

บทที่ ๓

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง“การดำเนินกลยุทธ์ของสื่อมวลชนเพื่อการส่งเสริมหมอลำ” นี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์และศึกษาถึงกระบวนการ การใช้กลยุทธ์ ที่สื่อมวลชนสมัยใหม่ใช้เป็นช่องทาง (Channel) (เทปตลับ, วีดิโอเทป, แผ่นซีดี, รายการวิทยุ, รายการโทรทัศน์ และภาพยนตร์) ในการนำเสนอและเผยแพร่เนื้อหาของหมอลำ ดังนั้นการวิจัยนี้จะใช้การวิจัยเชิงอธิบาย (Explanatory research) เป็นระเบียบวิธีวิจัยหลักและใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เป็นระเบียบวิธีวิจัยรองโดยมีรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัยและการเก็บข้อมูล ดังนี้

แหล่งข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำสื่อมวลชนมาใช้ในการส่งเสริมสื่อพื้นบ้าน “หมอลำ” ” มีแหล่งข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

๑. ข้อมูลจากเอกสารและโสตทัศนูปกรณ์

- ๑.๑ ข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงของเพลงลูกทุ่ง เช่น ตารางเวลาของวิทยุและโทรทัศน์ที่มีรายการเผยแพร่หมอลำ
- ๑.๒ ข้อมูลจากแหล่งโสตทัศนูปกรณ์ทั่วไปที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหมอลำโดยตรง เช่น เทปตลับ แผ่นซีดี วีดิโอ และภาพยนตร์

๒. ข้อมูลบุคคล

(ก) ผู้นำเสนอหมอลำผ่านสื่อ ประกอบด้วย

๑.ศิลปิน หมอลำที่ได้ออกเทป และหรือใช้สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เป็นช่องทางในการเผยแพร่ตัวเอง

หมอลำเฉลิมพล มาลาคำ

หมอลำศิริพร อ่ำไพพงษ์

หมอลำจินตหรา พูนลาภ

หมอลำราตรี ศรีวิไล

หมอลำเคน ดาเหลา

๒. นักจัดรายการหมอลำทางวิทยุ

ส่วนภูมิภาค

ไพบุลย์ ชมภูคำ (จัดรายการเพลงขวัญใจชนบท คลื่น AM ๑๒๔๑ Khz สถานีวิทยุจส.๓ จ.ร้อยเอ็ด)

วินัส แสงทองศรี (จัดรายการลูกทุ่งภูธร คลื่น AM ๖๐๓ Khz สถานีวิทยุวปถ.๑๒ จ.ขอนแก่น)

ส่วนกลาง

สุรินทร์ ภาคศิริ (จัดรายการลูกทุ่งอีสาน คลื่น AM ๑๐๕๓ Khz สถานีวิทยุสวนมิสกวัน กรุงเทพฯ)

(๒) กลุ่มสื่อมวลชน ประกอบด้วย ๒ กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

๑. กลุ่มบุคคลผู้ผลิตสื่อ เช่น นายทุนผู้ผลิตเทปคาสเส็ต แผ่นซีดี วีดีโอ ได้แก่ นายสันติ กลางสาทร ตัวแทนของบริษัทแกรมมี่ จำกัด นายณรงค์ศักดิ์ เทพพิทักษ์ และนางสาวชุลีพร รื่นเรือง ตัวแทนของบริษัท พีจีเอ็ม เวิร์คคอร์ป จำกัด นายเสกสรร สุวพันธ์กึ่งเพชร ตัวแทนของบริษัทอีไอเอสเอ็นเตอร์เทนเมนท์ นายเด่นชัย จันทร์พันธ์ ผู้กำกับภาพยนตร์ นายสุรสิทธิ์ ผาธรรม ผู้กำกับภาพยนตร์

๒. กลุ่มตัวสื่อและรายการสื่อที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่ ได้แก่

สื่อวิทยุ

ส่วนภูมิภาค (ภาคอีสาน) จำนวน ๑ สถานี ได้แก่

สถานีวิทยุจส.๓ คลื่น AM ๑๒๔๑ Khz จ.ร้อยเอ็ดรายการเพลงขวัญใจชนบท

ส่วนกลาง จำนวน ๒ สถานี ได้แก่

สถานีวิทยุ AM ๑๐๕๓ Khz รายการลูกทุ่งอีสาน

สถานีวิทยุ FM ๑๐๓ Mhz รายการลูกทุ่งห้าดาว

สื่อโทรทัศน์

ส่วนภูมิภาค จำนวน ๑ สถานี ได้แก่ สถานีโทรทัศน์สีช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์

