

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลวิธีการพัฒนาโครงงานสร้างสรรค์สู่บทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยสุภางค์ จันทวนิช (2531) ได้อธิบายการวิจัยนี้ไว้ว่า

การวิจัยในเชิงคุณภาพ คือ การวิจัยประเภทที่สนใจศึกษาคุณลักษณะและความหมายของปรากฏการณ์หรือพฤติกรรมมนุษย์ในสังคม จากสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริง การวิจัยเชิงคุณภาพมีลักษณะสำคัญ ได้แก่ การมองจากหลายมิติ (Multidimensional) การเห็นภาพรวม (Holistic) การเฝ้าสังเกตเป็นระยะเวลานาน การไม่ใช้เกณฑ์ของผู้วิจัย ส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลทางสังคม วัฒนธรรมบางประการ และข้อมูลที่มีลักษณะเป็นนามธรรม และไม่อาจจัดทำในรูปปริมาณได้ ข้อมูลเหล่านี้มีอาทิ ความรู้สึกนึกคิด โลกทัศน์ ประวัติดชีวิตค่านิยม ประสบการณ์หรือปัญหาในการดำเนินชีวิตบางประการ รวมทั้งเหตุการณ์ต่างๆ

ดังนั้นการวิจัยเชิงคุณภาพจึงมีความเหมาะสมที่จะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ อันเนื่องมาจากเหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาโดยการนำข้อมูลทุกประเภทมาประมวลเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ในการตีความหมาย ซึ่งรวมถึงข้อมูลที่เป็นความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม อุดมการณ์
2. การวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งประเด็นไปยังการเข้าใจความหมาย มิใช่การหาความถูกต้องของสิ่งที่ปรากฏอยู่
3. การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการให้ความหมายแก่ข้อมูล โดยใช้วิธีการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive) คือการนำเอาข้อมูลเชิงรูปธรรมย่อยๆ หลายๆ กรณี มาสรุปเป็นข้อสรุปเชิงนามธรรม โดยพิจารณาจากลักษณะร่วมที่พบ

สำหรับการวิจัยเรื่อง กลวิธีการพัฒนาโครงงานสร้างสรรค์สู่บทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการทางการสร้างสรรค์และปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ ด้วยวิธีการบรรยายจากข้อมูลของทีมสร้างสรรค์บทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์ ประกอบการนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แหล่งข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

- แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล (ผู้สร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์) เป็นข้อมูลประเภทบุคคลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงต่างๆ เกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงการสร้างสรรค์ และหลักในการสร้างความคิดสร้างสรรค์ที่ใช้ในบทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำโฆษณาทางโทรทัศน์ โดยเลือกสัมภาษณ์ จากผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์มาแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป และยังคงทำงานด้านการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ให้กับบริษัทผลิตภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งมีผลงานโฆษณาทางโทรทัศน์ที่เคยได้รับรางวัลหรือเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลจากการตัดสินรางวัลแตก อวอร์ด, แบค อวอร์ดหรือเอเชีย อวอร์ด ในรอบ 10 ปี ด้วยการคัดเลือกจากทีมสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ที่ดำรงตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต (Film Producer) หรือผู้กำกับภาพยนตร์ (Film Director) ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างข้างต้น เรื่องละ 1 ท่าน จำนวนทั้งสิ้น 15 ท่าน

- แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร (ผลงานโฆษณาทางโทรทัศน์) เป็นข้อมูลประเภทเอกสารที่ได้จากการรวบรวมผลงานโฆษณาทางโทรทัศน์ ที่เคยได้รับรางวัลหรือเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลจากการตัดสินรางวัลแตก อวอร์ด, แบค อวอร์ดหรือเอเชีย อวอร์ด ในรอบ 10 ปี ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 ท่าน โดยนำผลงาน 1 ชิ้นผลงานต่อ 1 ท่าน มาประกอบการวิจัย

