



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม : วิเคราะห์นักร้องชายยอดนิยม ระหว่างปี พ.ศ.2531-2533" เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่มุ่งศึกษาถึงความหมายที่ผู้ผลิตได้สื่อสารและสานต่ออุดมการณ์ทางการผลิตภาพความเป็นชายผ่านนักร้อง (presenter) และบทเพลงไทยสมัยนิยม (popular music) ซึ่งหมายถึงต้องการวิจัยสิ่งที่เรียกว่า "กระบวนการสร้างความหมาย" เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงอุดมการณ์ของผู้ผลิต และวิธีการนำเสนอภาพความเป็นชายที่ผู้ผลิตใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มผู้ฟัง

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เพื่อช่วยแจกแจงข้อมูลบางส่วนในการวิเคราะห์ให้เกิดความแม่นยำและชัดเจนขึ้นด้วย ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะใช้การวิจัยเชิงปริมาณในการหาจำนวนความมากน้อยของประเภทและรูปแบบของเพลงไทยสมัยนิยม เพื่อการอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นและเป็นการช่วยให้วิเคราะห์ถึงแนวโน้มในแต่ละเรื่องเท่านั้น ดังนั้นการวิจัยเชิงปริมาณจึงเป็นวิธีหนึ่งที่ผู้วิจัยนำมาใช้เสริมการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นวิธีวิจัยหลักของงานวิจัยเรื่องนี้

ในการวิจัยเรื่องนี้สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ความรอบรู้ทางด้านดนตรี และนิเทศศาสตร์ ซึ่งทั้งสองส่วนต้องนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยเพื่อให้ได้งานวิจัยที่เที่ยงตรงถูกต้องในข้อมูลและการวิเคราะห์ให้มากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทำการวิจัยภาคสนามเป็นวิธีการเสริมอีกวิธีการหนึ่ง และเป็นวิธีหนึ่งของการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเช่นกัน โดยผู้วิจัยได้เข้าไปทำการศึกษางานในบริษัท คีตา เรคคอร์ดส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทหนึ่งที่ทำการผลิตเพลงไทยสมัยนิยม โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ในส่วนของการผลิตเพลงและการโปรโมชัน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการวิเคราะห์วิจัยงานเรื่องนี้

กระบวนการวิจัยก็คือ การเชื่อมโยงระบบความคิดกับระบบข้อเท็จจริงเข้าด้วยกัน โดยใช้วิธีการต่าง ๆ ทางการศึกษา ซึ่งการวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้ใช้ปรัชญาความเชื่อในกระแสที่

เรียกว่าปรากฏการณ์นิยม (phenomenology) ซึ่งมีลักษณะทางมนุษยศาสตร์ กล่าวคือ ผู้ผลิตเพลงไทยสมัยนิยมได้สร้างระบบความรู้ "ที่เป็นโลกส่วนตัว" ขึ้นมา จากนั้นก็นำระบบความคิด วิจารณ์ วิจารณ์ โลกทัศน์ ค่านิยม และอุดมการณ์เฉพาะตน มาให้ความหมายแก่ผู้รับ ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับข้อมูลที่เป็นความนึกคิด และสิ่งที่เรียกว่า "ความหมาย" ที่ผู้ผลิตสร้างให้กับผู้รับสาร การวิจัยนี้จึงมุ่งที่จะกระตุ้นหรือก่อให้เกิดสมมติฐานและข้อสรุปใหม่ ๆ มากกว่าที่จะพิสูจน์สมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งงานวิจัยนี้ออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ เพื่อความเป็นระบบระเบียบในการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์โครงสร้างองค์กร และอุดมการณ์ของบริษัทผู้ผลิตเทปเพลงในการสร้างนักร้องชายเพลงไทยสมัยนิยม

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเพลงไทยสมัยนิยม ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์บทเพลง และการวิเคราะห์ภาพความเป็นชายของนักร้องเพลงไทยสมัยนิยม

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์วิธีการนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม เน้นวิเคราะห์มีวลีคดีโอ

การวิจัยที่ 1

วิธีวิจัย ในการวิเคราะห์ส่วนที่ 1 นี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ และทำการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (indepth interview)

