

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องบทบาทหน้าที่เชิงการสื่อสารที่ปรากฏบนปฏิทินไทย พ.ศ. 2539 นี้ เกิดจากแนวคิดที่ว่าปฏิทินในปัจจุบันมิใช่เป็นเพียงแบบสำหรับดูวันเดือนปีเท่านั้น แต่ลักษณะการให้สอยในชีวิตประจำวันทำให้ปฏิทินมีศักยภาพในการเป็นสื่อที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการสื่อสารบางสิ่งบางอย่างไปสู่ผู้ใช้ปฏิทิน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ (qualitative research) เนื่องจากข้อมูลที่น่ามาใช้ศึกษาเป็นข้อมูลที่ศึกษาจากรูปแบบและเนื้อหาของปฏิทินแต่ละจะวิเคราะห์หาความหมายที่ผู้สร้างสรรค์ปฏิทินต้องการสื่อสารผ่านปฏิทิน รวมทั้งศึกษาว่าเนื้อหาที่สื่อสารนั้น ได้มีบทบาทหน้าที่เชิงการสื่อสารอย่างไรบ้าง ข้อมูลที่น่ามาศึกษาด้วยวิธีการข้างต้นเป็นข้อมูลในเชิงนามธรรมที่ไม่สามารถวัดหรือจัดท่าในรูปของปริมาณได้ การศึกษาวิเคราะห์ด้วยวิธีการในเชิงคุณภาพจึงเป็นวิธีการที่เหมาะสมและสามารถนำไปสู่ความเข้าใจถึงลักษณะบทบาทหน้าที่เชิงการสื่อสารที่ปรากฏบนสื่อปฏิทินได้เป็นอย่างดี

แหล่งข้อมูล

ปฏิทินที่น่ามาศึกษาเป็นปฏิทินที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในปี พ.ศ. 2537 เฉพาะที่เป็นปฏิทินแขวนและปฏิทินตั้งโต๊ะ เนื่องจากปฏิทินทั้ง 2 รูปแบบนี้เป็นปฏิทินที่พบเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวันของบุคคลทุกหมู่เหล่าและสาขาอาชีพมากกว่าปฏิทินในลักษณะสมุดบันทึกประจำวันและปฏิทินสำหรับพกพา การรวบรวมปฏิทินเพื่อนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นปฏิทินที่ผู้วิจัยได้รับแจกจากหน่วยงาน ห้างร้าน ธนาคาร สถานประกอบการต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้ติดต่อเกี่ยวข้องกับชองในช่วงเทศกาลปีใหม่ และมีบางส่วนที่ได้รับจากเพื่อนผู้รู้จักคุ้นเคยที่น่ามามอบให้เนื่องในโอกาสสิ้นปีใหม่ เฉพาะปฏิทินเหล่านี้ผู้ให้ก็

ได้รับจากผู้ประกอบการต่าง ๆ โดยไม่คิดมูลค่าแต่อย่างใด การได้รับมาซึ่ง
ปฏิทินในสองลักษณะนั้นเป็นการได้รับปฏิทินตามปกติวิธียในต่างประเทศกาลปีใหม่
ของทุก ๆ ปี

แต่สำหรับในปี พ.ศ. 2537 นี้ มีปฏิทินจำนวนไม่น้อยที่ผู้วิจัยได้รับ
จากเพื่อนและผู้รู้จักคุ้นเคยที่ทราบว่าคุณวิจัยกำลังทำวิจัยเกี่ยวกับปฏิทินนำปฏิทิน
มาให้เป็นการเฉพาะ ด้วยวิธีการรวบรวมดังได้กล่าวมาแล้วผู้วิจัยจึงมีปฏิทินทั้ง
ปฏิทินแขวนและปฏิทินตั้งโต๊ะรวมกันถึง 20 ฉบับ

รายชื่อปฏิทินที่นำมาวิเคราะห์

1. ปฏิทินแขวน

1.1 ปฏิทินชุด "50 ปี มหาวิทยาลัยศิลปากร : 42 ปีฟิลิปส์ประเทศไทย"

ผู้ผลิต บริษัทฟิลิปส์อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย)

1.2 ปฏิทินของบริษัทเอลัน เคมเมต จำกัด

ผู้ผลิต บริษัทเอลัน เคมเมต จำกัด

1.3 ปฏิทินชุด "ปฏิทินแม่เขง"

ผู้ผลิต บริษัทสุรามหาราชบุรี จำกัด (มหาชน)

1.4 ปฏิทินชุด "ปฏิทินไทย"

ผู้ผลิต บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด

1.5 ปฏิทิน ภาพพระบรมฉายาลักษณ์พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว

รัชกาลที่ 7 คู่กับสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี

ผู้ผลิต บริษัทอาคเนย์ประกันภัย

1.6 ปฏิทินชุด "พิชัยมงคลเรือนไทย"

ผู้ผลิต บริษัทเบญรอด บิวเวอรี่ จำกัด

1.7 ปฏิทินชุด "ปฏิทินคนรักโลก"

ผู้ผลิต การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

1.8 ปฏิทิน โครงการคมนาคมขนส่งทางด่วนในกรุงเทพมหานคร

ผู้ผลิต การทางพิเศษแห่งประเทศไทย

1.9 ปฏิทินชุด "ตามรอยพระพุทธบาท"

ผู้ผลิต ธนาคารอาคารสงเคราะห์

1.10 ปฏิทินชุด Outdoor sports and activities in Thailand

ผู้ผลิต การบินไทย (Thai Air Way)

2. ปฏิทินตั้งโต๊ะ

2.1 ปฏิทินชุด "ธรรมบวรณาการ"

ผู้ผลิต นายปัญญา เฉล้มชัยกิจ เจ้าทองสำนึกพิมพ์สมบัติภาพใจ
และสมาธิภพวรรณประชาภักดิ์ย์ เกตสัมพันธวงศ์

2.2 ปฏิทินชุด "ปฏิทินมีชีวิต"

ผู้ผลิต บริษัทกิตติพิพย์ พร้อพเพอริตี้ จำกัด เจ้าทองและผู้ดำเนิน
กิจการศูนย์สรรพสินค้าเท็กซิงอินทรวงพลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่

2.3 ปฏิทิน NICHADA THANI

ผู้ผลิต บริษัท NICHADA THANI ผู้ดำเนินกิจการที่อยู่อาศัยใน
โครงการของ NICHADA THANI

2.4 ปฏิทินชุด Hole 7 Par 3 195 yards

ผู้ผลิต The Royal Gems Golf & Sports Club และ
The Royal Gems Condominium

2.5 ปฏิทินของ The Central Group of Hotels

ผู้ผลิต The Central Group of Hotels

2.6 ปฏิทินชุด "Successful Brand Calendar"

ผู้ผลิต นิตยสารมีเดีย

2.7 ปฏิทินชุด "พระบิดาประชาราษฎร์"

ผู้ผลิต ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด มหาชน

2.8 ปฏิทินชุด "นกเงือกสัญลักษณ์ของป่าดงดิบ"

ผู้ผลิต บริษัทยูไนเต็ดคอมมิวนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

2.9 ปฏิทิน รวบรวมภาพการ์ตูนล้อการเมือง

ผู้ผลิต บริษัท Eastern Star

2.10 ปฏิทินชุด เลกนั้ในมือไหว

ผู้ผลิต ทางสรรพสินค้าเซ็นทรัลร่วมกับมูลนิธิสิ่งแวดล้อม

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. บทบาทหน้าที่เชิงการสื่อสารของปฏิทิน
2. กระบวนการสร้างความหมายผ่านสื่อปฏิทิน