

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิเคราะห์ภาพถ่ายบุคคลเชิงตรรกะการบริโภคของโบดริยาร์ดีนเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาลักษณะการสื่อความหมายของภาพถ่ายบุคคลประเภทภาพถ่ายตามวาระโอกาส ซึ่งหมายถึงภาพถ่ายแต่งงานและภาพถ่ายครอบครัว และภาพถ่ายบุคคลลักษณะแฟชั่น และมีเป้าหมายเพื่อให้ทราบถึงคุณค่าเชิงตรรกะการบริโภคของภาพถ่ายบุคคล

เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลฝ่ายผู้ผลิต ซึ่งได้แก่ สตูดิโอถ่ายภาพบุคคล ทีมงานฝ่ายภาพแฟชั่นของนิตยสาร และเก็บข้อมูลจากฝ่ายผู้บริโภคภาพถ่ายบุคคล โดยมีรายละเอียดของแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล ดังต่อไปนี้

#### แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ก่อนที่ได้แหล่งข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจทางการตลาดของธุรกิจบริการถ่ายภาพบุคคลเป็นขั้นตอนอันดับแรก โดยการสำรวจตามศูนย์การค้าต่างๆ หาข้อมูลจากนิตยสาร และการสังเกตการณ์งานออกร้านของสตูดิโอที่จัดขึ้นตามศูนย์การค้าต่างๆ การออกร้านที่ทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสตูดิโอถ่ายภาพมากที่สุดคือ งานเวดดิ้งแฟร์ '97 (Wedding Fair '97) ที่จัดเมื่อวันที่ 13-15 มิถุนายน 2540 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งมีสตูดิโอถ่ายภาพมาร่วมงานจำนวนมาก ผู้วิจัยได้เข้าชมงานและสุ่มเลือกสอบถามข้อมูลด้านราคาของสตูดิโอบางแห่ง ทำให้พบว่าราคา การบริการ และลักษณะของภาพถ่ายของสตูดิโอแต่ละแห่งมีความใกล้เคียงกัน และได้ทราบว่าผู้ประกอบการและทีมงานฝ่ายผลิตของสตูดิโอส่วนใหญ่จะเป็นชาวไต้หวัน หรือมีคนไทยร่วมหุ้นด้วย ในงานนี้ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมแผ่นพับโฆษณาของสตูดิโอที่แจกในงานนี้ เพื่อทำรายชื่อสำหรับติดต่อขอเป็นแหล่งข้อมูลการวิจัย รวมแล้วได้ทั้งสิ้น 20 สตูดิโอ

การเข้าถึงแหล่งข้อมูลเหล่านี้มีอุปสรรคมาก ผู้วิจัยไม่ได้รับความร่วมมือจากสตูดิโอเหล่านี้เมื่อทำการติดต่อขอสัมภาษณ์ โดยการส่งจดหมายและโทรศัพท์ แต่เอกสารที่ส่งไปไม่ได้รับความสนใจจากผู้บริหารของสตูดิโอแต่ละแห่ง บางสตูดิโอเจ้าหน้าที่ของสตูดิโอไม่ให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยในการเข้าถึงผู้บริหารของสตูดิโอ หรือได้รับการปฏิเสธโดยทันที ซึ่งผู้วิจัยได้เรียนรู้ด้วยตนเอง

และทราบจากบุคคลที่ให้ข้อมูลในภายหลังว่าธุรกิจสตูดิโอมีการปิดกั้นตัวเองอย่างมาก เพราะมีการแข่งขันทางการตลาดสูง และสตูดิโอบางแห่งได้บอกผู้วิจัยว่ามีผู้แสดงตนว่าเป็นลูกค้าหรือนักศึกษาแล้วมาขอข้อมูลแล้วไปนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการเปิดสตูดิโอของตนเอง ด้วยเหตุนี้สตูดิโอต่างๆ จึงต้องพยายามไม่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตของร้านรั่วไหลออกไป นอกจากนี้เมื่อผู้วิจัยติดต่อขอสัมภาษณ์ยังถูกสตูดิโอมองว่าต้องการได้ข้อมูลเชิงเทคนิคด้านการผลิตของสตูดิโอ แม้ว่าผู้วิจัยจะได้ส่งแนวคำถามและอธิบายจุดประสงค์ของการวิจัยไปให้พิจารณาแล้วก็ตาม ผู้วิจัยได้ใช้เวลาหลังจากงานเวดดิ้งแฟร์ประมาณ 5 เดือนในการติดต่อสตูดิโอต่างๆ ในรายชื่อที่มีอยู่ แต่ไม่ได้รับความร่วมมือจากสตูดิโอแห่งใดเลย นอกจากสตูดิโอ Genius Glamour ซึ่งเจ้าของกิจการเป็นคนไทย และถือว่าเป็นบุคคลที่ใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวที่มีกับสตูดิโอแห่งอื่นในการช่วยเหลือผู้วิจัยให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลอื่นๆ ได้

โดยสรุปแล้ว แหล่งข้อมูลที่ใช้ในวิจัยมี 3 ประเภทคือ

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ฝ่ายผู้ผลิต และฝ่ายผู้บริโภค

1. แหล่งข้อมูลฝ่ายผู้ผลิต บุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ของการวิจัย คือ

1.1 คุณจีระศักดิ์ โตเลิศมงคล

Genius Glamour Studio ชั้น 2 อาคารนิยะพลาซ่า ถนนสีลม

คุณจีระศักดิ์เป็นเจ้าของสตูดิโอถ่ายภาพ Genius Glamour Photograph ซึ่งที่ให้บริการถ่ายภาพตามวาระโอกาสคือ แต่งงาน รับประทาน และภาพถ่ายครอบครัวเป็นหลัก

ผู้วิจัยเลือกคุณจีระศักดิ์เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักของการวิจัยเนื่องจากเห็นว่าคุณจีระศักดิ์เป็นช่างภาพที่มีฝีมือและประสบการณ์การถ่ายภาพมานาน เคยได้รับรางวัลระดับประเทศและระดับโลกมาแล้วหลายรางวัล รางวัลสูงสุดคือได้รับรางวัลอันดับที่ 5 ของโลกในปี 1997 จาก PSA (Photographic Society of America) ทำให้ผู้วิจัยมั่นใจว่าคุณจีระศักดิ์จะสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับการถ่ายภาพเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์การสื่อความหมายในภาพถ่ายบุคคลได้ นอกจากนี้คุณจีระศักดิ์ยังเป็นบุคคลกว้างขวางพอสมควรในวงการธุรกิจสตูดิโอถ่ายภาพ จึงสามารถให้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบทั่วไปเกี่ยวกับการทำงานของสตูดิโอต่างๆ ได้

สำหรับการเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลหลักนี้ ผู้วิจัยได้รายชื่อและเบอร์โทรศัพท์มาจากการสังเกตการณ์ในงาน Wedding Fair 97 ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เมื่อเดือนมิถุนายน 2540 ซึ่งผู้วิจัยได้ไปสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงได้โทรศัพท์ติดต่อคุณจีระศักดิ์เพื่อขอสัมภาษณ์ และได้รับการตอบตกลงทันที นอกจากนั้นคุณจีระศักดิ์ยังได้อนุญาตให้ใช้สตูดิโอ Genius Glamour Studio เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการศึกษากระบวนการทำงานอีกด้วย

ข้อมูลจากคุณจิระศักดิ์ได้มาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (depth interview) ทั้งการสัมภาษณ์แบบทางการ ซึ่งมีการบันทึกเทป และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสนทนา แล้วจดบันทึกข้อมูลแทนการบันทึกเทป

## 1.2 คุณสิริยากร สุริยมาตร

Primo Studio สยามสแควร์

คุณสิริยากรเป็นช่างภาพของ Primo Studio จบการศึกษาจากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งคุณสิริยากรได้เรียนถ่ายภาพมาด้วย

สตูดิโอถ่ายภาพ Primo Studio นี้ให้บริการถ่ายภาพลักษณะแพชั่น เจ้าของเป็นชาวไต้หวันชื่อ คุณจิมมี่ ซึ่งเป็นผู้ที่ฝึกสอนและแนะนำเทคนิคการถ่ายภาพให้กับคุณสิริยากรด้วย ผู้วิจัยได้การแนะนำจากคุณจิระศักดิ์ให้ติดต่อคุณจิมมี่โดยการอ้างชื่อของคุณจิระศักดิ์ ทำให้ได้รับความสะดวกเมื่อนัดหมายเวลาพบคุณจิมมี่ และทำให้ผู้วิจัยได้รู้จักกับคุณสิริยากร แต่เมื่อผู้วิจัยได้แจ้งให้คุณจิมมี่ทราบว่าต้องการให้ Primo Studio เป็นแหล่งข้อมูลในการวิจัย คุณจิมมี่ได้บอกผู้วิจัยว่าคงจะไม่มีเวลาให้ และอ้างว่าต้องปรึกษาเจ้าของสตูดิโอก่อน ขอให้ติดต่อไปในภายหลัง ในเวลานั้นผู้วิจัยยังไม่ทราบว่าคุณจิมมี่คือเจ้าของสตูดิโอจึงเห็นด้วยที่จะรอคำตอบ ผู้วิจัยได้เล่าให้คุณจิระศักดิ์ฟังจึงได้ทราบว่าคุณจิมมี่ปิดบังความจริง และเมื่อผู้วิจัยโทรศัพท์ไปติดตามผลก็ได้ทราบจากคุณสิริยากรว่าคุณจิมมี่ขอปฏิเสธ ผู้วิจัยได้พยายามอธิบายให้คุณสิริยากรเข้าใจว่าไม่ต้องการข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกระบวนการถ่ายภาพของสตูดิโอ และได้ขอร้องเป็นการส่วนตัว ทำให้คุณสิริยากรตอบตกลงให้สัมภาษณ์ในที่สุด แต่ได้ขอร้องให้ผู้วิจัยไปพบที่สตูดิโอในวันและเวลาที่คุณจิมมี่ไม่อยู่ที่สตูดิโอเพื่อไม่ให้เกิดปัญหา

ในการเก็บข้อมูลจาก Primo Studio คุณสิริยากรแนะนำให้ผู้วิจัยถ่ายภาพกับสตูดิโอ และขณะถ่ายภาพคุณสิริยากรได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน และข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่มาใช้บริการ อย่างไรก็ตามการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลรายนี้ผู้วิจัยถูกขอร้องไม่ให้บันทึกเทป จึงใช้การจดจำ การสังเกตการณ์ แล้วบันทึก (take note) ไว้ทันที

## 1.3 คุณนก (ไม่เปิดเผยชื่อจริง)

King & Queen Wedding Studio

คุณนกเป็นช่างภาพคนไทยที่ทำงานร่วมกับช่างภาพชาวไต้หวัน ของ King & Queen Wedding Studio ซึ่งให้บริการถ่ายภาพแต่งงาน ถ่ายภาพครอบครัว และถ่ายภาพแพชั่น ผู้วิจัยได้ติดต่อสตูดิโอแห่งนี้ก่อนงานเวดดิ้งแพร์ด้วยการโทรศัพท์ติดต่อขอสัมภาษณ์ช่างภาพของสตูดิโอ และทางสตูดิโอจัดให้ผู้วิจัยสัมภาษณ์คุณนกเพราะช่างภาพคนอื่นเป็นชาวไต้หวัน พูดภาษาไทยไม่ได้ คุณนกได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานของช่างภาพและขั้นตอนการทำงานของสตูดิโอ แต่ได้

ปฏิเสธที่จะให้นำภาพถ่ายที่มีอยู่ในสตูดิโอมาศึกษา อย่างไรก็ตามคุณนกได้นำผลงานภาพถ่ายของสตูดิโอให้ผู้วิจัยดูขณะที่ทำการสัมภาษณ์

#### 1.4 คุณปภัทสร่า ยิงชนะ

Romance Studio สุขุมวิทพลาซ่า ถนนสุขุมวิท

คุณปภัทสร่า มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการร้านของ Romance Studio ผู้วิจัยเลือกคุณปภัทสร่าเป็นผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยนี้เนื่องจาก Romance Studio เป็นสตูดิโอถ่ายภาพที่มีชื่อเสียง ตั้งมานานกว่า 5 ปีแล้ว และเป็นสตูดิโอที่ถ่ายภาพหลายแบบ คือ ถ่ายภาพแต่งงาน ถ่ายภาพครอบครัว ถ่ายภาพแฟชั่น ผู้วิจัยจึงคิดว่าคุณปภัทสร่าจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคภาพถ่ายลักษณะต่างๆ ได้ การเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลนี้ต้องใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัว ผู้วิจัยได้รับการแนะนำจาก รศ.ดร. ศิริชัย ศิริกายะ ให้ติดต่อกับเพื่อนคนหนึ่งของอาจารย์ชัยพรซึ่งรู้จักกับคุณปภัทสร่า ทำให้ผู้วิจัยได้รับความสะดวกในการติดต่อขอสัมภาษณ์ วิธีการเก็บข้อมูลจากคุณปภัทสร่าคือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และมีการบันทึกเทป

#### 1.5 คุณนิติกร ภรัยวิเชียร

Robin Studio ซอยคุณหญิงพลฯ ถนนงามวงศ์วาน

คุณนิติกรเป็นเจ้าของและช่างภาพสตูดิโอ Robin ซึ่งให้บริการถ่ายภาพบุคคลทั่วไป คุณนิติกรจบการศึกษาระดับปริญญาโทด้านการถ่ายภาพจากสหรัฐอเมริกา เคยรับราชการเป็นอาจารย์สอนการถ่ายภาพที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง แล้วลาออกมาดำเนินธุรกิจสตูดิโอถ่ายภาพ คุณนิติกรเป็นช่างภาพที่มีโอกาสฉายพระรูปของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ ซึ่งเป็นผลงานหนึ่งที่ทำให้คุณนิติกรเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับด้านฝีมือจากบุคคลทั่วไป

ผู้วิจัยเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลรายนี้ได้ด้วยการติดต่อโดยตรง และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกด้วยคำถามปลายเปิดซึ่งได้เตรียมไว้ก่อนการสัมภาษณ์

#### 1.6 คุณสุเมธ วิวัฒน์วิธา

ช่างภาพแฟชั่นนิตยสารแพรว แพรวสุดสัปดาห์ และนิตยสาร Trendy Man

คุณสุเมธจบการศึกษาด้านการถ่ายภาพจากวิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพ ทำงานเป็นช่างภาพประจำสำหรับการถ่ายภาพแฟชั่นของนิตยสาร แพรวสุดสัปดาห์ และ Trendy Man

การติดต่อขอสัมภาษณ์คุณสุเมธนี้ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากคุณสุเมธเป็นอย่างมาก คุณสุเมธเป็นบุคคลอ้างอิงหลักเกี่ยวกับข้อมูลด้านภาพถ่ายแฟชั่น และเป็นช่างภาพที่การวิจัยนี้ได้นำผลงานมาเปรียบเทียบกับภาพถ่ายของสตูดิโอที่อยู่ในขอบเขตการวิจัย สำหรับวิธีการเก็บข้อมูลจากคุณสุเมธคือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซึ่งได้ทำการสัมภาษณ์จำนวน 2 ครั้ง ในเดือนธันวาคม 2540 และในเดือนมกราคม 2541

- 1.7 คุณอภิวัฒน์ ยศประพันธ์  
บรรณาธิการแฟชั่นนิตยสาร Trendy Man
- 1.8 คุณนิรชา ชำแก้ว  
สไตลิสต์ ฝ่ายแฟชั่นนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์
- 1.9 คุณพิพัฒน์ กิม  
สไตลิสต์ ฝ่ายแฟชั่นนิตยสารแพรว และแพรวสุดสัปดาห์

