

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “วิเคราะห์กระบวนการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทย” นั้น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กึ่งปริมาณ โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็นสองส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 เป็นการค้นคว้าเอกสาร (Exploratory Research) เกี่ยวกับกระบวนการใช้สื่อโทรทัศน์ ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ เพื่อวิเคราะห์ในด้านนโยบาย แผนงาน ขั้นตอน การดำเนินงาน ในการรณรงค์วัฒนธรรมไทยปี 2537

- ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์การสื่อความหมาย การนำเสนอ สารที่ผลิตโดยสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ในปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย 2537

#### 3.1 แหล่งข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ หนังสือ วารสาร งานวิจัยต่าง ๆ แผนแม่บทปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย 2537 เอกสารการประชุม สรุปรายงานผลการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย บทรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งค้นคว้าได้จากห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศูนย์ประชาสัมพันธ์ สวช. กองประเมินผล สวช. สำนักผลิตรายการสำนักไทย สืบสานไทย สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยสงฆ์

3.1.2 ข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ ผู้วางแผนแม่บท และรับผิดชอบการดำเนินการ และพิจารณาจัดสรรงบประมาณของ สวช. ในการใช้สื่อโทรทัศน์ นักวิชาการที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อโทรทัศน์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9 และผู้ผลิตสื่อที่ได้รับงบประมาณจาก สวช. ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าบุคคลดังกล่าว จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการกำหนดเนื้อหา และการนำเสนอข่าว หรือรายการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ได้แก่

##### 1. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ

1.1 คุณสมยศ สิงห์คำ ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรม

1.2 คุณสมพจน์ จันทร่เที่ยง หัวหน้าฝ่ายพัฒนานโยบายและแผนกองนโยบายและแผนวัฒนธรรม (ตำแหน่งปี พ.ศ.2537) ปัจจุบัน นักวิชาการระดับ 7

1.3 คุณนันทพร วันงาม เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ฝ่าย 1 ระดับ 7

##### 2. นักวิชาการ

2.1 ดร.สุรพล วิรุฬห์รักษ์ ประธานคณะกรรมการที่ปรึกษาการผลิตสื่อ



## 3. ผู้ผลิตรายการและสปอต

- 3.1 คุณสนมพร นิยมเฉลิม รองหัวหน้ากองบรรณาธิการข่าวสังคม สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
- 3.2 คุณอมพร ศรีพยัคฆ์ ผู้สื่อข่าวสายข่าววัฒนธรรม สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีกองทัพบก ช่อง 5
- 3.3 คุณณัฐกาน สวรรยาธิปิติ ผู้สื่อข่าวสายข่าววัฒนธรรมและข่าวทั่วไป สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีกองทัพบกช่อง 7
- 3.4 คุณชัยนันต์ สันติวาสะ ผู้สื่อข่าววัฒนธรรมและข่าวทั่วไป สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อสมท.
- 3.5 อาจารย์วรรณพร วรรณคูริยะพันธ์ อาจารย์ประจำสถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยการณธ์ ผลิตรายการสำนักไทย และสืบสานไทย
- 3.6 คุณชวนชม วิสัยจร กรรมการผู้จัดการบริษัท ชวนชม ครีเอชั่น จำกัด ผู้ผลิตรายการภาษาสไมสร
- 3.7 คุณนฐพร ฤกษ์ช่าง กรรมการรองผู้จัดการ บริษัท ประรณหาโปรดักชันจำกัด ผลิตรายการดรณธรรม
- 3.8 คุณจรีพร ไทยดำรงค์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัท ฟาร์อีสท์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด (มหาชน) ผลิตสปอตโทรทัศน์เรื่อง “สวัสดิ์ปรัณรงค์วัฒนธรรมไทย และปลายทางประเพณี”

## 3.1.3 ข้อมูลประเภทแถบบันทึกภาพ ได้แก่

1. สปอตโฆษณาเรื่อง “สวัสดิ์ปรัณรงค์วัฒนธรรมไทย” ออกอากาศเผยแพร่ เดือน เมษายน - กันยายน 2537
2. สปอตโฆษณาเรื่อง “ปลายทางประเพณี” ปี 2537 ยังไม่ได้ออกอากาศ
3. ข่าวและสารคดีเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย ออกอากาศช่วงข่าวภาคค่ำตั้งแต่ วันที่ 16 กรกฎาคม - 30 กันยายน 2537



4. รายการสำนักไทย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันอังคาร สัปดาห์ที่ 2 และ 4 ของเดือน เวลา 16.00 - 16.30 น.
5. รายการสืบสานไทย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อสมท. ทุกวันเสาร์ เวลา 7.30 - 8.00 น.
6. รายการภาษาสไมสร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อสมท. ทุกวันอังคาร เวลา 18.30 - 19.00 น.
7. รายการดรุธธรรม ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันศุกร์ เวลา 18.00 - 18.30 น.

### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลเอกสาร ใช้วิธีถ่ายเอกสารและคัดลอกโดยแยกข้อมูลกระบวนการใช้สื่อโทรทัศน์ ออกจากแผนประชาสัมพันธ์รวม คือ แผนแม่บทปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย นำเฉพาะข้อมูลของสื่อโทรทัศน์ ในเอกสารการประชุมต่าง ๆ ของศูนย์ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรม และกองประเมินผล สวช. มาวิเคราะห์

3.2.2 ข้อมูลประเภทบุคคล ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) โดยจำแนกประเภทของข้อมูลเป็น 3 ประเภท เพื่อความสะดวกในการตั้งคำถามแต่ละประเภท

1. การจำแนกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้วางแผนและรับผิดชอบดำเนินการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทย ในประเด็นต่อไปนี้
  - 1.1. ก่อนการวางแผนการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทย มีการประเมินผู้รับสารเป้าหมายหรือไม่ ในด้าน
    - ใครคือผู้รับสารเป้าหมาย
    - ความต้องการในการตอบสนองเป็นอย่างไร
    - เป้าประสงค์ในการตอบสนองในด้านต่าง ๆ (ปัญญา, เจตคติ, พฤติกรรม)
    - ความสามารถในการตอบสนอง
  - 1.2. มีการวางแผนการรณรงค์ทางสื่อโทรทัศน์อย่างไร
  - 1.3. มีการแต่งตั้งกลุ่มบุคคลผู้มีส่วนร่วมในการปรับปรุง และรับรู้เป้าหมาย กระบวนการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทย ได้แก่ใครบ้าง และทำหน้าที่อะไร



- 1.4 สวช. จัดสรรงบประมาณการใช้สื่อโทรทัศน์อย่างไร
  - 1.5 มีการดำเนินการผลิตสื่ออย่างไรบ้าง
  - 1.6 กำหนดโครงเรื่องใดเป็นประเด็นหลักในการผลิตสื่อ
  - 1.7 สารที่ผลิตขึ้นต้องการโน้มน้าวใจผู้รับสารให้ตอบสนองอย่างไร
  - 1.8 มีการปรับกลยุทธ์ในระหว่างดำเนินการผลิตสื่อหรือไม่
  - 1.9 มีการประเมินผลหรือไม่ (ถ้ามีประเมินอย่างไร อะไรคือตัวแปรที่ใช้ในการประเมิน)
  - 1.10 นอกเหนือจากแผนงานการรณรงค์ทางโทรทัศน์ที่วางไว้แล้ว มีการขอความร่วมมือจากเอกชน ใช้สื่อโทรทัศน์เสริมหรือไม่ (ถ้ามีทำอย่างไร และได้รับความร่วมมือในระดับใด)
  - 1.11 มีแนวทางการเลือกสนับสนุนรายการโทรทัศน์อย่างไร เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
  - 1.12 อะไรคือ ปัญหาและอุปสรรคของการรณรงค์
2. การจำแนกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตข่าวสารคดี หรือรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ในประเด็นต่อไปนี้
    - 2.1 นำเสนอสัปดาห์ละกี่ครั้ง
    - 2.2 เผยแพร่ในช่วงเวลาใด
    - 2.3 รูปแบบการนำเสนอเป็นอย่างไร
    - 2.4 การกำหนด หรือออกแบบเนื้อหา ต้องการให้ผู้รับสารตอบสนองอย่างไร
    - 2.5 ในการกำหนดประเด็นหลักของโครงเรื่อง อะไรคือแนวคิด
    - 2.6 อะไรคือ ประเภท หรือ ชนิดที่ใช้ตัดสิน ความหมายของวัฒนธรรมไทย
    - 2.7 กลุ่มเป้าหมายของรายการคือกลุ่มใด
    - 2.8 วัตถุประสงค์ของรายการคืออะไร
    - 2.9 แหล่งที่มาของข้อมูลในการผลิตรายการ
    - 2.10 ทักษะคติของผู้ผลิตรายการต่อวัฒนธรรมไทย
    - 2.11 ความคิดเห็นในการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทย
    - 2.12 งบประมาณในการผลิต และผลต่อเนื้อหา



### 2.13 ปัจจัยทางด้านผู้อุปถัมภ์รายการที่มีผลต่อเนื้อหา

### 3. การจำแนกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตสปอตโฆษณา

3.1 มีรูปแบบการนำเสนออย่างไร

3.2 การออกแบบเนื้อหาต้องการให้ผู้รับสารตอบสนองอย่างไร

3.3 อะไรคือแนวความคิดของการโฆษณา (Advertising Concept) หรือความคิดหลัก (Big Idea) ของภาพยนตร์โฆษณา

3.4 ทำไมจึงใช้ การไหว้ เป็นตัวแทนในการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมไทย (สปอตชุด “สวัสดีปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย”)

3.5 ทำไมจึงใช้ ประเพณีสงกรานต์, แห่เทียนพรรษา, ลอยกระทง เป็นตัวแทนในการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม

3.6 อะไรคือประเภทหรือชนิดที่ใช้ตัดสิน ความหมายของวัฒนธรรมไทย

3.7 อะไรคือ ปัญหาและอุปสรรค

### 4. การจำแนกข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักวิชาการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

4.1 ความคิดเห็นที่มีต่อกระบวนการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการรณรงค์วัฒนธรรมไทยของ สวช. ในด้านนโยบายและการดำเนินงาน

4.2 อะไรคือหลักเกณฑ์ในการพิจารณาบริษัทโฆษณา

4.3 อะไรคือหลักเกณฑ์ในการกำหนดเนื้อหาที่ให้ต่อผู้ผลิตสื่อ

4.4 ประเภท หรือชนิดที่ใช้ตัดสิน ความหมายของวัฒนธรรมไทย

4.5 การตรวจสอบและการแก้ไขเนื้อหาในการผลิต

4.6 ความคิดเห็นต่อรายการที่ สวช. ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณในปีการรณรงค์

4.7 มีการดำเนินการผลิตสื่ออย่างไรบ้าง

4.8 กำหนดโครงเรื่องใดเป็นประเด็นหลักในการผลิตสื่อ

4.9 สารที่ผลิตขึ้นต้องการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารตอบสนองอย่างไร

3.2.3 ข้อมูลประเภทแถบบันทึกเทป ใช้วิธีขอบันทึกวีดีโอเทปจากผู้ผลิตรายการ ซึ่งสามารถรวบรวมได้ทั้งหมด 8 รายการ จำนวน 16 ตอน และสปอตโฆษณา 2 สปอต ซึ่งเผยแพร่ในระหว่างปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย 5 ธันวาคม 2536 - 5 ธันวาคม 2537 โดยจำแนกข้อมูลเป็น 2 ประเภท คือ



1. การจำแนกข้อมูลแถบบันทึกเทป ประเภทที่ สวช. จัดตั้งคณะกรรมการพิจารณา และคัดเลือกผู้ผลิตและควบคุมการผลิต
  - 1.1 สปอตโฆษณาชุด “สวัสดิ์ปีรณรงค์วัฒนธรรม”
  - 1.2 สปอตโฆษณาชุด “ปลายทางประเพณี”
2. การจำแนกข้อมูลแถบบันทึกเทป ประเภทที่ สวช. ให้กรอบการผลิต และงบประมาณสนับสนุนในการผลิตบางส่วน
  - 2.1 รายการสำนักไทย
  - 2.2 รายการสืบสานไทย
  - 2.3 รายการภาษาสโมสร
  - 2.4 รายการดรุธธรรม
  - 2.5 ข่าวและสารคดีเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย ช่อง 3, 5, 7, 9  
รวบรวมรายการละ 2 ตอน รวม 16 ตอน

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละประเภท แล้วนำมาเรียบเรียงเสนอ ในลักษณะของการพรรณนา (Descriptive Method) เชิงวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งข้อเท็จจริงที่ได้จากบทสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์แถบบันทึกเทป โดยแบ่งการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในการศึกษา เป็นดังนี้คือ