รายชื่อผู้ให้ข้อมูล

1. คุณสุรณ เพ็ชรสุวรรณ
สังกัด บริษัท แมทซิ่ง สตูดิโอ จำกัด ตำแหน่ง ผู้กำกับภาพยนตร์
2. คุณธนัญชัย ศรีศรีวิชัย
สังกัด บริษัท พีโนมินา จำกัด ตำแหน่ง ผู้กำกับภาพยนตร์
3. คุณสุวิกรม กรณวลัย
สังกัด บริษัท สกาย เอ็กซิทีฟ จำกัด ตำแหน่ง ผู้กำกับภาพยนตร์
4. คุณปิยะวรรณ มั่นคง
สังกัด บริษัท พีโนมินา จำกัด ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต
5. คุณยุทธพงษ์ วรรณเคราะห์โชค
สังกัด บริษัท พีโนมินา จำกัด ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต
6. คุณเขตต์ชัย เลิศพิพัฒน์
สังกัด บริษัท พีโนมินา จำกัด ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต

7. คุณปณชวีร์ อินทรมาศ
สังกัด บริษัท แมทซิ่ง สตูดิโอ จำกัด ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต
8. คุณนริศรา อัจฉริยะกุล
สังกัด บริษัท พีโนมีนา จำกัด ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต
9. คุณนิสา โอพิทักษ์ชีวิน
สังกัด บริษัท พีโนมีนา จำกัด ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต
10. คุณวิศิษฎ์ ศาสนเที่ยง
สังกัด บริษัท เดอะฟิล์ม แฟคตอรี จำกัด ตำแหน่ง ผู้กำกับภาพยนตร์
11. คุณคามิน จันท์สนธิกุล
สังกัด บริษัท เข้ากวง จำกัด ตำแหน่ง ผู้กำกับภาพยนตร์
12. คุณสุมิตรา สีม่าปิยะพันธ์
สังกัด บริษัท เดอะ ชู๊ด จำกัด ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต
13. คุณสิริวรรณ บำรุงผล
สังกัด บริษัท มาโซ แมงโก จำกัด ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต
14. คุณวันชัย อาสนะอังสนากุล
สังกัด บริษัท เสือบิน ฟิล์ม จำกัด ตำแหน่ง ผู้กำกับภาพยนตร์
15. คุณประวิทย์ วิจิตรเบญจรงค์
สังกัด บริษัท โกเก็ทเตอร์ จำกัด ตำแหน่ง ผู้กำกับภาพยนตร์

การที่ผู้วิจัยคัดเลือกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำทั้ง 15 ท่าน นี้เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งถือว่าเป็นผู้สร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาที่มีประสบการณ์ จะทำให้ข้อมูลที่ได้มามีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรที่ทำงานอยู่ในบริษัทผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่มีชื่อเสียงและได้รับความไว้วางใจจากบริษัทโฆษณานั้นในประเทศไทย

ข้อสันนิษฐานงานวิจัย

เนื่องจากการวิจัยเรื่อง กลวิธีการพัฒนาโครงงานสร้างสรรค์สู่บทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นการวิจัยที่นำวิธีการปฏิบัติของ อาเธอร์ เจ โควเวอร์ มาใช้เพื่อเป็นแนวทางการวิจัย ดังนั้น ข้อสันนิษฐานงานวิจัยจึงอ้างอิง จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพของ โควเวอร์ คือ

- ผู้สร้างสรรค์บทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ไทย มีกระบวนการสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการสื่อสารภายในตัวเอง (Internal Dialogue) ระหว่างตนเองกับผู้ชมในความคิด (Ideal Viewer) เหมือนโคเวอร์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลวิธีการพัฒนาโครงการสร้างสรรค์สู่บทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์” ประกอบไปด้วยแนวคำถามแบบสัมภาษณ์เจาะลึก (Depth Interview) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและถูกต้องครบถ้วน อีกทั้งเป็นการใช้แนวคำถามแบบสัมภาษณ์เจาะลึก ที่อิงผลงานวิจัยของ โคเวอร์ มาแปลเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบ พร้อมทั้งให้เหตุผลหรืออธิบายความได้ตามต้องการ ให้ครอบคลุมในประเด็นต่างๆ ดังนี้คือ

