

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “กระบวนการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาครีမ်ปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์ของผู้รับสารสตรี” เป็นการนำแบบจำลองความรู้เท่าทันสื่อ (The Cognitive Model of Media Literacy) มาศึกษากระบวนการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ของผู้รับสารสตรี โดยเลือกศึกษากรณีศึกษาโฆษณาครีမ်บำรุงผิวที่ปรับสีผิวขาว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการศึกษาผู้รับสาร (Audience Analysis) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) เพื่อทราบกระบวนการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาของผู้รับสาร โดยมีแนวทางในการดำเนินการวิจัยดังนี้

ข้อมูลสำหรับการศึกษา

สำหรับการศึกษาเรื่อง “กระบวนการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาครีမ်ปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์ของผู้รับสารสตรี” นี้ มีข้อมูลสำคัญที่ต้องการศึกษาคือ กระบวนการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ของผู้รับสารสตรี และข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์ผู้รับสาร เช่น ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อและกระบวนการ โฆษณาสินค้าครีမ်ปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์ โดยมีแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. การสำรวจวรรณกรรม (Literature review) จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้ ได้แก่

1.1 แหล่งข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัย ที่เป็นเรื่องความรู้เท่าทันสื่อ รวมทั้งมีรายละเอียดบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความรู้เท่าทันสื่อ ทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อนำมาสรุป วิเคราะห์ และสังเคราะห์ให้ได้ค่านิยมของ “ความรู้เท่าทันสื่อ” ที่จะนำมาใช้ในการวิจัยตลอดข้อมูลเกี่ยวกับแบบจำลองความรู้เท่าทันสื่อของ Potter เพื่อนำมาวิเคราะห์ผู้รับสาร

1.2 แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวและความคืบหน้าของแนวคิดความรู้เท่าทันสื่อจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนศึกษา เช่น บทความทางวิชาการ บทความภาษาอื่น ฯลฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลล่าสุดในแง่มุมต่าง ๆ เกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อเพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ สรุปพร้อมกับการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ

2. แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับโฆษณา

ชิ้นงานโฆษณาสินค้าครีมปรับสีผิวขาวที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ (ช่อง 3, 5, 7, 9, ITV) ช่วง Prime Time (18.00-23.00 น.) ซึ่งมีการใช้งบประมาณและความคิดในการซื้อเวลาโฆษณาสูงสุด 2 อันดับแรก (ข้อมูลจากบริษัทเอซี นีลเสน จากการสำรวจในวันที่ 1 กันยายน 2550-31 ตุลาคม 2550) ได้แก่ พอนด์ ไวท์ บิวตี้ ดีท็อกซ์ และ โอเลย์ ไวท์เรเดียนซ์ อินเทนซีฟ ไวท์เทนนิ่ง ใช้ประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งโฆษณาทั้งสองชิ้นเป็นภาพยนตร์โฆษณาสินค้ายอดนิยมในกลุ่มผู้หญิงวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น

3. แหล่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาเรื่อง “กระบวนการความรู้เท่าทันสื่อโฆษณาครีมปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์ (The Cognitive Model of Media Literacy) ของผู้รับสารสตรี กรณีศึกษา โฆษณาครีมปรับสีผิวขาว” นั้นเป็นการศึกษาด้วยวิธีการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) โดยผู้ศึกษาใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) จากการกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน

ประชากร

การศึกษาเรื่อง “กระบวนการความรู้เท่าทันสื่อโฆษณาครีมปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์ของผู้รับสารสตรี” เป็นการศึกษาด้วยการวิเคราะห์ผู้รับสารโดยมีประชากรเป็นผู้รับสารเพศหญิง ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของชิ้นงานโฆษณา 2 ชิ้น คือ

1. พอนด์ ไวท์ บิวตี้ ดีท็อกซ์ คือ ผู้หญิงที่มีความรู้ ทันสมัย สนใจความงามและการดูแลผิวพรรณ
2. โอเลย์ ไวท์เรเดียนซ์ อินเทนซีฟ ไวท์เทนนิ่ง คือ ผู้หญิงที่ มีความรู้ ทันสมัย สนใจความงามและการดูแลผิวพรรณ

