

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การสื่อสารผ่านปกนิตยสารสตรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เพื่อหาขั้นตอน กระบวนการผลิต และ หลักเกณฑ์ในการสื่อสารผ่านปกนิตยสารสตรี การพิจารณาคัดเลือกผู้ที่จะมาเป็นแบบปกนิตยสารสตรี รวมถึงศึกษาปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดหลักเกณฑ์และนโยบาย ในการคัดเลือกผู้ที่จะมาเป็นแบบปกนิตยสารเหล่านั้นด้วย นอกจากนี้ในการศึกษาถึงการสื่อสารผ่านปกนิตยสารสตรี ยังทำให้ทราบถึงปัจจัยอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและ กระบวนการคัดเลือกต่างๆ ในการจัดทำนิตยสาร ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์แบบ เจาะลึกของบุคคล ที่เป็นความรู้สึกทางด้านค่านิยม บวกกับประสบการณ์ต่างๆ ที่ผ่านมา เพื่อให้ได้ ข้อสรุปจากสิ่งที่ได้สังเกตจากการสัมภาษณ์บุคคลเหล่านี้

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร (Documentary Research)

3.1.2 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล (Key Informant)

3.1.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร (Documentary Research)

ผู้วิจัยทำการศึกษาและวิเคราะห์จากบทความหนังสือ นิตยสาร งานวิจัย สารนิเทศน์ และวิทยานิพนธ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาถึงกระบวนการคัดเลือกแบบปกนิตยสารทั้ง 3 หัว คือ กุลสตรี แพรว และ เปรี้ยว

3.1.1.1 นิตยสารทั้ง 3 หัว ที่มีบทความเกี่ยวเนื่องกับปกตามที่มีอยู่จริง เช่น บท บรรณาธิการ เบื้องหลังถ่ายทำปก

3.1.1.2 บทความหนังสือ นิตยสาร งานวิจัย สารนิเทศน์ และวิทยานิพนธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

แหล่งข้อมูลขั้นต้น

ก. ประชากร นิตยสารกุลสตรี นิตยสารแพรว นิตยสารเปรี้ยว

กุลสตรี พ.ศ. 2514 – พ.ศ. 2549 (35 ปี X 24 = 840 ฉบับ) นิตยสารรายปี

แพรว พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2547 (25 ปี X 24 = 600 ฉบับ) นิตยสารรายปี

เปรี้ยว พ.ศ. 2532 – พ.ศ. 2548 (16 ปี X 24 = 384 ฉบับ) นิตยสารรายปี

ข. กลุ่มตัวอย่าง

วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. ใช้วิธีสุ่มแบบ Selecting Sampling

2. สุ่มตัวอย่างทุกๆ 5 ปี โดยสุ่มฉบับเว้นฉบับได้ปีละ 12 ฉบับ จาก 24 ฉบับ ดังนี้

นิตยสารกุลสตรี (รวม 96 ฉบับ)

<u>ปีที่ 1 พ.ศ. 2514</u>	: ฉบับที่	1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21 และ 23
<u>ปีที่ 6 พ.ศ. 2519</u>	: ฉบับที่	121, 123, 125, 127, 129, 131, 133, 135, 137, 139, 141 และ 143
<u>ปีที่ 11 พ.ศ. 2524</u>	: ฉบับที่	241, 243, 245, 247, 249, 251, 253, 255, 257, 259, 261 และ 263
<u>ปีที่ 16 พ.ศ. 2529</u>	: ฉบับที่	361, 363, 365, 367, 369, 371, 373, 375, 377, 379, 381 และ 383
<u>ปีที่ 21 พ.ศ. 2534</u>	: ฉบับที่	481, 483, 485, 487, 489, 491, 493, 495, 497, 499, 501 และ 503
<u>ปีที่ 26 พ.ศ. 2539</u>	: ฉบับที่	601, 603, 605, 607, 609, 611, 613, 615, 617, 619, 621 และ 623

- ปีที่ 31 พ.ศ. 2544 : ฉบับที่ 721, 723, 725, 727, 729, 731, 733, 735, 737,
739, 741 และ 743
- ปีที่ 36 พ.ศ. 2549 : ฉบับที่ 841, 843, 845, 847, 849, 851, 853, 855, 857,
859, 861 และ 863

นิตยสารแพรว (รวม 72 ฉบับ)

