัศน์ (Morgan, 1983 อ้างถึงใน Morgan, and Signorielli, 1990: 21) การอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกรอบกำหนดจะปรากฏ เมื่อผลกระทบเชิงการปลุกฝังหรือการอบรมบ่มนิสัย (Cultivation Effect) ได้รับการกระตุ้นสำหรับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งของประชากรโดยเฉพาะ โดยสรุป ก็คือ การอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกรอบกำหนดแสดงให้เห็นว่าอิทธิพลข่าวสารจากสื่อต่อการรับรู้ความเป็นจริงจะเพิ่มขึ้น เมื่อสิ่งที่บุคคลเห็นในโทรทัศน์เป็นสิ่งเดียว หรือเป็นสิ่งที่คล้ายคลึงกับที่ตนเองเห็นในชีวิตประจำวัน ซึ่งทำให้บุคคลมีปฏิกิริยาเนื่องจากการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมที่เด่นชัดยิ่งขึ้น เพราะสิ่งที่ตนเองเห็นบนจอโทรทัศน์สะท้อนกับชีวิตจริงของตน (Baran, and Davis, 1995: 309) และเมื่อรวมเข้ากับแนวคิดการรับชมมากและน้อย (Heavy and Light Viewing) แล้ว เราสามารถเห็นชัดในตัวอย่างต่อไปนี้ กลุ่มผู้ชมโทรทัศน์มากทั้งเพศชายและหญิง มีแนวโน้มที่จะเห็นด้วยว่า ความกลัวอาชญากรรมเป็นปัญหารุนแรงมากกว่ากลุ่มผู้ชมน้อย แต่ในกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์มากของทั้งสองเพศนี้ กลุ่มที่เห็นด้วยมากที่สุดคือกลุ่มผู้หญิงซึ่งเป็นผู้ชมโทรทัศน์มาก เพราะความอ่อนแอของเพศนี้ต่ออาชญากรรม ที่กล่าวได้ว่าสะท้อนภาพของโลกอาชญากรรมระดับสูงที่เกิดกับผู้หญิงซึ่งปรากฏบนจอโทรทัศน์ (Severin and Tankard, 1992: 250) (ดู แผนภาพที่ 2.1 หน้าถัดไป)



แผนภาพที่ 2.1 การรับชมโทรทัศน์กับลักษณะการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกระแสน้ำ และแบบกรอบกำหนด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระเบียบวิธีวิจัยของการวิเคราะห์การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม

วิธีวิจัยและข้อสันนิษฐานของการวิเคราะห์การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมแตกต่างจากการวิเคราะห์อิทธิพลสื่อมวลชนที่ทำการวิจัยโดยทั่วไป เพราะงานวิจัยและข้อโต้แย้งเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อมวลชนส่วนใหญ่มีมุ่งศึกษาสาร (Messages) โปรแกรม (Programs) ชุดต่อเนื่อง (Series) หรือรูปแบบรายการ (Genres) อย่างใดอย่างหนึ่ง และความสามารถในการสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างทันทีทันใดในทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชม แต่การวิเคราะห์การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับผลที่เกิดอย่างทั่วไปและต่อเนื่อง อันมาจากการเปิดรับสื่อวัฒนธรรมอย่างสะสม ซึ่งถือเป็นกรอบทางทฤษฎีที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับรูปแบบใดก็ได้ทางการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม นักวิจัยการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมมักมุ่งเน้นการศึกษาไปที่สื่อโทรทัศน์ เพราะสื่อโทรทัศน์ถือเป็นสื่อที่มีความพิเศษด้านคุณลักษณะของข่าวสารที่เข้าไปเข้ามา เข้าถึงมวลชนอย่างกว้างขวาง และมีอิทธิพลที่ชัดเจนเหนือสื่ออื่นๆ

โดยทั่วไป การวิเคราะห์การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมเริ่มด้วยการระบุและเข้าถึงแบบแผนที่คงที่ และปัจจุบันของเนื้อหาทางโทรทัศน์ โดยเน้นที่ภาพลักษณ์ (Images) ภาพความเป็นตัวแทน (Portrayals) และคุณค่าหรือค่านิยม (Values) ที่คงที่ ซึ่งปรากฏในรูปแบบรายการ (Program Genres) ส่วนใหญ่ กล่าวโดยพื้นฐาน คือ การวิเคราะห์การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมพยายามที่จะศึกษาว่า บุคคลที่ใช้เวลาส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์มีแนวโน้มที่จะมองโลกที่แท้จริง (Real world) ในแนวทางที่จะสะท้อนข่าวสารและการเรียนรู้ที่ปรากฏจากโลกโทรทัศน์ โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลซึ่งดูโทรทัศน์น้อยกว่าและมีคุณลักษณะเชิงประชากรที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ บุคคลซึ่งตามปกติดูโทรทัศน์มากย่อมแตกต่างจากบุคคลซึ่งดูโทรทัศน์น้อยกว่าในหลายทาง ถึงแม้ว่าทุกกลุ่มทางสังคม จะประกอบไปด้วยกลุ่มผู้ชมที่ชมโทรทัศน์มาก และกลุ่มผู้ชมที่ชมโทรทัศน์น้อย แต่โดยรวมแล้ว ความแตกต่างระหว่างผู้ชมสองกลุ่มก็ยังคงปรากฏให้เห็น อันเนื่องมาจากเพศ รายได้ การศึกษา อาชีพ การใช้เวลา การอยู่ในสังคม และปัจจัยทางประชากรและทางสังคมอื่นๆอีกมาก ทฤษฎีการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมสันนิษฐานว่า กลุ่มผู้ชมโทรทัศน์น้อยมีแนวโน้มที่จะเปิดรับแหล่งข่าวสารที่หลากหลายและมีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะในแง่ของการผ่านสื่อมวลชน หรือการสื่อสารระหว่างบุคคล ขณะที่ผู้ชมโทรทัศน์มากจะให้ความเชื่อถือ

และให้วางใจโทรทัศน์มากกว่า (Morgan, and Signorielli, 1996: 16-17) และกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์มากและอย่างสม่ำเสมอ จะไม่เลือกชมรายการใดรายการหนึ่งเป็นพิเศษ แต่จะชมรายการเกือบทุกรายการที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์อย่างหลากหลาย ดังที่ Morgan (1997:6) กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมสันนิษฐานว่าผู้ชมส่วนใหญ่ที่รับชมโทรทัศน์มากและเป็นประจำ จะใช้เวลามาก ในการดูทุกสิ่งทุกอย่างบนจอโทรทัศน์มากกว่าบุคคลอื่นๆ

กล่าวโดยย่อ จุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์การอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม ก็คือ การพิจารณาความแตกต่างทางทัศนคติ ความเชื่อ การกระทำของผู้ชมโทรทัศน์มาก และผู้ชมโทรทัศน์น้อย ที่สะท้อนความแตกต่างในแบบแผนและนิสัยในการรับชมโทรทัศน์ โดยอิสระหรืออาจมีปฏิสัมพันธ์กับปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และระหว่างบุคคล ที่ทำให้เกิดความแตกต่างนั้นๆขึ้น ดังนั้น การวิเคราะห์การอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมจึงพยายามที่จะนำเสนอและวิเคราะห์สิ่งที่การรับชมโทรทัศน์ก่อให้เกิดภายในความคิดของผู้ชมเกี่ยวกับความเป็นจริงทางสังคม

ขั้นตอนที่ใช้โดยทั่วไปในการวิเคราะห์การอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม

การวิเคราะห์การอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมตามแนวทางดั้งเดิม มักเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หรือการวิเคราะห์ระบบสาร (Message System Analysis) ซึ่งในที่นี้ คือ การระบุและประเมินแบบแผนที่ปัจจุบันและคงที่ของเนื้อหาโทรทัศน์ อันได้แก่ ภาพลักษณ์ ภาพความเป็นตัวตน และค่านิยมหรือคุณค่าที่คงที่ซึ่งปรากฏในชนิดของโปรแกรมส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม มีความแตกต่างมากมายที่เกิดขึ้นในโลกของความเป็นจริงและโลกของโทรทัศน์ เป็นการยากที่โลกแห่งโทรทัศน์จะเสนอภาพความเป็นจริงได้ตรงกับความเป็นจริง ถึงแม้ว่าสิ่งที่เสนอนั้นจะเข้ากันได้ดีกับอุดมการณ์และค่านิยมหลักของสังคม

ข้อค้นพบที่เราได้จากการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบของเนื้อหาโทรทัศน์จะถูกใช้ในการสร้างและกำหนดคำถามเกี่ยวกับแนวคิดของประชาชนเกี่ยวกับความเป็นจริงทางสังคม ซึ่งลักษณะคำถาม-คำตอบ จะมีความแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จากนั้น จึงใช้เทคนิควิธีวิจัยแบบสำรวจ (Survey Method) คำถามจะถูกกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างของเด็ก

วิทยุ หรือผู้ใหญ่ การรับชมโทรทัศน์โดยทั่วไปจะได้รับการประเมิน ด้วยการถามถึงจำนวน ชั่วโมงโดยเฉลี่ยที่ผู้ตอบดูโทรทัศน์ในแต่ละวัน และเนื่องจากปริมาณการรับชมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้อง สามารถบ่งชี้ว่าฐานของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มใดจะเป็นผู้รับชมแบบมาก ปานกลาง หรือน้อย อย่างไรก็ตาม สิ่งที่สำคัญ ไม่ใช่ปริมาณการรับชมของแต่ละคน แต่เป็นความแตกต่างที่จะแสดงให้เห็น เมื่อจัดระดับการรับชมแล้วระหว่างผู้ชมโทรทัศน์มากและผู้ชมโทรทัศน์น้อย (Morgan, and Signorielli, 1990: 19-20; Signorielli, and Morgan, 1996: 119-120)

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นการเลือกศึกษาการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมของภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งถือเป็นชนิดของโปรแกรม (Program Genre) ทางโทรทัศน์รูปแบบหนึ่ง ที่มีธรรมชาติของรายการและเนื้อหาที่แตกต่างจากชนิดของโปรแกรมอื่นๆ อาทิ รายการละคร รายการข่าว รายการเกมโชว์ ที่มักเสนอเนื้อหาภายในช่วงระยะเวลาหนึ่งอย่างต่อเนื่อง การโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นการโฆษณาสินค้าหลากหลายชนิด โดยโฆษณาหนึ่งชิ้นงานจะใช้เวลาด้าน ระหว่าง 15 วินาที ถึงมากที่สุด คือ 3 นาทีเท่านั้น และที่สำคัญผู้ชมส่วนใหญ่ที่ชมโฆษณาทางโทรทัศน์มักไม่ค่อยใส่ใจว่าตนเองได้รับชมโฆษณาในแต่ละวันกี่ชิ้นงาน ใช้เวลาไปกี่ นาทีกี่ชั่วโมง ดังนั้นการวัดปริมาณการรับชมตามแบบดั้งเดิม ด้วยการใช้แบบสอบถามเพื่อถามปริมาณการรับชมโทรทัศน์หรือการรับชมรายการหนึ่งใดในแต่ละวันไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับกรณีของโฆษณาทางโทรทัศน์ ผู้วิจัยจึงได้ปรับวิธีวิจัยในขั้นที่สอง โดยการนำวิธีวิจัยแบบสนทนากลุ่มมาใช้แทนวิธีวิจัยแบบสำรวจ ซึ่งการวิจัยแบบสนทนากลุ่มนี้ จะช่วยให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลเบื้องต้นของนิสัยผู้ชมในการการรับชมโทรทัศน์และการรับชมโฆษณามากขึ้น ดังรายละเอียดที่จะกล่าวถึงในส่วนต่อไป (ดูตารางที่ 2.1 ในหน้าถัดไป)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

| กระบวนการวิจัยที่ใช้ทั่วไป | กระบวนการวิจัยที่เลือกใช้ |
|--|--|
| ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน | ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน |
| <p>ก) การวิเคราะห์เนื้อหาหรือระบบสาร (Content/Message System Analysis) เพื่อระบุและค้นหาแบบแผนของสารที่ปรากฏล่าสุดและคงที่</p> <p>- จัดทำคำถาม ด้วยการใช้ข้อค้นพบจาก วิเคราะห์เนื้อหา มาจัดทำคำถาม</p> | <p>ก) การวิเคราะห์เนื้อหาหรือระบบสาร (Content/Message System Analysis) เพื่อระบุและค้นหาแบบแผนของสารที่ปรากฏล่าสุดและคงที่</p> <p>- สรุปรวบรวมข้อค้นพบเพื่อเป็นแนวทาง ในการสนทนากลุ่ม</p> <p>- เตรียมการคัดเลือกบุคคลเข้ากลุ่ม สนทนาตามลักษณะที่ต้องการ โดยการอ้างอิงบุคคลและข้อมูลพื้นฐาน บางประการ</p> |
| <p>ข) การวิจัยแบบสำรวจ (Survey Method) นำแบบสอบถามออกสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ค้นหาความสัมพันธ์และความเกี่ยวข้อง ทางสถิติ</p> | <p>ข) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) จัดกลุ่มสนทนาเพื่อศึกษากลุ่มเป้าหมาย การวิจัยอย่างใกล้ชิดและลึกซึ้ง</p> |

ตารางที่ 2.1 กระบวนการวิจัยการอบรมปณิธานทางวัฒนธรรมที่ใช้โดยทั่วไป และที่ใช้ในงานวิจัย ครั้งนี้

จากที่กล่าวมาข้างต้น เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีการอบรมปณิธานทาง วัฒนธรรมของศาสตราจารย์ George Gerbner ซึ่งเป็นแนวคิดหลักที่นำมาใช้เป็นกรอบการวิจัย

ครั้งนี้ โดยแนวคิดที่จะนำเสนอในลำดับต่อไป เป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วยเสริมแรงการจิตใจของสื่อมวลชนตามแนวคิดของ Klapper (1960) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสื่อมวลชนอีกแนวคิดหนึ่ง

ข) แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วยเสริมแรงการจิตใจของสื่อมวลชน (Mediated Factors in the Service of Reinforcement)

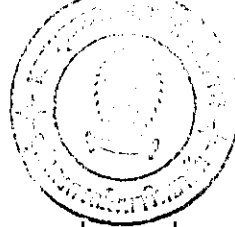
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วยเสริมแรงการจิตใจของสื่อมวลชนให้ความสำคัญกับการที่สื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่ในการเสริมแรงความคิดเห็นที่มีอยู่แล้วของบุคคลมากกว่าที่จะมีอำนาจในการเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปในทางใดทางหนึ่ง โดยการเสริมแรงนี้เป็นกระบวนการที่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์หรือปัจจัยแวดล้อมอื่นด้วย ถึงแม้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วยเสริมแรงการจิตใจของสื่อมวลชนจะเป็นแนวคิดที่ได้รับนำเสนอตั้งแต่ปี 1960 แต่แนวคิดดังกล่าวยังคงสามารถใช้ในการอธิบายลักษณะอิทธิพลของสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการเสริมแรง (Reinforcement) ได้ดี ซึ่ง Joseph T. Klapper (1960: 18-43) ได้กล่าวถึงปัจจัย 5 ประการที่ช่วยเกื้อหนุนอิทธิพลในการเสริมแรงของสื่อมวลชนไว้ ดังนี้

- 1) อุปนิสัยหรือโลกทรรศน์ที่สั่งสมไว้และกระบวนการเลือกสรรของบุคคล
- 2) กลุ่มและบรรทัดฐานของกลุ่ม
- 3) การกระจายข่าวสารสื่อมวลชนระหว่างบุคคล
- 4) ความเป็นผู้นำความคิดเห็น
- 5) ธรรมชาติของสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้นำเสนอถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

- 1) อุปนิสัยหรือโลกทรรศน์ที่สั่งสมไว้และกระบวนการเลือกสรรของบุคคล

เนื่องจากบุคคลแต่ละคนล้วนแต่มีอุปนิสัย ทักษะ หรือโลกทรรศน์ที่ตนเองได้สั่งสมไว้แต่ดั้งเดิม เมื่อถึงเวลาที่ตนเองได้เผชิญหน้ากับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลจึงมีแนวโน้มที่จะเปิดรับแต่การสื่อสารที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ อุปนิสัยหรือทักษะที่มีอยู่แล้วของตนเอง ไม่ว่าจะรู้



ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ดังที่ Klapper ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลมักหลีกเลี่ยงการสื่อสารที่แสดงสิ่งที่ตรงกันข้ามกับอุปนิสัยหรือโลกทัศน์ที่ได้รับการสั่งสมไว้ และพยายามไม่รับรู้หรืออาจเกิดการตีความเสียใหม่ให้ตรงกับแนวคิดที่มีอยู่แล้วของตน หรือบางทีก็อาจจะแก่งเล็งไปเสีย ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เป็นกระบวนการป้องกันตนเองที่รู้จักกันดีว่า คือ กระบวนการเลือกสรรหรือการเลือกรับรู้ อันประกอบด้วย การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) การเลือกรับรู้ (Selective Perception) และการเลือกจดจำ (Selective Retention)

การเลือกเปิดรับเกี่ยวข้องกับแนวโน้มที่คนเราจะเปิดตัวเองต่อสื่อมวลชนที่เสนอสิ่งซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นหรือความสนใจที่มีอยู่แล้วของตนเอง และหลีกเลี่ยงการสื่อสารที่ตรงกันข้ามกับอุปนิสัยหรือโลกทัศน์ที่สั่งสมไว้ หรือการสื่อสารที่อาจทำให้ตนเองไม่สบายใจ ซึ่งการเลือกเปิดรับสารจะเอนเอียงไปตามแต่ลักษณะส่วนบุคคล ขณะที่การเลือกรับรู้เกี่ยวข้องกับการที่บุคคลเลือกที่จะรับรู้เฉพาะสิ่งที่ตรงกันข้ามกับทัศนคติหรืออุปนิสัยดั้งเดิมของตน เป็นแนวโน้มที่บุคคลจะเลือกเปิดรับและตีความการสื่อสารนั้นให้เป็นไปตามความคิดเห็นและความสนใจของตนเอง ส่วนการเลือกจดจำเกี่ยวข้องกับการที่บุคคลจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่ตนเองต้องการ และสิ่งนั้นไม่แย้งกับความเชื่อ ความคิดเห็นหรือผลประโยชน์ใดๆที่ตนเองมีอยู่แล้ว ซึ่งการเลือกจดจำนี้มีความเกี่ยวข้องกับการเลือกรับรู้อย่างแน่นแฟ้น หรืออีกนัยหนึ่ง ความพร้อมที่จะจดจำสารมักเกิดขึ้นในบุคคลที่มีความสนใจและพร้อมที่จะเข้าใจหรือรับรู้ ขณะที่ผู้ที่ไม่สนใจมักจะลืมสาร เนื่องจากตนเองไม่มีความสนใจที่จะรับรู้หรือเข้าใจ