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary source) ได้แก่ บันทึกการสัมภาษณ์เจ้าของบริษัทผู้ผลิตเทปเพลงหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในระดับผู้บริหาร
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary source) ได้แก่ บทความ บทสัมภาษณ์จากหนังสือ นิตยสาร บทวิจารณ์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องบริษัทเทปเพลงต่าง ๆ 6 บริษัท ได้แก่ บริษัทแกรมมี่ฯ บริษัทอาร์.เอส.ฯ บริษัทนิธิทัศน์ฯ บริษัทคีตาฯ บริษัทเอสพี.ฯ บริษัทไพดนตรี

ประชากร ประชากรของกาววิจัยในส่วนที่ 1 ได้แก่ บริษัทเทปเพลงที่ทำการผลิตและทำการโปรโมชัน ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาคือ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2531-2533

กลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้พิจารณาถึงความเป็นตัวแทนของประชากรที่เป็นบริษัทผู้ผลิตเพลงไทยสมัยนิยมที่มีขนาดของบริษัทต่างกัน โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

1. เป็นบริษัทที่มีการก่อตั้งด้วยเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 แสนบาท มีนักร้องชายในสังกัดจำนวนต่ำกว่า 10 คน มีผลงานเพลงออกจำหน่ายต่ำกว่า 10 ชุด ใน 1 ปี และมีเกณฑ์ยอดขายเทปในชั้นดีมากกว่า 5 แสนม้วน ได้แก่ บริษัท เอสพี. ศุภมิตร จำกัด และบริษัท รถไฟดนตรี จำกัด
2. เป็นบริษัทที่มีการก่อตั้งด้วยเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 5 แสนบาท แต่ไม่เกิน 1 ล้านบาท มีนักร้องชายในสังกัดมากกว่า 10 คน มีผลงานเพลงออกจำหน่ายมากกว่า 10 ชุด ใน 1 ปี และมีเกณฑ์ยอดขายเทปในชั้นดีมากกว่า 5 แสนม้วนขึ้นไป นับว่าเป็นบริษัทขนาดกลาง ได้แก่ บริษัทอาร์.เอส. โปรโมชัน จำกัด
3. เป็นบริษัทที่มีการก่อตั้งด้วยเงินทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาทขึ้นไป มีนักร้องชายในสังกัดมากกว่า 10 คน มีผลงานเพลงออกจำหน่ายมากกว่า 10 ชุด ใน 1 ปี และมีเกณฑ์ยอดขายเทปในชั้นดีมากกว่า 1 ล้านม้วนขึ้นไป ได้แก่ บริษัท คีตา เรคคอร์ดส จำกัด บริษัท นิธิทัศน์ โปรโมชัน จำกัด บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยในส่วนที่ 1 นี้จึงประกอบด้วยบริษัทผู้ผลิตเทปเพลง 6 บริษัท ที่ทำการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ได้แก่

1. บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
2. บริษัท อาร์.เอส. โปรโมชัน กรุป จำกัด
3. บริษัท นิธิทัศน์ โปรโมชัน จำกัด
4. บริษัท คีตา เรคคอร์ดส จำกัด
5. บริษัท เอสพี. ศุภมิตร จำกัด
6. บริษัท รถไฟดนตรี จำกัด

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ในการสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง ผู้วิจัยใช้คำถามเฉพาะ (structured interview) เป็นเครื่องมือ โดยมีการสร้างคำถามเฉพาะ ชัดเจนสำหรับแต่ละบริษัทที่ไปทำการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยส่วนที่ 1 นี้ จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และจากเอกสาร ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงจากข้อมูลที่ได้เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นในการวิเคราะห์ข้อมูลจึงเป็นเพียงการวิเคราะห์ประเภทของข้อมูล เพื่อจัดแบ่งแยกให้เป็นระบบ เป็นหมวดหมู่ ในการนำเสนอให้ชัดเจน

การวิจัยส่วนที่ 2

วิธีวิจัย ในการวิจัยส่วนที่ 2 นี้ เป็นการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเพลงไทยสมัยนิยม ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ในส่วนของ "เพลง" และ "ภาพ" วิธีที่ใช้ในการวิจัยจึงใช้วิธีการทางสัญวิทยาเป็นหลัก ในการวิเคราะห์หาความหมายจากสัญลักษณ์ (sign) ที่ซ่อนอยู่ภายในรูปแบบและเนื้อหาของสาร

