



สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กระบวนทัศน์ การวิจัยสื่อสารมวลชน (เชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และผสมวิธี)

The Paradigm of Mass Communication Research
(Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods)



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ห้องสมุดทเวเตอร์



401015514

อัญญา โชคเหริยญสุขชัย

คำนำ

หนังสือเล่มนี้เกิดขึ้นจากประสบการณ์ในการทำวิจัย และการสอนวิชาวิจัยแก่นักศึกษาศาสาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รวมถึงการศึกษาค้นคว้ารวบรวมความรู้จากตำรา ตลอดจนเอกสารด้านการวิจัยสื่อสารมวลชนทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำเสนอเนื้อหาที่ต่อยอดมาจากตำราวิจัยเรื่อง “การวิจัยสื่อสารมวลชน” ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการส่งเสริมทางด้านวิชาการสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ทบวงมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2544

หนังสือเล่มนี้แตกต่างจากหนังสือการวิจัยสื่อสารมวลชนเล่มอื่นตรงที่ผู้เขียนมุ่งเน้นการนำเสนอรูปแบบการวิจัยผสมวิธี (mixed methods research) ซึ่งเป็นการวิจัยทางเลือกที่มีพื้นฐานจากการใช้วิธีดำเนินการร่วมกันของวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยนำเสนอความคิดและวิธีดำเนินการวิจัย พร้อมทั้งวิธีการเก็บข้อมูลที่เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละแนวทางการวิจัยในมุมมองของนักวิจัยสื่อสารมวลชน ซึ่งจะเป็นผลดีต่อผู้เริ่มต้นทำวิจัยที่อาจจะยังไม่มีประสบการณ์มากพอที่จะประยุกต์วิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์สู่สาขาวิชาสื่อสารมวลชน หนังสือเล่มนี้ได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนแรก กระบวนทัศน์การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการอธิบายแนวทางกรวิจัย 5 รูปแบบ ได้แก่ การวิจัยจากข้อมูลเรื่องเล่า (narrative research) การวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา (phenomenological research) วิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (grounded theory approach) การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (ethnographic research) และการวิจัยโดยใช้กรณีศึกษา (case study research) รวมทั้งอธิบายประกอบการยกตัวอย่าง วิธีการเก็บข้อมูลคือวิธีการสนทนากลุ่มเฉพาะ (focus group) วิธีการสังเกต (observation) และวิธีการสัมภาษณ์ (interview)

ส่วนที่สอง กระบวนทัศน์การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการอธิบายขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณรวมทั้งวิธีการเก็บข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยวิธีการสำรวจ (survey research) วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และวิธีการทดลอง (experimental method)

ส่วนสุดท้าย เป็นการอธิบายกระบวนทัศน์การวิจัยผสมวิธีในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน โดยนำเสนอการวิจัยผสมวิธี 2 รูปแบบ คือ รูปแบบการวิจัยผสมวิธีรูปแบบพื้นฐาน (basic mixed method designs) และวิธีการวิจัยผสมวิธีรูปแบบขั้นสูง (advance

mixed method designs) และนำเสนอกรณีศึกษาที่ดำเนินการวิจัยด้วยกระบวนการวิจัยผสมวิธีเพื่อเป็นตัวอย่างให้เห็นภาพของการวิจัยผสมวิธี

ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้จะเป็นแนวทางให้กับนักศึกษาศาขการสื่อสารมวลชนหรือนิเทศศาสตร์ รวมทั้งนักวิชาการและผู้สนใจได้เรียนรู้ ค้นหาความหมายจากกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เพื่อนำไปสู่การค้นหาความรู้ในเชิงลึก อันจะเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาและสรรค์สร้างองค์ความรู้ในการพัฒนางานหรือการดำเนินการวิจัยเพื่อสำเร็จการศึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย

มีนาคม 2560

" สำหรับเพื่อการศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอก "

สารบัญ

หน้า

คำนำ

สารบัญ

สารบัญแผนภูมิ

สารบัญตาราง

บทที่ 1 แนวคิดพื้นฐานและกระบวนการวิจัยสื่อสารมวลชน	1
ความหมายและองค์ประกอบของการวิจัย	2
การวิจัยทางสื่อสารมวลชน	4
ความสำคัญของการวิจัยในงานด้านสื่อสารมวลชน	6
พัฒนาการของการวิจัยทางสื่อสารมวลชน	8
การเติบโตของการวิจัยทางสื่อสารมวลชน	12
กระบวนการทัศน์ : ความหมายและมุมมอง	14
กระบวนการทัศน์ในการวิจัยสื่อสารมวลชน	17
สรุป	21

