



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์วาไรตี้ในด้านสังคมประภิต" เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ทั้งการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณ (Quantitative) และการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative) เพื่อศึกษาถึงเนื้อหาในด้านสังคมประภิตที่ปรากฏบนเว็บไซต์วาไรตี้ ข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำมาประมวลและวิเคราะห์เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่สนใจศึกษา นั่นคือ บทบาทในด้านสังคมประภิตของเว็บไซต์วาไรตี้

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ คือ เว็บไซต์วาไรตี้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ ได้แก่ เว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหาที่เป็นข้อมูลข่าวสาร ทั้งด้านสาระและบันเทิง และให้บริการต่าง ๆ อาทิ บริการสืบค้นข้อมูล จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) กระดานข่าว ห้องสนทนา การส่งข้อความไปยังวิทยุติดตามตัว (Pager) ฯลฯ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย และเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอในรูปแบบภาษาไทย

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการจำแนกประเภทเว็บไซต์ไทยยังไม่มีกำหนดเกณฑ์การจำแนกประเภทที่แน่นอน จึงพบว่า ในบางแหล่งข้อมูล (เช่น นิตยสารบางฉบับ หรือหนังสือแนะนำเว็บไซต์) เว็บไซต์ที่มีลักษณะดังอธิบายข้างต้นนั้นอาจถูกจัดอยู่ในประเภทอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ชุมชน (Community Site) เว็บไซต์ด้านบันเทิง (Entertainment Sites) เป็นต้น งานวิจัยนี้จึงพิจารณาคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกศึกษาเว็บไซต์วาไรตี้จำนวน 4 เว็บไซต์ ได้แก่

1. www.mweb.co.th ของบริษัท เอ็มเว็บ (ประเทศไทย) จำกัด
2. www.pop.co.th ของบริษัท ป๊อป เนทเวอร์ค จำกัด
3. www.siam2you.com ของบริษัท สยามทูยู จำกัด
4. www.yummyai.com ของบริษัท สามารถ ออนไลน์ จำกัด

เกณฑ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยพิจารณาคัดเลือกเว็บไซต์ทั้ง 4 เว็บไซต์ข้างต้นเป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยโดยอาศัยเกณฑ์ดังนี้

1. เกณฑ์ด้านเนื้อหาและบริการ

เว็บไซต์กลุ่มเป้าหมายเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหาทั้งที่เป็นข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ หลากหลายด้านทั้งสาระและบันเทิงในรูปแบบภาษาไทย ซึ่งเป็นเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย นอกจากนี้ ยังเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตประเภทต่าง ๆ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

2. เกณฑ์ด้านความนิยม

เพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้สามารถสะท้อนภาพของเว็บไซต์ไทยที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากเข้าชม โดยเว็บไซต์เหล่านี้ต้องมีผลต่อการส่งเสริมกระบวนการสังคมประภคิตของบุคคลได้ ผู้วิจัยจึงนำเกณฑ์ด้านความนิยมมาใช้พิจารณาคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย แต่เนื่องจากเว็บไซต์ไทยมักไม่นิยมแสดงผลการนับจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ การพิจารณาความนิยมของเว็บไซต์จากจำนวนผู้เข้าชมจึงทำได้ค่อนข้างยาก ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงอาศัยการประเมินความนิยมจากการจัดอันดับเว็บไซต์ยอดนิยมจากแหล่งต่าง ๆ

เว็บไซต์ M-Web เว็บไซต์ Siam2you และเว็บไซต์ YumYai ยังเป็นเว็บไซต์ที่ติดอยู่ในกลุ่มเว็บไซต์ยอดนิยม "TOP 10 Web sites in Thailand in the year 2000" จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ Mthai.com ส่วนเว็บไซต์ Pop นั้นอยู่ในกลุ่ม Top 10 ในการจัดอันดับ "The Nation's Thailand Web Awards 2000" ของบริษัท เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป นอกจากนี้ เว็บไซต์เหล่านี้ยังได้รับการกล่าวถึงในสื่อต่าง ๆ อาทิ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ เว็บไซต์วาไรตี้ที่เลือกศึกษาในครั้งนี้จึงจัดเป็นเว็บไซต์ที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการศึกษาแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. แหล่งข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่

- เนื้อหาบนเว็บไซต์วาไรตี้ที่เลือกศึกษา เช่น ข่าวสาร บทความ บทสัมภาษณ์ เป็นต้น
- บทความ ตลอดจนงานวิจัยบนเครือข่ายเว็ลด์ไวด์เว็บบนอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความต่าง ๆ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บเนื้อหาจากเว็บไซต์วาไรตี้ 4 เว็บไซต์เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาโดยรวมของเว็บไซต์วาไรตี้ และวัดปริมาณเนื้อหาสังคมประภคที่ปรากฏบนเว็บไซต์เหล่านี้ การเก็บเนื้อหาจากเว็บไซต์ ใช้วิธีการสืบค้น (surfing) เข้าไปในเว็บไซต์วาไรตี้ นั้น ๆ เพื่อบันทึกข้อมูล (save) และพิมพ์ออกจากเครื่องพิมพ์ (printer) ทั้งนี้ ข้อมูลที่ทำการศึกษามีความแตกต่างกันในแต่ละเว็บไซต์

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลเนื้อหาเว็บไซต์วาไรตี้ 4 เว็บไซต์สัปดาห์ละหนึ่งครั้ง เนื่องจากแต่ละเว็บไซต์จะมีการปรับปรุง (update) แตกต่างกันไป ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับเนื้อหาในแต่ละส่วนที่จะมีความถี่ในการปรับปรุงต่างกันและยังขึ้นอยู่กับเหตุการณ์แวดล้อมอีกด้วย การคัดเลือกวันที่จะเก็บข้อมูลนั้นจะใช้วิธีสุ่มโดยการจับฉลาก โดยผลการสุ่มวันเก็บข้อมูล คือ ทุกวันเสาร์ การเก็บข้อมูลใช้เวลาทั้งสิ้นรวม 8 สัปดาห์ (2 เดือน) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 28 กุมภาพันธ์ 2544

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลจึงแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1.1 การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ

หน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์วาไรตี้เพื่ออธิบายถึงเนื้อหาในเชิงปริมาณ ใช้หน่วยในการวิเคราะห์เนื้อหา 2 ประเภท ได้แก่

1. หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ในงานวิจัยนี้ให้หน่วยในการวิเคราะห์ คือ รายเรื่อง (Item) โดยพิจารณาเนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์วาไรตี้แต่ละเรื่องว่าเป็นเนื้อหาสังคมประภคหรือไม่ หากพิจารณาได้ว่าเป็นเนื้อหาที่เข้าข่ายเนื้อหาสังคมประภค จะพิจารณา

ต่อไปว่าสามารถจัดเรื่องดังกล่าวว่าเป็นเนื้อหาสังคมประกิตในด้านใดตามกรอบการวิเคราะห์เนื้อหา จากนั้นจะนำไปลงบันทึกในตารางบันทึก

2. หน่วยในการระบุจำนวน (Unit of Emuneration) ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ การปรากฏ (Appearance) โดยนับเนื้อหาสังคมประกิตในด้านต่าง ๆ ตามกรอบการวิเคราะห์เนื้อหา ว่าปรากฏหรือไม่ปรากฏ ในงานวิจัยนี้ นับการปรากฏของเนื้อหาสังคมประกิต 1 ด้านเป็นการปรากฏ 1 ครั้งหรือ 1 รายเรื่อง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ในการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ ตารางบันทึกเนื้อหา (Coding Sheet) ที่ใช้สำหรับการบันทึกเนื้อหาแยกตามประเภทของเนื้อหาสังคมประกิต