1. บทที่ 4 เป็นการวิเคราะห์กระบวนการใช้สื่อโทรทัศน์ จากการศึกษาแผนงานประชาสัมพันธ์ปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย 2537 เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแผนประชาสัมพันธ์การรณรงค์วัฒนธรรม รวมทั้งเอกสารการประชุม สรุปการดำเนินงานภายใน สวช. และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแผนประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ โดยใช้วิธีตีความสร้างข้อสรุปจากข้อมูล (Analytic Induction) ตรวจสอบข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบและดำเนินการรณรงค์ของ สวช. และนักวิชาการ แล้วนำมาวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีการสื่อสารทางการตลาดทางสังคม ใช้หลักพื้นฐานของการรณรงค์ทางการสื่อสาร 5 ประเภท คือ

- 1.1 ผู้ส่งสารทำการประเมินผู้รับสารในด้านต่าง ๆ หรือไม่ อย่างไร
  - ความต้องการ (Needs) ในการตอบสนอง
  - เป้าประสงค์ที่ต้องการให้ผู้รับสารเป็น (Goals)
  - ความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสาร



- 1.2 มีการวางแผนการใช้สื่อโทรทัศน์ในการรณรงค์วัฒนธรรมอย่างไร
- 1.3 มีวิธีการผลิตสื่ออย่างไร
- 1.4 มีการประเมินผลอย่างต่อเนื่องหรือไม่
- 1.5 บทบาทเสริมของสื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นอย่างไร
- 1.6 มีวิธีการเลือกรายการโทรทัศน์เพื่อรณรงค์ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายอย่างไร

2. บทที่ 5 เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของสารที่ใช้ในการรณรงค์จากข้อมูลประเภทแถบบันทึกภาพที่ สวช. ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณบางส่วน และกรอบรายการผลิต ได้แก่ รายการข่าว และสารคดีเกี่ยวกับวัฒนธรรมช่อง 3, 5, 7, 9 รายการสำนักไทย รายการสืบสานไทย รายการภาษาสโมส และรายการตรูณธรรม โดยมีตัวแปรในการวิเคราะห์ คือ

- ความถี่ (Frequency)
- ช่วงเวลา (Timing)
- รูปแบบการนำเสนอ (Presentation Style)
- เนื้อหา (Content Appeal)
- ขอบข่ายวัฒนธรรมที่นำเสนอเป็นด้านใด

นำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์ตีความสรุป เพื่อหาความสัมพันธ์ในเชิงเปรียบเทียบของสารที่ใช้ในการรณรงค์ แล้วนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Appeal) เปรียบเทียบกับข้อมูลแถบบันทึกภาพ ประเภทที่ สวช. ดำเนินการผลิต ได้แก่ สปอตโฆษณาเรื่อง “สวัสดีปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย” และ “ปลายทางประเพณี” ว่าข้อมูลประเภทใดมีเนื้อหาสอดคล้องกับเป้าประสงค์ (Goals) ที่ตั้งไว้ในกรรณรงค์ พร้อมทั้งใช้ทฤษฎีสัญญาวิทยาวิเคราะห์การสื่อความหมายของสปอตโทรทัศน์ทั้ง 2 เรื่อง เพื่อทำความเข้าใจถึงกระบวนการสร้างความหมายที่มุ่งนำเสนอ “วัฒนธรรมไทย” ด้วยการผสมผสานนโยบาย เป้าประสงค์ของ สวช. กับแนวคิดของบริษัทโฆษณา เพื่อการสร้างความหมาย “วัฒนธรรมไทย” ผ่านสื่อโทรทัศน์

3. บทที่ 6 เป็นบทสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เป็นผลมาจากการวิจัย



### 3.4 การนำเสนอข้อมูล

1. นำเสนอการวิเคราะห์นโยบาย การดำเนินงาน กระบวนการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อ  
รณรงค์วัฒนธรรมไทย
2. นำเสนอการวิเคราะห์สารในรูปของตารางแจกแจงตามตัวแปร คือ ความถี่ ช่วง  
เวลา รูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหา
3. นำเสนอการวิเคราะห์การสื่อความหมาย และการนำเสนอสารเพื่อรณรงค์และ  
สรุปผลการวิจัย

ศูนย์วิทยุโทรทัศน์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย