



### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "แนวทางการประชาสัมพันธ์การตลาดหนังสือไทยเพื่อให้เกิดกระแสนิยม และ ความเหมาะสมเชิงจรรยาบรรณวิชาชีพ"เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลในประเด็นต่างๆ สำหรับตอบปัญหาการวิจัย จากบุคคล และ ข้อมูลประเภทเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research ) โดยมีเกณฑ์การเลือกหนังสือไทย ที่เริ่มมีพัฒนาการการสร้างกระแส จนได้รับความนิยมจากการประชาสัมพันธ์การตลาด ซึ่งเริ่มตั้งแต่เรื่องTHREE อารมณ์ อารมณ์ อาฆาต เรื่อง ชัตเตอร์ กดติดวิญญาณ และ เรื่อง เดอะเลตเตอร์ เขียนเป็นสังตายเป็นต้น

#### แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลประกอบด้วย คือ แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล และ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร โดยได้จำแนกแต่ละประเภสดังต่อไปนี้

#### 1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล คือ ประกอบไปด้วย 6 กลุ่มคือ

1.1 นักประชาสัมพันธ์การตลาด ของค่ายหนังทั้ง 3 เรื่อง จำนวน 3 คน ได้แก่

- คุณชานุมาศ สายทอง ผู้จัดการแผนกประชาสัมพันธ์ ค่ายหนัง GMM THAI HUB [GTH] ซึ่งได้ดูแลกระบวนการประชาสัมพันธ์ ของหนังเรื่อง "ชัตเตอร์ กดติดวิญญาณ" ประสบการณ์การทำงาน 14 ปี

- คุณฉัตรมงคล สายปาน เจ้าหน้าที่อาวุโสค่ายหนัง มงคลเมเจอร์ ดำเนินการวางแผนประชาสัมพันธ์ หนังเรื่อง "THREE อารมณ์ อารมณ์ อาฆาต" ประสบการณ์ทำงาน 6 ปี

- คุณสมรรถพร เพ็ชรกิจ ผู้จัดการแผนกฝ่ายประชาสัมพันธ์ ค่าย เอ.จี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เป็นผู้ดูแลกระบวนการประชาสัมพันธ์ ของหนังเรื่อง " เดอะเลตเตอร์ เขียนเป็นสังตายเป็นต้น" ประสบการณ์ทำงาน 11 ปี

1.2 นักวิชาการ และ นักวิชาชีพด้านประชาสัมพันธ์องค์กรต่างๆ จำนวน 8 คน  
ได้แก่

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กฤษดา เกิดดี หัวหน้าหลักสูตรนิเทศศาสตร์  
ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการภาพยนตร์ และวิทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
- ดร.ธাত্রี ใต้ฟ้าพูล อาจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์สื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความถนัดทางด้านการประชาสัมพันธ์การตลาด
- รองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เบญจรงค์กิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย
- คุณอุดมศักดิ์ ยุทธนาระวีศักดิ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิม  
พระเกียรติ
- ดร.พีระ จิระโสภณ อาจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
นักวิชาการ ด้านจรรยาบรรณสิ่งพิมพ์ ด้านการเผยแพร่วารสาร
- คุณวิไล เคียงประดู่ ผู้ช่วยผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท แอดวานซ์  
อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
- คุณชาลลิต โทณวินิก ประธานกรรมการบริหารสื่อสถานีโทรทัศน์สี ช่อง 7 และ  
นักประชาสัมพันธ์ได้รับรางวัลด้านบุคคลวิชาชีพส่งเสริม ของสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ 2550
- คุณปราโมช รัฐวินิจ อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์
- ดร. พจน์ ใจชาญสุขกิจ นายกสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย

1.3 สื่อมวลชน และ นักวิจารณ์หนังสือจำนวน 6 คน ได้แก่

- คุณภาควุฒิ ป้องภัย บรรณาธิการบริหารหน้าหนึ่ง หนังสือพิมพ์ มติชน  
ประสบการณ์ทำงาน 21 ปี
- คุณสมรัก บรรลิ่งก์ หัวหน้ากองบรรณาธิการหน้าบันเทิง หนังสือพิมพ์ข่าวสด  
และ รองนายกสมาคมนักข่าวบันเทิง ประสบการณ์การทำงาน 17 ปี
- คุณสัตตกมล วรกุล นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง แห่งประเทศไทย  
ประสบการณ์ทำงาน 16 ปี
- คุณนพปฎล พลศิลป์ นักวิจารณ์หนังสือ หนังสือเอ็นเตอร์เทน ดาราภาพยนตร์  
สีสัน เพ้นท์เฮาส์ และ คอลัมน์นิสต์ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ ประสบการณ์การทำงาน 8 ปี

-คุณนันทขว้าง สิริสุนทร นักวิจารณ์ หนังสือสีสัน แฟนท์แฮร์ส คอลัมน์นิสต์  
หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หน้าบันเทิง (ภาพยนตร์) ประสบการณ์ทำงาน 23 ปี

- คุณสุทธิลักษณ์ ตูลาพิทักษ์ นักวิจารณ์หนังประจำนิตยสารดิฉัน คอลัมน์  
หนังดีหนังสือสีสันและหนังสือแฟนท์แฮร์สประสบการณ์ทำงาน 11 ปี

1.4 ผู้บริหารจากโรงพยาบาลในบทบาทสปอนเซอร์ร่วมทุน (Co-sponsor)  
จำนวน 2 คน ได้แก่

-คุณ นูรินทร์ รอดทอง ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการตลาด บริษัท เอสเอฟ ซีเนียมา ซีดี  
จำกัด ประสบการณ์ทำงาน 6 ปี

-คุณ พรชัย ว่องศรีอุดมพร ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เมเจอร์ กรู๊ป จำกัด  
(มหาชน) ประสบการณ์การทำงาน 8 ปี

1.5 ผู้บริหารจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

-คุณนิโรธ เจริญประกอบ เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงาน  
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

-คุณจรรยา รอดเที่ยง นักประชาสัมพันธ์ระดับ 9 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง  
ผู้บริโภค

1.6 ผู้ชมภาพยนตร์ 5 คน จากผู้เข้าแข่งขันในรายการแฟนพันธ์แท้ หนังไทย ซึ่ง  
ชอบดูหนังไทย ประเภท หนังผี หนังสยองขวัญ เป็นระยะเวลา 5 ปีขึ้นไปและมีอายุ 25 ปีขึ้นไป

-คุณธีระพงษ์ รอบคอบ เจ้าหน้าที่อาวุโส ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัท แอด  
วานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส

- คุณทิพวัลย์ ทองใบ เจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชี บริษัทต่างประเทศแห่งหนึ่ง

- คุณ มณฑนา ลีโนทัย ผู้ประกอบธุรกิจขายมอเตอร์ไซด์

- คุณสุธี บุญพร้อม ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ บริษัท ดัชมิล กรู๊ป

- คุณพรพิมล ทรรพกาญจน์ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว

2. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีศึกษา แบบ Documentary Research ประกอบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกโดยละเอียด ซึ่งจะศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

2.1 ข่าวสารในหนังสือพิมพ์ และสื่อต่างๆ อาทิ เว็บไซต์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ การศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับ การจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ จากการสังเกตการณ์ บทความ บทสัมภาษณ์ รวมทั้ง ข้อมูลข่าวสาร หรือ Clippingเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษต่างๆ ของหนังสือ ที่อยู่ในช่วงการสร้างประเด็นให้เกิดกระแสนิยม จากกรณีศึกษาทั้ง 3 เรื่อง ได้แก่ “THREE อารมณ์ อาถรรพ์ อาฆาต” สร้างขึ้นในปี 2545 “ซัดเตอร์ กตติวิญญาน ” สร้างขึ้นในปี 2547 และ “เดอะเลตเตอร์ เขียนเป็นสิ่งตาย” สร้างขึ้นในปี 2549 โดยทั้งสามเรื่องเป็นกรณีศึกษาที่เด่นชัด สำหรับการศึกษาคำวิจัยครั้งนี้

