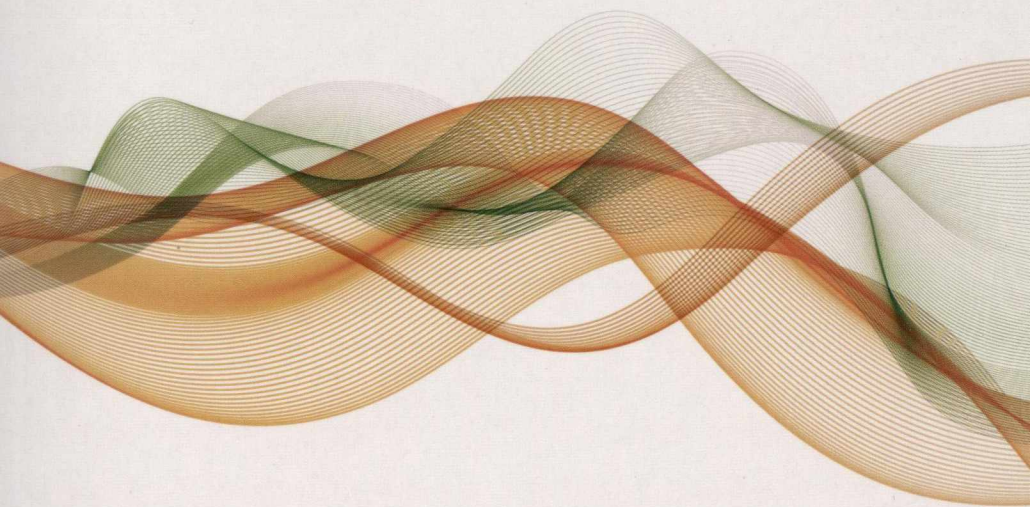


QUANTITATIVE METHODS FOR COMMUNICATION RESEARCH

การวิจัยเชิงปริมาณทางนิเทศศาสตร์



รองศาสตราจารย์พัชนี เชยจรรยา

สารบัญ

คำนำ

บทที่ 1	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิจัยเชิงปริมาณ	1
	ความจริง และการแสวงหาความรู้	2
	การเข้าถึงความรู้ ความจริงเป็นอย่างไร	3
	การวิจัยเชิงปริมาณ คืออะไร	6
	คุณลักษณะของการวิจัยเชิงปริมาณ	6
	บทบาทของการวิจัยเชิงปริมาณ	14
	กับทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์	
	เมื่อไรจึงจะเลือกใช้การวิจัยเชิงปริมาณ	30
	ข้อได้เปรียบ และข้อจำกัดของการวิจัยเชิงปริมาณ	42
บทที่ 2	การทบทวนวรรณกรรม	47
	ความหมายของการทบทวนวรรณกรรม	48
	จุดมุ่งหมายในการทบทวนวรรณกรรม	49
	ขั้นตอนในการทบทวนวรรณกรรม	51
	หลักเกณฑ์คัดเลือก และประเมินคุณค่าวรรณกรรม	54
	แนวทางการนำเสนอวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	57
	ข้อผิดพลาดในการทบทวนวรรณกรรม	62
บทที่ 3	การพัฒนาโจทย์การวิจัย	66
	ความหมายของโจทย์การวิจัย (ปัญหาคำถามวิจัย)	68
	ขั้นตอนในการพัฒนาโจทย์การวิจัย	68
	ทฤษฎีกับการกำหนดโจทย์การวิจัยทางนิเทศศาสตร์	70
	โจทย์การวิจัยเชิงปริมาณทางนิเทศศาสตร์	75

บทที่ 4	ตัวแปร และการนิยาม	78
	ตัวแปรในการวิจัย	79
	ความหมายของตัวแปร	79
	ประเภทของตัวแปร	80
	ระดับการวัด	85
	การนิยามตัวแปร	87
	ความหมาย และประเภทของการนิยามตัวแปร	87
	ขั้นตอนการเขียนนิยามเชิงปฏิบัติการ	89
บทที่ 5	กรอบแนวคิดในการวิจัย และสมมติฐาน	94
	ความหมายของกรอบแนวคิดในการวิจัย	95
	บทบาทของกรอบแนวคิดในการวิจัย	95
	ความแตกต่างระหว่างกรอบแนวคิดในการวิจัย	96
	กับขอบเขตการวิจัยและกรอบการวิจัย	
	คุณลักษณะ และรูปแบบการเขียนกรอบแนวคิด	97
	การสร้างกรอบแนวคิด	98
	สมมติฐาน	102
	ความหมายของสมมติฐาน	102
	ที่มาของสมมติฐาน	103
	ประเภทของสมมติฐาน	105
	ขั้นตอนการกำหนดสมมติฐาน	108
	การทดสอบสมมติฐาน	110
	ขั้นตอนในการทดสอบสมมติฐาน	111
	ปัจจัยที่มีผลทำให้การทดสอบสมมติฐาน	113
	มีนัยสำคัญและไม่มีนัยสำคัญ	

บทที่ 6 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	117
ประชากรคืออะไร	118
กลุ่มตัวอย่างคืออะไร	118
หน่วยตัวอย่าง (Element) คืออะไร	119
กรอบตัวอย่าง (Sampling frame) คืออะไร	119
หน่วยการวิเคราะห์ (Unit of analysis) คืออะไร	119
กระบวนการเลือกตัวอย่างต้องทำอย่างไร	119
วิธีการเลือกตัวอย่าง	121
- การเลือกตัวอย่างแบบไม่อิงทฤษฎีความน่าจะเป็น	121
- การเลือกตัวอย่างแบบอิงทฤษฎีความน่าจะเป็น	124
ขนาดตัวอย่าง	126
บทที่ 7 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	132
ประเภทของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	133
ข้อควรพิจารณาก่อนการสร้างเครื่องมือวิจัย	134
กระบวนการสร้างแบบสอบถาม	135
โครงสร้างแบบสอบถาม	138
ประเภทของข้อคำถาม	138
ข้อควรพิจารณาในการเขียนข้อคำถาม	145
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย	153
คุณสมบัติของเครื่องมือในการวิจัยที่ดี	153
ความตรงของเครื่องมือวิจัย (Validity)	155
ความเที่ยงของเครื่องมือวิจัย (Reliability)	165
บทที่ 8 การวิจัยเชิงทดลอง	168
แนวคิด และการออกแบบการวิจัย	169
การจำแนกกลุ่มตัวอย่าง	169

ประเภทของตัวแปร	170
การออกแบบการวิจัยเชิงทดลอง	170
หลักในการออกแบบงานวิจัยเชิงทดลอง	171
แบบแผนการวิจัยเชิงทดลอง	174
- Pre - experimental design	174
- Quasi - experimental design	178
- True - experimental design	183
การทดลองแบบแพคทอเรียล	195

บทที่ 9 การวิจัยเชิงสำรวจ	205
ลักษณะทั่วไปของการวิจัยเชิงสำรวจ	206
ประเภทของการวิจัยเชิงสำรวจ	207
จุดเด่น และจุดอ่อนของการวิจัยเชิงสำรวจ	211
ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ	211
การเขียนวัตถุประสงค์การวิจัยเชิงสำรวจ	212
เทคนิควิธีการสำรวจ	213

บทที่ 10 การวิเคราะห์เนื้อหา	217
การวิเคราะห์เนื้อหาคืออะไร	219
การวิเคราะห์เนื้อหานามาศึกษาการสื่อสารอย่างไร	220
วัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์เนื้อหา	222
ขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ	224

บทที่ 11 การวิเคราะห์ผู้รับสาร	239
ความหมายของผู้รับสาร	240
ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร	241

แนวทางการวิจัยผู้รับสาร	242
- แนวทางการวิจัยเชิงโครงสร้าง	242
- แนวทางการวิจัยพฤติกรรม	243
- แนวทางการวิจัยเชิงวัฒนธรรม	250
บทที่ 12 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ	253
การวิเคราะห์เชิงปริมาณคืออะไร	254
วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ปริมาณ	255
ประเภทของการวิเคราะห์ปริมาณ	255
ขั้นตอนการวิเคราะห์เชิงปริมาณ	256
การกำหนดโจทย์การวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัย	256
การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย	257
การรวบรวมข้อมูล	259
การวิเคราะห์ข้อมูล	261
การสรุป อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ	261
การวิเคราะห์ปริมาณเพื่อการศึกษาทางนิเทศศาสตร์	262
บทที่ 13 การวิเคราะห์ข้อมูล	270
หลักการวิเคราะห์ข้อมูล	271
การเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล	272
บทที่ 14 การเปรียบเทียบความแตกต่าง	285
จุดมุ่งหมายการศึกษาความแตกต่าง	287
สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างที่นิยมใช้ในงานนิเทศศาสตร์	287

- T - test	288
- One - way analysis of variance หรือ One - way ANOVA	289
บทที่ 15 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และการทำนาย	292
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์	293
จุดมุ่งหมายการศึกษาความสัมพันธ์	295
ปริมาณความสัมพันธ์ และทิศทางความสัมพันธ์	296
สถิติทดสอบความสัมพันธ์ที่นิยมใช้ในงานทางนิเทศศาสตร์	297
- Chi - square (X ²)	297
- Spearman rank order correlation	298
- Pearson' s product moment correlation	299
การทำนาย หรือการพยากรณ์โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอย	300
จุดมุ่งหมายการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ	301
บทที่ 16 การประมวลผลข้อมูล	322
การจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์	323
การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS สำหรับการประมวลผลข้อมูล	325
ขั้นตอนการประมวลผลข้อมูล	326
ตัวอย่างการใช้คำสั่งเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล	327
บรรณานุกรม	343