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษากำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 20 คน โดยมีแนวทางในการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างเจาะจง (Purposive Sampling) จากบุคคลที่มีคุณสมบัติที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

1. เป็นผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี
2. เป็นผู้ใช้หรือเคยใช้ หรือมีกลุ่มเพื่อนสนิทที่เคยใช้ครีมปรับสีผิวขาว

หลังจากนั้น^๕ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) จากการสอบถามบุคคลที่เคยเป็นกลุ่มตัวอย่างมาแล้วให้ได้บุคคลที่มีคุณสมบัติเดียวกันหรือใกล้เคียง จนครบจำนวน 20 คน ได้แก่

1. นางสาววราภรณ์ ลาภเย็นง
2. นางสาวจุฑาพิชญ์ สติวิศาลกิจ
3. นางสาวอุณหิสสุดา พุกตะวัน
4. นางสาวณัฐพัชร์ จารุมงคลศักดิ์
5. นางสาวดวงหทัย เขียวสวัสดิ์กิจ
6. นางมูทิตา โรจน์พงษ์ทรัพย์
7. นางสาวสุกัญญา มุสิเกต
8. นางสาวเปมิกา ช่างฉ่ำ
9. นางสาวสุภาลักษณ์ น้ำจิตรตรง
10. นางสาวพนารัตน์ มาศนมาดล
11. นางชนิษฐา รักษ์วงษ์ไทย
12. นางสาวประพิศพรรณ ศุภสมุท
13. นางมนฤดี วุฒิสุวรรณ
14. นางสาววันวิสา มุลคลัง
15. นางสาวสุจินตนา จิตรจำนงค์
16. นางสาวปวีณา พงษ์โรจน์
17. นางสาวกัญญสิริ ลิขิตนันท์
18. นางสาวปัทมกานต์ บัวสุวรรณ
19. นางสาวมลลัทธิ มุสิเกต
20. นางสาวสลิลา อรรถโกวิท

วิธีการเก็บข้อมูล

1. กำหนดแนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง

โดยแนวคำถามรวมทั้งหมด 58 ข้อ โดยแบ่งการสัมภาษณ์เป็น 2 ^๕ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้

^๕ขั้นตอนแรก ทำความรู้จักกับกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับ และประวัติการศึกษา รายได้ สถานภาพทางครอบครัว ที่อยู่อาศัย การเป็นเจ้าของเครื่องรับโทรทัศน์ กลุ่มเพื่อน กิจกรรมในเวลาว่าง ฯลฯ

ส่วนที่ 2 พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับโฆษณาโทรทัศน์

1. ท่านเคยศึกษา หรือมีความรู้เกี่ยวกับโฆษณาทางโทรทัศน์มาบ้างหรือไม่ มากน้อยแค่ไหน เช่น ขั้นตอนการผลิต รูปแบบโฆษณา เคยถ่ายโฆษณา เป็นต้น
2. ท่านทราบหรือไม่ว่าโฆษณาโทรทัศน์อยู่ในการควบคุมของหน่วยงานใด ภายใต้กฎหมายฉบับใด
3. ท่านคิดว่าโฆษณาทางโทรทัศน์มีความสำคัญอย่างไร และเกี่ยวข้องกับอะไรบ้างกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์
4. ท่านเคยชมโฆษณาผลิตภัณฑ์ครีมปรับสีผิวขาว ทางโทรทัศน์มาก่อนหรือไม่ โฆษณาอะไรบ้าง
5. ท่านคิดว่าโฆษณาครีมปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์มีวิธีการนำเสนอ อย่างไรบ้าง
6. ท่านคิดว่าโฆษณาครีมปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์มีวิธีการผลิตอย่างไร
7. ท่านคิดว่าเป้าหมายของโฆษณาครีมปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์ คืออะไร
8. ท่านคิดว่าโฆษณามีความสำคัญอย่างไรกับคนทั่วไป เหตุใดจึงคิดเช่นนั้น
9. ท่านคิดว่าเวลาที่ดูโฆษณาครีมปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์มีผลกระทบอย่างไรกับท่านบ้าง เหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

