

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การสร้างแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าวทางสื่อโทรทัศน์ที่ประสบความสำเร็จ (The personal branding of successful digital TV news presenters)” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการวิจัยจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้ผลการศึกษามุ่งตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ จึงมีวิธีดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อนำข้อมูลการสัมภาษณ์มาประกอบกับแนวคิดวิเคราะห์ ตามหลักทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาและจะนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์ที่ตอบตามวัตถุประสงค์ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการนำเสนอผลการวิจัยในเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อภิปรายข้อมูลและบรรยายสรุป

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ เพื่อนำมาศึกษาถึงความสำคัญของการสร้างแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าวทางสื่อโทรทัศน์ที่ประสบความสำเร็จและศึกษาถึงวิธีการสร้างแบรนด์บุคคลและรูปแบบการสื่อสารของผู้นำเสนอข่าวให้มีความโดดเด่นได้รับความสนใจจากผู้ชม

2. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้กำหนดการดำเนินงานวิจัยด้วยการทำการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลด้วยแนวทางการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อที่จะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์บุคคล (Personal Brand) ของผู้นำเสนอข่าวทางสื่อโทรทัศน์ที่ประสบความสำเร็จและเพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารแบรนด์บุคคล (Personal Brand) ของผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จ

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาเอกสาร ตำราวิชาการ เว็บไซต์ต่างๆ เพื่อแสวงหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตั้งคำถามการวิจัย การวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าวทางสื่อโทรทัศน์ที่ประสบความสำเร็จ 5 กลุ่ม จำนวน 35 คนและใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

1. ผู้ประกาศข่าวหรือผู้ดำเนินรายการข่าวทางสื่อโทรทัศน์ 10 คน ทั้งนี้ ผู้ประกาศข่าวที่ประสบความสำเร็จและเป็นกลุ่มตัวอย่างต้องมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่ง คือ

1.1 เป็นผู้ประกาศข่าวหรือผู้ดำเนินรายการข่าวทางสื่อโทรทัศน์ในช่องดิจิทัล 15 ช่อง ประกอบด้วยสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง NBT) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 (ช่อง 3HD) สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 HD สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 MCOT HD ทีเอ็นเอ็น 16 (TNN 16) ช่อง นิวส์ทีวี (ช่อง New 18) ช่องเนชั่นทีวี (ช่อง 22 Nation) ช่องเวิร์คพอยท์ (Workpoint TV ช่อง 23) จีเอ็มเอ็ม (GMM25) ช่อง 8 (Channel 8 ช่อง 27) โมโน 29 (MONO 29) ช่องวัน 31 (ONE 31) อมรินทร์ทีวี (Amarin TV ช่อง 34) พีพีทีวี (PPTV HD 36)

1.2 ได้รับรางวัลประเภทผู้ประกาศข่าวหรือผู้ดำเนินรายการข่าวยอดเยี่ยมอย่างน้อยรางวัลใดรางวัลหนึ่ง

1.3 ได้รับการยอมรับและถูกพูดถึงเป็นวงกว้างของผู้รับชมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกลายเป็นบุคคลมีชื่อเสียง

ซึ่งผู้ประกาศข่าวที่ผู้วิจัยเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 คน ประกอบด้วย

1. กนก รัตน์วงศ์สกุล ผู้ดำเนินรายการ "ข่าวข้น คนเนชั่น" ทางช่องเนชั่นทีวี ช่อง 22 เจ้าของเพจเฟซบุ๊ก Kanok Ratwongsakul Fanpage มีผู้ติดตามกว่า 1 ล้านคน ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณกนกเป็นผู้ประกาศข่าวที่มีบทบาทและมีบุคลิกในการดำเนินรายการที่น่าสนใจคือ ลักษณะการสัมภาษณ์แหล่งข่าวกับคำถามที่มักจะถูกใจผู้ชมและถูกพูดถึงในสื่อโซเชียลมีเดียบ่อยครั้ง

2. นุ่ม เปรมสุดา สันติวัฒนา พิธีกรรายการสนามข่าว 7 สี สนามข่าวบันเทิงและรายการฝนฟ้าอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7HD ช่อง 35 ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจาก

คุณนุ้ม เปรมสุตา กลายเป็นที่รู้จักพร้อมกับรายการฝนฟ้าอากาศซึ่งเป็นรูปแบบรายการพยากรณ์อากาศและการวางบุคลิกของผู้ประกาศข่าวที่เปลี่ยนไปจากอดีตอย่างสิ้นเชิง

3. บัญชา ชุมชัยเวทย์ ผู้ดำเนินรายการ “จอลอกเศรษฐกิจ” ทางช่อง 3 ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณบัญญัติมีบุคลิกและภาพลักษณ์ที่มีความชัดเจนมากในภาพของการเป็นผู้ประกาศข่าวเศรษฐกิจโดยมีรูปแบบการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องตัวเลขค่อนข้างน่าเชื่อถือและมีรางวัลการ์ตูนตีความสามารถมากมาย

4. สุวิช สุทธิประภา ผู้ดำเนินรายการ “คุยขโมงบ่าย 3 โมง” ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 MCOT HD ลีลาและสไตล์การดำเนินรายการที่สนุกสนานสอดแทรกความรู้คำสุภาพชัดเจนไปในเนื้อหาข่าวทำให้รายการได้รับความนิยมโดยเฉพาะกลุ่มผู้ชมในต่างจังหวัดและการที่รายการ “คุยขโมงบ่าย 3 โมง” สามารถยึดเรตติ้งสูงสุดในช่วงเวลาที่ผู้ชมที่วีน้อยที่สุดและมีค่าโฆษณาถูกที่สุด ซึ่งในวงการโทรทัศน์เรียกว่าช่วง “นอนไพร์ไทม์” (Nonprime time) ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาในรูปแบบของการดำเนินรายการของคุณสุวิช

5. เขมสรณ์ หนูขาว ผู้ประกาศข่าวไทยรัฐทีวี โดยรับผิดชอบเป็นผู้ดำเนินรายการ “ไทยรัฐนิวส์โชว์” ทางช่องไทยรัฐทีวี ช่อง 32 ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณเขมสรณ์ เคยมีภาพลักษณ์ด้านการเป็นดารานักแสดงมาก่อนและเมื่อผันตัวมาอยู่ในวงการสื่อมวลชนก็สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้ผู้ชมจดจำตนเองในภาพลักษณ์ของการเป็นผู้ประกาศข่าวไม่ใช่ภาพของดารานักแสดงได้

6. จี๊ด ธิมะ กาญจนไพริน ผู้ดำเนินรายการ “ข่าวเย็นช่องวัน” “ข่าววันศุกร์” และรายการที่สร้างชื่อเสียงและสร้างกระแสได้รับความนิยมในสื่อสังคมออนไลน์บ่อยครั้งคือรายการ “จี๊ดชัดทุกความจริง” ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณจี๊ด ธิมะที่เพิ่งเข้ามาเป็นผู้ประกาศข่าวในช่วงที่มีทีวีดิจิทัลแต่กลับได้รับความนิยมจากผู้ชมด้วยรูปแบบรายการและลีลาการนำเสนอที่ค่อนข้างแปลกตา บ่อยครั้งที่ลีลาการจัดรายการของคุณจี๊ด ได้ถูกพูดถึงในสื่อโซเชียลเป็นวงกว้าง ขณะที่เฟชบุ๊กส่วนตัวอย่าง JudgeJudd ก็มีผู้ติดตามกว่า 5 แสนคน (ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2563)

7. ตีะ พิภู พุ่มแก้วกล้า ผู้ประกาศข่าวช่อง MONO 29 รายการ “ข่าวเช้า” (Good Morning Thailand) ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณตีะ พิภู มีรูปแบบการดำเนินรายการที่มีการสอดแทรกความรู้และมักนำเหตุการณ์ในอดีตมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับเหตุการณ์ปัจจุบันสร้างมุมมองข่าวและให้ความรู้ผู้ชมได้อย่างน่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีรูปร่างหน้าตา น่าเสียงและบุคลิกการจัดรายการที่นุ่มนวลมีลูกล่อลูกชนในการสัมภาษณ์แหล่งข่าว ทำให้รายการนำติดตาม

8. กรสุมา เจียมสระน้อย ผู้ประกาศข่าวสถานีโทรทัศน์ PPTV HD ซึ่งรับผิดชอบรายการ "เที่ยงทันข่าว" และ "เข้มข่าวค่ำ" ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณกรสุมาเป็นผู้ประกาศที่มีน้ำเสียงสดใส อักขระชัดเจน ซึ่งในอดีตคุณกรสุมาเป็นผู้ประกาศข่าวทางสถานีโทรทัศน์ ททบ.5 และได้รับมอบหมายให้อ่านข่าวในพระราชสำนักของช่อง 5 เนื่องจากอักขระชัดเจนมาก

9. สืบสกุล พันธดี ผู้ดำเนินรายการ "ข่าวเช้าไทยรัฐทีวี" "รายการข่าวรถปลดทุกข์" และ "ข่าวเที่ยงไทยรัฐ" และยังได้รับหน้าที่ในการผู้บรรยายงานพระราชพิธีของกรมประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณสืบสกุลเป็นผู้ประกาศข่าวที่มีสไตส์การดำเนินรายการรูปแบบสบายๆ มักจะได้รับหน้าที่จัดรายการในประเด็นสังคม มีบุคลิกสนุกสนาน และเป็นผู้ประกาศที่มีน้ำเสียงและอักขระค่อนข้างชัดเจน

10. หลีแซ วียดา พิธีกรผู้ดำเนินรายการ "คุยข่าวเช้าช่อง 8" และรายการ "สะกิดข่าวรอบโลก" ทางช่อง 8 ซึ่งถือเป็นผู้ประกาศข่าวหน้าใหม่ ที่ขึ้นมาจัดรายการข่าวในช่องทีวีดิจิทัล แต่ได้รับความสนใจจากผู้ชมเนื่องจากลีลาการข่าวที่แปลกและแตกต่าง ด้วยการเอาเนื้อหาข่าวมาแต่งเป็นบทกลอนอ่านออกอากาศ และมีแต่งเป็นเพลงออกอากาศด้วยจึงทำให้ผู้ชมค่อนข้างชื่นชอบจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา

2. ผู้สื่อข่าวภาคสนามทางสื่อโทรทัศน์ 5 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สื่อข่าวภาคสนามไว้เช่นเดียวกับคุณสมบัติ 3 ข้อ ของผู้ประกาศข่าวและผู้ดำเนินรายการข่าวซึ่งผู้สื่อข่าวที่ผู้วิจัยเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 คน ประกอบด้วย

1. นุ่ม อนุวัต เฟื่องทองแดง ผู้สื่อข่าว ช่อง 7 HD และ พิธีกรรายการสนามข่าว 7 สี และรายการอนุวัต จัดให้ทางช่อง 7 HD ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณนุ่ม อนุวัต เป็นผู้สื่อข่าวที่มีรูปแบบการทำงานในลักษณะลงพื้นที่จริง และการงานข่าวในลักษณะความเป็นตัวเองจึงได้รับความสนใจจากผู้ชม นอกจากนี้ ยังได้รับการติดตามในสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก อาทิ เพจเฟซบุ๊ก "อนุวัต จัดให้" ที่มีผู้ติดตามกว่า 1 ล้านคน (ข้อมูล ณ มกราคม 2563) หรือล่าสุดคุณนุ่ม ได้ทำยูทูปในชื่อช่อง "อนุวัต จัดให้" เป็นการลงคลิปวิดีโอที่ไม่ได้ออกอากาศผ่านหน้าจอช่อง 7 ก็มีผู้ติดตามแล้วกว่า 9 หมื่นคน (ข้อมูล ณ มกราคม 2563)

2. จตุรงค์ สุขเอียด ผู้สื่อข่าวแนวสืบสวนสอบสวนรายการข่าว 3 มิติ ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 คุณจตุรงค์มีชื่อเสียงทางหน้าจอกับรายการในอดีต คือรายการ "ถอดรหัส" รายการ "ห้องสืบสวนหมายเลข 9" รายการ "ตรงจุดเกิดเหตุ" ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณจตุรงค์เป็นผู้สื่อข่าวคนแรกๆ ที่ใช้ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพลงพื้นที่หาข้อมูลและหลักฐานต่างๆ เพื่อทวงความยุติธรรมและเปิดโปงคดีต่างๆ อย่างเช่น คดีตายายเก็บเห็ดที่ถูกดำเนินคดี

ลักลอบตัดไม้ คดีหญิงไก่แจ้ความซ้อหลักทรัพย์กว่า 10 ล้าน น.ส. ประภาวรรณ ไจกล้า หรือน้อง ก้อยลูกจ้างสาว จนเปิดโปงพฤติกรรมนายจ้างให้สังคมรับรู้ และอีกหลายคดีที่เป็นข่าว ที่คุณจตุรงค์ ช่วยร้อยคดีจนเหยื่อได้รับการพิสูจน์ในกระบวนการยุติธรรม

3. ปอเป็ยะ กาลเวลา เสาร์เรื่อน ผู้สื่อข่าวของช่องเวิร์คพอยท์ ผู้วิจัยสนใจศึกษา เนื่องจากคุณปอเป็ยะมีบุคลิกที่เป็นผู้สื่อข่าวที่กล้าหยิบคำถามของผู้ชมไปถามแหล่งข่าวตรงๆ เมื่อ ครั้งเลือกตั้งปี 2562 จนกลายเป็นกระแสให้ถูกพูดถึงในโซเชียลมีเดียและรูปแบบการทำงาน การลงพื้นที่แบบเข้าถึงก็ถูกพูดถึงอีกครั้งกับข่าว “ปอเป็ยะ ลงหลุม” การลงหลุมลึกเพื่อนำเสนอ ข่าวช่วยชาวบ้าน ซึ่งก็ถูกใจผู้ชมในโซเชียลอีกครั้ง ปัจจุบัน ปอเป็ยะ กาลเวลา มีผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก กว่า 4 หมื่นคน (ข้อมูล ณ มกราคม 2563)

4. เบญจพจน์ ทิพย์กมลแสง ผู้สื่อข่าวช่องไทยพีบีเอส ที่มีความโดดเด่นบนหน้าจอของ ช่องจากการทำข่าว 13 หมูป่าติดถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจาก คุณเบญจพจน์ เป็นผู้สื่อข่าวที่ได้รับมอบหมายให้รายงานข่าวใหญ่ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความที่เป็นคน จับประเด็นได้ค่อนข้างไว รายงานข่าวมีมุมมองและข้อมูล

5. ชญุตร์ มุกดาหาร ผู้สื่อข่าวสายสังคม-อาชญากรรม สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 รายงานข่าวนอกสถานที่ในสถานการณ์ต่างๆ ของช่อง 3 และยังได้รับหน้าที่เป็นผู้ประกาศข่าวสั้น Flash News ช่อง 3HD ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณชญุตร์ มีบุคลิกการรายงานที่สรุปประเด็น ค่อนข้างไว มีรูปแบบการรายงานที่น่าสนใจ

3. บรรณาธิการข่าว โปรดิวเซอร์ (Producer) สถานีโทรทัศน์ และบุคคลใน สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย 5 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างไว้ คือ มีประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งบรรณาธิการข่าว หรือ โปรดิวเซอร์รายการข่าวในสถานีโทรทัศน์ ไม่ต่ำกว่า 5 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เห็นการเปลี่ยนแปลงของสื่อสารมวลชนที่ปัจจุบันมีสื่อโซเชียล เข้ามามีบทบาทมากขึ้นและเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนในวางตัวบุคคลที่เป็นผู้ประกาศข่าว ผู้ดำเนิน รายการข่าว หรือผู้สื่อข่าว ที่จะเป็นผู้นำเสนอข่าวให้สอดคล้องกับรูปแบบของแต่ละรายการที่ทาง สถานีได้กำหนดขึ้น ส่วนบุคคลในสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยต้องมีคุณสมบัติ คือ ดำรง ตำแหน่งในสมาคมไม่ต่ำกว่า 1 ปีซึ่งนักวิชาชีพที่ผู้วิจัยเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 คน ประกอบด้วย

1. จิรโรจน์ จิตรพัฒนานันท์ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายข่าวช่อง 7HD ผู้วิจัยสนใจศึกษา เนื่องจากคุณจิรโรจน์ เป็นผู้บริหารที่ดูแลภาพรวมของฝ่ายข่าวช่อง 7HD และเป็นผู้ที่รับผิดชอบ ดูแลรายการ “สนามข่าว 7 สี” ที่มีเรตติ้งสูงติดอันดับ 1 ใน 10 ของกลุ่มรายการข่าวเช้า

โดยคุณจิโรจน์จะดูแลตั้งแต่การเลือกผู้ดำเนินการที่เน้นผู้ประกาศข่าวที่เคยเป็นผู้สื่อข่าวลงพื้นที่ ทำข่าวภาคสนามมาแล้วเพื่อมีความรู้รอบตัว การเลือกประเด็นเนื้อหาหรือวางตัวผู้สื่อข่าวให้ทำข่าวและหาประเด็นที่จะมาใช้ในรายการ รวมถึงรูปแบบการออกอากาศของรายการด้วย

2. ชยธร ธนวรเจต ผู้อำนวยการอาวุโสเนชั่นทีวี ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณชยธรทำงานอยู่เนชั่นทีวีมากกว่า 10 ปี ดูแลฝ่ายข่าวของเนชั่นทีวี และอยู่ในวงการข่าวตั้งแต่ก่อนช่วงก่อนจะมีทีวีดิจิทัล และการเข้ามาของสื่อโซเชียล ทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงและการต้องปรับตัวขององค์กรข่าวในยุคปัจจุบันท่ามกลางการแข่งขันที่มากขึ้นด้วย

3. บรรจง ชีวมงคลกานต์ รองผู้อำนวยการฝ่ายข่าวเวิร์คพอยท์ ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณบรรจง ค่อนข้างมีบทบาทในกองบรรณาธิการข่าวเพราะเป็นผู้ต้องดูแลและร่วมวางประเด็นให้นักข่าวออกไปทำข่าวประจำวัน และยังใช้โซเชียลในการเจาะประเด็นข่าวและเปิดประเด็นข่าวในสังคมบ่อยครั้งกับเพจเฟซบุ๊ก "บรรจงชงข่าว" ซึ่งทำให้รายการข่าวของสถานีเวิร์คพอยท์เริ่มได้รับความสนใจจากผู้ชมมากขึ้น

4. สุพรรณษา เมฆลาย โปรดิวเซอร์รายการจัดชุดทุกความจริง ข่าววันศุกร์ช่อง ONE 31 ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากรายการ จัดชุดทุกความจริง ทางช่อง ONE 31 เป็นรายการที่ได้รับความสนใจจากผู้ชมค่อนข้างมากเพราะรูปแบบการนำเสนอค่อนข้างแตกต่างจากรายการทั่วไป ซึ่งส่วนหนึ่งที่รายการประสบความสำเร็จได้ นอกจากความรู้ความสามารถของผู้ดำเนินรายการคือ คุณจิต ธิมะ กาญจนไพริน แล้วคุณสุพรรณษาคือผู้อยู่เบื้องหลังรายการที่ควบคุมการผลิตโดยร่วมกับ คุณจิต คิดประเด็นข่าวที่จะออกอากาศและเลือกรูปแบบการนำเสนอในแต่ละวันว่าจะเป็นรูปแบบไหนทันกระแสสังคมได้อย่างไรและเมื่อรายการจบแล้วต้องต่อยักำภาพลักษณ์ของรายการและผู้ประกาศข่าวอย่างไรบ้าง

5. ศักดา จิวิธยาภูถ การกรรมการสมาคมสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไทยปี 2562 ผู้วิจัยสนใจศึกษาเนื่องจากคุณศักดาดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการสมาคมสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไทยในปี 2562 ซึ่งเป็นปีล่าสุด โดยคณะกรรมการสมาคมจะได้รับคัดเลือกมาจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งกรรมการสมาคมจะมีหน้าที่กำกับดูแลและช่วยเหลือสื่อวิทยุโทรทัศน์ทุกช่อง

4. นักวิชาการด้านการสร้างแบรนด์ 5 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างโดยมีคุณสมบัติในข้อใดข้อหนึ่ง คือ 1. นักวิชาการที่มีประวัติและงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ 2. เป็นผู้สอนในระดับมหาวิทยาลัยในวิชาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์และ 3. มีงานเขียนเป็นหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ ซึ่งนักวิชาการที่ผู้วิจัยเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 คน ประกอบด้วย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ปัจจุบันเป็นอาจารย์สอนด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารการตลาดของสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่ง

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอภาส กิจกำแหง คณบดีคณะบริหารธุรกิจวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม นอกจากนี้ปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอภาส ยังเป็นอาจารย์พิเศษระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอกในสถาบันอุดมศึกษามากมาย นอกจากนี้ยังได้รับเชิญบรรยายในหัวข้อต่างๆ มากมาย อาทิ การตลาด การสร้างทีม ภาวะผู้นำ การพัฒนาบุคลากร และการพูดในที่สาธารณะ

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชอุณห เตชะคนา นักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาดและการสร้างแบรนด์ ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า สอนเกี่ยวกับการตลาด การสื่อสารการตลาด การสร้างแบรนด์และการวางแผนสื่อ

4. ดร.จิรา กฤตยพงษ์ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งดร.จิราเป็นอาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ สอนรายวิชาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์และการวางแผนสื่อ การตลาดและการจัดการการตลาด

5. ดร.นเรศ ล้วนไพรินทร์ ที่ปรึกษาด้านพัฒนาภาวะผู้นำ ที่ปรึกษาอาวุโสผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาภาวะผู้นำและเป็นอาจารย์พิเศษฝึกอบรมสัมมนาเกี่ยวกับการพัฒนาภาวะผู้นำให้กับองค์กรชั้นนำต่างๆ มากมาย ล่าสุดรับรางวัลพระราชทาน “เทพทอง” สาขานักวิทยุโทรทัศน์ดีเด่น และรางวัล “ระฆังทอง” ประเภทนักบริหารองค์กรดีเด่น นอกจากนี้ ดร.นเรศ ยังเป็นอาจารย์สอนด้านนิเทศศาสตร์ การสื่อสาร การสร้างแบรนด์ ให้กับสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งด้วย

5. ผู้ชมที่ติดตามผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จ 10 คน ผู้วิจัยได้เข้าไปฝังตัวเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของผู้ชมที่ติดตามและชื่นชอบผู้นำเสนอข่าว ในเพจเฟซบุ๊กของช่องข่าว และติดต่อขอสัมภาษณ์ ซึ่งผู้ชมที่ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลนั้นจะเลือกผู้ชมที่ได้สัญลักษณ์ “แฟนตัวยง” ของเพจข่าว โดยการเป็นแฟนตัวยง (Top Fan) ของเพจข่าวนั้น เป็นฟีดเจอร์ของเฟซบุ๊กที่เกิดจากผู้ชมได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับเพจข่าว ทั้งการกดถูกใจ การแชร์ หรือการแสดงความคิดเห็นด้วยความถี่ เมื่อถึงจำนวนที่เฟซบุ๊กกำหนดบุคคลนั้นก็จะได้รับสัญลักษณ์ “แฟนตัวยง” เนื้อหาที่ใช้ในเฟซบุ๊กของผู้ชม สัญลักษณ์แฟนตัวยงจึงสามารถบ่งบอกได้ถึงความสนใจติดตามข่าวสารติดตามผู้นำเสนอข่าว รวมถึงความถี่ในการเข้าไปมีส่วนร่วมกับข่าวของผู้ชม ทั้งนี้รายชื่อของผู้ชม ผู้วิจัยได้สรุปไว้ในตารางดังต่อไปนี้

ตารางประกอบที่ 3.1 รายชื่อผู้ชมที่ติดตามผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จ

รายชื่อผู้ชมที่ติดตาม	ชื่อเพชบุ๊กที่ใช้ติดตาม	วันที่ตั้งมภาษณ์
1. สุณัฒน์ ณ รังสี	เพ ชอน	1 ตุลาคม 2562
2. จุฑาทิป ธรรมสุวรรณ	Jutatip Thamsuwan	15 ตุลาคม 2562
3. พรทิพย์ ชำนาญกิจจา	PonntipMaam ThongjumratKhun	1 ตุลาคม 2562
4. สุพิตรา เหลลาประเสริฐศักดิ์	คุณอ้อ จ๋า	10 ตุลาคม 2562
5. กวิตา เสนาะสำเนียง	Kawita Sanaosamniang	15 ตุลาคม 2562
6. ปรางคณิต บุญผะ	Prangkanit Boonphoey	30 ตุลาคม 2562
7. ไกรสร มานะกล้า	Kriyosorn Manakla	7 พฤศจิกายน 2562
8. อัม ศรีสุข	Aum Srisuk	8 พฤศจิกายน 2562
9. ศตายุ เรืองสีสำราญ	Pon Satayu	1 พฤศจิกายน 2562
10. ปาริชาติ แจ้งโรจน์	Pop Parichart	30 ตุลาคม 2562

4. เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลการผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยใช้คำถามแบบปลายเปิด (Open-end question) ซึ่งมีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยและมีการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องด้วย ส่วนข้อมูลทุติยภูมิเป็นการศึกษาจากเอกสารตำราวิชาการและเว็บไซต์ต่างๆ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวทางในการวิเคราะห์แต่ละประเด็นและสรุปผลการวิจัย ซึ่งมีแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ 4 ชุด ดังนี้ 1. ชุดคำถามสำหรับผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จในสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์บุคคล และการสื่อสารแบรนด์บุคคล 2. ชุดคำถามสำหรับ บรรณาธิการข่าว โปรดิวเซอร์ (Producer) สถานีโทรทัศน์ และบุคคลในสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์บุคคลและการสื่อสารแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าว 3. ชุดคำถามสำหรับนักวิชาการในการสร้างแบรนด์บุคคล เกี่ยวกับความสำคัญในการสร้างแบรนด์บุคคลและการสื่อสารแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าว 4. ชุดคำถามสำหรับผู้ชมที่ติดตามผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จทางสื่อโทรทัศน์ เกี่ยวกับทัศนคติและการติดตามผู้นำเสนอข่าว

5. การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยจะเขียนรายงานผลข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) รายงานนี้ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาร่วมวิเคราะห์คำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง

1. การตีความข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกาศข่าว ผู้สื่อข่าวภาคสนาม บรรณาธิการข่าว โปรดิวเซอร์ (Producer) สถานีโทรทัศน์ บุคคลในสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ และ ผู้ชมที่ติดตามผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จ โดยหลังเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลตามถ้อยคำของผู้ให้สัมภาษณ์ด้วยวิธีการถอดเทปและจดบันทึกและนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดรวบรวมเป็นข้อมูลรายงานของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน

2. การเปรียบเทียบข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาเปรียบเทียบกันเพื่อให้เกิดความชัดเจนในแต่ละประเด็นและความเห็นโดยจะไม่มี การปรับแต่งข้อมูลใดๆ ทั้งสิ้นแต่มีการสรุปข้อมูลบางส่วนเพื่อเป็นการลดทอนข้อมูล จากนั้นจึงจะนำข้อมูลมาจัดกลุ่มย่อยตามประเด็น ส่วนข้อมูลที่นอกเหนือออกไปก็จะแยกไว้อีกส่วนหนึ่งซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว จะนำผลมาเรียบเรียงถึงความคล้ายและความต่างเป็นพรรณนา