

ระเบียบวิธีวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งมุ่นั้นเน้นที่จะศึกษาถึงรูปแบบ,เนื้อหา และปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวกับสุราที่ปรากฏออกมาทางสื่อโทรทัศน์ โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวีดีโอเทปงานโฆษณา การสัมภาษณ์และบทความที่เกี่ยวข้อง มาประมวลใช้กับแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำเสนอมาข้างต้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงลักษณะของงานโฆษณาสุราที่ผ่านสื่อโทรทัศน์ในยุคปัจจุบันได้อย่างชัดเจน

แหล่งข้อมูลที่ใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ มีแหล่งข้อมูลต่างๆที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

1. แหล่งข้อมูลในส่วนโสตทัศนูปกรณ์ ได้แก่ชิ้นงานโฆษณา

งานโฆษณาที่เลือกศึกษาคืองานโฆษณาทางโทรทัศน์ การศึกษาครั้งนี้ได้เลือกโฆษณาสุราทุกชุดที่นำเสนอ ในช่วงเดือน พฤศจิกายน 2539- กุมภาพันธ์ 2540 จำนวนทั้งสิ้น 11 เรื่อง

1. แบล็คแคท ชุด คาราวาน
2. รีเจนซี่ ชุด ทายาทคนใหม่
3. แบล็คเลเบิ้ล ชุด เต็นท์
4. เฮนเนสซี่ ชุด แรงดึงดูดของคำคืน
5. ซิวาสรีกัล ชุด แรงบันดาลใจ
6. วีโอ ชุด ของขวัญ
7. ฮันเตอร์ ชุด ยุง
8. สิ่งเจ้าพระยา ชุด จารชน
9. สเปียร์รอยัล ชุด หยอด
10. ซูเปอร์สก็อต ชุด ซูเปอร์สก็อต
11. เฟมัสเกราส์ ชุด ท้องไฟ

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ได้แก่บุคคลที่อยู่ในวงการโฆษณา และมีประสบการณ์เกี่ยวกับการผลิตงานโฆษณา เครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ตลอดจนปัจจัยและบริบทที่เกี่ยวข้องบางประการ เช่น การตลาด การสร้างสรรค์ และการผลิต จึงจำเป็นต้องมีแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีผลต่อการผลิตงานโฆษณาออกมาทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่

- 2.1 คุณประสพโชค นวพันธุ์พัฒนา Art Director บริษัทชินเนอयी แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด
- 2.2 คุณรติ พันธุ์ทวี Account Director บริษัทโอกลีวี แอนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- 2.3 คุณวิสุทธ์ ตันติตยาพงษ์ Managing Director บริษัทแอดเชส แอสโซซิเอท จำกัด

3. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

ได้จากคอลัมน์ และบทความต่างๆ หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายสัปดาห์ และข้อมูลการจัดอันดับจากนิตยสารมติชนสุดสัปดาห์ ฉบับที่ 855 และบทความ หนังสือ เอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา และการตลาดของเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลประเภทโฆษณาทางโทรทัศน์

เก็บรวบรวมโดยการว่าจ้างเจ้าหน้าที่ในบริษัทโฆษณาบันทึกเทปโฆษณาที่เกี่ยวข้องที่ได้มีการคัดเลือกไว้แล้ว ลงในวิดีโอเทปทั้งหมดเพื่อถ่ายทอดการศึกษา

2. ประเภทบุคคล

หลังจากวิเคราะห์เนื้อหาแล้วผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (depth interview) บุคคลที่มีประสบการณ์ในการผลิตงานโฆษณา ซึ่งผู้วิจัยจะเป็นผู้ทำการสัมภาษณ์บุคคลเหล่านั้นด้วยตนเอง ประเด็นหลักที่จะใช้ในการสอบถามได้มาจากการวิเคราะห์เนื้อหาโฆษณา เช่น

- ทำไมการทำโฆษณาส่วนมากมักใช้แก่นความคิดในเรื่องอำนาจ และการแข่งขัน
- เพราะเหตุใดโฆษณาสุราจึงไม่พบตัวแสดงที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี
- เพราะอะไรจึงแทบไม่ปรากฏภาพตัวแสดงหลักที่เป็นหญิงในงานโฆษณาประเภทสุรา และยังไม่ปรากฏภาพการตีระหว่างหญิงกับหญิง
- ✕- งานโฆษณาสุราทางโทรทัศน์ในประเทศไทยมีปัจจัยอะไรบ้างในการกำหนดแนวความคิด

3. ประเภทเอกสาร

เก็บรวบรวมจากห้องสมุดต่างๆ เช่น ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์จุฬาฯ , หอสมุดกลางจุฬาฯ , หอสมุดกลางธรรมศาสตร์ และหอสมุดแห่งชาติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยนำเอาแนวคิดที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาใช้เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลประเภทโฆษณาทางโทรทัศน์

วิเคราะห์เนื้อหาโฆษณาสุรา โดยศึกษาที่ตัวบท (Text) ของโฆษณาแต่ละยี่ห้อ เพื่อศึกษาหาลักษณะสำคัญต่างๆ ที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการสร้างความหมาย และการสร้างภาพลักษณ์ของโฆษณาสุราที่ปรากฏอยู่ในงานโฆษณาในปัจจุบัน

2. ข้อมูลประเภทบุคคล

วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลผู้มีประสบการณ์ และเกี่ยวข้องในการ
สร้างสรรค์งานโฆษณาเครื่องตีประเภทแอลกอฮอล์

3. ข้อมูลประเภทเอกสาร

ผู้วิจัยใช้ข้อมูลต่างๆที่ได้จากเอกสาร หนังสือ บทความ งานวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่
เกี่ยวข้อง มาศึกษาวิเคราะห์ เพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์การสื่อความหมายผ่านทางโฆษณาสุรา ทั้งในด้าน
รูปแบบและเนื้อหา โดยมีการใช้ภาพประกอบเพื่อเพิ่มความชัดเจน อีกทั้งยังมีการนำเสนอแต่
ละประเด็นที่ประกอบขึ้นเป็นปัจจัยและปรับทางสังคมบางประการที่เกี่ยวข้อง เพื่ออธิบายถึง
ผลกระทบที่มีต่อรูปแบบเนื้อหา รวมไปถึงลักษณะการกระตุ้นและการสร้างความต้องการที่มีต่อ
ผู้บริโภค โดยใช้ทฤษฎีการสร้างแรงจูงใจของมนุษย์ มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งจะกล่าว
ให้ละเอียดในบทต่อไป