

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่ : กรณีศึกษามณฑลไต้หวัน” ครั้งนี้ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed methods approach : qualitative and quantitative research design) เพื่อทำความเข้าใจถึงคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของพิธีกรในยุคของสื่อใหม่ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณสามารถนำมาอภิปรายในประเด็นหลักตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาคุณสมบัติของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่

จากผลการวิจัยพบว่าคุณสมบัติของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเด็นสำคัญ

1) ทักษะการสื่อสาร (Communication Skills)

ผลการวิจัยยืนยันว่าทักษะการสื่อสาร ยังคงเป็นหัวใจหลักของการปฏิบัติงานด้านสื่อมวลชน แม้ว่าสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว นักสื่อสารจำเป็นต้องมีความสามารถในการใช้ภาษาอย่างถูกต้อง ชัดเจน และเหมาะสม ทั้งในมิติของการสื่อสารเชิงข้อมูลและเชิงอารมณ์ การเลือกใช้คำ รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการสื่อสารที่สอดคล้องกับลักษณะของสื่อและกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยให้สารที่ถ่ายทอดมีความเข้าใจง่าย ตรงประเด็น และสร้างอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ยังพบว่า ทักษะการสื่อสารในยุคดิจิทัลไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการสื่อสารแบบเผชิญหน้า แต่ครอบคลุมถึงการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ที่มีข้อจำกัดด้านเวลา พื้นที่ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม นักสื่อสารมวลชนจึงต้องปรับวิธีการใช้ภาษาและการนำเสนอให้เหมาะสมกับสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นความกระชับ รวดเร็ว และเข้าถึงง่าย ขณะเดียวกันก็ต้องรักษาความถูกต้องและคุณภาพของเนื้อหา

2) บุคลิกภาพและความน่าเชื่อถือ (Personality and Credibility)

บุคลิกภาพและความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อการยอมรับของสาธารณชน ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะให้ความเชื่อถือในสารจากผู้สื่อสารที่แสดงออกถึงความมั่นใจ ความจริงใจ และมีความเป็นมืออาชีพ การมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม เช่น การวางตัว สัมผัส ทำทางการสื่อสาร รวมทั้งการแสดงออกที่สอดคล้องกับเนื้อหาที่ถ่ายทอด ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ

ในบริบทของยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ความน่าเชื่อถือของนักสื่อสารจึงไม่เพียงแต่ขึ้นอยู่กับคุณภาพของเนื้อหา หากแต่ยังรวมถึงความต่อเนื่องในการรักษามาตรฐาน ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่และการยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับการยอมรับจากสาธารณชนอย่างยั่งยืน

3) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy and Technology Usage)

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเป็นสมรรถนะสำคัญที่นักสื่อสารมวลชนไม่สามารถละเลยได้ในปัจจุบัน การเข้าถึงและใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างคล่องแคล่ว รวมถึงการประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์และเครื่องมือดิจิทัลในการผลิตเนื้อหา ช่วยเพิ่มทั้งความเร็วและคุณภาพของงานสื่อสาร

ทักษะด้านนี้ครอบคลุมตั้งแต่การใช้เครื่องมือขั้นพื้นฐาน เช่น โปรแกรมจัดการข้อความ ภาพ และวิดีโอ ไปจนถึงการใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ระบบวิเคราะห์ข้อมูล (Analytics Tools) หรือการทำงานผ่านระบบคลาวด์ การมีทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจึงไม่เพียงเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน แต่ยังช่วยให้นักสื่อสารสามารถแข่งขันและปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมสื่อ

4) ความสามารถในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ (Content Creation Ability)

การวิจัยพบว่า ความสามารถในการสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณภาพและน่าสนใจเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร นักสื่อสารมวลชนในยุคปัจจุบันไม่เพียงต้องนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง แต่ยังต้องสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอที่มีความแปลกใหม่ ดึงดูด และสามารถสร้างอารมณ์ร่วมกับผู้รับสารได้

ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาครอบคลุมทั้งการใช้ภาษา ภาพ เสียง และมัลติมีเดียในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงความสามารถในการเล่าเรื่อง (Storytelling) อย่างมีชั้นเชิง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า นักสื่อสารที่สามารถผลิตคอนเทนต์ได้อย่างต่อเนื่องและมีคุณภาพสูง จะมีความได้เปรียบในการสร้างฐานผู้ติดตามและรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายในระยะยาว

5) ความรู้รอบตัวและการเรียนรู้ตลอดชีวิต (General Knowledge and Lifelong Learning)