- รูปแบบและวิธีการทำงาน
- กระบวนการเขียนโฆษณา
- ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบในการสื่อสารโฆษณา

หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซึ่งจะถูกบันทึกไว้ในเทปบันทึกเสียงแล้วนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลเหล่านี้มาถอดเทป และบันทึกไว้ในรูปเอกสารเพื่อเป็นหลักฐานประกอบการศึกษาต่อไป

การทดสอบเครื่องมือ

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการนำทฤษฎีของ อาเธอร์ เจ โคเวอร์ (Arthur J. Kover) มาใช้เป็นหลักในการปฏิบัติ จึงใช้แนวคำถามและคำตอบที่ได้มาเทียบเคียงความเที่ยงตรงตามเรื่องที่ต้องการจะวัด (Content Validity) เพื่อให้ผลของข้อมูลที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจะนำแนวคำถามของ โคเวอร์ ไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางการแปล แปลเป็นภาษาไทยในลักษณะแปลจากหลังมาหน้า (Back Translation) และนำไปทดสอบกับผู้สร้างสรรค์บทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำคนอื่น แล้วจึงปรับปรุงคำถามให้เหมาะสมและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ผู้สร้างสรรค์ภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำทั้ง 15 คน โดยใช้แนวคำถามกว้างๆ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบพร้อมทั้งให้เหตุผลหรืออธิบายความได้ตามต้องการ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

1. เตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
2. จัดเตรียมรายชื่อผู้สร้างสรรค์ภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำและติดต่อขอความร่วมมือในการวิจัย
3. เริ่มดำเนินการสัมภาษณ์ตามลำดับ

ในการสนทนานั้น ผู้วิจัยไม่สามารถเรียงลำดับคำถามก่อนหลังที่แน่นอนได้ เมื่อใดที่ผู้ให้สัมภาษณ์พูดคุยออกไปในเรื่องที่อยู่ในแนวคำถามลำดับใดก็ตาม ผู้วิจัยก็จำเป็นต้องคล้อยตามจังหวะของการสนทนา การสัมภาษณ์ใช้เวลาเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมง

หลังจากที่ได้มีการรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูลจำเป็นต้องตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลดังกล่าว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล

- แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล (ผู้สร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์) เป็นข้อมูลประเภทบุคคลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) จะตรวจสอบความเที่ยงตรงเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ จะต้องเป็นข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
- แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร (ผลงานโฆษณาทางโทรทัศน์) เป็นข้อมูลประเภทเอกสารที่ได้จากการรวบรวมผลงานโฆษณาทางโทรทัศน์ จะตรวจสอบความเที่ยงตรงเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่ได้จากการนำมาเปรียบเทียบกับลักษณะต่างๆ ที่ทฤษฎีกล่าวไว้ เพื่อจัดหมวดหมู่ให้ถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์แล้ว นำมาตัดต่อ ดึงประเด็นความเห็นที่เกี่ยวข้องให้อยู่ในรูปแบบเหมาะสมต่อการวิเคราะห์ เพื่อศึกษาถึงสิ่งที่ค้นพบ โดยจัดหมวดหมู่และแยกแยะสิ่งที่ค้นพบให้เห็นได้ชัด และทำความเข้าใจได้

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ถึงกลวิธีการพัฒนาโครงการสร้างสรรค์สู่บทภาพยนตร์ สำหรับการถ่ายทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์ ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงบรรยาย โดยแบ่งส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์รูปแบบและการทำงานในการพัฒนาโครงการสร้างสรรค์สู่บทภาพยนตร์ สำหรับการถ่ายทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์
2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ความคิดที่ใช้ในการสร้างสารผ่านสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์

การนำเสนอข้อมูล

เป็นการเขียนวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive Analysis) โดยการนำเสนอข้อมูล จะแบ่งเป็นประเด็นหลัก ตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้