อย่างไรก็ตาม Klapper (1960: 25) ได้กล่าวสรุปไว้ว่า การเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำไม่ได้เกิดกับทุกคนในทุกสถานการณ์ทางการสื่อสาร แต่จากผลการวิจัยที่รองรับระบุว่า กระบวนการการเลือกสรรดังกล่าวพบได้เสมอในการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสาร และเมื่อใดที่กระบวนการนี้ปรากฏ มันจะปฏิบัติหน้าที่ดังตาข่ายที่ป้องกันความคิดเห็นที่บุคคลมีอยู่ก่อน แล้วจึงให้สื่อมวลชนทำการเสริมแรงความคิดเห็นหรือทัศนคติของบุคคล

2) กลุ่มและบรรทัดฐานของกลุ่ม

กลุ่มและบรรทัดฐานของกลุ่มเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้อิทธิพลของสื่อมวลชนออกมาในรูปของการเสริมแรงมากกว่าการเปลี่ยนแปลง โดยผลการวิจัยหลายชิ้นงาน อาทิ งานวิจัยของ Katz และ Lazarsfeld 1955 (อ้างถึงใน Klapper, 1960: 26) ได้อ้างถึงปรากฏการณ์ที่บรรทัด

ฐานของกลุ่มมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและทัศนคติของบุคคลในฐานะของแหล่งเสริมแรง และส่งผลกระทบต่อการเสริมแรงสารของสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน กลุ่ม หรือ Groups ในที่นี้ หมายถึง กลุ่มที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มครอบครัว ซึ่งบุคคลมีแนวคิดและพฤติกรรมอย่างไร อย่างหนึ่งด้วยการอ้างถึงหลักปฏิบัติที่คนในครอบครัวหรือญาติต้องมีร่วมกัน ไม่สามารถปฏิบัติ ออกนอกครอบครัวได้ (Lazarsfeld, Berelson, and Gandel, 1948 อ้างถึงใน Klapper, 1960: 27) และกลุ่มสามารถหมายรวมถึงกลุ่มทางสังคมประเภทอื่นๆ อาทิ กลุ่มอาชีพ กลุ่มเพื่อนนักเรียน กลุ่มเพื่อนกิจกรรม กลุ่มทางศาสนา ซึ่งบรรทัดฐานของกลุ่มเป็นสิ่งที่สมาชิกในกลุ่มต้องปฏิบัติตาม และมีความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลงสูงเป็นพิเศษ

นอกเหนือไปจากการตอกย้ำหรือทำให้อุปนิสัย ทัศนคติและโลกทรรศน์แบบเดิมคงอยู่ การเป็นสมาชิกของกลุ่มมีส่วนช่วยในการเสริมแรงอิทธิพลในการรับรู้ของสื่อมวลชน และช่วยให้เกิด การขัดขวางสิ่งที่เข้ามาขัดแย้งด้วยการขยายกระบวนการเลือกสรรออกไปอีก รวมทั้งในบางกรณี กลุ่มและบรรทัดฐานของกลุ่มอาจปฏิบัติหน้าที่ในทางตรงกันข้ามกับสื่อมวลชนได้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม การปฏิบัติหน้าที่ในการขยายศักยภาพการเสริมแรงของสื่อมวลชนของกลุ่มและบรรทัด ฐานของกลุ่มนี้ เกี่ยวข้องต่อเนื่องไปกับลักษณะอิทธิพลของการกระจายข่าวสารระหว่างบุคคล และความเป็นผู้นำทางความคิดเห็น ซึ่งจะได้กล่าวถึงในส่วนต่อไป

3) การกระจายข่าวสารสื่อมวลชนระหว่างบุคคล

ด้วยนิสัยพื้นฐานทางสังคมของมนุษย์เกี่ยวกับการบอกเล่าสู่กันฟังในเรื่องใดๆที่ปรากฏทาง สื่อมวลชนซึ่งบุคคลได้พลาดไปนั้น ถือเป็นกาทดแทนการเสริมแรงความสามารถที่แท้จริงของ การสื่อสารที่เป็นต้นฉบับ การศึกษากลุ่มบุคคลขนาดเล็กระบุว่า การสื่อสารมีแนวโน้มที่จะข้าม ผ่านเส้นทางเชิงสังคมที่ได้รับคำนิยามไว้ว่า "มิตรภาพ" "ผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน" และโดยเฉพาะ "ความคิดเห็นที่มีร่วมกัน" (Festinger, Schachter, and Back, 1950; Katz and Lazarsfeld, 1995 อ้างถึงใน Klapper, 1960: 31) หลักฐานที่ได้จากการวิจัยกลุ่มบุคคลขนาดเล็ก แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาจากสื่อมวลชนโดยเฉพาะข่าวสารที่ต้องการรับรู้ได้แพร่กระจายไปสู่ ช่องทางการสื่อสารที่เฉพาะเจาะจงโดยเฉพาะการสื่อสารระหว่างบุคคล การกระจายข่าวสารสื่อ มวลชนระหว่างบุคคลนี้อาจขยายศักยภาพในการเสริมแรงของการสื่อสารดั้งเดิมด้วยแหล่งสื่อ สารที่เป็นธรรมชาติที่สุดซึ่งก็คือมนุษย์นั่นเอง การกระจายข่าวสารสื่อมวลชนระหว่างบุคคลเกี่ยว ข้องกับการรับเนื้อหาทางการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการเลือกเปิดรับข่าวสารระดับรอง หรือไม่ใช้ข่าว

สารที่รับโดยตรงจากสื่อมวลชน ซึ่งผู้รับสารต้องการเปิดรับต่อสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเองหรือเฉพาะสิ่งที่ตนเองพึงพอใจ

4) ความเป็นผู้นำความคิดเห็น

นอกจากปัจจัยทั้งสามประการที่กล่าวถึงข้างต้น ศักยภาพในการเสริมแรงจิตใจของสื่อมวลชนอาจขยายเพิ่มขึ้นในสถานการณ์หนึ่งด้วยการดำเนินกิจกรรมของผู้นำความคิดเห็น ที่มีบทบาทในกระบวนการตัดสินใจของบุคคล แม้ว่างานวิจัยส่วนหนึ่งจะเน้นบทบาทของผู้นำความคิดเห็นในกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความคิดเห็น แต่ก็ม้งานวิจัยที่มีการบ่งชี้ว่า ผู้นำความคิดเห็นยังปฏิบัติหน้าที่ในการเสริมแรงของสื่อมวลชนด้วย (Katz 1957 อ้างถึงใน Klapper, 1960: 32) แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้นำความคิดเห็น หรือแนวคิดเกี่ยวกับ Two-step Flow of communication ได้รับการพัฒนาจากงานวิจัยของ Lazarsfeld, Berelson, และ Gaudet (1984) ที่พบว่าผู้นำความคิดเห็นนี้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของคนในกลุ่มหรือชุมชน และเราสามารถพบผู้นำความคิดเห็นได้ในทุกระดับชั้นและทุกสังคม ซึ่งดูเหมือนว่าแนวคิดต่างๆ จากสื่อมวลชนจะไปสู่ผู้นำความคิดเห็นก่อน แล้วผู้นำความคิดเห็นจึงนำแนวคิดนั้นไปสู่กลุ่มคนที่มีความกระตือรือร้นน้อยในการรับข่าวสาร

ทั้งนี้ ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders หรือ Influentials) อาจมีอิทธิพลต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรืออาจเป็นกลุ่มคนก็ได้ แต่กระนั้นผู้นำความคิดเห็นจะได้รับการอ้างอิงเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ตนได้รับความเชื่อถือเท่านั้น โดยผู้นำความคิดเห็นจะเปิดรับสื่อมวลชนที่เหมาะสมต่อชอบช่วยอิทธิพลของตนเอง ตลอดจนมีการเปิดรับแหล่งข่าวสารที่ผู้ตามไม่ได้เปิดรับแหล่งข่าว นั้น นอกจากนี้ ความเป็นผู้นำความคิดเห็นยังมีความเกี่ยวข้องกับอิทธิพลส่วนบุคคลและกลุ่มที่บุคคลเป็นสมาชิกในการช่วยเสริมแรงอิทธิพลของบรรทัดฐานกลุ่มที่มีต่อความคิดเห็นของบุคคล ด้วยการใช้คำกล่าวชี้แนะในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ซึ่งทำให้ผู้ตามได้พบกับความพึงพอใจที่ตนเองต้องการและสอดคล้องกับบรรทัดฐานของกลุ่มด้วย

5) ธรรมชาติของสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม

ตามแนวคิดของ Klapper สื่อมวลชนที่ต้องทำธุรกิจเชิงพาณิชย์ในสังคมเสรีนิยมได้รับการยอมรับว่าเป็นแรงเร่งเร้าต่อการเสริมแรงค่านิยมทางวัฒนธรรมที่เด่นชัด ดังที่ Siepman (1948)

Lazarsfeld และ Morton (1984), Klapper (1948 และ 1949), Seldes (1950) (อ้างถึงใน Klapper 1960: 38) ระบุว่าสื่อมวลชนที่ต้องการทำการแข่งขันกันเองในเชิงพาณิชย์โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมจำเป็นต้องทำให้ตนเองอยู่รอดด้วยการพยายามดึงดูดใจและยึดในกลุ่มผู้ชมที่มีความหลากหลายสูง สื่อมวลชนจึงต้องหลีกเลี่ยงการสนับสนุนแนวคิดใดๆที่กลุ่มผู้ชมไม่ว่าจะเป็นกลุ่มย่อยขนาดไหนเกิดความไม่พอใจได้ เนื่องจากผู้รับสารมีความแตกต่างกันมาก สื่อมวลชนจึงต้องระมัดระวังการสะท้อนค่านิยมหรือทัศนคติใดๆด้วยการสะท้อนเฉพาะแนวคิดและทัศนคติที่ทุกคนยอมรับได้ ซึ่งสิ่งนี้เกิดขึ้นได้ยากกับรายการหรือสื่อมวลชนประเภทที่เกี่ยวข้องกับข่าว ดังนั้น แนวคิดดังกล่าวจึงปรากฏชัดในสื่อมวลชนประเภทที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง ซึ่งการที่สื่อมวลชนพยายามส่งสารที่เกิดความขัดแย้งน้อยที่สุดและหลีกเลี่ยงการนำเสนอสิ่งใดก็ตามที่จะนำไปสู่ความโต้แย้ง ถือเป็นการทำตนให้บริสุทธิ์ด้วยการนำเสนอแต่ค่านิยมที่ปรากฏอยู่ในสังคมซึ่งไม่มีผู้ชมคนใดขัดแย้ง ดังที่ Klapper เรียกว่าเป็น "Monopoly Propaganda Position" อันเชื่อกันว่าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดวิธีหนึ่งในการส่งสารถึงผู้รับสาร ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า ด้วยลักษณะเชิงเศรษฐกิจเสรีนิยมที่สื่อมวลชนจะต้องได้รับผลตอบแทนเชิงพาณิชย์ จึงทำให้สื่อมวลชนเล่นบทบาทในการเสริมแรงทัศนคติที่ปรากฏทางสังคมมากกว่าที่จะไปสร้างใหม่หรือไปเปลี่ยนทัศนคติเดิมที่สั่งสมมาได้

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าตามแนวคิดของ Klapper สื่อมวลชนได้ปฏิบัติตนเองเป็นแหล่งเสริมแรงแนวคิดของบุคคลมากกว่าที่จะต้านแรง โดยอิทธิพลในการเสริมแรงของสื่อมวลชนนี้ได้รับการช่วยเหลือจากปัจจัยและสถานการณ์ทางการสื่อสารเป็นพิเศษ อันได้แก่ปัจจัยทั้ง 5 ประการที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว สำหรับในส่วนต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้เช่นกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ค) ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Albert Bandura (1977) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการอธิบายกระบวนการการเรียนรู้ทางสังคมของมนุษย์ ซึ่งการเรียนรู้นี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ ๆ ได้แก่ การเรียนรู้จากผลของการกระทำ และการเรียนรู้จากการสังเกต ที่เกี่ยวข้อง

ข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสภาพแวดล้อม ซึ่งการเรียนรู้แต่ละรูปแบบมีลักษณะที่ต่างกันไป ดังนี้

1. การเรียนรู้จากผลของการกระทำ (Learning by Response Consequences) ซึ่งเป็นแบบพื้นฐานของการเรียนรู้ที่มีรากฐานมาจากประสบการณ์โดยตรงรูปแบบของพฤติกรรมที่เป็นผลสำเร็จจะถูกเลือกมาใช้ต่อไป พฤติกรรมที่พิจารณาว่าไม่มีประสิทธิภาพก็ถูกละทิ้งหรือเลิกไป ซึ่งผลการกระทำนี้ปรากฏในฐานะของข่าวสาร ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นต่อสิ่งที่บุคคลคาดหวังว่าจะได้รับหรือให้ความสำคัญ และเป็นสิ่งที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องขึ้นอีกเมื่อบุคคลพอใจกับสิ่งที่ได้รับกลับมา
2. การเรียนรู้จากตัวแบบ (Learning through Modeling) เนื่องจากข้อจำกัดในการเรียนรู้โดยประสบการณ์ตรง เพราะสิ่งที่จะต้องเรียนรู้มีมากเกินไปและโอกาสของผู้เรียนจะอำนวย หรือผลของการกระทำบางอย่าง อาจเป็นอันตราย ถ้าจะต้องเรียนด้วยตนเอง ทั้งรูปและผลอันเกิดจากการกระทำที่บุคคลที่เป็นแบบนั้นได้รับ ซึ่งการเรียนรู้จากตัวแบบนี้เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ทางการสังเกต (Observational Learning) อย่างแน่นอน

ทั้งนี้ ผลที่ได้จากการแสดงพฤติกรรมเหล่านี้มีบทบาทหลายอย่าง ประการแรกคือช่วยในการสื่อสารข้อมูล ประการที่สอง คือ ช่วยทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นจิตใจ และช่วยให้เกิดการสนับสนุนเสริมแรงให้เกิดพฤติกรรมเช่นนั้นอีก ทั้งนี้ ลักษณะเด่นของทฤษฎีนี้ คือ การอธิบายเกี่ยวกับการเกิดพฤติกรรม (behavior) ของบุคคลแต่ละคนว่ามีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับปัจจัยอื่น ๆ อีก 2 ตัว คือ สภาพแวดล้อม (environment) และตัวบุคคล (person) ปฏิสัมพันธ์ต่อกันระหว่างปัจจัย 3 ตัว คือ ตัวบุคคล ซึ่งหมายรวมถึง ความสามารถทางกายภาพ ทักษะ สติปัญญา ความรู้ ความคิด บุคลิกภาพ สภาพจิตใจและอารมณ์ ความรู้สึก ประสบการณ์ และทุกสิ่งทุกอย่างที่ประกอบกันขึ้นเป็นบุคคล ส่วนปัจจัยที่สองก็คือ พฤติกรรมที่แสดงออกมาของแต่ละบุคคล อันเป็นผลมาจากลักษณะทางตัวบุคคลและจากสภาพแวดล้อม ส่วนปัจจัยตัวสุดท้าย คือ สถาน

การณืแวดล้อม หรือสภาพเหตุการณ์และสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ล้อมรอบ ซึ่งอาจมีอิทธิพลทางด้านภาวะจิตใจและกายภาพแก่ตัวบุคคล และต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

ตามทฤษฎีนี้ การเลียนแบบ (Imitation) นับเป็นหนทางหนึ่งที่จะนำไปสู่การเรียนรู้โดยการมีประสบการณ์ร่วมกับบุคคลที่เป็นตัวแบบ หรือเหตุการณ์ใด ๆ ด้วยการเรียนรู้แบบเชื่อมโยงจากสิ่งทีบุคคลนั้นมีประสบการณ์ หรือสังเกตเห็นทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม (Observational Learning) หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งก็คือ เป็นการเรียนรู้โดยถือเป็นแบบตัวอย่างจากบุคคลอื่น โดยบุคคลที่เรียนรู้้นทำหน้าที่เป็นผู้สังเกต โดยกระบวนการของการเรียนรู้ทางสังคมที่ผ่านทางการสังเกต (Observational Learning) ตามทฤษฎีนี้ ประกอบด้วยขั้นตอนของการเรียนรู้ที่สำคัญ 4 ระยะ คือ

ก) ระยะของการเรียนรู้โดยการสร้างความสนใจ (Attentional Processes) โดยมีองค์ประกอบหลักที่เกี่ยวข้องกันอยู่ 2 ประการ คือ สิ่งเร้าที่เป็นตัวแบบ (Modeling Stimuli) กับบุคลิกภาพของผู้รับสาร (Characters of Modeling) สิ่งเร้าที่ทำหน้าที่เป็นตัวแบบอาจแยกประเภทออกได้เป็นหลายระดับ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแข็งแกร่งของแรงจูงใจ และความสนใจที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มาน้อยแค่นั้น โดยความเกี่ยวพันกันระหว่างสิ่งเร้า นั้นกับสภาพแวดล้อม ด้วยเหตุนี้การที่ตัวแบบจะเป็นที่สนใจหรือให้แรงจูงใจในการเลียนแบบหรือไม่ ก็ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรมที่แสดงเป็นตัวแบบอย่างนั้น ตามทฤษฎีนี้สารที่จะเรียกร้องความสนใจได้ดี ควรมีลักษณะสำคัญอย่างน้อย 3 ประการคือ ความแปลกใหม่ ความเด่น และความซับซ้อน นั่นคือ สารนั้นจะต้องไม่เรียบง่ายจนเกินไป แต่อาจมีการปรุงแต่งให้ดูแปลกไปจากเหตุการณ์ตามปกติหรือมีปมปัญหาให้ผู้รับสารเก็บไปขบคิดบ้าง ซึ่งสารที่มีลักษณะดังกล่าวจะเป็นที่ดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าสารที่มีความเรียบง่าย หรือมีความเป็นธรรมดาเกินไป ยิ่งถ้าเป็นแบบอย่างที่ยอมรับกันทั่วไป ก็ย่อมมีโอกาสที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมตามตัวแบบมากขึ้น

ข) ระยะของการรำลึกจดจำ (Retention Processes) นับเป็นกระบวนการสำคัญในการที่ผู้รับสารเลือกสังเกต จดจำจากตัวแบบ โดยเฉพาะเมื่อตัวแบบอย่างนั้นให้แรงจูงใจอย่างสูงแก่ผู้รับสาร การเก็บบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับตัวแบบอย่างเข้าสู่ความทรงจำนี้เป็นไปโดยอาศัยระบบการสร้างตัวแทนทางสัญลักษณ์ (Representational Systems) ซึ่งประกอบด้วยระบบย่อยต่าง ๆ เช่น ระบบของการสร้างจินตนาการ หรือการจดจำลำดับภาพของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้ด้วยกัน ซึ่งจะช่วยให้บุคคลนั้นสามารถระลึกถึง หรือเรียกข้อมูลที่เก็บไว้มาใช้ได้ทันที

เมื่อประสบกับเหตุการณ์ที่มีลักษณะบางอย่างใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกับสิ่งที่ได้เคยเห็นมาก่อน เช่น การใช้ภาพโปสเตอร์ หรือการแจกแผ่นพับ ซึ่งสื่อประเภทมิติเดียว เพื่อใช้เป็นสื่อนำตัวแรกในการก่อให้เกิดการรับรู้เบื้องต้น ที่จะช่วยส่งผลต่อการรับรู้ จดจำในการรับสารในเรื่องเดียวกันนี้ในขั้นตอนอื่น ๆ ต่อไป

สำหรับระบบย่อยอีกระบบหนึ่งในกระบวนการจดจำคือ ระบบการใช้วจนภาษา ซึ่งมีความละเอียดซับซ้อนเกี่ยวข้องกับเรื่องของสัญลักษณ์ และเครื่องหมายต่าง ๆ เพื่อถ่ายทอดข้อมูลที่ได้เปิดรับให้อยู่ในรูปของภาษาพูด หรือภาษาเขียนและช่วยให้กระบวนการในการจดจำเป็นไปอย่างมีระบบมากยิ่งขึ้น สามารถเรียกเอามาทบทวนชักซ้อมเหตุการณ์ หรือนำเอาแบบแผนพฤติกรรมของตัวแบบอย่างทีจดจำให้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเมื่อภาษา สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายในสารนั้นออกแบบให้ง่ายต่อการจดจำ และเมื่อผู้รับสารได้ผ่านระยะของการเปิดรับ และการแปรรูปสารนั้นให้เป็นตัวแทนทางสัญลักษณ์ที่เก็บบันทึกไว้ในความทรงจำแล้ว ก็ จะเกิดความพร้อมที่จะเข้าสู่ขั้นตอนต่อไป

ค) ระยะของการสร้างพฤติกรรม (Motor Reproduction Processes) คือ การแปลงตัวแทนทางสัญลักษณ์ในความทรงจำนั้นออกมาเป็นการกระทำที่เห็นว่าเหมาะสม ซึ่งการกระทำของบุคคลสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบของพฤติกรรมที่สังเกตมาจากตัวแบบเป็นพฤติกรรมที่มีแบบแผนใหม่หรือที่แตกต่างไปจากต้นแบบ ทั้งนี้การแสดงพฤติกรรมครั้งแรกมักเกิดความผิดพลาดขึ้น ซึ่งบุคคลจะต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจกับความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องนั้น เพื่อที่จะได้เรียนรู้และนำประสบการณ์นั้นมาปรับให้เข้ากับตนเองหรือให้เป็นไปตามที่ตนเองมุ่งหวัง

ง) ระยะของการจูงใจและการเสริมแรง (Motivation and Reinforcement Processes) ระยะการจูงใจและการเสริมแรงนี้เกี่ยวข้องกับการที่บุคคลจะไม่กระทำทุกสิ่งทุกอย่างที่ได้เรียนรู้ออกไปทั้งหมด การสังเกตผลลัพธ์ที่ตนเองได้รับจากการกระทำมีอิทธิพลต่อการเลียนแบบพฤติกรรมของบุคคล โดยบุคคลมีแนวโน้มว่าจะแสดงพฤติกรรมที่ดูเหมือนจะนำไปใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพหรือสร้างผลลัพธ์ที่พึงพอใจตามที่คาดหวังมากกว่าการแสดงพฤติกรรมที่เห็นว่านำไปสู่ผลลัพธ์ในทางลบ

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคมของ Bandura ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าการเรียนรู้ทางสังคมของบุคคลมีความเกี่ยวข้องกับการสังเกตตัวแบบและผลที่ได้รับจากการ

กระทำของตนเอง ซึ่งพบว่าสามารถนำไปอธิบายสิ่งที่ปรากฏในการวิจัยได้ โดยแนวคิดที่เกี่ยวข้องที่จะได้นำเสนอในลำดับต่อไป ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับวิธีวิจัยแบบการสนทนากลุ่ม ซึ่งเป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ค) แนวคิดเกี่ยวกับวิธีวิจัยแบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview)

ก. แนวคิดและความเป็นมาของการสนทนากลุ่ม

การสนทนากลุ่มเป็นวิธีวิจัยรูปแบบหนึ่งของการวิจัยเชิงคุณภาพ มีลักษณะโดยทั่วไปเป็นการสัมภาษณ์กลุ่ม โดยไม่ได้มุ่งเน้นว่า จะต้องเป็นการตอบโต้ระหว่างคำถามของผู้วิจัยกับคำตอบของผู้ร่วมสนทนากลุ่มเท่านั้น แต่เน้นไปที่ปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่ม การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันภายในกลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาและผู้วิจัย ตามหัวข้อของการสนทนาที่ตั้งขึ้นโดยผู้วิจัย จุดเด่นของการสนทนากลุ่มคือ ประโยชน์ที่เด่นชัดของปฏิสัมพันธ์กลุ่มที่สร้างข้อมูลและความเข้าใจในแนวคิด ซึ่งผู้วิจัยอาจขาดข้อมูลที่สำคัญส่วนนี้ไป หากไม่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นภายในกลุ่มได้ (Morgan, 1997: 2)

การสนทนากลุ่มมีวิวัฒนาการมาจากการสนทนากลุ่มย่อยของนักวิจัยเชิงคุณภาพกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยทั่วไป ซึ่งแต่เดิม การที่นักวิจัยจะเข้าไปนั่งคุยสนทนากับกลุ่มประชากรที่ตนสนใจศึกษานั้น ต้องใช้เวลาเป็นแรมเดือนหรือแรมปีในการใช้ชีวิตในชุมชน เพื่อสร้างความสนิทสนมคุ้นเคยแล้วจึงค่อยแทรกคำถามไปที่ละเล็กละน้อย และเมื่อสนิทสนมมากขึ้นเรื่อยๆ ก็จะสามารถไปนั่งคุยหรือนั่งถามที่จุดไหนก็ได้ภายในชุมชน ทว่า กลุ่มนักวิจัยทางสังคมศาสตร์และนักวิจัยทางธุรกิจการตลาดพิจารณาแล้วว่า วิธีการรวบรวมข้อมูลดังกล่าวนี้ใช้เวลาในการศึกษามาก เพราะต้องใช้เวลาไปกับการทำความรู้จักชุมชนและกลุ่มคนก่อน จากนั้นจึงทำการซักถามและเจาะประเด็นข้อมูลซึ่งใช้เวลามาก สิ้นเปลืองงบประมาณสูง และบางครั้งอาจจะไม่ค้นพบคำตอบที่ต้องการก็เป็นได้ เพราะคนที่เข้าไปศึกษาอาจไม่ใช่กลุ่มคนที่เป็นเป้าหมายการวิจัยที่แท้จริงก็ได้ ดังนั้น กลุ่มนักวิจัยทางสังคมศาสตร์และนักวิจัยทางธุรกิจการตลาด จึงได้คิดวิธีการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพขึ้นมาอีกหนึ่งวิธี ซึ่งเป็นการนำรูปแบบของการนั่งสนทนากันตามธรรมชาติมาปรับใช้ โดยมีเงื่อนไขในการกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล หรือผู้ที่เข้าร่วมกลุ่มสนทนา ด้วยการ

สร้างหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคนเข้ากลุ่ม ไม่ใช่ว่าจะนั่งสนทนากับใครที่ไหนก็ได้ ซึ่งหลักเกณฑ์นั้นขึ้นอยู่กับเรื่องที่ต้องการศึกษา ว่าเกี่ยวข้องกับคนกลุ่มไหน สนทนากับใครแล้วจึงจะได้คำตอบและข้อเท็จจริงมากที่สุด นอกจากการกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยยังต้องกำหนดเวลาและสถานที่ในการสนทนาที่เหมาะสม รวมไปถึงการสร้างบรรยากาศในการสนทนาที่เป็นกันเองที่สุด (วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์ และโยธิน แสงดี, 2536:1-2)

นอกจากประเด็นเรื่องการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายและการเสียเวลาที่เกิดขึ้นในการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย สิ่งหนึ่งที่ทำให้นักสังคมศาสตร์ต้องมองหาวิธีการสัมภาษณ์แบบใหม่ๆ คือ ความไม่แน่ใจว่าวิธีการสอบถามแบบเดิมจะทำให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง เช่น การคิดคำตอบไว้ล่วงหน้าของแบบสอบถามปลายปิด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะถูกจำกัดโดยตัวเลือกที่กำหนดมาให้ และอาจไม่มีความสนใจที่จะตอบคำถาม ในทางตรงกันข้าม การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ด้วยการใช้คำถามปลายเปิดนั้น ให้ออกาสผู้ตอบแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนทัศนคติและประสบการณ์อย่างกว้างขวาง นักสังคมศาสตร์จึงพยายามหาวิธีที่ไม่เน้นการเข้าไปมีบทบาทหรือการควบคุมโดยตรงของผู้สัมภาษณ์ แต่ให้ความสำคัญกับผู้ตอบคำถามมากกว่า (Krueger, 1994: 7)

การสนทนากลุ่ม หรือ Focus groups จึงถือกำเนิดขึ้นในปลายทศวรรษที่ 1930 และได้รับความนิยมใช้อย่างแพร่หลายในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะความนิยมใช้การสนทนากลุ่มในการวิจัยทางการตลาด เพราะการสนทนาช่วยให้ทั้งเจ้าของสินค้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้ามีความเข้าใจในความคิดของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง และในระยะหลัง การสนทนากลุ่มได้เริ่มมีบทบาทที่สำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในกลุ่มนักสังคมศาสตร์ นักวิเคราะห์และนักวางแผนงาน ตลอดจนนักการศึกษาต่างๆ ในการหาข้อมูลและการอธิบายว่าประชาชนได้รับประสบการณ์ หรือมีความคิดเห็นอย่างไรต่อประเด็นปัญหาหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่หยิบยกขึ้นมาศึกษา ซึ่งในการวิจัยเชิงปริมาณไม่สามารถให้คำตอบเหล่านี้ได้ เพราะในการทำวิจัยเชิงปริมาณ จะมีการตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับธรรมชาติของความจริงและแนวโน้มความเชื่อของคนในสังคม มีการคาดเดาคำตอบไว้ล่วงหน้า อาศัยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งการวิจัยด้วยวิธีเหล่านี้ให้คำตอบในสิ่งที่เราต้องการศึกษาตามข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่สามารถสร้างความเข้าใจเบื้องต้นถึง การมีประสบการณ์ของมนุษย์ และไม่สามารถทำให้เราเห็นความจริงจากมุมมองของผู้ตอบได้

ดังนั้น การสนทนากลุ่มจึงมีประโยชน์มากในกรณีที่งานวิจัยต้องการข้อมูลที่เจาะลึก เพราะสามารถทำให้เห็นถึงแนวโน้มของมนุษย์ในเรื่องที่เกี่ยวกับทัศนคติและการรับรู้ ซึ่งเกี่ยวข้อง

กับแนวคิด สินค้าและบริการ หรือโครงการต่างๆที่สร้างขึ้น ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างไรก็ตาม การสนทนากลุ่มมีลักษณะเฉพาะ ประโยชน์และข้อจำกัดดังที่จะกล่าวถึงในลำดับต่อไป

ข. ลักษณะเฉพาะ ประโยชน์ และข้อจำกัดของการสนทนากลุ่ม

ลักษณะเฉพาะของการสนทนากลุ่ม

Krueger (1994: 16-27) ได้กล่าวอ้างถึงลักษณะเด่นเฉพาะตัวของการสนทนากลุ่มไว้ว่า จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการผสมผสานเข้าด้วยกัน คือ 1) เกี่ยวข้องกับ "คน" 2) ซึ่งจัดให้มีการรวมกลุ่มหลายกลุ่ม 3) โดยคนภายในกลุ่มแต่ละกลุ่ม มีลักษณะคล้ายคลึงกันบางอย่าง 4) และเป็นผู้ให้ข้อมูล 5) ในเชิงคุณภาพ 6) ในการร่วมประชุม หรืออภิปรายประเด็นใดประเด็นหนึ่ง

1) ความเกี่ยวข้องกับคน

โดยทั่วไป จำนวนคนในการสนทนากลุ่มจะประกอบด้วยคน 6-10 คน หรือ บางครั้งอาจมีเพียง 4 คน หรือมากได้ถึง 12 คน ซึ่งปริมาณคนจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ก) ต้องมีขนาดเล็กพอที่คนแต่ละคนในกลุ่มมีโอกาสในการแสดงความคิดเห็น ข) แต่ก็ต้องใหญ่พอควร ให้มีการกระจายทางความคิดเห็นได้หลากหลาย แต่หากกลุ่มที่จัดไว้ใหญ่เกินไป จะทำให้มีความแตกแยกทางประเด็นมาก และผู้เข้าร่วมกลุ่มจะไม่มีโอกาสแสดงความคิดเห็นได้ครบทุกคน ในขณะที่หากกลุ่มที่จัดเล็กเกินไป ความคิดเห็นที่ได้ อาจไม่หลากหลายและคล้อยตามกันเกินไป เนื่องจากขาดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสนทนา

2) การจัดกลุ่มหลายกลุ่ม

การจัดทำสนทนากลุ่มไม่ควรทำเพียงกลุ่มเดียว เพราะหากเลือกทำเพียงกลุ่มเดียวอาจไม่ปรากฏข้อมูลที่ชัดเจน และหากผู้วิจัยเผชิญกับกลุ่มที่ไม่ให้ความร่วมมือ ข้อมูลที่ได้ก็จะไร้ประโยชน์ ผู้วิจัยควรจัดการสนทนากลุ่มขึ้นหลายกลุ่ม ในหัวเรื่องเดียวกัน เพื่อใช้ตรวจสอบผลและดูแนวโน้มที่เกิดขึ้นในแต่ละกลุ่ม และเพื่อเป็นการป้องกันอิทธิพลทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกที่อาจเกิดทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ผิดปกติก่อนได้

3) ความคล้ายคลึงกันภายในกลุ่ม แต่ต้องไม่คุ้นเคยกัน

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจะต้องประกอบด้วยคนที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยลักษณะเฉพาะที่คล้ายคลึงกันนี้ ผู้วิจัยสามารถตัดสินใจโดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ในการศึกษา และถือเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการคัดเลือกคน ซึ่งผู้วิจัยสามารถให้คำนิยามความคล้ายคลึงนี้ได้ทั้งในมุมมองกว้างและแคบ สิ่งที่สำคัญก็คือ ผู้วิจัยต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายของการวิจัยของตนคือใคร และเลือกผู้เข้าร่วมกลุ่มตามคุณลักษณะที่ตั้งไว้เหล่านั้น อย่างไรก็ตาม ในบางครั้ง การเลือกคนให้มีความแตกต่างกันภายในกลุ่มก็สามารถทำได้เมื่อผู้วิจัยต้องการศึกษาข้อมูลจากการมีปฏิสัมพันธ์ของบุคคลที่มีลักษณะต่างกัน

การสนทนากลุ่มแบบดั้งเดิม จะประกอบด้วยคนเข้าร่วมที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน แต่ไม่นานมานี้ เริ่มมีคำถามเกิดขึ้นว่า การหาผู้เข้าร่วมกลุ่มโดยที่ไม่รู้จักกันมาก่อนเลยแม้แต่น้อย เป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้เลยสำหรับบางชุมชน ดังนั้น ข้อควรระวังในประเด็นนี้ จึงปรับเปลี่ยนไปว่า ผู้เข้าร่วมกลุ่มไม่ควรเป็นคนที่คุ้นเคยกัน อย่างเช่น กลุ่มเพื่อนสนิท สมาชิกในครอบครัวเดียวกัน หรือเป็นญาติกัน หรือทำงานที่เดียวกัน เพราะคนกลุ่มนี้อาจจะใช้ประสบการณ์ในอดีตร่วมกันมาเกี่ยวข้อง แทนที่จะสนทนาในขอบเขตหรือประเด็นที่กำหนด นอกจากนี้ผู้สัมภาษณ์(นักวิจัย) และผู้เข้าร่วมกลุ่มเอง ก็ไม่ควรรู้จักหรือมีความสนิทสนมกันเป็นส่วนตัวมาก่อน เพราะจะทำให้ผู้สัมภาษณ์ขาดความเป็นกลาง รวมทั้งอิทธิพลจากความสัมพันธ์ที่อาจมีผลต่อคำตอบหรือการอภิปรายในครั้งนั้นได้

4) การสนทนากลุ่มเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสนทนากลุ่มเป็นวิธีการหนึ่งเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ผู้วิจัยสนใจ ซึ่งต่างจากการมีปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มด้วยวิธีอื่น เพราะการประชุมกลุ่มโดยทั่วไป มีจุดประสงค์ในการได้ข้อสรุป การแสวงหาคำแนะนำ หรือความต้องการตัดสินใจเพื่อให้ได้ข้อสรุปร่วมกัน (Agreeable Solution) หรือความคิดเห็นร่วมกัน (Concensus) ส่วนเทคนิคการระดมสมอง (Brainstroming Techniques) นั้น มีความคล้ายคลึงกับการสนทนากลุ่มในความเปิดกว้างและการมีเสรีภาพทางความคิด แต่การระดมสมองมุ่งไปที่การสรุปรวบรวมความคิดเห็นเพื่อการแก้ปัญหาที่เฉพาะเจาะจงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อันเป็นการค้นหาข้อสรุปที่เหมาะสม ขณะที่การสนทนากลุ่มจะสนใจการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ใช้สินค้า โดยเฉพาะจุดประสงค์ในการศึกษาด้านการรับรู้ความรู้สึก ลักษณะและวิถีคิดของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า บริการ โอกาสทางการตลาด หรือประเด็นทางการศึกษาที่มี

5) สร้างความเข้าใจเบื้องต้นเชิงคุณภาพ

การสนทนากลุ่มช่วยให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้ ความคิดเห็นของผู้ร่วมกลุ่มสนทนาด้วยคำถามปลายเปิด ผู้สนทนาสามารถแสดงท่าทีโต้ตอบกันได้ และผู้วิจัยเองก็สามารถสังเกตการโต้ตอบระหว่างผู้สนทนาอย่างใกล้ชิด การสนทนากลุ่มมีจิตสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติมากกว่าการสัมภาษณ์ส่วนตัว (Individual Interview) เพราะผู้เข้าร่วมสนทนาสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น มีอิทธิพลต่อผู้อื่น หรือในทางกลับกัน ผู้อื่นก็สามารถมีอิทธิพลต่อตนเองได้ เหมือนอย่างในชีวิตจริง ขณะที่ผู้วิจัยหรือผู้สัมภาษณ์ทำหน้าที่อื่นๆ เช่น การกำกับดูแล การฟัง การสังเกต และการวิเคราะห์ด้วยการใช้วิธีอุปนัย (Inductive) เพื่อทำความเข้าใจกับสิ่งที่ปรากฏในการสนทนากลุ่ม แทนที่จะเป็นการทดสอบหรือสนับสนุนข้อสมมติฐาน

6) เน้นการอภิปรายอย่างมีประเด็น

การสนทนากลุ่มจะต้องมีการจัดเตรียมหัวข้อการสนทนาให้อย่างรอบคอบ และจัดอย่างเป็นระบบระเบียบ มีการเรียงลำดับก่อนหลัง อย่างไรก็ตาม การเรียงลำดับคำถามในบางครั้งก็

ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในระหว่างการสนทนากลุ่มด้วย ต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์ และ ประเด็นในการศึกษาอย่างถี่ถ้วน เพื่อทำความเข้าใจบริบทและส่วนประกอบของประสบการณ์ที่ เกี่ยวข้อง คำถามจะต้องเข้าใจได้โดยง่าย และเป็นเหตุเป็นผล ผู้สัมภาษณ์จะใช้คำถามที่เตรียม ไว้เป็นคำถามปลายเปิด และคำถามต่อไปต้องมีความระมัดระวังในการถาม ด้วยการพิจารณา หรือประเมินคำตอบหรือปฏิกิริยาตอบโต้ของผู้ร่วมสนทนาก่อน

นอกจากนี้ แนวคำถามต้องจัดไว้อย่างไม่ซับซ้อน ไม่สับสน เรียงลำดับเหตุการณ์ได้ดี และที่สำคัญต้องไม่มีแรงกดดันให้ตอบจากผู้สัมภาษณ์ เพื่อให้กลุ่มแสดงความคิดเห็นให้ตรงกัน แต่ ผู้สัมภาษณ์ต้องให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจกระบวนการคิดของผู้ร่วมสนทนา ระหว่าง กำลังพิจารณาประเด็นของการอภิปราย

ประโยชน์และข้อจำกัดของการสนทนากลุ่ม (Krueger, Richard A., 1994: 34-37)

ประโยชน์ของการสนทนากลุ่ม

1) การสนทนากลุ่มเป็นวิธีวิจัยที่มุ่งการศึกษาเกี่ยวกับสังคม

เพราะมนุษย์เป็นสังคมที่มีปฏิสัมพันธ์และอิทธิพลซึ่งกันและกัน มนุษย์จะมีการตัดสินใจ หลังจากที่ได้พิจารณาความคิดเห็นของผู้อื่น การสนทนากลุ่มจะมีการควบคุมสภาพแวดล้อมให้ ใกล้เคียงธรรมชาติหรือสถานการณ์ที่ปกติในชีวิตจริงให้มากที่สุด ซึ่งต่างจากการวิจัยแบบทดลอง ในระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ หรือการสัมภาษณ์ทีละคน ซึ่งไม่สามารถได้ข้อมูลการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มได้ โดยการสนทนากลุ่มได้รวมเอาจุดแข็งของวิธีวิจัยเชิง คุณภาพอื่นๆ ที่ให้ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมในการสัมภาษณ์ และทำให้สามารถศึกษาสิ่งที่สนใจ เกี่ยวกับทัศนคติและประสบการณ์ได้

2) การสนทนากลุ่มเป็นวิธีวิจัยที่เอื้อให้ผู้วิจัยหรือผู้สัมภาษณ์สามารถพิสูจน์ข้อมูลได้

เนื่องจากการสนทนากลุ่มมีความยืดหยุ่น เมื่อผู้วิจัยพบประเด็นที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ผู้วิจัยสามารถสอบถามและพิสูจน์ข้อมูลที่ได้รับการสนทนาได้ทันที ซึ่งสิ่งนี้จะทำไม่ได้เลยหากเป็นคำถามที่ใช้สอบถามทางไปรษณีย์

3) การสนทนากลุ่มมีความเที่ยงตรงเฉพาะหน้าสูง

โดยทั่วไป วิธีพื้นฐานที่มักใช้ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของงานวิจัย คือ ความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face Validity) และความเที่ยงตรงในการทำนาย (Predictive Validity) โดยปกติการสนทนากลุ่มมีความเที่ยงตรงเฉพาะหน้าสูง เนื่องจากในการวิจัยส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงความคิดเห็นที่เชื่อถือได้ จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันในกลุ่มสนทนา และในขณะที่ผู้เข้าร่วมสนทนาแสดงความคิดเห็นอยู่นั้น ผู้วิจัยสามารถสังเกตและติดตามได้ง่ายว่า คำตอบตรงประเด็นที่ต้องการหรือไม่ ผลที่ได้รับก็เข้าใจได้ง่าย ไม่ใช่การแสดงตัวเลข สถิติ หรือแผนภูมิ

4) การสนทนากลุ่มมีค่าใช้จ่ายต่ำ เมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ

แม้ว่า ในบางกรณีการสนทนากลุ่มอาจต้องใช้เวลาจำนวนมาก แต่เมื่อเทียบกับการวิจัยวิธีอื่น อาทิ การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ทั่วประเทศ ด้วยงบประมาณที่เท่ากัน สิ่งที่ได้รับจากการสนทนากลุ่มอาจคุ้มค่ามากกว่า

5) การสนทนากลุ่มให้ผลอย่างรวดเร็ว

ในกรณีที่ต้องการข้อมูลอย่างเร่งด่วน ผู้วิจัย หรือผู้สัมภาษณ์ที่มีความชำนาญสามารถทำการสนทนากลุ่มได้ 3-4 กลุ่ม พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลและเตรียมทำรายงานได้เสร็จภายในเวลาเพียงหนึ่งสัปดาห์ เมื่อเปรียบเทียบกับวิธีอื่นที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติที่จะใช้เวลานานกว่ามาก

6) การสนทนากลุ่มช่วยให้นักวิจัยสามารถขยายกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ

โดยทั่วไป การวิจัยเชิงคุณภาพมีข้อจำกัดในเรื่องขนาดของกลุ่มตัวอย่าง อันเนื่องมาจากปัญหาเรื่องเวลาและค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะในการสัมภาษณ์ทีละคน การสนทนากลุ่มช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้โดยไม่ต้องเสียเวลาเพิ่มมากนัก

ข้อจำกัดในการสนทนากลุ่ม

1) ผู้วิจัยสามารถควบคุมกลุ่มสนทนาได้น้อยกว่า

เมื่อเทียบกับการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล การสนทนากลุ่มเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสนทนาได้แสดงความคิดเห็น และมีปฏิสัมพันธ์กันภายในกลุ่มมาก ซึ่งอาจทำให้เกิดการถกเถียงกันนอกประเด็นหรืออ้อมไปอ้อมมา ยากต่อการควบคุมให้อยู่ในกรอบคำถาม ผู้วิจัยต้องสามารถควบคุมและดึงประเด็นการอภิปรายมายังเรื่องที่ต้องการให้ได้

2) ความยากในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

เนื่องจากในการสนทนากลุ่ม การแสดงความคิดเห็นของผู้ร่วมสนทนาจะมีเรื่องราวของสภาพแวดล้อมทางสังคมมาเกี่ยวข้องด้วย การตีความและวิเคราะห์ความคิดเห็นใดๆ ต้องคำนึงถึงบริบท สถานการณ์ ที่มาที่ไปของความคิดเห็นอย่างรอบคอบโดยไม่รีบด่วนสรุป บางครั้งผู้เข้าร่วมสนทนาอาจมีการปรับจุดยืนภายหลังจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้

3) ผู้วิจัยหรือผู้นำการสนทนากลุ่มต้องมีการฝึกฝนและทักษะ

การตั้งคำถามของการสนทนากลุ่มเป็นคำถามปลายเปิด ผู้นำกลุ่มสนทนาจึงควรเป็นผู้ได้รับการฝึกฝน และมีความรู้ความเข้าใจในประเด็นที่ถาม มีทักษะในการโต้ตอบ และควบคุมการสนทนาและมีไหวพริบดี รู้จังหวะในการถามว่าเมื่อใดควรถามต่อ หรือชักในประเด็นใด และเมื่อใดที่ควรหยุด และต้องรู้ว่าเมื่อใดควรเปิดประเด็นใหม่

4) กลุ่มสนทนาแต่ละกลุ่มอาจมีความแตกต่างกันมาก

กลุ่มสนทนาแต่ละกลุ่มมีแนวโน้มที่จะมีลักษณะเฉพาะของกลุ่ม บางกลุ่มอาจกระตือรือร้น บางกลุ่มอาจเฉื่อยและไม่ค่อยแสดงความคิดเห็น ดังนั้น จึงต้องมีจำนวนกลุ่มที่มากพอที่จะทำให้เกิดความสมดุลระหว่างแต่ละกลุ่ม

5) ความลำบากในการรวบรวมคนเข้ากลุ่ม

เนื่องจากการสนทนาดังกล่าวจะกำหนดเวลาและสถานที่ในการสนทนาไว้ ทำให้ผู้ที่เข้าร่วมสนทนาต้องเดินทางไปยังสถานที่ที่กำหนด และตามเวลาที่ผู้วิจัยนัดหมายเพื่อแสดงความคิดเห็นและการรับรู้ร่วมกับผู้อื่น ทำให้การเชิญคนมาร่วมกลุ่มกันในบางครั้งทำได้ยากมาก

6) สถานที่และสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม

การสนทนาดังกล่าวต้องจัดขึ้นในสถานที่หรือสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการสนทนา ไม่ว่าจะในแง่ของความสะดวกหรือความรู้สึกสบายใจในการพูด องค์ประกอบนี้เป็นปัญหาที่พบได้บ่อย และบางครั้งผู้วิจัยต้องให้สิ่งจูงใจแก่ผู้ร่วมสนทนาด้วย ต่างกับการสัมภาษณ์รายบุคคลที่เน้นความสะดวกที่สุดให้ผู้ให้สัมภาษณ์

ค. การวางแผนกระบวนการวิจัย

การวางแผนเป็นขั้นตอนสำคัญที่จะชี้ว่าการสนทนาดังกล่าวในแต่ละครั้งจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ทั้งนี้ มีปัจจัยสามประการที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการวางแผน ได้แก่ (Morgan, 1997: 31-33)

- ปัจจัยเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical Issues) : โดยรวมเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (Invasion of Privacy) โดยเฉพาะในการสนทนาดังกล่าวที่มักต้อง

บันทึกเทปทั้งทางภาพและเสียงไว้เพื่อใช้ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสิ่งที่ได้ยินหรือได้ฟังเป็นเรื่องส่วนบุคคลที่นักวิจัยควรจำกัดการเข้าถึงหลักฐานและเอกสารไว้ในกลุ่มผู้วิจัยเท่านั้น ไม่ควรนำออกเปิดเผยสู่สาธารณะ และเป็นไปได้ ที่ในบางครั้งผู้ร่วมสนทนาอาจมีความไม่สะดวกใจในการสนทนาเรื่องบางเรื่อง หรือประเด็นบางประเด็นที่เป็นเรื่องส่วนตัวมากเกินไป โดยเฉพาะกับการสนทนาร่วมกลุ่มกับคนที่ไม่คุ้นเคย นักวิจัยจึงควรคำนึงถึงประเด็นนี้ด้วย

- ปัจจัยเกี่ยวกับงบประมาณ (Budget Issues) : เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงบประมาณ และค่าใช้จ่ายในการทำวิจัย ซึ่งค่าใช้จ่ายหลัก ได้แก่ ค่าจ้างผู้วิจัยหรือผู้นำกลุ่มสนทนามืออาชีพ การใช้จ่ายไปยังสถานที่ที่ทำวิจัย โดยเฉพาะในสถานที่ที่ห่างไกลมากๆ รวมทั้งค่าเช่าสถานที่ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม และอุปกรณ์การบันทึกเทป ซึ่งในบางกรณี เราสามารถลดค่าใช้จ่ายลงด้วยการจำกัดขอบเขตของงาน การงดจ้างผู้สัมภาษณ์ ซึ่งล้วนขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของคณะผู้วิจัย
- ปัจจัยเกี่ยวกับเวลา (Time Constraint) : ถึงแม้ว่า การสนทนากลุ่มจะมีข้อเด่นในเรื่องของการรวบรวมผลที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็วในกรณีเร่งด่วน ดังที่กล่าวถึงก่อนหน้านี้ แต่ความรีบร้อนมากเกินไป อาจทำให้การวิเคราะห์ไม่มีรายละเอียดมากนัก ที่สำคัญ ขั้นตอนในการวางแผนก่อนและหลังการจัดกลุ่มสนทนา เป็นขั้นตอนที่ต้องใช้เวลาพอสมควร ตั้งแต่การรวบรวมคนให้ได้คุณลักษณะตามต้องการ การกำหนดนัด การจัดกลุ่มสนทนาจริง การถอดความจากเทปและเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษร การวิเคราะห์และการเขียนรายงาน เหล่านี้ล้วนแต่ต้องใช้เวลา ประมาณ 3 – 6 เดือน หรือมากกว่า ที่สำคัญ ก็คือ ความพยายามที่ต้องทุ่มเทอย่างจริงจังของนักวิจัยต่อการสร้างและให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการ

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดปัญหาในการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยควรกำหนดวัตถุประสงค์อย่างสมเหตุสมผล กำหนดระยะเวลาการทำงานในแต่ละช่วง และการใช้งบประมาณในขั้นตอนของการวางแผน เราต้องพิจารณาทั้งวัตถุประสงค์การวิจัย ประโยชน์จากการวิจัย กลุ่มเป้าหมายของการวิจัย และทรัพยากรที่มี นำมารวบรวมเข้าด้วยกันและเขียนเป็นแผน แผน

งานที่ตีช่วยให้ทิศทางการวิจัยเด่นชัด และช่วยให้ผู้วิจัยบรรลุเป้าหมายได้ภายในเวลาและงบประมาณที่กำหนด

ขั้นตอนในการวางแผนกระบวนการวิจัย

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษา

แผนงานควรเริ่มที่การสะท้อนวัตถุประสงค์ของการศึกษาและจัดระเบียบความคิดต่างๆ อย่างสมเหตุสมผล เรียงตามลำดับสถานการณ์ กำหนดขอบเขตและลักษณะปัญหาที่มีอยู่อย่างถูกต้อง แล้วกำหนดเป็นวัตถุประสงค์การศึกษา เพื่อให้เป็นไปเป้าหมาย ข้อมูลพื้นฐานที่พึงมีได้แก่

- ทำไมจึงควรมีการศึกษาเรื่องนี้
- ข้อมูลประเภทใดที่จะได้รับการวิจัย
- ข้อมูลจากการวิจัยชนิดใดมีความสำคัญเป็นพิเศษ
- ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร
- ผู้ใดสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ได้บ้าง

2. การกำหนดระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสมกับลักษณะของปัญหา

สิ่งที่ต้องระวังคือ ผู้วิจัยไม่ควรเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยตามความถนัด หรือความสนใจของตนเอง การเลือกใช้การสนทนากลุ่มควรต้องให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และสิ่งที่ต้องการศึกษา และควรทบทวนข้อเด่นข้อด้อยในการใช้การสนทนากลุ่มเสียก่อน

เราควรใช้การวิจัยด้วยการสนทนากลุ่มเมื่อ

- ต้องการข้อมูลที่เป็นความเข้าใจ และความกระจ่างชัดในการศึกษา เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาเรื่องราวที่มีขอบเขตกว้าง หรือมีแหล่งข้อมูลน้อย
- ศึกษาถึงช่องว่างของการสื่อสาร หรือความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างคนในกลุ่ม
- ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่ซับซ้อน หรือเรื่องแรงจูงใจ
- สนใจความคิดเห็นที่ปรากฏจากกลุ่ม

- ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับเตรียมการวิจัยที่มีขอบเขตกว้าง
- สามารถใช้ประโยชน์ข้อมูลจากการตอบคำถามปลายเปิดของผู้ร่วมสนทนา

เราไม่ควรใช้การวิจัยด้วยการสนทนากลุ่มเมื่อ

- บรรยากาศในการทำวิจัยเต็มไปด้วยอารมณ์ และข้อมูลที่ได้ทำให้เกิดความขัดแย้งมากขึ้น
- ผู้วิจัยไม่สามารถควบคุมการสนทนาให้มีการยอมรับความคิดเห็นและคำวิพากษ์วิจารณ์จากผู้อื่นได้
- เมื่อต้องการข้อมูลหรือแผนงานทางสถิติ
- วิจัยอื่นๆ ให้ข้อมูลที่มีคุณภาพดีกว่าหรือมีวิธีอื่นที่ประหยัดมากกว่า
- ผู้ทำการวิจัยไม่สามารถเก็บข้อมูลที่อ่อนไหวไว้เป็นความลับได้

3. การกำหนดผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยต้องกำหนดขอบเขตการวิจัยให้ชัดเจนที่สุด และจัดผู้ให้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์การศึกษา โดยอาจพิจารณาจากองค์ประกอบทางประชากรต่างๆ เช่น รายได้ ที่อยู่ อาศัย อายุ เพศ ลักษณะเฉพาะกลุ่ม ครอบครัว อาชีพ การศึกษา เป็นต้น

4. การพูดคุยและรับฟังกับบุคคลซึ่งสามารถระบุกลุ่มเป้าหมาย

โดยทั่วไป ทำได้โดยการเข้าหาบุคคลที่มีลักษณะตรงกับกลุ่มเป้าหมาย หรือบุคคลที่สามารถเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายได้ดี โดยผู้วิจัยต้องอธิบายเรื่องที่ต้องการศึกษา และฟังความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งบุคคลเหล่านี้อาจให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ นำเชื่อถือที่ผู้วิจัยสามารถนำคำแนะนำมาเป็นทางเลือกในการเขียนแผนงานวิจัยต่อไป

5. การเลือกสถานที่จัดการสนทนากลุ่ม

การสนทนากลุ่มสามารถจัดในสถานที่ต่างๆได้ อาทิ ภัตตาคาร โรงแรม บ้าน อาคารของราชการ โดยคำนึงถึงความสะดวก ทำเลสบาย บ้านมีข้อเสียตรงที่คนอาจไม่รู้จักรว่าตั้งอยู่ที่

ไหน แต่มีข้อดีที่ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย สถานที่จัดสนทนากลุ่มควรเป็นที่ที่ไม่ถูกรบกวนจากภายนอก เป็นห้องที่เงียบสงบ ไม่มีหน้าต่างจำนวนมากหรืออยู่ใกล้ประตู ที่ทำให้ผู้สนทนาขาดสมาธิ มีสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ควรจัดเก้าอี้ให้ผู้ร่วมกลุ่มได้มองเห็นซึ่งกันและกัน และควรจะมีโต๊ะเพื่อช่วยไม่ให้ผู้ร่วมกลุ่มต้องคอยใส่ใจกับลักษณะทางกายภาพของตนหรือบุคคลอื่นมากนัก และควรคำนึงถึงความสะดวกในการใช้เครื่องมือต่างๆ อาทิ การบันทึกเสียง ด้วย

6. การเขียนรายละเอียดของแผนและงบประมาณ

ผู้วิจัยควรบรรยายลักษณะปัญหาและสิ่งที่จะดำเนินการ ระบุระเบียบวิธีที่ใช้ ปัญหาหรืออุปสรรคในการวิจัย กำหนดระยะเวลาในการดำเนินงานและงบประมาณ ทั้งนี้ในแผนงานควรประกอบด้วย วัน-เวลา ผู้รับผิดชอบ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และหมายเหตุ

ง. การถามคำถามในการสนทนากลุ่ม

คำถามที่มีคุณภาพจะนำไปสู่คำตอบที่มีคุณภาพเช่นกัน (Krueger, 1994: 53) คำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่มจึงต้องมีการคิดไว้ก่อนล่วงหน้า เพราะคำถามเป็นหัวใจของการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยควรเตรียมคำถามไว้ประมาณ 12 ข้อ ถ้าหากเราใช้คำถามเหล่านี้ในการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว คงใช้เวลาเพียงไม่กี่นาที แต่ในการทำกลุ่มสนทนานี้อาจต้องใช้เวลาหลายชั่วโมง เนื่องจากการสนทนากลุ่มจะมีการปฏิสัมพันธ์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่ม

ชนิดของคำถามในการสนทนากลุ่ม

1. คำถามเปิด (Opening Question) - เป็นคำถามเปิดการสนทนาอย่างง่ายๆ ให้ผู้ร่วมสนทนาใช้เวลา 10-20 วินาทีต่อคน จะทำให้รู้ลักษณะทั่วไปของผู้ร่วมสนทนา มักถามสิ่งที่เป็นจริงมากกว่าทัศนคติหรือความคิดเห็น
2. คำถามเกริ่นนำ (Introductory Question) - เป็นการแนะนำหัวข้อในการสนทนา และเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมสนทนาเล่าประสบการณ์ในอดีต และความเกี่ยวพัน

กับประเด็นปัญหา ช่วยสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนา

3. คำถามเชื่อม (Transition Question) - เป็นคำถามเพื่อนำการสนทนาไปสู่คำถามหลักในการศึกษา ให้ผู้ร่วมสนทนาเห็นประเด็นสำคัญในภาพที่กว้างขึ้น
4. คำถามหลัก (Key Question) - เป็นคำถามหลักที่ใช้ในการศึกษา ปกติจะมีเพียง 2-5 คำถามเท่านั้น
5. คำถามปิดท้าย (Ending Question) - เป็นคำถามที่นำไปสู่การเสร็จสิ้นการแสดงความคิดเห็น ช่วยให้ผู้เข้าร่วมได้ทบทวนความคิดเห็นของตนเอง รวมทั้งวิเคราะห์ใหม่อีกครั้ง มี 3 แบบ ได้แก่
 - 5.1) คำถามที่ให้พิจารณาทุกอย่างอีกครั้ง เป็นคำถามที่ให้ผู้ร่วมกลุ่มสรุปจุดยืนความคิดเห็นของตน
 - 5.2) คำถามสรุป โดยผู้สัมภาษณ์กล่าวสรุปคำถามหลักและขอความเห็นของที่ประชุมโดยรวม
 - 5.3) คำถามสุดท้าย เป็นคำถามที่ใช้ถามในตอนท้ายสุด โดยผู้สัมภาษณ์จะบอกวัตถุประสงค์ในการศึกษาอย่างสรุป และถามความคิดเห็นเพิ่มเติม

การพิจารณาเลือกหัวข้อนำประเด็น (Topic Guide) หรือ แนวคำถาม (Questioning Route)

การใช้หัวข้อนำประเด็น เป็นการเขียนเฉพาะหัวข้อหรือประเด็นที่ต้องการคำตอบ โดยผู้สัมภาษณ์หรือผู้ดำเนินการสนทนาจะจัดไว้เดือนตนเอง ว่าต้องการให้ครอบคลุม เหมาะสำหรับผู้อภิปรายที่มีความชำนาญ มีความเป็นธรรมชาติ ยืดหยุ่นได้ดี และควรเป็นผู้สัมภาษณ์ที่เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทุกกลุ่ม เพราะวิธีการถามเป็นวิธีการเฉพาะบุคคล ในการถามจะสามารถเปลี่ยนลักษณะของคำถามได้ เพราะหากเปลี่ยนผู้ดำเนินการสนทนาบ่อย ลักษณะของคำถามที่ไม่เหมือนกัน จะมีผลต่อการคำตอบที่ได้รับ และส่งผลต่อการวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วย

การใช้แนวคำถาม อาจต้องใช้เวลาในการเตรียมตัว เพื่อให้มีเนื้อหาที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ เป็นคำถามที่ได้รับการออกแบบ โดยเขียนเป็นประโยคที่สมบูรณ์ เหมาะสำหรับผู้

เริ่มต้นฝึกเป็นผู้ดำเนินการสนทนา หรือในการสนทนาดูแลที่มีผู้ดำเนินการสนทนาหลายคน เพื่อให้แนวคำถามเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นคำถามที่ตรงตามวัตถุประสงค์จริง

ศิลปะในการตั้งคำถาม

1. การใช้คำถามปลายเปิด ช่วยให้ผู้ตอบมีอิสระในการตอบคำถาม สะท้อนสิ่งที่อยู่ในใจของผู้ตอบ แต่คำถามปลายเปิดก็ควรมีการกำหนดขอบเขตของคำถามที่ชัดเจนและมีขอบข่ายของคำตอบที่แคบเข้า
2. หลีกเลี่ยงคำถามที่บังคับการตอบแบบ 2 ทาง เช่น "ใช่" หรือ "ไม่ใช่" เพราะคำถามประเภทนี้ไม่ช่วยในการดึงดูจิตใจให้คนแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
3. หลีกเลี่ยงคำถามประเภท "ทำไม" เพราะคำถามประเภทนี้เป็นคำถามที่ต้องการคำตอบเชิงเหตุผล ที่สามารถเลือกตอบได้หลายมิติ และบางครั้งผู้ตอบมักจะใช้กลไกป้องกันตนเอง โดยเลือกสนับสนุนประเด็นที่คนส่วนใหญ่เลือก
4. อย่าใช้คำถามที่เป็นคำถามนำเป็นคำถามแรก เพราะจะเป็นการจำกัดการตอบของผู้ร่วมกลุ่ม หรือทำให้ผู้ร่วมกลุ่มมีความคิดที่ยึดติดกับบางสิ่งบางอย่าง ควรปล่อยให้ผู้ร่วมสนทนาได้มีโอกาสคิดอย่างกว้างขวางก่อน จนประเด็นนั้นได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ในหลายแง่มุม แล้วจึงค่อยใช้คำถามนำเพื่อขอความเห็นหรือชี้ประเด็น
5. ใช้กลยุทธ์ของคำถามมาตรฐาน ทั้งนี้มีคำถามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับแล้วว่าเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยแบบการสนทนาดูแลอยู่ 2 แบบ คือ
 - 5.1) การเติมประโยคให้สมบูรณ์ (Sentence Completion)
เป็นการใช้วิธีการให้ผู้ตอบเติมประโยคให้เต็ม
"เมื่อพูดถึงการลดน้ำหนัก สิ่งที่จะช่วยฉันได้คือ....."
 - 5.2) การจัดกลุ่มทางความคิด (Conceptual Mapping)
เป็นการจัดกลุ่มสิ่งที่เป็นประเด็นของผู้ร่วมสนทนา และอภิปรายถึงเหตุผล ซึ่งจะ
ทำให้การสนทนาได้ข้อสรุปที่ผ่านการวิเคราะห์แล้ว
6. ต้องมีการเตรียมคำถามมาก่อนอย่างดี ผู้วิจัยควรคิดและเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้า และควรให้ผู้อื่นเสนอความเห็นต่อคำถามของเราก่อนการใช้งานจริง ชั้นแรกให้ลองร่างแนวคำถามโดยคิดถึงสิ่งที่ต้องการศึกษาทั้งหมด จากนั้นจึงประชุมร่วมกับผู้ที่ต้องการใช้ข้อมูล เพื่อให้คำถามมีความถูกต้องครบถ้วน

7. คำถามมีความชัดเจน คำถามที่ดีต้องชัดเจน ในที่นี้ ความชัดเจน หมายถึง ความยาวของ คำถาม คือไม่ควรยาวจนเกินไปจนเกิดความสับสน คำถามควรมีมิติเดียวนั้นคือมีประเด็น เดียวในหนึ่งคำถาม และการใช้คำ ไม่ควรใช้คำวลีซ้อนให้เกิดคำถามหลายมิติ และควรเป็น คำศัพท์ที่เข้าใจง่าย ไม่ใช่ศัพท์เฉพาะวงการ และระวังในการใช้คำๆเดียวที่อาจมีหลายความ หมาย

จ. กลุ่มสนทนาและผู้เข้าร่วมในการสนทนากลุ่ม

การคัดเลือกคนเข้าร่วมสนทนาต้องคำนึงถึง

1. จุดประสงค์ของการวิจัย
2. การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคนที่จะมาร่วมกลุ่มสนทนา เพื่อช่วยในการจัดกลุ่มที่เหมาะสม
3. งบประมาณ หรือเงินสนับสนุนการวิจัย ซึ่งจะช่วยให้เราตัดสินใจได้ว่าควรจัดการสนทนาที่ กลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่สุด

สิ่งสำคัญที่ต้องระลึกอยู่เสมอก็คือ คนๆเดียวไม่สามารถเป็นตัวแทนคุณลักษณะที่ต้องการ หลายๆอย่างได้หมด คนแต่ละคนพูดในฐานะที่เป็นตัวแทนของตนเอง หากต้องการศึกษาความ เห็นของคนกลุ่มใหญ่ ก็ต้องจัดกลุ่มสนทนาที่มีจำนวนมากพอสมควร แต่ถ้าต้องการศึกษาความ เห็นของคนกลุ่มย่อย การเลือกจัดกลุ่มที่หลากหลายมากเกินไปก็ไม่มีประโยชน์ (Krueger, 1994: 77)

องค์ประกอบของกลุ่ม และการจัดกลุ่ม

ผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนานั้นควรมีคุณลักษณะร่วมที่คล้ายคลึงกัน (Homogeneity) และคุณ ลักษณะนั้นเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องการวิจัย อย่างไรก็ตาม ผู้ที่เข้าร่วมควรมีความหลากหลาย แตกต่างกันไป เพื่อให้ได้ความเห็นที่ต่างกัน ตัวแปรทั่วไปที่มักใช้ในการจัดแบ่งกลุ่ม ได้แก่ เพศ เชื้อชาติ อายุ และชนชั้นทางสังคม โดยผู้วิจัยควรคำนึงถึงปฏิสัมพันธ์ทั้งทางด้านบวกหรือด้านลบ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในกลุ่มที่มาจากการจัดแบ่งแบบ segment นั้น อาทิ มีเรื่องบางเรื่องเกี่ยวกับ เพศและมีความอ่อนไหวสูง การจัดแบ่งโดยใช้เพศ (Segmented by Sex) อาจไม่เหมาะสม

เป็นต้น การออกแบบการจัดกลุ่มจะช่วยสร้างความหลากหลายให้เกิดภายในกลุ่มที่มีความคล้ายคลึงกัน และจะทำให้เกิดความแตกต่างทางมุมมองมากขึ้น แต่ในทางกลับกัน อาจส่งผลให้งบประมาณการเก็บรวบรวมข้อมูลสูงมาก และการตีความยิ่งต้องซับซ้อนขึ้นอีก ซึ่งนักวิจัยสามารถบรรเทาปัญหานี้ได้ด้วยการจัดทำกลุ่มทดสอบ (Pretest Group) เสียก่อนการเก็บข้อมูลจริง (Morgan, 1997: 36-37)

ขนาดของกลุ่ม

การจัดสนทนากลุ่มนี้ มักประกอบไปด้วยคนประมาณ 6-12 คน ปัจจุบันการจัดกลุ่มให้เล็กลง เป็นกลุ่มขนาด 4-6 คน ได้รับความนิยมนมากขึ้น เพราะกลุ่มเล็กสามารถหาผู้เข้ากลุ่มได้ง่าย แต่ก็มีข้อเสียที่จะไม่ได้ความคิดที่หลากหลายเท่าใดนัก ในขณะที่กลุ่มขนาดใหญ่ อาจทำให้ผู้เข้าร่วมสนทนาบางคนขาดโอกาสในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งจำเป็นต้องใช้ผู้สัมภาษณ์ที่สามารถควบคุมการสนทนาได้เป็นอย่างดี

กฎเบื้องต้นในการคัดเลือก

1. กำหนดขอบเขตหรือคุณสมบัติที่แน่นอนของผู้ที่จะเข้าร่วม
2. ควบคุมกระบวนการคัดเลือกคน เพื่อให้ได้บุคคลที่มีคุณสมบัติตามต้องการและมีจำนวนเพียงพอ
3. ใช้ทรัพยากรในการคัดเลือกคนจากหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนการวิจัย
4. ระงับอคติในการคัดเลือก อาทิ เลือกคนจากความทรงจำ เลือกคนจากความใกล้ชิด เลือกคนที่ไม่พร้อมจะให้ข้อมูล เป็นต้น
5. ใช้การสุ่มตัวอย่างเพื่อลดปัญหาเรื่องอคติ แต่ขณะเดียวกันต้องมั่นใจได้ว่ากลุ่มคนที่จะสุ่มตัวอย่างนั้นมีคุณลักษณะตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
6. ระมัดระวังสมดุลระหว่างค่าใช้จ่ายและคุณภาพของงาน
7. การหาคนที่ไม่เคยใช้ หรือไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาเลยนั้นเป็นไปได้ยาก
8. ผู้ใช้สินค้าหรือบริการมีวิธีการใช้ที่ต่างกัน ซึ่งส่งผลต่องานวิจัย
9. ไม่มีกระบวนการคัดเลือกใดที่สมบูรณ์แบบ แต่ผู้วิจัยควรระมัดระวังบุคคลที่อาจชี้นำความคิดเห็นของกลุ่มได้

กลยุทธ์ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนา

1. **บัญชีรายชื่อ (The List)** เป็นการคัดเลือกจากรายชื่อที่มีอยู่แล้ว เป็นทางเลือกที่มีความรวดเร็วและประหยัด
2. **การจัดกลุ่มพ่วง (Piggyback Focus Group)** เป็นการจัดสัมภาษณ์กลุ่มเพิ่มในโอกาสต่างๆ ที่มีคนมารวมตัวกันอยู่แล้วเพื่อจุดประสงค์อื่น เช่น การประชุม การสัมมนา โดยไม่ให้รับทราวจุดประสงค์ที่พวกเขาสามารถรวมตัวกัน โดยอาจจัดขึ้นระหว่างพัก หรือเสร็จจากการประชุมแล้ว เหมาะสำหรับกลุ่มที่มีความพิเศษเฉพาะทาง
3. **ในพื้นที่ (On Location)** เป็นการจัดกลุ่มสนทนา ณ สถานที่ที่ผู้เข้ากลุ่มมาเพื่อความบันเทิง เลือกชื่อของ หรืออื่นๆ โดยทำการสังเกตบุคคล และถามคำถามสัก 2-3 คำถามเพื่อเป็นการคัดเลือกเบื้องต้น แล้วจึงเชิญเข้าร่วมกลุ่มสนทนา ที่ต้องจัดขึ้นอย่างรวดเร็วหลังจากนั้น ในสถานที่ที่เหมาะสม โดยผู้คัดเลือกต้องระมัดระวังเรื่องคุณสมบัติที่ต้องการเป็นพิเศษ
4. **การเสนอชื่อ (Nominations)** เป็นการเสนอชื่อเพื่อทำการคัดเลือก โดยการสอบถามรายชื่อจากกลุ่มที่เป็นกลาง หรือไม่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการศึกษาให้เสนอชื่อผู้เข้าร่วม ซึ่งการคัดเลือกแบบนี้มีข้อดีในการคัดเลือกกลุ่มคนตามที่ต้องการ จากการคัดเลือกพลเมืองท้องถิ่นที่ได้รับความไว้วางใจและน่าเชื่อถือ ตามคุณสมบัติที่เราต้องการ
5. **การบอกต่อ (Snowball Samples)** เป็นการถามผู้ที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว เพื่อให้เขาแนะนำผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้ทำการคัดเลือกต่อไป ตามหลักตรรกวิทยาที่ว่า ผู้ที่มีคุณสมบัติตามต้องการมักรู้จักบุคคลอื่นที่มีคุณสมบัติเดียวกัน โดยผู้วิจัยสามารถถามเมื่อติดต่อผู้เข้ากลุ่ม หรือ เมื่อสรุปการสนทนากลุ่มแล้ว
6. **การบริการคัดเลือก (Screening/Selection Services)** การบริการคัดเลือกเป็นการบริการที่ส่วนใหญ่มักจะจัดโดยบริษัทวิจัยตลาด ที่จะมีรายชื่อกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมในการเข้าร่วมในแง่ประชากรและลักษณะสังคมเก็บไว้
7. **การคัดเลือกทางโทรศัพท์ (Random Telephone Screening)** เป็นวิธีการสุ่มเลือกรายชื่อจากสมุดโทรศัพท์ และออกแบบคำถามจำนวนหนึ่งเพื่อกรองและคัดเลือกบุคคลเข้าร่วมกลุ่มเหมาะสมสำหรับกรณีที่ต้องการผู้เข้าร่วมที่มีคุณลักษณะต่างๆไป และประสิทธิภาพในการคัดเลือกก็ยังขึ้นอยู่กับทักษะของพนักงานสัมภาษณ์ด้วย

