

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษา และสำรวจความคิดเห็นและความสนใจของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในระดับปริญญาตรี ตลอดจนถึงการนำเอาภาษาโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวันในด้านการพูดและการเขียน โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาและสำรวจโฆษณาทางโทรทัศน์ในปี 2537 ตั้งแต่เดือนมกราคม - มิถุนายน โดยรายชื่อของโฆษณานั้นจะได้มาจากเอกสารข้อความที่ผ่านการตรวจและอนุญาตให้ออกเผยแพร่ได้จากคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (ก.บ.ว.)

2. จากจำนวนโฆษณาทั้งหมดนั้นผู้วิจัยจะทำการเลือกโฆษณาที่เห็นว่ามีการใช้ภาษาที่ไม่เหมือนภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันซึ่งเป็นภาษาในช่วงปี 2537 ประมาณ 30 ประโยค จากสไลด์แกนปิดท้ายของโฆษณา ซึ่งประโยคเหล่านี้จะถูกคัดเลือกนำมาใช้ในแบบสอบถาม

3. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม 1 ชุด เพื่อถามถึงความคิดเห็นของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้นแบ่งออกเป็น 3 ภาค

ภาคที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบ การเปิดรับโฆษณาจากโทรทัศน์ และความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณา โดยจะถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษาและพฤติกรรมของการรับสารโฆษณา

ภาคที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาในโฆษณา โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นการถามถึงความเข้าใจในความหมายของภาษาโฆษณา โดยจะคัดเลือกโฆษณามา 20 โฆษณา

ตอนที่ 2 เป็นคำถาม ถามความเห็นผู้ตอบเกี่ยวกับลักษณะของการใช้ภาษาในโฆษณาว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร โดยจะกำหนดลักษณะต่างๆ ของภาษาโฆษณาจำนวน 20 ลักษณะ ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นว่ามีความเห็นด้วยอยู่ในระดับไหน

ภาคที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลภาษาในโฆษณาที่มีต่อการใช้ภาษาไทย โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 จะเป็นคำถาม ถามความเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับภาษาโฆษณาช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยของนิสิตในชีวิตประจำวันอย่างไร โดยถามในเรื่องการใช้ภาษาไทยเกี่ยวกับ การฟัง การพูด และการเขียนรวม 20 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการนำเอาภาษาในโฆษณาไปใช้ในชีวิตรประจำวันมากน้อยเพียงใด โดยถามความเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับการนำเอาไปใช้พูดและใช้เขียนรวม 13 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด เพื่อพิจารณาความเข้าใจและการใช้สำนวนภาษาโฆษณาของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ

3. ก่อนที่ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปแจกแก่นักศึกษา ซึ่งเป็นตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาตรี จำนวน 20 คน เพื่อศึกษาถึงความเหมาะสมและความถูกต้องของแบบสอบถาม

กลุ่มประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนิสิตปริญญาตรีของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยไม่กำหนด เพศ อายุ และคณะวิชาที่นิสิตเรียน

ตัวอย่างประชากร

ตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 243 คน โดยการสุ่มจากนิสิตปริญญาตรีของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยสายวิทยาศาสตร์จำนวน 122 คน และสายสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์จำนวน 121 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบ (Simple Random Sampling)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนและใช้ได้ วิเคราะห์ตามลักษณะของแบบสอบถามดังต่อไปนี้

แบบสอบถามภาคที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบกำหนดค่าให้เลือก (Check List) เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพต่างๆ ไป การรับสารโฆษณาและความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ (Percent) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

แบบสอบถามภาคที่ 2 และภาคที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท Likert-Tupe (Isaac, Mechael 1983 : 142) ตามความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาในโฆษณาช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยอย่างไร และการกำหนดเอาภาษาในโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวันเป็นอย่างไร ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ โดยกำหนดค่าน้ำหนักมาตราส่วนของข้อคำถาม ดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 5
มาก	ให้คะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ 3
น้อย	ให้คะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 1

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยมัชฌิมเลขคณิต (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายชื่อ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง



ค่าเฉลี่ยมีช่วงเลขคณิตที่คำนวณได้ กำหนดความหมายไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.56-5.00 หมายความว่า มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.56-4.55 หมายความว่า มาก

ค่าเฉลี่ย 2.56-3.55 หมายความว่า ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.56-2.55 หมายความว่า น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.55 หมายความว่า น้อยที่สุด

แบบสอบถามภาคที่ 3 คำถามปลายเปิด ตรวจสอบพิจารณาดูว่า ภาษาโฆษณา
ทางโทรทัศน์มีผลต่อการใช้สำนวนภาษาอย่างไร โดยใช้การอ่านข้อมูลและจัดกลุ่มของ
คำตอบว่าการใช้สำนวนภาษามีผลมาจากโฆษณาของโทรทัศน์อย่างไร