ส่วนที่ 3 พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับประสบการณ์จริง

10. ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ที่เป็นครีมบำรุงผิวเพิ่มความขาวหรือไม่ รู้จักได้อย่างไร
11. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ครีมปรับสีผิวขาวมีคุณสมบัติแตกต่างจากครีมบำรุงธรรมดาอย่างไร ทราบจากแหล่งใด
12. ท่านเคยทดลองใช้ หรือพูดคุยกับคนที่ใช้ผลิตภัณฑ์ครีมปรับสีผิวขาวหรือไม่ ใช้มานานหรือยัง เหตุใดจึงใช้ครีมปรับสีผิวขาว
13. ถ้าท่านเป็นคนที่เคยใช้ครีมปรับสีผิวขาว ปัจจุบันยังคงใช้อยู่หรือไม่ เหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น
14. นอกจากในโฆษณาโทรทัศน์ ท่านเคยอ่านหรือได้ข้อมูลเกี่ยวกับครีมปรับสีผิวขาวบ้างหรือไม่ จากที่ไหน

15. ท่านคิดว่าปัจจุบันผลิตภัณฑ์ครีมปรับผิวขาวมีราคาเท่าใด มีกี่ยี่ห้อ และมีขายที่ใดบ้าง ในประเทศใดบ้าง

16. เมื่อมีผลิตภัณฑ์ปรับสีผิวขาวชนิดใหม่ ๆ ออกมา ท่านสนใจอยากทดลองใช้หรือไม่ และท่านซื้อสินค้าดังกล่าวมาใช้หรือไม่ เพราะเหตุใด

17. ท่านคิดอย่างไรกับคำพูดที่ว่า “ไก่อามเพราะคนคนงามเพราะแต่ง” เห็นด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด

18. ท่านหรือคนที่ท่านรู้จักคุ้นเคย เคยได้รับโอกาสดีเพิ่มขึ้นในชีวิตจากการเป็นคนที่มีผิวขาว สวยงามหรือไม่

19. ท่านคิดว่าถ้าท่านมีผิวขาวมากกว่านี้ ท่านจะประสบความสำเร็จในชีวิตมากกว่านี้หรือไม่ เพราะเหตุใดจึงคิดเช่นนั้น

ส่วนที่ 4 พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับตนเอง

20. ท่านมักได้รับการกล่าวถึงในหมู่เพื่อน ๆ หรือคนสนิทคุ้นเคยว่าเป็นคนอย่างไร เช่น หน้าตาดี ผิวสวย ช่างแต่งตัว ผมสวย ทันสมัย เป็นต้น

21. ท่านพึงพอใจในสิ่งที่เพื่อน ๆ หรือคนสนิทกล่าวถึงมากน้อยแค่ไหน เห็นด้วยหรือไม่ เพราะอะไร

22. ท่านเป็นคนมีลักษณะอย่างไร เช่น ช่างคิด ขี้ลืม เข้าใจง่าย ช่างจดจำ สนใจสิ่งรอบข้างชอบค้นหาข้อมูล ช่างสงสัย

23. ท่านเชื่อถือข้อมูลด้านความงามจากแหล่งใด เช่น โทรทัศน์ เพื่อน นักขาย หรือหลาย ๆ แหล่งรวมกัน

24. ท่านทราบหรือไม่ว่าโฆษณาครีมปรับผิวขาวเกี่ยวข้องกับท่านอย่างไร เพราะเหตุใด

25. ท่านคิดว่าโฆษณาโทรทัศน์เป็นสิ่งที่มีความหมายต่อท่านหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด

ส่วนที่ 5 คุณลักษณะเฉพาะบุคคลเมื่อเปิดรับสื่อ (Personal Locus)

26. ท่านชมโทรทัศน์กับใคร ที่ไหน เวลาใด เลือกดูอย่างไร ใครเป็นคนเลือก

27. ท่านชอบรายการโทรทัศน์ประเภทใด และรายการโทรทัศน์ประเภทใดที่ท่านชมบ่อยที่สุด เพราะอะไร

28. ท่านชอบดูโฆษณาโทรทัศน์หรือไม่ เพราะอะไรถึงชอบ เพราะอะไรถึงไม่ชอบ

29. ท่านเคยเปิดโทรทัศน์ เพื่อดูโฆษณาโทรทัศน์หรือไม่ อย่างไร เพราะอะไรจึงเป็นเช่นนั้น

30. ปกติท่านมีกิจกรรมอะไรบ้างในขณะที่ชมโทรทัศน์ เช่น นั่งเฉย ๆ อ่านหนังสือ รับประทานอาหาร ทำงานบ้าน ออกกำลังกาย คุยกับเพื่อน ฯลฯ

31. เคยสังเกต/สงสัย หรือไม่ว่าเหตุใดท่านจึงจำโฆษณาบางชิ้นได้ และบางชิ้นก็จำไม่ได้ คิดว่าเพราะเหตุใด (เพราะว่าท่านเลือกดูอย่างตั้งใจในบางชิ้นใช่หรือไม่ หรือบางชิ้นที่มาบ่อย ๆ ก็จำได้)

32. โฆษณาครีမ်ปรับผิวขาวที่ท่านจำได้ คือโฆษณาชิ้นใดบ้าง ทำไมท่านจึงจำได้

33. ท่านเคยคิดหรือไม่ว่าการดูโฆษณาโทรทัศน์เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้ความตั้งใจดู และมีสมาธิมาก ๆ เช่นเดียวกับการอ่านหนังสือ หรือหาความรู้ เหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

ขั้นตอนที่ 2 ให้กลุ่มเป้าหมายชมชิ้นงานโฆษณาสินค้าครีမ်ปรับสีผิวทางโทรทัศน์ 2 ชิ้น

ส่วนที่ 6 เครื่องมือในการจัดการสาร (Information Processing Tools)

34. ท่านทราบหรือไม่ว่าโฆษณา 2 ชิ้นนี้ เป็นโฆษณาสินค้าอะไรบ้าง กรุณาเล่าให้ฟัง

35. ท่านจำได้หรือไม่ว่าเห็นภาพอะไรบ้าง กรุณาเล่าให้ฟัง

36. ท่านได้ยินเสียงอะไรบ้าง กรุณาเล่าให้ฟัง

37. ท่านคิดว่าภาพ “รถไฟที่วิ่งออกจากสถานี” มีความหมายอย่างไร

38. ท่านคิดว่าเสียงดนตรีที่ได้ยินในโฆษณาทั้งสองเรื่อง มีความหมายอย่างไร

39. ท่านเห็นข้อความอะไรปรากฏบนจอโทรทัศน์บ้าง กรุณาเล่าให้ฟัง

40. ท่านเข้าใจโฆษณาที่ได้ชมไปหรือไม่ อธิบาย เพราะอะไรจึงคิดเช่นนั้น

41. ท่านสามารถเล่าเรื่องราวในโฆษณาให้ฟังเป็นลำดับได้หรือไม่ เพราะอะไรจึงเป็นเช่นนั้น

42. ท่านคิดว่าสิ่งสำคัญที่สุดที่ต้องการจะบอกในโฆษณานี้คืออะไร และรองลงมาคืออะไร เหตุใดจึงคิดเช่นนั้น

43. ท่านเคยดูโฆษณาพอนด์ และโอเลย์ส์สองชิ้นนี้มาก่อนหรือไม่ บ่อยแค่ไหน

44. ท่านรู้สึกอย่างไรเมื่อได้ดูโฆษณาทั้ง 2 ชิ้น ตอนแรก เหตุใดจึงรู้สึกเช่นนั้น และเปลี่ยนแปลงหรือไม่เมื่อดูซ้ำ ๆ หลายครั้ง

45. ท่านคิดว่าโฆษณาทั้งสองชิ้น ที่ได้ชมไปแล้วนั้นเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เหตุใดจึงคิดเช่นนั้น

46. ท่านไม่ชอบอะไรในโฆษณาที่ได้ชมมากที่สุด เพราะอะไร

47. ท่านชอบอะไรในโฆษณาที่ได้ชมมากที่สุด เพราะอะไร

ส่วนที่ 7 การจัดการสาร (Information Processing Task)

48. ท่านคิดว่าโฆษณาที่ได้ชมไป บอกอะไรกับท่านบ้าง เหตุใดจึงคิดเช่นนั้น

49. จากโฆษณาโอเลย์ ที่กล่าวว่า “ให้ คุณ รักผิว ยิ่งกว่าที่เคยรัก” ท่านคิดว่า “คุณ” ในที่นี้หมายถึง ใคร เหตุใดจึงคิดเช่นนั้น