เขต ๑ จ.ขอนแก่น

รายการหมอลำห้าดาว

รายการหมอลำจากสยาม

รายการหมอลำชิงจากราตรี ศรีวิไล

- ส่วนกลาง (กทม) จำนวน ๕ สถานี ได้แก่
- ช่อง ๓ รายการเพื่อคุณที่รัก
 - ช่อง ๕ รายการลูกทุ่งห้าดาว รายการย้อนทางอย่างไทย
 - ช่อง ๗ รายการลูกทุ่งสุ่มฝัน รายการเพลงติดดาว
 - ช่อง ๙ รายการพฤษ์บันเทิง
 - ช่อง ๑๑ รายการอนุรักษ์เพลงลูกทุ่งไทย

สื่อสิ่งพิมพ์

ได้แก่ นิตยสารรายเดือน ราชาเสียงทอง ทุกฉบับของ พ.ศ. ๒๕๔๐

สื่อภาพยนตร์ ได้แก่ ภาพยนตร์เรื่อง

- ลำซิ่งนักเลงปืน (บริษัทสีบุญเรืองฟิล์ม ,๒๕๓๒)
- หมอลำพ่อลูกอ่อน .บริษัทศักดิ์ มรกต ,๒๕๓๓)
- มนต์รักลำน้ำชี (บริษัทเซียวสตูดิโอเตอร์กั๊ป ,๒๕๓๔)
- เสียงแคนดอกคูน (บริษัทเซียวสตูดิโอเตอร์กั๊ป ,๒๕๓๕)

สถานที่ทำการวิจัยและเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิจัยและเก็บข้อมูลทั้งในกรุงเทพฯ และตามจังหวัดต่าง ๆ ที่แหล่งข้อมูลอาศัยอยู่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น แบ่งเป็นประเภทดังนี้

๑. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงของเพลงลูกทุ่ง ได้แก่ นิตยสารรายเดือน ราชาเสียงทอง เพื่อวิเคราะห์ว่าความเป็นไปของวงการหมอลำมีแนวโน้มที่จะดำเนินไปในทางใดบ้างมีการเปิดตัวหมอลำหน้าใหม่ การสร้างสรรค์รูปแบบหมอลำใหม่ ๆ อย่างไร ตลอดจนการแสดงผลเกี่ยวกับการผลิตผลงานหมอลำชุดใหม่ อีกทั้ง การอ้างอิงถึงการใช้สื่ออื่น ๆ ที่มีส่วนในการสนับสนุนหมอลำ และเสริมบทบาทของหมอลำให้คงอยู่

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งสื่อทัศนูปกรณ์ทั่วไป ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหมอลำโดยตรง เช่น แผ่นซีดี เทปตลับ วีดิโอเทป เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา

กลอนลำและรูปแบบการประดิษฐ์ทำนองดนตรีที่นักแต่งกลอนลำพยายามปรับปรุงให้มีความแปลกใหม่และเข้ากับยุคสมัยอยู่เสมอ

๒. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ ผู้ผลิตสื่อมวลชนสมัยใหม่ เช่น นักจัดรายการวิทยุ ผู้ผลิตเทปเพลง วีดิโอเทป แผ่นซีดี ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวงการหมอลำ เช่น หัวหน้าวงดนตรี ศิลปินหมอลำ คนแต่งกลอนลำ และผู้ที่สนใจในเรื่องหมอลำและเพลงลูกทุ่ง เพื่อศึกษามุมมองจากผู้ที่อยู่ในวงการ หมอลำ และผู้อยู่ในวงการสื่อมวลชน ว่า มีการนำแนวคิดของแต่ละฝ่ายมาประสานกัน

