

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อจะศึกษาความคิดเห็น และความสนใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 เกี่ยวกับคำร่วมสมัยที่ใช้ในโฆษณา ตลอดจนการนำเอาคำร่วมสมัยในโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับชั้น ดังต่อไปนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาและสำรวจคำโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่างปี พ.ศ. 2527-2529 โดยคำโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์จะสุ่มมาจากเอกสารข้อความโฆษณาที่ผ่านการตรวจ และอนุญาตให้ออกเผยแพร่ได้จากคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ (ก.บ.ว.) จากสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ส่วนคำโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์นั้น ผู้วิจัยทำการสุ่มมาจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จากการรวบรวมเป็นเล่มของหอสมุดแห่งชาติ ซึ่งถือว่าเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีโฆษณามากที่สุด โดยคำที่เลือกสุ่มมานั้นจะเลือกคำโฆษณาที่เห็นว่าเป็นคำใหม่ เป็นคำแปลก ๆ ตามที่ได้ศึกษาข้อคิดเห็นจากเอกสารผลงานวิจัย และจากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านภาษาและการโฆษณา จากคำโฆษณาที่สุ่มมาจากสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ จำนวน 80 คำ จะถูกคัดเลือกนำมาใช้ในแบบสอบถามจำนวน 40 คำ คิดเป็นร้อยละ 50 ของที่สุ่มมาทั้งหมด ซึ่งถือว่าเป็นคำร่วมสมัยในโฆษณา

2. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม 1 ชุด เพื่อใช้ถามความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ซึ่งถือว่าเป็นเยาวชนที่มีประสบการณ์เรียนรู้ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี เริ่มแรกที่มาจากการศึกษาค่าต่าง ๆ กันไม่นานนัก ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 3 ภาค คือ

ภาคที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบ การรับสารโฆษณาจากสื่อมวลชน และความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาโดยจะถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษาของผู้ตอบ ตลอดจนถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของการรับสารโฆษณา และความคิดเห็นในเรื่องการโฆษณา

ภาคที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคำร่วมสมัยที่ใช้ในโฆษณา โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถาม ถามผู้ตอบเกี่ยวกับการเข้าใจในความหมายของคำร่วมสมัยในโฆษณา จำนวน 40 คำ ที่คัดเลือกมาจากการสุ่มจากสื่อโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์ ดังกล่าวข้างต้นว่า ผู้ตอบมีความเข้าใจในความหมายของแต่ละคำร่วมสมัยอยู่ในระดับใด

ตอนที่ 2 เป็นคำถาม ถามความเห็นผู้ตอบเกี่ยวกับลักษณะของการใช้คำร่วมสมัยในโฆษณาว่าลักษณะของคำร่วมสมัยในโฆษณานั้นมีลักษณะเป็นอย่างไร โดยจะกำหนดลักษณะต่าง ๆ ของคำร่วมสมัย จำนวน 20 ลักษณะ ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นว่ามีความเห็นด้วยอยู่ในระดับไหน

ภาคที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของคำร่วมสมัยในโฆษณาที่มีต่อการใช้ภาษาไทย โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 จะเป็นคำถาม ถามความเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับคำร่วมสมัยในโฆษณาช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาในชีวิตประจำวันอย่างไร โดยถามในเรื่องการใช้ภาษาไทยเกี่ยวกับ การฟัง การพูด และการเขียน รวม 20 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถาม เกี่ยวกับการนำเอาคำร่วมสมัยในโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวันมากน้อยเพียงใด โดยถามความเห็นของผู้ตอบเกี่ยวกับการนำเอาไปใช้พูด และใช้เขียน รวม 13 ข้อ

3. ก่อนที่ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปแจกแก่นักศึกษาซึ่งเป็นตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จำนวน 20 คน เพื่อศึกษาถึงความเหมาะสมและความถูกต้องของแบบสอบถาม

กลุ่มประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยไม่กำหนดเพศ อายุ และคณะวิชาที่นักศึกษาเรียน

ตัวอย่างประชากร

ตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 300 คน โดยการสุ่มจากนักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ทั้งหมด 1,500 คน ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจากอาจารย์ผู้สอนนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยขอแจกแบบสอบถามท้ายชั่วโมงการสอนด้วยตนเอง และเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวนแบบสอบถามที่แจกไปทั้งหมด จำนวน 300 ฉบับ ได้รับคืนเป็นฉบับที่สมบูรณ์ และสามารถนำมาวิเคราะห์ได้ จำนวน 286 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 95.33 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่แจก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนและใช้ได้จำนวน 286 ฉบับ มาวิเคราะห์ตามลักษณะของแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

แบบสอบถามภาคที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบกำหนดคำตอบให้เลือก (Check List) เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป การรับสารโฆษณา และความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ (Percent) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

แบบสอบถามภาคที่ 2 และภาคที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต Likert-Type (Isaac, Michael 1983 : 142) ตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความร่วมมือในโฆษณาช่วยส่งเสริมการใช้ภาษาไทยอย่างไร และการนำเอาความร่วมมือไปใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นอย่างไร ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดยกำหนดค่าน้ำหนักมาตราส่วนของข้อคำถาม ดังนี้

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

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยมัธยฐานเลขคณิต (\bar{X}) และหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายชื่อ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ค่าเฉลี่ยมัธยฐานเลขคณิตที่คำนวณได้ 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