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary source) ได้แก่
 - เนื้อเพลงจากหนังสือเพลง เทปคาสเซต
 - บทสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง (purposive interview) โดยการสัมภาษณ์ผู้ประพันธ์เพลง และเจ้าของบริษัทเทปเพลง เพื่อทราบถึงเกณฑ์การสร้างภาพผู้ขาย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary source) ได้แก่ บทความบทวิจารณ์ หนังสือ นิตยสาร บทสัมภาษณ์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ที่เกี่ยวกับเพลงไทยสมัยนิยม นักร้อง ผลงานเพลง เนื้อหาของเพลง หรือเรื่องเกี่ยวกับธุรกิจเทปเพลงไทยสมัยนิยม

ประชากร ประชากร ได้แก่ ผลงานเพลง ไทยสมัยนิยมของศิลปินชายที่มีผลงานเพลง ออกจำหน่ายในรูปของ เทปคาสเซตตั้งแต่ปี พ.ศ.2531 ถึงปี พ.ศ.2533 ทั้งที่เป็นเพลงบ๊อบ เพลงบ๊อบบี้รอด เพลงบ๊อบปลุกทุ่ง เพลงบ๊อบเพื่อชีวิต เพลงบ๊อบแจ๊ส และ เพลงบ๊อบปลุกกรุง ที่เป็น ผลงานของศิลปินชายประเภทเดี่ยว ประเภทกลุ่ม และประเภทวง

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลงานเพลง ไทยสมัยนิยม ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 180 ชุด เกณฑ์ที่ใช้พิจารณาในการคัดเลือก เพลง ไทยสมัยนิยมมีดังนี้

1. เพลงไทยสมัยนิยมของนักร้องชาย ที่เป็นประเภทนักร้องชายเดี่ยว ประเภทกลุ่ม ประเภทวง
2. เพลงไทยสมัยนิยมที่ทำการออกวางจำหน่ายในช่วงเดือนมกราคม 2531 ถึง เดือนธันวาคม 2533 เท่านั้น
3. เพลงไทยสมัยนิยมที่เป็นประเภทเพลงในแนวสตริง หรือที่เรียกว่าเพลงบ๊อบ ไม่รวมถึง เพลงลูกทุ่งในแบบดั้งเดิม เช่น หมอลำ ราชาเดี่ยว เป็นต้น และไม่รวมถึง เพลงลูกกรุง ในแบบเดิม เช่น เพลงของสุเทพ วงศ์กำแหง ชรินทร์ นันทนาคร ธาณินทร์ อินทรเทพ เป็นต้น
4. เพลงไทยสมัยนิยมที่เคยออกจำหน่ายแล้วนำมาขับร้องใหม่โดยนักร้องคนใหม่ หรือคณะใหม่ ไม่รวมถึงผลงานเพลงที่นำมาขับร้องใหม่หรือเรียบเรียงดนตรีใหม่ โดยนักร้องคนเดิมหรือคณะเดิมเจ้าของงานเพลงนั้น และไม่รวมถึงผลงานรวมเพลงฮิต
5. เพลงไทยสมัยนิยมที่มีการประพันธ์ขึ้นใหม่เพื่อการจำหน่ายเป็นผลงานเฉพาะของศิลปินนักร้องแต่ละคน แต่ละคณะเท่านั้น ไม่รวมถึง เพลงแปลง เช่น ของ บุญธรรม พระ ประ โทณ และ ไม่รวมถึง เพลงจากละครโทรทัศน์ และภาพยนตร์
6. เพลงไทยสมัยนิยมที่ต้องมีการประพันธ์เนื้อร้องภาษาไทย ซึ่ง ไม่รวมถึง เพลงไทยเดิม และ เพลงบรรเลง

หมายเหตุ ผลงานเพลงไทยสมัยนิยมที่ทำการศึกษาทั้งหมด 180 ชุด รายละเอียดเกี่ยวกับชื่อศิลปินนักร้อง ชื่อผลงานเพลง บริษัทผู้ผลิต บริษัทจัดจำหน่าย เดือน/ปี ที่วางจำหน่าย รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ข.

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ในการวิเคราะห์เนื้อหาของเพลง ไทยสมัยนิยมได้ทำการเก็บข้อมูลจากหนังสือเพลงและ เทปคาสเซต และใช้ตารางบันทึกข้อมูลเป็นเครื่องมือช่วยในการเก็บข้อมูล ส่วนที่เป็นการสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจงใช้คำถามเฉพาะ (structured interview) เป็นเครื่องมือ โดยมีการสร้างคำถามเฉพาะ ชัดเจนสำหรับแต่ละกลุ่มบุคคลที่จะไปสัมภาษณ์คือ เจ้าของบริษัทเทปเพลง ผู้ประพันธ์เพลง

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของเพลงและภาพดังนี้

1. อ่านเก็บข้อมูลจากเนื้อเพลง ประกอบกับการวิเคราะห์ทำนอง จังหวะ และองค์ประกอบทางดนตรีอื่น ๆ เพื่อแยกประเภทข้อมูลลงในตารางบันทึกข้อมูล ดังนี้

1.1 ตารางบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของเพลง ไทยสมัยนิยม ดังตารางที่

3.1

ตาราง 3.1 ตารางบันทึกประเภทของเพลงไทยสมัยนิยม

ปี พ.ศ.	ปีอบ	ปีอบรีด	ปีอบลูกทุ่ง	ปีอบเพื่อชีวิต	ปีอบแจ๊ส	ปีอบลูกกรุง
ปี 2531						
ปี 2532						
ปี 2533						
รวม						
ร้อยละ						

1.2 ตารางบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของเพลงไทยสมัยนิยม โดยพิจารณาจากผลงานทั้งชุดเป็นหลัก ดังตารางที่ 3.2 และตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.2 ตารางบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของเพลงไทยสมัยนิยม

เดือน/ปีที่วางจำหน่าย	ชื่อศิลปิน	ชื่อผลงานเพลง	จำนวนเพลงในอัลบั้ม	เนื้อหาสาระของเพลง		
				ความรัก	สร้างสรรค์หรือให้กำลังใจ	สะท้อนปัญหาสังคม
ม.ค.33	อริสมันต์ พงษ์เรืองรอง	ความหมายที่ 2 เจตนาที่ยังเหมือนเดิม	11	9	2	-

ตารางที่ 3.3 ตารางบันทึกจำนวนเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเนื้อหาสาระต่าง ๆ กันช่วงปี พ.ศ.
2531-2533

ปี พ.ศ.	ความรัก	สร้างสรรค์และให้กำลังใจ	ปัญหาสังคม	อื่น ๆ
2531				
2532				
2533				
รวม				
ร้อยละ				

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.3 ตารางบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับภาพความเป็นชายของนักร้อง เพลง ไทยสมัยนิยม โดยพิจารณาจากผลงานเพลง ภาพจากปกเทป การโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการต่าง ๆ ของบริษัทผู้ผลิต เช่น มิวสิควิดีโอ สบตโทรทัศน์ การแสดงสด เป็นต้น ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 ตารางบันทึกภาพความเป็นชายของนักร้อง เพลง ไทยสมัยนิยม

ปี พ.ศ.	ความรัก	สร้างสรรค์และให้กำลังใจ	ปัญหาสังคม	อื่น ๆ
2531				
2532				
2533				
รวม				
ร้อยละ				

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.4 ตารางบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของ เพลงและภาพของนักร้องชายโดยพิจารณาผลงานเพลง ภาพจากบทเพลง โบสเตอร์ สบอดทางวิทยุ สบอดโทรทัศน์ มีวีสค วิดีโอ การแสดงสด ดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 ตารางบันทึกข้อมูลความสัมพันธ์ของบทเพลงและภาพของนักร้องชาย เพลงไทย สมัยนิยม

เดือน/ปี	ผลงานเพลง	ประเภทของเพลง	ประเภทของนักร้อง	นักร้อง	บริษัทผลิต	แก่นของเพลง (Theme)	ภาพชายในเพลง ที่สื่อสร้างขึ้น	ความหมาย	ข้อสังเกต
มี.ค.32	ความหมายของ ผู้ชายคนนั้น	บ๊อบ	ชายเดี่ยว	อริสมันต์ พงษ์เรืองรอง	อาร์.เอส.	เพลงรักผิดหวัง ที่เรียกร้องความ ความสนใจและ แสดงความเสียสละ	ผู้ชายสาว และสภาพ	เป็นชายที่ดุดัน ภาพพจน์สภาพ อ่อนโยน เสียสละ, สะอาด รักเด็ก, รับผิดชอบ คือสังคม	

2. นำข้อมูลจากตารางบันทึกข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และข้อมูลจากเอกสาร ประกอบกับความรู้ทางด้านดนตรี ความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์ และ ความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์ มาประยุกต์ในการตีความ

