

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์” เป็นการศึกษาโดยใช้เชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One-shot Study) โดยมีระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ที่ศึกษาอยู่ในวิทยาลัยนาฏศิลปสังกัดสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ จำนวน 12 แห่งและนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.), ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาลัยช่างศิลปสังกัดสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ จำนวน 3 แห่ง รวมจำนวนทั้งสิ้น 7,349 คน (ที่มา: ข้อมูลสถิติการศึกษาประจำปีการศึกษา 2561)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane กำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546: 141) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยแทนค่า	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	ประชากรทั้งหมด
	e	=	ระดับความคลาดเคลื่อนที่กำหนด
แทนค่า	n	=	$\frac{7,349}{1 + 7,349(0.05^2)}$
	กลุ่มตัวอย่าง	=	$379.35 \approx 380$ คน

1.2.1 วิธีการเลือกตัวอย่าง

ผู้วิจัยจึงได้ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความครบถ้วนและครอบคลุม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การจัดแบ่งชั้นภูมิกลุ่มประชากรตามระดับชั้นที่ศึกษา

โดยแบ่งวิทยาลัยในสังกัดสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ จำนวน 15 แห่ง ออกเป็น 3 กลุ่ม แยกตามระดับชั้นที่ศึกษาดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 ข้อมูลจำนวนประชากรจำแนกตามระดับชั้นที่ศึกษา

ระดับชั้นที่ศึกษา	จำนวน (คน)
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น(สายสามัญ ม.1-ม.3)	3,219
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย(สายสามัญ ม.4-ม.6)	3,255
ระดับอาชีวศึกษา(สายอาชีพ ปวช,ปวส.)	875
รวม	7,349

ที่มา: ข้อมูลสถิติการศึกษาประจำปีการศึกษา (2561)

ขั้นตอนที่ 2 เทียบสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร

พบว่า มีวิทยาลัยในสังกัดสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ จำนวน 15 แห่ง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มแยกตามระดับชั้นที่ศึกษา ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มตามสัดส่วนประชากร โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 คน และได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรต่อไปนี้

สัดส่วนจากกลุ่มระดับที่ศึกษา

1. ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น(สายสามัญ ม.1-ม.3) มีค่าเท่ากับ $(3,219 \times 380) /$

$$7,349 = 166.45 \text{ คน}$$

ดังนั้นเลือกตัวอย่างจากกลุ่มนี้ จำนวน 167 คน

2. ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น(สายสามัญ ม.4-ม.6) มีค่าเท่ากับ $(3,225 \times 380) /$

$$7,349 = 166.76 \text{ คน}$$

ดังนั้นเลือกตัวอย่างจากกลุ่มนี้ จำนวน 167 คน

3. ระดับอาชีวศึกษา(สายอาชีพ ปวช,ปวส.) มีค่าเท่ากับ $(875 \times 380) /$

$$7,349 = 45.24 \text{ คน}$$

ดังนั้นเลือกตัวอย่างจากกลุ่มนี้ จำนวน 46 คน

ตารางที่ 3.2 ข้อมูลการเทียบสัดส่วนประชากรตามระดับชั้นที่ศึกษา

ระดับชั้นที่ศึกษา	จำนวน (คน)
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น(สายสามัญ ม.1-ม.3)	167
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย(สายสามัญ ม.4-ม.6)	167
ระดับอาชีวศึกษา(สายอาชีพ ปวช,ปวส.)	46
รวม	380

ตารางที่ 3.3 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในแต่ละวิทยาลัย

วิทยาลัย	จำนวน นร./นศ.(คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. วิทยาลัยช่างศิลป์	592	31
2. วิทยาลัยช่างศิลปนครศรีธรรมราช	176	9
3. วิทยาลัยช่างศิลปสุพรรณบุรี	107	6
4. วิทยาลัยนาฏศิลป์	1399	72
5. วิทยาลัยนาฏศิลปกาฬสินธุ์	449	23
6. วิทยาลัยนาฏศิลปจันทบุรี	468	24
7. วิทยาลัยนาฏศิลปเชียงใหม่	512	26
8. วิทยาลัยนาฏศิลปนครราชสีมา	293	15
9. วิทยาลัยนาฏศิลปนครศรีธรรมราช	436	23
10. วิทยาลัยนาฏศิลปพัทลุง	588	30
11. วิทยาลัยนาฏศิลปร้อยเอ็ด	539	28
12. วิทยาลัยนาฏศิลปลพบุรี	372	19
13. วิทยาลัยนาฏศิลปสุโขทัย	430	22
14. วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี	494	26
15. วิทยาลัยนาฏศิลปอ่างทอง	494	26
รวม	7,349	380

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งสร้างขึ้นเพื่อศึกษาเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์” โดยแบบสอบถามจะเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close – Ended Questionnaire) และแบบชนิดปลายเปิด (Open – Ended Questionnaire) ซึ่งมีทั้งแบบเลือกตอบและประเมินค่า โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร เป็นคำถามแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียว (Check list) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ผลการเรียน รายได้ ลักษณะการพักอาศัยและสถานภาพทางครอบครัว รวม 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคม เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว (Check list) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศ เป็นคำถามแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียว (check list) จำนวน 2 ข้อ และเป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศบนสื่อสังคมรูปแบบต่าง ๆ ในรูปแบบของแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	มากกว่า 8 ครั้งต่อสัปดาห์
ระดับ 4	หมายถึง	7-8 ครั้งต่อสัปดาห์
ระดับ 3	หมายถึง	5-6 ครั้งต่อสัปดาห์
ระดับ 2	หมายถึง	3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
ระดับ 1	หมายถึง	1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
ระดับ 0	หมายถึง	ไม่เคยเปิดรับ

การแปลผล

คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	มีการเปิดรับสื่อมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	มีการเปิดรับสื่อมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	มีการเปิดรับสื่อปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	มีการเปิดรับสื่อน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	มีการเปิดรับสื่อน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 การรู้ทันสื่อสังคมเรื่องเพศเป็นการวัดความคิดเห็นที่มีต่อการรู้ทันสื่อสังคมเรื่องเพศใน 4 ด้าน คือ การเข้าถึงสื่อสังคมเรื่องเพศ การวิเคราะห์สื่อสังคมเรื่องเพศ การประเมินสื่อสังคมเรื่องเพศ การสร้างสรรค์สื่อสังคมเรื่องเพศ เป็นคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด รวมจำนวน 20 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลผล

คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	มีการรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	มีการรู้เท่าทันสื่อมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	มีการรู้เท่าทันสื่อปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	มีการรู้เท่าทันื่อน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	มีการรู้เท่าทันสื่อที่น้อยที่สุด

ตอนที่ 5 คำถามปลายเปิด โดยเป็นข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

1) การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

(1) ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พิจารณาความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความเที่ยงตรงของโครงสร้างและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้เพื่อความชัดเจนของคำถามและขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ได้แบบสอบถามที่สื่อความหมายตรงกัน วิเคราะห์ดัชนีความตรงตามเนื้อหาของแบบทดสอบ โดยเลือกข้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป นำมาคำนวณหาความตรงของแบบทดสอบโดยการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ (ค่า IOC) ดังนี้

- ก. ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมในการเปิดรับข่าวสาร 0.95 ใช้ได้
- ข. ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมในการเปิดรับเนื้อหาทางเพศ 1.0 ใช้ได้
- ค. ด้านการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ 0.90 ใช้ได้
- ง. ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.9352 ใช้ได้

(2) ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้ทำการทดลองแบบสอบถาม (Try out) กับ ผู้ที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้น จึงนำมาคำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการหาความเชื่อมั่นโดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน (Internal Consistency Method) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยได้ค่าแอลฟาเท่ากับ 0.9675 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ส่งหนังสือขอความร่วมมืออนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามไปยังวิทยาลัยในสังกัดสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ จำนวน 15 แห่ง เพื่อขอความร่วมมือในการแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีการระบุวัน-เวลาในการนำส่ง และตอบกลับโดยทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 380 ชุด เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงจำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

4.1.1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.2 ข้อมูลการเปิดรับข่าวสารบนสื่อสังคม ได้แก่ ความถี่ ช่วงเวลา ระยะเวลาที่ใช้เนื้อหา รูปแบบและวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้สื่อสังคม

4.1.3 ข้อมูลการเปิดรับเนื้อหาทางเพศบนสื่อสังคม ได้แก่ ประเภทของเนื้อหาทางเพศที่เปิดรับ จำนวนครั้งในการเปิดรับเนื้อหาทางเพศต่อสัปดาห์ และระยะเวลาในการเปิดรับเนื้อหาทางเพศในแต่ละครั้ง

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานต่าง ๆ เพื่อสรุปอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาค้างนี้ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1: ลักษณะทางประชากรของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นเรียน รายได้ ลักษณะการพักอาศัย และสถานภาพของครอบครัวที่แตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศต่างกัน

1) ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples T-test) เพื่อทดสอบการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ กับ 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง

2) ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศ ระหว่างอายุ ระดับชั้นเรียน ผลการเรียน รายได้หรือรายรับจากผู้ปกครองต่อเดือน ลักษณะที่พักอาศัย และสถานภาพทางครอบครัว แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2: พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเรื่องเพศมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

1) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมเรื่องเพศกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์