2.2 แผนแนวทางประชาสัมพันธ์การตลาดของหนังสือไทย เพื่อให้เกิดกระแสนิยม ทั้ง 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท จีทีเอช จำกัด บริษัท มงคลเมเจอร์ จำกัด และ บริษัท เอ.จี. เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

### 3. การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการวิจัยที่ไม่สามารถนำข้อมูลมา แฉกนับได้ เนื่องจากเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ให้ความสำคัญกับ ความรู้สึกนึกคิด ที่มาจาก ประสบการณ์ทำงานโดยตรง และเกี่ยวกับ นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญที่มีความเป็นมืออาชีพใน ด้านที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษาโดยตรง โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

3.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัย กำหนดคำถามไว้ล่วงหน้า และ ใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถเล่าเรื่องราวได้อย่างเต็มที่ตามประเด็นที่ผู้วิจัยได้ตั้ง ไว้ และ สามารถยืดหยุ่นประเด็นคำถามตามความเหมาะสมแต่ละสถานการณ์ในการสัมภาษณ์ โดยจำแนกเป็น 3 ประเด็นหลักๆ ได้แก่

- แนวทางการสร้างกระแสนิยมผ่านการวางแผนการตลาดประชาสัมพันธ์การตลาด
- ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมเชิงจรรยาบรรณ
- แนวทางการควบคุมความเหมาะสมเชิงจรรยาบรรณวิชาชีพ และ ความรับผิดชอบของสื่อมวลชน

3.2 แบบบันทึกภาคสนามของผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยใช้ในการบันทึกข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ พูดคุย กับ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลตลอดระยะเวลาในการทำวิจัย

#### 4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์โดยมีอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นผู้ตรวจสอบแนวทางการสัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของคำถาม และ นำแบบสัมภาษณ์ไปทดสอบก่อนนำไปใช้ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงให้ประเด็นคำถามตรงตามความต้องการมากที่สุด แล้วจึงลงมือสัมภาษณ์ตามประเด็นคำถามที่ต้องการตลอดกระบวนการวิจัย

#### 5. การตรวจสอบข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้ว ทางผู้วิจัยจะทำการ ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ด้วยการตรวจสอบแหล่งข้อมูลที่ป้องกันอคติ โดยใช้วิธีที่แตกต่างกัน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและแม่นยำของข้อมูล

#### 6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษา “แนวทางการประชาสัมพันธ์การตลาดของหนังสือไทย เพื่อให้เกิดกระแสนิยม และ ความเหมาะสมเชิงจรรยาบรรณวิชาชีพ” ซึ่งเป็นการศึกษาถึง แนวทางการประชาสัมพันธ์การตลาดสามารถสร้างกระแสนิยมให้หนังสือ และ แนวทางการประชาสัมพันธ์การตลาดมีความเหมาะสมเชิงจรรยาบรรณวิชาชีพประชาสัมพันธ์ ดังนั้น การเก็บรวบรวมข้อมูลจึงเป็นการเก็บข้อมูลจากปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจนเป็นกระแสนิยมของหนังสือไทยในช่วงนั้นๆ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

6.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องราวของกระบวนการประชาสัมพันธ์การตลาดเพื่อให้เกิดกระแสนิยมของหนังสือไทย

6.2 ลงมือเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง 6 กลุ่ม โดยผู้วิจัยได้สร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้น ด้วยการแนะนำตัวอย่างเปิดเผย (Overt Role) เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย และ แจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลทุกคนได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ โดยวิธีการค้นหากลุ่มเป้าหมายทั้ง 6 กลุ่มเพื่อสัมภาษณ์เจาะลึก

6.3 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งเป็นวิธีการซักถาม เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดถูกต้อง และครอบคลุมประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการทราบโดยเฉพาะ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะตั้งคำถามเอาไว้ล่วงหน้าก่อน แล้วว่าจะถามเรื่องอะไร และ เนื่องจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนี้ ไม่มีรูปแบบและโครงสร้างของคำถามที่ตายตัว (Unstructured Interview) ผู้วิจัยจึงสามารถตั้งคำถามต่อไปได้หากคำถามที่ได้มานั้นยังไม่ชัดเจนเพียงพอ ซึ่งวิธีนี้ จะทำให้ผู้วิจัยได้ คำตอบที่ครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง และ บันทึกเทปไว้เป็น หลักฐาน หากผู้ให้สัมภาษณ์อนุญาตให้บันทึกเทปขณะสัมภาษณ์ได้ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มี ประเด็นครอบคลุมเรื่องต่างๆ

## 7. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ ข้อมูลไปพร้อมๆกัน กับการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะใช้การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล แบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกันและป้องกันอคติ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มาวิเคราะห์ ตีความ เปรียบเทียบ เพื่อจัดหาข้อสรุปร่วมกันในประเด็นต่างๆที่ต้องการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัย จะใช้การ วิเคราะห์ข้อมูลแบบ อุปนัย โดยเก็บข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้ข้อมูลแต่ละ คน นำมาหาประเด็นหลักและข้อสรุปรวม จากนั้นทำการจำแนกข้อมูลตามประเด็นต่างๆ แล้วนำ ข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาเพื่อตอบปัญหาคำถามการวิจัย

## 8. การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลในการวิจัยเรื่อง “แนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด เพื่อให้เกิดกระแสนิยมของหนังผีไทย และ ความเหมาะสมเชิงจรรยาบรรณวิชาชีพ ประชาสัมพันธ์” ใช้วิธีการพรรณวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อชี้ให้เห็นถึงแนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดเพื่อให้เกิดกระแสนิยม ของหนังผีไทย รวมถึง วิเคราะห์ความ เหมาะสมทางจริยธรรมและจรรยาบรรณการประชาสัมพันธ์ โดยจะนำเสนอข้อมูลที่ได้พร้อมกับการ วิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นไปพร้อมๆกัน โดยทั้งหมดเพื่อมุ่งตอบปัญหาคำถามการวิจัย 2 ข้อ ได้แก่ 1. แนวทางการประชาสัมพันธ์การตลาดหนังผีไทยเพื่อให้เกิดกระแสนิยมเป็นอย่างไร 2. ความ เหมาะสมเชิงจรรยาบรรณวิชาชีพประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร

## แนวคำถามการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้จำแนกคำถามสัมภาษณ์ เป็นทั้งหมด 6 กลุ่ม ตามการนำเสนอข้อมูล เพื่อตอบปัญหานำวิจัยให้ครบถ้วนและถูกต้องแม่นยำ ดังนี้

### กลุ่มที่ 1 นักประชาสัมพันธ์การตลาดหรือ ผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับกระบวนการวางแผน

- จากความสำเร็จของหนังสือดังกล่าว จนได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับ อยากให้อธิบายถึง เบื้องหลังกระบวนการและขั้นตอนการวางแผนประชาสัมพันธ์การตลาด ว่าเป็นอย่างไร และมีทิศทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกับสภาวะตลาดของหนังสือไทยในปัจจุบันอย่างไร
- หนังสือที่ผ่านมา ได้รับความสำเร็จแทบจะทุกเรื่อง อยากทราบว่า มีกลยุทธ์หรือกลวิธีในการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์อย่างไร เพื่อใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จนเป็นหนังสือที่ได้รับความนิยม
- ในการเลือกประเด็นเพื่อนำเสนอข่าวสารสำหรับการประชาสัมพันธ์หนังสือไทย มีวิธีการอย่างไรบ้าง ควรคำนึงถึงปัจจัยอะไรเป็นสำคัญ
- ท่านคิดว่า กระบวนการที่เล่ามาทั้งหมด หากมองตามหลักเชิงจรรยาบรรณของวิชาชีพการประชาสัมพันธ์แล้วคิดว่า เหมาะสมหรือไม่ เพราะเหตุใด
- หากมีหนังสือไทยเรื่องหนึ่ง ที่สร้างให้กระแสสังคมตื่นกลัว จนเกินขอบเขต ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือ คิดว่าควรมีการเพิ่มแนวทางการควบคุมอย่างไร ตามความคิดเห็นของท่าน
- ท่านมีหลักการหรือกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดประเด็นกับเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อให้เกิดกระแสนิยม คืออะไรบ้าง เป็นอย่างไร และนำกรอบจรรยาบรรณมาใช้ให้ถูกต้องอย่างไร
- หลักเกณฑ์ที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดถือเป็นหลักเพื่อป้องกันไม่ให้มีนินทาหรือไม่เหมาะสม จะต้องมองในด้านใดบ้าง

### กลุ่มที่ 2 นักวิชาการ และ นักประชาสัมพันธ์วิชาชีพ

- แนวทางการสร้างกระแสนิยมของหนังสือไทย ดังกล่าว ท่านคิดว่า กระบวนการที่เล่ามาทั้งหมด เป็นแนวทาง เหมาะสมหรือไม่ เพราะเหตุใด
- หากมองตามกรอบจรรยาบรรณของวิชาชีพประชาสัมพันธ์ ท่านคิดว่า เป็นการวางแผนที่เกินขอบและขอบเขตที่ได้ยึดถือร่วมกันหรือไม่ มองว่ารุนแรงต่อสังคมเกินไปหรือไม่ เพราะเหตุใด
- หากต้องการที่จะแนะนำหรือ หาข้อสรุปเพื่อกำหนดแนวทางการควบคุมร่วมกัน ท่านคิดว่า ท่านอยากจะเสนอแนะอะไรเกี่ยวกับเรื่องนี้

### กลุ่มที่ 3 ผู้บริหารจากองค์กร พันธมิตร ได้แก่ โรงภาพยนตร์

- หลังจากที่ได้มีการร่วมลงทุนกับหนังไทยหลายเรื่องทาง (ชื่อบริษัท) ได้เข้ามามีบทบาท หรือ มีส่วนร่วมในการโปรโมทหนังไทยอย่างไรบ้าง
- ก่อนที่จะได้มีการร่วมลงทุนสร้างหนังร่วมกัน หวังผลในด้านใดบ้างเพื่อให้ ตราสินค้าของเรา เป็นที่จดจำ โดยแฝงไปกับภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยม หรือ ได้กระแสตอบรับที่ดี
- ทางโรงภาพยนตร์ ได้มีส่วนร่วมในการจัดทำโปรโมชัน หรือ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับ หนังไทย ในด้านใดบ้าง
- ความคาดหวังที่จะให้คนเข้ามาดูโรงภาพยนตร์ในเครือเรา ต่อทุกครั้งที่มีการจัดโปรโมชันร่วมกับค่ายหนัง คิดว่าหวังผลมากน้อยเพียงใด
- แนวทางการสร้างกระแสนิยมของหนังผีไทย ท่านคิดว่า กระบวนการที่เล่ามาทั้งหมด เป็นแนวทาง เหมาะสมหรือไม่ เพราะเหตุใด
- หากมองตามกรอบจรรยาบรรณของวิชาชีพประชาสัมพันธ์ ท่านคิดว่า เป็นการวางแผนที่เกินกรอบและขอบเขตที่ยึดถือร่วมกันหรือไม่ มองว่ารุนแรงต่อสังคมเกินไปหรือไม่ เพราะเหตุใด มองในบทบาทของผู้ที่มีส่วนร่วมอย่างไร
- หากต้องการที่จะแนะนำหรือ หาข้อสรุปเพื่อกำหนดแนวทางการควบคุมร่วมกัน ท่านคิดว่า ท่านอยากจะเสนอแนะอะไรเกี่ยวกับเรื่องนี้
- หลักเกณฑ์ที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดถือเป็นหลักเพื่อป้องกันไม่ให้หมิ่นเหม่หรือไม่เหมาะสม จะต้องมองในด้านใดบ้าง

### กลุ่มที่ 4 ผู้บริหารจากสำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

- จากกรณีศึกษา ดังกล่าว ผู้บริโภคหรือไม่ว่าเป็นการสร้างกระแส และคิดว่าเป็นการกระทำที่เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
- หากคิดว่าไม่เหมาะสมหรือผิดในด้านใดบ้าง มองในเรื่องของหลักจรรยาบรรณและศีลธรรมในข้อใด
- หลักเกณฑ์ที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดถือเป็นหลักเพื่อป้องกันไม่ให้หมิ่นเหม่หรือไม่เหมาะสม จะต้องมองในด้านใดบ้าง
- หากท่านได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไข ควรแก้ไขในด้านใด และควรเพิ่มการดูแลในด้านใดบ้าง



### กลุ่มที่ 5 สื่อมวลชน และ นักวิจารณ์

- ในฐานะที่ท่านเป็นสื่อมวลชนทำหน้าที่ในการวางกรอบข่าวทุกวัน ท่านทราบหรือไม่ ว่า การกระทำดังกล่าว เป็นการสร้างกระแสเพื่อหวังผลเชิงธุรกิจ
- ข่าวแต่ละข่าวที่ส่งมาโดยนักประชาสัมพันธ์ท่านทราบหรือไม่ว่าเป็นการสร้างกระแส ซึ่งข่าวแต่ละข่าวอาจเกินเลยความเป็นจริง
- หากท่านทราบว่า ข่าวที่ได้รับนั้นเป็นการสร้างกระแส ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างไร
- บทบาทในการลงข่าวสารต่างๆที่รู้ว่าเป็นการสร้างกระแส อยากทราบว่า หากท่านรู้ว่าหวังผลเชิงธุรกิจที่มากเกินไป ท่านจะเล่นประเด็นดังกล่าวเพื่อนำมาลงหรือไม่ หากไม่เล่น จะส่งผลกระทบต่ออย่างไร
- หากท่านรู้ว่า ข่าวนี้ต้องการสร้างกระแส แต่ประเด็นยังไม่ดีพอ ท่านมีวิธีการเล่นประเด็นเพื่อให้เกิดกระแสอย่างไร
- ทุกวันนี้ หากท่านรู้ตัวว่า สื่อมวลชนทุกแขนงตกเป็นเครื่องมือในการสร้างกระแส ท่านมีวิธีการจัดการ ให้สมดุล(Balance) กันได้อย่างไร ระหว่าง หน้าที่ความรับผิดชอบของสื่อมวลชน กับ ความหมิ่นเหม่ในด้านนี้
- หากรู้จักวิธีการจัดการให้ทั้งสองอย่างนี้ สมดุลกันแล้ว ควรวางบทบาทอย่างไร
- ทุกครั้งที่ได้รับเชิญให้ชมภาพยนตร์ก่อนเข้าฉาย ในรอบของนักวิจารณ์หนึ่ง ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ แนวทางการสร้างกระแสที่หวังผลให้เราวิจารณ์หนึ่งในด้านดี เพื่อให้เกิดกระแสนิยมตามมา หากทราบท่านวางบทบาทของท่านอย่างไร และ จัดการอย่างไรให้สมดุลกันระหว่างหน้าที่ และความหมิ่นเหม่ทางด้านนี้
- หลักเกณฑ์ที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดถือเป็นหลักเพื่อป้องกันไม่ให้หมิ่นเหม่หรือไม่เหมาะสม จะต้องมองในด้านใดบ้าง

### กลุ่มที่ 6 ผู้ชมภาพยนตร์ที่เข้าแข่งขันรายการแฟนพันธ์แท้

- ท่านทราบหรือไม่ว่า ข่าวจากหนังผีไทย และ การจัดอีเวนต์ต่างๆที่ทำให้คนตื่นกลัว คือการโปรโมท และหวังผลเชิงธุรกิจ
- ท่านคิดว่าเหมาะสมหรือไม่ เพราะทำให้กระแสสังคมเกิดความตื่นกลัว
- หลักเกณฑ์ที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดถือเป็นหลักเพื่อป้องกันไม่ให้หมิ่นเหม่หรือไม่เหมาะสม จะต้องมองในด้านใดบ้าง
- หากต้องการที่จะแนะนำหรือ หาข้อสรุปเพื่อกำหนดแนวทางการควบคุมร่วมกัน ท่านคิดว่า ท่านอยากจะเสนอแนะอะไรเกี่ยวกับเรื่องนี้