กระบวนการทัศน์การวิจัยเชิงคุณภาพ

บทที่ 2 กระบวนการทัศน์การวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน	25
มุมมองและนิยามของการวิจัยเชิงคุณภาพ	26
บุคลิกลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพ	29
ความเที่ยง (reliability) และความตรง (validity) ของการวิจัย	
เชิงคุณภาพ	31
- ความเที่ยง (reliability) ของการวิจัยเชิงคุณภาพ	32
- แนวทางการสร้างความเที่ยงในการวิจัยเชิงคุณภาพ	32
- ชนิดของความเที่ยงในการวิจัยเชิงคุณภาพ	33
- ความตรง (validity) ของการวิจัยเชิงคุณภาพ	34
- แนวทางการสร้างความตรงในการวิจัยเชิงคุณภาพ	34

- ชนิดของความตรงในการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	35
- การสร้างความตรงภายในสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	36
- แนวทางการวิเคราะห์กรณีที่ผิดปกติ	36
- การสร้างความตรงภายนอกสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ	37
การเลือกวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน	38
การสร้างความเที่ยงให้กับผลการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาด้าน	
การสื่อสารมวลชน	39
การตั้งสมมติฐานในการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน	40
การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาด้าน	
การสื่อสารมวลชน	40
การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน.....	41
แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน.....	44
สรุป.....	45
บทที่ 3 รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน	47
การวิจัยจากข้อมูลเรื่องเล่า (narrative research).....	48
- แนวคิดพื้นฐาน	48
- รูปแบบการศึกษาจากข้อมูลเรื่องเล่า.....	49
- ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยจากข้อมูลเรื่องเล่า	50
- บทบาทของนักวิจัย	52
- วิจัยจากข้อมูลเรื่องเล่าและการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน	52
การวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา (phenomenological research).....	54
- แนวคิดพื้นฐาน	54
- ประเภทของการศึกษาปรากฏการณ์วิทยา	55
- ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา	56
- การวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยาในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน.....	58
วิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (grounded theory approach).....	59
- แนวคิดพื้นฐาน	59
- หลักการสำคัญของวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล.....	62

- องค์ประกอบของการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล.....	63
- แนวคิดทางเลือกของการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล.....	64
- ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล.....	64
- การวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลในการศึกษาด้าน การสื่อสารมวลชน.....	66
การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (ethnographic research)	68
- แนวคิดพื้นฐาน	68
- ประเภทของการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา.....	69
- ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา.....	71
- การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน.....	72
การวิจัยโดยใช้กรณีศึกษา (case study research)	74
- แนวคิดพื้นฐาน	74
- ประเภทของการวิจัยโดยใช้กรณีศึกษา.....	74
- รูปแบบของการวิจัยโดยใช้กรณีศึกษา.....	76
- ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยโดยใช้กรณีศึกษา.....	77
- การวิจัยโดยใช้กรณีศึกษาในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน.....	78
สรุป.....	79

บทที่ 4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพในการวิจัยสื่อสารมวลชน :

การสนทนากลุ่มเฉพาะ	81
ความหมายของการสนทนากลุ่มเฉพาะ.....	83
ธรรมชาติของวิธีการสนทนากลุ่มเฉพาะ.....	84
ลักษณะของการสนทนากลุ่มเฉพาะ	85
ลักษณะที่ดีของวิธีการสนทนากลุ่มเฉพาะ.....	86
กลุ่มตัวอย่างของการสนทนากลุ่มเฉพาะ.....	87
บทบาทและหน้าของผู้ดำเนินรายการและผู้จดบันทึก.....	89
- ผู้ดำเนินรายการ (moderator).....	89
- ผู้จดบันทึก (note taker).....	91
ขั้นตอนในการดำเนินการสนทนากลุ่มเฉพาะ	92

คำถามสำหรับใช้ในการสนทนากลุ่มเฉพาะ	97
การจัดบันทึก	99
ขั้นหลังการสนทนา.....	101
การวิเคราะห์ข้อมูล	102
การใช้วิธีการสนทนากลุ่มเฉพาะในการวิจัยทางสื่อสารมวลชน.....	103
สรุป.....	109
บทที่ 5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพในการวิจัยสื่อสารมวลชน :	
การสังเกต	111
ลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสังเกต	112
ประโยชน์ของวิธีการสังเกต.....	113
สิ่งที่ต้องพิจารณาเกี่ยวกับวิธีการสังเกต	114
ขั้นตอนและเทคนิคในการสังเกต.....	115
คุณสมบัติของผู้สังเกตที่ดี.....	118
การใช้วิธีการสังเกตเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในการศึกษาด้าน	
สื่อสารมวลชน	118
สรุป.....	119
บทที่ 6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพในการวิจัยสื่อสารมวลชน :	
การสัมภาษณ์	121
แนวคิดของการสัมภาษณ์ในการวิจัย.....	121
ประเภทของการสัมภาษณ์.....	122
รูปแบบของการสัมภาษณ์.....	122
- การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง	123
- การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง	124
ข้อดีของการสัมภาษณ์.....	125
ข้อควรพิจารณาในการสัมภาษณ์	126
ขั้นตอนในการสัมภาษณ์.....	126
- คุณสมบัติของผู้สัมภาษณ์ที่ดี.....	129

รูปแบบการสัมภาษณ์.....	130
- การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์.....	130
- การสัมภาษณ์ในห้างสรรพสินค้า.....	133
การเรียบเรียงคำถามในการสัมภาษณ์.....	134
- โครงสร้างแบบรูปกรวย.....	134
- โครงสร้างแบบพีระมิด.....	135
- โครงสร้างแบบข้าวหลามตัด.....	135
การสัมภาษณ์ในสถานการณ์เฉพาะ.....	136
- การสัมภาษณ์กรณีอ่อนไหว.....	136
- การสัมภาษณ์กรณีมีอาการหรือความรู้สึก.....	137
- การสัมภาษณ์กรณีวิตกกังวลหรือพูดน้อย.....	138
- การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ.....	138
- การสัมภาษณ์ผู้ขอออกนอกประเด็น.....	139
การบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์.....	140
การวิเคราะห์การสัมภาษณ์.....	141
- ขั้นตอนการวิเคราะห์การสัมภาษณ์.....	141
- เทคนิคการวิเคราะห์.....	142
การใช้วิธีการสัมภาษณ์ในงานวิจัยสื่อสารมวลชน.....	144
สรุป.....	145

กระบวนการค้นคว้าวิจัยเชิงปริมาณ

บทที่ 7 กระบวนการค้นคว้าวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน.....	149
การเลือกใช้วิธีการเชิงปริมาณ.....	150
ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยเชิงปริมาณ.....	151
ความตรงของการวิจัยเชิงปริมาณ.....	161
- ความตรงภายในของการวิจัย.....	162
- ความตรงภายนอกของการวิจัย.....	168

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ	169
- ประชากร.....	170
- กลุ่มตัวอย่าง.....	170
สรุป.....	190

บทที่ 8 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณในการวิจัยสื่อสารมวลชน :

การสำรวจ.....	191
ความหมายของการสำรวจ.....	192
ข้อดีของการวิจัยเชิงสำรวจ.....	192
ข้อควรพิจารณาในการวิจัยเชิงสำรวจ.....	193
แบบสอบถาม.....	194
- คำถามปลายเปิด.....	194
- คำถามปลายปิด.....	197
- การออกแบบแบบสอบถาม.....	206
- การทดสอบก่อนใช้จริง.....	213
วิธีการเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจ.....	223
- การเก็บข้อมูลผ่านทางไปรษณีย์.....	223
- การเก็บข้อมูลด้วยบุคคล.....	225
- การเก็บข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต.....	226
- การเก็บข้อมูลแบบผสมวิธี.....	228
ความเหมาะสมของจำนวนแบบสอบถามตอบกลับในการวิจัยเชิงสำรวจ.....	229
ปัญหาทั่วไปที่พบในการวิจัยเชิงสำรวจ.....	229
สรุป.....	230

บทที่ 9 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณในการวิจัยสื่อสารมวลชน :

การวิเคราะห์เนื้อหา.....	231
ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหา.....	231
แนวคิดของการวิเคราะห์เนื้อหา.....	232
การใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา.....	234

ข้อควรพิจารณาในการเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา.....	236
ขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหา.....	237
ความเที่ยงของการวิเคราะห์เนื้อหา.....	248
ความตรงของการวิเคราะห์เนื้อหา.....	250
การวิเคราะห์เนื้อหาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ.....	251
องค์ประกอบทั่วไปในการวิเคราะห์เนื้อหา.....	252
- กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ.....	253
- วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	253
การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิจัยด้านสื่อสารมวลชน.....	253
สรุป.....	256

บทที่ 10 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณในการวิจัยสื่อสารมวลชน :

การดำเนินการเชิงทดลอง.....	257
ความหมายของ “การทดลอง” โดยทั่วไป.....	258
องค์ประกอบของการวิจัยเชิงทดลอง.....	258
ลักษณะที่สำคัญของการวิจัยเชิงทดลอง.....	259
- ข้อดีของการวิจัยเชิงทดลอง.....	259
- ข้อควรพิจารณาสำหรับการวิจัยเชิงทดลอง.....	259
กระบวนการทำวิจัยเชิงทดลอง.....	260
- การควบคุมความแปรปรวนของตัวแปร.....	261
- การควบคุมตัวแปรเกิน.....	262
การออกแบบการวิจัยเชิงทดลอง.....	264
- รูปแบบการวิจัยก่อนการทดลอง (pre-experimental research design).....	264
- รูปแบบการวิจัยเชิงทดลองที่แท้จริง (true-experimental research design).....	267
- รูปแบบการวิจัยเชิงกึ่งทดลอง (quasi-experimental research design).....	270
การรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงทดลอง.....	271

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงทดลอง	271
การนำเสนอข้อมูลในการวิจัยเชิงทดลอง.....	272
สรุป.....	273

กระบวนทัศน์การวิจัยผสมวิธี

บทที่ 11 กระบวนทัศน์การวิจัยผสมวิธีในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน	277
ลักษณะของการวิจัยผสมวิธี	279
มุมมองเกี่ยวกับวิธีการวิจัยผสมวิธี.....	280
โอกาสการพัฒนาของวิธีการวิจัยผสมวิธี	281
ความแตกต่างระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยผสมวิธี	285
ลักษณะการผสมวิธี	290
ข้อดีของการวิจัยผสมวิธี.....	292
ข้อควรพิจารณาในการวิจัยผสมวิธี	293
ขั้นตอนการดำเนินงานการวิจัยผสมวิธีในการวิจัยสื่อสารมวลชน.....	293
การเลือกใช้วิธีการวิจัยผสมวิธี.....	298
สรุป.....	299
บทที่ 12 รูปแบบการวิจัยผสมวิธีในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน	301
สัญลักษณ์ของวิธีการวิจัยผสมวิธี	303
รูปแบบการวิจัยผสมวิธี	304
- การวิจัยผสมวิธีรูปแบบพื้นฐาน (basic mixed method designs).....	305
- การวิจัยผสมวิธีรูปแบบขั้นสูง (advance mixed method designs).....	318
ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกวิธีวิจัยผสมวิธี.....	330
สรุป.....	338

บทที่ 13 การวิจัยผสมวิธี : กรณีศึกษา.....339

การวิจัยเรื่อง : การผสมข้อมูลในการวิจัยทางจิตวิทยา :

วิธีการ Q (Q methodology) และแบบสอบถามเพื่อการค้นหา

วัฒนธรรมและจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น..... 340

การวิจัยเรื่อง : การใช้วิธีการแบบสามเส้าโดยใช้กรณีศึกษาเรื่อง

สิทธิสตรี : การดำเนินการและการยอมรับของสังคม 345

การวิจัยเรื่อง : การศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณาและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

เพื่อการศึกษาการเคลื่อนย้ายและพื้นที่ครอบครองของเด็ก 348

การวิจัยเรื่อง : การผสมวิธีเพื่อระบุสิ่งที่มีอิทธิพลต่อนโยบายสาธารณะของ

ประเทศออสเตรเลีย..... 352

การวิจัยเรื่อง : เยาวชนในประเทศบอตสวานา : ประกาศพลังความไม่เท่าเทียม

ในการต่อสู้กับเอชไอวีหรือเอดส์ โดยใช้การถ่ายโอนข้อมูล 356

การวิจัยเรื่อง : การใช้วิธีการผสมวิธีเพื่อเป็นแนวทางการศึกษาความต้องการ

การสนับสนุนผู้ดูแลผู้ป่วยเอชไอวีหรือเอดส์ในประเทศแอฟริกาใต้..... 357

การวิจัยเรื่อง : โครงการการพัฒนาสมรรถนะระบบที่ปรึกษาให้สภาเด็ก

และเยาวชนในประเทศไทย..... 360

การวิจัยเรื่อง : จิตลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นในการเลือกรับรู้หรือตีความ

ละครโทรทัศน์ของเยาวชนไทย : การสร้างมโนทัศน์พื้นฐาน การประเมิน

และการพัฒนา..... 362

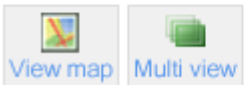
สรุป..... 364


บรรณานุกรม.....369

ดัชนี.....389

สามารถยืมและติดตามหนังสือใหม่ได้ที่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai Autolib

<http://lib.rmutp.ac.th/catalog/Bibltem.aspx?BibID=b00101115>



Title	กระบวนทัศน์การวิจัยสื่อมวลชน : เชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และผสมวิธี / กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย.
Author	กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย
Publication	กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560
Edition	พิมพ์ครั้งที่ 1
Detail	402 หน้า : ภาพประกอบ ; 26 ซม
Subject	สื่อมวลชน -- วิจัย.(+) Mass media.(+) Mass media -- Research.(+) Research.(+) สื่อมวลชน.(+) วิจัย.(+)
Location	CL, BCL
Source Types	 Book

" สำหรับเพื่อการศึกษา และอ้างอิงเท่านั้น "