หน่วยในการวิเคราะห์ ในการวิจัยส่วนนี้หน่วยในการวิเคราะห์ คือ บทเพลง 1 เพลง โดยพิจารณาจากองค์ประกอบดังนี้ คือ ถ้อยคำ ภาษาที่ใช้ในการประพันธ์เพลง เสียงของท่วงทำนอง จังหวะ เสียงร้อง ภาพจากปกเทป และภาพนักร้องจากสื่อต่าง ๆ

การวิจัยส่วนที่ 3

วิธีวิจัย ในการวิเคราะห์ส่วนที่ 2 นี้จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อเพลงโดยการ Review ในส่วนที่ 1 มาเป็นพื้นฐานและทำการวิเคราะห์มิวสิควิดีโออีกส่วนหนึ่งประกอบด้วยวิธีการทางสัญวิทยา และการวิจัยภาคสนาม

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลในส่วนที่ 2 ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary source) ได้แก่
 - เนื้อเพลงจากหนังสือเพลง เทปคาสเซต และมิวสิควิดีโอ
 - บทสัมภาษณ์แบบเจาะจง (purposeive interview) และการวิจัยภาคสนามคือ เข้าไปทำงานจริงในบริษัทเทปเพลงเพื่อศึกษาถึงกระบวนการผลิตด้วยตนเอง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary source) ได้แก่ บทความ บทวิจารณ์ หนังสือ นิตยสาร บทสัมภาษณ์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ที่เกี่ยวกับเพลงไทยสมัยนิยม นักร้อง ผลงานเพลง เนื้อหาเพลง มิวสิควิดีโอ และเรื่องเกี่ยวกับธุรกิจเทปเพลงไทยสมัยนิยม

ประชากร ประชากร ได้แก่ ผลงานเพลงและมิวสิควิดีโอของศิลปินชายที่มีผลงานเพลงออกจำหน่ายในรูปของเทปคาสเซตตั้งแต่ปี พ.ศ.2531 ถึงปี พ.ศ.2533 ทั้งที่เป็นเพลงประเภทเพลงป๊อป เพลงป๊อปรีด เพลงป๊อปลูกทุ่ง เพลงป๊อปเพื่อชีวิต เพลงป๊อปแจ๊ส และ เพลงป๊อปลูกกรุง โดยรวมถึงเพลงที่เป็นของนักร้องชายประเภทนักร้องชายเดี่ยว ประเภทกลุ่มประเภทวง

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผลงานเพลง ไทยสมัยนิยมและมิวสิควิดีโอของศิลปินชายที่ได้รับความนิยมสูงสุดหรือมียอดจำหน่ายสูงสุดในแต่ละปี ตั้งแต่ปี 2531-2533 ของ 6 บริษัทเทปเพลงที่เลือกมาทำการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล ในการวิจัยส่วนนี้ได้เก็บข้อมูลโดยการอัดเทปมิวสิควิดีโอจากโทรทัศน์เวลาออกอากาศ และขออัดจากเทปมิวสิควิดีโอของบริษัทเทปเพลงต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ในส่วนนี้ใช้คำถามแบบเจาะจง เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการเตรียมคำถามเฉพาะสำหรับการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องในวงการเทปเพลงเฉพาะแต่ละกลุ่ม เช่น เจ้าของบริษัทเทปเพลง ผู้ประพันธ์เพลง ผู้ผลิตมิวสิควิดีโอ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์มิวสิควิดีโอเพลงที่ทำการโปรโมทของผลงานเพลงที่ได้รับความนิยมในแต่ละชุด โดยพิจารณาเนื้อเรื่อง ภาพพจน์ของนักร้องที่ถูกกำหนดในมิวสิควิดีโอ สัญลักษณ์อื่น ๆ ที่เป็นเครื่องเสริมภาพความเป็นชาย และวิธีการนำเสนอในกระบวนการผลิตและโปรโมชัน

หน่วยในการวิเคราะห์ ในการวิเคราะห์มิวสิควิดีโอหน่วยในการวิเคราะห์ ได้แก่ ภาพ เสียง เพลง เนื้อเรื่อง สถานที่ดำเนินเรื่อง การแต่งกายของผู้แสดง และสัญลักษณ์อื่น ๆ เช่น ฉาก แสง สี เป็นต้น