ผลการศึกษาชี้ว่า นักสื่อสารมวลชนจำเป็นต้องมีความรู้รอบตัวที่กว้างขวางและทันสมัย เนื่องจากการทำงานในสายวิชาชีพนี้เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมที่หลากหลาย การมีความรู้รอบด้านจะช่วยให้สามารถวิเคราะห์และตีความข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนเพิ่มความลึกซึ้งในการสื่อสาร

นอกจากนี้ แนวคิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ถือเป็นสมรรถนะที่ขาดไม่ได้ เนื่องจากโลกยุคดิจิทัลเต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นักสื่อสารต้องมีทัศนคติที่เปิดกว้างต่อการเรียนรู้ และพร้อมที่จะปรับตัวต่อเทคโนโลยีหรือรูปแบบสื่อใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถสร้างผลงานที่มีความทันสมัยและตอบสนองความต้องการของสังคมได้

6) การจัดการเวลาและการทำงานภายใต้แรงกดดัน (Time Management and Stress Handling)

การจัดการเวลาเป็นสมรรถนะสำคัญของนักสื่อสาร เนื่องจากลักษณะงานสื่อมวลชนมักต้องดำเนินไปภายใต้ข้อจำกัดของเวลาและความเร่งด่วน การสามารถจัดลำดับความสำคัญของงานวางแผนอย่างมีระบบ และปรับตัวต่อสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งที่ช่วยให้เนื้อหาถูกนำเสนออย่างทันเหตุการณ์

ขณะเดียวกัน ความสามารถในการทำงานภายใต้แรงกดดันก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากการทำงานด้านสื่อมวลชนมักเกี่ยวข้องกับข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และความคาดหวังจากสังคมที่มีต่อความถูกต้องและความรวดเร็ว การมีทักษะในการรับมือกับความเครียดและแรงกดดันจึงช่วยให้นักสื่อสารสามารถรักษาประสิทธิภาพในการทำงานและคุณภาพของผลงานได้อย่างสม่ำเสมอ

7) จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม (Ethics and Social Responsibility)

งานวิจัยพบว่า จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นรากฐานที่สำคัญที่สุดของการสื่อสารมวลชนในทุกยุคสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเนื้อหาจึงมีผลกระทบอย่างยิ่งต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสังคม

นักสื่อสารจำเป็นต้องตระหนักถึงผลลัพธ์ของการสื่อสารต่อผู้รับสารและสังคมโดยรวม การรักษายุทธยาบรรณในการนำเสนอข่าวสาร เช่น การตรวจสอบข้อเท็จจริง การหลีกเลี่ยงการบิดเบือนข้อมูล การเคารพสิทธิส่วนบุคคล และการให้เกียรติความแตกต่างทางวัฒนธรรม ถือเป็นสมรรถนะที่ช่วยสร้างมาตรฐานและความยั่งยืนให้กับวิชาชีพสื่อสารมวลชน

8) การทำงานร่วมกับผู้อื่นและการทำงานเป็นทีม (Collaboration and Teamwork)

การทำงานด้านสื่อมวลชนในยุคดิจิทัลไม่สามารถดำเนินไปได้เพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคลากรหลายฝ่าย เช่น นักเขียน บรรณาธิการ ช่างภาพ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี การมีทักษะการทำงานเป็นทีม การประสานงาน และการสื่อสารภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นสิ่งจำเป็น

ความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางวิชาชีพ การมีทัศนคติที่เปิดกว้างต่อความคิดเห็นที่แตกต่าง และการมีทักษะในการแก้ไขความขัดแย้ง จะช่วยให้การทำงานร่วมกันมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งยังส่งผลต่อคุณภาพของเนื้อหาและความสำเร็จของกระบวนการผลิตสื่อในภาพรวม

จากผลการวิจัยทั้งหมด สามารถสรุปได้ว่า สมรรถนะที่จำเป็นของนักสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัลประกอบด้วย 8 ด้านสำคัญ ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร บุคลิกภาพและความน่าเชื่อถือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความสามารถในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ ความรู้รอบตัวและการเรียนรู้ตลอดชีวิต การจัดการเวลาและการทำงานภายใต้แรงกดดัน จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำงานร่วมกับผู้อื่นและการทำงานเป็นทีม

การเป็นนักสื่อสารมวลชนที่มีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัลมิใช่เพียงการมีทักษะเชิงเทคนิค แต่ต้องอาศัยความพร้อมทั้งด้านทักษะ บุคลิกภาพ คุณธรรม และการทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการ เพื่อให้การสื่อสารสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมดิจิทัลได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่ตามความต้องการของผู้ชม