- ปีที่ 1 พ.ศ. 2522 : ฉบับที่ 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21 และ 23
- ปีที่ 6 พ.ศ. 2527 : ฉบับที่ 121, 123, 125, 127, 129, 131, 133, 135, 137,
139, 141 และ 143
- ปีที่ 11 พ.ศ. 2532 : ฉบับที่ 241, 243, 245, 247, 249, 251, 253, 255, 257,
259, 261 และ 263
- ปีที่ 16 พ.ศ. 2537 : ฉบับที่ 361, 363, 365, 367, 369, 371, 373, 375, 377,
379, 381 และ 383
- ปีที่ 21 พ.ศ. 2542 : ฉบับที่ 481, 483, 485, 487, 489, 491, 493, 495, 497,
499, 501 และ 503
- ปีที่ 26 พ.ศ. 2547 : ฉบับที่ 601, 603, 605, 607, 609, 611, 613, 615, 617,
619, 621 และ 623

นิตยสารเปรี้ยว (รวม 48 ฉบับ)

- ปีที่ 9 พ.ศ. 2532 - 2533 : ฉบับที่ 176, 178, 180, 182, 184, 186, 188,
190, 192, 194, 196 และ 198
- ปีที่ 14 พ.ศ. 2537 - 2538 : ฉบับที่ 296, 298, 300, 302, 304, 306, 308,
310, 312, 314, 316 และ 318
- ปีที่ 19 พ.ศ. 2542 - 2543 : ฉบับที่ 416, 418, 420, 422, 424, 426, 428,
430, 432, 434, 436 และ 438
- ปีที่ 24 พ.ศ. 2547 - 2548 : ฉบับที่ 536, 538, 540, 542, 544, 546, 548,
550, 552, 554, 546 และ 548

หมายเหตุ : เนื่องจากนิตยสารเปรียว มีการเปลี่ยนตัวเจ้าของ จากปีที่ 1 – 8 ดำเนินการโดย ระวิ โหลทอง และช่วงปีที่ 9 จนถึงปัจจุบัน ดำเนินการโดย ชยเชนทร์ คำนวน เพราะฉะนั้น การสุ่มตัวอย่างในช่วงปีที่ 1 – 8 จึงไม่สามารถที่จะหาตัวอย่างนิตยสารได้เนื่องจากไม่มีผู้ใดเก็บไว้ ประกอบกับหอสมุดแห่งชาติ อยู่ในระหว่างปรับปรุงอาคารงคบริการ เป็นเวลา 1 ปี จึงเป็นช่วงที่ไม่สามารถจะหานิตยสารเปรียวปีที่ 1 ถึง ปีที่ 8 ได้ การสุ่มตัวอย่างจึงเริ่มตั้งแต่ปีที่ 9 ฉบับที่ 176 เป็นต้นไป

นิตยสารกุลสตรี

นิตยสารกุลสตรี เป็นนิตยสารสำหรับคนทำงานและแม่บ้าน ออกวางตลาดต่อเนื่อง ตั้งแต่ พ.ศ. 2514 จนถึงปัจจุบัน รวม 36 ปี ขนาดรูปเล่ม A4 ธรรมดา ราคาจำหน่ายเล่มละ 50 บาท

นิตยสารแพรว

นิตยสารแพรว เป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงวัยทำงานยุคใหม่ วางตลาดต่อเนื่องตั้งแต่ พ.ศ. 2522 จนถึงปัจจุบัน รวม 27 ปี ขนาดรูปเล่ม A4 พิเศษ ราคาจำหน่ายเล่มละ 90 บาท

นิตยสารเปรียว

นิตยสารเปรียว เป็นนิตยสารวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน วางตลาดต่อเนื่องตั้งแต่ พ.ศ. 2524 จนถึงปัจจุบัน รวม 25 ปี รูปเล่ม A4 พิเศษ ราคาจำหน่ายเล่มละ 90 บาท

3.1.2 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล (Key Informant)

โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการของหน้าปก และกระบวนการจัดทำหน้าปกนิตยสาร และศึกษาถึงกระบวนการคัดเลือกบุคคลที่มาเป็นแบบปก นิตยสารรวมทั้งศึกษาเนื้อหาสาระและค่านิยมที่ปกนิตยสารสตรีสื่อสารกับผู้อ่านและสังคม ใช้วิธีศึกษาโดยสัมภาษณ์ผู้จัดทำนิตยสารทั้ง 3 หัว โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหาร , ฝ่ายผลิตภาพปก และฝ่ายผลิต ฝ่ายโฆษณา/การตลาด