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยสร้างกรอบเนื้อหาที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาสังคมประกิตที่ปรากฏบนเว็บไซต์วาไรตี้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. สร้างกรอบความคิดของเครื่องมือจากแนวคิดเกี่ยวกับสังคมประกิต โดยประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับสังคมประกิตจากงานวิจัยของศศิธร อภิสัทธีนิรันดร์ (2541) เรื่อง "การขัดเกลาทางสังคมผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทรายการปกิณกะบันเทิง" ซึ่งแบ่งองค์ประกอบของกระบวนการสังคมประกิตออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ สังคมประกิตด้านจิตใจ สังคมประกิตด้านสติปัญญา และสังคมประกิตด้านพฤติกรรม
2. ออกแบบเครื่องมือบันทึกข้อมูล โดยประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของกระบวนการสังคมประกิตดังกล่าวข้างต้น ในงานวิจัยนี้ ได้แบ่งประเภทเนื้อหาสังคมประกิตออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่

สังคมประกิตด้านจิตใจ แบ่งออกเป็น 4 ส่วนย่อย ได้แก่

1. ค่านิยม / ความเชื่อ ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่คนในสังคมยึดถือ ยอมรับหรือเห็นว่าเหมาะสม เช่น ค่านิยมเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต ความเชื่อของคนโบราณ

2. ทศนคติ / ความคิดเห็น ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสภาพชีวิตและสังคม ความคิดเห็นเรื่องการเลือกคู่ครอง ทศนคติที่มีต่อความรักในแง่มุมต่าง ๆ

3. แรงบันดาลใจ ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างความมุ่งมั่น ให้กำลังใจในการเรียนและการทำงาน กระตุ้นความพยายามเพื่อความสำเร็จในอนาคต ตลอดจนสร้างความทะเยอทะยานเพื่อความก้าวหน้าในชีวิต

4. ศิลธรรมจรรยา ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับการปลูกฝังหรือสนับสนุนให้คนยึดมั่นในความประพฤติที่ดีที่ชอบ เช่น ความซื่อสัตย์สุจริต ความกตัญญู การเสียสละ ความมีเมตตา ฯลฯ

เนื้อหาสังคมประกิดด้านสติปัญญา แบ่งออกเป็น 3 ส่วนย่อย ได้แก่

1. ข่าวสาร ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน สถานการณ์ความเป็นไปในสังคม อาทิ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ สังคม บันเทิง ฯลฯ

2. ความรู้ ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทางวิชาการ อาทิ ภาษาอังกฤษ เทคโนโลยี ฯลฯ และความรู้รอบตัวด้านต่าง ๆ

3. ทักษะ / ความชำนาญ ได้แก่ เนื้อหาที่ช่วยส่งเสริมพัฒนาการในการกระทำสิ่งต่าง ๆ เช่น การประกอบอาชีพ การเล่นกีฬา เป็นต้น

เนื้อหาสังคมประกิดด้านพฤติกรรม แบ่งออกเป็น 3 ส่วนย่อย ได้แก่

1. ระเบียบแบบแผน ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับการปลูกฝังหรือกระตุ้นการปฏิบัติตนตามแนวทางที่สังคมหรือกลุ่มต้องการเพื่อให้การใช้ชีวิตในสังคมเป็นไปอย่างราบรื่น เช่น ระเบียบแบบแผนในการประกอบอาชีพ การศึกษาเล่าเรียน

2. บทบาทการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม ได้แก่ เนื้อหาที่ส่งเสริมการทำประโยชน์ให้สังคม การเสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

3. นำกรอบเนื้อหาที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่านตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุม ความตรงตามเนื้อหา จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไข แล้วจึงสร้างตารางบันทึกเนื้อหาตามเกณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบแล้วเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลต่อไป

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยสุ่มตัวอย่างเรื่อง que ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นเนื้อหาสังคมประภิตจากเว็บไซต์กลุ่มเป้าหมายมาจำนวน 20 เรื่อง จากนั้นผู้วิจัยและผู้ร่วมลวงรหส์อีกสองคน จะร่วมกันอ่านเนื้อหาจากเว็บไซต์ว่าไรดีที่เลือกศึกษา แล้วพิจารณาว่ามีเนื้อหาที่จัดเป็นเนื้อหาสังคมประภิตในด้านใดบ้าง แล้วนำผลที่ได้มาคำนวณหาค่าความน่าเชื่อถือ

การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นการประเมินว่าผู้วิจัยและผู้ร่วมลวงรหส์มีความเห็นตรงกันกี่ครั้ง โดยนำมาคำนวณตามหลักการของ Holsti โดยใช้สูตร

$$R = \frac{3(C_{1+2+3})}{C_1 + C_2 + C_3}$$

R = ค่าความเชื่อมั่น
 (C_{1+2+3}) = จำนวนรายเรื่อง que ผู้ลวงรหส์ทั้ง 3 คนมีความเห็นตรงกัน
 $C_1 + C_2 + C_3$ = จำนวนเรื่องทั้งหมดที่ทำการวิเคราะห์

ค่าที่คำนวณได้ตามสูตรนี้ไม่ควรต่ำกว่า 0.75 จึงถือว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ

หลังการทดสอบความเชื่อมั่น ปรากฏว่าผู้ร่วมวิเคราะห์ทั้ง 3 คนวิเคราะห์ตรงกัน 18 เรื่อง (ในกรณี que วิเคราะห์ตรงกัน 2 คนจากจำนวนทั้งหมด 3 คน ผู้วิจัยถือว่าวิเคราะห์ตรงกัน) นำมาแทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$R = \frac{3(18)}{60}$$

$$= 0.9$$

ผลการคำนวณที่ได้มีค่าสูงกว่า 0.75 ดังนั้น จึงถือว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้เชื่อถือได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์วาไรตี้ 4 เว็บไซต์ครบแล้ว ก็นำมาหาค่าร้อยละของเนื้อหาสังคมประติของแต่ละเว็บไซต์ และค่าร้อยละของทั้งหมด 4 เว็บไซต์ตามลำดับ โดยใช้สูตร

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนครั้งที่ปรากฏ} \times 100}{\text{จำนวนทั้งหมด}}$$

1.2 การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ

หลังจากเก็บข้อมูลและวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณแล้ว ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพโดยใช้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว การวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์วาไรตี้ เป็นการศึกษาเพื่อเข้าใจถึง ลักษณะรูปแบบ โครงสร้างและเนื้อหาโดยรวมของเว็บไซต์วาไรตี้

การวิเคราะห์เนื้อหาในส่วนนี้จะอาศัยแนวทางจากงานวิจัยของ Ha and James (1998) เรื่อง "Interactivity Reexamined: A Baseline Analysis of Early Business Web Sites" ซึ่งได้แบ่งปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) อันเป็นคุณลักษณะเด่นของเว็บไซต์ออกเป็น 5 มิติด้วยกัน ได้แก่ 1) ความสนุกสนาน (Playfulness) 2) ทางเลือก (Choice) 3) การเชื่อมต่อกัน (Connectedness) 4) การเก็บรวบรวมข้อมูล (Information Collection) และ 5) การสื่อสารระหว่างกัน (Reciprocal Communication) ทั้งนี้ เนื่องจากปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) เป็นคุณลักษณะเด่นที่ทำให้เว็บไซต์เป็นสื่อที่แตกต่างจากสื่อดั้งเดิมประเภทอื่นอย่างมาก และในงานวิจัยนี้สนใจศึกษาบทบาทของสื่อที่มีคุณสมบัติแตกต่างจากสื่อดั้งเดิม ประเด็นเรื่องปฏิสัมพันธ์จึงจะช่วยให้เข้าใจถึงศักยภาพของสื่อใหม่ที่ย่อมจะมีผลต่อประสิทธิผลในการสื่อสาร

2. เนื้อหาสังคมประติบนเว็บไซต์วาไรตี้ เป็นการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาสังคมประติในด้านต่าง ๆ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์วาไรตี้ภายใต้กรอบการวิเคราะห์ในการวิจัยนี้

การนำเสนอผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 บทซึ่งมีประเด็นครอบคลุมดังนี้

บทที่ 4 รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ว่าไรดี จะนำเสนอในรูปแบบของการพรรณานำเสนอเนื้อหา (Description)

บทที่ 5 เนื้อหาสังคมประกิตบนเว็บไซต์ว่าไรดี ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ จะนำเสนอโดยใช้ตารางและแผนภูมิประกอบคำบรรยาย ส่วนผลการวิจัยการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการนำเสนอแบบพรรณานำเสนอเนื้อหา (Description)

บทที่ 6 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

กรอบความคิดในการวิจัย