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพิธีกรในยุคสื่อใหม่อยู่ในระดับสูงทุกด้าน โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

1) ด้านจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคม (ค่าเฉลี่ยรวม = 4.38) ได้รับคะแนนสูงที่สุดในทุกด้าน แสดงให้เห็นว่าผู้ชมให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะการนำเสนอข้อมูลอย่างรอบคอบและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.45) การไม่ใช้สื่อสร้างความเสียหายต่อบุคคลหรือสังคม และการเคารพสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.43) สิ่งนี้สะท้อนว่าแม้สื่อใหม่จะเปิดโอกาสให้พิธีกรนำเสนอเนื้อหาได้อย่างอิสระ แต่ผู้ชมยังคงคาดหวังให้พิธีกรยึดมั่นในมาตรฐานวิชาชีพและรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสื่อสาร

2) ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม (ค่าเฉลี่ยรวม = 4.30) อยู่ในลำดับรองลงมา ผู้ชมให้ความสำคัญกับความสามารถของพิธีกรในการสร้างการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะการรับฟังความคิดเห็นและตอบสนองต่อผู้ชมอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.37) รวมทั้งการสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรและการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับแฟนรายการ สิ่งนี้สะท้อนว่าผู้ชมยุคสื่อใหม่ไม่ได้ต้องการการสื่อสารทางเดียว หากแต่คาดหวังถึงการสื่อสารสองทางที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมและรู้สึกใกล้ชิดกับพิธีกรมากขึ้น

3) ด้านความเชี่ยวชาญในการสร้างคอนเทนต์ (ค่าเฉลี่ยรวม = 4.27) อยู่ในระดับสูงมากเช่นกัน โดยประเด็นที่ได้คะแนนสูงสุดคือ ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 4.37) และความสามารถในการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ผลลัพธ์นี้แสดงให้เห็นว่าผู้ชมคาดหวังให้พิธีกรไม่เพียงทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลเท่านั้น แต่ยังต้องเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาที่ดึงดูดและสามารถเชื่อมโยงสาระเข้ากับความบันเทิงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) ด้านทักษะการสื่อสารหลากหลายมิติ (ค่าเฉลี่ยรวม = 4.25) กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าพิธีกรมีความสามารถในการปรับสไตล์การสื่อสารตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.38) และสามารถพูดอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.28) สิ่งนี้สะท้อนว่าผู้ชมให้คุณค่ากับความยืดหยุ่นและความสามารถในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในหลายมิติ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของรายการและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

5) ด้านความรู้รอบตัวและความทันสมัย (ค่าเฉลี่ยรวม = 4.21) ผู้ชมคาดหวังให้พิธีกรติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และมีความเข้าใจต่อประเด็นทางสังคมและวัฒนธรรมรอบตัว (ค่าเฉลี่ย 4.27) สิ่งนี้สะท้อนว่าผู้ชมต้องการพิธีกรที่มีความรอบรู้ ทันสมัย และสามารถเชื่อมโยงข้อมูลให้เกิดประโยชน์ต่อการรับรู้ของผู้ชมได้

6) ด้านบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือและเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ยรวม = 4.20) อยู่ในระดับสูง โดยผู้ชมเห็นว่าบุคลิกภาพที่สุภาพและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รวมถึงความเป็นมิตรและเข้าถึงง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.24) เป็นคุณลักษณะที่สำคัญของพิธีกร อย่างไรก็ตาม ประเด็นเรื่องการแต่งกายให้เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของรายการได้คะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดในด้านนี้ (4.13) ซึ่งอาจสะท้อนว่าผู้ชมให้ความสำคัญกับทักษะและบุคลิกภาพภายในมากกว่าลักษณะภายนอก

7) ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีและสื่อใหม่ (ค่าเฉลี่ยรวม = 4.13) ได้คะแนนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น แม้จะยังคงอยู่ในระดับสูงก็ตาม โดยผู้ชมให้ความสำคัญกับการเข้าใจการใช้งานแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.26) และการใช้เครื่องมือถ่ายทอดสดหรืออัดรายการได้อย่างคล่องแคล่ว (ค่าเฉลี่ย 4.18) ในขณะที่ทักษะการแก้ไขปัญหาทางเทคนิคได้รับคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด (4.09) แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่ผู้ชมเห็นว่าสำคัญต่อการทำหน้าที่ของพิธีกร

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ชี้ให้เห็นว่า ผู้ชมให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะของพิธีกรในยุคสื่อใหม่ทั้งในด้านทักษะ ความรู้ บุคลิกภาพ การสร้างคอนเทนต์ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม และโดยเฉพาะด้านจรรยาบรรณและความรับผิดชอบ ซึ่งเป็นด้านที่ได้รับคะแนนสูงที่สุด โดยสะท้อนให้เห็นว่าผู้ชมในยุคดิจิทัลไม่ได้เพียงต้องการพิธีกรที่มีความสามารถทางเทคนิคหรือการนำเสนอที่น่าสนใจเท่านั้น แต่ยังคาดหวังถึงการเป็นผู้ที่มีคุณธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสามารถสร้างความไว้วางใจได้อย่างยั่งยืน

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ ได้แก่ (1) เพื่อศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นของนักสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล และ (2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพิธีกรวิทยุและโทรทัศน์ในยุคสื่อใหม่ตามความต้องการของผู้ชม ผลการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมีความสอดคล้องกันในหลายประเด็น และสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1) สมรรถนะและคุณลักษณะด้านการสื่อสาร

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างต่างเห็นตรงกันว่า ทักษะการสื่อสารหลากหลาย เป็นหัวใจของการทำหน้าที่พิธีกรในยุคดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาษาอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย หรือการปรับโทนการสื่อสารให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ผลนี้สอดคล้องกับแนวคิด Communication Competence Theory ของ Spitzberg และ Cupach (1984) ที่ชี้ว่าความสามารถในการสื่อสารต้องครอบคลุมทั้งด้านความถูกต้อง เหมาะสม และประสิทธิผล รวมถึงงานวิจัยของ จิตรา สุทธิสุข (2562) ที่พบว่าพิธีกรโทรทัศน์ที่มีการใช้ภาษาและทักษะการสื่อสารที่ยืดหยุ่นสามารถสร้างความผูกพันกับผู้ชมได้ดีกว่า

2) บุคลิกภาพและความน่าเชื่อถือ

ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณสะท้อนตรงกันว่า ผู้ชมคาดหวังพิธีกรที่มีบุคลิกภาพสุภาพ น่าเชื่อถือ และเป็นมิตร การวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับทฤษฎี Source Credibility Theory ของ Hovland et al. (1953) ที่อธิบายว่าความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารมีผลโดยตรงต่อการยอมรับสารของผู้รับสาร และตรงกับงานวิจัยของ สุพัตรา แสงแก้ว (2561) ที่ระบุว่าผู้ชมให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ โดยมองว่าเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ

3) ทักษะการใช้เทคโนโลยีและสื่อใหม่

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าพิธีกรควรมีทักษะในการใช้เครื่องมือดิจิทัล การถ่ายทอดสด และการเข้าใจแพลตฟอร์มออนไลน์ แม้ในเชิงปริมาณด้านนี้ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด แต่ก็ยังอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jenkins (2006) เกี่ยวกับ Convergence Culture ที่ชี้ว่าสื่อใหม่บังคับให้ผู้ปฏิบัติงานต้องเรียนรู้การผสมผสานระหว่างสื่อหลายประเภท และตรงกับงานของ ธนพงษ์ จันทรเรือง (2563) ที่พบว่านักสื่อสารรุ่นใหม่ที่สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเชี่ยวชาญ มีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่า

4) ความสามารถในการสร้างคอนเทนต์

การวิจัยทั้งสองวิธีพบตรงกันว่า ผู้ชมให้ความสำคัญกับ ความคิดสร้างสรรค์และการเล่าเรื่อง (Storytelling) ของพิธีกรมากที่สุด โดยเฉพาะความสามารถในการออกแบบและดัดแปลงเนื้อหาให้เหมาะสมกับแพลตฟอร์มต่าง ๆ ผลนี้สอดคล้องกับทฤษฎี Uses and Gratifications Theory ของ Katz, Blumler และ Gurevitch (1974) ที่อธิบายว่าผู้บริโภคสื่อเลือกสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจได้ และตรงกับงานวิจัยของ วิภาดา โกมลารชุน (2561) ที่พบว่าการเล่าเรื่องเชิงสร้างสรรค์ของพิธีกรช่วยเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชม

5) ความรู้รอบตัวและความทันสมัย

ผลการวิเคราะห์สะท้อนตรงกันว่า ผู้ชมคาดหวังให้พิธีกรมีความรู้รอบด้าน ทันต่อเหตุการณ์ และสามารถเชื่อมโยงประเด็นที่ซับซ้อนได้ ผลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ McQuail (2010) ที่ระบุว่าบทบาทของผู้สื่อสารมวลชนต้องทำหน้าที่เป็น gatekeeper ในการคัดเลือกและอธิบายข้อมูลให้ประชาชนเข้าใจง่ายขึ้น ตลอดจนตรงกับงานวิจัยในประเทศของ กนกพร ชัยวัฒน์ (2562) ที่ยืนยันว่าความรู้รอบตัวของผู้ดำเนินรายการเป็นปัจจัยหลักที่สร้างความน่าเชื่อถือ

6) การปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม

ผลจากแบบสอบถามที่ผู้ชมให้คะแนนด้านนี้ในระดับสูงมาก สอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ชี้ว่า พิธีกรควรสร้างความใกล้ชิดและเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วม โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มสื่อใหม่ ผลนี้สามารถเชื่อมโยงกับแนวคิด Two-way Symmetrical Model ของ Grunig และ Hunt (1984) ที่อธิบายการสื่อสารสองทางซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมและการปรับตัวระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

7) จรรยาบรรณและความรับผิดชอบ

ผลการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณตรงกันว่าผู้ชมให้ความสำคัญกับ จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อ พิธีกรมากที่สุด โดยเป็นด้านที่ได้รับคะแนนสูงที่สุดในแบบสอบถาม สอดคล้องกับทฤษฎี Social Responsibility Theory ของ Siebert, Peterson และ Schramm (1956) ที่เน้นว่าสื่อมวลชนมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคม และตรงกับงานวิจัยของ สมชาย พันธุ์พงศ์ (2560) ที่ชี้ว่าพิธีกรที่รักษาจรรยาบรรณวิชาชีพจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความยั่งยืนในการทำงาน

8) การเปรียบเทียบเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

เมื่อเปรียบเทียบผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ พบว่ามีความสอดคล้องกันอย่างมาก กล่าวคือ ประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพเน้นย้ำ เช่น ความสำคัญของจรรยาบรรณ การสร้างคอนเทนต์ที่สร้างสรรค์ และการสื่อสารอย่างยืดหยุ่น ล้วนได้รับการยืนยันจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้คะแนนเฉลี่ยในระดับสูงทุกด้าน

จากการอภิปรายผลสามารถสรุปได้ว่า คุณลักษณะและสมรรถนะของพิธีกรในยุคสื่อใหม่ต้องเป็น การบูรณาการทั้งด้านทักษะเชิงวิชาชีพ บุคลิกภาพ ความคิดสร้างสรรค์ การใช้เทคโนโลยี การสร้างปฏิสัมพันธ์ และการยึดมั่นในจรรยาบรรณ ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่ผ่านมา และสะท้อนถึงความต้องการของผู้ชมที่ต้องการพิธีกรซึ่งไม่เพียงเป็นผู้ถ่ายทอดสาร แต่ยังคงเป็นผู้สื่อสารเชิงสร้างสรรค์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

1. ผู้ดำเนินรายการควรได้รับการฝึกอบรมและสนับสนุนให้พัฒนาทักษะการสื่อสารในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งการพูดในรายการ การโต้ตอบกับผู้ชมแบบเรียลไทม์ และการใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมที่แตกต่าง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับผู้ชม

2. ควรจัดให้มีโครงการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล เครื่องมือการสตรีมมิ่ง การตัดต่อ และการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ผู้ดำเนินรายการสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสื่อใหม่ และสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจให้กับผู้ชม

3. เนื่องจากมณฑลไต้หวันมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว การพัฒนาผู้ดำเนินรายการควรคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของผู้ชมท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว เพื่อให้รายการสามารถตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของผู้ชมได้อย่างเหมาะสม

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรขยายการศึกษาไปยัง กลุ่มผู้ชมเฉพาะ (Specific Audience Segments) เช่น กลุ่มวัยรุ่นนวัยทำงาน หรือผู้สูงอายุ เพื่อให้เข้าใจความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่ม และสามารถกำหนดคุณลักษณะของพิธีกรที่เหมาะสมกับผู้ชมแต่ละประเภทได้อย่างชัดเจน
2. ควรพิจารณาศึกษาในมิติของ การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Virtual Influencer ที่เข้ามามีบทบาทแทนที่ผู้ดำเนินรายการในบางแพลตฟอร์ม เพื่อทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของวิชาชีพพิธีกรในอนาคต