

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "อัตลักษณ์ผู้หญิงเก่งในนิตยสารสตรีช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2545" ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาคุณลักษณะหรือความหมายของปรากฏการณ์ตามความเป็นจริง และหาความสัมพันธ์ระหว่างปรากฏการณ์กับสภาพแวดล้อมในทุกมิติเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในปรากฏการณ์นั้น การศึกษาอัตลักษณ์ผู้หญิงเก่งในนิตยสารสตรีช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2545 เป็นการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ระหว่างบริบททางสังคมและวัฒนธรรมในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงเก่ง โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความหมายที่ปรากฏในเนื้อหาของนิตยสาร พร้อมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ผู้ที่เกี่ยวข้องคือ ผู้ผลิตนิตยสารและนักเขียนประจำคอลัมน์ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และนักสตรีนิยม รวมทั้งใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity) และแนวคิดเรื่องสัญลักษณ์ (Sign) แนวคิดนิตยสาร และทฤษฎีองค์การสื่อมวลชน ในการทำความเข้าใจความหมายและกระบวนการประกอบสร้างอัตลักษณ์ผู้หญิงเก่ง แนวคิดวัฒนธรรมบริโภค (Consumer Culture) และทฤษฎีสตรีนิยมแนววัฒนธรรมศึกษา (Cultural Feminism) ในการทำความเข้าใจบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของสังคมไทยรวมถึงกรอบคิดเรื่องเพศสภาพที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ผู้หญิงเก่งในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2545 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านมากขึ้น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

1. นิตยสารสตรี โดยเลือกนิตยสารสตรีที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย ไม่ใช่ นิตยสารเฉพาะด้านที่นำเสนอเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น นิตยสารด้านการฝีมือ หรือแฟชั่น โดยเนื้อหาที่นำเสนอจะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงทุกเรื่อง ทั้งด้านสาระและบันเทิง เช่น แฟชั่น บทสัมภาษณ์ เรื่องสั้น สารคดี เป็นต้น ได้แก่ นิตยสารสตรี จำนวน 14 ชื่อฉบับ ที่ออกจำหน่ายในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2545 ได้แก่

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| 1. นิตยสารกุลสตรี | 8. นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ |
| 2. นิตยสารขวัญเรือน | 9. นิตยสารผู้หญิงวันนี้ |

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| 3. นิตยสารหญิงไทย | 10. นิตยสารเปรี้ยว |
| 4. นิตยสารคุณหญิง | 11. นิตยสารผู้หญิง 24 |
| 5. นิตยสารดิฉัน | 12. นิตยสารLIPS |
| 6. นิตยสารพลอยแอมเพอร์ | 13. นิตยสาร IMAGE |
| 7. นิตยสารแพรว | 14. นิตยสาร LISA |

กลุ่มตัวอย่าง

จากรายชื่อนิตยสารสตรีทั้ง 14 ชื่อฉบับ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เพื่อคัดเลือกนิตยสารที่จะนำมาศึกษา จำนวน 6 ชื่อฉบับ โดยใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. เป็นนิตยสารสำหรับสตรีวัยทำงานที่ยังมีการจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน
2. เป็นนิตยสารที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน เนื่องจากว่าการที่นิตยสารสามารถครองใจคนอ่านได้นั้นแสดงให้เห็นว่ามีเนื้อหาที่น่าสนใจ เข้ากับยุคสมัยและถูกใจคนอ่านจึงสามารถรักษากลุ่มผู้อ่านไว้ได้ในขณะที่สังคมไทยเพิ่งฟื้นตัวจากวิกฤติทางเศรษฐกิจ