ผู้ให้ข้อมูลที่ 1.6 ถึง 1.9 นี้ คือบุคคลที่ทำงานร่วมกับคุณสุเมธ และเป็นผู้ที่คุณสุเมธเชิญให้มาร่วมแสดงความคิดเห็นระหว่างการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ทำให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตภาพถ่ายแฟชั่นจากมุมมองของสไตลิสต์

โดยเบื้องต้นแล้วผู้วิจัยต้องการเก็บข้อมูลจาก Wedding Plaza และ Photo en Vouge แต่ได้รับการปฏิเสธ ผู้วิจัยจึงต้องศึกษาผลงานของสตูดิโอจากภาพถ่ายของกรณีศึกษาฝ่ายผู้บริโภคแทน ส่วนกรณีของ Photo en Vouge ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่าข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและการสื่อความหมายของภาพถ่ายลักษณะแฟชั่นของสตูดิโอมีความสำคัญต่อการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้ไปสังเกตการณ์การทำงานโดยไม่เปิดเผยตัวที่สตูดิโอสาขาแห่งหนึ่งของ Photo en Vouge ในฐานะลูกค้าที่มาใช้บริการถ่ายภาพ

แนวคำถามในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลฝ่ายผู้ผลิต มีดังนี้

- แนวคิดและองค์ประกอบต่างๆ ในการสร้างสรรค์ผลงาน
- กระบวนการและหลักเกณฑ์ในการสร้างสรรค์ผลงาน
- ความหมายที่ต้องการสื่อในภาพถ่ายบุคคล
- ความคิดเห็นในเรื่องคุณค่าของภาพถ่ายบุคคล

## 2. แหล่งข้อมูลฝ่ายผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกบุคคลที่ใช้บริการถ่ายภาพบุคคลจากสตูดิโอต่างๆ จำนวน 20 กรณีศึกษา โดยใช้วิธีการแบบ Snow Ball ในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลสำหรับกรณีศึกษาที่เป็นผู้บริโภคภาพถ่ายประเภทภาพถ่ายแต่งงาน และภาพถ่ายแฟชั่น ส่วนกรณีศึกษาประเภทภาพถ่ายครอบครัวนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าของ Genius Glamour Studio

กรณีศึกษาสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

- กรณีศึกษาที่ 1 คุณสุภาภรณ์และคุณเมธี
- กรณีศึกษาที่ 2 คุณรพีพรและคุณไพศาล
- กรณีศึกษาที่ 3 คุณวราภรณ์และคุณเอกพล
- กรณีศึกษาที่ 4 อมรรัตน์และเอกสิทธิ์

- กรณีศึกษาที่ 5 คุณปาริชาติและคุณประสิทธิ์
- กรณีศึกษาที่ 6 คุณธัญญาและคุณธรรมนุญ
- กรณีศึกษาที่ 7 คุณวัลลภาและคุณประสพ
- กรณีศึกษาที่ 8 คุณภาณุมาศ
- กรณีศึกษาที่ 9 คุณวัฒน์
- กรณีศึกษาที่ 10 คุณสิรินาท
- กรณีศึกษาที่ 11 คุณประภาพร
- กรณีศึกษาที่ 12 คุณจิตติคุณ
- กรณีศึกษาที่ 13 คุณศศิวิมล
- กรณีศึกษาที่ 14 คุณจันทร์รา
- กรณีศึกษาที่ 15 คุณอนุพงศ์
- กรณีศึกษาที่ 16 คุณศรัญจิต
- กรณีศึกษาที่ 17 คุณตุ้ม
- กรณีศึกษาที่ 18 คุณดวงกมล
- กรณีศึกษาที่ 19 คุณเอื้องฟ้า
- กรณีศึกษาที่ 20 คุณสิรินทรา

แนวคำถามในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลฝ่ายผู้บริโภค มีดังนี้

- ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ อายุ อาชีพ การศึกษา การทำงาน
- ความต้องการและความคาดหวังในการถ่ายภาพถ่ายบุคคล
- สภาพความเป็นจริงในการใช้ประโยชน์จากภาพถ่ายบุคคล

แหล่งข้อมูลประเภทภาพถ่ายบุคคล ผู้วิจัยได้นำภาพถ่ายบุคคลจากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้มาใช้ในการศึกษาการสื่อความหมาย

1. ผลงานของสตูดิโอที่เป็นแหล่งข้อมูลหลัก คือ Genius Glamour Studio และผลงานของสตูดิโอถ่ายภาพลักษณะแฟชั่น คือ Photo en Vouge และ Primo Stuido ที่ผู้วิจัยได้จากการสังเกตการณ์กระบวนการถ่ายภาพด้วยตนเองในฐานะลูกค้า รวมถึงภาพถ่ายของสตูดิโอต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารโฆษณาตามสื่อต่างๆ ที่สามารถรวบรวมได้
2. ภาพถ่ายของผู้บริโภคที่เป็นกรณีศึกษา ซึ่งเป็นภาพถ่ายที่ถ่ายกับสตูดิโอที่เป็นแหล่งข้อมูลหลักและสตูดิโออื่นๆ
3. ผลงานภาพถ่ายของช่างภาพนิตยสารแฟชั่นคือ คุณสุเมธ วิวัฒน์วิชา เพื่อนำมาเปรียบเทียบการสร้างความหมายระหว่างภาพถ่ายแฟชั่นในนิตยสารและภาพถ่ายของสตูดิโอ

## แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เชิงการตลาดเกี่ยวกับธุรกิจบริการถ่ายภาพบุคคล หรือเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงการพฤติกรรมบริโภคนภาพถ่ายบุคคลของคนในสังคม ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทของภาพถ่ายบุคคล
2. เอกสารหรือบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการถ่ายภาพบุคคล บทบาทของภาพถ่ายในการสื่อสาร และแนวคิดต่างๆ ที่มีผลในการสร้างบุคลิกภาพ เช่น การแต่งกาย การแต่งหน้า ทรงผม เป็นต้น ซึ่งจะสามารถนำมาช่วย ในการวิเคราะห์ลักษณะ เนื้อหา และการสื่อความหมายของภาพถ่ายบุคคลได้

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในประเด็นดังนี้

### 1. การสื่อความหมายของภาพถ่ายบุคคล

วิเคราะห์ตามกรอบทฤษฎีการถ่ายภาพบุคคลโดยจะวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ หรือบริบท (context) ที่มีส่วนในการสร้างความหมายของภาพถ่ายบุคคลทั้งสองประเภท ซึ่งการวิเคราะห์นี้จะนำไปสู่ การตีความตามแนวคิดของมาร์แชล แมคลูฮัน และแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) คือ การลอกเลียนแบบ (simulation) ความเหนือจริง (hyperreal) และภาพนิมิต (simulacrum)

### 2. คุณค่าเชิงตรรกะการบริโภคของภาพถ่ายบุคคล

การวิเคราะห์ในส่วนนี้จะวิเคราะห์ตามตรรกะการบริโภคของโบดริยาร์ด โดยจะนำข้อมูลจากกรณีศึกษาเป็นข้อมูลหลักมาใช้ในการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลฝ่ายผู้ผลิต และข้อมูลจากการรวบรวมตัวอย่างที่แสดงถึงการใช้ประโยชน์จากภาพถ่ายบุคคลในสังคมว่า ในสภาพที่แท้จริงแล้วภาพถ่ายบุคคลถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ใช้สอย เพื่อการแลกเปลี่ยน เพื่อการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ หรือเพื่อคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคภาพถ่ายบุคคลและการใช้ภาพถ่ายเป็นเครื่องมือในการสื่อสารในสังคมปัจจุบัน

การนำเสนอการวิเคราะห์จะใช้รูปแบบของพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ทั้งสองส่วน

## การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอข้อมูลซึ่งเป็นแบบพรรณนา (descriptive) ดังต่อไปนี้

1. การสื่อความหมายในภาพถ่ายบุคคล ข้อมูลในส่วนนี้จะนำเสนอผลการศึกษาประเด็นเรื่องต่อไปนี้

1.1 กระบวนการผลิตของสตูดิโอถ่ายภาพบุคคล ทั้ง 2 ประเภทคือ ภาพถ่ายตามวาระโอกาส และภาพถ่ายลักษณะแฟชั่น

1.2 การวิเคราะห์การสื่อความหมายในภาพถ่ายบุคคล โดยนำเสนอองค์ประกอบต่างๆ ที่สตูดิโอถ่ายภาพใช้ในการสร้างสรรค์ภาพถ่ายบุคคล พร้อมทั้งวิเคราะห์ภาพถ่ายในฐานะภาพนิมิต

2. คุณค่าเชิงตรรกะการบริโภคของภาพถ่ายบุคคล เป็นการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบความคิดเรื่องตรรกะการบริโภคของโบดริยาร์ด โดยลำดับการนำเสนอดังนี้

2.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กรณีศึกษาทั้ง 20 การอภิปรายผลข้อมูล และการวิเคราะห์หลักคุณลักษณะร่วมกันในเรื่องการบริโภคภาพถ่ายบุคคลทั้ง 2 ประเภท

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตรรกะการบริโภคของโบดริยาร์ด ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์คุณค่าของภาพถ่ายบุคคลเชิงตรรกะการบริโภคของโบดริยาร์ดจากข้อมูลที่ได้จากกรณีศึกษาทั้ง 20 กรณี

2.3 ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลฝ่ายผู้ผลิต และการรวบรวมปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นถึงการบริโภคภาพถ่ายบุคคลในสังคม เพื่อจะนำมาเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกรณีศึกษา

## การประเมินข้อมูลและระเบียบวิธีวิจัย

เมื่อประเมินแหล่งข้อมูลและระเบียบวิธีวิจัยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยคิดว่าถึงแม้จะไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากบุคลากรของสตูดิโอถ่ายภาพส่วนใหญ่ แต่แหล่งข้อมูลหลักฝ่ายผู้ผลิตสามารถให้ข้อมูลที่ตรวจสอบได้ว่าตรงกับการทำงานของสตูดิโออื่นๆ และจุดประสงค์หลักของการศึกษากับฝ่ายผู้ผลิตคือการศึกษาคำอธิบายในภาพถ่ายของสตูดิโอ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยสามารถศึกษาผลงานของสตูดิโอที่ได้ปฏิเสธจากภาพถ่ายของกรณีศึกษาเป็นการขดเชย อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเชื่อว่าหากผู้วิจัยมีโอกาสได้สัมภาษณ์ช่างภาพและบุคลากรชาวได้วันของสตูดิโอถ่าย



ภาพของไต้หวัน การวิจัยครั้งนี้ย่อมจะมีความสมบูรณ์มากกว่านี้ ส่วนกรณีศึกษานั้นผู้วิจัยใช้วิธีการเข้าถึงกรณีศึกษาโดยวิธี Snow Ball สำหรับกรณีศึกษาประเภทภาพถ่ายแต่งงานและภาพถ่ายแฟชั่น เนื่องจากสตูดิโอส่วนใหญ่ไม่สามารถให้รายชื่อลูกค้าแก่ผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยใช้เวลาสำหรับการเข้าถึงกรณีศึกษาแต่ละรายมากเกินไป และจะใช้เวลามากกว่านี้ถ้าต้องการกรณีศึกษาที่มีความหลากหลายทั้งในด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างจากกรณีศึกษาประเภทภาพถ่ายครอบครัวที่ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling) จากลูกค้าของสตูดิโอ อย่างไรก็ตาม กรณีศึกษาทั้งหมดล้วนให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกซึ่งผู้วิจัยคิดว่าเป็นวิธีการเก็บข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาเรื่องนี้