ก. กลุ่มผู้ผลิตนิตยสาร

นิตยสารกุลสตรี

วิเชียร ส่งเสริมสวัสดิ์ ผู้จัดการทั่วไป สัมภาษณ์ (31 พฤษภาคม 2548)

นิตยสารแพรว

ภัทรนันท์ ชัยพงศ์เกษม รองบรรณาธิการ วิทยานิพนธ์ (2539)

นิตยสารเปรี้ยว

รัชดาภรณ์ เกิดภู่ ผู้ช่วยบรรณาธิการและบรรณาธิการข่าวสังคม (20 มกราคม 2550)

นิตยา ศิริศักดิ์ไพบุลย์ บรรณาธิการบทความ (1 พฤษภาคม 2549)

แนวคำถาม

1. ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของนิตยสาร
2. นโยบายและconcept ของนิตยสาร
3. กลุ่มเป้าหมาย
4. พัฒนาการของนิตยสารในอนาคต

ข. ฝ่ายผลิตภาพปกนิตยสาร

นิตยสารกุลสตรี

ทิพวรรณ ส่งเสริมสวัสดิ์ บรรณาธิการแฟชั่น (20 ตุลาคม 2549)

วิริทธิ์ธร เกียรติก้องทวี ประสานงานแฟชั่น (27 สิงหาคม 2548)

นิตยสารแพรว

เอกมล อรรถกมล บรรณาธิการแฟชั่น (15 กรกฎาคม 2549)

กวี ลักษณะสกุลชัย ประสานงานแฟชั่น (10 สิงหาคม 2548)

นิตยสารเปรี้ยว

บัญญัติ ชูดวง บรรณาธิการฝ่ายแฟชั่น (15 มีนาคม 2549)

แนวคำถาม

1. นโยบายและการวาง concept ปกแต่ละฉบับ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการทำปก
3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการคัดเลือก
4. หลักเกณฑ์และวิธีการคัดเลือก
5. ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับกระบวนการจัดทำปก
6. พัฒนาการของหน้าปก

ก. ฝ่ายผลิต, ฝ่ายโฆษณา/ การตลาด

นิตยสารกุลสตรี

วิรุพห์ ส่งเสริมสวัสดิ์

ผู้จัดการฝ่ายผลิต (12 มีนาคม 2549)

ศิริลักษณ์ สัตถายัน

ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณา (24 ตุลาคม 2548)

นิตยสารแพรว

เอกสาร

นิตยสารเปรี้ยว

อาทิตย์ยาพร เทียงเงิน

ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา (20 มกราคม 2550)

แนวคำถามสำหรับฝ่ายผลิต

1. กระบวนการในการผลิต
2. ระยะเวลาในการผลิต
3. ปัญหาในการผลิต

แนวคำถามสำหรับฝ่ายโฆษณา

1. กระบวนการเกี่ยวกับการหาโฆษณา
2. อะไรคือจุดเด่นในการขายโฆษณา
3. ภาพปกมีส่วนเกี่ยวข้องกับโฆษณาหรือไม่
4. อุปสรรคและปัญหาของฝ่ายโฆษณา

กลุ่มลูกค้าผู้อ่าน

ได้จากการตอบแบบสอบถามผู้อ่านนิตยสารแต่ละหัว ตามร้านหนังสือทั่วไปในเขต กรุงเทพมหานคร ฉบับละ 20 คน โดยมีข้อมูลจำเพาะดังนี้ ชื่อ - นามสกุล สถานภาพทางสังคม สถานภาพทางครอบครัว การศึกษา อาชีพ เงินเดือน

แนวคำถาม

1. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อนิตยสาร
2. ลักษณะปกที่ดึงดูดใจ
3. ระหว่างปกกับเนื้อหาภายในเล่ม อะไรคือจุดตัดสินใจให้ซื้อ
4. ซื้อทุกฉบับหรือไม่

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตภาพปกตั้งแต่วันที่ 12 มกราคม 2548 ถึง 17 ตุลาคม 2549 รวมทั้งสิ้นเป็นเวลา 1 ปี 9 เดือน และ 5 วัน

