

การประเมินประสิทธิผลของการใช้เนื้อหาสาระที่เร้าความกลัวในสื่อโทรทัศน์
เพื่อป้องกันอุบัติเหตุจากการขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคล
ในเขตกรุงเทพมหานคร

นาย ธนวัฒน์ สุวรรณจรัส



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-636-781-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

AN EVALUATIVE RESEARCH OF FEAR APPEAL PORTRAYAL IN
THE TELEVISION "MEDIUM" ON THE PREVENTION OF
AUTOMOBILE ACCIDENT IN BANGKOK METROPOLIS

Mr. Thanawat Suwancharas

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication
Department of Mass Communication
Graduate School
Chulalongkorn University
Academic Year 1996
ISBN 974-636-781-1

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การประเมินประสิทธิผลของการใช้เนื้อหาสารที่ร้าย
ความกลัวในสื่อโทรทัศน์เพื่อป้องกันอุบัติภัยจากการ
จับจี้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นาย ธนวัฒน์ สุวรรณจรัส

ภาควิชา

การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. นันทวัน สุชาโต

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ศาสตราจารย์นายแพทย์ สุภวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน สุชาโต)

กรรมการ

(นายแพทย์ ชัยวัน เจริญโชคทวี)

กรรมการ

(อาจารย์ สุภาพร โพธิ์แก้ว)



ธนวัฒน์ สุวรรณจรัส : การประเมินประสิทธิผลของการใช้เนื้อหาสารที่เร้าความกลัวในสื่อโทรทัศน์เพื่อป้องกันอุบัติเหตุจากการขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร (AN EVALUATIVE RESEARCH OF FEAR APPEAL PORTRAYAL IN THE TELEVISION "MEDIUM" ON THE PREVENTION OF AUTOMOBILE ACCIDENT IN BANGKOK METROPOLIS) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.นันทวัน สุชาโต109 หน้า. ISBN 974-636-781-1

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญสองประการคือ (1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมประชากรและจิตวิทยาต่อระดับการเรียนรู้เนื้อหาสารในสื่อโทรทัศน์ที่สร้างขึ้นเพื่อป้องกันอุบัติเหตุจากการขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อประเมินประสิทธิผลของการใช้เนื้อหาสารที่เร้าความกลัวในสื่อโทรทัศน์ดังกล่าว โดยได้ทำการทดลองในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลที่มีอายุ 18-25 ปี จำนวน 48 คน ภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องลำดับขั้นของการเรียนรู้

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางสังคมประชากรและจิตวิทยาบางปัจจัยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับการเรียนรู้เนื้อหาสารในสื่อโทรทัศน์ที่ใช้ในการทดลองดังต่อไปนี้

1. "ระดับทัศนคติในการขับขี่รถยนต์อย่างปลอดภัย" ของกลุ่มตัวอย่างที่วัดทันทีภายหลังการชมสื่อโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ "ทัศนคติเกี่ยวกับกฎจราจร" แต่มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับ "ระดับการศึกษา" และ "ความเชื่อมั่นในการขับขี่รถยนต์"
2. "ระดับความตั้งใจในการขับขี่รถยนต์อย่างปลอดภัย" ของกลุ่มตัวอย่างภายหลังการชมสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ "ประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุรถยนต์ของคนในครอบครัว" "ระดับความรู้" และ "ระดับทัศนคติ" ในการขับขี่รถยนต์อย่างปลอดภัย

นอกจากนี้ยังพบว่าการใช้เนื้อหาสารที่เร้าความกลัวมีประสิทธิผลในการที่จะเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจในการขับขี่รถยนต์อย่างปลอดภัย แต่อย่างไรก็ตามการณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุรถยนต์ในระดับประเทศจำเป็นต้องมีการปรับปรุงเนื้อหาสารเพื่อให้เหมาะสมกับการชักจูงใจกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา2539.....

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาพร้อม

C851265 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD:

FEAR APPEAL / AUTOMOBILE ACCIDENT PREVENTION /
EXPERIMENTAL STUDY

THANAWAT SUWANCHARAS : AN EVALUATIVE RESEARCH OF FEAR APPEAL
PORTRAYAL IN THE TELEVISION "MEDIUM" ON THE PREVENTION OF AUTOMOBILE
ACCIDENT IN BANGKOK METROPOLIS) THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. NANTAWAN
SUSHATO, Ph.D. 109 PP. ISBN 974-636-781-1


The purposes of this research were twofold:(1) to study the relationship between socio-economic status and psychological factors on learning levels of the television 'message' regarding a prevention of automobile accident;(2) to evaluate the effectiveness of 'fear appeal' as portrayed in the medium being produced for this study. An experiment of 48 selected car owners of 18-25 age groups was conducted within a conceptual framework of the learning-effect hierarchy.

Findings showed that only some socio-economic and psychological factors were significantly correlated with the level of knowledge from the medium as follows:

1. The variable of "attitude toward safety driving" as measured right after their exposure to the message was positively related to "conformity to the traffic rules," but had negative relationship with "level of education" and "locus of control."
2. The level of intention to drive safely after the message learning was found to be positively correlated to "family experience in traffic accident", "the level of posttest knowledge" as well as "their attitude toward safety driving".

Most importantly, "fear appeal" was tested as an effective treatment in changing people's knowledge, attitude, and intention for safety driving. Nevertheless, a national campaign for the prevention of automobile accident must require a well adjustment of the message to be capable of persuading a large target audience.

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่อนิสิต 

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....? ๖๗.....

.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ ก็ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก
รองศาสตราจารย์ ดร. นันทวัน สุชาโต อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกริกเกียรติ
พันธุ์พิพัฒน์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ นายแพทย์ ชัยวัน เจริญโชคทวี
เลขาธิการสมาคมแพทย์อุบัติเหตุแห่งประเทศไทยและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมทั้ง
อาจารย์ สุภาพร โปธิแก้ว กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ โดยทุกท่านได้กรุณาให้คำแนะนำ
และข้อคิดเห็นต่างๆที่เป็นประโยชน์สำหรับการวิจัยมาด้วยดีตลอด นอกจากนี้ยังได้รับความ
อนุเคราะห์ข้อมูลต่างๆจากคณะกรรมการป้องกันอุบัติภัยแห่งชาติ(กปอ.) กรมตำรวจ
และกระทรวงสาธารณสุข จึงขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ท้ายนี้ ใคร่ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ครูบาอาจารย์ และเพื่อน
นิสิตนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคนอกเวลาราชการ) รุ่นที่ 5 ทุกท่านที่ให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย
เสมอมาจนจบจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย-----	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ-----	จ
กิตติกรรมประกาศ-----	ฉ
สารบัญตาราง-----	ญ
บทที่	
1 บทนำ-----	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา-----	1
ปัญหาคำวิจัย-----	9
วัตถุประสงค์ของการวิจัย-----	9
สมมติฐานการวิจัย-----	9
ขอบเขตของการวิจัย-----	10
นิยามศัพท์-----	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ-----	13
2 แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง-----	14
แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสารการตลาด	
เพื่อสังคม-----	15
แนวคิดเกี่ยวกับลำดับขั้นของผลการสื่อสาร-----	17
เครื่องบ่งบอกความหมาย-----	23
ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก-----	24
การแสดง-----	29
มุมกล้อง-----	29
ผู้นำเสนอ-----	29
การเคลื่อนไหว-----	29
เทคนิคการตัดต่อ-----	29
ดนตรีประกอบ-----	32
ทฤษฎีบุคลิกภาพ-----	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง-----	33

3	ระเบียบวิธีวิจัย-----	39
	รูปแบบการวิจัย-----	39
	ข้อมูลเกี่ยวกับอุบัติภัยจากรถยนต์-----	40
	สปอตเพื่อป้องกันอุบัติภัยจากการจับจี้รถยนต์	
	ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร-----	43
	กลุ่มตัวอย่าง-----	47
	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย-----	47
	การเก็บรวบรวมข้อมูล-----	48
	วิธีดำเนินการสร้างแบบสอบถามและแบบทดสอบ-----	50
	การทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล-----	52
	การวิเคราะห์ข้อมูล-----	52
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล-----	52
	การนำเสนอ-----	53
4	ผลการวิจัย-----	54
	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา-----	55
	ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ-----	60
	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-----	60
	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2-----	66
	สรุปผลการวิจัย-----	68
5	สรุปผลการวิจัยและเสนอแนะ-----	70
	สมมติฐาน-----	70
	สรุปผลการวิจัย-----	71
	การอภิปรายผล-----	73
	ข้อเสนอแนะ-----	82
	ข้อจำกัดในวิจัย-----	82
	รายการอ้างอิง-----	83

ภาคผนวก-----	87
ภาคผนวก ก แบบสอบถามและแบบทดสอบ-----	88
ภาคผนวก ข สถิติผู้ป่วยที่บาดเจ็บและเสียชีวิต จากอุบัติเหตุรถยนต์ รพ. รามาธิบดี (2534 - 2538)-----	104
ประวัติผู้เขียน-----	109

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	สาเหตุการตาย 5 อันดับแรกในรอบ 5 ปี (กระทรวงสาธารณสุข 2536)-----	4
ตารางที่ 2	การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง-----	53
ตารางที่ 3	การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้อง กับพฤติกรรมการขับชี่รถยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง-----	56
ตารางที่ 4	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางสังคมประชากรและจิตวิทยา ระดับความรู้และทัศนคติก่อนชมสื่อโทรทัศน์ที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยนี้ กับระดับความตั้งใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุบน ท้องถนนก่อนชมสื่อโทรทัศน์-----	59
ตารางที่ 5	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางสังคมประชากรและจิตวิทยา ระดับความรู้และความตั้งใจหลังชมสื่อโทรทัศน์กับระดับทัศนคติหลัง ชมสื่อโทรทัศน์-----	61
ตารางที่ 6	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางสังคมประชากรและจิตวิทยา ระดับความรู้และทัศนคติในการขับรถยนต์อย่างปลอดภัยหลังชมสื่อโทรทัศน์กับ ระดับความตั้งใจหลังชม สื่อโทรทัศน์-----	63
ตารางที่ 7	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการเรียนรู้ก่อนและหลังชมสื่อ โทรทัศน์-----	65
ตารางที่ 8	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับทัศนคติก่อนและหลังการชมสื่อโทรทัศน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05-----	65
ตารางที่ 9	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความตั้งใจในการขับรถยนต์อย่าง ปลอดภัยก่อนและหลังชมสื่อโทรทัศน์-----	66