

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสาร ในการส่งเสริมวัฒนธรรมของรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” ทางสื่อโทรทัศน์ ในครั้งนี้ได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) เพื่อสะท้อนให้เห็นภาพรวมของรายการในการใช้กลยุทธ์และการถ่ายทอดความหมายทางวัฒนธรรมผ่านสื่อ เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์การรณรงค์ทางวัฒนธรรมผ่านสื่อมวลชนของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.)

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาวิเคราะห์ทั้งประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังนี้คือ

(1) ประชากรที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เทปโทรทัศน์รายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” ตั้งแต่รายการ เริ่มออกอากาศในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2537 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2539 จำนวนทั้งสิ้น 328 ตอน

การวิเคราะห์จำนวนประชากรทั้งหมดที่นำมาใช้ เพื่อจัดประเภทของเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่น่าเสนอในรายการ โดยพิจารณาจากขอบข่ายเนื้อหาทางวัฒนธรรม 11 ประการ ของตามมติของ สวช.

(2) กลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นเทปโทรทัศน์ จำนวน 328 ตอน ผู้วิจัยจะคัดเลือกแบบเจาะจง โดยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมกับขอบข่ายเนื้อหาทางวัฒนธรรมทั้ง 11 ประการ ตามมติของ สวช. ให้มากที่สุด ในการสุ่มตัวอย่าง จะเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 25 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 82 ตอน

## **ที่มาของแหล่งข้อมูล**

### 1. ข้อมูลจากสื่อที่ผลิต

ได้แก่ เทปโทรทัศน์ รายการ“เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” ที่ออกอากาศช่วงการนำเสนอข่าวภาคค่ำทาง ททบ.5 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2537 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2539

### 2. ข้อมูลประเภทเอกสาร แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1 บทหรือสคริปต์ของรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 82 ตอน

2.2 ข้อมูลจากเอกสารอ้างอิง เช่น เอกสารทางราชการของ ททบ.5 และสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ รวมทั้งหนังสือหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ทำการศึกษา

### 3. ข้อมูลประเภทบุคคล ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

3.1 ทีมงานผลิตรายการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่สร้างสรรค์การผลิตของรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” จำนวน 3 คน

3.2 ผู้รับสาร ของรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย”

3.3 ผู้เชี่ยวชาญทางวัฒนธรรม ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับมิติของการนำเสนอเรื่องราวทางวัฒนธรรมของรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย”

## **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

1. แบบสัมภาษณ์(Questionnaire) ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคล ซึ่งมีทั้งหมด 3 ชุด คือ

- แบบสัมภาษณ์ทีมงานผู้ผลิตรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย”
- แบบสัมภาษณ์ผู้รับสาร
- แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม

2. แบบวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ โดยได้สร้างแบบวิเคราะห์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดประเภทเนื้อหาทางวัฒนธรรมของรายการ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมาใช้

วิเคราะห์กลยุทธ์ของรายการ การเก็บข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ฯลฯ

### **การเก็บรวบรวมข้อมูล** แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(Depth Interview) เจ้าหน้าที่สร้างสรรค์การผลิต ของแผนกผลิตรายการ ททบ.5 ที่มีหน้าที่ในการผลิตรายการ“เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” จำนวน 3 คน ได้แก่

- น.ส.วิภูษัญญ์ เวียงอำพล
- น.ส.อภพร ศรีพยัคฆ์
- น.ส.พิศุทธิอาภา ชูศรี

ทั้งนี้เพื่อทำการวิเคราะห์ขั้นตอนของกระบวนการผลิตรายการ จากเจ้าหน้าที่สร้างสรรค์การผลิตที่เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในกระบวนการผลิตรายการทั้ง 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการผลิต(pre-production), ขั้นตอนระหว่างการผลิต(production) และขั้นตอนหลังการผลิต(post-production)

2. การสัมภาษณ์ โดยการให้แบบสอบถามความคิดเห็นต่อรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” จากผู้รับสาร โดยในที่นี้ได้เลือกประชาชนเป้าหมายทั้งเพศชายและหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ที่กำลังศึกษาและจบการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 30 คน

3. **การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวัฒนธรรม** ในสาขาต่าง ๆ จำนวน 8 คน เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

1. คร. จรัส ทองเกษม

ผู้เชี่ยวชาญทางวัฒนธรรมสาขาศิลปะ

2. รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี

ผู้เชี่ยวชาญทางวัฒนธรรมสาขาสื่อสารมวลชน

3. รองศาสตราจารย์ วิบูลย์ ธีสุวรรณ

ผู้เชี่ยวชาญทางวัฒนธรรมสาขาศิลปวัฒนธรรม

4. คุณ ธรรมเกียรติ กันอริ  
ผู้เชี่ยวชาญทางวัฒนธรรมสาขาวัฒนธรรมหลวงและพุทธศาสนา
5. คุณ สุจริต บัวพิมพ์  
ผู้เชี่ยวชาญทางวัฒนธรรมสาขาวัฒนธรรมพื้นบ้าน
6. คุณ วัฒนะ บุญจับ  
ผู้เชี่ยวชาญทางวัฒนธรรมสาขาอักษรศาสตร์
7. คุณ ราศี บุรุษรัตนพันธ์  
ผู้เชี่ยวชาญทางวัฒนธรรมสาขาอักษรศาสตร์
8. คุณ ทนุ จุมพรม  
ผู้เชี่ยวชาญทางวัฒนธรรมสาขาการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรม

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ในที่นี้จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย”
2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสาร
3. การประเมินรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” จากทัศนะของผู้รับสาร

1. การวิเคราะห์ “กลยุทธ์การสื่อสาร” ของรายการ ประกอบด้วยการวิเคราะห์ใน 3 ส่วน คือ

- 1.1 การคัดเลือกเนื้อหา (Message Strategies)
  - 1.2 การคัดเลือกรูปแบบในการนำเสนอ (Message Distribution)
  - 1.3 ผลที่ต้องการให้เกิด (Communication Goals)
- 1.1 การคัดเลือกเนื้อหา ประกอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ

ดังนี้

1.1.1 เนื้อหาที่นำเสนอในรายการ (What Content)/ครอบคลุม  
ขอบข่ายเนื้อหา 11 ประการที่กำหนดโดย สวท.

1.1.2 ความถูกต้องของเนื้อหา (Accuracy)

1.1.3 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา (Content Appeal) ได้แก่

- 1) การนำเสนอสารด้านเดียว หรือการนำเสนอสารสองด้าน  
(One VS Two Sided-Argument)
- 2) การกระตุ้นให้เกิดความกลัว หรือเป็นการให้เหตุผล  
(Fear VS Rational Appeals)
- 3) การให้ข้อสรุปที่ชัดเจนหรือเปิดไว้ให้คิดเอง  
(Definite VS Open Conclusion)
- 4) การนำเสนอเนื้อหาอย่างเสมอภาค หรือข่มวัฒนธรรมอื่น

1.1.4 พิธีกรผู้นำเสนอรายการ (Presenter) มีองค์ประกอบต่าง ๆ  
ที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ได้แก่ บุคลิกลักษณะท่าทาง การใช้ภาษา ความน่าเชื่อถือ  
ถือไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญสามารถในเรื่องที่นำเสนอ

1.1.5 องค์ประกอบด้านเทคนิคการผลิตรายการ มีองค์ประกอบต่าง ๆ  
ที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ได้แก่ การจัดฉาก การจัดแสง การใช้เสียง การถ่ายภาพ  
การตัดต่อภาพ

1.2 การคัดเลือกรูปแบบนำเสนอ (Message Distribution) ประกอบด้วย  
การวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ความถี่ เวลาในการนำเสนอรายการ ความยาว  
ของรายการ

1.2.3 การเผยแพร่ซ้ำ

1.3 ผลที่ต้องการให้เกิด (Communication Goal)

ในที่นี้ได้แก่ การวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นแก่ผู้รับสารในระดับ  
สมรรถนะทางปัญญา ซึ่งเป็นส่วนของการทำให้เกิดความรู้จากการสื่อความหมายทาง  
วัฒนธรรมผ่านกลยุทธ์การคัดเลือกและรูปแบบการนำเสนอของทีมงานผู้ผลิต โดยอาศัย  
การประเมินจากความคิดเห็นของผู้รับสาร

## 2. การประเมินรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” จากทัศนะของผู้รับสาร

การประเมินรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” จะประเมินจาก 2 ส่วน ดังนี้ คือ

2.1 การประเมินกลยุทธ์การสื่อสาร จากข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็น และการให้ข้อเสนอแนะของผู้รับสาร

2.2 การประเมินกลยุทธ์การสื่อสาร จากข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็น และการให้ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทางวัฒนธรรม

โดยการประเมินทัศนะของผู้รับสารทั้งสองกลุ่มนั้น จะประเมินในหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 1) การเปิดรับสื่อและสาระประโยชน์ของรายการ
- 2) กลยุทธ์ในการคัดเลือกเนื้อหา ซึ่งประกอบด้วย
  - 2.1) การประเมินลักษณะ ความยุติธรรม และความครอบคลุมของเนื้อหาที่น่าเสนอ
  - 2.2) การประเมินรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในรายการ
  - 2.3) การประเมินองค์ประกอบด้านเทคนิคของรายการ
  - 2.4) การประเมินพิธีกรผู้นำเสนอเนื้อหาของรายการ
- 3) กลยุทธ์ในการคัดเลือกรูปแบบการนำเสนอ ซึ่งประกอบด้วย
  - 3.1) ความถี่ในการนำเสนอ
  - 3.2) เวลาในการออกอากาศของรายการ
  - 3.3) ความยาวของรายการ
- 4) กลุ่มเป้าหมายของรายการ
- 5) เป้าหมายในการรณรงค์ทางวัฒนธรรมของรายการ
- 6) การเปรียบเทียบการรณรงค์ทางวัฒนธรรมระหว่างสื่อ กับรายการศิลปวัฒนธรรมอื่น ๆ
- 7) ทิศทางและแนวโน้มของรายการ

## 8. การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสาร

ปัจจัยต่าง ๆ ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการ“เรารักศิลปินวัฒนธรรมไทย” ได้แก่ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก ดังนี้

### ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่

- 1) นโยบายและการจัดการขององค์กร(Management)
- 2) ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ(Media Professional) ในที่นี้หมายถึง ความรู้ความสามารถ, ประสบการณ์, ความเชี่ยวชาญ, ทักษะของทีมงานผู้สื่อสารในการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมผ่านรายการ
- 3) ระบบควบคุม(Control System)
- 4) งบประมาณในการผลิตรายการ(Cost of Production)
- 5) ช่องทางการแพร่กระจาย(Distribution Channels) ในที่นี้ได้แก่ ความถี่ในการออกอากาศของรายการ, เวลาในการนำเสนอรายการ

### ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่

- 1) เหตุการณ์ต่าง ๆ และแหล่งข้อมูล(Events plus constant information and cultural supply)
- 2) แรงกดดันทางเศรษฐกิจ(Economic Pressures) ในที่นี้ได้แก่ หน่วยงานที่เป็นเจ้าของรายการ, คู่แข่งขัน, แหล่งข่าวสารจากสถาบันสังคมอื่น ๆ และผู้สนับสนุนรายการ
- 3) แรงกดดันทางสังคมและการเมือง(Social and Political Pressures) ในที่นี้ได้แก่ การควบคุมทางกฎหมายและการเมืองรวมทั้งสถาบันอื่น ๆ ทางสังคม
- 4) ความต้องการและความสนใจของผู้ชม(Audience Interest/ Demand)