

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้
กรณีศึกษา: สรยุทธ สุทัศนะจินดา
COMMUNICATION STRATEGIES TO BUILD THE IDENTITY OF NEWS
ANCHORS FOR “RUENG LAO CHAO NEE” CASE STUDY: SORAYUT
SUTHATSANACHINDA

ภูษิต ดีสุวรรณ¹ และ ประไพพิศ มุทิตาเจริญ²

Pusit Deesuwan³ and Prapaipit Muthitacharoen⁴

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้ กรณีศึกษาสรยุทธ สุทัศนะจินดา” เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของรายการเรื่องเล่าเช้านี้ และเพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้ โดยบทความนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึก นายพัฒนพงศ์ สารมาศ ผู้ควบคุมการผลิตรายการเรื่องเล่าเช้านี้ และนายสรยุทธ สุทัศนะจินดา ผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้

ผลการวิจัยพบว่า **อัตลักษณ์ของรายการเรื่องเล่าเช้านี้** คือรายการเล่าข่าวซึ่งเป็นรายการแรกของช่อง 3 และคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา โดย **การสื่อสารอัตลักษณ์ของรายการ** นั้นจะแบ่งออกเป็น 4 แบบ แบบแรก **อัตลักษณ์ด้านกราฟิก** คือโลโก้และโทนสี อัตลักษณ์ด้านกราฟิก ของรายการเรื่องเล่าเช้านี้ซึ่งในส่วนของโลโก้คือ ลายมือของคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา ผู้ประกาศข่าวหลักประจำรายการ ส่วนโทนสีที่ใช้สำหรับรายการคือ สีส้มและสีเหลืองซึ่งเป็นสีที่ดูสดใสและมีพลังเหมาะกับเวลาออกอากาศในตอนเช้า แบบที่สอง **อัตลักษณ์ที่สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส** คือท่าทางในการนำเสนอข่าวและน้ำเสียงที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ประกาศ ซึ่งเป็นสัมผัสที่สำคัญของรายการที่เป็นที่จดจำของผู้ชม แบบต่อมา **อัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค** คือการเลือกนำเสนอข่าวที่สำคัญในแต่ละวัน โดยจะเน้นไปที่ข่าวนโยบายของภาครัฐที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ชมส่วนมาก แบบสุดท้าย **อัตลักษณ์ที่เน้นคุณสมบัติของแบรนด์หรือสินค้า** คือคุณสมบัติของแบรนด์หรือสินค้าเรื่องเล่าเช้านี้คือคุณสรยุทธเป็นแบรนด์สินค้าของรายการด้วยการที่เล่าข่าวได้เข้าใจง่าย ประกอบกับการมีรีแอคชั่นกับคุณผู้ชมเช่นการอ่าน SMS ตลอดเพื่อเป็นการสื่อสาร

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² รองศาสตราจารย์ ประจำคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

³ Master's Student, Program in Mass Communication Administration, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

⁴ Associate professor, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

กับคนดูอีกทางหนึ่ง และอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ รายการเรื่องเล่าเช้านี้แตกต่างจากรายการเล่าข่าวรายการอื่นก็คือ การเปิดประเด็นในสังคมโดยการตั้งข้อสังเกต หรือข้อสงสัย รวมไปถึงการมีโครงการช่วยเหลือสังคมซึ่งเปรียบเสมือน CSR รายการอีกรูปแบบหนึ่ง โดยจะเป็นตัวที่ทำให้แฟนรายการเหนียวแน่นอยู่กับรายการดูรายการอย่างยาวนานเพราะสามารถเข้าถึงสังคม ชุมชนได้จริง ๆ ในส่วน การบริหารจัดการเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านกระบวนการผลิตรายการ ซึ่งแบ่งออกเป็น ขั้นตอนก่อนการผลิต รายการ ทีมงานจะมีการอัปเดตข่าวตลอดทั้งวัน และรวบรวมประเด็นข่าวต่าง ๆ รวมไปถึงเขียนสคริปต์ และรีไรท์ข่าวประเด็นที่สำคัญในแต่ละวันก่อนนำเข้าสู่การผลิตรายการ ขั้นตอนการผลิตรายการ จะมีการใช้ภาพจากสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละ Platform ที่มีค่อนข้างมากจึงทำให้ต้องมีการขออนุญาตจากเจ้าของภาพทุกครั้งเพื่อไม่ให้เกิดการฟ้องร้องในเรื่องของลิขสิทธิ์ และสุดท้าย ขั้นตอนหลังการผลิต จะมีการประเมินว่าข่าวที่นำเสนอไปในแต่ละวัน Feedback ของผู้ชมและคนในสังคมมากน้อยแค่ไหน ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวัดเรตติ้งหรือความสำเร็จในการนำเสนอข่าว

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างของผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้ โดยวัตถุประสงค์หลักก็คือการที่ทำให้ผู้ชมเข้าใจในข่าวต่าง ๆ อย่างง่าย โดยแบ่งออกเป็น 1. สาร(Message) ผู้ประกาศข่าวมองที่สารหรือข่าวเป็นหลัก 2. วิธีการสื่อสารก็คือการเล่าข่าว 3. กลยุทธ์การสื่อสาร คือการใช้ภาษาพูด ไม่ใช่ภาษาที่สละสลวย เน้นภาษาที่เข้าใจง่าย ทำทางที่เป็นเอกลักษณ์จนเป็นที่จดจำ การนั่งขม้มตัว โยกซ้ายโยกขวา ซึ่งผู้ประกาศข่าวทุกคนนั้นจะมีเสน่ห์ในการเล่าของตนเอง โดยสิ่งเหล่านี้จะออกมาแบบอัตโนมัติระหว่างการเล่าข่าว ไม่ได้ผ่านการปรุงแต่งใด ๆ

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสื่อสาร, ผู้ประกาศข่าว, รายการเรื่องเล่าเช้านี้

ABSTRACT

The article "Communication strategy for identifying anchor of "Rueng Lao Chao Nee" case, Sorayut Suthatsanachinda : From the perspective of the Production Control" is quality research with the aim of studying the identity anchor of "Rueng Lao Chao Nee", and to study the strategy.X, the ship's production manager, research has found that the signature of this storyline is the first story on the channel. The visuals are the logo and the color, the graphic, the graphic, the graphic, the text of this story, the handwritten by your visual artist, the visual artist, the anchor of the program, the right color for the list, the color for the color, the color for the list, the color for the orange and the color for the color. Second, a touchable identity. The five senses are to the taste, smell, sound, and feel that make the presentation of the announcement unique, which is the key touch of the audience's memorable program. A signature that

emphasizes the quality of a brand or product is a quality. The brand or storyteller is that you are a brand of easy-to-understand news, consisting of re-editing and texting, always communicating with viewers, and one thing that breaks the story from another is opening the social issue by making observations or questioning. There's another social assistance program that's a little bit like CSR. By being the one that keeps your fans on the show for a long time because they can access society the team will be updated all day long and will gather news items including scripting and rewriting key topics the day before each release, and use them to generate a critical mass of critical information. This is why every permission from the owner of the image is required to avoid a copyright infringement and finally, the post-production process. It is estimated how few news items are presented each day, the feedback of viewers and society, which is like measuring ratings or success in presenting news.

Communication Strategies to Build an Announcer for This Morning Show The main objective is to make the audience understand the news easily. It can be divided into 1. Message (Message) The news anchor looks at the message or news mainly 2. The method of communication is telling the news 3. Strategies communication is the use of spoken language not a euphemism Emphasis on easy-to-understand language A unique gesture that is memorable. squatting rocking left, rocking right Every news anchor has its own charm. These will come out automatically during the storytelling. has not undergone any enhancements.

Keywords : communication strategy, news anchor, “Rueng Lao Chao Nee” program

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันธุรกิจสื่อโทรทัศน์มีการนำเสนอรายการเสนอข่าวอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งวัน เนื่องจากพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของผู้ชมที่จำแนกตามอายุโดยแบ่งเป็น Gen G.I. (Greatest Generation) ที่มีอายุตั้งแต่ 76 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ 32.2 % ซึ่งเป็นสัดส่วนสูงสุดมากกว่าวัยอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด ส่วน Baby Boomer และ GenX มีการรับชมรายการข่าวรองลงมา 26.1 % และ 21 % (ตามลำดับ) ในขณะที่ GenY และ GenZ มีการเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์เพียง 17.8 % และ 14.7 % (ตามลำดับ) (สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช. และสถาบันอาณาบริเวณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2563) เนื่องจากพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมเกือบทุกเจนเนอเรชันมีการเปิดรับชมรายการข่าวอยู่ใน

สัดส่วนสูงสุด ยกเว้นเจเนอเรชัน Z ที่ไปอยู่ในประเภทของรายการละครและซีรีส์ 16.8 % ซึ่งก็ไม่ได้ห่างจากประเภทของรายการข่าว 14.7 % มากนัก

กนกกาญจน์ โรจนศิลป์ (2560) รูปแบบรายการข่าวในปัจจุบันมีการแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบได้แก่ รูปแบบรายการข่าวภาคหลักประจำวัน เช่น ข่าวเที่ยง ข่าวค่ำ เป็นต้น รูปแบบรายการข่าวตรงไปตรงมา เช่น ข่าวพระราชสำนัก ข่าวต้นชั่วโมง เป็นต้น และรูปแบบรายการเล่าข่าว เช่น รายการเรื่องเล่าเช้านี้ รายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ เป็นต้น โดยรายการทั้งสามรูปแบบนั้นผู้ประกาศข่าวถือเป็นหนึ่งในบุคลากรสำคัญของการนำเสนอข่าว เพราะจะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยง สื่อสาร โดยตรงระหว่างสถานีโทรทัศน์กับผู้ชม ผู้ฟัง

นอกจากนี้หากผู้ประกาศข่าวทำหน้าที่สร้างสายสัมพันธ์กับผู้ชมเป็นอย่างดี ก็จะสามารถดึงดูดให้ผู้ชมกลับมาติดตามรายการต่อ ๆ ไป กลายเป็นแฟนรายการ และพัฒนาไปสู่ ความภักดี ต่อรายการและสถานีโทรทัศน์ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับยุคที่มีการแข่งขันในเรื่องของรายการข่าวในปัจจุบัน ทำให้ผู้ประกาศข่าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์จะต้องมีความพิเศษที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว โดยสื่อสารผ่านบุคลิกภาพ จังหวะลีลาในการเล่าข่าว ซึ่งตัวผู้ประกาศจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์

รายการเล่าข่าวทางโทรทัศน์นั้นเป็นรายการที่นำเสนอข่าวรูปแบบใหม่สู่สายตาประชาชน รายการประเภทนี้เกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศสหรัฐอเมริกา เกือบ 40 ปีก่อน เมื่อผู้จัดรายการต้องการเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข่าวให้น่าสนใจและไม่น่าเบื่อและไม่หนักจนเกินไป (วรรณรัตน์ รัตนวราจ และณปิทยา บรรจงจิตร, 2559) สำหรับสำนักข่าวในต่างประเทศอย่าง CNN พบว่ามีผู้ประกาศข่าวที่มีความสามารถในการเล่าข่าวอย่าง Kristie Lu Stout เป็นผู้ประกาศข่าวและผู้สื่อข่าวที่ได้รับรางวัลของ CNN International ด้วยแฟน ๆ และผู้ติดตามกว่า 850,000 คนบนโซเชียลมีเดีย Lu Stout เชื่อมมั่นในการมีส่วนร่วมกับผู้ชมของเธอและทำให้โซเชียลมีเดียเป็นส่วนสำคัญในการรายงานของเธอ นอกจากนี้เธอยังเชื่อในการมีส่วนร่วมในการถกเถียงกับผู้ชมนอกห้องด้วยการพูดและการแสดงท่าทางปกติและเป็นที่รู้จักกันดีในเรื่องสไตล์ของเธอในการกระตุ้นการสนทนาที่ตรงไปตรงมาและมีชีวิตชีวา ซึ่งเป็นเทคนิคในการเล่าข่าวที่ทำให้เธอประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ Victor Blackwell เป็นนักข่าวที่ได้รับรางวัลเอมมีซึ่งเป็นผู้ประกาศข่าวรายการ New Day และ CNN Newsroom ฉบับสุดสัปดาห์จากสำนักงานใหญ่ทั่วโลกของเครือข่ายในแอตแลนตา รัฐจอร์เจีย Blackwell ได้รายงานและลงพื้นที่ในที่เกิดเหตุสำหรับข่าวด่วนมากมาย ความสามารถในการวิเคราะห์ข่าวและถ่ายทอดเนื้อหาไปสู่ผู้ชมได้อย่างดีเยี่ยม ทำให้ในปี 2020 Blackwell ได้รับรางวัล Emmy ในหมวดการวิเคราะห์ข่าวดีเด่น ด้านบรรณาธิการและความคิดเห็นสำหรับคำบรรยายของเขา โดยเขาได้ใช้เทคนิคที่เป็นอัตลักษณ์ในการวิเคราะห์และให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวนั้น ๆ มาเล่าให้ผู้ชมเข้าใจได้อย่างง่าย Walter Cronkite ผู้ประกาศข่าวชาวอเมริกัน และเป็นผู้บุกเบิกรายการข่าวโทรทัศน์ โดยเขาเป็นผู้ประกาศข่าวในช่วงข่าวค่ำทางสถานีโทรทัศน์ CBS ติดต่อกันเป็นเวลา 19 ปี ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1962 – 81 ซึ่ง Cronkite ได้รับการยกย่องเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือที่สุดในอเมริกา พร้อมกับได้รับการชื่นชมว่าเป็นผู้ที่รายงานข่าวด้วยความเป็น

กลาง เรียกได้ว่า Cronkite รายงานได้ทั้งข่าวทุกข์และข่าวสุขให้คนอเมริกันได้รับรู้มาเป็นเวลายาวนาน จนเปรียบเสมือนคนในครอบครัวที่ได้เห็นหน้ากันทุกวัน ซึ่งทำให้สร้างความรู้สึกมั่นคงในชีวิตของผู้ชม โดยสิ่งที่เกิดขึ้นเหล่านี้ล้วนเกิดมาจากความตั้งใจจริงในการทำงานของเขาและการทำงานอย่างซื่อสัตย์ ต่อผู้ชมตลอดระยะเวลาการทำงานที่ผ่านมา โดยถือได้ว่าเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญที่ทำให้ Cronkite เป็นตำนานในการเล่าข่าว ทั้งหมดนี้คือตัวอย่างของผู้ประกาศข่าวในต่างประเทศที่ใช้เทคนิคในการวิเคราะห์ และเล่าข่าวจนประสบความสำเร็จมาจนถึงปัจจุบัน A Warner Media Company. Anchors and reporters (CNN Official, 2021)

ในอดีตนั้นรายการข่าวทางโทรทัศน์ในประเทศไทย จะเป็นการรายงานข่าวโดยผู้ประกาศข่าว และเนื้อหาข่าวจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งต่อมาประชาชนให้ความสนใจรายการเล่าข่าวมากขึ้น เพราะช่วยประหยัดเวลาในการอ่านข่าวด้วยตนเอง รายการเล่าข่าวมีความน่าสนใจและดึงดูดใจเพราะวิธีการเล่าข่าวของผู้เล่าข่าวเป็นกันเอง เล่าข่าวอย่างมีสีสัน และจุดเด่นอีกอย่างคือผู้ชมไม่ต้องเสียเวลาเลือกข่าวที่มีความน่าสนใจหรือข่าวเด่น เพราะผู้เล่าข่าวจะเลือกมาให้แล้ว รายการเล่าข่าวทางโทรทัศน์จึงเป็นที่นิยมมากขึ้น ในปัจจุบันประเทศไทยมีรายการเล่าข่าวเพิ่มขึ้นหลายรายการ ยกตัวอย่าง รายการเรื่องเล่าเช้านี้ รายการจัด ชัดทุกความจริง ของช่อง ONE 31 และรายการข่าวใส่ไข่ ของบริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาสนใจศึกษารายการเรื่องเล่าเช้านี้เป็นรายการข่าวเช้าประเภทเล่าข่าว โดยมีผู้ประกาศข่าวประจำรายการทั้งหมด 3 ท่าน คือ คุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา คุณพิชญทัฬห์ จันทร์พุฒ และคุณเอกราช เก่งทุกทาง และล่าสุดจากการปรับกลยุทธ์ของรายการข่าวของช่อง 3 โดยการนำเสนอจุดเด่นรายการข่าวและชูเอกลักษณ์ผู้ประกาศข่าว โดยจะนำเสนอข่าวในรสชาติที่แตกต่างกันไปในแต่ละรายการ และเหมาะสมกับผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งการปรับตัวครั้งนี้ทำให้มีผู้ชมรวมเพิ่มขึ้นทั้งทางทีวีและออนไลน์จนเรตติ้งรายการข่าวสัปดาห์แรกเดือนพฤษภาคมพุ่งสูงขึ้น เมื่อเทียบกับสัปดาห์สุดท้ายในเดือนเมษายน โดยเฉพาะรายการ “เรื่องเล่าเช้านี้” และ “เรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์” ที่ดำเนินรายการโดยสรยุทธ และเบิร์ท พิชญทัฬห์ ผ่านบทบาท ‘ข่าวเข้มข้น กับคนคุ้นเคย’ สามารถตรึงคนดู และทำให้แฟนรายการข่าวกลับมาหน้าจอทีวีช่อง 3 อีกครั้ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของรายการเรื่องเล่าเช้านี้
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเน้นศึกษาตามแนวทางทฤษฎีกลยุทธการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่เบื้องหลังได้แก่ผู้ควบคุมการผลิตรายการ และผู้ที่อยู่เบื้องหน้าอย่างผู้ประกาศข่าว

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การวิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์ : ผู้ควบคุมการผลิตรายการ

ผลการวิจัย อัตลักษณ์ของรายการเรื่องเล่าเช้านี้ คือรายการเล่าข่าวไม่ใช่รายการอ่านข่าวซึ่งมีรูปแบบการนำเสนอข่าวให้เห็นภาพโดยที่ผู้ชมไม่จำเป็นต้องเห็นภาพ เป็นรายการเล่าข่าวรายการแรกที่ไม่สคริปต์รวมไปถึงไม่มีการเรียงลำดับของข่าว (Run down) ดังนั้นรูปแบบที่เล่าข่าวในแต่ละวันจะไม่ตรงกัน จึงทำให้คู่แข่งของรายการเรื่องเล่าเช้านี้ไม่สามารถวิเคราะห์หรือจับทางในการนำเสนอข่าวของแต่ละวันได้ และจุดเด่นของรายการอีกอย่างหนึ่งก็คือทำทางในการนำเสนอของพิธีกรและน้ำเสียงที่เป็นเอกลักษณ์ของพิธีกรซึ่งจุดเด่นในด้านนี้ส่งผลให้เป็นที่จดจำกับผู้ติดตามรายการ

การสื่อสารอัตลักษณ์ของรายการ อัตลักษณ์ในด้านของ อัตลักษณ์ด้านกราฟิก (Graphic Identity) อย่างแรกก็คือโลโก้ของรายการเรื่องเล่าเช้านี้ซึ่งเป็นลายมือของคุณสรยุทธซึ่งใช้มาตั้งแต่วันแรกจนถึงปัจจุบัน แต่อาจมีการปรับเปลี่ยนให้แบบของโลโก้ทันสมัยบ้างในแต่ละปี แต่ก็ยังคงเป็นลายมือของคุณสรยุทธ ส่วนโทนสีของรายการที่ใช้คือสีส้มอาจจะสลับกับสีเหลืองบ้างเพราะว่ารายการเข้าต้องมีความสดใสดูแล้วมีพลังตื่นมาพร้อมที่จะไปทำงาน และจะเน้นเรื่องอินโฟกราฟิกซึ่งเป็นข้อมูลที่คนดูดูแล้วเข้าใจง่าย ดูแล้วไม่ต้องมาอ่านข่าวเพราะมันจะสรุปอยู่ในตัว เน้นรวบรวมประเด็นของข่าวในแต่ละข่าวในกราฟิก เพื่อให้ผู้ชมไม่เกิดความสับสน

อัตลักษณ์ที่สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 (Sensorial Identity) ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส คือก็ทำทางในการนำเสนอของผู้ประกาศข่าวแล้วก็น้ำเสียงที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ประกาศข่าว ซึ่งเมื่อคนดู คนฟังรับชมแล้วว่าเป็นเสียงใครฟังแล้วไม่ต้องดูภาพก็เข้าใจว่า ผู้ประกาศข่าวต้องการจะสื่อถึงข่าวนี้อย่างไร

อัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค (Behavioral Identity) ก็คือ ข่าวที่รายการเลือกนำเสนอในตอนเช้าส่วนมากจะเป็นข่าวที่สำคัญในประจำวันแล้วก็รายการเนี่ยจะเน้นไปทางข่าวนโยบายของภาครัฐที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ชมส่วนมาก เพราะว่าในตัวพิธีกรคุณสรยุทธเนี่ยสามารถนำข่าวกฎหมายที่เข้าใจยากสามารถทำให้เข้าใจง่ายได้จะทำให้คนดูไม่สับสน และก็จะมีส่วนข่าวสั้นบ้าง ข่าวเด็ก ข่าวสัตว์โลก ข่าวต่างประเทศเบา ๆ เพื่อจะทำให้ไม่เครียดเกินไป

อัตลักษณ์ที่เน้นคุณสมบัติของ แบนด์หรือสินค้า (Functional Identity) อย่างแรกก็คือ คุณสมบัติของแบนด์หรือสินค้าเรื่องเล่าเช้านี้คือคุณสรยุทธเป็นแบนด์สินค้าของรายการด้วยการที่

เล่าข่าวได้เข้าใจง่าย ประกอบกับการมีรีแอ็คชั่นกับคุณผู้ชมเช่นการอ่าน SMS ตลอดเพื่อเป็นการสื่อสารกับคนดูอีกทางหนึ่ง รวมไปถึงการนำทุกคอมเมนต์ในเพจกรรมกรข่าวของแฟนข่าวมาพูดมาเล่าในรายการบ้างสลับกับการเล่าข่าว

ความแตกต่างของรูปแบบรายการเล่าข่าวของรายการเรื่องเล่าเช้านี้ อย่างแรกก็คือตัวผู้ประกาศข่าวเป็นจุดเด่นสำคัญของรายการเพราะว่า คุณสรยุทธเวลาเล่าข่าวอะไรออกไปเนี่ยส่วนมากจะเป็นประเด็นที่เกิดขึ้นในสังคมหรืออาจจะเป็นคนเปิดประเด็นข่าวในแต่ละวัน รวมไปถึงการมีโครงการช่วยเหลือสังคมอย่างเช่นเรื่องเล่าแบ่งปัน ลงพื้นที่ช่วยน้ำท่วมในอดีต และโครงการใหม่ล่าสุดโครงการแบคโฮมคือโครงการส่งผู้ป่วยกลับบ้านซึ่งโครงการเหล่านี้จะเป็นตัวที่ทำให้แฟนรายการเหนียวแน่นอยู่กับรายการ ดูรายการอย่างยาวนานเพราะว่าเป็นการเข้าถึงสังคม ชุมชนได้จริง ๆ ซึ่งรายการเล่าข่าวรายการอื่นนั้นไม่มี

การบริหารจัดการเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านกระบวนการผลิตรายการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 แบบ อย่างแรกในด้านของขั้นตอนก่อนการผลิตรายการ (Pre-Production) ทีมงานจะมีการรวบรวมประเด็นข่าวต่าง ๆ เขียนสคริปต์ข่าว รีไรท์ข่าวประเด็นที่สำคัญในแต่ละวัน โก๊ดภาพข่าวคลิปข่าวในโซเชียล รวบรวมมาเป็นประเด็นเพื่อจะเตรียมผลิตรายการในตอนเช้า ซึ่งกระบวนการนี้สำหรับรายการเรื่องเล่าเช้านี้ทีมงานจะทำงานในด้าน Pre-Production ทั้งวัน

ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production) การผลิตรายการในปัจจุบันจะแตกต่างจากในอดีตเนื่องจากจะมีภาพจากสื่อสังคมออนไลน์ค่อนข้างมาก การผลิตรายการจึงต้องมีความระมัดระวังมากขึ้นอย่างเช่น ภาพต้องขึ้นเครดิต ต้องขออนุญาตใหม่ซึ่งในปัจจุบันลิขสิทธิ์ค่อนข้างมีความสำคัญมาก

ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Post-Production) หลังรายการจบจะมีการประเมินว่าข่าวที่นำเสนอไปในแต่ละวัน Feedback ของผู้ชมและคนในสังคมจะพูดถึงกันมากน้อยแค่ไหน ซึ่งในปัจจุบันจะดูจากกระแสในสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวัดเรตติ้งหรือความสำเร็จในการนำเสนอข่าวในอีกด้านหนึ่ง

กล่าวโดยสรุปรายการเรื่องเล่าเช้านี้มีอัตลักษณ์ของรายการเล่าข่าวที่โดดเด่นและแตกต่างจากรายการเล่าข่าวรายการอื่นอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นโลโก้ วิดีโอที่ใช้ในการหยุดพักระหว่างการจัดรายการ (Interlude) และฉากของรายการ รวมไปถึงการเชื่อมโยงกับพฤติกรรมผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นการคัดเลือกข้อความจากผู้ชมที่ส่งเข้ามาระหว่างการจัดรายการเพื่อแจกรางวัลเป็นสื่อกจากทางรายการ และการที่ผู้ประกาศข่าวอ่านข้อความที่ผู้ชมส่งเข้ามาระหว่างการจัดรายการทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดีโดยตรงกับผู้ชม สิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้ชมนั้นมีความภักดีกับรายการและกลับมาติดตามชมรายการในครั้งต่อ ๆ ไป

การวิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์ : ผู้ประกาศข่าว

ผลการวิจัย อัตลักษณ์ของรายการเรื่องเล่าเช้านี้ มีทั้งหมด 3 อย่าง อย่างแรกคือ รูปแบบที่นำเสนอที่ทำให้ผู้ชมเห็นภาพ โดยบางครั้งผู้ชมไม่จำเป็นต้องดูภาพ หรือการนำเสนอในรูปแบบการเล่าให้เข้าใจง่าย ต่อมาก็คือความละเอียดในเนื้อหาของข่าว โดยแต่ละข่าวจะผ่านการจับประเด็นสำคัญ

และผ่านมุมมองในการนำเสนอของผู้ประกาศข่าวก่อนที่จะออกมาสู่ผู้ชม และอย่างสุดท้ายคือ รายการเรื่องเล่าเช้านี้เป็นรายการเล่าข่าวในช่วงเช้ารายการแรกที่ไม่มีสคริปต์ ไม่มีรีรันดาว โดยทุกข่าวจะผ่านการเล่าไปตามสถานการณ์ ซึ่งแต่ละวันก็จะมีรูปแบบที่แน่นอน

การสร้างอัตลักษณ์ของผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้ คือการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจเพื่อไว้สำหรับดึงดูดผู้ชม แต่แกนหลักของอัตลักษณ์ผู้ประกาศข่าวก็คือการนำเสนอข่าวที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับผู้ชม โดยช่วงแรกของการจัดรายการประมาณ 10-20 ปีก่อน การสร้างอัตลักษณ์ของผู้ประกาศข่าวเปรียบเสมือนกับการที่ผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้ไปเคาะประตูบ้านของผู้ชมแล้วเข้าไปนั่งเล่าข่าวให้ฟัง ด้วยระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงทำให้เกิดความผูกพันเหมือนคนในครอบครัวเดียวกันที่พร้อมจะอยู่ข้างกัน ผิดพลาดก็บอกกันแบบคนในครอบครัวบอกกัน โดยอัตลักษณ์เหล่านี้จะถูกปลูกฝังมาเรื่อย ๆ อย่างที่ไม่คาดคิดมาก่อน ซึ่งการกลับมาของคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา ในครั้งนี้เปรียบเหมือนเป็นปรากฏการณ์ของความผูกพัน ไม่ว่าจะเป็นเสียงที่คุ้นเคยที่ได้ยินได้ฟังตั้งแต่เด็กจนโตโดยสิ่งเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นง่าย ๆ เพราะต้องใช้เวลาที่นาน จังหวะที่พอดี และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือความไม่ตั้งใจให้มันเกิด เนื่องจากอัตลักษณ์ของคุณสรยุทธที่เกิดขึ้นมานั้นเกิดจากความเป็นตัวของตัวเอง โดยมีข่าวเป็นตัวกลางในการนำเสนอความเป็นตัวเองลงไปอยู่ในข่าวนั้น ๆ

ผลการวิจัย กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้ สำหรับกลยุทธ์การสื่อสารของผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้ โดยวัตถุประสงค์หลักก็คือการที่ทำให้ผู้ชมเข้าใจในข่าวต่าง ๆ อย่างง่าย แม้ผู้ชมจะไม่ได้ดูรายการ หรือเพียงใช้แค่การฟังก็จะเข้าใจในข่าวนั้น ๆ แบ่งออกเป็น 1. สาร(Message) ผู้ประกาศข่าวมองที่สารหรือข่าวเป็นหลัก ซึ่งข่าวนั้น ๆ ที่ได้เสนอไปอาจไม่ได้เกี่ยวข้องกับผู้ชมมากนัก แต่ถ้าผู้ประกาศข่าวมีการเล่าให้มันสื่อถึง เช่น การพูดถึงสิ่งที่ไปพบเจอมาด้วยตนเองให้เกี่ยวข้องกับข่าวนั้น ๆ โดยใช้คำโยงบางคำที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่ามันใกล้ตัวและเกี่ยวกับผู้ชมทั้งหมด 2. วิธีการสื่อสารก็คือการเล่าข่าว โดยภาษาที่ใช้ในการเล่าข่าวก็จะเป็นภาษาพูด ไม่ใช่ภาษาที่สละสลวย เน้นภาษาที่เข้าใจง่าย ซึ่งทุกคนนั้นจะมีเสน่ห์ในการเล่าของตนเอง โดยสำหรับคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา จะมีท่าทางที่เป็นเอกลักษณ์จนเป็นที่จดจำ อย่างเช่นการใช้มือในการช่วยเล่าข่าว รวมไปถึงการนั่งขย่มตัว โยกซ้ายโยกขวา เพื่อเพิ่มอารมณ์ในการเล่า และเพิ่มอารมณ์ให้กับผู้ชม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะออกมาแบบอัตโนมัติระหว่างการเล่าข่าว โดยไม่ได้ผ่านการปรุงแต่งใด ๆ ท่าทีสุดกลยุทธ์การสื่อสารต่าง ๆ ที่กล่าวมาในข้างต้นจะมาตอบวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นมาอย่างไม่ได้ตั้งใจ เพราะผู้ประกาศข่าวไม่ได้มีการวางวัตถุประสงค์ในการสื่อสารไว้ตั้งแต่แรกแต่กลยุทธ์การสื่อสารที่แสดงออกมานั้น มาจากการเล่าข่าวของตัวผู้ประกาศในทุก ๆ วัน เปรียบเสมือนการกรองข่าวมาแล้วถึงนำข่าวนั้นมาเรียบเรียงและมาเล่าให้ผู้ชมได้ฟังอย่างเข้าใจง่าย

ผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้ ทักษะการใช้ภาษาและกริยาท่าทางจะการภาษาที่เข้าใจง่าย มีลีลาท่าทางในการเล่าเพื่อส่งเสริมอารมณ์ทั้งผู้เล่าและผู้ชม และที่สำคัญก็คือการพูดเน้นคำการจับประเด็น รวมไปถึงการเน้นอะไรที่สำคัญและอะไรที่ไม่สำคัญ นอกจากนี้ประสบการณ์ในการเล่า

และอาชีพก็เป็นสิ่งที่สำคัญในทำให้การเล่าประสบความสำเร็จ อย่างเช่นคุณสรยุทธ ที่จบการศึกษาในด้านนิเทศศาสตร์ และทำงานในด้านสื่อทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์มาเป็นเวลากว่า 30 ปี

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้ ที่นำเสนอแคมเปญของกลยุทธ์ของผู้ประกาศข่าวและอัตลักษณ์ของรายการเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปหากได้ทำการศึกษาในมุมที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารก็จะทำให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกลยุทธ์ที่ผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้ได้ใช้ในการสื่อสารไปสู่ผู้รับสาร

2. งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของผู้ประกาศข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้แค่รายการเดียวเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปหากได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ผู้ประกาศข่าวรายการอื่น ๆ ของช่อง 3 เช่น รายการเที่ยงวันทันเหตุการณ์ รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ เป็นต้น ก็ทำให้เห็นถึงพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของผู้ประกาศข่าวท่านอื่นในมุมมองที่แตกต่างกัน รวมถึงอัตลักษณ์ของแต่ละรายการข่าวของช่อง 3

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กนกกาญจน์ โรจนศิลป์. (2560). *ตระกูลรายการโทรทัศน์* ช่อง NOW 26 (Online). จาก

<https://praeprstation.blogspot.com/2017/04/blog-post.html>

จิราภรณ์ สุวรรณวาทกิจ. (2535). *สู่เส้นทางผู้ประกาศ*. สืบค้น 13 มิถุนายน 2564, จาก

<https://www.stou.ac.th/thai/schools/sca/document/%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A8%E0%B8%88%E0%B8%B4%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A0%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B9%8C.htm>

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564) “*สรยุทธ*” *คุมข่าวช่อง 3 เต็มตัว เรตติ้งขยับขึ้นยกแผง*. สืบค้น 14

พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.prachachat.net/marketing/news-667660>

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554). *การวางแผนและประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรณรัตน์ รัตนวรงค์ และ ณปติยา บรรจงจิตร. (2552). นิเทศศาสตร์ประยุกต์กับการสื่อสารสุขภาพ: สื่อสารอย่างไรคนไข้เข้าใจไม่มีปัญหา. *วารสารไทยเภสัชศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ*, 4(4).

สายสวรรค์ ขยันยิ่ง. (2553). *เทคนิคการสื่อสารแบบผู้ประกาศข่าว*. สืบค้น 17 มิถุนายน 2564 ,จาก

<http://www.saisawankhayanying.com/s-report/technical-communication/>

สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์1, สำนักงาน กสทช. และสถาบันอาณานิคม

ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2563). *วิเคราะห์ประเภทรายการโทรทัศน์จำแนกตามอายุ*.

สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2564, จาก

[http://www.bizpromptinfo.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%](http://www.bizpromptinfo.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/)

[%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/](http://www.bizpromptinfo.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/)

[Bizprompt. \(2563\). ‘รายการข่าว’ ยื่นหนึ่งกลุ่มรายการผู้ชมโทรทัศน์นิยมสูงสุด](http://www.bizpromptinfo.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/)

สืบค้น 12 มิถุนายน 2564, จาก

[http://www.bizpromptinfo.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%](http://www.bizpromptinfo.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/)

[%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/](http://www.bizpromptinfo.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/)

[%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/](http://www.bizpromptinfo.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/)

[%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/](http://www.bizpromptinfo.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/)

[%99/](http://www.bizpromptinfo.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99/)

ภาษาต่างประเทศ

CNN Official. (2021) Anchors and reporters. Retrieved from

<https://edition.cnn.com/specials/tv/anchors-and-reporters>.