

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “บทบาทของสื่อมวลชนในฐานะเวทีสาธารณะในการหาเสียงเลือกตั้งทั่วไป 17 พฤศจิกายน 2539” ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ศึกษารูปแบบและเนื้อหารายการจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โฆษณาพรรคการเมืองดังมีรายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการวิจัยมีดังต่อไปนี้

- 1) แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร
- 2) แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล
- 3) แหล่งข้อมูลประเภทรายการ โทรทัศน์และรายการวิทยุ
- 4) แหล่งข้อมูลประเภทสปอตโฆษณาและการแถลงนโยบายพรรคทางวิทยุ

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ หนังสือ บทความทางวิชาการ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสื่อกับการรณรงค์เลือกตั้ง บทความ บทวิจารณ์ในหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารรายสัปดาห์ ตลอดจนเอกสารจากพรรคการเมือง

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

1) สัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการสนทนากาเมืองของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, ช่อง 9 และช่อง 11 ได้แก่

- 1.1) คุณสำราญ ฉัตรโท หัวหน้ากองบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์ช่อง 3
- 1.2) คุณสุวิษ สุทธิประภา หัวหน้าแผนกข่าวการเมืองสถานีโทรทัศน์ช่อง 9
- 1.3) คุณจันทิมา เชยสงวน อธิบดีหัวหน้าฝ่ายจัดและควบคุมรายการสถานีโทรทัศน์ช่อง 11
- 1.4) คุณวิศิษฐ์ ภูทิตโต หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ของรัฐสถานีโทรทัศน์ช่อง 11

2) สัมภาษณ์ผู้ดำเนินรายการสนทนากาเมืองทางโทรทัศน์ ได้แก่

2.1) คุณเกษมสันต์ วีระกุล ผู้ดำเนินรายการเลือกตั้ง'39 ร่วมสร้างฐานการเมืองใหม่และรายการเหตุบ้านการเมือง สถานีโทรทัศน์ช่อง 3

2.2) ดร.เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง ผู้ดำเนินรายการขอลิดด้วยคน สถานีโทรทัศน์ช่อง 9

2.3) คุณสุภาพ คลี่ขจาย ผู้ดำเนินรายการนับถอยหลังเลือกตั้ง'39 และรายการเลือกตั้งสัญญา'39 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9

2.4) คุณอดิศักดิ์ ศรีสม ผู้ดำเนินรายการเส้นทางผู้แทน'39 สถานีโทรทัศน์ช่อง 11

3) สัมภาษณ์ทีมงานสร้างสรรค์โฆษณาของพรรคการเมืองได้แก่

3.1) พรรคความหวังใหม่ คุณประภิจ กอบกิจวัฒนา

อติศรียา เอทีพี บริษัทสเปาแอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

3.2) พรรคชาติพัฒนา คุณสุรพล พรเพียรธรรม

ครีเอทีฟไดเร็กเตอร์ บริษัทไทยอิมเมจแอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

3.3) พรรคมวลชน คุณวิเชียร อดุลสุทธานนท์

ครีเอทีฟไดเร็กเตอร์ บริษัทไดอิจี้ ทิคาญ (ประเทศไทย) จำกัด

3.4) พรรคประชากรไทย คุณชัยสิทธิ์ ภูวภิรมย์ขวัญ

ผู้อำนวยการพรรคประชากรไทย

3.5) พรรคกิจสังคม คุณธิตี สุธรรมรักษ์

Post Production Manager บริษัทมีเดียสตูดิโอ จำกัด

ในส่วน of พรรคประชาธิปัตย์, พรรคชาติไทยและพรรคพลังธรรม ทีมงานสร้างสรรค์โฆษณาไม่ให้สัมภาษณ์จึงใช้ข้อมูลทุกข้อมูจากบทสัมภาษณ์ในหนังสือพิมพ์และนิตยสารแทน

แหล่งข้อมูลประเภทรายการ โทรทัศน์และรายการวิทยุ

แหล่งข้อมูลประเภทรายการ โทรทัศน์และวิทยุเลือกศึกษาโดยมีเกณฑ์คือ

-เป็นสถานี โทรทัศน์หรือสถานีวิทยุที่ให้ความสำคัญกับการเลือกตั้งทั่วไป โดยจัดสรรเวลาให้เป็นกรณีพิเศษแก่รายการในลักษณะสนทนาหรืออภิปรายที่จัดขึ้นเพื่อเป็นเวทีสาธารณะในการนำเสนอเรื่องเลือกตั้ง

-พิจารณาจากโครงสร้างการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุสองลักษณะคือดำเนินการโดยภาครัฐและดำเนินการโดยภาคเอกชน

-พิจารณาจากขนาดของสถานีและขนาดของกลุ่มผู้รับมีสองประเภทคือสถานีระดับชาติ
และสถานีระดับจังหวัด

ตารางที่ 3.1 แหล่งข้อมูลประเภทรายการ โทรทัศน์และรายการวิทยุ

สื่อ	สถานี / คลื่น	ชื่อรายการ	ประเภทสถานี	ขนาดสถานี
โทรทัศน์	ช่อง 3	1.เลือกตั้ง'39 ร่วมสร้าง ฐานการเมืองใหม่ 2.เหตุบ้านการเมือง	สัมปทานเอกชน (บริษัทบีบีซีเวิร์ลด์)	ระดับชาติ
โทรทัศน์	ช่อง 9	1.นับถอยหลังเลือกตั้ง'39 2.เลือกตั้งสัญญา'39 3.ขอลิขิตด้วยคน	รัฐ (อ.ส.ม.ท.)	ระดับชาติ
โทรทัศน์	ช่อง 11	1.เส้นทางผู้แทน'39	รัฐ (กรมประชาสัมพันธ์)	ระดับชาติ
วิทยุ	นิวส์แอนคอร์ทอล์ก เอฟเอ็มความถี่ 101 MHz	1.ข่าวยามเช้า	สัมปทานเอกชน (บริษัทมีเดียพลัส)	ระดับจังหวัด: กรุงเทพฯ (มีเครือข่ายทั่วประเทศ บางรายการ)
วิทยุ	ไอเอ็นเอ็น ความถี่ 102.5 MHz	1.เจาะลึกทั่วไทย	สัมปทานเอกชน (บริษัทสหสินิมา)	ระดับจังหวัด: กรุงเทพฯ (มีเครือข่ายทั่วประเทศ บางรายการ)
วิทยุ	วิทยุรัฐสภา ความถี่ 87.5 MHz	1.คุยกันก่อนวันเลือกตั้ง	รัฐ (รัฐสภา)	ระดับจังหวัด: กรุงเทพฯ (มีเครือข่ายบางพื้นที่)
วิทยุ	สถานีวิทยุกระจาย เสียงแห่งประเทศไทย จ.กาญจนบุรี ความถี่ 558 KHz	1.เลือกตั้ง'39	รัฐ (กรมประชาสัมพันธ์)	ระดับจังหวัด (กาญจนบุรี)

แหล่งข้อมูลประเภทสื่อบุคคล โฆษณาและการแถลงนโยบายพรรคทางวิทยุ

แหล่งข้อมูลจากพรรคการเมืองศึกษาจากสื่อบุคคล โฆษณาการเมืองทางโทรทัศน์และวิทยุ
นโยบายพรรคการเมืองที่แถลงทางสถานีวิทยุศึกษาจากพรรคการเมืองคือ 1) พรรคประชาธิปัตย์
2) พรรคความหวังใหม่ 3) พรรคชาติไทย 4) พรรคพลังธรรม 5) พรรคชาติพัฒนา 6) พรรค
มวลชน 7) พรรคประชากรไทย และ 8) พรรคกิจสังคม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) เก็บข้อมูลประเภทเอกสารจากห้องสมุดคณะนิติศาสตร์ สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและหอสมุดแห่งชาติ
- 2) เก็บข้อมูลนโยบายพรรคจากเอกสารที่พรรคการเมืองได้ทำขึ้นช่วงก่อนการเลือกตั้ง
- 3) เก็บข้อมูลจากการบันทึกเทปรายการทางโทรทัศน์และรายการวิทยุ
 - 3.1) รายการโทรทัศน์ 6 รายการจากสถานีโทรทัศน์ 3 สถานี ได้แก่
 - 3.1.1) สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.
 - รายการเลือกตั้ง'39 ร่วมสร้างฐานการเมืองใหม่
 - รายการเหตุบ้านการเมือง
 - 3.1.2) สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
 - รายการขอคิดด้วยคน
 - รายการนับถอยหลังเลือกตั้ง'39
 - รายการเลือกตั้งสัญจร'39
 - 3.1.3) สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์
 - รายการเส้นทางผู้แทน'39

ตารางที่ 3.2 ข้อมูลด้านรายการโทรทัศน์ที่ศึกษา

สถานี	รายการ	วันเวลาออกอากาศ	ความยาว (นาที)	จำนวนรายการ ตัวอย่าง(ตอน)	ตอนที่นำมาวิเคราะห์
ช่อง 3	1. เลือกตั้ง'39 ร่วมสร้างฐานการเมืองใหม่	ทุกวัน (17.30-18.30 น.)	90	7	27,28,30,31 ตุลาคม 2539 6,8,15 พฤศจิกายน 2539
	2. เหตุบ้านการเมือง	อาทิตย์ (23.00-24.00 น.)	60	3	27 ตุลาคม 2539 4,12 พฤศจิกายน 2539
ช่อง 9	1. นับถอยหลังเลือกตั้ง'39	พุธ, พฤหัส, ศุกร์ (20.30-21.00 น.)	30	12	23,28,30,31 ตุลาคม 2539
		จันทร์,อังคาร (20.30-22.00 น.)	90		6,7,8,9,11,12,15,16 พฤศจิกายน 2539
	2. เลือกตั้งสัญจร'39	อาทิตย์ (21.30-23.30 น.)	120	4	27 ตุลาคม 2539 2,4,10 พฤศจิกายน 2539
	3. ขอคิดด้วยคน	พุธ (21.00-22.00 น.)	60	3	30 ตุลาคม 2539 6,13 พฤศจิกายน 2539
ช่อง 11	1. เส้นทางผู้แทน'39	ทุกวัน (20.30-21.30 น.)	60	3	6,13,14 พฤศจิกายน 2539

- 3.2) รายการวิทยุ 4 รายการจากสถานีวิทยุ 4 สถานีคือ
- 3.2.1) สถานีวิทยุนิวส์แอนด์ทอล์กเอฟเอ็มความถี่ 101 เมกกะเฮิร์ตซ์
รายการข่าวยามเช้า
- 3.2.2) สถานีวิทยุไอเอ็นเอ็น ความถี่ 102.5 เมกกะเฮิร์ตซ์
รายการเจาะลึกทั่วไทย
- 3.2.3) สถานีวิทยุรัฐสภา ความถี่ 87.5 เมกกะเฮิร์ตซ์
รายการคุยกันก่อนวันเลือกตั้ง
- 3.2.4) สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ.กาญจนบุรี
ความถี่ 558 กิโลเฮิร์ตซ์ รายการเลือกตั้ง'39

ตารางที่ 3.3 ข้อมูลด้านรายการวิทยุที่ศึกษา

สถานีวิทยุ	รายการ	วันเวลาออกอากาศ	ความยาว (นาที)	จำนวนรายการ ตัวอย่าง(ตอน)	ตอนที่นำมาวิเคราะห์
รัฐสภา 87.5 MHz	1.คุยกันก่อนวันเลือกตั้ง	จันทร์-ศุกร์ (13.00-14.00 น.)	60	9	15,17,24,28,30 ตุลาคม 2539 6,7,14,15 พฤศจิกายน 2539
News and talk 101 MHz	1.ข่าวยามเช้า	จันทร์-ศุกร์ (7.30-9.00 น.)	90	9	25,28 ตุลาคม 2539 1,4,6,8,11,13,15 พฤศจิกายน 2539
ไอเอ็นเอ็น 102.5 MHz	1.เจาะลึกทั่วไทย	จันทร์-ศุกร์ (08.00-09.30 น.)	90	11	21,23,25,28,30 ตุลาคม 2539 1,4,6,8,12,13 พฤศจิกายน 2539
สวท.กาญจนบุรี 558 KHz	1.เลือกตั้ง'39	จันทร์-ศุกร์ (13.00-13.30 น.)	30	12	21,23,25,28,30 ตุลาคม 2539 1,4,6,7,11,13,15 พฤศจิกายน 2539

- 4) เก็บข้อมูลการแถลงนโยบายพรรคการเมือง 8 พรรคโดยการบันทึกเทปทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในช่วง 16 ตุลาคม ถึง 16 พฤศจิกายน 2539
- 5) เก็บข้อมูลสปอตโฆษณาพรรคการเมืองจากการบันทึกเทปทางโทรทัศน์และวิทยุ

ตารางที่ 3.4 สปอตโฆษณาพรรคการเมืองทางโทรทัศน์

พรรค	จำนวน ชุด	ชื่อชุดโฆษณา	ความยาว (วินาที)	ผู้ผลิต
1. กิ่งสังคม	1	1.ผลงาน	30	บริษัทมีเดียสตูดิโอโปรดักชั่นเฮาส์
2. ความหวังใหม่	2	1.ผลงาน 2.นโยบาย	60 60	บริษัทสเปาแอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด
3.ชาติพัฒนา	5	1.ปัญหาปากท้อง 2.ปัญหาค้าขาย 3.ปัญหาส่งออก 4.ปัญหาเกษตรกร 5.ปัญหาอสังหาริมทรัพย์	15 15 15 15 15	บริษัทไทยอิมเมจแอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด
4.ชาติไทย	10	1. ปลาคัด 2. โลโกเก่าและโลโกใหม่ของพรรค 3. ปฏิรูปการเมือง 4. ปฏิรูปการศึกษา 5. ปฏิรูปนโยบายเศรษฐกิจ 6. ปฏิรูปการกระจายความมั่นคงสู่ ชนบท 7. ปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสารฯ 8. ปฏิรูปสังคม 9. ปฏิรูประบบราชการ 10.ปฏิรูปการจราจรในกรุงเทพฯ	15 15 15 20 20 20 20 20 20 20	พรรคชาติไทย (ดร.เสรี วงษ์มณฑา)
5. ประชากรไทย	10	1. นโยบายผู้สูงอายุ 2. นโยบายผู้ติดเชื้อโรคเอดส์ 3. การขึ้นเงินเดือนข้าราชการ 4. การแก้ปัญหาหนี้สินของประชาชน 5. การคุ้มครองผู้บริโภค 6. นโยบายแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพฯ 7. การแก้ไขปัญหาน้ำท่วม 8. การบังคับใช้กฎหมาย 9. การเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน 10. ไม่ตามกระแส	60 60 60 60 60 60 60 60 60 60	พรรคประชากรไทย
6. ประชาธิปัตย์	5	1. ความหวัง 2. เศรษฐกิจ 3. ชนบท 4. การศึกษา 5. ปราศรัยบนเวที	45 15 15 15 15	บริษัทเคลียร์คัท จำกัด

