

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่ : กรณีศึกษามณฑลไต้หวัน” ครั้งนี้ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed methods approach : qualitative and quantitative research design) เพื่อศึกษาถึงคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของพิธีกรในยุคของสื่อใหม่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	แนวคิด/ทฤษฎี	แหล่งข้อมูล	วิธีการเก็บข้อมูล
1. เพื่อศึกษาคุณสมบัติของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่	วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	- แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพิธีกร - การหลอมรวมสื่อ - การสื่อสารและการปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม	ผู้ดำเนินรายการระดับมณฑล, ระดับเมือง, และผู้ดำเนินรายการอิสระบนสื่อใหม่	การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แนวคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide)
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่ ตามความต้องการของผู้ชม	วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	- แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ - คุณลักษณะพิธีกรที่พึงประสงค์	กลุ่มประชากรผู้ชมในมณฑลไต้หวัน	แบบสอบถาม (Questionnaire)

จากตารางที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยออกแบบเพื่อศึกษาคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่ โดยแบ่งเป็นสองวัตถุประสงค์หลัก วัตถุประสงค์ที่ 1 คือ การศึกษาคุณสมบัติของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่ การวิจัยในส่วนนี้ใช้ วิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อาศัย แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึง

ประสงค์ของพิธีกร การหลอมรวมสื่อ และการสื่อสารและการปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม เป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ ข้อมูลถูกเก็บจาก ผู้ดำเนินรายการระดับมณฑล ระดับเมือง และผู้ดำเนินรายการอิสระบนสื่อใหม่ ผ่าน การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้ แนวคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านคุณสมบัติและทักษะที่จำเป็น รวมถึงความท้าทายและแนวโน้มในอนาคตของอาชีพพิธีกร และ **วัตถุประสงค์ที่ 2** คือ การศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพิธีกรตามความต้องการของผู้ชม การวิจัยในส่วนนี้ใช้ วิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอาศัย แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่และคุณลักษณะพิธีกรที่พึงประสงค์ เป็นกรอบการวิเคราะห์ ข้อมูลถูกเก็บจาก กลุ่มประชากรผู้ชมในมณฑลไต้หวัน ผ่าน แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งออกแบบให้ครอบคลุมคุณสมบัติสำคัญของพิธีกร 7 ด้าน ได้แก่ ทักษะการสื่อสารหลากหลายมิติ, บุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือและเป็นมิตร, ทักษะการใช้เทคโนโลยีและสื่อใหม่, ความเชี่ยวชาญด้านการสร้างคอนเทนต์, ความรู้รอบตัวและทันสมัย, การปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม และจรรยาบรรณวิชาชีพ การบูรณาการระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณนี้ ทำให้สามารถสรุปภาพรวมของคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของพิธีกรได้อย่างชัดเจนและครอบคลุม ทั้งจากมุมมองของผู้ปฏิบัติงานและความต้องการของผู้ชมในมณฑลไต้หวัน

3.1 การศึกษาและวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อศึกษาคุณสมบัติของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ดำเนินรายการ เพื่อทำความเข้าใจถึงคุณสมบัติที่จำเป็นจากมุมมองของผู้ปฏิบัติงานโดยตรง

3.1.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญออกเป็น 3 ชั้น ได้แก่ ผู้ดำเนินรายการระดับมณฑล ผู้ดำเนินรายการระดับเมือง และผู้ดำเนินรายการอิสระบนสื่อใหม่ โดยประกอบไปด้วย

1. กลุ่มผู้ดำเนินรายการระดับมณฑล

1.1 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 พิธีกรรายการข่าวภาคค่ำช่องโทรทัศน์มณฑลไต้หวัน มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปีในสื่อโทรทัศน์ และเริ่มปรับตัวเข้าสู่การผลิตเนื้อหาบนแพลตฟอร์มสื่อใหม่อย่างจริงจัง

1.2 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 พิธีกรรายการวาไรตี้ช่องวิทยุ มณฑลไต้หวัน มีความเชี่ยวชาญในการสร้างความบันเทิงและการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังผ่านช่องทางวิทยุ และนำรูปแบบการสื่อสารนี้มาประยุกต์ใช้บนสื่อใหม่

1.3 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 ผู้ดำเนินรายการสารคดีออนไลน์ของโทรทัศน์มณฑลไต้หวัน เชี่ยวชาญในการเล่าเรื่องเชิงลึกและใช้เทคนิคการผลิตวิดีโอคุณภาพสูงเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่จริงจังบนแพลตฟอร์มออนไลน์

2. กลุ่มผู้ดำเนินรายการระดับเมือง

2.1 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 พิธีกรรายการข่าวท้องถิ่นช่องโทรทัศน์เมืองไท่เป๋อ มีประสบการณ์การรายงานข่าวในพื้นที่และเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ชมท้องถิ่น และใช้สื่อใหม่เพื่อเข้าถึงชุมชนและรายงานข่าวอย่างรวดเร็ว

2.2 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 พิจารณารายการวิทยุเพลงช่องวิทยุเมืองให้ใจ มีประสบการณ์การทำงานประมาณ 5 ปี เน้นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ฟังวัยรุ่น และใช้ Douyin หรือ WeChat เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารกับแฟนคลับ

2.3 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 ผู้ดำเนินรายการสาระความรู้ทางช่องโทรทัศน์เมืองชานย่า เน้นการผลิตเนื้อหาที่ให้ความรู้ในด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่น และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อขยายฐานผู้ชมให้กว้างขึ้น

3. กลุ่มดำเนินรายการอิสระบนสื่อใหม่

3.1 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 ผู้ดำเนินรายการผ่านช่องทางออนไลน์ Douyin และ Xiaohongshu เป็นผู้ดำเนินรายการอิสระที่เน้นการสร้างคอนเทนต์เกี่ยวกับไลฟ์สไตล์และการท่องเที่ยวในมณฑลไห่หนาน มีผู้ติดตามจำนวนมากและใช้เทคนิคการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม

3.2 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 ผู้ดำเนินรายการพอดแคสต์ (Podcast) อิสระผ่านแพลตฟอร์ม Himalaya ของประเทศจีน มีความเชี่ยวชาญในการสร้างเนื้อหาเชิงสนทนาและการเล่าเรื่องด้วยเสียง มีฐานผู้ฟังเฉพาะกลุ่มที่เหนียวแน่น และใช้ช่องทางสื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์เนื้อหา

3.3 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 ผู้ดำเนินเนื้อหาผ่านวิดีโอ Vlogger อิสระนำเสนอชีวิตประจำวันหรือการเดินทางในไห่หนาน มีความสามารถในการติดต่อและใช้เทคนิคการผลิตคอนเทนต์ให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย

3.1.2 ขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นตอนในการสัมภาษณ์เชิงลึกมีขั้นตอนและรายละเอียด ดังนี้

1. กำหนดผู้ให้ข้อมูลตามหัวข้อและวัตถุประสงค์การวิจัย
2. จัดทำแนวคำถามเพื่อเป็นแนวทางในการเก็บข้อมูล ซึ่งรวมถึงวัตถุประสงค์คำถาม วิธีการ และระยะเวลา
3. ปรับปรุงคำถามให้สอดคล้องกับหัวข้อการวิจัยและเป็นไปตามหลักจริยธรรมโดยอาศัยความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ
4. ดำเนินการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวหรือผ่านวิดีโอออนไลน์
5. รวบรวม จัดระเบียบและสรุปข้อมูล

3.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้ใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อทำความเข้าใจถึงคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่อย่างลึกซึ้ง โดยผู้วิจัยได้จัดทำ แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ (Semi-structured Interview Guide) โดยอิงจากกรอบแนวคิดเรื่องคุณสมบัติพิธีกรในยุคดิจิทัล และแบ่งแนวคำถามออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1. ด้านคุณสมบัติการเป็นพิธีกรในยุคสื่อใหม่ โดยมีการตั้งคำถามเกี่ยวกับคุณสมบัติและทักษะที่จำเป็นใน 7 ด้าน ได้แก่ ทักษะการสื่อสารหลากหลายมิติ บุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือและเป็นมิตร ทักษะการใช้เทคโนโลยีและสื่อใหม่ ความเชี่ยวชาญด้านการสร้างคอนเทนต์ ความรู้รอบตัวและทันสมัย การปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

2. ด้านความท้าทายและมุมมองในอนาคต โดยเป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และแนวโน้มในอนาคตของอาชีพพิธีกรในยุคสื่อใหม่

3.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะเริ่มจากการส่งจดหมายขอความร่วมมือไปยังสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุของผู้ให้สัมภาษณ์ จากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวหรือผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น WeChat แล้วจึงจัดทำรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.1.5 การนำเสนอข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจะถูกนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและนำเสนอโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปและอธิบายคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับพิธีกรในยุคสื่อใหม่ตามมุมมองของผู้ปฏิบัติงานจริง

3.2 การศึกษาและวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้กลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ชมในมณฑลไต้หวันเป็นกลุ่มวิจัยหลัก ผู้วิจัยจะทำการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) และนำข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อทำความเข้าใจถึงแนวโน้มและความต้องการที่ชัดเจนของผู้ชมที่มีต่อคุณสมบัติของพิธีกรในยุคดิจิทัล

3.2.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) กำหนดประชากร (Population) ในกลุ่มประชากรในการศึกษานี้

2) การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ

โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 ตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม
N แทน จำนวนหน่วยประชากรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด
e แทน ระดับความคาดเคลื่อนของการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ระดับ
เมื่อแทนค่าตามสูตร

$$n = \frac{10,081,232}{1 + 10,081,232 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{10,081,232}{1 + 10,081,232 (0.0025)^2}$$

$$n = 399.98$$

$$n = 400.00$$

ดังนั้นในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างไว้ ไม่น้อยกว่า 400 คน

3) วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นไปได้

ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ชมที่ติดตามรายการของผู้ดำเนินรายการวิทยุและโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มสื่อใหม่ในมณฑลไต้หวัน เพื่อให้มั่นใจว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้เป็นผู้ที่มีคุณลักษณะตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และมีส่วนร่วมในระบบนิเวศของสื่อใหม่อย่างแท้จริง

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่ ตามความต้องการของผู้ชม โดยแบบสอบถามนี้ถูกออกแบบมาอย่างเป็นระบบและแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ อาชีพ และพฤติกรรมการรับชมสื่อใหม่ของผู้ชม ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยในการจำแนกกลุ่มเป้าหมายและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกได้อย่างแม่นยำ

2. ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพิธีกรในยุคสื่อใหม่: เป็นคำถามหลักของการวิจัย ซึ่งถูกออกแบบให้ครอบคลุมคุณสมบัติที่สำคัญ 7 ด้าน ได้แก่ ทักษะการสื่อสารหลากหลายมิติ บุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือและเป็นมิตร ทักษะการใช้เทคโนโลยีและสื่อใหม่ ความเชี่ยวชาญด้านการสร้างคอนเทนต์ ความรู้รอบตัวและทันสมัย การปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม และจรรยาบรรณและความรับผิดชอบ โดยคำถามแต่ละด้านประกอบด้วยข้อคำถามย่อยจำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราวัดประเมินค่า ใช้ชนิดมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เมื่อสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์การวิจัยแล้ว จำเป็นต้องนำเครื่องมือไปตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้แน่ใจว่าแบบสอบถามมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง โดยขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประกอบด้วย การหาความตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ตามขั้นตอนดังนี้

1. การหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานิติศาสตร์ สื่อสารมวลชน หรือด้านการวิจัย ตรวจสอบเพื่อพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมของ ภาษา และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากได้รับข้อเสนอแนะแล้ว จะนำไป ปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. การหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC - Item Objective Congruence)

ผู้วิจัยจะทำการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 3 ท่านพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์การ วิจัย โดยทำการคำนวณ ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC - Item Objective Congruence) โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum r}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
		$\sum r$	แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
		N	แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

+1	ข้อคำถามวัดได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย
0	ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย
-1	ข้อคำถามวัดไม่ได้ เพราะไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

การเลือกข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัยด้วยค่า IOC โดยใช้เกณฑ์ค่ามากกว่า หรือเทียบเท่า 0.5 สำหรับค่าที่น้อยกว่า 0.5 นำมาปรับปรุงตามหรือตัดออกไปตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3. การหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) หลังจากที่ได้แก้ไขแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จะนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง (Pilot Test) จำนวน 30 คนในพื้นที่ใกล้เคียง จากนั้น จึงนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม ขั้นตอนนี้จะคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha (α) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้ยืนยัน ความสอดคล้องภายในของมาตรวัด โดยเกณฑ์ที่ยอมรับได้คือค่า α ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป

4. ก่อนที่จะเริ่มเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะนำผลจากการทดสอบ ความน่าเชื่อถือมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงเครื่องมือให้มีคุณภาพสมบูรณ์ที่สุด

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อเครื่องมือวิจัยมีความพร้อมสมบูรณ์แล้ว จะดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ต่อไป