



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์ของการสร้างภาพลักษณ์นักร้องไทยสังกัดบริษัทคีตาเรคคอร์ดส์จำกัดในช่วงระยะพ.ศ.2531-2534” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นการเข้าร่วมในเหตุการณ์ (Direct Observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) จากบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำหน้าที่ในการสร้างภาพลักษณ์ของนักร้องเพื่ออธิบายการวางแผนกลยุทธ์ของการสร้างภาพลักษณ์นักร้องและองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยอันก่อให้เกิดภาพลักษณ์ด้วยระเบียบวิธีการดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยได้คัดเลือกนักร้องของบริษัทคีตาเรคคอร์ดส์จำกัดเป็นกรณีศึกษา โดยคัดเลือกจากนักร้องที่มียอดขายตั้งแต่ 5 แสนม้วนขึ้นไป และมีผลงานอยู่ในระยะปีพ.ศ. 2531-2534 มีนักร้องที่นำมาศึกษารวมผลงานได้ทั้งหมด 7 ชุด คือ

1. พงษ์พัฒน์ วชิระบรรจง
 - ชุด พงษ์พัฒน์
 - ชุด พงษ์พัฒน์ภาค 2
2. สามโทน
 - ชุด สามโทน
 - ชุด ขบวนการโป๊โป๊ซิ่ง
3. ภัสสร บุญเกียรติ
 - ชุด ฮันนี่
4. สุนิสา สุขบุญสังข์ (อ้อม)
 - ชุด เราคือลูกแก้ว
5. แสงระวี อัครวัชร
 - ชุด แมงมุมขยุ้มหัวใจ

แหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีแหล่งข้อมูลประเภทต่างๆที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ข้อมูลประเภทบุคคล เป็นบุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ให้กับนักร้องของบริษัทคีตาเรคคอร์ดสจำกัด และบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการจัดจำหน่ายเทปเพลงของบริษัทโรต้าจำกัด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีรายชื่อดังต่อไปนี้

1.1 ประภาส ชลศรานนท์ อดีตผู้จัดการฝ่ายผลิตเพลงเป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกบริษัทคีตาในยุคแรกๆ เป็นผู้มีสายตาเฉียบคมในการสรรหาบุคคลที่จะมาเป็นนักร้อง สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 24 ก.ย. 2536

1.2 นันท วิทย์ดำรง อดีตผู้จัดการฝ่ายการตลาดของบริษัทคีตาฯ ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและวางแผนงานของเทปแต่ละชุด เป็นผู้คิดแนวทางของอัลบั้มรวมทั้งวางแผนในการโปรโมทด้วย สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 ธ.ค. 2535 และวันที่ 24 ก.ย. 2536

1.3 ภูษิต ไล่ทอง อดีตผู้จัดการฝ่ายผลิตเพลง ดำรงตำแหน่งนี้หลังจากที่ประภาส ชลศรานนท์ลาออกไปประกอบกิจการส่วนตัว ภูษิตเริ่มทำงานกับคีตาในยุคแรกๆเช่นกัน ทำหน้าที่สร้างแนวเพลงและดูแลการผลิตเพลงทั้งหมด สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 ก.พ. 2536

1.4 พิเชฐ ตงศิริ อดีตผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการผลิต เป็นผู้ดูแลการผลิตงานที่เสนอทางสื่อโทรทัศน์และการจัดแสดงคอนเสิร์ต สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 ก.พ. 2536

1.5 ปฎิมา ชุตินันต์ อดีตหัวหน้าส่วนสร้างสรรค์ (Creative Director) ทำหน้าที่สร้างภาพและรูปแบบของนักร้องให้สอดคล้องกับนโยบายของฝ่ายการตลาด นักร้องของบริษัทคีตาฯตั้งแต่ปี2532 เป็นต้นมา ล้วนเป็นฝีมือเธอทั้งสิ้น สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 ก.พ. 2536

1.6 สุธีรัชย์ ชาญนุกุล หนึ่งในนักร้องของวง “สามโทน” ซึ่งอดีตเคยเป็นพนักงานในตำแหน่งครีเอทีฟของบริษัทคีตาฯ และเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ให้กับนักร้อง “พงษ์พัฒน์ วชิระบรรจง” ในชุด “พงษ์พัฒน์” สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 ก.พ. 2537

1.7 สุดาพร ช่วยบำรุง อดีตผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด ทำหน้าที่ดูแลด้านสื่อทั้งหมดของคีตาฯ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มี.ค. 2537

1.8 วรชัย ธรรมสังคีติ กรรมการผู้จัดการบริษัทเมโทรแผ่นเสียงจำกัด อดีตเคยดำรงตำแหน่งประธานบริษัทโรต้าแผ่นเสียงจำกัด สัมภาษณ์เมื่อ 5 เม.ย. 2537

1.9 อนงค์นาถ นาคน้อย เจ้าของแผงเทปชื่อร้านน้อง เป็นร้านเทปที่มีชื่อเสียงย่านท่าพระจันทร์ และเป็นร้านที่คีตาฯเก็บข้อมูลยอดขายของเทปเพลง สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 มี.ค. 2537