50. ท่านคิดอย่างไรกับคำว่า “พอนด์....ให้ผิวดูขาวอมชมพู เปล่งประกายอย่างเป็นธรรมชาติ จนหลงรักอย่างช่วยไม่ได้” เห็นด้วยหรือไม่ เพราะอะไร

51. ท่านเห็นด้วยกับเนื้อหาโฆษณาที่ได้ชมหรือไม่ ในเรื่องอะไรบ้าง แตกต่างกันหรือไม่ เพราะอะไร

52. ท่านคิดว่ามีเรื่องใด หรือข้อความใดที่โฆษณาไม่ได้กล่าวถึง หรือหลีกเลี่ยงจะกล่าวถึงหรือไม่ เพราะเหตุใดจึงคิดเช่นนั้น

ส่วนที่ 8 การนำความรู้เท่าทันสื่อไปใช้ในชีวิตประจำวัน

53. ท่านเคยพูดคุยกับเพื่อนหรือบุคคลอื่น เกี่ยวกับโฆษณาครีมปรับผิวขาว ที่ออกอากาศทางโทรทัศน์หรือไม่ เพราะอะไร

54. ท่านเคยหาข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่ เมื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับโฆษณาครีมปรับผิวขาวทางโทรทัศน์ ที่ไม่ชัดเจนมากพอ เพราะเหตุใดจึงทำเช่นนั้น

55. โฆษณาครีมปรับผิวขาวที่ท่านได้ชม และขึ้นอื่น ๆ ที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ มีประโยชน์ หรือไม่มีประโยชน์ต่อท่านอย่างไรบ้าง เพราะอะไร (เช่น เป็นความรู้เพิ่มเติม เป็นความบันเทิง เป็นข้อมูลสำหรับเลือกซื้อสินค้า หรือเกี่ยวกับหน้าที่อาชีพ)

56. โฆษณาครีมปรับผิวขาวที่ท่านได้ชม และขึ้นอื่น ๆ ที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ มีประโยชน์ หรือไม่มีประโยชน์ต่อสังคมหรือไม่ เหตุใดจึงคิดเช่นนั้น

57. ท่านคิดว่าโฆษณาครีมปรับผิวขาว ที่ออกอากาศทางโทรทัศน์มีความเหมาะสมหรือไม่ และถ้าไม่เหมาะสมท่านจะอย่างไร เพราะเหตุใดจึงคิดเช่นนั้น

58. ท่านเคยติดตาม หรือชมโฆษณาครีมปรับผิวขาวอย่างตั้งใจหรือไม่ เพื่อที่จะได้ตรวจสอบความเหมาะสม ในฐานะผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร เพราะเหตุใด

เมื่อได้แนวคำถามทั้ง 58 ข้อแล้วจึงเข้าสู่ขั้นตอนที่ 2 ต่อไป

2. นำแนวคำถามที่ได้ร่างไว้ปรึกษากับอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญด้านความรู้เท่าทันสื่อ สื่อมวลชนศึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนทุกประเด็น และสามารถใช้ได้จริงในการสัมภาษณ์

3. การเตรียมตัวเข้าสู่สัมภาษณ์ ผู้ศึกษาเตรียมตัวเพื่อให้พร้อมสำหรับการสัมภาษณ์ ดังนี้

- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่จะเข้าไปสัมภาษณ์ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ สภาพความเป็นอยู่ รายได้ต่อเดือน ความสนใจทั่ว ๆ ไป เพื่อให้สามารถสร้างความคุ้นเคยกับกลุ่มตัวอย่างได้รวดเร็วมากขึ้นในการสัมภาษณ์
- ทบทวนข้อคำถามและแนวคิดความรู้เท่าทันสื่อก่อนการเข้าสัมภาษณ์ในแต่ละครั้ง เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลที่ต้องการได้ครบถ้วนในการสัมภาษณ์
- จัดเตรียมเอกสาร และอุปกรณ์ที่จำเป็นในการสัมภาษณ์ ได้แก่ สมุดจดบันทึก อุปกรณ์บันทึกเสียง แผ่นบันทึกชิ้นงานโฆษณาพร้อมอุปกรณ์ที่จะใช้ในการเปิด

4. ติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอเข้าสัมภาษณ์ และนัดหมายวันเวลา

5. สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยเริ่มต้นจากการพูดคุยเรื่องทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนเพื่อสร้างความคุ้นเคย และเริ่มดำเนินการสัมภาษณ์ตามแนวคำถามที่ได้จัดเตรียมมา โดยเพิ่มเติมประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์กับการวิเคราะห์ผู้รับสารระหว่างการสัมภาษณ์ (ส่วนที่ 1-5)

6. เปิดตัวอย่างชิ้นงานโฆษณาให้กลุ่มตัวอย่างดู เพื่อสัมภาษณ์ต่อในส่วนที่ 6-8

7. รวบรวม สรุป ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาการสัมภาษณ์

8. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ความรู้เท่าทันสื่อของผู้รับสาร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แนวคำถามที่เตรียมไว้สำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 58 ข้อ
2. ตัวอย่างชิ้นงานโฆษณา จำนวน 2 ชิ้นงาน ได้แก่ พอนด์ ไวท์ บิวตี้ ดีท็อกซ์ และ โอเลย์ ไวท์เวเดียนซ์ อินเทนซีฟ ไวท์เทนนิ่ง เพื่อใช้ประกอบการสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์กระบวนการรู้เท่าทันสื่อของผู้รับสาร
3. สมุดบันทึก ผู้ศึกษาใช้สมุดในการจดบันทึกข้อมูลเป็นอุปกรณ์หลักในการบันทึกข้อมูลที่ได้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง
4. เทปบันทึกเสียง ผู้ศึกษาใช้เทปบันทึกเสียงเป็นอุปกรณ์ประกอบ สำหรับเตือนความจำรวมทั้งเก็บรายละเอียดในส่วนของน้ำเสียง และข้อมูลอื่น ๆ ในขณะสัมภาษณ์

ระยะเวลาการเก็บข้อมูล

ผู้ศึกษากำหนดระยะเวลาการเก็บข้อมูลดังนี้

ช่วงที่ 1 วันที่ 1-15 ธันวาคม 2550 เตรียมร่างแนวคำถามและประสานงานติดต่อขอ
สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

ช่วงที่ 2 วันที่ 16 ธันวาคม 2550-31 พฤษภาคม 2551 ดำเนินการสัมภาษณ์
กลุ่มตัวอย่าง

ช่วงที่ 3 วันที่ 1 มิถุนายน 2551-1 ธันวาคม 2551 สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จาก
การสัมภาษณ์

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบการบรรยายและพรรณนาเนื้อหา (Description)
โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูล ดังนี้

บทที่ 4 กระบวนการรู้เท่าทันสื่อของผู้รับสารสตรีกรณศึกษาโฆษณาครีมปรับสีผิวขาว
แบ่งออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ข้อมูลทั่วไป
 - 1.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการรู้เท่าทันสื่อ
2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรู้เท่าทันสื่อ
 - 2.1 โครงสร้างความรู้ (Knowledge Structure)
 - 2.2 คุณลักษณะเฉพาะบุคคลเมื่อเปิดรับสื่อ (Personal Locus)
 - 2.3 เครื่องมือในการจัดการสาร (Information Processing Tools)
 - 2.4 การจัดการสาร (Information Processing Task)
3. การใช้ความรู้เท่าทันสื่อในชีวิตประจำวัน
 - 3.1 การสนทนาเกี่ยวกับโฆษณาครีมปรับสีผิวขาว
 - 3.2 การแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับครีมปรับสีผิวขาว
 - 3.3 การใช้ประโยชน์จากโฆษณาครีมปรับสีผิวขาว
 - 3.4 การตระหนักถึงผลกระทบของโฆษณาครีมปรับสีผิวขาว

3.5 การแสดงออกเมื่อไม่เห็นด้วยกับเนื้อหาหรือการนำเสนอโฆษณาครีမ်ปรับสีผิวขาวที่ไม่เหมาะสม

3.6 ความคิดเห็นต่อการการแสดงออกเมื่อไม่เห็นด้วยกับเนื้อหาหรือการนำเสนอโฆษณาครีမ်ปรับสีผิวขาวที่ไม่เหมาะสม

3.7 การตระหนักถึงความสำคัญของตนเองในฐานะการเป็นผู้บริโภคข่าวสาร
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