

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย



การศึกษาเรื่อง"จินตภาพทางศิลปวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานครที่นำเสนอผ่านสื่อ"นี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูลและประชากรศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 กลุ่มใหญ่ๆ โดยกลุ่มแรกได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed media) ที่นำเสนอจินตภาพทางศิลปวัฒนธรรมของกรุงเทพฯ ปรากฏเป็น ภาพหรือเนื้อหาที่เกี่ยวกับตัวแบบสถาปัตยกรรมที่เลือกศึกษาทั้ง 3 ตัวแบบดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ซึ่งในที่นี้หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว ทั้งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และองค์กรเอกชน เช่น บริษัทสำนักพิมพ์ บริษัทนำเที่ยว รวมไปถึงชิ้นงาน โฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ ที่มีการนำเสนอภาพตัวแบบสถาปัตยกรรมดังกล่าว ได้แก่

1. โบรชัวร์ (Brochure)	จำนวน 6 เล่ม
2. หนังสือนำเที่ยว (Guidebook)	จำนวน 5 เล่ม
3. แผ่นพับ (Folder)	จำนวน 11 แผ่น
4. แผ่นปลิว (Leaflet)	จำนวน 3 แผ่น
5. โปสเตอร์ (Poster)	จำนวน 2 แผ่น
6. โฆษณาทางสื่อนิตยสาร (Magazine Advertising)	จำนวน 4 ชิ้น
7. โฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ (Press Advertising)	จำนวน 2 ชิ้น
8. แผนที่ (Tourist Map)	จำนวน 2 แผ่น

ส่วนประชากรศึกษาอีกกลุ่มหนึ่ง ได้แก่ สื่อที่อยู่ในรูปแบบอื่นๆ ที่ปรากฏภาพตัวแบบ สถาปัตยกรรมอยู่ โดยอาจเป็นสื่อที่มีประโยชน์ใช้สอย เป็นสินค้าของที่ระลึก หรือเป็นการสื่อ ความหมายทางสัญลักษณ์ ซึ่งในที่นี้จะเรียกรวมว่า สื่อขนาดเล็ก (Little media) ได้แก่

9. ตราสัญลักษณ์ (Logo)	จำนวน 2 ชิ้น
10. เหรียญกษาปณ์ (Coin)	จำนวน 7 อัน

11. ธนบัตร (Banknote)	จำนวน 4 ฉบับ
12. ไปรษณียบัตร (Postcard)	จำนวน 53 แผ่น
13. ตราไปรษณียากร (Stamp)	จำนวน 9 ดวง
14. ซองจดหมาย (Envelope)	จำนวน 1 ซอง
15. ปฏิทิน (Calendar)	จำนวน 4 ชิ้น
16. บัตรโทรศัพท์ (Phonecard)	จำนวน 1 ใบ
17. อัลบั้มรูป (Photo album)	จำนวน 3 ชิ้น
18. กล่องฟิล์ม (Film box)	จำนวน 1 กล่อง

รวมทั้งสิ้นจำนวน 120 ตัวอย่าง ทั้งนี้ เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากสื่อที่มีการผลิตและมีใช้แพร่หลายกันอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครในช่วงระหว่างทำการวิจัยเท่านั้น หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการเก็บตัวอย่างสื่อเก่าที่มีปรากฏ เนื่องจากสื่อบางประเภทก็ไม่อาจจะระบุช่วงเวลาได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อสิ่งพิมพ์ของ ททท. ตราสัญลักษณ์ และสื่อขนาดเล็ก เช่น แสตมป์ เหรียญ ธนบัตร ภาพโปสการ์ด เพราะสื่อเหล่านี้มีคุณสมบัติที่สามารถอยู่ในระบบหมุนเวียนของตลาดได้ได้นานนั่นเอง

เกณฑ์ในการวัด

เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกประชากรศึกษาและสิ่งที่ต้องการศึกษาในการวิจัยนี้ ได้แก่

1. เกณฑ์ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างสื่อที่เป็นประชากรศึกษา

1.1 ความเป็นตัวแทน (Representative) แสดงถึงจินตภาพทางศิลปวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานครดังขอบเขตที่กำหนด โดยเน้นเลือกสื่อที่มีการนำเสนอภาพที่เกี่ยวกับตัวแบบสถาปัตยกรรมที่เลือกศึกษาทั้ง 3 ตัวแบบ ซึ่งเป็นสถานที่ที่แสดงถึงจินตภาพทางศิลปวัฒนธรรมที่ผู้รับสารทั่วไปรับรู้ได้

1.2 รูปแบบและวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในการนำเสนอจินตภาพผ่านสื่อ

1.2.1 สื่อที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ แผ่นปลิวของททท. หนังสือแนะนำของสำนักพิมพ์เอกชนที่ผลิตขึ้นเพื่อแนะนำกรุงเทพฯ สำหรับแจกหรือขายนักท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึกในรูปสิ่งพิมพ์ เช่น ภาพโปสการ์ด

1.2.2 สื่อขนาดเล็กที่เป็นการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ และอุดมการณ์ทางสังคมบางอย่าง ได้แก่ เหรียญกษาปณ์ ธนบัตร ดวงตรา ไปรษณียากร ปฏิทิน และบัตรโทรศัพท์

นอกจากนี้ ยังรวมถึงสื่อที่เป็นการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ในรูปแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) ด้วย ได้แก่ ตราสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัท อากาศเนย์ประกันภัย ซึ่งนอกจากจะถือว่าเป็นสื่อขนาดเล็กแล้ว ยังไปปรากฏเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยองค์กรนั้นๆ ด้วย

2. เกณฑ์ในการพิจารณาตัวแบบสถาปัตยกรรมที่เลือกศึกษา

2.1 ความสำคัญทางประวัติศาสตร์และศิลปสถาปัตยกรรม ได้แก่

2.1.1 พิจารณาในนัยสำคัญทางประวัติศาสตร์ของวัฒนธรรมหลวงแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ คือ เป็นวัดที่สถาปนาโดยกษัตริย์ในราชวงศ์จักรี

2.1.2 พิจารณาคุณค่าทางศิลปสถาปัตยกรรมด้านรูปแบบและแบบแผนที่เป็นระบบสัญลักษณ์ เช่น คติจักรวาลที่แสดงออกทางการออกแบบวงผังสถาปัตยกรรม

2.2 ความหมายในฐานะเป็นภูมิสัญลักษณ์ (Landmark) ของเมืองซึ่งมีความสำคัญต่อการระลึกได้ถึงชื่อ และสถานที่ (Place-name) หรือแหล่งทำเลที่ตั้ง (Location) อันเป็นที่สังเกตจดจำได้ง่าย ประกอบไปด้วย

2.2.1 คุณภาพทางทัศนะ (Visual quality) ที่สามารถสื่อความหมายได้ตามหลักการออกแบบสถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์เมือง (Urban landscape) เช่น ขนาดสัดส่วน (Scale & proportion) รูปแบบรูปทรง วัสดุ การประดับตกแต่ง และตำแหน่งที่ตั้ง

2.2.2 ผลกระทบทางการสื่อสาร (Communication effect) ในฐานะที่เป็นทั้งสื่อและสาร (Medium is a Message) ที่เกิดจากการรับรู้ด้วยการมองเห็น (Visual perception) หรือเข้าไปใช้สอยสถาปัตยกรรมนั้นๆ โดยตรง (Functional perception) เช่น การรู้สึกถึงความยิ่งใหญ่ของที่ว่างภายใน ความน่าเลื่อมใสศรัทธาที่เกิดจากบรรยากาศสงบเยือกเย็นภายในโบสถ์ และทางอ้อมโดยการรับรู้ผ่านสื่อ (Mediated perception) รูปแบบต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเผยแพร่วัฒนธรรมไทย ที่ดีพิมพ์ภาพวัดวาอารามต่างๆ ลงประกอบเนื้อหาในฐานะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว

2.3 ความสำคัญด้านบทบาทต่อสังคม ได้แก่

2.3.1 ความเป็นจินตภาพของเมือง (City image) ซึ่งถูกเผยแพร่ ยืนยันผ่านสื่อต่างๆ (Publicized) ไปสู่ผู้รับสารในสังคมมวลชน เช่น ภาพพระปรางค์วัดอรุณฯ อันเป็นสัญลักษณ์ที่คนทั่วไปเข้าใจว่าหมายถึง กรุงเทพฯ

2.3.2 ความเป็นศูนย์รวมจิตวิญญาณและความศรัทธาของมวลชนโดย พิจารณาความหมายของสถานที่ (Meaning of place) ทั้งทางรูปธรรมนามธรรม เช่น วัดพระ ศิริรัตนศาสดารามเป็นวัดหลวงประจำเมืองที่ประดิษฐาน "พระคู่บ้านคู่เมือง" คือ "พระแก้วมรกต"

2.3.3 บทบาททางศาสนาและความเชื่อของสังคมไทย โดยเป็นสถานที่ สำคัญใช้ประกอบกิจกรรมหรือพิธีกรรมเนื่องในพุทธศาสนา

2.3.4 บทบาทในฐานะทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural resources) ที่ถูกนำมาใช้เป็นจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญ

2.3.5 บทบาทในการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม และในการขัดเกลา สังคม (Socialization) โดยเหตุที่วัดเป็นแหล่งรวมงานศิลปกรรม อันสะท้อนถึงระดับภูมิปัญญา ของสังคมนั้นๆ

ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและแนวคิด จะเป็นการนำกรอบแนวคิดไป ตีความประเด็นหรือเนื้อหาที่เป็นตัวตั้งในการศึกษา (Co-orientation)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสำรวจและเก็บข้อมูล

1.1 สำรวจข้อมูลพื้นฐานเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการวิจัย โดยใช้การ ค้นคว้าภาคเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น จากวิทยานิพนธ์ งานวิจัย บทความ หนังสือ และคำปรึกษา จากนักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ตลอดจนแหล่งข้อมูลที่มีตัวอย่างสื่อที่เลือกศึกษา เผยแพร่อยู่ด้วย เช่น ราชขายสินค้าของที่ระลึก และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในกรุงเทพฯ

1.2 สำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาทั้งหมดในภาพมุมกว้าง (Wide angle view) เพื่อสร้างความเข้าใจในสถานการณ์แวดล้อมและนำไปสู่ประเด็นปัญหาต่อไป

1.3 ทำการเลือกสุ่มตัวอย่างสื่อแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ทั้งที่ เป็นตัวแบบสถาปัตยกรรมและสื่อ ตามขอบเขต เกณฑ์ในการวัด วัดอุปสรรค และกรอบแนว คิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

2. การศึกษาและเก็บข้อมูลภาคสนาม

2.1 ทำการสังเกตการณ์สภาพแวดล้อม (Environmental observation) เพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพผ่านปรากฏการณ์ที่สังเกตได้ โดยมองประเด็นที่เกี่ยวข้องเนื่องในระยะเวลาและ ณ มุมมองต่างๆ

2.2 มีการเก็บข้อมูลทางกายภาพเป็นภาพถ่าย หรือภาพสเก็ตช์ จากตัวแบบสถาปัตยกรรมสำหรับนำมาใช้ประกอบวิเคราะห์เพื่อขยายมิติของการวิจัยให้รอบด้านยิ่งขึ้น

อนึ่ง การศึกษาภาคสนามนี้จะเป็นการเชื่อมโยงและตรวจสอบข้อสันนิษฐานของการวิจัยที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นด้วย โดยเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลที่เป็นภาพในสื่อกับภาพที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในสภาพความเป็นจริงของสถาปัตยกรรมและเมืองกรุงเทพฯ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. วิธีสัญญาศึกษา (Semiotics)

ใช้ในการตีความหมาย"ตัวบท"(Text) ซึ่งในที่นี้จะมุ่งเน้นในส่วนที่เป็น"ภาพ"(Visual) หรืออวัจนภาษา (Non-verbal language) เป็นหลัก ส่วนเนื้อหาวัจนภาษา (Verbal content) นั้นจะพิจารณาเป็นส่วนประกอบรองลงไป ทั้งนี้เพื่อศึกษาความหมายโดยนัยที่อยู่ในรูปสัญลักษณ์หรือรูปแบบการนำเสนอ และการสร้างความหมายเกี่ยวกับจินตภาพของเมืองกรุงเทพฯ โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ตีความก่อนจากข้อมูลภาคเอกสารและภาคสนาม แล้วนำไปรวมกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกที่ใช้ผลที่ได้จากการตีความครั้งแรกเป็นฐาน นำมาประมวลผลวิเคราะห์ตีความตัวบทโดยสรุปอีกครั้งหนึ่ง

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview)

เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะจงจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับประเด็นวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม เพื่อให้ได้มุมมองและความคิดเห็นที่หลากหลาย ได้แก่ นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญในสาขาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านวัฒนธรรมสถาปัตยกรรม ส่วนอีกกลุ่มจะเป็นผู้ที่อยู่ในวงการสื่อสิ่งพิมพ์ นักศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน และบุคคลทั่วไปจากสาขาวิชาชีพอื่นๆ รวมทั้งสิ้นจำนวน 11 คน ดังนี้

1. กลุ่มนักวิชาการ (ในสาขาวิชาที่มีความเกี่ยวข้อง) ได้แก่

1) คุณสุจิต บัวพิมพ์

หัวหน้าฝ่ายวัฒนธรรมพื้นบ้าน นักวิชาการวัฒนธรรมระดับ 7 สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ

2) คุณประวดี แยมยลงาม

อาจารย์ประจำโครงการจัดตั้งภาควิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3) คุณชัยยศ อธิวัชรพันธุ์

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยวาเซดะ ประเทศญี่ปุ่น

4) ดร.ม.ล.วิภาธร จิรประวัติ

อาจารย์ประจำภาควิชาโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5) รศ.ศรีศักร วัลลิโภดม

อาจารย์ประจำภาควิชามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. กลุ่มนักวิชาชีพและผู้เชี่ยวชาญ (ด้านการผลิตสื่อ และอื่นๆ) ได้แก่

1) คุณโกเมนวดี ฤทธิเกิด

Executive Assistant, Pac Rim International (Thailand) Co.,Ltd.

2) คุณพงศ์ชาติ วัชรโรภาสกรณ์

นิสิตปริญญาโท ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3) คุณสุรสม กฤษณะจุฑา

บรรณาธิการ บริษัท ดวงกลมวรรณกรรม จำกัด

4) คุณพิมลพรรณ เพ็งแจ่ม

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด

5) คุณพรนัยย์ สุวรรณหัต

Graphic Designer บริษัท โอกลีแอนด์เมเธอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

6) คุณอัคคณิศร์ พงษ์พินิจ

Creative Executive บริษัท อีเซตัน (ประเทศไทย) จำกัด

นอกจากนี้ ยังมีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal interview) ในลักษณะเป็นการสนทนากับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ ณ บริเวณตัวแบบสถาปัตยกรรม ทั้ง 3 แห่ง โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Random sampling) จำนวนประมาณ 12-15 คน ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลในขณะเดียวกันกับการสังเกตการณ์สภาพแวดล้อม (Environmental observation)

การสัมภาษณ์นี้จะเป็นการตรวจสอบการอ่านความหมาย การรับรู้ และความคิดเห็นที่มีต่อจินตภาพของเมืองกรุงเทพฯ และสื่อ เพื่อลดปัญหาอคติ (Bias) ที่อาจเกิดจากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย และสร้างความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ (Validity and reliability) ให้กับผลการวิจัย แต่ก็ได้ไม่ได้หมายความว่า เป็นการวิเคราะห์ผู้รับสาร เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์นี้ไม่ใช่ผู้รับสารเป้าหมายของสื่อที่เลือกนำมาศึกษาทั้งหมดแต่อย่างใด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research method) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยพิจารณาความหมายของสถาปัตยกรรมที่แสดงถึง "จินตภาพทางศิลปวัฒนธรรมของกรุงเทพฯ" ที่นำเสนอผ่านสื่อรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีประเด็นวิเคราะห์หลักดังนี้

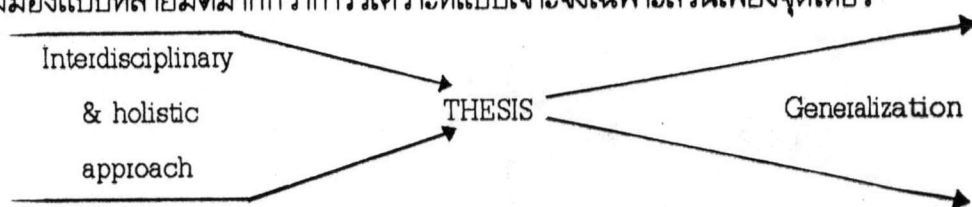
1.1 เปรียบเทียบความหมาย และบทบาทตามความหมายเดิมของงานสถาปัตยกรรมแบบประเพณีนิยม ในฐานะที่เป็นการสื่อสารสัญลักษณ์ กับความหมายใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นโดยสื่อมวลชนในบริบททางสังคม และเศรษฐกิจของสังคมไทยปัจจุบัน

1.2 ศึกษาความหมายเกี่ยวกับจินตภาพดังกล่าวที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยรวมถึงอุดมการณ์ทางสังคมบางอย่างที่ถูกสร้างและนำเสนอผ่านสื่อขนาดเล็กด้วย เช่น เทรนด์วิชาชีพ วัฒนธรรม และตราสัญลักษณ์ เป็นต้น

2. วิเคราะห์ข้อมูลแบบตัดขวาง (Cross-sectional) โดยเลือกสื่อที่นำเสนอภาพที่เกี่ยวข้องกับตัวแบบสถาปัตยกรรมในหลากหลายรูปแบบเท่าที่มีปรากฏ นำมาศึกษาถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในห้วงเวลาและพื้นที่ปัจจุบัน หรืออยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2535 - 2537

3. การสร้างมุมมองในการวิเคราะห์ (Approaching) จะเริ่มจากระดับมหภาคเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์แบบองค์รวม และตามด้วยระดับจุลภาคลึกลงไปในประเด็นปัญหา แล้วจึง

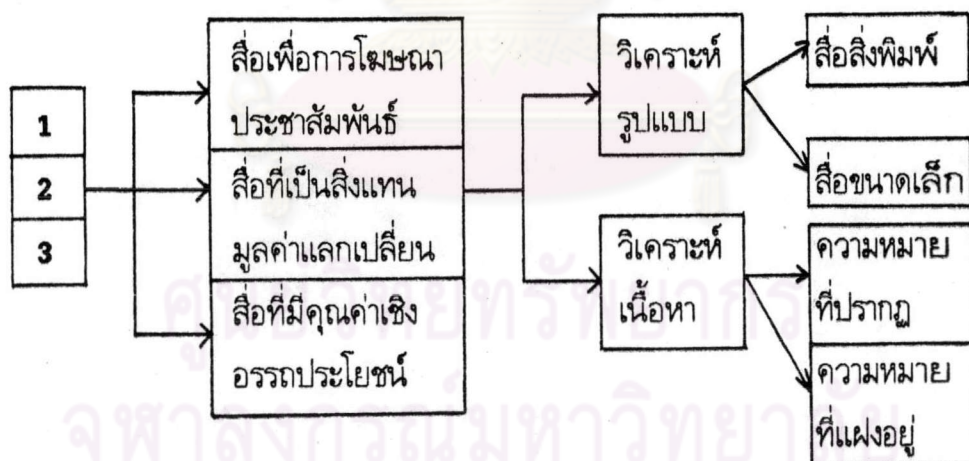
ย้อนกลับออกไปในมุมกว้างเพื่ออธิบายปรากฏการณ์โดยรวม (ดูแผนภูมิประกอบ) เป็นการใช้ทักษะแบบญาณวิจักษ์ประกอบแนวคิดทฤษฎีมาอธิบาย (Intuition and rationality) ซึ่งจะทำให้ได้มุมมองแบบหลายมิติมากกว่าการวิเคราะห์แบบเจาะจงเฉพาะส่วนเพียงจุดเดียว



แผนภูมิที่ 2 ลักษณะของการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

4. มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงด้วยการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ในการตรวจสอบทักษะและการตีความจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ร่วมกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นปัญหาจากนักวิชาการแบบสหสาขา ทั้งที่ได้จากการวิจัยเอกสารและการสนทนาแลกเปลี่ยนกัน เพื่อหาข้อสรุปสำหรับการนำไปใช้อธิบาย (Generalization)

| ตัวแบบสถาปัตยกรรม | เกณฑ์การแบ่งกลุ่มตัวอย่างสื่อ | วิธีการวิเคราะห์ |



แผนภูมิที่ 3 แสดงกรอบการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอข้อมูล

ใช้การนำเสนอข้อมูลภาคเอกสารเชิงพรรณนา (Descriptive research) ประกอบข้อมูลที่เป็นภาพถ่าย ภาพลายเส้น แผนภูมิ หรือภาพเชิงเรขาคณิตต่างๆ