1.10 เปี้ยก ดีเจ สยาม (เจ้าตัวขอปกปิดชื่อจริง) พนักงานขายเทปเพลง ร้านดี เจสยามเป็นแผงเทปอีกร้านหนึ่งที่คีตาฯใช้สำรวจยอดขายเทปเพลง สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 24 มี.ค. 2537

2. ข้อมูลประเภทเทปคาสเซ็ทและวิดีโอ ซึ่งวิดีโอสามารถแบ่งออกเป็น วิดีโอที่บันทึกภาพมิวสิควิดีโอ ภาพจากคอนเสิร์ต และสปอตโฆษณา ข้อมูลเหล่านี้รวบรวมจากบริษัทคีตาเรคคอร์ดจำกัด

2.1 เทปคาสเซ็ทเพลง ของนักร้องที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจำนวน 7 ชุด

2.2 วิดีโอ ได้แก่มิวสิควิดีโอ สปอตโฆษณา

2.2.1 มิวสิควิดีโอ เลือกศึกษาเฉพาะเพลงเอกของเทปเพลงชุด
 นั้นๆมีรายละเอียดดังนี้

- มิวสิควิดีโอเพลง“ตัวสำรอง” ของเทปชุด พงษ์พัฒน์
- มิวสิควิดีโอเพลง“พินเพื่อน” ของเทปชุด พงษ์พัฒน์ภาค 2
- มิวสิควิดีโอเพลง“เจ้าภาพจงเจริญ” ของเทปชุด สามโทน
- มิวสิควิดีโอเพลง“โป๊โป๊ซิ่ง”ของเทปชุด ขบวนการโป๊โป๊ซิ่ง
- มิวสิควิดีโอเพลง“ถอยดีกว่า” ของเทปชุด เราคือลูกแก้ว
- มิวสิควิดีโอเพลง“เสือ” ของเทปชุด ฮันนี่
- มิวสิควิดีโอเพลง“แมงมุม” ของเทปชุด แมงมุมข่มหัวใจ

2.2.2 สปอตโฆษณา ของนักร้องทั้งหมดไม่มีข้อมูลใดเก็บเป็นหลักฐานสปอตโฆษณาของนักร้องมักถูกอัดทับด้วยสปอตโฆษณาของนักร้องคนต่อไป

3. ข้อมูลที่เป็นเอกสาร คือข้อมูลที่เป็นรูปภาพจากโปรสเตอร์ ปกแผ่นเสียง ปกเทป และข้อมูลประเภทบทความบทสัมภาษณ์จากนิตยสารหนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับนักร้องและบุคคล

ผู้สร้างภาพลักษณ์ให้กับนักร้องของบริษัทคีตาเรคคอร์ดส์จำกัด เอกสารประเภทนี้เก็บรวบรวมจากห้องสมุดนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หอสมุดแห่งชาติ และบริษัทคีตาเรคคอร์ดส์จำกัด

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเริ่มเก็บข้อมูลด้วยการหาซื้อเทปเพลงชุดต่างๆที่ต้องการศึกษา ซึ่งเทปเพลงบางชุดผู้วิจัยก็มีอยู่บ้าง แล้วนำมาเปิดฟังทุกม้วนทุกเพลงเพื่อให้เกิดความรู้จักคุ้นเคยกับเพลงเหล่านั้นมากขึ้น พร้อมทั้งทบทวนถึงภาพมิวสิควิดีโอ คอนเสิร์ตที่เคยได้ชมมาบ้าง เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการสัมภาษณ์บุคคลผู้เป็นแหล่งข้อมูล

นอกจากนี้ยังทำการค้นหาบทความ บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับตัวนักร้องและกลุ่มผู้สร้างภาพลักษณ์ในนิตยสาร หนังสือพิมพ์ จากห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หอสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และหอสมุดแห่งชาติไปพร้อมกันด้วย

จากนั้นก็ทำการนัดสัมภาษณ์โดยผู้ให้สัมภาษณ์จากบริษัทคีตาฯ ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้สัมภาษณ์ทุกคนล้วนเคยเป็นผู้ร่วมงานของผู้วิจัยเมื่อครั้งผู้วิจัยทำงานอยู่ที่บริษัทคีตาฯ และเป็นผู้ที่ผู้วิจัยนับถือในฐานะที่เคยรู้จักคุ้นเคยกันมาก่อน จึงทำให้บรรยากาศในการสัมภาษณ์เป็นกันเองสนุกสนาน

การเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์นั้นมักเกิดปัญหาที่ว่า ภาพลักษณ์ของนักร้องนั้นถูกสร้างขึ้นมานานแล้ว ทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่สามารถจดจำรายละเอียดได้ทั้งหมด และผู้สร้างไม่เคยมีการบันทึกข้อมูลไว้เป็นลายลักษณ์อักษร แม้แต่การบันทึกวิดีโอเทปก็มีแต่เพียงมิวสิควิดีโอและการแสดงคอนเสิร์ตของนักร้องบางคนเท่านั้น

การขอสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายจัดจำหน่ายของบริษัทโรต้าฯ นั้น ผู้วิจัยใช้เวลาเป็นเดือนพยายามติดต่อขอสัมภาษณ์แต่ก็ได้รับการปฏิเสธตลอดมา จนผู้วิจัยต้องเปลี่ยนไปขอสัมภาษณ์คุณวรชัย ธรรมสังคีติ อดีตประธานบริษัทโรต้าฯ แทน โดยให้คุณภูษิต ไล่ทอง ซึ่งมีความสนิทสนมกับผู้วิจัยไปติดต่อขอสัมภาษณ์ในครั้งแรกปฏิเสธพร้อมทั้งให้เหตุผลว่า “เนื่องจากขณะนี้ทางกระทรวงพาณิชย์ได้กวดขันเรื่องภาษีของบริษัทผู้ผลิตเทป การเปิดเผยตัวเลขการขายของนักร้องหรือการพูดพาดพิงถึงโรต้าฯ อาจเป็นผลเสียแก่บริษัทได้” ผู้วิจัยให้คุณภูษิตติดต่อขอสัมภาษณ์อีกครั้งโดยขอให้คุณวรชัยตอบคำถามเท่าที่จะตอบได้ ผู้ให้สัมภาษณ์จึงตอบตกลงและขอการบันทึกเทปอนุญาตให้ทำการจดบันทึกเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

สำหรับข้อมูลที่เป็นวิดีโอได้รับความกรุณาจากคุณเต็มพันธ์ มัทวพันธุ์ทำการจัดหา บันทึกและตัดต่อให้ตามที่คุณวิจัยต้องการ

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เครื่องเล่นเทป เครื่องบันทึกเทป เครื่องเล่น วิดีโอ การจดบันทึก และการสังเกต

เครื่องเล่นเทปและเครื่องเล่นวิดีโอมีส่วนช่วยในการศึกษาข้อมูล เพื่อหาความเข้าใจในการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์นักร้องของกลุ่มผู้สร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์ทั้งสองอย่าง ทั้งก่อนหน้าการสัมภาษณ์และหลังการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ส่วนการจดบันทึกและการสังเกตจะเกิดขึ้นพร้อมๆ กับการฟังเทปเพลงและการชมภาพจากวิดีโอ เพื่อเป็นข้อมูลในการสัมภาษณ์

เครื่องบันทึกเทปช่วยให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ได้ทุกคำพูด และสามารถนำมาฟังทบทวนได้ทุกเวลาตามต้องการ และนำมาเป็นหลักฐานในการอ้างอิงได้

การตรวจสอบข้อมูล

เมื่อทำการรวบรวมข้อมูลได้แล้ว ก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูลจำเป็นต้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าวตามลักษณะของข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลประเภทบุคคล เนื่องจากผู้ที่สร้างสรรค์ภาพลักษณ์นักร้องคนหนึ่งๆ เป็นงานที่ต้องมีผู้เข้ามาเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย อาทิ ครีเอทีฟ นักแต่งเพลง โปรดิวเซอร์ ดีไซน์เนอร์ ฝ่ายโปรโมชั่น ฯลฯ สามารถนำคำตอบของแต่ละคนมาเทียบเคียงเปรียบเทียบหาข้อมูลที่ถูกต้องได้

2. ข้อมูลประเภทเทปเพลงและวิดีโอ เป็นข้อมูลที่แสดงลักษณะของการนำเสนอภาพและเสียงของนักร้อง ซึ่งสามารถนำมาตรวจสอบคำตอบของทีมงานผู้สร้างสรรค์ได้

3. ข้อมูลประเภทเอกสาร ทำการเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะเดียวกันกับเอกสารฉบับอื่นๆ และทำการเปรียบเทียบกับบทสัมภาษณ์ว่ามีความสอดคล้องกันอย่างไร แล้วจึงนำข้อมูลนั้นมาประกอบการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยนำเอาข้อมูลจากกรณีตัวอย่างการสร้างภาพลักษณ์
นักร้องของบริษัทคีตาเรคคอร์ดส์จำกัด มีรายละเอียดการวิเคราะห์ดังนี้

- องค์ประกอบและปัจจัยที่นำมาสร้างภาพลักษณ์ของนักร้อง
- กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ของนักร้อง
- ลักษณะการโปรโมชันของนักร้องแต่ละคน

การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลใช้วิธีการเขียนบรรยายกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์นักร้องของ
บริษัทคีตาเรคคอร์ดส์จำกัด เพื่ออธิบายถึงหลักในการทำงานและยกตัวอย่างประกอบคำอธิบายจาก
กรณีตัวอย่าง การสร้างภาพลักษณ์นักร้องด้วยวิธีแจกแจงรายละเอียดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์
องค์ประกอบการสร้างภาพลักษณ์ และลักษณะของการโปรโมชันของนักร้องแต่ละคน และในช่วง
ท้ายมีการสรุปผลของการศึกษาพร้อมทั้งข้อเสนอแนะจากสิ่งที่พบเห็น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย