

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การสร้างสรรค์รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล และการสัมภาษณ์

1. แหล่งข้อมูลในการวิจัย

1.1 ข้อมูลจากเอกสาร รายการบันเทิงที่อยู่ทาง Channel ไลน์ทีวี โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เลือกจาก Channel ทางไลน์ทีวี ที่ได้รับอันดับความนิยมในระดับสูงสุด ได้แก่ รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ได้รับอันดับความนิยม 106130 โดยรายการที่นำมาวิเคราะห์นี้เป็นรายการที่ผลิตและเผยแพร่ ในช่วงซีซั่นที่ 1 ออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2559 - 31 ตุลาคม 2559 และคัดเลือกศึกษาเฉพาะรายการตอนที่มีค่าเฉลี่ยความนิยม อยู่ที่สูงกว่า 3,000,000 ยอดรับชมขึ้นไป ถือว่าเป็นค่าเฉลี่ยกลางของอันดับความนิยมของทั้งซีซั่น

ตารางที่ 3.1 ตารางค่าความนิยมการเผยแพร่รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

EP.	ชื่อตอน	ยอดคนดู	ความยาว
0	งานแต่งงานสุดหรู แต่เพื่อนหนู..ซุดหาย!!!!	4,647,663	17.53 นาที
1	คุณหมอกะ ลูกหนูจะหิวบวมๆเลย	4,736,364	16.34 นาที
2	ห้ามคนท้องเที่ยวสงกรานต์!	3,306,407	15.54 นาที
3	บ้านของฉัน สั่นสลาย	2,770,332	17.32 นาที
4	ท้องก็ต้องยอมรับ กับชีวิตที่เปลี่ยนไป	3,137,879	21.31 นาที
5	รักหรือจึงหยอกเล่น	1,908,328	19.49 นาที
6	ออกไม่ออกบอกแม่ที	2,594,255	14.56 นาที

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

EP.	ชื่อตอน	ยอดคนดู	ความยาว
7	ในที่สุดเราก็ได้พบกัน	3,501,966	19.26 นาที
8	สามีแห่งชาติ	2,268,926	12.59 นาที
9	เป่าเป่าเลี้ยงง่ายโตไว	2,598,178	17.57 นาที
10	มนุษย์แม่ ในที่สุดฉันก็เข้าใจ	2,046,771	18.16 นาที
11	ครอบครัวที่ดี เริ่มต้นที่...งาน	2,766,954	17.53 นาที
12	Supermom กระเตงลูกออกนอกบ้าน	2,548,746	19.01 นาที
13	เมียจ๋า ขอลาบวช	1,696,834	17.31 นาที
14	ก่อนจะพบกันใหม่ (ตอนเจ้เป่าจัดเต็ม)	3,008,086	18.23 นาที

1.2 ข้อมูลจากบุคคล (Key Informants) ผู้ผลิตรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี คัดเลือกแบบเจาะจง โดยเลือกจากผู้ที่ทำหน้าที่ในการผลิตรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) รวม 4 คน ประกอบด้วย ผู้ผลิตรายการ จำนวน 1 คน ผู้สร้างสรรค์รายการ จำนวน 1 คน ช่างภาพ 1 คน และช่างตัดต่อรายการ/กราฟิก จำนวน 1 คน ดังนี้

- 1.2.1 นายสาโรจน์ คุณาธเนศ ผู้ผลิตรายการ
- 1.2.2 นายธนาคุณ น้าอบเชย ผู้สร้างสรรค์รายการ
- 1.2.4 นายธนากร สายเชื้อ ช่างตัดต่อรายการ/กราฟิก
- 1.2.4 นายโชค บุญชูสนอง ช่างภาพ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) เป็นแบบการวิเคราะห์เกี่ยวกับรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ที่เผยแพร่ทาง Channel ไลน์ทีวี โดยแบ่งตามประเด็นที่จะวิเคราะห์ เป็นแนวความคิด และวิธีในการนำเสนอ โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้วิเคราะห์ด้วยตนเอง โดยใช้แบบวิเคราะห์เนื้อหา

2.2 แบบสัมภาษณ์ ผู้ผลิตรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ที่เผยแพร่ทาง Channel ไลน์ทีวี เป็นแนวคำถามเกี่ยวกับ แนวความคิดและวิธีการนำเสนอ รวมถึงกลยุทธ์ในการจัดรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

2.2.1 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) เมื่อสร้างคำถาม จัดรูปแบบ และโครงสร้างของแบบสัมภาษณ์ก็มีโครงสร้างแล้ว นำแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างขอรับคำแนะนำ จากนักวิชาการด้านการผลิตรายการ นักวิชาชีพด้านการผลิตรายการ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อดำเนินการในขั้นต่อไป ผู้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยได้แก่

- อ.ดร.มานะ ตรีรยาภิวัฒน์ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้า
- ผศ.รัฐสภา แก่นแก้ว ผู้ช่วยผู้อำนวยการด้านวิชาการ ศูนย์มีเดีย
- กลุ่มงานบริการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- คุณประสาน อิงคนันท์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท บุญมีฤทธิ์
- มีเดีย จำกัด และพิธีกรรายการโทรทัศน์

2.2.2 ผู้วิจัยได้ทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของข้อมูล โดยอาศัยการเปรียบเทียบข้อมูลประเภทเดียวกันกับแหล่งข้อมูลอื่นๆ รวมถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ประกอบการพิจารณาถึงความเป็นไปได้และความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลนั้นๆ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับดังนี้

3.1 สถานที่ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้การรับชมรายการผ่านช่องทาง ไลน์ทีวี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลในทุกสถานที่ที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ และใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัว (Notebook) ที่มีประสิทธิภาพในทางเทคนิคเพียงพอที่จะทำการดาวน์โหลด และรับชมรายการย้อนหลัง ทางช่องทางดังกล่าวได้

3.2 ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่ผลิตรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) เพื่อให้ได้ ข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรง เพื่อความเข้าใจในแนวความคิด วิธีการนำเสนอ และกลยุทธ์ในการจัดรายการ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกตามการนัดหมายของผู้ผลิตรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) โดยใช้ เครื่องบันทึกเสียง และวิธีการจดบันทึก พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเองขณะที่เก็บข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นไปพร้อมกันกับการเก็บข้อมูล เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อสรุปผลโดยวิธีจำแนกข้อมูล และการตีความเพื่อสร้างข้อสรุป โดยการวิเคราะห์เนื้อหารายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!) เพื่อศึกษาถึงแนวความคิดในการสร้างสรรค์รายการและวิธีการนำเสนอรายการ ส่วนการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!) มีการนำข้อมูลที่ได้จากผู้ผลิตรายการในประเด็นดังกล่าวมาแทรก เพื่อสนับสนุนข้อมูลให้มีความละเอียดและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตในประเด็นกลยุทธ์การจัดรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!) มาเพื่อทำการวิเคราะห์เพิ่มเติม

ส่วนการนำเสนอเป็นการนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาเนื้อหา ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อค้นพบ และการสัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