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

พรรค	จำนวน ชุด	ชื่อชุดโฆษณา	ความยาว (วินาที)	ผู้ผลิต
7. พลังธรรม	2	1. จริยธรรมนักรการเมือง 2. คำวิงวอนจากพรรคพลังธรรม	30 30	บริษัทเอซีแมทซ์บ็อกซ์ จำกัด
8. มวลชน	2	1. ผลงานเป็นประจักษ์ 2. นโยบายแจ่มชัด	30 30	บริษัทไคอิชิ คิคากุ (ประเทศไทย) จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือในการวิเคราะห์

1) การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์และรายการวิทยุ ในส่วนของการวิเคราะห์รูปแบบรายการจะศึกษาประเภทรายการ ผู้ดำเนินรายการ ลักษณะการสนทนาในรายการ ในส่วนของเนื้อหารายการศึกษาตัวแสดงทางการเมืองที่มีส่วนร่วมในรายการ ประเด็นเนื้อหาจากการสนทนาและบทบาทของผู้ที่ทำหน้าที่กำหนดประเด็นเนื้อหาในรายการ เพื่อวิเคราะห์การทำหน้าที่เป็นเวทีสาธารณะของรายการโทรทัศน์และรายการวิทยุ

2) การวิเคราะห์โฆษณาพรรคการเมือง วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาโฆษณา

-วิเคราะห์รูปแบบของโฆษณาโดยศึกษาจากการเล่าเรื่อง การใช้แนวเรื่อง วิธีการเล่าเรื่อง กลวิธีการนำเสนอ วิเคราะห์ทั้งรูปแบบสโปดโฆษณาและการแถลงนโยบาย

-วิเคราะห์เนื้อหาของโฆษณาโดยศึกษาจากโครงเรื่อง ประเด็นหลัก สโลแกนที่ใช้และมุมมองที่ปรากฏในโฆษณา นอกจากนี้ยังวิเคราะห์การโฆษณา นโยบายและการโฆษณาภาพลักษณ์ ด้านการโฆษณา นโยบายเปรียบเทียบนโยบายที่แต่ละพรรคโฆษณาในด้านการเมืองด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม

การนำเสนอการวิเคราะห์เนื้อหา

บทที่ 4 ความเป็นมาของรายการสนทนาทางการเมือง ประวัติการโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งทางวิทยุและโทรทัศน์รวมทั้งประวัติย่อของพรรคการเมือง

บทที่ 5 วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ดังนี้ รายการเลือกตั้ง'39 ร่วมสร้างฐานการเมืองใหม่, รายการเหตุบ้านการเมือง, รายการขอคิดด้วยคน, รายการนับถอยหลังเลือกตั้ง'39, รายการเลือกตั้งสัญญา'39 และรายการเส้นทางผู้แทน'39

บทที่ 6 วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุคือ รายการคุยกันก่อนวันเลือกตั้ง, รายการเลือกตั้ง'39, รายการเจาะลึกทั่วไทยและรายการข่าวยามเช้า เพื่อศึกษาบทบาทของรายการวิทยุในฐานะที่เป็นเวทีในสื่อให้กับตัวแสดงทางการเมืองช่วงการเลือกตั้ง

บทที่ 7 วิเคราะห์โฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุของพรรคการเมือง โดยใช้เกณฑ์ด้านงบประมาณในการโฆษณา อายุและขนาดของพรรค วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาสปอตโฆษณาและการแถลงนโยบายทางวิทยุของพรรคมวลชน พรรคประชากรไทยและพรรคกิจสังคม

บทที่ 8 วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาสปอตโฆษณา รวมทั้งการแถลงนโยบายทางวิทยุของพรรคประชาธิปัตย์ พรรคความหวังใหม่ พรรคชาติไทย พรรคพลังธรรมและพรรคชาติพัฒนา

บทที่ 9 สรุปและอภิปรายผลภาพรวมของสื่อมวลชน ในการทำหน้าที่เป็นเวทีสาธารณะช่วงเลือกตั้งและภาพรวมของการใช้พื้นที่สาธารณะในสื่อที่ปรากฏในสังคมไทย