1. ข้อมูลประเภทเอกสาร นิตยสารกุลสตรี นิตยสารแพรว และนิตยสารเปรี้ยว งานวิจัย สารนิพนธ์ และวิทยานิพนธ์ ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. บันทึกเทป สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพปก

3. กลุ่มผู้อ่าน เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 12, 18, 21 กันยายน 2549 และ 10, 12, 13, 15 และ 20 ตุลาคม 2549 20, 22, 25 และ 30 พฤศจิกายน 2549 ณ แพร่พิทยา เซ็นทรัลลาดพร้าว B25 เซ็นทรัลลาดพร้าว โรบินสัน รัชดาภิเษก ร้านเป็นหนึ่ง สุทธิสาร ร้านบุ๊คฮัท สุทธิสาร แผงลอย สุทธิสาร และซีเอ็ด The Mall บางแค สหกรณ์พระนคร

3.3 การตรวจสอบข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแล้ว ก็จะดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรง (Validity) ของข้อมูล โดยอาศัยการเปรียบเทียบข้อมูลเรื่องเดียวกันจากหลายๆ แหล่งประกอบเข้ากับการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ และความน่าเชื่อถือในข้อมูลนั้นๆ ในส่วนของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการ ซึ่งทำหน้าที่ในการคัดเลือกภาพ

ปก ได้ใช้หลักเกณฑ์ในการทดสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธีเดียวกัน คืออาศัยการเปรียบเทียบข้อมูลในเรื่องเดียวกันจากการสัมภาษณ์บรรณาธิการ ซึ่งคัดเลือกภาพปกของนิตยสาร 3 ห้ว กลุ่มผู้อ่านและผู้แสดงแบบปก โดยความเห็นของบุคคลหลายๆคน หากมีการให้ความเห็นที่ตรงกัน สอดคล้องกัน หรือเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ก็จะนำมาพิจารณาความเป็นไปได้ และความน่าเชื่อถือของข้อมูลนั้น

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ปกนิตยสารมีความหมายที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะหรือบุคลิกเฉพาะที่โดดเด่นของนิตยสารแต่ละฉบับ ทำให้ผู้อ่านเข้าใจ Concept ได้ง่ายขึ้น

การออกแบบปกนิตยสารเป็นศิลปะอีกประเภทหนึ่ง ที่มีการสื่อความหมายออกมา ให้ชัดเจนทั้งรูปแบบ สี สัน และแนวโน้มที่จะแสดงถึงความเป็นรูปแบบเฉพาะที่จะบ่งบอกบุคลิกลักษณะของนิตยสารว่าเป็นอย่างไร และต้องการจะสื่อความหมายอะไรบนปกนิตยสารฉบับนั้นๆ การออกแบบปกนิตยสารเป็นเทคนิคที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้นิตยสารฉบับนั้นๆ ดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อได้ สไตล์ของเสื้อผ้าหรือชุดที่สวมใส่ที่เป็นแบบนำมาแสดงบนปก ก็มีผลให้ผู้ซื้อหรือผู้อ่านเกิดความรู้สึกถึงความหมายที่แสดงออกมานว่านิตยสารฉบับนั้นมีแนวคิดปกเป็นอย่างไร แม้กระทั่งโทนสีที่เลือกใช้ เช่น สีอ่อน แสดงถึงความกลมกลืนจะทำให้รู้สึกผ่อนคลายสบายๆ สีที่ตัดกันจะให้ความรู้สึกรุนแรง ตื่นเต้น มีชีวิตชีวา และมีความเคลื่อนไหว ชุดที่สวมใส่หรือเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า ตามความนิยมของแฟชั่น จะเสริมให้นายแบบหรือนางแบบปกนั้นดูเด่น มีเสน่ห์หรือสื่อให้ออกมาในแนวน่ารัก หวานแหวว หรือมีพลังดึงดูดทางเพศ

นอกจากนี้ แสงเงา ก็เป็นองค์ประกอบที่ช่วยสร้างความรู้สึกรื่องมีมิติ คือ ความตื้นลึก หนา บาง หรือแลดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น แสงและเงาจึงเป็นตัวกำหนดสำคัญ ในการสร้างเพื่อการขายนิตยสาร และชี้ให้เห็นลักษณะของเนื้อหาของนิตยสารฉบับนั้น ปกจึงควรมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างน้อยที่สุด เพื่อว่านิตยสารจะได้เป็นที่จดจำของผู้อ่านตลอดไป