

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การผลิตซ้ำรายการบี๊กบราเธอร์ในประเทศไทย" ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) โดยมุ่งศึกษาว่ากระบวนการการผลิตซ้ำของรายการนั้นมีวิธีการและขั้นตอนอย่างไร มีอะไรเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตซ้ำ

ในบทนี้ จะกล่าวถึงวิธีการดำเนินการวิจัยในแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่ แหล่งข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล ไปจนถึงการนำเสนอข้อมูล ดังนี้

#### 3.1 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

##### 1. ข้อมูลประเภทเอกสาร

ข้อมูลประเภทเอกสาร เป็นข้อมูลที่ได้มาจาก เอกสาร บทความ หนังสือวิทยานิพนธ์ รวมทั้งสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ส่วนหนึ่งได้มาจากการค้นคว้าจากห้องสมุด คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

##### 2. ข้อมูลประเภทบุคคล

ข้อมูลบุคคลที่ถือว่าเป็นข้อมูลหลัก (Key Informants) สำหรับการศึกษานี้คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการบี๊กบราเธอร์ในประเทศไทย ได้แก่ คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการ โทรทัศน์ คุณณรงค์ฤทธิ์ ม่วยอารีย์ Story Editor และ ทีมงานฝ่ายผลิตรายการ โทรทัศน์ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็น ผู้ควบคุม รับผิดชอบ ดูแลการผลิต รายการ บี๊กบราเธอร์ในประเทศไทยทั้งหมด

### 3. ข้อมูลเทปรายการ

สำหรับส่วนของข้อมูลประเภทเทปรายการนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 3 ชุดดังนี้

#### - เทปรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์

ออกอากาศทุกวันจันทร์-เสาร์ ทาง สถานีโทรทัศน์ไอทีวีเวลา 22.30-23.00 น. และถ่ายทอดสดผลการโหวตเพื่อนร่วมบ้านออก ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.30 – 23.30 น. โดยใช้เวลาออกอากาศ 105 วัน นับตั้งแต่วันที่ 2 เมษายน 2548 ถึงวันที่ 16 กรกฎาคม 2548

#### - เทปรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์

ออกอากาศทุกวันจันทร์-เสาร์ ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เวลา 20.40-21.10 น. และถ่ายทอดสดผลการโหวตเพื่อนร่วมบ้านออก ทุกวันอาทิตย์ เวลา 20.40 – 21.30 น. โดยใช้เวลาออกอากาศ 106 วัน นับตั้งแต่วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2549 ถึง วันที่ 20 พฤษภาคม 2549

### 4. ข้อมูลประเภทเว็บไซต์

ข้อมูลประเภทเว็บไซต์ ได้แก่

- รายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทย <http://www.bigbrotherthailand.com>
- รายการ Big Brother Netherlands <http://www.tien.tv/big-brother>
- บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์รายการบิกบราเธอร์แลนด์แบบ บริษัท Endemol International จำกัด <http://www.endemol.com>
- เว็บไซต์อื่นๆ ที่เกี่ยวกับรายการบิกบราเธอร์

### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ มีวิธีการดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารจาก เอกสาร บทความ หนังสือ วิทยานิพนธ์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้โดยการสืบ และถ่ายเอกสาร จากห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หอสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หรือในกรณีที่หนังสือบางเล่มที่เป็นประโยชน์อย่างมากต่องานวิจัยแต่ไม่มีประเทศไทย ผู้วิจัยได้สั่งซื้อจากเว็บไซต์ <http://www.abebooks.com> และ <http://www.amazon.com> นอกจากนี้ ยังมีบันทึก

ข้อมูลที่เป็นบทความที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้จากเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อนำมาศึกษาต่อและใช้อ้างอิงในการวิจัย

2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ผลิต คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ และคุณณรงค์ฤทธิ์ ม่วยอารีย์ ทีมงาน บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยการทำการนัดหมาย เพื่อขอเข้าไปสัมภาษณ์ รวมทั้งทำการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ด้วย

3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเทปรายการ ได้ทำการขออนุญาตสำเนาเทปรายการ บิ๊กบราเธอร์ไทยแลนด์ เฉพาะส่วน ไฮไลต์ที่ออกอากาศทาง สถานีไอทีวี จากผู้เข้าแข่งขันคนหนึ่งที่ได้ทำการบันทึกเทปรายการไว้ คือ คุณ โสภณ ศรีสกุล ในส่วนของรายการบิ๊กบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์นั้น ผู้วิจัยได้ทำการขออนุญาตสำเนาจาก บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

4. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเว็บไซต์ โดยผู้วิจัยจะเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆเกี่ยวกับ รายการบิ๊กบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทย จาก <http://www.bigbrotherthailand.com> และ ข้อมูลจากเว็บไซต์รายการ Big Brother เว็บไซต์อื่นๆที่เกี่ยวกับรายการบิ๊กบราเธอร์ เพื่อเปรียบเทียบการผลิตซ้ำกับรายการต้นแบบโดยเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลใน เว็บไซต์ของรายการBig Brother Netherlands <http://www.tien.tv/big-brother> และเว็บไซต์ของบริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์รายการบิ๊กบราเธอร์ต้นแบบ บริษัท Endemol International จำกัด <http://www.endemol.com>

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) โดยกำหนดแนวคำถามแบบปลายเปิดและปิด โดยแนวคำถามจะเป็นคำถามที่เกี่ยวกับการผลิตซ้ำรายการบิ๊กบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทยโดยจะใช้สัมภาษณ์ผู้ผลิตดังนี้

1. ที่มา และเจตนาารมณ์ในการทำรายการ "รายการบิ๊กบราเธอร์"
2. วัตถุประสงค์ของกฎเกณฑ์ และกติกาในแต่ละกิจกรรม
3. ปัจจัยที่เป็นสาเหตุในผลิตซ้ำของรายการบิ๊กบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทย
4. ขอบเขต และข้อจำกัดผลิตซ้ำของรายการบิ๊กบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทย
5. กระบวนการ และขั้นตอนในผลิตซ้ำของรายการบิ๊กบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทย
6. ความแตกต่างผลิตซ้ำของรายการบิ๊กบราเธอร์ไทยแลนด์ และบิ๊กบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์

### 3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการทดสอบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลของรายการบี๊กับราเชอร์ที่ผลิตในประเทศไทย ในเบื้องต้น รวมทั้งศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของรายการบี๊กับราเชอร์ที่เป็นรายการคืนแบบ นอกจากนั้นยังศึกษาข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวกับรายการนี้ที่ผลิตในประเทศต่างๆ อีกด้วย

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการประกอบสร้างคำถาม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตซ้ำ (Concept of Reproduction) ทฤษฎีสื่อสารองค์กร (Organizational Communication Theory) แนวคิดเกี่ยวกับรายการ เรียลลิตี้ทีวีในประเทศไทย (Concept of Reality Television in Thailand) และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางอารมณ์ (Concept of Emotional Behavior)

นอกจากนั้น การขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาว่าควรแก้ไขเพิ่มเติมอย่างไร จึงจะได้คำถามที่เหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาก็เป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่ง ทั้งนี้คำถามที่ใช้สามารถแบ่งเป็นประเด็นได้ตามวัตถุประสงค์

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ผู้ผลิต และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของ บริษัท กันคนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตซ้ำ (Concept of Reproduction) ทฤษฎีสื่อสารองค์กร (Organizational Communication Theory) แนวคิดเกี่ยวกับรายการ เรียลลิตี้ทีวีในประเทศไทย (Concept of Reality Television in Thailand) และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางอารมณ์ (Concept of Emotional Behavior) มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ข้อมูลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อนำเสนอข้อมูลในเชิงบรรยาย (Descriptive) โดยจะแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็นประเด็น ตามจุดประสงค์ของการวิจัย