เมื่อคัดเลือกนิตยสารได้ 6 ชื่อฉบับ แล้วจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Purposive Sampling เพื่อเลือกตัวแทนของแต่ละเดือน ในแต่ละเดือนจะเลือกหยิบนิตยสารมา 1 ชื่อฉบับ (ปีแรกหรือปีหลังของเดือน) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวแทนของนิตยสารครบทุกเดือน และทำให้เห็นภาพรวมของการนำเสนอภาพผู้หญิงเก่งได้ชัดเจนมากขึ้น ดังนั้นใน 1 ปี จะศึกษานิตยสารทั้งหมดจำนวน 12 ฉบับ โดยในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2540 – 2545 จะมีนิตยสารที่คัดเลือกมาทำการศึกษา ดังนี้

- | | | |
|-------------------------|-------|---------|
| 1. นิตยสารดิฉัน | จำนวน | 12 เล่ม |
| 2. นิตยสารแพรว | จำนวน | 12 เล่ม |
| 3. นิตยสารผู้หญิง 24 | จำนวน | 12 เล่ม |
| 4. นิตยสารผู้หญิงวันนี้ | จำนวน | 12 เล่ม |
| 5. นิตยสารขวัญเรือน | จำนวน | 12 เล่ม |
| 6. นิตยสารหญิงไทย | จำนวน | 12 เล่ม |

รวมนิตยสารที่ศึกษาทั้งหมด 72 เล่ม ซึ่งสามารถระบุนิตยสารแต่ละชื่อฉบับ ได้ดังนี้

ปี นิตยสาร	พ.ศ. 2540		พ.ศ. 2541		พ.ศ. 2542		พ.ศ. 2543		พ.ศ. 2544		พ.ศ. 2545	
	มกราคม	ธันวาคม	กุมภาพันธ์	พฤศจิกายน	มีนาคม	ตุลาคม	เมษายน	กันยายน	พฤษภาคม	สิงหาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
ดิฉัน	✓			✓	✓			✓	✓			✓
		✓	✓			✓	✓			✓	✓	
เพชร	กุมภาพันธ์	พฤศจิกายน	มีนาคม	ตุลาคม	เมษายน	กันยายน	พฤษภาคม	สิงหาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	มกราคม	ธันวาคม
	✓			✓	✓			✓	✓			✓
ผู้หญิง24	มีนาคม	ตุลาคม	เมษายน	กันยายน	พฤษภาคม	สิงหาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	มกราคม	ธันวาคม	กุมภาพันธ์	พฤศจิกายน
	✓			✓	✓			✓	✓			✓
ผู้หญิงวันนี้	เมษายน	กันยายน	พฤษภาคม	สิงหาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	มกราคม	ธันวาคม	กุมภาพันธ์	พฤศจิกายน	มีนาคม	ตุลาคม
	✓			✓	✓			✓	✓			✓
ขวัญเรือน	พฤษภาคม	สิงหาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	มกราคม	ธันวาคม	กุมภาพันธ์	พฤศจิกายน	มีนาคม	ตุลาคม	เมษายน	กันยายน
	✓			✓	✓			✓	✓			✓
หญิงไทย	มิถุนายน	กรกฎาคม	มกราคม	ธันวาคม	กุมภาพันธ์	พฤศจิกายน	มีนาคม	ตุลาคม	เมษายน	กันยายน	พฤษภาคม	สิงหาคม
	✓			✓	✓			✓	✓			✓
		✓	✓		✓	✓			✓	✓		

แหล่งข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลประเภทบุคคล

สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตนิตยสาร ได้แก่ บรรณาธิการนิตยสารและนักเขียนประจำคอลัมน์ จำนวนประมาณ 10 คน นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และสตรีนิยม จำนวนประมาณ 2 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนมากขึ้น

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยมีการกำหนดแนวคำถามให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา ดังนี้

- 1.1 ประเด็นเรื่องอัตลักษณ์และการให้ความหมายผู้หญิงเก่ง
- 1.2 ประเด็นเรื่องการประกอบสร้างอัตลักษณ์
- 1.3 ประเด็นเรื่องบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ที่มีส่วนกำหนดอัตลักษณ์

ผู้หญิงเก่ง

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาใช้ประกอบการวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมายของผู้หญิงเก่งและภาพของผู้หญิงเก่งที่ปรากฏในนิตยสาร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากยิ่งขึ้นจากผู้ผลิตและมุมมองของนักวิชาการที่มีต่อการนำเสนอของสื่อ

2. ข้อมูลประเภทเอกสาร

ผู้วิจัยทำการศึกษานิตยสาร บทความ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ งานเขียน บทวิจารณ์ สิ่งพิมพ์อื่นๆ รวมถึงบทความ งานวิจัยในอินเทอร์เน็ต ที่มีผู้ทำการศึกษาไว้ในเรื่องต่อไปนี้ คือ

- เอกสารที่เกี่ยวกับนิตยสารและนิตยสารสตรี
- เอกสารที่เกี่ยวกับสถานภาพและบทบาทของสตรี
- เอกสารที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์ (Identity)
- เอกสารที่เกี่ยวกับเรื่องสัญญะ (Sign)
- เอกสารที่เกี่ยวกับเรื่องการบริโภค และวัฒนธรรมการบริโภค (Consumer Culture)

และเอกสารที่มีความสอดคล้องกับเรื่องที่คุณวิจัยศึกษาและสามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำมาประกอบการศึกษาทั้งหมด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทุกด้าน

โดยเก็บรวบรวมจากหอสมุดกลางและคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และหอสมุดแห่งชาติ ท่าवासกรี กรุงเทพมหานคร

3. นิตยสารสตรี

ผู้วิจัยรวบรวมนิตยสารสตรีโดยซื้อจากแผงขายหนังสือเก่าที่สวนจตุจักร

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ศึกษาเนื้อหาที่นำเสนอในนิตยสารสตรี โดยศึกษาเนื้อหานิตยสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของผู้หญิงทั้งหมด ที่มีการพูดถึงบุคคลในอาชีพต่างๆ ในเรื่องราวที่หลากหลาย เช่น เคล็ดลับการดูแลความงาม การรักษาสุขภาพ การทำงาน เป็นต้น เพื่อให้มองเห็นทัศนคติและภาพของผู้หญิงที่นิตยสารต้องการนำเสนอ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน เพื่อจะทำการวิเคราะห์ลักษณะหรือคุณสมบัติของผู้หญิงเก่งว่ามีลักษณะเป็นอย่างไรบ้างโดยดูได้จาก

1. เรื่องเด่นประจำฉบับ เพื่อดูเนื้อหาหลัก(concept) ในนิตยสารฉบับนั้นๆ ว่าต้องการนำเสนอเรื่องราวอะไรเป็นพิเศษ ทำให้เห็นภาพรวมของนิตยสารในแต่ละฉบับว่าต้องการนำเสนอเรื่องอะไร เช่น นิตยสารผู้หญิงวันนี้ ฉบับที่ 117 ตั้งชื่อปกว่า "มาตรฐานแห่งความงาม" เรื่องเด่นประจำฉบับก็จะเป็นบทสัมภาษณ์ทัศนคติในเรื่องความงามของผู้หญิงแต่ละอาชีพว่าแต่ละคนมองว่าความงามของผู้หญิงอยู่ที่ไหนและจุดเด่นของตัวเองคืออะไร ซึ่งส่วนใหญ่มองว่ารูปลักษณ์ภายนอกเป็นสิ่งที่ทุกคนให้ความสนใจแต่ผู้หญิงที่ไม่สวยก็สามารถหาจุดเด่นอื่นๆ เพื่อสร้างความมั่นใจและให้กำลังใจตัวเองได้โดยการหาจุดเด่นของตนเอง เช่น ความร่าเริง เข้ากับคนอื่นได้ง่ายเพราะ "ความสวยเริ่มต้นที่ใจ"

2. คอลัมน์สัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ที่มีชื่อเสียงหรือเกี่ยวเนื่องกับปก บทสัมภาษณ์ คอลัมน์บุคคล ที่มีการสัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการต่างๆ หรือบุคคลที่ประสบความสำเร็จเพื่อดูว่านิตยสารเลือกนำเสนอภาพของคณกลุ่มใดบ้าง และสะท้อนทัศนคติในการมองโลกและสังคมของบุคคลเหล่านี้ เช่น นิตยสารแพรว ฉบับที่ 471 สัมภาษณ์ อลิศรา ศิริชุมแสง นักจัดรายการวิทยุชื่อดัง ในเรื่องมุมมองของความรักและการใช้ชีวิต ที่ทำให้ผู้อ่านเห็นภาพครอบครัวของคุณอลิศราในวัยเด็ก การอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่ ที่หล่อหลอมบุคลิกให้เป็นคนมีความมั่นใจสูงเข้มแข็ง มีเลือดนักสู้ และมองว่าผู้หญิงต้องพึ่งพาตัวเองได้

3. ความรู้ทั่วไปและเกร็ดความรู้ในเรื่องต่างๆ เช่น เคล็ดลับในการประสบความสำเร็จในการทำงาน การดูแลสุขภาพ ความงาม เพื่อดูว่านิตยสารต้องการสร้างผู้หญิงเก่งให้มีลักษณะอย่างไร

2. ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ใช้ในการประกอบสร้างความหมาย โดยใช้แนวทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology) ในการวิเคราะห์ความหมายที่แฝงอยู่ในเนื้อหา (text) โดยรวมไปถึงทุกอย่างที่อยู่ในระบบสัญญาณ (Sign system) ที่มีความหมายแฝงอยู่ เช่น เสื้อผ้า กิริยาอาการต่างๆ เพื่อวิเคราะห์กระบวนการผลิตที่มีความสัมพันธ์กับระบบสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ถูกประกอบสร้างขึ้น โดยจะให้ความสำคัญตัวหมาย (signifier) และตัวหมายถึง (signified) ซึ่งต้องอาศัยรหัส (code) ที่ทำให้เข้าใจตัวหมาย (signifier) มากขึ้น

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ความหมายตามหลักของ Saussure เพื่อหาความหมายที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอแก่ผู้อ่าน โดย Saussure (1974) แบ่งความหมายของสัญญาณออกเป็น 2 ประเภทคือ

ความหมายโดยอรรถ หมายถึง ความหมายที่เข้าใจกันตามตัวอักษร เป็นความหมายที่เข้าใจตรงกันโดยส่วนใหญ่

ความหมายโดยนัย หมายถึง ความหมายทางอ้อมที่เกิดจากข้อตกลงของกลุ่ม หรือประสบการณ์เฉพาะส่วนบุคคลซึ่งมีความสำคัญกับบุคคลในแง่การรับรู้ การถอดรหัสและการตีความหมาย

โดยจะพิจารณาสัญญาณในนิตยสาร ได้แก่ ภาพและภาษาซึ่งเป็นแบบแผนที่กำหนด “กรอบการรับรู้” ตัวหมาย (signifier) ที่จะสื่อความหมายของตัวหมายถึง (signified) แตกต่างกันไปตามแต่ละวัฒนธรรม ดังนั้นการวิเคราะห์สัญญาณจึงต้องพิจารณาวัฒนธรรมที่แวดล้อมอยู่ด้วย ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเรื่องสัญญาณมาใช้ในการศึกษากระบวนการสร้างความหมายที่ประกอบสร้างจากสัญญาณย่อยๆ เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และประกอบกันเป็นสัญญาณใหม่ที่มีความหมายถึงผู้หญิงเก่ง โดยผู้วิจัยจะวิเคราะห์สัญญาณที่ปรากฏในคอลัมน์ต่างๆ ด้วยตารางวิเคราะห์ข้อมูล และแบ่งสัญญาณที่จะศึกษาเป็น 2 ประเภทคือ

สัญญาณที่เป็นภาพ ได้แก่ แฟชั่น คือ เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย

สัญลักษณ์ที่เป็นตัวบท (text) ได้แก่ ประเภท ประเด็น ภาษา ที่ปรากฏในบทความ บทสัมภาษณ์ สารคดี บทบรรณาธิการ

โดยจะนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความหมายของสัญลักษณ์ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์แบบคู่ตรงข้าม (Binary Opposition) และนำผลการวิเคราะห์มาจัดประเภท เพื่อจำแนกอัตลักษณ์ของผู้หญิงเก่ง โดยการวิเคราะห์ข้อมูลนิตยสารจะทำการบันทึกลงในตารางลงรหัส (Coding Sheet) เพื่อความสะดวกในการจัดเก็บข้อมูล เพื่อให้มองเห็นภาพผู้หญิงเก่งว่าถูกประกอบสร้างให้แตกต่างจากผู้หญิงทั่วไปอย่างไร เนื่องจาก Saussure กล่าวว่าความหมายไม่ได้บรรจุอยู่ที่ตัวสัญลักษณ์ แต่จะเกิดจากความแตกต่างหรือความสัมพันธ์กับสัญลักษณ์อื่นๆ เช่น ผู้หญิงเก่งจะมีความหมายก็ต่อเมื่อมีลักษณะที่แตกต่างจากผู้หญิงทั่วไป เช่น บุคลิกดี สวยสง่า มั่นใจ เป็นต้น

การวิเคราะห์แบบคู่ตรงข้าม (Binary Opposition) จะนำมาใช้แยกสัญลักษณ์โดยแบ่งเป็นคู่ตรงข้าม ว่าลักษณะใดเป็นลักษณะของผู้หญิงเก่ง และแบบใดที่ไม่ใช่ โดยการแยกแยะเป็นหน่วยย่อยๆ แล้วนำมาเชื่อมโยงกัน เพื่อดูว่านิตยสารได้สร้างภาพผู้หญิงเก่งอย่างไร อาทิเช่น

ผู้หญิงเก่ง	ผู้หญิงไม่เก่ง
สวยมีเสน่ห์	ไม่สวย
ฉลาด มีการศึกษา	โง่ ไม่มีการศึกษา
มั่นใจในตัวเอง	ลังเล ไม่กล้าตัดสินใจ
มีรสนิยม	ไม่มีรสนิยม
ใช้เทคโนโลยีทันสมัย	ไม่ใช้เทคโนโลยี
มีความคิดสร้างสรรค์	ไม่มีความคิดสร้างสรรค์

ซึ่งจากการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสัญลักษณ์ดังกล่าว จะทำให้เรามองเห็นอัตลักษณ์ของผู้หญิงเก่งที่นิตยสารประกอบสร้างได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ศึกษาบริบททางสังคมและวัฒนธรรม โดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัย หนังสือต่างๆ ที่มีการพูดถึงเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2545 และ

วิเคราะห์บริบททางสังคมไทยที่มีส่วนก่อให้เกิดวัฒนธรรมเพศสภาพรวมไปถึงงานเขียนทางด้านประวัติศาสตร์ งานวิจัยและสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เพื่อใช้ประกอบในการวิเคราะห์ และทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงจากอดีตถึงปัจจุบันซึ่งจะมีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของผู้หญิงเก่งในสังคมไทย

การนำเสนอข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ อัตลักษณ์ผู้หญิงเก่งในนิตยสารสตรีช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2545” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Design) โดยแบ่งเป็น

1. การให้ความหมายผู้หญิงเก่ง
2. อัตลักษณ์ผู้หญิงเก่งที่ปรากฏในนิตยสาร

โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์ (in-depth interview)

3. การประกอบสร้างความหมายของผู้หญิงเก่ง
 - 3.1 ภาษากับการสร้างอัตลักษณ์
 - 3.2 ผู้ผลิตนิตยสารกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ผู้หญิงเก่ง
 - 3.3 วัฒนธรรมเพศสภาพกับวัฒนธรรมบริโภคนิยมในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ผู้หญิงเก่ง