๓. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตและการเข้าร่วม

เป็นการสังเกตกลวิธีที่หมอลำทั้งคณะหรือทั้งวงในขณะที่ทำการแสดงต่อสาธารณชน ซึ่งถือเป็นการสื่อสารกับมวลชนอีกรูปแบบหนึ่ง เช่น การสังเกตการแสดงสดของหมอลำวงเฉลิมพล มาลาคำ เมื่อ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๐
หมอลำวงศิริพร อ่ำไพพงษ์ เมื่อ ๑๕ มกราคม ๒๕๔๑
หมอลำวงจินตหรา พูนลาภ เมื่อ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑

ว่ามีรูปแบบการนำเสนออย่างไรบ้าง ในขณะที่แสดงสดมีการเพิ่มเนื้อหาพิเศษนอกเหนือจากที่บันทึกไว้ในสื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์อย่างไร จึงสามารถสร้างความประทับใจและดึงดูดผู้รับสารได้ และการแสดงสดก็นำไปสู่วิวัฒนาการ “การบันทึกการแสดงสด” สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ เช่น เทปตลับ วีดิโอเทป ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการที่สื่อมวลชนสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาของหมอลำอย่างชัดเจน และเป็นตัวอย่างการผลิตผลงานสื่อพื้นบ้านเข้ากับสื่อมวลชนสมัยใหม่ได้อย่างกลมกลืน และเหมาะสมกับยุคสมัย

อนึ่ง เพื่อสังเกตปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้แสดงกับผู้รับสาร และการตอบสนองต่อการแสดงนั้น ๆ โดยเฉพาะเมื่อบริบททางสังคม เช่น กาลเวลา และสภาพแวดล้อมของชุมชนเปลี่ยนแปลงไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “การดำเนินกลยุทธ์ของสื่อมวลชนเพื่อการส่งเสริมหมอลำ” นี้ ผู้วิจัยได้วางโครงสร้างเนื้อหาการวิเคราะห์ออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

๑. การวิเคราะห์กระบวนการที่สื่อสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทในการผลิตและเป็นช่องทางเผยแพร่หมอลำ ทั้งนี้โดยการอาศัยข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ ตลอดจนจากการสัมภาษณ์

ผู้ที่อยู่ในวงการหมอลำ เช่น หมอลำและนักจัดรายการวิทยุหมอลำ และได้รู้เห็นการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว อีกทั้งผู้ที่อยู่ในวงการผู้ผลิตสื่อมวลชนสมัยใหม่ ที่รู้เห็นการเข้าไปมีบทบาทในการประยุกต์รูปแบบสื่อมวลชนสมัยใหม่สำหรับการนำเสนอและเผยแพร่เนื้อหาของหมอลำ

๒. การวิเคราะห์ กลยุทธ์ของสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่ได้รับการนำมาสร้างสรรค์และสนับสนุนการดำรงอยู่ของหมอลำ

การนำเสนอข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ จะนำเสนอรายงานวิจัยแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analysis Description) โดยเริ่มจากการเกริ่นนำ เสนอความเป็นมาของหมอลำในฐานะที่เป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้าน (Folk Performing Art) เพื่อทำความเข้าใจที่มาและประเภทของหมอลำ ตลอดจนธรรมชาติบางประการของหมอลำ แล้วกลายมาเป็นศิลปะสมัยนิยม (Popular Art)

จากนั้นจะเป็นการวิเคราะห์รายละเอียดด้านบทบาทของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การดำเนินกลยุทธ์ของสื่อมวลชนสมัยใหม่แยกเป็นแต่ละประเภท โดยแต่ละสื่อก็จะมี การดำเนินกลยุทธ์แปรไปตามบทบาทโดยมีสื่อที่เป็นช่องทาง (Channel) ได้แก่ รายการวิทยุ, รายการโทรทัศน์และภาพยนตร์และนิตยสาร และที่มีบทบาทด้านการผลิต ได้แก่ เทปคาสเส็ต, วีดิโอเทป, แผ่นซีดี, ในการนำเสนอและเผยแพร่ (Distribute) เนื้อหาของหมอลำ สุดท้ายจึงเป็นการวิเคราะห์ กลยุทธ์โดยรวมของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่มีความเหมือน ความแตกต่าง ตลอดจนเอกลักษณ์ของสื่อแต่ละประเภท แล้วสรุปเรื่องแนวทางของสื่อสมัยใหม่ในการสร้างสรรค์และสนับสนุนการดำรงอยู่ของหมอลำ