8. การโฆษณาในหนังสือพิมพ์หรือบนกระดานประกาศ (Ads in Newspaper and on Bulletin Boards) ใช้วิธีลงโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือบนกระดานประกาศ และให้ติดต่อกลับ ซึ่งจะมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ที่แน่นอน และสิ่งจูงใจพื้นฐานที่ส่วนใหญ่จะเป็นรางวัลสำหรับผู้เข้าร่วมกลุ่ม

หลักในการเชิญคนเข้าร่วมกลุ่มสนทนา

ควรเชิญเป็นการส่วนตัว เพื่อให้ผู้ได้รับเชิญรู้สึกว่าคุณเป็นที่ต้องการ หรือมีความสำคัญ และควรเน้นให้ผู้ได้รับเชิญรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้มีประสบการณ์หรือมีมุมมองพิเศษที่ทรงคุณค่าต่อการศึกษา และที่สำคัญจดหมายเชิญไม่ควรเป็นแบบถ่ายเอกสาร ควรเป็นจดหมายส่วนบุคคลที่มีหัวข้อจดหมายชัดเจน และมีการติดต่ออย่างเป็นระบบ

กระบวนการติดต่ออย่างเป็นระบบ ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

1. กำหนดเวลาในการประชุมกลุ่ม ต้องไม่ขัดต่อกิจกรรมของผู้เข้าร่วมกลุ่ม
2. ติดต่อกับผู้เข้ากลุ่มที่มีความเป็นไปได้ทางโทรศัพท์หรือด้วยตนเอง อย่างน้อยประมาณ 10-14 วันก่อนการสนทนากลุ่ม
3. ส่งจดหมายเชิญแบบส่วนตัวตามไป จดหมายควรมีลักษณะทางการและเจาะจงตัวบุคคล มีที่อยู่เพื่อติดต่อกลับ รายละเอียดของงาน สถานที่ตั้งและหัวข้อการสนทนา
4. โทรศัพท์ไปหาผู้เข้าร่วมแต่ละคนก่อนหน้าวันจริงหนึ่งวัน เพื่อเป็นการเตือนผู้เข้าร่วมสนทนา

จ. บุคลากรในการสนทนากลุ่ม

ในการจัดสนทนากลุ่มแต่ละครั้ง ควรจะประกอบด้วยบุคคลต่อไปนี้

1) ผู้นำการสนทนากลุ่ม (Moderator)

บทบาทและความสำคัญของผู้นำสนทนากลุ่ม

ผู้นำการสนทนากลุ่ม (Moderator) หรือผู้สัมภาษณ์กลุ่ม หรือผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม เป็นบุคคลที่มีความสำคัญยิ่งในการสนทนากลุ่ม เนื่องจากจะต้องเป็นทั้งผู้ถามคำถาม และกำกับ การสนทนาของกลุ่มให้เป็นไปตามแนวทางของหัวข้อการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ รายละเอียดที่ชัดเจนที่สุด ภายในระยะเวลาที่กำหนดผู้นำกลุ่มต้องรู้จักปัญหา รู้จักทฤษฎีและการ ควบคุมประเด็น สามารถชักจูงให้สมาชิกกลุ่มอธิบายความรู้สึกในประเด็นที่ซักถามออกมาให้ได้ ว่ามีความคิดเห็นหรือทัศนคติอย่างไร และระหว่างการสนทนา ผู้นำการสนทนาจะต้องคิดและ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับตลอดเวลา โดยพยายามหาความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลนั้นและข้อมูลที่ ได้รับก่อนหน้านี้ เพราะคำถามที่ตั้งไว้นั้นเพียงเพียงกรอบคำถาม การถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึก ซึ้งยิ่งขึ้น อยู่ที่การประมวลข้อมูล ณ เวลานั้นของผู้นำกลุ่ม วิธีการถามและการใช้คำพูด ตลอด จนการแตกคำถามออกไปเพื่อให้ผู้ร่วมสนทนาเข้าใจและตอบได้ตรงประเด็นมากขึ้น และที่ สำคัญผู้นำกลุ่มควรมีความเป็นมิตร มีความอบอุ่นและเป็นกันเองกับผู้เข้าร่วมกลุ่ม เพื่อให้เกิด ความสะดวกและความสบายใจมากที่สุดในการสนทนา

โดยสรุป บทบาทผู้นำกลุ่มประกอบด้วย

1. เป็นผู้ค้นหาความรู้ เป็นบุคคลที่พร้อมจะเข้าใจอย่างลึกซึ้ง มีความฉลาด และรู้ว่าควรจะถาม คำถามอย่างไรจึงจะได้คำตอบตรงตามต้องการ

2. เป็นมือใหม่ที่ยินดีรับความรู้ ในกรณีที่มีผู้เข้าร่วมมีความสามารถหรือทักษะพิเศษที่จำเป็นต่อการสนทนา ผู้นำกลุ่มอาจต้องแสดงตนว่าต้องการความรู้เพิ่มเติม เพื่อให้ผู้เข้ากลุ่มได้แสดงความคิดเห็นและการอธิบายให้มากขึ้น
 3. เป็นผู้เชี่ยวชาญหรือชำนาญเฉพาะทาง โดยเฉพาะในหัวข้อที่ทำการศึกษา
 4. เป็นผู้ทำท่าย ที่สามารถทำท่ายและชักนำให้ผู้เข้าร่วมสนทนาอธิบาย และแสดงความคิดเห็นได้ ถือเป็นกาประทะกันทางความคิด แต่ต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดความบาดหมางขึ้นได้
 5. เป็นผู้ตัดสิน เป็นผู้รักษาสมดุลภายในกลุ่ม เมื่อมีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันเกิดขึ้น
 6. เป็นผู้เขียน ด้วยการเขียนหัวข้อหรือสิ่งที่ผู้เข้ากลุ่มพูดขณะสนทนา หรือเขียนลงบนกระดานให้ผู้ร่วมสนทนา มีความสนใจกับประเด็นนั้นๆ
 7. เป็นผู้นำทีม เป็นผู้นำการสนทนาให้เป็นไปได้ด้วยดี สามารถควบคุมกลุ่มได้และให้ความช่วยเหลือในทางเทคนิคได้ดี
 8. เป็นผู้ที่ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจหรือวิธีการคิด
- 2) ผู้จัดบันทึกคำสนทนา หรือผู้ช่วยผู้นำกลุ่ม (Moderator Assistant)

เป็นผู้คอยจัดบันทึกคำสนทนา ตลอดจนการบันทึกอาการปฏิกิริยาของสมาชิกผู้เข้าร่วมกลุ่มด้วย เพราะบางครั้งการที่ไม่พูดหรือการนั่งเฉย อาจไม่ใช่การไม่มีความเห็น เพราะแววตา ท่าทางก็อาจเป็นการแสดงความคิดเห็นได้ในตัวเอง อาทิ การส่ายหน้า การพยักหน้า ยิ้ม หรือการแสดงสีหน้า

ผู้จัดบันทึกต้องคอยบันทึกสิ่งเหล่านี้ด้วย การบันทึกของผู้ช่วยนี้สามารถนำไปใช้อ่านเป็นข้อสรุปของการสนทนากลุ่มในแต่ละครั้งได้ และสามารถนำไปประกอบการถอดเทปข้อมูลได้ เพื่อที่จะทำให้ทราบว่า เสียงที่ตอบคำถามนั้นเป็นเสียงของใคร มีการโต้แย้งกันอย่างไร นอกจากนี้ ผู้ช่วยผู้นำกลุ่มยังมีหน้าที่ที่สำคัญอีก 2 ประการ คือ ก) การคอยเตือน หรือบอกผู้นำกลุ่ม ในกรณีที่ผู้นำกลุ่มพลาดประเด็นที่น่าสนใจ หรือมีการข้ามคำถามที่สำคัญ หรือเมื่อพบเห็นอาการปฏิกิริยาที่น่าสนใจ ข) การเขียนแผนผังการนั่งสนทนาให้ผู้นำกลุ่ม และเก็บไว้เป็นข้อมูล ตั้งแต่การเริ่มการสนทนา เพื่อให้ทราบว่าในกลุ่มมีใครบ้าง นั่งอยู่ตรงไหน ซึ่งจะช่วยในการจัดบันทึก และรื้อฟื้นความทรงจำในภายหลังได้ง่ายขึ้น

3) เจ้าหน้าที่บริการทั่วไป และผู้คอยกันบุคคลที่จะเข้าร่วมโดยไม่ได้รับเชิญ

เป็นบุคคลที่คอยเฝ้าอำนวยความสะดวก และให้ความสะดวกแก่ผู้ที่อยู่ในกลุ่มสนทนา มีหน้าที่บริการทั่วไป อาทิ บันทึบทape เปลี่ยนเทป คอยบริการน้ำดื่ม ของว่าง จัดเตรียมของที่ระลึก ตลอดจนคอยกันไม่ให้บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องในการสนทนากลุ่มเข้าไปในการสนทนาหรือเข้าไปรบกวนสมาธิของผู้เข้าร่วมกลุ่มคนอื่นๆ

ข. หลักการวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการสนทนากลุ่ม

1) การวิเคราะห์จะต้องเป็นระบบ

การวิเคราะห์อย่างมีระบบประกอบด้วยมิติทางการวิเคราะห์ 2 ระบบด้วยกัน ได้แก่ วิธีที่ข้อมูลจะถูกรวบรวมและจัดการ และกระบวนการต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งการวิเคราะห์อย่างมีระบบ จะช่วยให้นักวิจัยแน่ใจได้ว่า ผลลัพธ์ที่ได้มีข้อผิดพลาดน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ขั้นตอนที่เป็นระบบในการรวบรวมข้อมูล

1. **การจัดลำดับคำถาม** ผู้นำกลุ่มต้องมีความเข้าใจในคำถามหลักๆ การเชื่อมโยงคำถามก่อให้เกิดความเข้าใจสูงสุด เพื่อให้ผู้ร่วมสนทนามีโอกาสได้รวบรวมความคิดเห็นส่วนบุคคลและฟังความคิดเห็นผู้อื่น และตามด้วยการตอบคำถามต่างๆที่ใช้สรุปในขั้นตอนสุดท้ายจากผู้เข้าร่วมแต่ละคน
2. **การจับความสำคัญและการจัดการกับข้อมูล** ส่วนใหญ่การสนทนามักใช้การบันทึกเสียง และการจดข้อความเพิ่มเติมโดยผู้ดำเนินการสนทนาและผู้ช่วย
3. **การลงรหัสข้อมูล** เมื่อผู้วิจัยพบแนวคิดหรือปรากฏการณ์บางอย่างที่น่าสนใจ ควรมีการทำจุดสังเกตไว้ เมื่อแนวคิดหรือปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นอีกก็ทำจุดสังเกตซ้ำ เป็นกระบวนการที่เรียกว่า แอกเซียล โคดดิ้ง (Axial Coding) ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยแตกข้อมูลย่อย และรวบรวมเข้าด้วยกันได้

4. การตรวจสอบผู้เข้าร่วมสนทนา เพื่อเป็นการยืนยันว่าผู้วิจัยหรือผู้นำการสนทนาเข้าใจคำตอบและเจตนาของผู้เข้าร่วมสนทนาอย่างถูกต้องและเพียงพอ จากการสรุปประเด็นสำคัญของการสนทนา
5. ภายหลังจากสนทนากลุ่ม ผู้นำการสนทนาและผู้ช่วยควรซักถามและทำการสรุปข้อมูลร่วมกันทันที เพื่อค้นหาสิ่งสำคัญและประเด็นที่น่าสนใจจากการสนทนากลุ่มได้อย่างรวดเร็ว
6. การแบ่งรายงานขั้นต้นและภายหลังที่แต่ละคนเขียน ให้สมาชิกในกลุ่มผู้วิจัยได้อ่าน เพื่อการทบทวน ตรวจสอบและขอคำแนะนำเพิ่มเติม

2) การวิเคราะห์ที่ต้องตรวจสอบได้

การวิเคราะห์ที่ดีจะต้องตรวจสอบได้ กระบวนการนี้เป็นการอนุญาตให้นักวิจัยท่านอื่นๆ สามารถได้ข้อสรุปที่คล้ายคลึงกัน โดยใช้เอกสารที่มีอยู่และข้อมูลดิบเดียวกัน

3) การวิเคราะห์ต้องมีประเด็นที่สนใจอย่างชัดเจน

การวิจัยโดยการสนทนากลุ่มเป็นการสร้างข้อมูลจากปรากฏการณ์หนึ่ง การไม่มีประเด็นที่สนใจอย่างชัดเจนทำให้เกิดการล้นของข้อมูลที่ไม่รู้ว่าจะนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างไร คำถามแต่ละคำถามมีคุณค่าเชิงการวิเคราะห์ที่แตกต่างกัน คำถามบางข้อมีไว้เพื่อกำหนดกรอบและเชื่อมโยงการอภิปรายเท่านั้น ผู้วิจัยควรให้ความสำคัญกับคำถามหลักของการวิจัยมากกว่า

4) การวิเคราะห์ต้องมีระดับของการตีความเหมาะสม

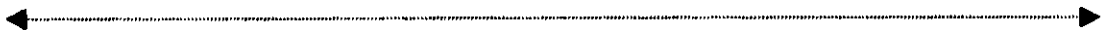
การวิเคราะห์ต้องมีระดับการแปลความหมายที่เหมาะสมสมควร ระดับที่เลือกมานั้นต้องตรงกับความต้องการใช้ของงานวิจัย และผู้วิเคราะห์ต้องปฏิบัติและจัดการได้ตามนั้น วิธีช่วยคิดอันหนึ่งสำหรับกรณีนี้ คือ การพิจารณาช่วงของการวิเคราะห์อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การละสมข้อมูลดิบเรื่อยไปจนถึงการตีความของข้อมูลที่ได้ ดังรูปต่อไปนี้

การวิเคราะห์อย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลดิบ

รายงานเชิงการบรรยาย

การตีความ



ในที่นี้ ข้อมูลดิบ หมายถึง คำพูดที่ชัดเจนลงไปของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในขณะที่เขาตอบคำถามระหว่างการอภิปราย เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากกลุ่มสนทนา ที่มีความยาวมาก และอาจไม่เรียงลำดับ ส่วนรายงานเชิงบรรยาย เป็นการรวบรวมข้อสรุปที่เป็นคำพูด ประเด็นที่น่าสนใจหรือข้อเสนอนั้นของผู้เข้าร่วมกลุ่ม ที่จัดเตรียมโดยนักวิเคราะห์ โดยการกำหนดรายละเอียดอย่างย่อที่ตั้งบนฐานของข้อมูลดิบ ตามด้วยตัวอย่างข้อมูลดิบที่แสดงให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น โดยการจัดทำสัญลักษณ์ หรือกล่าวอ้างคำพูดได้เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ส่วนการตีความ เป็นส่วนที่มีความซับซ้อนที่สุด ขณะที่การบรรยายผลอยู่ในส่วนของข้อสรุป การตีความจะช่วยสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น โดยใช้ข้อมูลดิบที่ได้จากแนวคำถามและการจดบันทึกต่างๆเป็นพื้นฐานสำคัญในการตีความ

5) การวิเคราะห์จะต้องปฏิบัติได้

การนำไปปฏิบัติได้ หมายถึง การวิเคราะห์นั้นต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ สามารถนำไปใช้อธิบายเหตุการณ์ที่ปรากฏได้จริง มีความยืดหยุ่นและนำไปใช้ได้

6) การวิเคราะห์ต้องใช้เวลา

การวิเคราะห์กลุ่มสนทนาจะใช้เวลา นานกว่าการวิเคราะห์ที่ใช้ในขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณ ที่เพียงรอข้อมูลทางตัวเลขครบถ้วนก็สามารถทำการวิเคราะห์ได้ตามตัวแบบที่มีในคอมพิวเตอร์ ขณะที่บางครั้งในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ การค้นหาข้อมูลและการวิเคราะห์อาจต้องทำไปพร้อมๆกัน และทำไปจนกว่าจะได้สิ่งที่ต้องการ จึงต้องใช้เวลาอย่างมากที่บางครั้งผู้วิจัยมือใหม่ก็คาดไม่ถึง

เวลาในการวิเคราะห์ที่ยืดออกไป จะทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่ดีนัก เนื่องจากคาบการวิเคราะห์โดยรวมอาจถูกยืดออกไปนานเป็นเดือน ความจดจำเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น โดย

เฉพาะในกลุ่มแรกๆอาจลบล้าง ยิงกลุ่มสนทนาจำนวนมาก การยึดเวลาออกอาจทำให้เกิดข้อกังวลอื่นๆ ตามมาอีก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงควรกำหนดจำนวนกลุ่มสนทนาแต่ละวันอย่างเหมาะสม อาทิ 2 กลุ่มต่อวัน หรืออาจใช้วิธีการเพิ่มจำนวนผู้นำกลุ่มและผู้ช่วยให้มากพอ หรือใช้วิธีการทำสรุปย่อหน้าที่สนทนากลุ่มเสร็จ และวิธีที่ดีที่สุดคือการบันทึกเทประหว่างการสนทนา

7) การวิเคราะห์สามารถพัฒนาสู่ระดับสูงขึ้นได้

โดยปกติ การสนทนากลุ่มแรกจะทำให้เราได้ข้อมูลใหม่ๆ และกลุ่มต่อจากนั้น จะค่อยๆ ลดความเข้มข้นลง ปรากฏการณ์นี้ช่วยนักวิเคราะห์ในการจำกัดเวลาสำหรับคำถามที่ได้รับคำตอบอย่างเพียงพอแล้วจากกลุ่มต้นๆ และสามารถใช้เวลาที่เหลือในการค้นหาปฏิกริยาอื่นๆ เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจในระดับสูงขึ้นได้ เพื่อยืนยันและขยายความสำคัญของข้อมูลที่ได้รับก่อนหน้านี้

8) การวิเคราะห์ควรนำไปสู่ความรู้และความเข้าใจที่แจ่มชัด

พื้นฐานที่สำคัญของการวิเคราะห์ คือ การค้นหาความรู้และความเข้าใจที่กระจ่างชัดในเรื่องที่ต้องการศึกษา ผู้วิจัยควรพิจารณาได้อย่างชัดเจนว่า สิ่งไหนคือข้อมูลใหม่ที่ได้จากการสนทนากลุ่ม การสร้างความรู้ความเข้าใจที่แจ่มชัด ไม่ใช่เกี่ยวข้องเฉพาะการตอบปัญหาของการวิจัยเท่านั้น แต่ผู้วิจัยสามารถสร้างความรู้แจ้งให้เกิดขึ้นได้ในทุกองค์ประกอบของการศึกษา อาทิ กรอบของงานวิจัย การเลือกผู้เข้าร่วมกลุ่ม การตั้งคำถาม เป็นต้น

9) การวิเคราะห์ควรเปิดกว้างสำหรับทางเลือกในการอธิบาย

ผู้วิเคราะห์ต้องระมัดระวังการตีความของตนเองตั้งแต่ขั้นต้นแรก การวิเคราะห์ที่ดีที่สุดจะเกิดขึ้นภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดอย่างเป็นอิสระ และเปิดกว้างสำหรับมุมมองอื่นๆ การด่วนสรุปโดยให้ความสำคัญกับการตีความไปในแนวทางใดแนวทางใดหนึ่งแต่เริ่มแรกเป็นสิ่งอันตราย นักวิเคราะห์ต้องมองหาการตีความที่อธิบายกรณีศึกษาให้เพียงพอ มีความพยายามในการค้นหาเหตุการณ์ที่พิเศษ มีความพยายามในการอธิบายกรณีที่แตกพวกหรือเป็นกรณีที่พบได้ยาก

10) การวิเคราะห์จะพัฒนาด้วยการยอมรับฟังการตอบกลับ

การวิเคราะห์จะได้ประโยชน์ และสามารถพัฒนาได้ยิ่งขึ้น จากปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) ที่มาจากแหล่งต่างๆ อาทิ ผู้ร่วมกลุ่มสนทนา นักวิจัยร่วม ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ที่ไม่เคยปรากฏในการสนทนากลุ่ม และผู้ร่วมตัดสินใจในงานวิจัยอื่นๆ

ข. กระบวนการของการวิเคราะห์ผลการวิจัยจากการสนทนากลุ่ม

กระบวนการวิเคราะห์สถานการณ์

1. ก่อนการจัดการสนทนากลุ่ม

ในกระบวนการวิเคราะห์ นักวิจัยต้องคำนึงถึงเป้าหมายของการศึกษา หลักการสำคัญในการตัดสินใจเลือกหรือความเข้มข้นของการวิเคราะห์อยู่ที่เป้าหมายของการศึกษา หากเป้าหมายการศึกษาแคบ ก็ไม่มีประโยชน์อะไรในการวิเคราะห์ให้ละเอียดละออเกินความต้องการ ความสำคัญของการวิเคราะห์อยู่ที่ปัญหาที่เป็นตัวหลักต้นการวิเคราะห์ ความยุ่งยากในการวิเคราะห์เกิดขึ้นได้ทั้งในงานวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ เมื่อมีการจับคู่ที่ผิดพลาดระหว่างทรัพยากรในการวิเคราะห์และปัญหา ผู้วิจัยจะต้องพึงระลึกถึงความมุ่งหมายในการศึกษาวิจัยของตน ไปพร้อมๆกับการชั่งน้ำหนักความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่มี และคุณค่าของข้อมูลใหม่

- พิจารณาจุดประสงค์ของการศึกษา แหล่งข้อมูลที่มี และการลงทุนที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์
- การพิจารณาคำถามในการสนทนาให้เหมาะต่อการนำไปใช้ในการวิเคราะห์
- พิจารณากลยุทธ์ในการวิเคราะห์ ซึ่งมีหลายทางเลือก ได้แก่

- Transcript-Based Analysis เป็นทางเลือกที่ใช้กันมากที่สุด และใช้เวลามากที่สุด คือมีทั้งการอัดเทป และถอดความเป็นบันทึก ใช้คู่กับการจดบันทึกภาคสนามและการอภิปรายร่วมกันของกลุ่มผู้นำการสนทนา
 - Tape-Based Analysis เป็นการฟังเทปอย่างระมัดระวัง และทำบันทึกสรุป โดยบันทึกนี้มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับหัวข้อ และความเห็นสรุปปากเปล่าของผู้นำกลุ่มสนทนา
 - Note-Based Analysis เป็นการวิเคราะห์ที่อาศัยการจดบันทึกภาคสนามเป็นสิ่งสำคัญ ร่วมกับการสรุปการประชุม และการสรุปความเห็นของกลุ่มสนทนา ถึงแม้จะมีการบันทึกเทป แต่เทปใช้เพื่อการอ้างอิงคำพูดที่สำคัญบางประโยค และกล่าวสรุป
 - Memory-Based Analysis เป็นการกล่าววิเคราะห์ทันทีที่ภายหลังจากการสนทนากลุ่มเสร็จสิ้น โดยอาศัยบันทึกภาคสนามร่วมกับความทรงจำของผู้วิเคราะห์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งต้องอาศัยนักวิเคราะห์ที่เชี่ยวชาญ มีประสบการณ์และความทรงจำที่ดี
- จัดกลุ่มสนทนาขึ้น เพื่อเป็นการศึกษาแนวคำถามที่ตั้งไว้ และสามารถนำไปทบทวนกลยุทธ์ได้อีกครั้ง
 - ทบทวนการตัดสินใจด้านกลยุทธ์การวิเคราะห์ และเปลี่ยนแปลงได้ตามความจำเป็น
 - จัดกลุ่มสนทนาเพิ่มอีกหากต้องการ หลังจากการจัดกลุ่มสนทนาไปบ้างแล้ว ผู้วิจัยจะสามารถแก้ไขโครงสร้างคำถามและการจัดแบ่งเวลาได้ดีขึ้น

2. ระหว่างการดำเนินการสนทนากลุ่ม

- นักวิจัยควรรับฟังทุกความเห็นอย่างตั้งใจ และต้องสอบถามให้ได้ความเข้าใจที่กระจ่างชัด
- ควรมีความระมัดระวังและให้ความสำคัญในการจดบันทึกภาคสนาม เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยได้รับรู้ถึงปฏิกิริยาที่สำคัญที่เห็นได้จากการสังเกตอย่างใกล้ชิดเท่านั้น

- ควรพิจารณาคำถามที่ให้ผู้ร่วมสนทนาสรุปจุดยืนของตนในตอนท้ายของการสนทนากลุ่มเป็นพิเศษ
- ผู้นำการสนทนาควรเสนอให้มีการสรุปปากเปล่าในคำถามที่มีความสำคัญมากๆ เพื่อช่วยประหยัดเวลาและเตือนความจำเมื่อมีการแสดงความคิดเห็นเกิดขึ้น และถือเป็นการยืนยันของผู้ร่วมสนทนาว่าข้อสรุปนั้นถูกต้องสมบูรณ์
- ระหว่างการสนทนา กลุ่ม ผู้นำการสนทนาควรวาดผังการนั่งพร้อมชื่อของผู้ร่วมกลุ่ม ซึ่งจะมีประโยชน์ในการช่วยจำชื่อ โดยเฉพาะเมื่อเวลาผ่านไปนานเข้า
- การมีข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังของผู้ร่วมกลุ่ม ด้วยการบันทึกลักษณะเฉพาะตัวของผู้ร่วมกลุ่มแต่ละคนด้วยตนเอง หรือให้ผู้ร่วมกลุ่มกรอกแบบสอบถามสั้นๆ ที่ถามข้อมูลประจำตัวตามที่ต้องการ เช่น รายได้ การศึกษา ฯลฯ ซึ่งควรทำก่อนการเข้าร่วมกลุ่ม

3. ทักษะที่ภายหลังการสนทนา

ทันทีที่จบการสนทนา ผู้นำกลุ่มควรตรวจสอบสิ่งต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่าได้ข้อมูลรวบรวมอดแล้ว

- ทำการตรวจเครื่องบันทึกเทปว่าทำงานได้อย่างสมบูรณ์ตามต้องการ
- มีการประชุมร่วมกันเพื่อทำการสรุปงานที่เสร็จในแต่ละครั้ง
- จัดระเบียบของเอกสาร และเทปบันทึกเทป หรืออุปกรณ์อื่นๆที่ใช้ด้วยการลงวันที่ เวลา กลุ่มที่สนทนาอย่างละเอียดทุกครั้ง

สิ่งที่ควรพิจารณาในการวิเคราะห์

1. การพิจารณาคำ (Words) ด้วยการพิจารณาคำต่างๆ ที่ผู้สนทนาใช้ ทั้งในแง่ความหมายจริง และความหมายแฝง ความคล้ายคลึงของความหมายของคำแต่ละคำ
2. การพิจารณาบริบท (Contexts) ผู้วิจัยต้องพิจารณาเนื้อความ การตอบสนองของผู้สนทนา และสิ่งกระตุ้นการตอบสนองนั้น การตีความต้องพิจารณาปัจจัยแวดล้อม น้ำเสียงและความหนักแน่นของความเห็น

3. การพิจารณาความสม่ำเสมอภายใน (Internal Consistency) บางครั้งผู้ร่วมกลุ่มสนทนาอาจเปลี่ยนจุดยืนของตนได้ หลังจากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในกลุ่ม ผู้วิจัยจึงควรให้ความสนใจ สังเกตและทำการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงนี้ด้วย
4. การพิจารณาความถี่หรือการครอบคลุมในการแสดงความคิดเห็น (Frequency or Extensive of Comments) บางประเด็นอาจได้รับการกล่าวถึงโดยผู้เข้าร่วมสนทนาหลายคน และบางความคิดเห็นอาจได้รับการกล่าวถึงบ่อยครั้งกว่าประเด็นอื่น ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่าประเด็นนี้อยู่ในความสนใจของผู้ร่วมสนทนาเป็นพิเศษก็ได้
5. การพิจารณาความเข้มข้นของความคิดเห็น (Intensity of Comments) บางครั้ง ผู้ร่วมสนทนาอาจกล่าวถึงเรื่องบางเรื่องเป็นพิเศษ อาจด้วยการใช้คำที่มีความหมายที่ต้องการย้ำซ้ำไปซ้ำมา หรือบอกกล่าวตรงๆถึงความหนักแน่นของความรู้สึกของตนเอง
6. การพิจารณาความเฉพาะเจาะจงของการโต้ตอบ (The Specificity of Responses) ผู้วิจัยควรให้น้ำหนักกับการตอบสนองที่เจาะจง โดยเฉพาะที่มีรากฐานจากประสบการณ์ส่วนบุคคล มากกว่าการตอบสนองที่คลุมเครือ และขาดประสบการณ์จริง
7. การพิจารณาหาแนวคิดหลัก (Big Ideas) หลังจากการสนทนา ผู้วิจัยควรใช้เวลาจดความคิดเห็นหรือรวบรวมสิ่งที่น่าสนใจจากการสนทนาไว้ และมองหาแนวคิดหลักของการสนทนาทั้งกระบวนการ

ประเด็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์ที่ควรพิจารณา

- นักวิเคราะห์

โดยทั่วไป ผู้นำกลุ่มสนทนาหรือผู้ช่วยควรเป็นผู้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเอง เพราะเป็นผู้ใกล้ชิดกับข้อมูลเบื้องต้นมากที่สุด ทั้งในแง่ของการสนทนา ปฏิสัมพันธ์กลุ่มและปฏิกิริยาของผู้ร่วมกลุ่มแต่ละคน แต่ในกรณีที่ผู้วิเคราะห์และผู้นำกลุ่มสนทนาเป็นคนละคน จำเป็นต้องอาศัยการวางแผน และการแบ่งหน้าที่บทบาทของแต่ละคนให้ชัดเจน

- การจัดการกับคำพูดที่สับสน

ตามปกติ คนเรามักพูดด้วยประโยคที่ไม่สมบูรณ์ ต่างจากภาษาเขียน ดังนั้นในการถอดความเทปบันทึกเสียง ผู้วิจัยจะได้พบกับคำพูดที่ไม่สมบูรณ์ หรือไม่เรียงลำดับ ซึ่งผู้วิจัยต้องตัดสินใจว่าควรจะปรับหรือทำให้ย่อลงได้อย่างไร โดยไม่ให้เสียความหมายที่ต้องการของผู้พูด

- การสื่อสารแบบอวัจนภาษา

ผู้วิจัยไม่ควรให้ความสำคัญเฉพาะการจดบันทึกหรือการถอดความเทปเพียงอย่างเดียว เพราะนั่นจะทำให้การวิเคราะห์ข้อความลึกซึ้ง และมองข้ามความสำคัญของการสื่อสารแบบอวัจนภาษา อาทิ ภาษาทางร่างกาย ท่ามั่ง หรือการแสดงถึงความสนใจ เป็นต้น ซึ่งการเขียนผังที่นิ่งของผู้ร่วมกลุ่มสนทนา จะมีส่วนช่วยให้นักวิจัยสามารถบันทึกถึงการแสดงออกทางอวัจนภาษาได้ดี

- การใช้ตัวเลขในการรายงานผล

ผู้วิเคราะห์ควรใช้ตัวเลขและเปอร์เซ็นต์อย่างระมัดระวังในการรายงานผล เพราะตัวเลขมักแสดงความสำคัญในผลที่มุ่งเสนอในระดับประชากรโดยรวม ซึ่งไม่เหมาะกับกระบวนการวิจัยแบบคุณภาพเป็นอย่างยิ่ง

- การได้รับข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากการสนทนากลุ่มเสร็จสิ้น

หลังจากที่การจัดสนทนากลุ่มเสร็จสิ้นลง ปรากฏว่าผู้วิจัยได้รับข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย สิ่งแรกที่ไม่ควรทำ คือการจัดการสัมภาษณ์เพิ่มเติมแบบรายบุคคล และสิ่งที่สองก็คือ ไม่เพิกเฉยต่อข้อมูลนั้น ผู้วิจัยควรจดบันทึกข้อมูลและที่มาของข้อมูลนั้นไว้ ไม่ว่าจะได้ใช้ในภายหลังหรือไม่ อย่างไรก็ตาม มีสามทางเลือกที่ทำได้ คือ หนึ่ง ใช้ข้อมูลนั้นเหมือนกับการใช้ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มทั่วไป สอง ใช้ข้อมูลนั้นในการวิเคราะห์ ด้วยการระบุที่มาในรายงาน และสามคือการเก็บข้อมูลนั้นไว้แต่ไม่ใช้ในการวิเคราะห์

- อิทธิพลของผู้นำการสนทนากลุ่ม และผู้ช่วยที่มีต่อผู้ร่วมกลุ่มสนทนา

ในการจัดสนทนากลุ่มขององค์กรหลายองค์กรมักไม่ใช่ผู้นำการสนทนากลุ่มมืออาชีพ แต่จะใช้ลูกจ้างขององค์กรหรืออาสาสมัคร ที่อาจมีข้อเด่นตรงที่รู้จักปัญหาและองค์กรเป็นอย่างดี เข้ายังประหยัดค่าใช้จ่ายได้ แต่ผู้นำกลุ่มสนทนาเหล่านี้อาจมีตำแหน่งหรือฐานะที่ส่งผลต่อผู้ร่วมสนทนาได้ ทำให้เกิดอคติในการแสดงความคิดเห็นอันเป็นการไม่สมควรยิ่ง นอกจากนี้ การจัดการสนทนากลุ่มโดยผู้นำการสนทนากลุ่มที่ขาดความชำนาญหรือไม่แน่ชัดในจุดประสงค์ของการสนทนาอาจทำให้การจัดกลุ่มสนทนานั้นประสบความล้มเหลว และที่สำคัญการสนทนากลุ่มทุกครั้งควรประกอบด้วยบุคลากรอย่างน้อย 2 คน ได้แก่ ผู้นำการสนทนากลุ่มและผู้ช่วย เนื่องจาก การสนทนากลุ่มจำเป็นต้องใช้การช่วยบันทึกในลักษณะต่างๆกันไป ตลอดจนการช่วยสังเกต ปฏิกริยาภายในกลุ่มจากบุคคลอื่น ซึ่งในที่นี้ ผู้ช่วยการสนทนาจะสามารถแบ่งเบาภาระของผู้นำสนทนาได้เป็นอย่างดี โดยผู้ช่วยสนทนาอาจสังเกตปฏิกริยาของผู้ร่วมกลุ่มสนทนาที่ผู้นำการสนทนาไม่ทันสังเกตเห็นและมีความสำคัญยิ่งกับการวิเคราะห์

จากแนวคิดทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม แนวคิดปัจจัยที่ช่วยเสริมแรงการจูงใจของสื่อมวลชน และทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ล้วนเป็นแนวคิดที่ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการอธิบายและวิเคราะห์สิ่งที่พบจากการวิจัย สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับวิธีวิจัยแบบสนทนากลุ่มเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีวิจัยของการศึกษาในครั้งนี้ ที่ช่วยให้การวิจัยพบข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของโฆษณาทางโทรทัศน์และปัจจัยแวดล้อมอื่นๆที่เกี่ยวข้องในเบื้องต้นได้ตามวัตถุประสงค์

ง) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไม่ปรากฏงานวิจัยที่ศึกษาโฆษณาทางโทรทัศน์ตามทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่จะกล่าวถึงต่อไป เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมกับรูปแบบรายการต่างๆที่นำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์ อาทิ รายการละคร รายการข่าว รายการสำหรับเด็ก เป็นต้น

George Gerbner และคณะ (1967-1980) จากมหาวิทยาลัยเพนซิลวาเนียได้พัฒนาทฤษฎีอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม โดยใช้โปรแกรมการวิจัยที่ยาวนานและเจาะจงเพื่อศึกษาผลกระทบของสื่อโทรทัศน์ โดยเริ่มโครงการสำรวจที่เรียกว่า The Violence Profile ตั้งแต่ปี 1967 ด้วยการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นรายการช่วงไพรม์ไทม์, รายการช่วงดึก และ รายการช่วงกลางวันสุดสัปดาห์ พบว่า ในระยะเวลากว่าสิบปีของการศึกษา ความรุนแรงได้เพิ่มขึ้นในแต่ละช่วงเวลาและชนิดของรายการ การวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มที่ชัดเจนสำหรับกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์มาก (Heavy Viewers) ที่จะมองข้ามการปรากฏของความรุนแรงในโทรทัศน์เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ชมโทรทัศน์น้อย (Light Viewers) และในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง การรับชมโทรทัศน์มีความเชื่อมโยงอย่างมีนัยสำคัญกับการมีคำตอบแบบโทรทัศน์ (Television Answers) อย่างไรก็ตาม การศึกษาในช่วงแรกๆ แสดงผลให้เห็นว่า ผลกระทบจากโทรทัศน์นี้ไม่มีความเกี่ยวข้องที่เด่นชัดกับตัวแปรเชิงประชากร

งานศึกษาผลกระทบของโทรทัศน์ตามแนวคิดการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมด้วยโครงการ The Violence Profile นี้ได้ดำเนินเรื่อยมาจนถึงปี 1978 งานวิจัยหมายเลขแปด (The Violence Profile NO.8) ยืนยันข้อค้นพบที่พบก่อนหน้านี้ และแสดงให้เห็นชัดว่า เด็กเป็นกลุ่มซึ่งมีความอ่อนแอต่อผลกระทบของโทรทัศน์เป็นพิเศษ ทั้งนี้ ผู้ชมที่เป็นกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์มากจะมีความรู้สึกเกี่ยวกับความเสี่ยงส่วนบุคคล ความไม่ไว้วางใจ การใช้อำนาจทางกฎหมาย และความสงสัยในเพื่อนมนุษย์สูงกว่าผู้ชมโทรทัศน์น้อยในกลุ่มประชากรเดียวกันและมีความเสี่ยงในชีวิตคล้ายๆกัน และกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์มากก็มักจะให้คำตอบซึ่งใกล้เคียงกับภาพที่ปรากฏทางโทรทัศน์ นั่นคือ ภาพของโลกที่โหดร้าย (Mean World) และผลการศึกษาก็ได้รับการยืนยันเช่นนี้ในงานวิจัยหมายเลขต่อๆมาด้วย

ในงานวิจัยหมายเลขสิบเอ็ด (The Violence Profile NO.11:1980) เกิร์บเนอร์ได้แสดงแนวคิดเพิ่มเติมอีก 2 ประการ เพื่ออธิบายข้อเท็จจริงที่ว่าผลของกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์มากที่แตกต่างกันมาจากกลุ่มทางสังคมที่แตกต่างกัน คือ แนวคิดแบบกระแสหลัก (Mainstreaming) และแนวคิดแบบรบกวนกำหนด (Resonance) โดยให้คำอธิบายว่า แนวคิดแบบกระแสหลักเกิดขึ้น เมื่อการรับชมโทรทัศน์มากของคนแต่ละกลุ่มก่อให้เกิดแนวคิดในทางเดียวกัน และแนวคิดแบบสองเท่าเกิดเมื่อผลกระทบเชิงการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นในบางกลุ่มประชากรเป็นพิเศษ ซึ่งการเพิ่มแนวคิดทั้ง 2 ประการนี้ ทำให้แนวทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมไม่อ้างผลกระทบที่เป็นแบบแผน หรือเป็นไปแบบทางเดียวต่อกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์มากอีกต่อไป แต่เสนอแนว

คิดที่ว่าโทรทัศน์ทำปฏิกริยากับตัวแปรอื่นๆในทิศทางที่การรับชมโทรทัศน์จะมีผลกระทบมากต่อกลุ่มย่อยบางกลุ่มเท่านั้น ไม่ใช่กับทุกกลุ่มย่อยเสมอไป

Nancy L. Buerkel-Rothfuss และ Sandra Mayes (1981) ได้ทำงานวิจัยเกี่ยวกับการรับชมละครแบบโซปโอเปรา (Soap Opera) และผลกระทบเชิงการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมละครโซปโอเปรา และการรับรู้เกี่ยวกับบุคคลและเหตุการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริง ด้วยการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาในชั้นเรียนการสื่อสารเบื้องต้น จำนวน 290 คน ณ มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่แห่งหนึ่งทางภาคใต้ของสหรัฐอเมริกา ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับชมละครโซปโอเปรามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในจำนวนตัวเลขที่มากกว่าตัวเลขของโลกแห่งความเป็นจริง อาทิ การเปิดรับชมที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวข้องกับเพิ่มการประมาณจำนวนบุคคลที่ประกอบอาชีพแพทย์และทนายในโลกแห่งความจริง รวมถึงตัวเลขที่มากกว่าความเป็นจริงของนักธุรกิจ ผู้ชายและผู้หญิงที่มีผู้หรือหย่า การมีบุตรนอกสมรสหรือการฆ่าตัวที่ร้ายแรง นอกจากนี้ กลุ่มผู้ชมละคร และกลุ่มคนที่ไม่ชมละครมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในการประมาณการจำนวนของอาชีพ การกระทำที่ผิดกฎหมาย การฆ่าตัวร้ายแรง การมีปัญหาทางจิตหรือโรคประสาทเพราะความเครียด การทำแท้งและการหย่า แต่ไม่ปรากฏตัวเลขที่ชัดเจนในประเด็นเกี่ยวกับการมีผู้หรือการมีชีวิตแต่งงานที่มีความสุข โดยสรุป งานวิจัยชี้ว่า การรับชมละครประเภทนี้มีส่วนที่ทำให้เกิดความแตกต่างในทางการรับรู้ระหว่างกลุ่มผู้ชมละคร และกลุ่มคนที่ไม่ชมละคร โดยอาจมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ประสบการณ์ส่วนบุคคล หรือการรับชมข่าวสารในช่วงเวลาอื่น อาทิช่วงไพรม์ไทม์ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แสดงข้อคิดเกี่ยวกับข้อด้อยของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาทั้งหมด ซึ่งอาจไม่สามารถเป็นตัวแทนของผู้ชมละครประเภทนี้ที่แท้จริงได้

Suzanne Pingree และ Robert Hawkins (1981) ทำการศึกษาผลกระทบทางการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการรับชมรายการโทรทัศน์จากประเทศสหรัฐอเมริกาของเด็กชาวออสเตรเลีย โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,280 คน เกรดสอง ห้า แปด สิบเอ็ด ที่เรียนในโรงเรียนของรัฐ เป็นชนผิวขาวอยู่แถบชานเมืองระดับจากครอบครัวที่เป็นชนชั้นทำงานและชนชั้นกลาง และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ถามเกี่ยวกับความคิดเห็น ความเชื่อและนิสัยเกี่ยวกับสื่อ และความรู้ ร่วมกับการใช้สมุดบันทึกการรับชม (Viewing diary) ในแต่ละวัน โดยเด็กเกรดสองจะมีผู้ปกครองเป็นผู้จัดบันทึกให้ จากการวิเคราะห์สมุดบันทึกการรับชมพบว่า เด็กเกรด

เตรเลียนจากกลุ่มตัวอย่างดูโทรทัศน์ระหว่าง 2-4 ชั่วโมง ต่อวัน ขณะที่สถานีโทรทัศน์สองสถานีมีรายการจากสหรัฐอเมริกาถึง 50-70% ในช่วงหัวค่ำที่เป็นไพรม์ไทม์ และครึ่งหนึ่งของเด็กๆชมรายการเหล่านี้ ผลการศึกษาพบว่า เด็กออสเตรเลียในกลุ่มตัวอย่างไม่เห็นความแตกต่างหรือมีอคติกับโทรทัศน์อเมริกามากกว่าไม่เกี่ยวข้องกับตน แต่ในทางกลับกัน เนื้อหาของโทรทัศน์อเมริกา กลับดูเหมือนว่ามีความสำคัญกับแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นจริงทางสังคมมากกว่ารายการที่ผลิตโดยคนในท้องถิ่น หรือมาจากประเทศอื่นๆที่ไม่ใช่สหรัฐอเมริกา และปรากฏความสัมพันธ์ระหว่างการรับชมรายการโทรทัศน์จากสหรัฐอเมริกาโดยรวม กับความเชื่อที่เกี่ยวกับธรรมชาติของความเป็นจริงทางสังคมออสเตรเลีย ดังนั้น ผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมทางความเชื่อเกี่ยวกับโลกในเรื่องความรุนแรงและอาชญากรรมปรากฏแม้เมื่อข่าวสารมาจากบริบทของประเทศอื่น

Elizabeth M. Perse (1986) ได้ศึกษาแบบแผนการรับชมละครโศปราคาของนักเรียนระดับวิทยาลัย และผลกระทบเชิงการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม โดยถือเป็นการขยายขอบเขตงานวิจัยในประเด็นเดียวกันที่ได้ทำก่อนหน้านี้ ด้วยการใช้แบบสอบถามเพื่อวัดแรงกระตุ้นในการรับชมละคร ทัศนคติ พฤติกรรม และการรับรู้เชิงการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมของนักศึกษาที่รับชมละครประเภทนี้จำนวน 313 คน ผลการวิจัยพบสิ่งที่ตรงข้ามกับข้อสันนิษฐานที่ว่าผู้ชมที่ได้รับผลกระทบทางการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมน่าจะเป็นบุคคลที่ไม่มีเป้าหมายทางการรับชม (Passive) ทั้งนี้ ผลกระทบทางการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมที่จำกัดได้รับการสังเกตว่าเกี่ยวข้องกับทางเลือกใช้เนื้อหาของละครในฐานะเป็นเครื่องมือนำไปสู่บางสิ่งบางอย่าง อาทิ ความบันเทิง ข้อมูลข่าวสาร การหลบหนีจากสภาพความเป็นจริง และการผ่อนคลาย อันถือเป็นแรงกระตุ้นในการรับชม ซึ่งเกี่ยวข้องกับระดับการรับชมที่สูงกว่า ช่วงเวลาการรับชมที่ยาวนานกว่า และระดับการรับรู้ความเป็นจริงที่สูงกว่า

ในการศึกษาตามแนวทฤษฎีการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับPomography และ Construction of Gender ของ Elizabeth H. Preston (1990) ข้อมูลได้รับการรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างหลายกลุ่มภายในเวลา 6 เดือน ระหว่างปี 1984 และ 1985 กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่เข้าเรียนในชั้นเรียนด้านการสื่อสารที่แตกต่างกันจำนวนแปดชั้นเรียน ในมหาวิทยาลัยแห่งรัฐแมตซาชูเซต (Massachusetts) จำนวน 3 แห่ง โดยแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถามสำหรับการศึกษา 4 ประเด็น ได้แก่ ก) Sex-role Stereotypes, ข) Sex-traits, ค) Sexuality

Stereotypes, และ ง) Rape Myths ผลการศึกษาพบว่า ในกลุ่มนักศึกษาชาย การเปิดรับชมรายการ pomography มีความสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอกับ Stereotyping โดยเฉพาะในเรื่องของบทบาททางเพศที่เหมาะสม และการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องทางเพศของทั้งเพศชายและหญิง แต่ไม่เกี่ยวข้องกับการยอมรับในมายาคติเรื่องการข่มขืนที่เพิ่มขึ้น ขณะที่มิชชั่นค้นพบที่แตกต่างในกลุ่มนักศึกษาหญิง คือ ไม่มีความสัมพันธ์ที่เด่นชัดและสม่ำเสมอปรากฏระหว่างการเปิดรับชมรายการ pomography กับประเด็นต่างๆที่ต้องการศึกษา ซึ่งมิชชั่นค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความแตกต่างทางเพศที่มีต่อการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางเพศอย่างชัดเจน

James Weaver และ Jacob Wakshlag (1986) ทำการศึกษาด้วยวิธีการสำรวจ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับชมโทรทัศน์และการรับรู้เกี่ยวกับความอ่อนแอส่วนบุคคลต่ออาชญากรรม โดยการใช้แบบสอบถามแบบสามตอน สอบถามกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งสิ้น 108 คน ผลการวิเคราะห์นี้ชี้ให้เห็นว่าความเข้มแข็งและทิศทางของความสัมพันธ์มีความไม่แน่นอน ทั้งนี้ขึ้นกับ ก) แหล่งที่มาของประสบการณ์การตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม อาทิ การเห็นจากสื่อ การรับรู้จากสื่อบุคคล หรือประสบการณ์ของตนเอง ข) ชนิดของรายการช่วงPrime-time ที่รับชม อาทิ เป็นรายการที่เกี่ยวกับอาชญากรรมหรือไม่ ค) ธรรมชาติเชิงบริบทของการรับรู้ของความอ่อนแอส่วนบุคคลที่มีต่ออาชญากรรม

การศึกษาแบบแผนทางครอบครัว และการรับชมทางโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นตัวทำนายความก้าวร้าวและความเชื่อของเด็ก โดย Jerome L. Singer, Dorothy G. Singer และ Wanda S. Rapaczynski (1984) เพื่อศึกษา การรับชมโทรทัศน์ในวัยเด็กก่อนเข้าเรียนที่จะสามารถทำนายความเชื่อและพฤติกรรมในช่วงท้ายของวัยเด็ก โดยการพิจารณาทั้งจำนวนชั่วโมงที่รับชมรายการบางรายการโดยเฉพาะ และบรรยากาศการรับชมที่บ้าน ผู้เข้าร่วมการวิจัยเป็นเด็กจำนวนทั้งสิ้น 63 คนที่มีอายุเฉลี่ย 4 ขวบ ในการเก็บข้อมูลครั้งแรกในปี 1977 และมีอายุเฉลี่ย 9 ขวบในการเก็บข้อมูลครั้งสุดท้ายเมื่อปี 1982 โดยในช่วงแรก ทำการสังเกตเด็กจากการเล่นและการให้คะแนนด้านความก้าวร้าว 6 ครั้งต่อหนึ่งปี พร้อมกับบันทึกการรับชมโทรทัศน์ในช่วงสองอาทิตย์อย่างน้อย 3 ครั้งในปีเดียวกันที่ทำกรบันทึกโดยผู้ปกครอง จนเด็กเริ่มเข้าเรียนชั้นประถม จึงทำการสัมภาษณ์ผู้ปกครองและเด็กที่บ้านเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับบรรยากาศการชมโทรทัศน์ที่บ้านเป็นเวลาติดต่อกัน 3 ปี และท้ายสุด เด็กจะได้รับเชิญมาที่สถาบันโทรทัศน์ศึกษาเยลเพื่อการ

สัมภาษณ์เพิ่มเติม และทำแบบสอบถาม "The Scary World" จากการศึกษาข้อมูลพบข้อบ่งชี้บางประการที่แสดงให้เห็นว่า การรับชมโทรทัศน์มาก (Heavy Television Viewing) มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับพฤติกรรมความก้าวร้าวที่ปรากฏในเด็กระดับชั้นประถมในภายหลัง และความเชื่อเกี่ยวกับโลกที่หวาดกลัวและโหดร้าย อันเป็นผลมาจากการรับชมโทรทัศน์มากตั้งแต่ก่อนการเข้าเรียนเสียอีก

Nancy L. Buerkel-Rothfuss, Bradley S. Greenberg, Charles K. Atkin, Kimberly Neuendorf (1982) ทำการวิจัยเรื่อง การเรียนรู้เกี่ยวกับครอบครัวจากโทรทัศน์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับชมรายการเกี่ยวกับครอบครัวที่มีต่อความเชื่อของเด็กเกี่ยวกับบทบาทของครอบครัว และการที่ผู้ปกครองมีส่วนช่วยในกระบวนการการเรียนรู้ โดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 648 คนที่เป็นนักเรียนในเกรดสี่ หก และแปดในเมืองดีทรอยต์ รัฐมิชิแกน เมืองซานโฮเซและเมืองเบิร์กเลย์ใต้ รัฐแคลิฟอร์เนีย ผลการศึกษาโดยรวม บ่งชี้ว่า เด็กที่รับชมรายการครอบครัวที่แสดงอาการสื่อสารแบบรักใคร่กันภายในครอบครัวบ่อยครั้งจะเชื่อว่าครอบครัวในชีวิตควรเป็นเช่นนั้น คือสมาชิกในครอบครัวควรห่วงใยกันและกัน และ ผลการศึกษายังปรากฏข้อสนับสนุนที่ว่า ผู้ปกครองมีส่วนขัดขวางกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับบทบาททางสังคมจากโทรทัศน์อีกด้วย

Gross และ Morgan (1985) ทำการวิจัยเรื่อง Television and Enculturation พบว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Personal Interaction) สร้างความแตกต่างได้ ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการรับชมและการมองโลกในแบบของโทรทัศน์มีน้อยมากในกลุ่มของวัยรุ่นที่ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการรับชมโทรทัศน์ ขณะทำงานวิจัยของ Rothchild (1984) เรื่อง Small Group Affiliation as a Mediating Factor in the Cultivation Process แสดงให้เห็นว่า ในกลุ่มเด็กที่มีความเหนียวแน่นในกลุ่มเพื่อน (Peer groups) จะแสดงผลการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่ค่อยสังคมกับกลุ่มเพื่อน ส่วนงานของ Morgan และ Rothchild 1983 เรื่อง Impact of the New Television Technology: Cable TV, Peers, and Sex Role Cultivation in Electronic Environment บ่งชี้ว่า กลุ่มวัยรุ่นที่ดูรายการทางเคเบิลมีแบบแผนการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมที่ชัดเจนกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ดู จะเห็นได้ว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มผู้ใกล้ชิดสามารถลดอิทธิพลของการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม และเคเบิลทีวีอาจทำให้อิทธิพลดังกล่าวเพิ่มขึ้น (Gerbner, gross, Morgan, and Signorielli, 1986: 29-30)

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงแนวคิดทฤษฎีทั้งสิ้นแนวคิดที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ล้วนเป็นแนวคิดที่เป็นแกนหลักของงานวิจัยครั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นในฐานะกรอบทางความคิดที่ได้ใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล ดังเช่น ทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม แนวคิดปัจจัยที่ช่วยเสริมแรงการจูงใจของสื่อมวลชน และทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม หรือแนวคิดเกี่ยวกับวิธีวิจัยแบบสนทนากลุ่มในฐานะระเบียบวิธีวิจัยที่สำคัญเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย ดังที่จะกล่าวถึงรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยในบทต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย