



รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม
ในทัศนะของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

กุลธิดา สายพรหม

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2559
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



**The study of format and presentation of popular TV weather forecasts
in Bangkok**

Kultida Sayprom



**This Research was Funded by Faculty of Mass Communication
Technology Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
Year 2016**

- ชื่อเรื่อง : รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับ
ความนิยมในทัศนะของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
- ผู้วิจัย : นางสาวกุลธิดา สายพรหม สาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และ
วิทยุกระจายเสียง คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร
- พ.ศ. : 2559

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) ศึกษาการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และ (2) ศึกษารูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยผสมผสาน (Mixed methodology)

ผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า (1) ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเปิดรับรายการฝนฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มากที่สุด โดยมีความถี่ในการเปิดรับอยู่ในระดับมาก เหตุผลเนื่องจากการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศรายวันและเพื่อติดตามการแจ้งเตือนภัยสำหรับการเตรียมความพร้อมหากเกิดภัยพิบัติต่างๆ (2) รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ รูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ที่นำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศหรือตัวละครร่วมถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการแสดงท่าทางและการพูดเพื่อโยงเข้าสู่เนื้อหาข่าวผสมผสานกับการให้ผู้ประกาศข่าวอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน (2) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน (3) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน (4) ประชาชนที่มีระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน (5) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศข่าวแตกต่างกัน (6) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน (7) ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน (8) ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าวแตกต่างกัน และ (9) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า (1) กลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยผู้ใหญ่นิยมทั้งรูปแบบ
ข่าวอ่านและรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ส่วนวัยผู้สูงอายุนิยมเฉพาะรูปแบบ
ผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร (2) เนื้อหาของข่าวพยากรณ์อากาศควรมีความหลากหลาย
กล่าวคือ นอกจากจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้นภายใน 6-24 ชั่วโมง และ
การเตือนภัยแล้ว ควรมีเนื้อหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศหรือเทคนิคที่จะนำไปใช้ใน
ชีวิตประจำวันได้ โดยอาจมีการใช้ภาษาอังกฤษเข้าไปในเนื้อหาด้วย (3) องค์ประกอบของข่าว
พยากรณ์อากาศ ควรมีอย่างครบถ้วน เหมาะสม และทันสมัย โดยด้านผู้ประกาศต้องมี
บุคลิกภาพที่ดีในขณะนำเสนอ มีความเข้าใจในบท นำเสียงฟังสบาย ชัดเจน ถูกอักขระ, ด้าน
ภาพประกอบข่าว ควรเน้นภาพข่าวที่อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง มีองค์ประกอบของ
ความน่าสนใจ และมีคุณสมบัติด้านการสื่อความหมายของเรื่องที่ต้องการได้อย่างชัดเจน
นอกจากนี้ยังต้องมีคุณสมบัติด้านกายภาพ ทั้งความคมชัดและความสว่าง ส่วนภาพกราฟิก ทั้ง
ตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ต่างต้องออกแบบอย่างสร้างสรรค์ ชัดเจน และสวยงาม, ด้าน
เสียงประกอบข่าว ทั้งเสียงพิเศษและเสียงดนตรีต้องได้รับการเลือกสรรมาเป็นอย่างดี เพื่อให้
เกิดบรรยากาศ อารมณ์ หรือความรู้สึก และเพิ่มเติมสีสันให้กับข่าวพยากรณ์อากาศ



Title : **The study of format and presentation of popular TV weather forecasts in Bangkok**

Researcher : **Miss Kultida Sayprom, Television and Radio Technology, Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakorn**

Year : **2016**

Abstract

The objectives of the research are (1) to study the exposure of weather forecast program in Bangkok and (2) to study the format and presentation of popular TV weather forecasts in Bangkok. The study is mixed methodology.

The quantitative data shows that (1) Bangkok respondents exposed to weather forecast program from Channel 7 the most. The frequency of exposure is in high level because they wanted to follow the daily weather forecast to be prepared for any natural disaster. (2) The format of TV weather forecasts which received the popularity from Bangkok respondents is the mixed format of news reporting and drama conveying by a gesture and acting of a news reporter or a drama character with a written script.

The hypothesis test indicates that (1) Respondents in different age and occupation show different frequency in weather forecast exposure (2) Respondents in different age, education and occupation have a different exposure in weather forecast programs. (3) Respondents in different age, education, and occupation prefer different weather forecast programs (4) Respondents in different educational and occupation prefer different content of weather forecasts. (5) Respondents in different age, education, and occupation have a different preference in news reporters. (6) Respondents in different age, education, and occupation have a different preference in reporting locations. (7) Respondents in different age and occupation have a different preference in graphic design. (8) Respondents in different age and occupation have a different preference in sound effects. And (9) Respondents in different age, education, and occupation favour in participate differently in weather forecast news.

The qualitative data shows that (1) Teenager and adult respondents prefer both presentations of news reporting format and the mixture format of new

reporting and drama whereas elderly respondents only prefer the mixture of news reporting and drama format. (2) The content of weather forecast news should have a variety that is not only to provide weather forecasts of 6-24 hours and disaster warning but also provide other contents of weather condition or daily life tips. (3) The element of weather forecast news should be completed, appropriate and modern. A news reporter should have a good personality and understanding the content with a comfortable voice and clear pronunciation. A news photo should reflect a real situation and look interesting. Also a photo should be clear and bright. Whereas graphic of wording, still and moving photo should be created with creativity, clear and beautiful. Sound effect and music should be selected carefully to create colorful mood of weather forecast news.



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ประจำปีงบประมาณ 2559 ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้วิจัยขอขอบคุณ อาจารย์อรรถการ สัตยพานิชย์ คณบดี คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน และ อาจารย์ดุริยางค์ คมขำ รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้การสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญ รศ.วิมลพรรณ อาภาเวท อาจารย์บุศราศิริ ธนะ และอาจารย์ชินกฤต อุดมลาภไพศาล ที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์และเล็งเห็นถึงความสำคัญของงานวิจัยนี้

ขอขอบคุณ อาจารย์ณริศา ชัยศุภมงคลลาภ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลืออันประเสริฐค่ามิได้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาแด่คณาจารย์ทุกท่านที่ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัย

สารบัญ

| เรื่อง | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ก |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ค |
| กิตติกรรมประกาศ | จ |
| สารบัญ | ฉ |
| สารบัญภาพ | ช |
| สารบัญตาราง | ณ |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย | 4 |
| 3. ขอบเขตของการวิจัย | 4 |
| 4. สมมติฐานการวิจัย | 4 |
| 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 5 |
| 6. นิยามศัพท์เฉพาะ | 5 |
| 7. กรอบแนวคิดการวิจัย | 6 |
| บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| 1. แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์ | 8 |
| 2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย | 18 |
| 3. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกาศข่าว | 23 |
| 4. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์ | 27 |
| 5. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ | 30 |
| 6. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสื่อโทรทัศน์ | 33 |
| 7. วิจัยที่เกี่ยวข้อง | 35 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย | |
| 3. การวิจัยเชิงปริมาณ | 44 |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 44 |
| 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย | 46 |
| 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 47 |
| 3.4 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 48 |

สารบัญ (ต่อ)

| เรื่อง | หน้า |
|---|------|
| 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล | 49 |
| 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล | 50 |
| 2. การวิจัยเชิงคุณภาพ | 54 |
| 2.1 การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม | 54 |
| 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 55 |
| 2.3 ความเที่ยงตรงของการสนทนากลุ่ม | 56 |
| 2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล | 56 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | |
| 1. ข้อมูลเชิงปริมาณ | 58 |
| 2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ | 108 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | |
| 1. สรุปผลการวิจัย | 123 |
| 2. อภิปรายผล | 126 |
| 3. ข้อเสนอแนะ | 133 |
| บรรณานุกรม | 134 |
| ภาคผนวก | |
| แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย | 142 |
| หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 147 |
| ประวัติผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 151 |
| แบบการสนทนากลุ่ม (focus group) | 153 |
| ภาพบรรยากาศการสนทนากลุ่ม | 155 |
| ประวัติผู้วิจัย | 156 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|--|------|
| 1.1 | รูปแบบการพยากรณ์และการเตือนภัยส่วนกลางและส่วนภูมิภาค | 2 |
| 1.2 | กรอบแนวคิดการวิจัย | 6 |
| 2.1 | ภาพตัวอย่างไตเติ้ลทีวี 360 องศา | 20 |
| 2.2 | ภาพตัวอย่างไตเติ้ลลมฟ้าพยากรณ์ | 21 |
| 2.3 | ภาพตัวอย่างไตเติ้ลฝนฟ้าอากาศ | 21 |
| 2.4 | ภาพตัวอย่างไตเติ้ลลมฟ้าอากาศ | 22 |
| 2.5 | ภาพตัวอย่างไตเติ้ลสถานีอากาศ NBT | 22 |
| 2.6 | ภาพตัวอย่างไตเติ้ลข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS | 23 |



สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 1 | กลุ่มเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร | 45 |
| 2 | จำนวนประชากรตัวอย่าง | 46 |
| 3 | รายชื่อผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม | 55 |
| 4 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะประชากร | 59 |
| 5 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายการข่าวพยากรณ์อากาศที่เปิดรับ | 60 |
| 6 | จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศฯ | 61 |
| 7 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศฯ | 62 |
| 8 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศฯ | 62 |
| 9 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศฯ | 64 |
| 10 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศฯ | 65 |
| 11 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ | 67 |
| 12 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศฯ | 71 |
| 13 | การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศฯ จำแนกตามเพศ | 72 |
| 14 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศฯ จำแนกตามอายุ | 72 |
| 15 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศฯ จำแนกตามอายุ | 73 |
| 16 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศฯ จำแนกตามระดับการศึกษา | 73 |
| 17 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศฯ จำแนกตามอาชีพ | 74 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 18 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอาชีพ | 75 |
| 19 | การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามเพศ | 76 |
| 20 | การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอายุ | 77 |
| 21 | การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามการศึกษา | 78 |
| 22 | การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอาชีพ | 79 |
| 23 | การวิเคราะห์ความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามเพศ | 80 |
| 24 | การวิเคราะห์ความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอายุ | 80 |
| 25 | การวิเคราะห์ความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามระดับการศึกษา | 81 |
| 26 | การวิเคราะห์ความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอาชีพ | 82 |
| 27 | การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา จำแนกตามเพศ | 83 |
| 28 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าว พยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา จำแนกตามอายุ | 83 |
| 29 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าว พยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา จำแนกตามระดับการศึกษา | 84 |
| 30 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าว พยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา จำแนกตามการศึกษา | 84 |
| 31 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา จำแนกตามอาชีพ | 85 |
| 32 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา จำแนกตามอาชีพ | 86 |
| 33 | การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ จำแนกตามเพศ | 87 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 34 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าว พยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ จำแนกตามอายุ | 87 |
| 35 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ จำแนกตามอายุ | 88 |
| 36 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบ ข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ จำแนกตามระดับการศึกษา | 88 |
| 37 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ จำแนกตามระดับการศึกษา | 89 |
| 38 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ จำแนกตามอาชีพ | 89 |
| 39 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ จำแนกตามอาชีพ | 90 |
| 40 | การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ จำแนกตามเพศ | 91 |
| 41 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ จำแนกตามอายุ | 91 |
| 42 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ จำแนกตามอายุ | 92 |
| 43 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ จำแนกตามระดับการศึกษา | 92 |
| 44 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างมีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ จำแนกตามระดับการศึกษา | 93 |
| 45 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ จำแนกตามอาชีพ | 93 |
| 46 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ จำแนกตามอาชีพ | 94 |
| 47 | การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว | 95 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 48 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว จำแนกตามอายุ | 95 |
| 49 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว จำแนกตามอายุ | 96 |
| 50 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว จำแนกตามการศึกษา | 96 |
| 51 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว จำแนกตามอาชีพ | 97 |
| 52 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว จำแนกตามอาชีพ | 98 |
| 53 | การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว จำแนกตามเพศ | 99 |
| 54 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว จำแนกตามอายุ | 99 |
| 55 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว จำแนกตามอายุ | 100 |
| 56 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบ ข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว จำแนกตามระดับการศึกษา | 100 |
| 57 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบ ข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว จำแนกตามอาชีพ | 101 |
| 58 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบ ข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว จำแนกตามอาชีพ | 102 |
| 59 | การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมใน ข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามเพศ | 103 |
| 60 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วม ในข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอายุ | 103 |
| 61 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วม ในข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอายุ | 104 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 62 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วม ในข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามระดับการศึกษา | 104 |
| 63 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วม ในข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามระดับการศึกษา | 104 |
| 64 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วม ในข่าวพยากรณ์อากาศ ในข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอาชีพ | 105 |
| 65 | การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมใน ข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอาชีพ | 106 |
| 66 | ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบและการนำเสนอ ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | 107 |



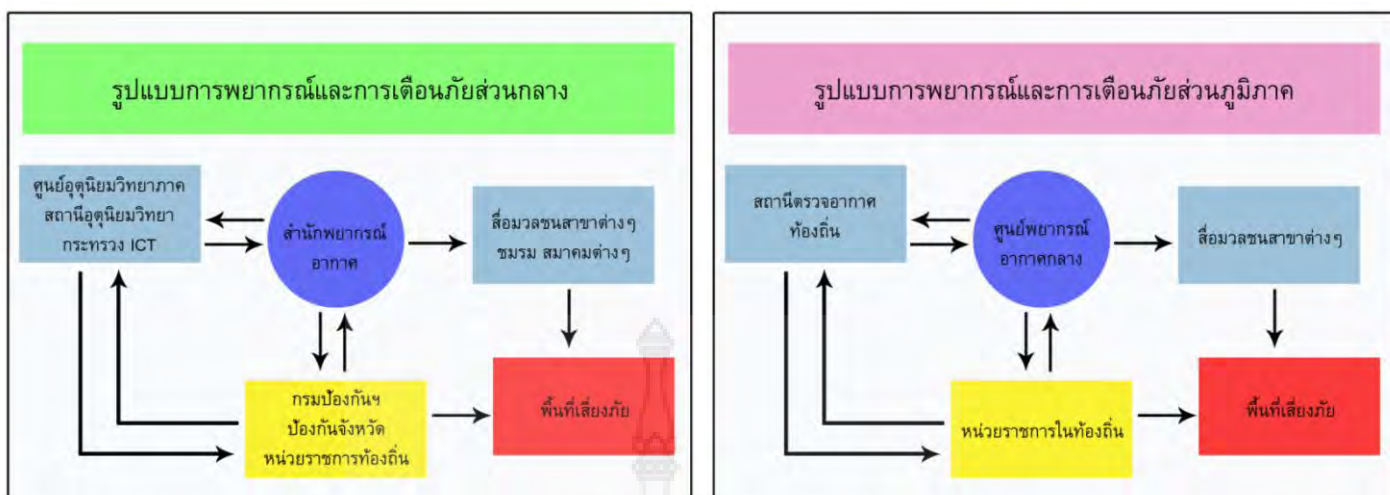
บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในรอบทศวรรษที่ผ่านมา เกิดสาธารณภัยขึ้นหลายแห่งทั่วโลกและส่งผลกระทบต่อทั้งชีวิตและทรัพย์สิน โดยในปี 2554 ที่ผ่านมาจากข้อมูลของ มิวนิค รี กรุ๊ป (Munich Re Group) ซึ่งเป็นบริษัทรับประกันภัยต่อช่วงรายใหญ่ของโลก ได้สรุปรายงานว่ามีสาธารณภัยเกิดขึ้นกว่า 820 ครั้ง ในทุกภูมิภาคทั่วโลก โดยมีเหตุการณ์สำคัญๆ มากมาย เช่น เหตุการณ์อุทกภัยในปากีสถาน ออสเตรเลีย เหตุการณ์แผ่นดินไหว และคลื่นสึนามิที่ประเทศญี่ปุ่น จึงทำให้ปี 2554 มีสถิติความเสียหายทางเศรษฐกิจโดยรวมสูงสุดเป็นประวัติการณ์ คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งปีอยู่ที่ 11.4 ล้านล้านบาท (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, 2556: 16) สำหรับกรณีมหาอุทกภัยในประเทศไทยซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 65 จังหวัดทั่วประเทศ นับว่าก่อให้เกิดความสูญเสียแก่ชีวิตและทรัพย์สินทั้งระบบเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวม โดยธนาคารโลกได้ประเมินมูลค่าความเสียหายจากภัยพิบัติน้ำท่วมครั้งนั้นอยู่ที่ 1.44 ล้านบาท ซึ่งเป็นมูลค่าความเสียหายสูงสุดลำดับที่ 4 ของโลก (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2557: 1) นอกจากนี้ยังเป็นที่น่าสังเกตว่ากว่า 90% ของสาธารณภัยทั้งหมดที่เกิดขึ้นในปีนั้นมีความเกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ อีกทั้งความเสียหายที่เกิดขึ้นประมาณ 70% เกิดในภูมิภาคเอเชีย (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, 2556: 15)

กรมอุตุนิยมวิทยา จึงได้ปฏิบัติหน้าที่ในการเฝ้าระวัง ติดตาม พยากรณ์อากาศ และแจ้งเตือนภัยธรรมชาติให้ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อเตรียมพร้อมป้องกันภัยและเพื่อวางแผนการบริหารจัดการ โดยได้มีการพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการตรวจอากาศ อากาศการบิน และแผ่นดินไหว การพัฒนาระบบสื่อสารให้มีความรวดเร็ว ปลอดภัย การพัฒนาการพยากรณ์อากาศให้มีความถูกต้อง แม่นยำ และการเพิ่มช่องทางเผยแพร่ข้อมูล เพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2557: 1) โดยรูปแบบการพยากรณ์และการเตือนภัยของกรมอุตุนิยมวิทยาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค (สมชาย ไบม่วง, 2555: ออนไลน์) (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1.1 รูปแบบการพยากรณ์และการเตือนภัยส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
ที่มา : สมชาย ไบม่วง, 2555 : ออนไลน์

จากภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชน นับเป็นช่องทางในการเตือนภัย และรายงานลักษณะลมฟ้าอากาศในภูมิภาคต่างๆ ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับภูมิภาคมาโดยตลอด โดยนำเสนอในรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ (weather forecast news) ทั้งข้อมูลแผนที่อากาศ (weather chart) คำอธิบายลักษณะอากาศ คำพยากรณ์อากาศ ภาพถ่ายดาวเทียมและเรดาร์ตรวจอากาศ และการแจ้งเตือน (ปานทิพย์ อัมมวานิช, 2558: 1) ซึ่งกรมอุตุนิยมวิทยาเองก็เล็งเห็นถึงความสำคัญของการรายงานข่าวพยากรณ์อากาศผ่านสื่อมวลชน ดังจะเห็นได้จากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการในการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศ และการประกาศเตือนภัยเชิงพื้นที่ ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสื่อมวลชนร่วมประชุมด้วย (สงกรานต์ อักษร, 2559: ออนไลน์)

นายสงกรานต์ อักษร รองอธิบดีกรมอุตุนิยมวิทยา ฝ่ายวิชาการ (2556) กล่าวว่า รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแบบใหม่ ประกอบด้วย 1) ข้อมูลพยากรณ์อากาศ 24 ชั่วโมงข้างหน้า 2) ข้อควรระวัง เช่น น้ำท่วมฉับพลัน น้ำป่าไหลหลาก หรือคลื่นลมแรง และ 3) ลักษณะทางอุตุนิยมวิทยา เช่น มรสุม ร่องมรสุม ลมทิศต่างๆ คลื่นกระแสลม หย่อมความกดอากาศต่ำ หรือพายุ ซึ่งรูปแบบใหม่นี้จะใช้คำง่าย ๆ โดยตัดคำศัพท์ทางอุตุนิยมวิทยาหรือคำคุณศัพท์ออกไป แล้วใช้การระบุพื้นที่ และการคาดการณ์ปริมาณฝนเป็นเปอร์เซ็นต์อย่างชัดเจน เช่น ตัดคำว่าจะมีฝนตกเป็นแห่งๆ หรือฝนตกบางแห่งออกไป แล้วระบุว่า ฝนจะตกที่จังหวัดไหน ปริมาณเท่าไรแทน อีกทั้งยังมีการใช้กราฟิกแผนที่ระบุจุดฝนตกหรือแจ้งเตือนภัยเป็นรายอำเภอ จังหวัด แทนการระบุพื้นที่กว้างๆ แต่ยังคงลักษณะสำคัญทางอุตุนิยมวิทยาไว้ นอกจากนี้ กรมอุตุนิยมวิทยายังมีผลงานใหม่ล่าสุด ในการพยากรณ์อากาศเฉพาะสำหรับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้พัฒนาโมเดลสำหรับพยากรณ์ลักษณะอากาศ โดยเฉพาะปริมาณฝนล่วงหน้า 6 ชั่วโมง และปรับปรุง (update) ข้อมูลทุกๆ 3 ชั่วโมง เพื่อช่วยให้ประชาชนในเขต

กรุงเทพมหานคร สามารถวางแผนรับมือผลกระทบจากฝนตก รวมทั้งการจราจรและน้ำท่วมขัง ได้ล่วงหน้า

การปรับเปลี่ยนรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศของกรมอุตุนิยมวิทยาตั้งกล่าว สอดคล้องกับความพยายามของผู้ผลิตข่าวพยากรณ์อากาศที่คิดค้น พัฒนา และเปลี่ยนแปลงชนบหรือวิธีการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศให้แปลกใหม่ น่าสนใจ และถูกใจผู้ชม โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่สร้างปรากฏการณ์การนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศรูปแบบใหม่ที่แตกต่างแหวกแนวไปจากลักษณะการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศในอดีตอย่างเห็นได้ชัด ทั้งในด้านรูปแบบ สีลา การนำเสนอ ภาษาที่ใช้ ตลอดจนบุคลิกการแต่งกายของผู้ประกาศหรือพิธีกรหลักในรายการ โดยเน้นใช้รูปแบบการนำเสนอที่ไม่เป็นทางการ มีการผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร และมีความใกล้ชิดเป็นกันเองค่อนข้างสูง ดังจะเห็นได้จาก “ฝนฟ้าอากาศ” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 หรืออย่าง “ลมฟ้าพยากรณ์” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่นำฝาแฝด มาเป็นพิธีกรในการอธิบายลักษณะอากาศ การเฝ้าระวัง และการเตือนภัยต่างๆ นอกจากนี้บางสถานีโทรทัศน์ยังมีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะ ให้เกิดการจดจำได้ อย่าง “ทีวี 360 องศา” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และแม้บางสถานีโทรทัศน์ที่ยังคงยึดแนวปฏิบัติของการรายงานข่าวไว้ก็ยังคงมีการสอดแทรกเนื้อหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้ชมด้วย ไม่ว่าจะเป็น “ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส “ลมฟ้าอากาศ” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และ “สถานีอากาศ NBT” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (กุลธิดา สายพรหม, 2558: 128-129) โดยนำมาใช้เพื่อหวังสร้าง "เรตติ้ง" หรือสร้างความนิยมในการชมให้สูงขึ้น

จากการสำรวจความคิดเห็นบ้านสมเด็จโพลล์ (2558, ออนไลน์) พบว่า ความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มาเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 18.6 อันดับที่ 2 คือ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ร้อยละ 16.2 และอันดับ 3 คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ร้อยละ 10.5 และจากการสำรวจของเว็บไซต์โพซิชันนิง แม็กกาซีน (Positioning Magazine) (2552: ออนไลน์) พบว่า ชาวภาคค่า ช่วงเวลา 17.00-21.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่อายุ 4 ปีขึ้นไป เปิดรับมากที่สุด เฉลี่ยถึง 81% โดยกลุ่มผู้ชมอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในการชมข่าวทุกช่อง รองลงมาคือ ชาวภาคค่า 54% และชาวภาคใต้ 41% ซึ่งจะเห็นได้ว่าชาวภาคค่ายังคงได้รับสัดส่วนความนิยมจากผู้ชมสูงสุด โดยข่าวพยากรณ์อากาศนั้นนับเป็นช่วงหนึ่งของข่าวภาคค่า ซึ่งยังไม่มีการสำรวจวัดความนิยมเฉพาะช่วง ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยนี้ที่จะทำให้ทราบว่า รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศในลักษณะใดจะได้รับความนิยมและตรงกับความต้องการของผู้ชมมากที่สุด ซึ่งจะเป็นแนวทางให้กับผู้ผลิตในการพัฒนา ปรับปรุง รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์ทางโทรทัศน์ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของประชาชนและเพื่อเป็นการรักษาฐานและเพิ่ม

จำนวนผู้ชมรายการข่าวค่ำ ในยุคที่วิถีชีวิตที่ผู้ชมมีทางเลือกในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากขึ้นอีกด้วย (รัตติยา อังกุลานนท์, 2558: ออนไลน์)

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2 เพื่อศึกษารูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษารูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์ทางโทรทัศน์ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนอายุตั้งแต่ 11 ปี ขึ้นไปที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,152,544 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปี ขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ จำนวน 400 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multiple sampling) ซึ่งจะศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2558 - 30 กันยายน 2559 เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร

4. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมรูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมรูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ได้ทราบถึงการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2 ได้ทราบถึงรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

5.3 ได้ทราบถึงการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

5.4 ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาข่าวพยากรณ์อากาศให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของผู้ชม

5.5 ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดและวางแผนปรับปรุงรูปแบบการรายงานข่าวพยากรณ์อากาศของกรมอุตุนิยมวิทยาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ประชาชนได้ใช้ประโยชน์จากข่าวพยากรณ์อากาศมากขึ้น

6. นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

6.1 ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ หมายถึง การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศ อุณหภูมิ สภาวะฝนตก การทำนายสภาวะอากาศที่จะเกิดขึ้น การแจ้งเตือน และการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้อง โดยออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

6.2 รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศ หมายถึง ลักษณะและวิธีการนำเสนอเนื้อหา องค์ประกอบ และการสร้างการมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์อากาศที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ ได้แก่

6.2.1 รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ หมายถึง ลักษณะข่าวพยากรณ์อากาศที่ปรากฏทางโทรทัศน์ ได้แก่ รูปแบบข่าวอ่าน และรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร

6.2.2 เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ หมายถึง ข้อมูลที่อธิบายลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้น ภายใน 6-24 ชั่วโมง, การเตือนภัย, สถานการณ์สิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงของ

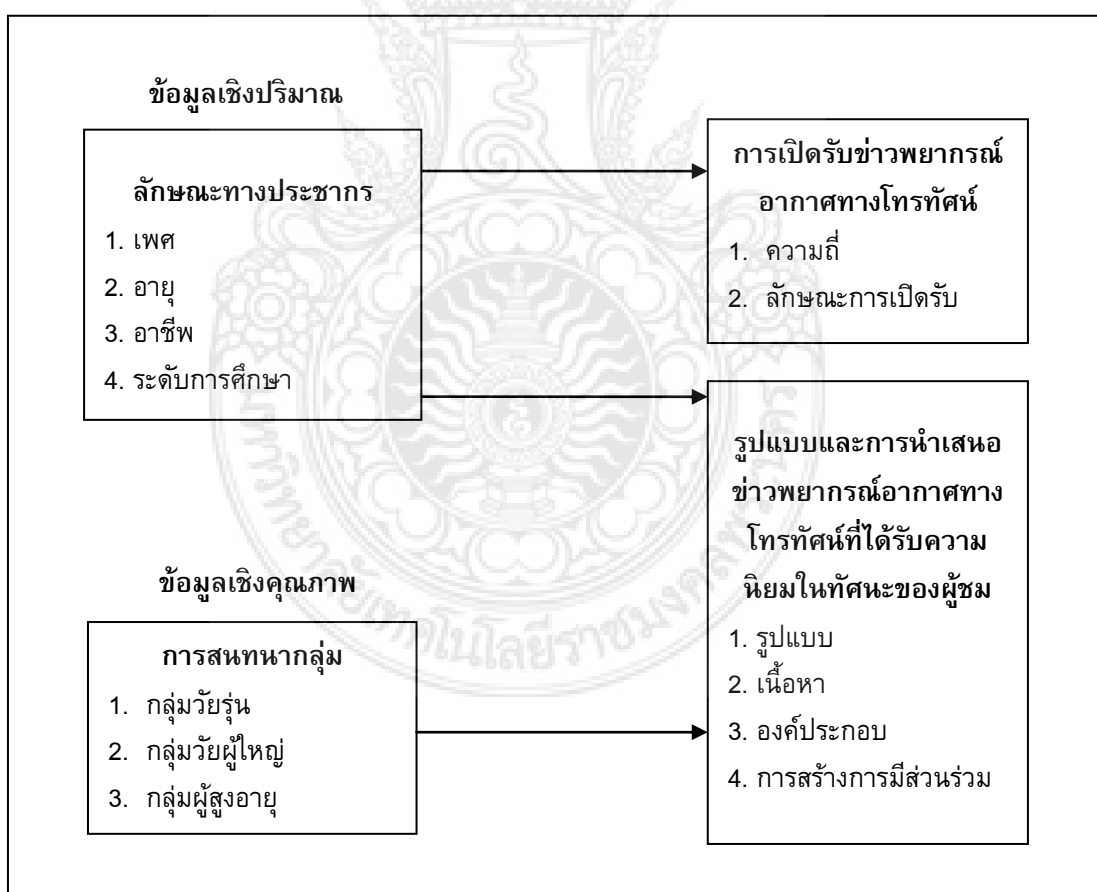
โลก, การท่องเที่ยว, การทำเกษตรกรรมและการประมง และเทคนิคต่างๆ ที่นำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

6.2.3 องค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศ หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ใช้ประกอบเป็นข่าวพยากรณ์อากาศ ได้แก่ ผู้ประกาศข่าว สถานที่ถ่ายทำ ภาพประกอบข่าว และเสียงประกอบข่าว

6.2.4 การสร้างการมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศ ได้แก่ การส่งภาพถ่ายหรือคลิปวิดีโอรายงานสภาพอากาศ, การเข้าร่วมกิจกรรมนอกสถานที่ และการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์

6.3 การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ หมายถึง การที่บุคคลเปิดรับชมข่าวพยากรณ์อากาศทางสถานีโทรทัศน์ ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับ และลักษณะการเปิดรับ

7. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์
2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย
3. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกาศข่าว
4. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์
5. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ
6. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสื่อโทรทัศน์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์

รายการข่าวโทรทัศน์ เป็นรายการที่ผลิตขึ้นเพื่อออกอากาศผ่านโทรทัศน์ โดยผู้ผลิตมีหน้าที่รวบรวม จัดหาภาพ เสียง และข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ แล้วนำเสนอสู่ผู้ชม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวคราวความเคลื่อนไหวในสังคมในเรื่องต่างๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม กีฬา และวัฒนธรรม ทั้งภายในและภายนอกประเทศ (ศุภรัศมี จิตติกุลเจริญ, 2542: 30) ปัจจุบันข่าวที่ปรากฏอยู่ในรายการโทรทัศน์มีมากมายหลายประเภท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคิด ทัศนคติ ประสบการณ์ และการถือปฏิบัติของผู้จำแนกเป็นสำคัญ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545: 59)

1.1 ประเภทของข่าวโทรทัศน์

การจำแนกประเภทของข่าวโทรทัศน์ สามารถจำแนกเป็นประเภทต่างๆ ได้ โดยใช้เกณฑ์ในการจำแนกได้หลายเกณฑ์ เช่น จำแนกตามคุณลักษณะและความสำคัญของข่าว จำแนกตามพื้นที่ขอบเขตการทำข่าว และจำแนกตามเนื้อหาของข่าว โดยในการศึกษาวิจัยนี้ แบ่งประเภทของข่าวโทรทัศน์ตามเนื้อหาของข่าว (วีรพงษ์ พลนิกรกิจ, 2545: 8) ดังนี้

1.1.1 เนื้อหาข่าวที่เป็นข้อมูลข่าวสารและความเป็นจริง (information and reality content) เนื้อหาข่าวประเภทนี้ ได้แก่ ข่าวในพระราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวเกษตร ข่าวการศึกษา ข่าวสังคม ข่าวสุนามัย ข่าวอาชญากรรม ข่าวพยากรณ์อากาศ ข่าวการจราจร และข่าวสิ่งแวดล้อม

1.1.2 เนื้อหาข่าวที่เป็นเรื่องความบันเทิง (fantasy or entertainment content) เนื้อหาข่าวประเภทนี้ ได้แก่ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง

1.1.3 เนื้อหาข่าวโฆษณาทางธุรกิจ (commercial content) เนื้อหาข่าวประเภทนี้ ได้แก่ ข่าวเปิดตัวสินค้า ข่าวแนะนำบริการใหม่ของธุรกิจ

1.2 รูปแบบรายการข่าวโทรทัศน์

รายการข่าวโทรทัศน์ได้พัฒนารูปแบบ และวิธีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง จากอดีตที่มีแต่รายการข่าวอ่าน (news programme) จนกระทั่งปัจจุบันรายการข่าวมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย และมีจำนวนรายการเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการ และเพื่อแก้ปัญหาความซ้ำซากของรายการ เนื่องจากเนื้อหาของข่าวของแต่ละสถานีในแต่ละวัน อาจซ้ำหรือคล้ายคลึงกัน (กิตติ กันภัย และศิรินารถ หงษ์ประยูร, 2551: 2) แต่ละสถานีได้คิดค้นรูปแบบการรายงานข่าวแบบใหม่ ๆ (inventions) และนำเสนอรายการข่าวรูปแบบต่าง ๆ ไม่เฉพาะรายการข่าวปกติที่มีผู้ประกาศนั่งอ่านข่าว หรือรายงานข้อมูลแต่เพียงอย่างเดียว โดยรูปแบบการนำเสนอรายการข่าว (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 94-97) มีดังนี้

1.2.1 รายการข่าวอ่าน (news programme) เป็นรายการที่มีอยู่ทุกสถานีโทรทัศน์ มีความยาวตั้งแต่ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมงหรือมากกว่า นำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศข่าวอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ โดยเรียงลำดับประเด็นข่าวที่สำคัญที่สุดหรืออยู่ในความสนใจของสาธารณชนมากที่สุดจากมากไปหาน้อย ทั้งนี้วิธีการนำเสนอจะต้องใช้ภาษาที่สั้น กระชับ ไม่ใส่ความคิดเห็นของผู้ผลิตหรือผู้รายงานข่าว

1.2.2 ข่าวสั้น ข่าวด่วนหรือข่าวต้นชั่วโมง (breaking news) เป็นรายการข่าวที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เป็นระยะๆ ตลอดทั้งวัน โดยทั่วไปจะออกอากาศทุกต้นชั่วโมง มีความยาวประมาณ 3-5 นาที การนำเสนอรายการข่าวสั้นใช้รูปแบบใกล้เคียงกับรายการข่าวอ่าน (news programme) คือ ให้ผู้ประกาศอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ซึ่งจะสอดคล้องกับภาพข่าวที่นำเสนอ โดยเรียงลำดับความสำคัญของข่าวตามที่กองบรรณาธิการกำหนด

1.2.3 รายการสัมภาษณ์ข่าว (news interview) เป็นรายการข่าวที่นำเสนอข้อมูลข้อเท็จจริง และความคิดเห็นผ่านการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือบุคคลในข่าวโดยละเอียด ซึ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลหรือความคิดเห็นที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์ ไม่ได้เน้นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้ดำเนินรายการและผู้ถูกสัมภาษณ์จะพูดคุยในประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจ อาจจะเป็นข้อมูลใหม่ ข้อมูลเชิงลึกหรือรายละเอียดของเหตุการณ์ โดยผู้ดำเนินรายการจะมีบทบาทในการควบคุมเนื้อหา ซึ่งจะต้องใช้จังหวะ ลีลา และการบอคำถาม รายการข่าวประเภทนี้จึงไม่มีบทสำหรับอ่าน แต่จะใช้คำถามที่เตรียมไว้ ร่วมกับคำถามที่ผู้ดำเนินรายการคิดขึ้น

1.2.4 รายการวิเคราะห์ข่าว (news analysis) เป็นรายการข่าวที่ให้สาระและข้อมูลเบื้องต้น เบื้องหลังของเหตุการณ์ รวมทั้งชี้ให้เห็นถึงความหมายหรือนัยของข่าว และ

ผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นสำคัญ ทั้งในระดับประเทศและระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อคนจำนวนมาก เพื่อให้ผู้ชมได้รับความรู้ พร้อมกับการให้ข่าวสาร โดยผู้วิเคราะห์ข่าวซึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการจะต้องมีความรู้ และความเชี่ยวชาญในประเด็นที่วิเคราะห์ สำหรับรายการข่าวประเภทนี้อาจมีแต่การวิเคราะห์ข่าวเพียงอย่างเดียวจนจบรายการหรืออาจใช้แบบผสมผสานหลายรูปแบบ ทั้งการรายงานข่าวหรือการสัมภาษณ์ควบคู่กันไปด้วย

1.2.5 รายการสนทนาข่าว (news talk) เป็นรายการข่าวที่นำเสนอข่าวสาร และความคิดเห็นระหว่างผู้ดำเนินรายการ ซึ่งอาจมี 2-3 คน โดยทั้งหมดจะสนทนากันเอง และสนทนากับผู้ชม ด้วยท่าทีสบายๆ และเป็นกันเอง สำหรับข่าวที่รายงานอาจนำมาจาก การติดตามทำข่าวของสถานีเองหรือนำมาจากสื่ออื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ที่มีทั้งเนื้อหาหนัก (hard news) และเบา (soft news) แต่จะเลือกเฉพาะประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชน แล้วนำมาเล่าหรือวิจารณ์โดยไม่จำเป็นต้องมีบทข่าว เพราะภาพและเสียงจริงของเหตุการณ์อาจไม่สำคัญเท่ากับลีลา บุคลิกภาพ และความสามารถของผู้ดำเนินรายการ ปัจจุบันรายการข่าวรูปแบบนี้เป็นที่นิยมในประเทศไทย บางครั้งเรียกรายการข่าวรูปแบบนี้ว่ารายการเล่าข่าวหรือรายการคุยข่าว

1.2.6 รายการนิตยสารข่าว (news magazine) เป็นรายการข่าวที่มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย เปรียบเสมือนนิตยสารที่มีหลายคอลัมน์ อาจประกอบด้วยช่วงต่างๆ เช่น การรายงานข่าว การวิจารณ์ข่าว การวิเคราะห์ข่าว หรือการสัมภาษณ์บุคคลในข่าว เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม โดยอาจเริ่มรายการด้วยการรายงานข่าวสั้นหรือสรุปข่าว ต่อจากนั้นเป็นการวิจารณ์ข่าวหรือเน้นการพูดคุยหรือเล่าข่าวในประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจของสาธารณชน

1.3 ลักษณะโครงสร้างของรายการข่าวโทรทัศน์

รายการข่าวโทรทัศน์รายการหนึ่งจะมีข่าวสั้นเล็กๆ อยู่เป็นจำนวนมาก แต่ละขั้วข่าวเหล่านั้นจะถูกจัดอยู่เป็นหมวดหมู่อย่างมีระเบียบเป็นช่วง (segment) อย่างเหมาะสม โดยการแบ่งประเภทข่าวสามารถแบ่งตามประเภทของหนังสือพิมพ์ ได้ 2 ประเภท (พนม วรรณศิริ, 2544 และสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545 อ้างถึงใน ศุภลักษณ์ ด่านไพบูลย์, 2549: 145-147) ดังนี้

1.3.1 ข่าวหนัก (Hard news)

1) ข่าวการเมือง ได้แก่ ความเคลื่อนไหวในแวดวงการเมือง กระทรวง กรม กอง เช่น ข่าวการปรับคณะรัฐมนตรี, ข่าวการประชุมประท้วงของครูเรื่องการโอนถ่ายการศึกษา และข่าวอดีตนายกรัฐมนตรี เป็นต้น

2) ข่าวเศรษฐกิจ ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวกับการลงทุน การเงิน การธนาคาร ธุรกิจภาคเอกชน ท่องขึ้นราคาช่วงใกล้ปีใหม่และตรุษจีน ราคาน้ำมันเบนซินและดีเซล และการกักตุนน้ำตาลทราย เป็นต้น

3) ข่าวต่างประเทศ ได้แก่ รายงานความเคลื่อนไหวในต่างประเทศ เช่น ข่าวแปลก ซึ่งเป็นข่าวที่น่าสนใจที่เกิดขึ้นรอบโลก ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เช่น การจัดเทศกาลเฉลิมฉลองคริสมาสต์จากทั่วทุกมุมโลก เป็นต้น

4) ข่าวสาธารณสุข ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยของประชาชน เช่น เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุขลงพื้นที่ตรวจหาเชื้อไข้หวัดนก การพบผู้ต้องสงสัยเป็นไข้หวัดนก และการเฝ้าระวังโรคระบาดต่างๆ เป็นต้น

5) ข่าวศาสนา ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ความเชื่อ ความศรัทธาต่างๆ เช่น กิจกรรมทางพุทธศาสนา การขุดค้นพบพระพุทธรูป ข่าวพบพระสงฆ์ทำผิดวินัย และการมรณภาพของพระเกจิอาจารย์ เป็นต้น

6) ข่าววิทยาศาสตร์ ได้แก่ ข่าวเกี่ยวกับการประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีเกี่ยวกับไอที คอมพิวเตอร์หรือนวัตกรรมที่ส่งเสริมความก้าวหน้า เช่น ญีปุ่นประดิษฐ์หุ่นยนต์ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์แทนคน และการประดิษฐ์รถยนต์พลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น

1.3.2 ข่าวเบา (Soft news)

1) ข่าวกีฬา ได้แก่ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการกีฬา เช่น การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ การแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ และการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก เป็นต้น

2) ข่าวสังคม ได้แก่ เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับบุคคลระดับต่างๆ หรือเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม เช่น ข่าวการเปิดห้างสยามพารากอน ข่าวชาวบ้าน ข่าวแปลกที่น่าสนใจ เรื่องหลอเชื่อ หรือเกี่ยวกับไสยศาสตร์ เป็นต้น

3) ข่าวอาชญากรรม ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับการกระทำผิดกฎหมายอาญา เช่น การทะเลาะวิวาทในหมู่วัยรุ่น การก่อความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ตำรวจจับผู้ค้ายาเสพติด การฆาตกรรม และข่มขืน เป็นต้น

4) ข่าวภัยพิบัติ ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวกับภัยธรรมชาติ อุทกภัย วาตภัย อัคคีภัย เช่น การเกิดแผ่นดินไหว น้ำท่วม และไฟไหม้ เป็นต้น

5) ข่าวอุบัติเหตุ ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวกับอุบัติเหตุที่เกิดจากยานพาหนะหรือเกิดจากการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีอย่างประมาท เช่น รถไฟตกราง เครื่องบินสหรัฐระเบิดกลางอากาศ หรือรถชนกันมีผู้บาดเจ็บ เป็นต้น

6) ข่าวบันเทิง ได้แก่ ความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิงทั้งในและต่างประเทศ เช่น ข่าวรักร้ายดารา ข่าวฉายาคนบันเทิงประจำปี และกิจกรรมงานบันเทิงต่างๆ เป็นต้น

7) ข่าวสภาพอากาศ ได้แก่ รายงานสภาพอากาศทั่วทุกภูมิภาคทั่วโลก เช่น กรมอุตุนิยมวิทยาเตือนมรสุมพัดผ่านพื้นที่ต่างๆ ในประเทศให้ประชาชนระมัดระวัง รายงาน

8) ชาวประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ชาวประชาสัมพันธ์งานกิจกรรมต่างๆ ของภาครัฐและเอกชน เช่น งานแสดงสินค้า และงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่นต่างๆ จากทุกภูมิภาค เป็นต้น

9) ชาวที่เกี่ยวกับสัตว์ เป็นประเด็นที่น่าสนใจ เรื่องราวน่ารักของสัตว์ เช่น ชาวฮิปโปคลอดลูก และสุนัขเป็นเพื่อนกับแพะ เป็นต้น

10) ชาวในพระราชสำนัก ได้แก่ ชาวเกี่ยวกับพระราชวงศ์ และการเผยแพร่พระราชกรณียกิจต่างๆ

1.4 องค์ประกอบของรายการข่าวโทรทัศน์ (elements of news programme)

1.4.1 ผู้รายงานข่าว หมายถึง หน่วยงาน องค์กรที่ผลิตรายการข่าว บรรณาธิการข่าว และผู้สื่อข่าว ซึ่งเป็นผู้คัดเลือกเหตุการณ์ที่จะเป็นข่าว กำหนดประเด็น และผลิตรายการข่าวเพื่อออกอากาศ เช่น สถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ในประเทศไทย ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และสถานีโทรทัศน์ของต่างประเทศ เช่น สถานีโทรทัศน์ CNN ของประเทศสหรัฐอเมริกา สถานีโทรทัศน์ NHK ของประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ในการผลิตรายการข่าวขององค์กรเหล่านี้ ต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก เพื่อทำหน้าที่ต่างๆ เช่น ผู้จัดการฝ่ายข่าว บรรณาธิการข่าว ผู้สื่อข่าว ช่างภาพ ผู้ประกาศข่าว ช่างเทคนิค พนักงานตัดต่อ ฝ่ายกำกับเวที ฝ่ายเสื้อผ้า เป็นต้น (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 91)

1.4.2 เนื้อหาข่าวที่น่าสนใจ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของรายการประเภทข่าว ข่าวไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่เป็นการรายงานเหตุการณ์โดยผู้สื่อข่าวและองค์กรข่าว ซึ่งองค์กรและบุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้ตัดสินใจ และเลือกว่าเหตุการณ์ใดควรนำมารายงานสู่ผู้ฟังและผู้ชม (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 91) เหตุการณ์ที่จะเป็นข่าวได้ต้องมีความสำคัญ และ ความน่าสนใจ เกณฑ์การพิจารณาว่าเหตุการณ์ใดมีความสำคัญ และน่าสนใจ เรียกว่า คุณค่าข่าว (news values) หรือเหตุการณ์ที่มีคุณค่าพอที่จะเป็นข่าว (นรินทร์ นำเจริญ, 2549: 13 และภาคภูมิ วรรณภา, 2555: 26-36) ควรมีลักษณะดังนี้

1) ความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ (immediacy or timeliness) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ เช่น เครื่องบินตก แผ่นดินไหว และได้นำเสนอต่อผู้ชมทันทีนั้นย่อมได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นพิเศษ ดังนั้นจึงจัดว่ามีคุณค่าความเป็นข่าวสูง

2) ความใกล้ชิด (proximity or nearness) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและมีความใกล้ชิดกับผู้ชมมากที่สุดทั้งในด้านความสัมพันธ์ทางความคิด จิตใจ การดำรงชีวิต และความสัมพันธ์ด้านระยะทาง เช่น เหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่หรือเหตุระเบิด ย่อมได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นพิเศษ เนื่องจากความรู้สึกมีส่วนร่วม

3) ความสำคัญหรือเด่น (prominence) โดยธรรมชาติของมนุษย์จะให้ความสนใจต่อสิ่งที่มีความสำคัญ ความเด่น และความมีชื่อเสียงของบุคคล สถานที่ หรือเวลา ซึ่งเป็นที่รู้จักของผู้ชมทั่วไป เช่น การเสียชีวิตของนักแสดงชื่อดังหรือไฟไหม้สถานที่สำคัญ

4) ความแปลกประหลาดหรือไม่เคยพบเห็นมาก่อน (unusualness or oddity) เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ผิดจากปกติธรรมดา เหตุการณ์ที่ไม่ค่อยจะเกิด หรือผิดแผกไปจากธรรมชาติ เช่น การเปลือยกายประท้วงขององค์กรพิทักษ์สิทธิสัตว์ (PETA)

5) ความขัดแย้ง (conflict) เป็นเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่แสดงถึงความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในความสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งจากกลุ่มบุคคล 2 กลุ่ม จนถึงความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างประเทศ ทำให้เหตุการณ์ผิดปกติไปจากที่ควรจะเป็น เช่น การประท้วงทางการเมืองหรือสงคราม

6) ความสะเทือนอารมณ์ (human interest or emotion) เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่สร้างความสะเทือนใจหรือสะเทือนอารมณ์ให้กับผู้ชม

7) ความลึกลับหรือมีเงื่อนงำ (suspense) เหตุการณ์ใดก็ตามที่เกิดขึ้นและยังไม่สามารถคลี่คลายคำตอบให้กระจ่างได้ มักได้รับความสนใจจากผู้คน เพราะต่างอยากทราบถึงความเป็นไปหรือผลสุดท้ายของเหตุการณ์นั้น ๆ เช่น การคอร์รัปชันของรัฐมนตรีหรือเหตุฆาตกรรมอำพราง

8) ความก้าวหน้า (progress) เป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับวิทยาการ เทคโนโลยี และการค้นพบใหม่ ซึ่งอาจเป็นความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์หรือการศึกษา เพราะข่าวเหล่านี้จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้สูงขึ้น เช่น การค้นพบโรคใหม่หรือการค้นพบดาวดวงใหม่

9) ผลกระทบกระเทือน (consequence) เหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้คนในวงกว้าง เช่น อุทกภัย ทำให้ประชาชนในหลายพื้นที่ได้รับความเดือนร้อนอย่างหนักหรือปัญหาสิ่งแวดล้อม

10) องค์กรประกอบทางเพศ (sex) เป็นเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเพศ ความสัมพันธ์ระหว่างชายหญิง การแต่งงาน ความรัก หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับเด็กและคนชรา ล้วนเป็นข่าวที่มีองค์กรประกอบทางเพศที่ผู้ชมมักให้ความสนใจเป็นพิเศษ

1.4.3 ภาพ (picture)

รายการข่าวโทรทัศน์มีภาพเป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่องประกอบเสียง ซึ่งช่วยให้รายการข่าวมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ซึ่งภาพ (picture) หรือภาพเคลื่อนไหว (moving picture) ที่รายงานเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริง เป็นส่วนหนึ่งของการเล่าเรื่องในรายการข่าวโทรทัศน์ และสร้างการรับรู้แก่ผู้ชมผ่านการมองเห็นด้วยสายตา โดยสมสุข หินวิมาน และคณะ (2557: 93) ได้แบ่งประเภทของภาพออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ภาพข่าว เป็นภาพข่าวที่ใช้เพื่ออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเรื่องราว โดยไม่ต้องอธิบายรายละเอียดมาก ภาพข่าวยังเป็นองค์ประกอบที่ทำให้รายการข่าวมีความน่าเชื่อถือ และน่าสนใจกว่าวิทยุกระจายเสียง เพราะภาพ คือ หลักฐานที่โทรทัศน์มีให้ผู้ชม เพื่อยืนยันว่าเหตุการณ์ที่รายงานได้เกิดขึ้นจริง (Goodwin, 1990 อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 89-90) โดยเกณฑ์ในการพิจารณาว่าภาพใดมีคุณสมบัติที่ดีหรือไม่ จะพิจารณาจากคุณสมบัติของภาพ 2 ประการ (นรินทร์ นำเจริญ, 2549: 261-262) คือ

1.1) คุณสมบัติด้านการสื่อความหมาย ภาพที่ดีจะต้องสามารถเรียกความสนใจจากผู้ชมได้ มีองค์ประกอบของความน่าสนใจ มีลักษณะของการสรุปความหมาย ให้สาระสำคัญของเนื้อหา สื่อความหมายของเรื่องที่ต้องการได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ภาพจะต้องมีความน่าเชื่อถือ และมีความเป็นธรรมชาติด้วย

1.2) คุณสมบัติด้านกายภาพ ภาพที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติทางกายภาพที่ดี โดยจะต้องมีความคมชัด มีการจัดองค์ประกอบของภาพที่เหมาะสม มีความสมดุล มีการวางมุมกล้อง ความลึก แสง เงา และความสว่าง

2) ภาพกราฟิก เป็นเทคนิคที่สร้างจากคอมพิวเตอร์ โดยใช้ประกอบรายการข่าว เมื่อต้องการอธิบายเรื่องราวที่ซับซ้อนและยากแก่การเข้าใจ เพื่อให้ผู้ชมเห็นภาพได้ชัดเจน และเข้าใจเหตุการณ์ได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังเป็นส่วนประกอบในการส่งเสริมและสนับสนุนรายการให้เป็นที่สนใจของผู้ชมได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งการจะเป็นเช่นนั้นได้ ผู้ออกแบบกราฟิกต้องออกแบบอย่างรอบคอบ มีศิลปะ มีความคิดสร้างสรรค์ และต้องใช้จินตนาการให้สอดคล้องกับการแสดงในรายการโทรทัศน์ เพื่อสื่อความหมายของรายการไปสู่ผู้ชมให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น (สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548: 165) ทั้งนี้การใช้ภาพกราฟิกเป็นส่วนหนึ่งในการแข่งขันรายการข่าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์ ซึ่งแต่ละสถานีต่างพยายามสร้างสรรค์กราฟิกที่สวยงาม แตกต่าง และหลากหลาย เพื่อเพิ่มสีสันของรายการข่าวให้ดูมีชีวิตชีวา และเพิ่มอรรถรสในการรับชมข่าวแก่ผู้ชม นอกจากนี้ ชินกฤต อุดมลาภไพศาล (2557) กล่าวถึง หน้าที่ของภาพกราฟิกเพิ่มเติม ดังนี้ 1) ให้ข้อมูล (Informative function) ควรพิจารณาการเลือกข้อมูลที่จะนำเสนอว่ามีความสำคัญในการนำกราฟิกมาใช้มากเพียงใด เกินกว่าที่จะใช้ภาพสื่อความหมายได้หรือไม่ หากใช้ควรเลือกใช้ กราฟิกประเภทใดให้เหมาะสม และสอดคล้องกับธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์หรือไม่ 2) ความสวยงาม การประดับตกแต่ง (Decorative function) กราฟิกควรสอดคล้องกับแก่นรายการ กลุ่มเป้าหมายผู้ชมรายการ สื่อความหมายให้กับภาพ และสำคัญที่สุดก่อนที่ผู้ชมจะเริ่มกวาดสายตาอ่านข้อมูลกราฟิกต้องกระตุ้นให้เกิดความสนใจในตัวกราฟิกผ่านการออกแบบ โทนมสี พื้นผิว แสง และ 3) การจัดวางองค์ประกอบข้อมูล ฝ่ายศิลปกรรมควรที่จะกำหนดทิศทางการอ่านกราฟิกให้ชัดเจน หากเป็นงานแอนิเมชันควรที่จะกำหนดจังหวะการเข้าออกของกราฟิก การซ้อนภาพกราฟิกกับภาพเคลื่อนไหวควรเสมือนจริง มีความเข้ากัน สำหรับสื่อมวลชนโทรทัศน์ไทย บางสถานีให้ความสำคัญกับบทบาทของกราฟิก แต่มีจำนวนไม่น้อยที่

ไม่ตระหนักหรือให้ความสำคัญกับกราฟิกในบทบาทการสื่อสาร ยังคงยึดติดภาพตายตัว เชื่อมมันในเนื้อหา ภาพเคลื่อนไหวจากการถ่ายทำ และเสียงบรรยายเป็นหลัก ซึ่งทุกวันนี้แทบทุกวินาทีของรายการโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ปรากฏกราฟิกตลอดเวลา แต่ละองค์กรมีปัจจัยแรงผลักดันที่ต่างกัน องค์กรที่มีความพร้อมกว่าย่อมมีเครื่องมือที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพการทำงานที่ดีกว่า แต่พื้นฐานสำคัญอยู่ที่การออกแบบการสื่อสารเชิงภาพ

สำหรับภาพกราฟิกในรายการข่าวโทรทัศน์ มีรูปแบบ (สุรชาติ อังค์สุวรรณ, 2543: 22 และสหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548: 170-171) ดังนี้

2.1) ภาพกราฟิกที่เป็นตัวอักษร (text) เป็นการซ่อนตัวอักษรข้อความ เช่น ชื่อ-นามสกุล ผู้ประกาศ หรือตำแหน่งของบุคคลในข่าว โดยใช้อุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า character generator (CG) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้กันอย่างกว้างขวางในวงการโทรทัศน์ เพราะมีความสามารถในการผลิตตัวหนังสือได้ทุกรูปแบบ

2.2) ภาพกราฟิกที่เป็นภาพนิ่ง (non moving graphic) เช่น กราฟตาราง และสถิติ โดยจะต้องเป็นแบบที่เห็นได้ชัดและเป็นแบบง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน หลีกเลียงที่จะใช้ภาพจากหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพราะไม่ได้ออกแบบมาเพื่องานโทรทัศน์ เพียงแต่เจ้าหน้าที่ด้านกราฟิกต้องนำมาออกแบบใหม่เพื่อใช้งานสำหรับรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะ โดยใช้แนวความคิดเดิม

2.3) ภาพกราฟิกที่เป็นภาพเคลื่อนไหว (animation graphic) เช่น ใตเต็ลรายการข่าวโทรทัศน์ แผนที่อากาศจากดาวเทียมที่ประกอบการรายงานข่าวอากาศซึ่งแสดงทิศทางที่พายุพัดผ่าน และมุมมองการเคลื่อนไหวของสภาพอากาศ สำหรับภาพกราฟิกแผนที่อากาศจากดาวเทียมนั้นจะมีรายละเอียดที่เล็กมาก จึงต้องตัดส่วนที่ไม่สำคัญออก โดยเหลือไว้แต่เพียงส่วนสำคัญที่ผู้ชมต้องการ และต้องให้ดูง่ายที่สุดบนจอภาพโทรทัศน์ เพราะมีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

ภาพกราฟิกทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นตัวหนังสือ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ต่างต้องออกแบบให้มีรูปแบบเฉพาะ (style) จัดจำได้ง่าย สะดุดตา และเป็นเอกภาพ เพื่อสนับสนุนรูปแบบของรายการและให้สอดคล้องไปกับเนื้อหาของรายการ โดยก่อนที่จะทำศิลปะทางด้านกราฟิกสำหรับรายการข่าวโทรทัศน์ ผู้ดูแลด้านกราฟิกและผู้ควบคุมการผลิตรายการต้องประชุมพิจารณาถึงแนวความคิดของรายการว่ามีจุดมุ่งหมายและวิธีนำเสนออย่างไร จะใช้กราฟิกในรายการอย่างไร ซึ่งการประชุมพิจารณานี้จะช่วยให้ผู้ดูแลด้านกราฟิกสามารถออกแบบกราฟิกให้มีรูปแบบที่สอดคล้องไปกับรายการ ทำให้เกิดบรรยากาศและสร้างสีสัน ซึ่งมีผลต่อความสนใจของผู้ชม (สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548: 167-168)

1.4.4 เสียง (sound)

เสียงเป็นปัจจัยสำคัญเท่ากับภาพในการผลิตรายการข่าวโทรทัศน์ โดยเสียงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ชม ทั้งทางด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ สร้างความรู้สึกและ

อารมณ์ที่ผู้ชมมีต่อเรื่องที่กำลังชม โดยเสียงช่วยสร้างความคิดให้แก่ผู้ชมว่า ควรจะให้ความหมายของภาพที่กำลังชมอย่างไร รวมทั้งเกิดความรู้สึกและอารมณ์อย่างไร (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558: 30) จึงอาจกล่าวได้ว่าเสียงมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการสื่อความหมายของภาพในรายการโทรทัศน์อย่างมาก

1) หน้าที่ของเสียงในรายการข่าวโทรทัศน์ มีดังนี้

1.1) การเล่าเรื่อง (narrative function) เสียงเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งในการเล่าเรื่อง เสียงช่วยเติมเต็มความสมบูรณ์ของการเล่าเรื่อง

1.2) การให้ข้อมูล (informative function) เสียงสามารถถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการจะบอกผู้ชมให้ทราบได้

1.3) การสร้างแรงดึงดูดความสนใจ (interesting function) เสียงช่วยสร้างพลังในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ติดตามเรื่องราวไปจนจบเรื่องได้

1.4) การสร้างอารมณ์ (emotional function) เสียงสามารถโน้มนำและควบคุมอารมณ์ของผู้ชมให้เป็นไปตามผู้ที่สร้างสรรค์ต้องการ

2) ประเภทของเสียงในรายการข่าวโทรทัศน์

การใช้เสียงในรายการโทรทัศน์หลากหลายประเภท แต่รายการข่าวโทรทัศน์ส่วนใหญ่นิยมใช้เสียง 4 ประเภท (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558: 31-32 และสมศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548: 117-118) ได้แก่

2.1) เสียงพูด (speech) เป็นเสียงที่เกิดจากบุคคลที่มาปรากฏในรายการข่าวโทรทัศน์ เช่น ผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ ผู้บรรยาย ผู้สื่อข่าว หรือผู้ให้สัมภาษณ์ อาจใช้เสียงพูดปกติหรือเป็นเสียงบรรยายซ้อน (voice-over) โดยเสียงพูดนี้เป็นส่วนประกอบที่ทำให้รายการข่าวโทรทัศน์น่าเชื่อถือ

2.2) เสียงพิเศษ (sound effects) เป็นเสียงที่เกิดจากการทำซ้ำของแหล่งเสียงหลัก ซึ่งเป็นเสียงที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น เสียงนกร้อง เสียงฝนตก เสียงฟ้าร้อง เสียงลมพายุ เสียงคลื่นในทะเล เสียงควบม้า และเสียงที่สร้างขึ้นมาประกอบการนำเสนอเรื่อง ซึ่งเป็นเสียงที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ เช่น เสียงแก้วแตก เสียงรถยนต์เบรค เสียงกริ่งโทรศัพท์ และเสียงหวอเตือนภัย เพื่อสร้างความรู้สึก อารมณ์ และความหมายต่อเรื่อง และทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจในภาพที่กำลังเกิดขึ้น ทั้งนี้หากใช้เสียงพิเศษที่ไม่ถูกต้องและไม่ถูกจังหวะเวลาจะมีผลเสียต่อรายการเป็นอย่างมาก โดยหลักการใช้เสียงพิเศษในรายการข่าวโทรทัศน์ ได้แก่ 1) ใช้เพื่อสร้างบรรยากาศแวดล้อม (creating environment) เป็นการใช้เสียงเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดี ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ และความรู้สึกร่วม 2) ใช้เพื่อพรรณนาให้เห็นเหตุการณ์ (depicting) เป็นการใช้เสียงเพื่อให้เห็นสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น 3) ใช้เพื่อสร้างความรู้สึกให้แรงหรือเข้มข้นขึ้น (intensifying action) เป็นการใช้เสียง

เพื่อดึงความสนใจของผู้ชมให้มาอยู่ที่สิ่งที่เราคิดว่าสำคัญ และ 4) ใช้เพื่อเป็นสัญลักษณ์ (being symbolic) เป็นการใช้เสียงเพื่อแสดงสัญลักษณ์หรือสื่อความหมายต่อเรื่อง

2.3) เสียงดนตรี (music) เป็นเสียงที่เกิดจากการบรรเลงของเครื่องดนตรีทั้งหลาย รวมทั้งเสียงเพลงที่ได้มีการประกอบเพลงขึ้นมา อาจใช้ในช่วงเปิดหรือ ปิดรายการหรือใช้เป็นจังหวะในการเปลี่ยนภาพ โดยเสียงดนตรีหรือเสียงเพลงต้องได้รับการเลือกสรรมาแล้วเป็นอย่างดี เพื่อให้สะกดใจผู้ชมทันทีที่ได้ยิน ทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากติดตามรายการ และเพิ่มเติมสีสันให้กับรายการ อีกทั้งยังมีผลต่อการรับรู้และการสื่อความหมายในเชิงสุนทรียศาสตร์อีกด้วย โดยหลักการใช้เสียงดนตรีในรายการข่าวโทรทัศน์ ได้แก่ 1) ใช้เพื่อปูเรื่องราวที่กำลังจะเกิดขึ้น (setting pace) เป็นการใช้เสียงดนตรีที่จะบอกให้รู้ถึงเหตุการณ์กำลังจะเกิดขึ้นต่อไป 2) ใช้เพื่อทำให้เกิดบรรยากาศ อารมณ์ หรือความรู้สึก (evoking atmosphere feeling or mood) เป็นการใช้เสียงดนตรีเพื่อสร้างอารมณ์ความรู้สึกที่หลากหลาย เช่น ความรู้สึกไม่ปลอดภัย ความรู้สึกสงสารเห็นใจ ความรัก หรือความน่าเกรงขาม และ 3) ใช้เพื่อพรรณนาให้เห็นเหตุการณ์ได้ชัดเจนขึ้น (depicting) เป็นเสียงดนตรีที่สามารถช่วยขยายภาพหรือเรื่องราวของบุคคล เหตุการณ์ และรายการได้

2.4) เสียงเงียบ (silence) ส่วนใหญ่เรามักรับรู้ว่ามีสื่อโทรทัศน์ประกอบด้วยภาพและเสียง เสียงจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นในการผลิตรายการ แต่บางครั้งเสียงเงียบก็มีพลังในการสร้างความหมายให้กับฉากนั้นๆ ได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีเสียงใส่อยู่ตลอดเวลา เพราะหากมีจังหวะดีๆ ความเงียบก็สามารถสยบความเคลื่อนไหวเพื่อผู้ชมติดตามหรือผ่อนคลายได้เช่นกัน

1.4.5 สถานที่ถ่ายทำรายการข่าวโทรทัศน์

สถานที่ถ่ายทำรายการข่าวโทรทัศน์มีผลต่อความซับซ้อนในวิธีการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ที่แตกต่างกันด้วย โดยสถานที่ถ่ายทำรายการข่าวโทรทัศน์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การถ่ายทำในสตูดิโอ และการถ่ายทำนอกสถานที่ (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 214-218) ดังนี้

1) การถ่ายทำในสตูดิโอ (studio production) เป็นการถ่ายทำในพื้นที่ที่ถูกจัดสร้างขึ้นมารับรองรับการทำโดยเฉพาะ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1.1) การถ่ายทำในสตูดิโอระบบปิด หมายถึง สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ถ่ายทำรายการโทรทัศน์ในลักษณะป้องกันจากสิ่งรบกวนภายนอกทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ผ่านไปผ่านมา แสงแดด และเสียงรบกวนต่างๆ เช่น สตูดิโอถ่ายทำรายการข่าวภาคเช้า โดยข้อดีของสถานที่ถ่ายทำลักษณะนี้ คือ ทุกอย่างสามารถควบคุมได้ตามต้องการ แต่ข้อเสียคือต้องใช้ความเชี่ยวชาญอย่างมากในการทำให้ฉากนั้นๆ ดูเป็นธรรมชาติ

การสร้างสรรคฉากกรายการข่าวโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่จะเพิ่มความน่าเชื่อถือและดูยิ่งใหญ่ให้กับรายการข่าวอีกอย่างหนึ่ง และทุกสถานีย่างพยายามปรับปรุง

ฉากให้ออกมาดูสวยงามที่สุด และมักจะมีการเปลี่ยนเมื่อใช้ไปสักกระยะหนึ่ง ฉากรายการข่าวโทรทัศน์ในปัจจุบันมี 4 ประเภท (กิตติ สิงหาปัด และณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2554: 19-20) คือ

1.1.1) การสร้างฉาก เป็นการสร้างฉากรายการข่าวที่ทำจากวัสดุของจริง ทั้งไม้ การก่อสร้าง การประกอบ หรือการทาสี

1.1.2) การปรับห้องทำงานข่าวเป็นฉากอ่านข่าวเป็นการประยุกต์ใช้สถานที่จริงเป็นฉากถ่ายทำรายการข่าว โดยมากจะใช้ห้องทำงาน มีโต๊ะทำงาน ฉากหลังอาจมีชั้นหนังสือวางอยู่

1.1.3) การใช้ฉากแบบเวอร์ชวลสตูดิโอ (virtual studio) หรือฉากเสมือน เป็นการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ขั้นสูงออกแบบสร้างฉากขึ้นมาในจอภาพ ซึ่งมีลักษณะเสมือนจริง มีมิติเหมือนจริงมาก ผู้ประกาศข่าวสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับระบบเวอร์ชวลสตูดิโอได้ โดยสามารถนำเสนอข้อมูลได้หลากหลาย ทั้งกราฟิกประกอบข่าว ตาราง ภาพ เคลื่อนไหว แอนิเมชัน ให้สามารถดูง่าย ชัดเจน และไม่ซับซ้อน

การใช้เวอร์ชวลสตูดิโอ เป็นการสื่อสารผ่านหน้าจอตโทรทัศน์วิดีโอ ซึ่งเป็นแนวทางใหม่ให้กับบริษัทหรือองค์กรในรูปแบบที่ต้องการนำเสนองานโทรทัศน์ระบบนี้หากมองแต่ภายนอกจะเห็นแค่ฉากสีเขียวอย่างเดียวเท่านั้น โดยตัวละครหรือตัวประกอบภายนอกจะใช้เทคนิคจากเวอร์ชวลสตูดิโอเข้ามาใช้โดยสามารถนำเสนอผ่านฉากสีเขียวเพียงแค่นำตัวละครที่จะทำประกอบเข้ากับฉากมาตัดต่อเข้าไปข้างในฉากสีเขียว ซึ่งข้างในฉากสีเขียวนั้น เราสามารถสร้างสรรค์งานสามมิติได้เสมือนจริง สร้างงานกราฟิกได้หลากหลายโดยในการทำงานเกี่ยวกับระบบนี้จะมีงานกราฟิกเข้าไปเกี่ยวข้องในการสร้างตัวภาพสตูดิโอ เพื่อใช้ประกอบฉาก และยังสามารถเพิ่มโลโก้ สัญลักษณ์ ตัวการ์ตูน สภาพแวดล้อมแบบต่างๆ ได้ไม่ซ้ำ และที่สำคัญคือ การนำระบบนี้มาใช้สามารถนำตัวคนจริง ๆ มาอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เป็นสามมิติได้ จึงทำให้การถ่ายทำนั้น เป็นการถ่ายทำแบบเรียลไทม์หรือการนำเสนอรายการสดตามเวลาจริง (ซานนท์ เกษมวรรณกร, 2555) ในเบื้องแรกเวอร์ชวลสตูดิโอ จะถูกใช้ในการรายงานข่าวพยากรณ์อากาศทั้งของประเทศไทยและในภูมิภาคของโลกก่อน ซึ่งรายการนี้มักจะเป็นเวทีที่จะแสดงฝีมือในการนำเสนอผ่านเวอร์ชวลสตูดิโอ เนื่องจากมีลูกเล่นให้เล่นมากมาย ทั้งกราฟิก สัญลักษณ์แสดงสภาพอากาศต่างๆ และแผนที่ ซึ่งทำให้การนำเสนอข่าวมีสีสัน สนุก น่าติดตาม และไม่น่าเบื่อ (วศิน บุรณเหตุ, 2552)

1.1.4) การใช้ฉากแบบวิดีโอวอลล์ (video wall) เป็นการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ขั้นสูงมาใช้ในการออกแบบสร้างฉากร่วมกับจอภาพที่เรียกว่า วิดีโอวอลล์ ระบบนี้จะช่วยให้ผู้ประกาศข่าวมีปฏิสัมพันธ์กับข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น สามารถเลือกข้อมูลที่จะนำเสนอได้ด้วยตนเอง เพียงแค่ใช้มือสัมผัสกับหน้าจอ ให้คนดูได้เห็นข้อมูลที่ลึกลงเรื่อยๆ แต่จุดสำคัญจะอยู่ที่ผู้ประกาศข่าวที่ต้องเรียนรู้รูปแบบการนำเสนอให้ดูเป็นธรรมชาติด้วย

แม้เทคโนโลยีเหล่านี้ วิดีโอวอลล์ และเวอร์ชวล สตูดิโอจะมีข้อดี แต่มีข้อจำกัดอยู่ไม่น้อย ทั้งเงื่อนไขเทคนิค โดยเฉพาะการที่เรียนรู้นำมาใช้อย่างเหมาะสม พิธีกรข่าวต้องปรับตัวในการปฏิสัมพันธ์กับตัวข้อมูลบนหน้าจอได้อย่างแนบเนียน จึงทำให้ระบบ เหล่านี้นำเสนอออกมาน่าสนใจ (วศิน บูรณเหตุ, 2552)

1.2) การถ่ายทำในสตูดิโอระบบเปิดหรือโรงละคร หมายถึง สถานที่ ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ โดยมีการสร้างฉากในพื้นที่เปิดที่สามารถ เห็นท้องฟ้า สายลม แสงแดด และเสียงจากธรรมชาติได้ เช่น โรงถ่ายทำละครจักรๆ วงศ์ๆ ข้อดี ของสถานที่ถ่ายทำแบบนี้ คือ ประหยัดเวลาไม่ต้องเดินทางไปถ่ายทำนอกสถานที่หลายๆ แห่ง และฉากมีความเป็นธรรมชาติมากกว่าสตูดิโอแบบปิด นอกจากนี้สตูดิโอแบบเปิดถูกออกแบบมา ให้สามารถติดตั้งอุปกรณ์ถ่ายทำต่างๆ ได้สะดวกกว่าการถ่ายทำนอกสถานที่ ส่วนข้อเสีย คือ การลงทุนสูง และควบคุมปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ไม่เต็มที่

2) การถ่ายทำนอกสถานที่ (on location or field production) เป็นการถ่าย ทำตามสถานที่และอาคารต่างๆ ทั้งภายใน (indoor) เช่น ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องเรียน และภายนอกอาคาร (outdoor) เช่น ถนน สนามหญ้าหน้าบ้าน สวนสาธารณะ ซึ่งสถานที่เหล่านี้ไม่ได้ถูกสร้างขึ้น มาเพื่อเป็นสถานที่ถ่ายทำโดยเฉพาะ ดังนั้นการควบคุมปัจจัยเรื่องสภาพแวดล้อม แสง สี และเสียง ต่างๆ ทำได้น้อยกว่าการถ่ายทำในสตูดิโอ สำหรับการถ่ายทำนอกสถานที่มีหลายรูปแบบ ทั้ง ลักษณะการรายงานข่าวภาคสนามแบบง่ายๆ ที่ใช้กล้องเพียงตัวเดียวไปจนถึงการใช้กล้องนับ สิบล้อ เช่น การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาต่างๆ

2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

ปัจจุบันทั่วโลกประสบวิกฤตการณ์ความรุนแรงและการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก อันเนื่องมาจากภัย ธรรมชาติ โดยที่ผ่านมามีเกือบ 90% ของภัยธรรมชาติ เป็นภัยทางอุตุนิยมวิทยา อุทกวิทยา และ แผ่นดินไหว สภาพอากาศร้ายและพายุฝนตกหนักมีแนวโน้มทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นและ ความถี่ของการเกิดภัยพิบัติก็เพิ่มมากขึ้นด้วย ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อพื้นที่การเกษตร การอุตสาหกรรม การคมนาคม การท่องเที่ยว ตลอดจนชีวิตความเป็นอยู่และทรัพย์สินของ ประชาชนเป็นจำนวนมากมหาศาล (วรพัฒน์ ทิวถนอม, 2556: 8) โดยหน่วยงานหลักด้านบริหาร การจัดการ ด้านอุตุนิยมวิทยา การพยากรณ์อากาศ และการเตือนภัยในประเทศไทย คือ กรมอุตุนิยมวิทยา กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

2.1 กรมอุตุนิยมวิทยา กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

กรมอุตุนิยมวิทยา กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีภารกิจเกี่ยวกับการ บริหารจัดการด้านอุตุนิยมวิทยา โดยปฏิบัติหน้าที่ในการตรวจ เฝ้าระวัง ติดตาม รายงาน

สภาวะอากาศ อากาศเพื่อการบิน พยากรณ์อากาศ และเตือนภัยที่เกิดจากธรรมชาติ ดังนั้น การพยากรณ์อากาศและการเตือนสภาวะอากาศต้องถูกต้อง รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ทั่วถึง ครอบคลุมพื้นที่ รวมถึงข้อมูลสารสนเทศที่มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ จึงมีความสำคัญต่อการวางแผนบริหารจัดการภัยพิบัติ การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ รวมถึงการประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนคุณภาพชีวิตของประชาชน (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2557) สำหรับหน่วยงานที่ทำหน้าที่หลักในการเผยแพร่และให้บริการ การพยากรณ์อากาศและเตือนภัยธรรมชาติของกรมอุตุนิยมวิทยา คือ สำนักพยากรณ์อากาศ

สำนักพยากรณ์อากาศ ซึ่งตั้งอยู่ภายในกรมอุตุนิยมวิทยา มีหน้าที่จัดทำแผนที่ อุตุนิยมวิทยา วิเคราะห์ พยากรณ์อากาศทั่วประเทศ ออกคำเตือนลักษณะอากาศร้ายที่จะมีผลกระทบต่อประชาชน เผยแพร่และให้บริการพยากรณ์อากาศและเตือนภัยธรรมชาติ (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2558) โดยการพยากรณ์อากาศ คือ การคาดหมายสภาวะอากาศและปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งในอนาคต ส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับสภาวะอากาศที่เกิดขึ้นใกล้ตัวเรา เช่น ฝน อุณหภูมิ เมฆ หมอก คลื่นลม รวมทั้งภัยธรรมชาติที่รุนแรงและไม่รุนแรง ได้แก่ พายุหมุนเขตร้อน พายุฝนฟ้าคะนอง การเกิดอุทกภัย ภัยแล้ง โดยการพยากรณ์อากาศ แบ่งออกเป็น 3 ชนิด ตามช่วงเวลาของการพยากรณ์ (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2558) คือ 1) การพยากรณ์อากาศระยะสั้น (short range forecast) เป็น การพยากรณ์อากาศในช่วงเวลาไม่เกิน 72 ชั่วโมง ใช้ข้อมูลผลการตรวจอากาศ และแผนที่อากาศในปัจจุบันมาวิเคราะห์ตามแนวทาง ทฤษฎีอุตุนิยมวิทยาเพื่อการพยากรณ์อากาศ ทั้งการพยากรณ์อากาศปัจจุบัน (nowcast) เป็น ช่วงเวลาพยากรณ์ไม่เกิน 3 ชั่วโมง การพยากรณ์อากาศสั้นมาก (very short range) เป็นช่วงเวลาพยากรณ์ไม่เกิน 12 ชั่วโมง และการพยากรณ์อากาศสั้น (shot range) เป็นช่วงเวลาพยากรณ์ไม่เกิน 72 ชั่วโมง 2) การพยากรณ์อากาศระยะปานกลาง (medium range forecast) เป็นการพยากรณ์อากาศ ในระยะเวลามากกว่า 72 ชั่วโมง จนถึง 10 วัน โดยใช้ข้อมูลอุตุนิยมวิทยาปัจจุบันร่วมกับข้อมูลสถิติ ภูมิอากาศในการพยากรณ์ และ 3) การพยากรณ์อากาศระยะนาน (long range forecast) เป็นการพยากรณ์ อากาศในช่วงเวลามากกว่า 10 วันขึ้นไป โดยใช้ข้อมูลสถิติทางอุตุนิยมวิทยาในการพยากรณ์

การพยากรณ์อากาศของกรมอุตุนิยมวิทยา มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลกรมอุตุนิยมวิทยา, 2556: 26-27) ดังนี้

ขั้นตอนแรก เป็นการบันทึกผลการตรวจอากาศที่ได้รับทั้งหมด ทั้งจากในประเทศและ ต่างประเทศ ลงบนแผนที่หรือแผนภูมิทางอุตุนิยมวิทยาชนิดต่างๆ เช่น แผนที่อากาศผิวพื้น แผนที่อากาศชั้นบน แผนภูมิอากาศหยั่งอากาศ ด้วยสัญลักษณ์มาตรฐานทางอุตุนิยมวิทยา

ขั้นตอนที่สอง คือ การวิเคราะห์ผลการตรวจอากาศที่ได้รับจากขั้นตอนแรก โดยการลากเส้น แสดงค่าองค์ประกอบทางอุตุนิยมวิทยา เช่น เส้นความกดอากาศเท่า ที่ระดับน้ำทะเลเฉลี่ยเพื่อ แสดงตำแหน่ง และความรุนแรงของระบบลมฟ้าอากาศ เส้นทิศทางและความเร็วลมในระดับ

ความสูงต่างๆ เพื่อแสดงลักษณะอากาศในระดับบน และเส้นแสดงการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิตามความสูง เพื่อแสดงเสถียรภาพของบรรยากาศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเกิดเมฆและฝน

ขั้นตอนที่สาม คือ การคาดหมายการเปลี่ยนแปลงและการเคลื่อนที่ของตัวระบบลมฟ้าอากาศที่วิเคราะห์ได้ในขั้นตอนที่สอง โดยใช้วิธีการพยากรณ์อากาศแบบต่างๆ

ขั้นตอนที่สี่ คือ การออกคำพยากรณ์ ณ ช่วงเวลาและบริเวณที่ต้องการ

ขั้นตอนสุดท้าย คือ การส่งคำพยากรณ์อากาศไปยังสื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่ต่อไปสู่ประชาชน และส่งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการต่อไป

2.2 ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

ข่าวพยากรณ์อากาศ (weather forecast news) หมายถึง ข่าวประเภทหนึ่งที่น่าเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศ อุณหภูมิ สภาวะฝนตก การคาดการณ์ลักษณะอากาศ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งการให้ข้อมูลปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่กำลังจะเกิดขึ้น พร้อมให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้อง เช่น จะมีฝนหรือฝนฟ้าคะนองหรือไม่ ลมจะพัดทิศอะไร ด้วยความเร็วเท่าไร เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมป้องกันและรับมือกับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น (ชิตพันธ์ วงษ์ไทย อ้างถึงในธรรมา จิตต์จุพานนท์, 2542: 17) สำหรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ผู้วิจัยศึกษา มีดังนี้

- 2.2.1 ทวี 360 องศา ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
 - 2.2.1.1 ผู้ผลิต บริษัท 360 องศา เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
 - 2.2.1.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ในเรื่องเด่นเย็นนี้ เวลา 17.15 น. (โดยประมาณ)
 - 2.2.1.3 ความยาว 3 นาที
 - 2.2.1.4 ผู้ควบคุมการผลิต คุณธนินวัฒน์ พัฒนวีรคุณ
 - 2.2.1.5 ผู้ประกาศ คุณธนินวัฒน์ พัฒนวีรคุณ



ภาพที่ 2.1 ภาพตัวอย่างรายการทีวี 360 องศา

- 2.2.2 ลมฟ้าพยากรณ์ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
- 2.2.2.1 ผู้ผลิต สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
- 2.2.2.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ในชั่วโมงภาคค่ำ ททบ.5 เวลา 19.30 น. (โดยประมาณ)
- 2.2.2.3 ความยาว 3 นาที
- 2.2.2.4 ผู้ควบคุมการผลิต คุณบุญรอด พันธุมณี
- 2.2.2.5 ผู้ประกาศ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ ได้แก่ คุณสุหัชชา และคุณสุนิดา สวัสดิพรพัลลภ, วันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ ได้แก่ คุณกฤตชน รักษาพลเดช



ภาพที่ 2.2 ภาพตัวอย่างรายการลมฟ้าพยากรณ์

- 2.2.3 ฝนฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
- 2.2.3.1 ผู้ผลิต สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
- 2.2.3.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี ในชั่วโมงภาคค่ำ เวลา 20.00 น., วันศุกร์ในชั่วโมงภาคค่ำ เวลา 19.40 น. และวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ ในเจาะประเด็นข่าวค่ำ เวลา 17.00 น. (โดยประมาณ)
- 2.2.3.3 ความยาว 4 นาที
- 2.2.3.4 ผู้ควบคุมการผลิต/ครีเอทีฟ คุณวรัญญา นวกาลัญญู
- 2.2.3.5 ผู้ประกาศ คุณเปรมสุดา สันติวัฒนา, คุณกมลลาสน์ เอียดศรีชาย, คุณบัวบุชา ปุณณนันทน์ และคุณเป็นปิ่นทร์ ฐากุลวีรนนท์



ภาพที่ 2.3 ภาพตัวอย่างรายการฝนฟ้าอากาศ

- 2.2.4 ลมฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์
- 2.2.4.1 ผู้ผลิต สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ (สำนักข่าวไทย)
- 2.2.4.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ในข่าวค่ำ เวลา 19.50 น. (โดยประมาณ)
- 2.2.4.3 ความยาว 2 นาที
- 2.2.4.4 ผู้ควบคุมการผลิต คุณอภิชน ลำเจียก
- 2.2.4.5 ผู้ประกาศ คุณพิมพ์ชนก จิตชู และคุณพงศ์เกษม สัตยาประเสริฐ



ภาพที่ 2.4 ภาพตัวอย่างรายการลมฟ้าอากาศ

- 2.2.5 สถานีอากาศ NBT ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
- 2.2.5.1 ผู้ผลิต สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
- 2.2.5.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ในคลุกข่าวค่ำ เวลา 19.15 น. (โดยประมาณ)
- 2.2.5.3 ความยาว 3 นาที
- 2.2.5.4 ผู้ควบคุมการผลิต คุณจันทิมา ศิลชาติ
- 2.2.5.5 ผู้ประกาศ คุณจันทิมา ศิลชาติ



ภาพที่ 2.5 ภาพตัวอย่างรายการสถานีอากาศ NBT

- 2.2.6 ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส
- 2.2.6.1 ผู้ผลิต สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส
- 2.2.6.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ในช่วงภาคค่ำ เวลา 20.00 น. (โดยประมาณ)
- 2.2.6.3 ความยาว 3-4 นาที
- 2.2.6.4 ผู้ควบคุมการผลิต คุณชนวรรณ มลิณฑสุต
- 2.2.6.5 ผู้ประกาศ คุณชนวรรณ มลิณฑสุต



ภาพที่ 2.5 ภาพตัวอย่างข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

3. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์

การนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์นั้น จำเป็นจะต้องใช้บุคลากรข่าวหรือที่เรียกโดยทั่วไปว่า ผู้ประกาศข่าวหรือผู้อ่านข่าว ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปยังผู้ชม (วีรพงษ์ พลนิกรกิจ, 2552: 20) โดยคุณสมบัติเด่นของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ (สนมพร ฉิมเฉลิม, 2542: 32) ควรมีดังนี้

3.1 คุณสมบัติเด่นของผู้ประกาศข่าว

3.1.1 จะต้องมีความรอบรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในงานข่าวเป็นอย่างดี หรืออาจจะเคยเป็นผู้สื่อข่าวมาก่อน จนได้เข้าได้ขึ้นมาเป็นผู้ประกาศข่าว ซึ่งนอกเหนือจาก ความรอบรู้ในงานข่าว ผู้ประกาศข่าวจะต้องมีความรู้ในเรื่องต่างๆ ไปเป็นอย่างดีอีกด้วย

3.1.2 จะต้องมีบุคลิกดี และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งเกิดจากความรอบรู้ การมีประสบการณ์ในการทำงานข่าวหรือคลุกคลีกับข่าวมานาน จนผู้ชมเห็นผลงานและเกิดความเชื่อถือในผู้ประกาศข่าว นอกจากนี้จะต้องเป็นบุคคลที่อารมณ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สามารถทำให้ผู้ชมเกิดความเป็นกันเองในการนำเสนอข่าว ด้วยท่าทางที่อบอุ่นและเป็นมิตร

3.1.3 จะต้องมีความสามารถในการพูดบรรยายสด โดยไม่ต้องมีบท ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สำคัญอีกประการหนึ่งของผู้ประกาศข่าวที่จะต้องแสดงความสามารถในการพูดไม่ให้ติดขัด และต้องมีเนื้อหาสาระที่แสดงภูมิรู้ โดยเฉพาะต่อหน้ากล้องโทรทัศน์ จะต้องไม่มีความประหม่า

3.1.4 น้ำเสียงและการใช้ภาษาในการพูดก็ต้องชัดเจน เข้าใจง่าย ถูกอักขระ มีจังหวะวรรตอนที่ถูกต้อง สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้การอ่านข่าวน่าฟัง น่าสนใจ และชวนติดตามยิ่งขึ้น

3.1.5 จะต้องมีความสามารถในการเขียนข่าวหรือแก้ไขข่าว กรณีที่ผู้สื่อข่าวเขียนข่าวมาผิดพลาด ซึ่งต้องใช้ไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ โดยที่ผู้ชมไม่รู้สึกรู้ว่าเกิดความผิดพลาดขึ้นแม้แต่น้อย

นอกจากนี้สายสวรรค์ ขยันยิ่ง (2553: ออนไลน์) กล่าวว่า บทบาทหน้าที่หลักของผู้ประกาศข่าวในลักษณะการอ่านข่าวนั้นไปตามลำดับของข่าว อ่านออกเสียงถูกต้องตามอักขระวิธี มีจังหวะจะโคน ใช้น้ำเสียงที่เหมาะสม ไม่ใสอารมณ์ไปในการอ่านข่าวมากเกินไป รู้จักการวางสีหน้าท่าทางหรือบุคลิกภาพโดยรวมหน้ากล้องอย่างสง่าผ่าเผย ใช้สายตามองกล้องอย่างมีชีวิตชีวาเหมือนกับสบตาผู้ฟัง และมีรอยยิ้มสุภาพเหมาะกับข่าวที่น่าเสนอ นับเป็นหลักปฏิบัติที่มีมานานแล้ว ซึ่งอาจมองว่าอนุรักษ์นิยม แต่ผู้ชมส่วนใหญ่ก็ยังยอมรับ เพราะผู้ประกาศทำหน้าที่อยู่ในกรอบของบทข่าวที่คัดกรองมาเป็นอย่างดี ไม่ต้องใส่สีตีไข่ ไม่ต้องแสดงสีหน้าท่าทางประหนึ่งแสดงละครอยู่ และผู้ประกาศก็จะไม่พยายามนำเสนอตัวเองจนกลบความสำคัญของข่าว ขณะที่บางคนมองมุมกลับว่าผู้ประกาศข่าวเชิงอนุรักษ์นิยมดูน่าเบื่อ ไม่เหมาะกับยุคสมัย ขาดลีลาการนำเสนอที่น่าสนใจ แต่ไม่ว่าผู้ประกาศข่าวจะถูกวางบทบาทเป็นผู้อ่านหรือผู้เล่าล้วนแต่ต้องมีทักษะหลายอย่างประกอบกันเพื่อให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล ดังนี้

1) ความรู้ความเข้าใจในข่าว

บทข่าวโทรทัศน์ทั่วไป บางครั้งพบคำที่พิมพ์ผิด สะกดผิด หรือพิมพ์ตกหล่นตลอดจนชื่อเฉพาะต่างๆ ทั้งชื่อบุคคล ยศ ตำแหน่ง สถานที่สำคัญ ซึ่งถ้าผู้ประกาศไม่มีความรู้ความเข้าใจในข่าว หรือไม่มีความรู้รอบตัว บทมาอย่างไรอ่านไปอย่างนั้น การรายงานข่าวอาจเกิดความผิดพลาด ไม่สามารถแก้ไขได้เลย บางครั้งบทข่าวยังเข้าข่ายหมิ่นประมาททำให้บรรณาธิการข่าวและผู้ประกาศข่าวถูกฟ้องได้ เพียงเพราะความไม่รอบคอบรัดกุมในการใช้ภาษาในบทข่าว ดังนั้นผู้ประกาศข่าวจึงต้องใช้ทักษะทางภาษาช่วยเติมคำในช่องว่างให้ถูกต้องหรือแก้ไขคำผิดได้ในวินาทีนั้น

2) ทักษะการออกเสียงอย่างถูกต้อง และชัดเจนน่าฟัง

ข้อนี้ไม่ใช่แค่อ่านหนังสือออก แต่ต้องถึงขั้นอ่านหนังสือแตกฉาน สามารถนำเสนอข่าวได้ไม่ว่าจะมีบทหรือไม่มีบท (เล่า) โดยสามารถใช้ภาษาข่าวซึ่งเป็นภาษาแบบกึ่งทางการจนถึงภาษาทางการได้ดีมาก ทั้งยังต้องมีสำเนียงแจ่มใสกังวาน พูดชัดถ้อยชัดคำ มีจังหวะจะโคน ไม่เร็วเกินไปจนฟังข่าวไม่ทันหรือช้าเนิบนาบจนน่า่วงนอน

3) ทักษะการสัมภาษณ์ การจับประเด็น และสรุป

ผู้ประกาศไม่ใช่แค่อ่านข่าวตามบทเท่านั้น แต่บ่อยครั้งที่จะต้องสัมภาษณ์แหล่งข่าวสดๆ ด้วย ดังนั้นจึงต้องรู้จักวิธีการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูล ข้อเท็จจริงเพิ่มเติมจากบทข่าวที่อ่านไป วิธีการตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบ ส่วนใหญ่ต้องเป็นคำถามปลายเปิด ส่วน

คำถามปลายเปิดประเภท ใช่หรือไม่ใช่ จริงหรือไม่จริง หรือถามข้อสรุปให้ชัดเจนนั้น จะใช้เฉพาะเวลาซับซ้อนหรือต้องการให้ผู้ให้สัมภาษณ์กลับเข้ามาอยู่ในประเด็นหลังจากพูดออกนอกเรื่อง และใช้ตัดบทเพื่อให้จบตรงเวลาเท่านั้น ในระหว่างการสัมภาษณ์ ก็ต้องใช้ทักษะการฟังให้เข้าใจ และจับประเด็นตามไปด้วย หากมีข้อสงสัยหรือได้ฟังข้อมูลใหม่ขึ้นมาจะได้ซักถามแตกประเด็นออกไปได้อย่างทันท่วงที และมีเทคนิคการสรุปใจความสำคัญได้อย่างสั้นกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ ไม่นำคำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์มาพูดซ้ำอย่างยืดยาวอีก สิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยการฝึกฝน และประสบการณ์ของผู้ประกาศ

4) การนำเสนอภาษากายที่สุภาพ และน่าเชื่อถือ

ข้อนี้หมายถึงรวมถึง การแต่งกาย เสื้อผ้า การแต่งหน้า ทรงผม ที่ดูสุภาพ น่าเชื่อถือ ไม่จุดฉาดหรือหวาจนโดดเด่นกว่าข่าว รวมทั้งการแสดงสีหน้าท่าทาง การใช้มือประกอบ ทั้งหมดต้องแสดงออกแต่พองาม เหมาะกับรูปแบบของรายการข่าวนั้นๆ

3.2 หลักสำคัญในการอ่านข่าว

การอ่านข่าว เป็นการสื่อสารข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงสู่ผู้ชม จึงต้องอ่านด้วยความระมัดระวัง มีความมั่นใจ ใช้น้ำเสียงที่มีน้ำหนัก น่าเชื่อถือ การอ่านข่าวมีความแตกต่างจากการเล่าข่าว เพราะผู้อ่านข่าวหรือผู้ประกาศเป็นผู้ถ่ายทอดข้อเท็จจริงจากบทข่าวสู่ผู้ชม จึงไม่ควรสอดแทรกความคิดเห็นใดๆ ระหว่างการประกาศข่าว (ภัทธีรา สารากรบรรณกิจ, 2557: 60-65)

3.2.1 เสียงและน้ำเสียงที่น่าฟัง

ผู้ประกาศที่มีเนื้อเสียงน่าฟัง ย่อมถือเป็นข้อได้เปรียบกว่าผู้ประกาศที่มีเนื้อเสียงแหบ เสียงใหญ่ หรือเสียงเล็กบาง แต่ไม่จำเป็นว่าผู้ที่มีเนื้อเสียงดีจะสามารถเป็นผู้ประกาศที่ดีได้ สิ่งที่สำคัญ คือ ผู้ประกาศควรมีเสียงที่มีน้ำหนักและแจ่มชัด ตั้งเสียงด้วยระดับเสียงที่ไม่สูงหรือต่ำเกินไป และผู้ประกาศต้องสามารถใช้น้ำเสียงได้อย่างน่าฟัง ประกาศอย่างเต็มเสียง และสามารถควบคุมเสียงให้มีระดับความดังพอเหมาะ

3.2.2 ความถูกต้องและความชัดเจนในการออกเสียง

สิ่งที่สำคัญมากในการเป็นผู้ประกาศข่าว คือ การทำให้ผู้ชมรับรู้ข้อมูลที่ถูกต้อง ฉะนั้นผู้ประกาศข่าวจึงต้องรักษาความในบทให้ครบถ้วน ทั้งยังต้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ หากลองอ่านแล้วเกิดความสงสัยในเนื้อความช่วงใด ควรตรวจสอบความถูกต้องจนได้คำตอบที่แน่ชัด ไม่ว่าจะเป็นตัวสะกด การใช้ภาษา การออกเสียงคำที่อ่านยาก หรือคำที่มาจากภาษาต่างประเทศ ควรตรวจสอบการอ่านให้ถูกต้องเสมอ ทั้งนี้ในเรื่องการออกเสียง ผู้ประกาศต้องเปล่งเสียงให้ชัดเจน อ่านให้เต็มเสียงและออกเสียงแต่ละคำให้ชัด เพื่อให้ผู้ชมได้รับข้อมูลที่แน่ชัดว่าเรื่องราวที่ได้รับทราบนั้นเกี่ยวกับอะไร มีรายละเอียดอย่างไร

3.2.3 ความสามารถในการใช้เสียง

ผู้ประกาศที่ดีย่อมมีลีลาในการใช้เสียงเพื่อสื่อความหมายอย่างเป็นธรรมชาติ เมื่อได้รับบทผู้ประกาศต้องสามารถตีความบทที่ได้รับและใช้น้ำเสียงถ่ายทอดความรู้สึกได้อย่างเหมาะสม ผู้ประกาศย่อมรู้ว่าเมื่อใดควรเว้นวรรค เมื่อใดควรเน้นน้ำหนักเสียง เมื่อใดควรชิงช้า เมื่อใดควรทอดเสียงให้น่าฟัง โดยความสามารถในการใช้เสียงเพื่อสื่อสารนี้เป็นส่วนประกอบสำคัญที่จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาสาระได้ดียิ่งขึ้น

3.2.4 จังหวะการอ่านที่เหมาะสม

ไม่มีการกำหนดตายตัวว่าผู้ประกาศควรอ่านเร็วหรือช้าในจังหวะเท่าใด ให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้ประกาศเองว่าเมื่ออ่านด้วยความเร็วที่คุ้นเคยนั้น หากผู้ประกาศยังสามารถอ่านได้ชัดเจนทุกคำ ผู้รับสารสามารถฟังและทำความเข้าใจได้ อีกทั้งจังหวะการอ่านดังกล่าวเข้ากับเนื้อหาและรูปแบบรายการที่รับผิดชอบอยู่ ก็ถือว่าเป็นจังหวะที่เหมาะสม

3.2.5 ความมีชีวิตชีวา

ผู้ประกาศควรเปล่งเสียงด้วยความสดใส มีความกระตือรือร้น มีชีวิตชีวาในน้ำเสียง มีความเป็นธรรมชาติเหมาะกับบุคลิกของตน เมื่อเริ่มอ่าน ควรยิ้มน้อยๆ เพื่อให้เสียงสดใสเป็นกันเองและมีความเป็นมิตร อย่างไรก็ตามผู้ประกาศต้องดูเนื้อความที่อ่านด้วยว่าเป็นเรื่องอะไร หากเป็นเรื่องเศร้า ต้องสำรวมน้ำเสียง และสีหน้าให้เหมาะสมด้วย

3.2.6 การทำความเข้าใจกับเนื้อหาข่าว

นอกเหนือจากองค์ประกอบต่างๆ แล้ว ผู้ประกาศจำเป็นต้องมีความเข้าใจในเนื้อหาของสิ่งที่จะประกาศ เพื่อจะได้สื่อสารเนื้อความในบทไปสู่ผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผู้ประกาศควรมีความรู้สะสม คือ เปิดรับข่าวอยู่เป็นประจำเพื่อให้ทราบความคืบหน้าของข่าวๆ อยู่เสมอ และเมื่อต้องอ่านข่าวจะได้สามารถทำความเข้าใจเนื้อหาได้รวดเร็วขึ้น อีกทั้งจะสามารถพูดเชื่อมโยงไปสู่เนื้อหาข่าวได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้การอ่านข่าวทางโทรทัศน์ ผู้ประกาศจะต้องอ่านให้ตรงกับภาพ เช่น ข่าวการเฉลิมฉลองเทศกาลปีใหม่ของประเทศต่างๆ ผู้ประกาศจะต้องอ่านเนื้อหาการเฉลิมฉลองของแต่ละประเทศให้ตรงกับภาพที่ปรากฏในจอ ดังนั้นผู้ประกาศจึงควรเงยหน้าดูจอภาพเป็นระยะๆ ในช่วงเริ่มต้นของการอ่านข่าวแต่ละข่าว ผู้ประกาศจะต้องพูดไปรษข่าว โดยเงยหน้ามองกล้องโทรทัศน์ โดยปกติเนื้อหาข่าวในช่วงการไปรษข่าวนั้นจะพิมพ์ไว้ในเครื่องฉายข้อความสำหรับผู้ประกาศข่าว (autoscript or prompter) ซึ่งจะอยู่ติดกับกล้อง เมื่อผู้ประกาศอ่านไปรษข่าวก็จะดูราวกับกำลังพูดกับกล้องได้อย่างลื่นไหล อย่างไรก็ตาม ผู้ประกาศควรฝึกพูดไปรษข่าวด้วยภาษาและความเข้าใจของตนเองด้วย เพราะหากเครื่องฉายข้อความขัดข้อง ผู้ประกาศจะได้ไปรษข่าวได้โดยไม่ติดขัด ดังนั้นผู้ประกาศข่าวจึงต้องสะสมความรู้เกี่ยวกับข่าวและสถานการณ์ประจำวันอยู่เสมอ นอกจากนี้ระหว่างอ่านข่าวทางโทรทัศน์ ผู้ประกาศต้องใช้สมาธิเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีอุปกรณ์และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการอ่านข่าวทางโทรทัศน์ที่อาจรบกวนสมาธิใน

การอ่านข่าว ผู้ประกาศต้องตั้งสติให้ดี ฟังเสียงคำสั่งของผู้ควบคุมการผลิต และผู้กำกับรายการทางหูฟัง และตาก็ต้องมองกล้อง สลับกับมองบทไปด้วย (ภัทธีรา สารากร บริษัทฯ, 2557: 66-68)

กล่าวโดยสรุป การเป็นผู้ประกาศที่ดีจำเป็นต้องฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง เพราะเราไม่สามารถฝึกเพื่อเป็นผู้ประกาศได้ในเวลาอันสั้น แม้ผู้ประกาศจะมีทุนที่ดีแล้ว ก็ต้องฝึกฝนตนเองอยู่เสมอ ทั้งเรื่องการพูด การออกเสียง การใช้ภาษา การสะสมความรู้ ความเป็นไปในสังคม เพื่อให้เข้าใจในเรื่องที่ตนเองจะนำเสนอ การสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติม การจับประเด็น การสรุปใจความสำคัญ และการใช้ภาษาที่ประกอบกรนำเสนอที่เหมาะสม

4. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์

การสร้างสรรครายการโทรทัศน์ เป็นหัวใจของการทำรายการโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่ทำให้รายการโทรทัศน์สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจและให้ความสุขแก่ผู้ชมรายการโทรทัศน์ โดยความสำคัญของการสร้างสรรครายการโทรทัศน์ (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558: 7) มีดังนี้

4.1 ความสำคัญของการสร้างสรรครายการโทรทัศน์

4.1.1 สร้างความน่าสนใจให้กับรายการ (interesting) รายการโทรทัศน์ที่มีการออกแบบอย่างพิถีพิถัน มีการดึงดูดความสนใจผู้ชมด้วยวิธีการต่างๆ มีการควบคุมอารมณ์ความรู้สึกในรายการ มีการจัดลำดับการนำเสนอเนื้อหาอย่างเหมาะสม มีการสอดแทรกสาระความรู้ไว้อย่างกลมกลืน จะทำให้เกิดความรู้สึกลอยลางติดตามชมรายการ และทำให้รายการไม่น่าเบื่อ

4.1.2 สร้างแรงจูงใจในการชมรายการ (motivation) การชมรายการโทรทัศน์ผู้ชมสามารถเปลี่ยนช่องรายการได้เสมอ หากไม่มีแรงจูงใจในการชม ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถควบคุมความสนใจของผู้ชมไว้ได้ตลอด สำหรับรายการที่มีการสร้างสรรค์ที่ดี มีการสร้างแรงจูงใจอย่างเหมาะสม จะช่วยจูงใจให้ผู้ชมติดตามชมรายการต่อไปเรื่อยๆ จนจบ

4.1.3 สร้างการมีส่วนร่วมกับรายการ (participation) รายการโทรทัศน์ที่มีการสร้างสรรค์รายการที่ดี ผู้สร้างสรรค์จะพยายามทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับการอยู่ตลอดเวลา การมีส่วนร่วมมีทั้งแบบโดยตรงกับโดยอ้อม

4.1.4 ทำให้การถ่ายทอดเนื้อหามีประสิทธิภาพมากขึ้น (convey message) รายการที่ต้องการมีการถ่ายทอดเนื้อหา ต้องนำเสนอเนื้อหาด้วยมุมมองใหม่ มีวิธีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ จึงจะทำให้การถ่ายทอดเนื้อหาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ผู้ชมเข้าใจในสิ่งที่ต้องการจะสื่อได้ดียิ่งขึ้น

4.1.5 ทำให้การถ่ายทอดความรู้เป็นไปอย่างสนุกสนาน ไม่น่าเบื่อ (exciting) คนโดยทั่วไปนิยมใช้สื่อโทรทัศน์ในการแสวงหาความบันเทิงมากกว่าความรู้ เนื่องจากความรู้เป็น

เรื่องที่น่าเบื่อ ดังนั้นการนำความรู้มาถ่ายทอดทางโทรทัศน์ หากมีการออกแบบสร้างสรรค์รายการดีๆ ก็จะช่วยให้สิ่งที่น่าสนใจเบี่ยงเบนความสนใจ ลดความเบื่อหน่ายลงได้

4.1.6 ตอบสนองด้านอารมณ์และความรู้สึกของผู้ชม (audience needs satisfaction) การชมรายการโทรทัศน์เป็นวิถีทางอย่างหนึ่งของคนในสังคมในการแสวงหาความพักผ่อนหย่อนใจ การผ่อนคลายความตึงเครียดในชีวิตประจำวันผู้ชมต้องการความรู้สึกตื่นเต้น ความรู้สึกเร้าใจ ความรู้สึกสงสารเห็นใจ ความรู้สึกอึกทึกกึกก้อง เพื่อนำมาใช้ในการผ่อนคลายตนเอง หรือกระตุ้นเร้าให้มีพลังต่อสู้อชีวิตต่อไป

4.1.7 สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับเนื้อหา (added value) ข้อมูลเนื้อหารายการที่ยังไม่ได้ผ่านการสร้างสรรค์ อาจมีคุณค่าระดับหนึ่ง แต่เมื่อนำข้อมูลเหล่านั้นไปออกแบบสร้างสรรค์ใหม่ อาจทำให้ข้อมูลเดิมกลายเป็นสิ่งที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านมูลค่าเพิ่มทางวิชาการ และมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

4.1.8 พัฒนาทักษะการรับรู้ของผู้ชมรายการ (audience perception) การได้รับชมรายการที่มีการสร้างสรรค์ที่ดี ช่วยเสริมสร้างสติปัญญา พัฒนาความรู้ให้แก่ผู้ชมรายการ ทำให้ผู้ชมได้มีโอกาสติดตามเรื่องที่น่าสนใจ เกิดความรู้สึกขบขันขำขัน เกิดความรู้สึกสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม และเกิดความคิดใหม่จากเรื่องที่ได้รับชม

4.1.9 ช่วยให้รายการข่าวสารบริการสาธารณะ (public service) น่าสนใจมากขึ้น รายการบริการสาธารณะ เช่น รายการพยากรณ์อากาศ รายการข่าวสารการจราจร โดยมากมักเป็นรายการที่น่าเบื่อ ผู้ชมไม่ให้ความสนใจ จนบางครั้งผู้ชมพลาดข่าวสารสำคัญ เช่น การเตือนภัยเรื่องพายุ น้ำท่วม จนเกิดภัยแก่ตนเอง ถ้ามีการออกแบบสร้างสรรค์รายการที่ดี เช่น มีการใช้คอมพิวเตอร์กราฟิก มีผู้ประกาศที่น่าสนใจ ชวนติดตาม ก็จะทำให้รายการนั้นเป็นที่สนใจของผู้ชมมากยิ่งขึ้น จนสามารถนำข่าวสารความรู้ไปใช้ในการดำเนินชีวิตได้มากขึ้นด้วย

4.1.10 ช่วยให้รายการนั้นประสบความสำเร็จทางการตลาด (marketable) หรือขายได้ การผลิตรายการเป็นงานที่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง สถานีโทรทัศน์และบริษัทผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องมีเงินสนับสนุนหรือได้รับค่าโฆษณามาเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน นั่นคือ ต้องทำให้รายการนั้นมีผู้ชมมาก เพื่อให้สามารถขายเวลาโฆษณาได้ การที่จะทำให้มีผู้ชมมากจำเป็นต้องทำรายการให้น่าสนใจ ตรงกับรสนิยมความต้องการของผู้ชม เนื่องจากรายการโทรทัศน์มักจะมีรูปแบบซ้ำๆ กัน ทำอย่างไรจึงจะทำให้รายการที่ผลิตมีความแตกต่างจากรายการอื่น มีความน่าสนใจ และมีพลังในการทำให้เกิดการติดตามชมรายการต่อไป

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เป็นงานที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการสร้างความสนใจในรายการ สร้างแรงจูงใจในการชมรายการ สร้างคุณค่าให้แก่รายการ สร้างความสำเร็จทางการตลาดให้แก่รายการ และตอบสนองความต้องการของผู้ชม นอกจากนี้การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ยังเป็นพลังขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้

เจริญก้าวหน้า ช่วยพัฒนาวงการโทรทัศน์ไปสู่มาตรฐานที่ดี และส่งเสริมการพัฒนาความรู้ให้แก่ผู้ชม

4.2 ยุทธวิธีในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์

ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน (2558: 46) กล่าวถึง ยุทธวิธีในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ไว้ดังนี้

4.2.1 ความแตกต่าง รายการโทรทัศน์ที่จะประสบความสำเร็จควรมีความแตกต่าง คือแตกต่างจากรายการอื่น แตกต่างจากสถานีอื่น แตกต่างจากคู่แข่ง และแตกต่างในความรู้สึของผู้ชม

4.2.2 ความสอดคล้องกับอารมณ์และสังคม ในแต่ละเดือน แต่ละปี อารมณ์สังคมเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก บางช่วงคนเราต้องการการแข่งขัน ต้องการความบันเทิง เพื่อคลายความเครียด หรือต้องการบรรยากาศเฉลิมฉลอง ดังนั้นการคิดทำรายการจึงต้องคิดให้สอดคล้องกับอารมณ์ของสังคม

4.2.3 การสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจอย่างมาก นักสร้างสรรค์จะต้องคิดเสมอว่าในวันนี้รายการมีสิ่งดึงดูดความสนใจอย่างมากหรือยัง ถ้าไม่สิ่งนั้นคืออะไร และถ้าไม่มีจะต้องใส่สิ่งใดลงไป ในรายการ เช่น ความแปลก ความสวยงาม

4.2.4 การอ่านใจผู้ชม นักสร้างสรรค์จะต้องอ่านใจผู้ชมให้ได้ว่าผู้ชมอยากชมอะไร แม้ว่าแต่ละคนจะมีความต้องการแตกต่างกัน แต่ความต้องการของคนเรามีสิ่งที่มีความร่วมกันอยู่เสมอ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของนักสร้างสรรค์ที่จะต้องวิเคราะห์ และค้นหาสิ่งเหล่านี้

4.2.5 การใช้อารมณ์ขัน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้ชมรายการทุก ๆ คนต้องการ เพราะอารมณ์ขันเปรียบเสมือนรสชาติอร่อยของอาหารที่ทำให้อาหารจานนั้นน่ารับประทาน

4.2.6 การใช้ศิลปะความบันเทิง ความบันเทิงเป็นสิ่งที่มิได้ในทุกรูปแบบรายการ ขึ้นอยู่กับวิธีการนำไปใช้ หากนักสร้างสรรค์มองเห็นโอกาส หรือช่องทางในการนำความบันเทิงไปใช้ในการสร้างสรรค์ให้แยบยล

4.2.7 การอาศัยความคิด มุมมอง และวิสัยทัศน์ของนักสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่ทำให้นักสร้างสรรค์เห็นการสร้างโอกาส สร้างความแตกต่าง และสร้างวิธีการใหม่ๆ ในการนำเสนอ

กล่าวโดยสรุป ในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์มียุทธวิธีเพื่อสร้างความสำเร็จให้แก่รายการ คือ การสร้างความแตกต่าง ความสอดคล้องกับอารมณ์สังคม การสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจอย่างมาก การอ่านใจผู้ชม การใช้อารมณ์ขัน การใช้ศิลปะบันเทิง และการอาศัยมุมมองความคิด และวิสัยทัศน์ของนักสร้างสรรค์

5. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ

การเลือกในการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันเป็นขั้นตอน (รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2548: 104-106) ดังนี้

5.1 การเลือกเปิดรับสาร

มนุษย์มักเลือกเปิดรับสารที่มีเนื้อหาที่บรรจุความคิดเห็นและทัศนคติต่างๆ ที่สอดคล้องหรือสนับสนุนความคิดเดิมที่เรามีอยู่แล้ว โดยมีงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์หลายชิ้นที่สนับสนุนความคิดเรื่องการเปิดรับสารที่เสนอความคิดเห็นที่ผู้รับสารมีความพอใจและเห็นด้วย และในขณะเดียวกันเราก็มักจะหลีกเลี่ยงที่จะเปิดรับสารที่มีเนื้อหาขัดแย้งกับความเชื่อและทัศนคติต่างๆ ของเรา

5.2 การเลือกให้ความสนใจ

Michael Burgoon (1974) ซึ่งเป็นนักทฤษฎีทางด้านข่าวสาร กล่าวว่า ถึงแม้ว่าสายตาของคนเราจะสามารถมองเห็นได้ถึง 5 ล้านส่วนใน 1 วินาที แต่สมองของเราสามารถรับข้อมูลได้เพียง 500 ส่วนเท่านั้นใน 1 วินาที ซึ่งแสดงให้เห็นว่า มนุษย์ต้องเลือกให้ความสนใจต่อสารเท่าที่ความสามารถทางสมองของตนจะรับได้เท่านั้น

ข้อมูลหรือข่าวสารต่างๆ ที่เราได้รับนั้น จะอยู่ในความสนใจของเราในความทรงจำ ซึ่งอาจอยู่ในความทรงจำเพียงชั่วคราวหรือที่จะเรียกความสนใจจากผู้รับสาร เช่น การโฆษณาสินค้าทางโทรทัศน์ มักใช้ระดับเสียงที่ดังกว่ารายการปกติ เป็นต้น

5.3 การเลือกรับรู้และการเลือกตีความ

มนุษย์เลือกรับรู้และตีความหมายของสารตามประสบการณ์ของตน เนื่องจากประสบการณ์เป็นเรื่องเฉพาะตัว และแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งบ่อยครั้งที่พบว่า การรับรู้หรือตีความของเราเกี่ยวกับบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับการรับรู้หรือตีความหมายของคนอื่น

5.4 การเลือกจดจำ

มนุษย์เลือกเปิดรับและเลือกจดจำสารที่มีเนื้อหาสาระสอดคล้องหรือสนับสนุนความคิดเห็นของตน ทั้งยังสามารถจดจำได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ กว่าสารที่มีเนื้อหาขัดแย้งหรือคัดค้านกับทัศนคติที่ตนมีอยู่เดิม

6. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสื่อโทรทัศน์

แม้สื่อโทรทัศน์มีหน้าที่หลักในการเฝ้าตรวจสอบ ติดตามความเคลื่อนไหวของสังคมเชื่อมประสานกลุ่มคนที่กระจัดกระจายกันในหลายพื้นที่ ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม หรือให้ความบันเทิงแก่มวลชน แต่ทว่าโครงสร้างสังคม อันได้แก่ เศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี รวมไปถึงกระบวนการสื่อสารเองต่างมีผลกระทบต่อการทำงานของสื่อเหล่านี้ โดยสมสุข หินวิมาน และคณะ (2557: 49-70) อธิบายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ ดังนี้

6.1 ปัจจัยภายในองค์ประกอบการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์

6.2.1 ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร

ด้วยเหตุที่คุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ไม่สามารถผลิตขึ้นได้ด้วยบุคคลเพียงคนเดียว แต่ต้องมีการทำงานแบบเป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการ (formal organization) ดังนั้น วัฒนธรรมการทำงานแบบองค์กร (organization culture) จึงมักมีผลกระทบและเป็นเงื่อนไขสำคัญในการกำหนดสถานภาพและคุณลักษณะของผู้ส่งสาร โดยเฉพาะเป้าหมายองค์กร (organizational goals) เนื่องจากองค์กรสื่อโทรทัศน์มีลักษณะที่แตกต่างหลากหลาย ดังนั้นองค์กรแต่ละลักษณะก็จะมีเป้าหมาย นโยบาย และทิศทาง หรือวิธีการปฏิบัติตนของบุคลากรที่เฉพาะของตนเอง ซึ่ง McQuail (2005) ได้ประมวลเป้าหมายหลักๆ ขององค์กรด้านสื่อโทรทัศน์ ดังนี้

6.2.1.1 เป้าหมายเชิงกำไร (profit) เป็นความคาดหวังเรื่องรายรับและผลกำไรสูงสุดขององค์กรหรือสถานีหรือบริษัทผู้ผลิตรายการ

6.2.1.2 อิทธิพลทางสังคมและชื่อเสียงองค์กร (social influence and prestige) เป็นการที่สถานีโทรทัศน์ทุกช่องจัดผังให้มีรายการแนวสร้างสรรค์สังคมไว้เสมอ

6.2.1.3 การดึงยอดผู้ชมสูงสุด (maximising an audience) หรือการจัดการเรตติ้งผู้ชมให้สูงกว่าสถานีช่องอื่น

6.2.1.4 เป้าหมายเฉพาะเงื่อนไข (sectional goals) เป็นกรณีของสถานีโทรทัศน์เฉพาะกลุ่ม หรือสถานีโทรทัศน์ขององค์กรศาสนาบางแห่ง

6.2.1.5 การสนองต่อผลประโยชน์สาธารณะ (serving the public interest) เป็นการจัดให้มีรายการสาธารณประโยชน์หรือรายการการกุศลเพื่อระดมเงินช่วยเหลือในบางเงื่อนไข

6.2.2 ปัจจัยด้านเนื้อหา

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะของเนื้อหาเฉพาะ ซึ่งแตกต่างจากสื่อมวลชนอื่นๆ โดยเนื้อหาของสื่อโทรทัศน์เป็นวัฒนธรรมการสื่อสารที่เน้นอารมณ์ (sensational culture) ซึ่งมีกลยุทธ์การสื่อสารที่เน้นอารมณ์ได้หลากหลายวิธี ดังนี้

6.1.2.1 กลยุทธ์การจัดการอารมณ์แบบเป็นช่วงๆ เนื่องจากการจัดเวลาในสื่อโทรทัศน์มีการจัดแบ่งเป็นช่วงเวลาย่อยๆ อารมณ์ที่อยู่ในแต่ละช่วงย่อยนั้น จึงต่างกันเป็นอิสระไม่ขึ้นต่อกัน แม้แต่ในช่วงของรายการเดียวกัน จึงทำให้การสร้างสรรค์เนื้อหาต้องตรงอารมณ์ผู้ชมไว้ด้วยกลวิธีต่างๆ มากมาย

6.1.2.2 กลยุทธ์การจัดการอารมณ์ผ่านภาพ สื่อโทรทัศน์เป็นการสื่อสารผ่านภาพ และที่สำคัญภาพที่เห็นในโทรทัศน์นั้นไม่อาจจำลองของจริงมาได้ทั้งหมด ทั้งมิติของภาพที่ขาดมิติความลึก ดังนั้นจึงต้องหาวิธีสลายข้อจำกัดด้วยการใช้เทคนิคต่างๆ ด้านภาพมาสร้างอารมณ์ของชมเอาไว้ ทั้งการใช้ระยะภาพ การกำหนดมุมกล้อง การตัดต่อภาพ การจัดแสง และการกำหนดจังหวะ

6.1.2.3 กลยุทธ์การจัดการอารมณ์ผ่านเสียง โดยการใช้เสียงพูด เสียงดนตรี และเสียงประกอบ ที่หลากหลายเพื่อดึงหรือกระตุ้นอารมณ์ของผู้ชมทำให้หวนกลับมาที่สู่อจอโทรทัศน์

6.1.2.4 กลยุทธ์การแขวนลอยหรือเว้นวรรคอารมณ์ โดยต้องอาศัยการออกแบบเนื้อหาและจัดจังหวะการนำเสนอให้ลงตัว เพื่อดึงอารมณ์ผู้ชม หรือถ่วงอารมณ์ของผู้ชมเอาไว้หรือคอยและตรึงอยู่กับรายการที่จะได้รับชมในตอนถัดไป

6.2.3 ปัจจัยด้านผู้รับสาร

การสื่อสารกับมนุษย์นั้น แต่ละคนต่างก็มีลักษณะเฉพาะของตนเอง เช่น ความรู้ ความสามารถในการเข้าใจ ประสบการณ์ และทัศนคติ ปัจจัยเหล่านี้เป็นตัวแปรและก่อให้เกิดผลกระทบในด้านความถูกต้องแม่นยำของข่าวสาร

ผู้รับสารหรือผู้ชมเป็นองค์ประกอบสำคัญในฐานะเป็นจุดมุ่งหมายปลายทางที่สารซึ่งถูกผลิตออกมาจะเดินทางไปถึง และด้วยลักษณะที่แตกต่างกันของผู้รับสาร จึงมีผลต่อการกำหนดการทำงานและรูปแบบของสื่อโทรทัศน์ ดังนี้

6.1.3.1 ผู้รับสารแบบผู้ดูผู้ชม (spectators) โดยผู้รับสารในลักษณะนี้จะอยู่ในระดับการสื่อสารแบบกลุ่มในบางเงื่อนไขโอกาส เช่น ผู้ชมการแข่งขันประกวดร้องเพลง Academy fantasia หรือ The Star

6.1.3.2 ผู้รับสารแบบกลุ่มสาธารณะ (public) โดยผู้รับสารในลักษณะนี้จะมีการรวมกลุ่มกัน จนกลายเป็นกลุ่มสาธารณะ ที่มีบทบาทในกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม บางลักษณะ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งกลุ่มทางเศรษฐกิจ การเมือง หรือกลุ่มที่สนใจประเด็นปัญหาต่างๆ ทางสังคมร่วมกัน เช่น ประเด็นสิ่งแวดล้อม และสุขภาพ

6.1.3.3 ผู้รับสารที่เป็นมวลชน (mass) โดยผู้รับสารในลักษณะนี้เป็นลักษณะที่ชัดเจนที่สุดของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งต้องเป็นกลุ่มคนที่มีขนาดใหญ่ อยู่กระจายตามที่ต่างๆ ไม่รู้จักกัน และมีลักษณะที่แตกต่างหลากหลาย

ทั้งนี้หากต้องการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จ ต้องสร้างสารให้เหมาะสม ตลอดจนรู้วิธีที่จะส่งสารนั้นไปยังผู้รับสาร ซึ่งการรู้วิธีก็คือ ต้องรู้ความต้องการของผู้รับสาร ปรับสารและวิธีส่งให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร สำหรับวิธีวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับสารที่ดีที่สุด คือ การศึกษาลักษณะทางประชากร (รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2548: 49-55) สำหรับตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรที่นิยมนำมาใช้ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552: 167-170) มีดังนี้

1) เพศ

ตัวแปรเพศ เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องทั้งในทางชีววิทยาและทางสังคม โดยส่วนใหญ่ มักกำหนดคุณสมบัติบางอย่างของผู้หญิงไว้แล้ว เช่น ความนุ่มนวลหรือความอ่อนหวาน อารมณ์อ่อนไหว และถูกชักจูงได้ง่าย มีงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์หลายชิ้นได้สรุปว่า ผู้หญิงถูกโน้มน้าวใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย นอกจากนี้ยังเผยแพร่ความคิดเห็นที่ได้รับการจูงใจนั้นให้ผู้อื่นต่อไปได้

2) อายุ

ตัวแปรอายุ เป็นตัวแปรที่ค่อนข้างมีความสำคัญอย่างมาก ทั้งนี้เพราะแบบแผนความคิด ภูมิหลัง และประสบการณ์ของบุคคลนั้น มักจะถูกกำหนดมาจากบริบทสังคมในช่วงเวลานั้นๆ อายุของผู้รับสารจึงสามารถช่วยบ่งชี้ได้ว่า “เขาเป็นคนรุ่นไหน” (generation) โดยที่แต่ละช่วงเวลานั้นสภาพแวดล้อมระดับกว้างของสังคมจะแตกต่างกันไป ซึ่งการที่เราสามารถใช้อายุเป็นตัวแปรหนึ่งในการจัดกลุ่มของผู้รับสาร ก็เนื่องมาจากความเชื่อที่ว่า คนในอายุรุ่นราวคราวเดียวกันจะผ่านประสบการณ์ทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน

3) ระดับการศึกษา

ตัวแปรระดับการศึกษานั้น คือ ปริมาณของการศึกษาที่ได้รับ โดยธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิดจะเป็นตัวกำหนดระดับการศึกษาของผู้ใช้ เช่น หนังสือพิมพ์คุณภาพจะมีคนอ่านมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับระดับการศึกษาโดยรวมของประชากร เพราะการอ่านหนังสือพิมพ์คุณภาพต้องการผู้อ่านที่ออกเขียนได้ในระดับสูงพอสมควร นอกจากนี้เนื้อหาในสื่อแต่ละชนิดยังอาจเป็นภาพสะท้อนบ่งบอกถึงระดับการศึกษาของผู้รับสาร เช่น เนื้อหาเพลงลูกทุ่งจะบอกถึงลักษณะของคนชนบทที่มีการศึกษาน้อย และปัญหาการสื่อสารที่เกิดมาจากการศึกษาน้อย โดยคนที่มีการศึกษาดีย่อมได้เปรียบในแง่ที่ว่าสามารถเข้าใจเรื่องราวต่างๆ ได้ อาจกล่าวได้ว่า เป็นผู้รับสารที่ดีกว่า และคนที่มีการศึกษา มักมีความเชื่อมั่นในตนเอง และไม่ใช้คนที่คล้อยตามหรือเชื่ออะไรได้ง่ายๆ ถ้าเรื่องนั้นไม่มีเหตุผลมาสนับสนุนอย่างเพียงพอ

4) อาชีพ

ตัวแปรอาชีพของแต่ละบุคคล จะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบอาชีพนั้น (professional predisposition) เช่น นักบัญชี มักจะมีความรอบคอบ ชอบตรวจสอบ หนักแน่น ต้องช่างซัก ช่างสังเกต ละเอียด ส่วนนักสื่อสารมวลชน ต้องมีลักษณะกระตือรือร้น อยากรู้ อยากเห็น เป็นต้น สำหรับการประกอบอาชีพนอกจากจะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางจิตวิทยาแล้ว ยังเป็นตัวแปรที่กำหนดรูปแบบการใช้เวลาและสถานที่ของบุคคลอีกด้วย โดยผู้รับสารที่มีอาชีพแม่บ้านหรือชายของที่บ้าน ย่อมมีโอกาสใช้สื่อที่บ้าน แต่ผู้รับสารที่ออกไปทำงานนอกบ้าน สื่อที่ใช้ย่อมมีลักษณะที่เปลี่ยนไป

6.2 ปัจจัยภายนอกองค์ประกอบของการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์

6.2.1 ปัจจัยทางเทคโนโลยี

เทคโนโลยีเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดวิถีการทำงานของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อสื่อโทรทัศน์ทั้งในด้านมิติการผลิต การแพร่กระจาย และการบริโภคสื่อ ดังนี้

6.2.1.1 ผลกระทบด้านมิติการผลิต (production) โดยการขยายตัวของเทคโนโลยีแต่ละครั้ง จะมีผลกระทบต่อลักษณะการทำงานของสื่อโทรทัศน์เสมอ ทั้งการเปลี่ยนมาใช้ระบบการผลิตแบบดิจิทัล ทำให้เทคนิคการตัดต่อโทรทัศน์สะดวก ง่าย และรวดเร็วขึ้น หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้เทคนิคพิเศษด้านภาพ (special visual effects) ดูสมจริงมากขึ้น

6.2.1.2 ผลกระทบด้านมิติการแพร่กระจาย (distribution) โดยเมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้าขึ้น รัศมีการครอบคลุม (coverage) ของคลื่นโทรทัศน์ก็ข้ามเวลาและพื้นที่ไปได้ไกลกว่าเดิม

6.2.1.3 ผลกระทบต่อมิติการบริโภคสื่อ (consumption) โดยความเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีมีผลทางตรงต่อลักษณะการรับสารของผู้ชม ทั้งการขยายประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับผู้ชม การโยกกิจกรรมข้ามเวลา ซึ่งทำให้ผู้ชมสามารถเลือกรับชมรายการในภายหลังจากออกอากาศไปแล้ว

6.2.2 ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม

สื่อโทรทัศน์มักจะถูกกำหนดวิถีทางการทำงานหรือการสื่อสารเอาไว้บนเงื่อนไขปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ ทั้งในระดับที่เห็นชัด หรือแม้แต่แฝงฝังอยู่ในจิตสำนึกของผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่เข้ามากำหนดสื่อโทรทัศน์ มีดังนี้

6.2.2.1 ผลกระทบต่อมิติการผลิต (production) โดยหากนำวัฒนธรรมเป็นกรอบวิธีคิดหรือโครงสร้างแห่งความรู้สึกที่ฝังเข้าไปในจิตสำนึกแล้ว กระบวนการทำงานผลิตสื่อโทรทัศน์ก็มีแนวโน้มที่จะเป็นไปภายใต้การกำกับของแบบแผนวัฒนธรรมดังกล่าวด้วยเช่นกัน สำหรับในองค์กรไทย มักมีแบบแผนวัฒนธรรมที่เข้ามากำหนดลักษณะการทำงาน 4 ด้าน คือ

(1) มีลักษณะการทำงานเป็นกลุ่มมากกว่าจะเป็นปัจเจกชนนิยม (2) มีลักษณะสายงานบังคับบัญชามากกว่าจะเน้นเสมอภาค (3) หลีกเลียงความขัดแย้งมากกว่าเผชิญหน้า และ (4) เน้นการประนีประนอมมากกว่าจะต่อสู้แข่งขัน (Hofstede, 1989)

6.2.2.2 ผลกระทบต่อเนื้อหา (content) โดยเนื้อหาของสื่อโทรทัศน์มีแนวโน้มจะเป็นสารเชิงสัญลักษณ์ที่ถูกบรรจุความหมายต่าง ๆ เอาไว้ ซึ่งเบื้องหลังของการสร้างสัญลักษณ์จะมีกรอบอุดมการณ์หรือโครงสร้างแห่งความรู้สึบบางอย่างกำหนดเอาไว้เสมอ

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กุลธิดา สายพรหม (2558) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรค้ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย พบว่า (1) รูปแบบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย มี 2 รูปแบบ คือ รูปแบบข่าวอ่าน และรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร (2) กลยุทธ์การสร้างสรรค้ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย มี 4 กลยุทธ์ คือ ด้านเนื้อหา ต้องเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ และใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย โดยมีวิธีการคัดเลือกเนื้อหาที่แตกต่างกันตามนโยบายของแต่ละสถานี ด้านผู้ประกาศ ต้องมีจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ทั้งในด้านบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ความมีชีวิตชีวา ลักษณะการแต่งกาย สีสันท่าทางในการนำเสนอ และต้องมีส่วนร่วมในการเขียนข่าว กำหนดประเด็นข่าว หรือเลือกเรื่องที่น่าสนใจที่จะใช้ในการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศต่อผู้ชม ด้านวิธีการนำเสนอ มีการถ่ายทำทั้งในสตูดิโอระบบปิด โดยใช้ฉากเสมือนหรือเวอร์ชวลสตูดิโอ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม และการถ่ายทำนอกสถานที่ เพื่อให้ได้ใกล้ชิดกับผู้ชมมากยิ่งขึ้น สำหรับภาพประกอบข่าว จะใช้ภาพข่าว เพื่ออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และภาพกราฟิก เพื่อประกอบคำอธิบายให้ผู้ชมเข้าใจมากยิ่งขึ้น เสียงประกอบข่าว มีทั้งเสียงดนตรีและเสียงเพลง เสียงบรรยาย และเสียงประกอบ เพื่อเพิ่มอารมณ์และสร้างจินตนาการให้กับผู้ชม และด้านสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม มีทั้งการส่งภาพถ่าย การส่งคลิป รายงานสภาพอากาศ การเข้าร่วมกิจกรรม และการแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์ เพื่อสำรวจและสร้างอัตราความนิยมของผู้ชมต่อข่าวพยากรณ์อากาศ

กมลასน์ เอียดศรีชาย และสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2557) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการพยากรณ์อากาศ แนวสาระบันเทิง “ฝนฟ้าอากาศ” พบว่า ผู้ชมที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการพยากรณ์อากาศแนวสาระบันเทิง “ฝนฟ้าอากาศ” ทั้งในแง่ความถี่และระยะเวลาที่แตกต่างกัน ในทางกลับกันผู้ชมที่มีเพศและระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการพยากรณ์อากาศแนวสาระบันเทิง “ฝนฟ้าอากาศ” ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับชมรายการ กับความพึงพอใจต่อรายการ ในแง่ความถี่ในการรับชมพบว่า ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์เฉพาะกับความพึงพอใจด้านเนื้อหา ด้านวิธีการ

นำเสนอ และด้านผู้ดำเนินรายการ คุณเปรมสุตา สันติวัฒนา ส่วนความสัมพันธ์ของระยะเวลาในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อรายการ พบว่า ระยะเวลาในการเปิดรับชมมีความสัมพันธ์เฉพาะด้านเนื้อหารายการเท่านั้น

วริษา พันธ์พิบูลย์ (2557) ศึกษาเรื่อง เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก (Immersive Graphic) กับการรายงานข่าวพยากรณ์อากาศ กรณีศึกษา รายการอุณหภูมิลोक สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พบว่า การเลือกใช้เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก ในรายการอุณหภูมิลोक มีหน้าที่หลักในการอธิบายข่าวสารข้อมูลให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น หรือที่เรียกว่า Infographic โดยเป็นการอธิบายข้อมูลให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพราะรายการพยากรณ์อากาศมักใช้คำศัพท์เฉพาะทางเป็นส่วนใหญ่ สำหรับรูปแบบการนำเสนอรายการอุณหภูมิลोक ด้วยเทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 รูปแบบ คือ (1) ภาพอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก แสดงแผนที่ 3 มิติ แยกตามภาคต่างๆ (2) ภาพอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก ที่มีลักษณะเป็นสัญลักษณ์ (Icon) ใช้แทนสภาพอากาศในแบบต่างๆ (3) ภาพอิมเมอร์ซีฟ กราฟิกที่มีลักษณะเป็นตัวหนังสือ (Text) บอกข้อมูลเพิ่มเติม เช่น อุณหภูมิ ความรู้ของคลื่น ร้อยละของโอกาสเกิดฝนตก (4) ภาพอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก แบบ Trio Alpha ที่แสดงข้อมูลและสัญลักษณ์ (Icon) สภาพอากาศรายภาคต่างๆ และ (5) ภาพอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก แบบ Full Frame Graphic ที่แสดงข้อมูลอุณหภูมิจบโดยละเอียด

อินทุพิมพ์ เลิศวิริยะไพบูลย์ (2557) ศึกษาเรื่อง บทบาทและแนวทางการสื่อข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ในช่วงวิกฤตน้ำท่วม พุทธศักราช 2554 พบว่า (1) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ในช่วงวิกฤตน้ำท่วม พ.ศ. 2554 มีรูปแบบการนำเสนอข่าว 2 รูปแบบ คือ การรายงานในห้องส่ง และการรายงานสดภาคสนาม (2) ประเด็นข่าวที่ถูกนำเสนอผ่านรายการข่าวมี 7 ประเด็น เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ รายงานสถานการณ์น้ำ การจัดการปัญหาน้ำ การช่วยเหลือ การเตือนภัย การฟื้นฟู ผลกระทบ และความขัดแย้ง (3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำเสนอข่าวและบทบาทหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส คือ นโยบายสถานีการเป็นองค์กรสื่อสารสาธารณะ บรรณาธิการข่าวสำหรับข่าวในห้องส่ง ผู้สื่อข่าวสำหรับข่าวภาคสนาม สถานการณ์การตกเป็นผู้ประสบภัยของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และสถานการณ์น้ำและความเดือนร้อนของประชาชน

ธิดา ภูแสนธนาสาร (2556) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์และความคิดเห็นต่อรายการข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อรายการข่าวค่ำของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส โดยรวม (ด้านเนื้อหา การนำเสนอ และผู้ประกาศ) อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยด้านเนื้อหาข่าว มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ เจาะลึก ตรงประเด็น มีประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจ ด้านการนำเสนอ มีการนำเสนอได้รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ การถ่ายทอดสดนอกสถานที่ เกาะติดสถานการณ์ และเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอข่าว ด้านผู้ประกาศ เป็นผู้มีความคล่องตัวที่ดี มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้

ความสามารถ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อรายการข่าวภาคค่ำๆ ทุกด้าน แตกต่างจากประชาชนทุกอาชีพ (ข้าราชการ/พนักงานวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย) (2) ภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อรายการข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส โดยความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงเชิงบวก

ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค (2555) ศึกษาเรื่อง การสำรวจความนิยมและความพึงพอใจต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนทั่วไปและชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย พบว่า (1) ควรปรับปรุงรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการข่าวให้มีความน่าสนใจและดูทันสมัย (2) ควรใช้เทคนิคและลีลาในการนำเสนอที่ดูเป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะผู้ประกาศข่าว ควรมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ทันสมัย มีน้ำเสียงชวนฟัง ไม่เป็นทางการมากเกินไป ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและถูกต้องตามอักขระวิธี (3) รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวควรมีความหลากหลายและน่าติดตาม

กระทรวงมหาดไทย, กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (2556) เรื่อง การลดความเสี่ยงจากสาธารณภัย โดยให้แนวปฏิบัติในการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินที่ทุกภาคส่วนสามารถทำได้ ดังนี้ (1) การพัฒนาศักยภาพและให้ความรู้เรื่องภัยประเภทต่างๆ (2) การพัฒนาระบบการพยากรณ์และการแจ้งเตือนภัย ตั้งแต่ระดับประเทศถึงระดับท้องถิ่น เพื่อช่วยให้ชุมชนและสังคมเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (3) การพัฒนาศักยภาพของระบบการสื่อสาร รวมถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้การแจ้งเตือนภัยหรือการประสานงานตามแผนฉุกเฉินทำได้คล่องตัว รวดเร็ว การใช้ภาพถ่ายดาวเทียม ภาพถ่ายทางอากาศ เพื่อการพยากรณ์อากาศได้ถูกต้อง แม่นยำมากขึ้นจะช่วยให้ชุมชนและสังคมเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ช่วยลดผลกระทบจากสาธารณภัย (4) การจัดทำแผนเตรียมรับมือกับสาธารณภัยในทุกระดับ (5) การฝึกซ้อมแผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยทุกระดับ (6) การเตรียมปัจจัยสี่เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย (7) การเตรียมสนับสนุนด้านทรัพยากรและพลังงาน (8) การเตรียมพื้นที่ปลอดภัยสำหรับอพยพชาวบ้านเมื่อเกิดสาธารณภัย (9) กิจกรรมสร้างความตระหนักของชุมชนและสังคม (10) การสร้างเครือข่ายกลุ่มศักยภาพ หรือหน่วยงานต่างๆ ที่จะให้ความรู้เรื่องการทำแผนเตรียมความพร้อมและให้ความช่วยเหลือได้เมื่อเกิดสาธารณภัย (11) การฝึกทักษะในการกู้ชีพ (12) การวางระบบการดูแลจัดการผู้ประสบภัยและเสียชีวิต และ (13) การจัดทำระเบียบวิธีปฏิบัติในการบัญชาการเหตุการณ์

จิรัชดา เอี่ยมรัมย์ (2554) ศึกษาเรื่อง ความเหมือนและความแตกต่างของข่าวค่ำทีวีไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2551 ถึง พ.ศ. 2553 พบว่า รายการข่าวค่ำ ทีวีไทย ที่ออกอากาศในปี พ.ศ. 2551 มีความแตกต่างจากรายการข่าวค่ำ ทีวีไทย ที่ออกอากาศในปี พ.ศ. 2552 และ 2553 ทั้งในแง่ความหลากหลายของเนื้อหาข่าวที่ออกอากาศ รูปแบบการนำเสนอ รวมทั้งวิธีการนำเสนอ ซึ่ง

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เป็นการปรับเปลี่ยนตามนโยบายด้านกลุ่มรายการข่าว (news) ข้อเท็จจริง (factual) และเหตุการณ์ปัจจุบัน (current affairs) รวมทั้งแนวทางในการนำเสนอข่าว ที่คณะกรรมการนโยบายวางไว้ ซึ่งฝ่ายข่าวรับมาปฏิบัติ เพื่อสร้างความแตกต่างในการรายงานข่าว โดยการสร้างความแตกต่างและโดดเด่นนี้ เป็นการทำให้ผู้ชมเปิดรับรายการข่าวมากขึ้น และยังเป็นจุดแข็งสำคัญที่จะสามารถต่อสู้กับคู่แข่งของข่าวที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกัน

นริศรา ขุนจันทร์ (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการของ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมบ้างนานๆ ครั้ง เมื่อมีการเปิดโทรทัศน์ มีเหตุผลในการรับชมเพื่อเป็นการหาความรู้ ตัดสินใจชมด้วยตัวเอง โดยรับชมในวันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลาก่อนนอน (20.01-22.00 น.) ประเภทของรายการที่รับชมเป็นรายการข่าว สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส

นิศากร สุภาพ (2553) ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบเลขนศิลป์ในรายการข่าวโทรทัศน์ไทย พบว่า ผู้ชมรายการมีความพึงพอใจในรูปแบบเลขนศิลป์บนหน้าจอรายการข่าวที่มีผลระดับดีมากในส่วนของเลขนศิลป์ภาพนิ่งของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และรูปแบบเลขนศิลป์เคลื่อนไหวของ 2 สถานี คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชมรายการให้ความสนใจกับรูปแบบเลขนศิลป์บนหน้าจอรายการข่าวโทรทัศน์ในด้านกราฟิก (Graphic) โดยต้องทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ และต้องมีการใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ชัดเจน เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรับรู้ข้อมูลของผู้ชม อีกทั้งยังมีส่วนช่วยเน้นเนื้อหาและสนับสนุนข้อมูลของข่าวให้ผู้ชมมีความเข้าใจมากขึ้น

หรรษรัตน์ คงพัฒนาเวทย์ (2553) ศึกษาเรื่อง ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อการนำเสนอภาพข่าวด้วยเทคโนโลยี อิมเมอร์ซีฟ กราฟิก ในรายการข่าว ค่ำทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ พบว่า (1) ผู้ชมมีความเห็นด้วยว่าผู้ประกาศข่าวมีการเล่าเรื่องพร้อมกับการนำเสนอข่าวกราฟิกได้อย่างต่อเนื่อง เข้ากันได้ดี (2) ผู้ชมมีความเห็นด้วยว่าภาพข่าวกราฟิกมีความสมจริง เข้าใจง่าย มีความน่าสนใจ และแปลกใหม่ (3) ผู้ชมมีความเห็นด้วยว่า สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ควรหาเทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่าในปัจจุบัน มาใช้ในการทำภาพประกอบข่าว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และดึงดูดผู้ชม สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจ-สังคม ได้แก่ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับชมรายการแตกต่างกัน (2)) กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจ-สังคม ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการนำเสนอภาพข่าวด้วยเทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก ของรายการข่าวค่ำ

ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์แตกต่างกัน (3) พฤติกรรมการเปิดรับชมที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรายการข่าวคำที่นำเสนอภาพข่าวด้วยเทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์แตกต่างกัน

สุนทร สกลวิสูตร (2553) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในประเทศไทย พบว่า (1) ผู้ชมให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ข่าว) ซึ่งประกอบด้วย เนื้อหารายการ พิธีกร/ผู้ประกาศ ด้านรูปแบบ/กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่างๆ เวลาออกอากาศ แกร็บเชิญ/แหล่งข่าว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (2) ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ดังนี้ เพศ มีผลต่อประเภทรายการข่าวที่ชม และเหตุผลที่ชมรายการข่าว อายุมีผลต่อประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม ช่วงเวลาที่ชมและความถี่ในการชม ระดับการศึกษา มีผลต่อประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม และผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม ภูมิสำเนา มีผลต่อประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม ช่วงเวลาที่ชม สถานที่ชม และความถี่ในการรับชม (3) ผู้ชมมีข้อเสนอแนะว่า ควรนำเสนอข่าวให้เป็นกลางและนำเสนอทุกด้านไม่บิดเบือน และควรนำเสนอข่าวให้กระชับ ทันเหตุการณ์ และถูกต้องตรงกับความเป็นจริง

นัชชา กฤษณีไพบูลย์ (2552) ศึกษาเรื่อง กระบวนการสร้างสรรค์เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ (Immersive Graphic) ประกอบการรายงานข่าวคำ 19.00 น. ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่า เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้สร้างขึ้นประกอบการรายงานข่าวคำเป็นภาพกราฟิกที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้กราฟิกในข่าวโทรทัศน์อย่างยิ่ง คือ ช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเรื่องราวในข่าวได้อย่างรวดเร็ว แต่ที่บรรลุวัตถุประสงค์อย่างที่สุด คือ ช่วยเพิ่มสีสันของรายการข่าวให้ดูมีชีวิตชีวา เพิ่มอรรถรสในการรับชมข่าวแก่ผู้ชม โดยประโยชน์ข้อนี้เองที่เป็นหน้าที่หลักของกราฟิกในรูปแบบเทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ ทั้งนี้ผู้ใช้งานกราฟิกต้องรู้จักเลือกใช้กราฟิกแต่ละประเภทให้เข้ากับรูปแบบงานของตนเองเพื่อให้กราฟิกนั้นตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้มากที่สุด ส่วนการทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศ พบว่า การแสดงท่าทางของผู้ประกาศข่าวหลักกับการรายงานข่าวประกอบเทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ จำเป็นต้องใช้ภาษากายในการสื่อสารและการเล่นกับภาพกราฟิก เพื่อสร้างความสมจริงให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นการให้ภาพกราฟิกช่วยในการเล่าเรื่อง ทั้งนี้ต้องทำให้เป็นธรรมชาติมากที่สุด ด้านการใช้น้ำเสียงของผู้ประกาศ ผู้ประกาศต้องรู้จักการเล่นเสียง การลงน้ำหนัก เบา ซึ่งเสียงจะมีส่วนสำคัญในการสร้างอารมณ์ให้แก่ผู้ชม และทำให้ข่าวดูน่าสนใจขึ้น, ด้านการทำความเข้าใจกับบท ผู้ประกาศไม่ท่องจำบทแบบคำต่อคำหรือถูกต้องทั้งหมด แต่จะอ่านบทเพื่อความเข้าใจเท่านั้น โดยการเล่าเรื่องราวจากความเข้าใจในภาษาของตนเองจะสามารถพูดได้อย่างคล่องปาก เนื้อความไม่ผิดเพี้ยน ซึ่งจะทำให้การนำเสนอเป็นธรรมชาติมากขึ้น

นลินี กองรอด (2552) ศึกษาเรื่อง เกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกาศข่าวประจำสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก พบว่า ผู้ประกาศข่าวที่เหมาะสมกับสถานีในด้านธุรกิจ แบ่งได้เป็นเรื่องของความสามารถ และบุคลิกลักษณะของผู้ประกาศข่าว สำหรับด้านมาตรฐานของผู้ประกาศข่าวนั้น แบ่งออกเป็นคุณสมบัติพื้นฐานด้านอายุ-สัญชาติ และทักษะการใช้ภาษาไทย เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis แล้วนำไปวิเคราะห์ควบคู่กับ SWOT ของสถานีฯ แล้วจะสามารถสร้างมาตรฐานในการใช้เกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกาศข่าวที่เหมาะสมกับสถานีนี้ได้ 8 หัวข้อ คือ (1) ผู้ประกาศข่าวต้องมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป สาขาสื่อสารมวลชนหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อความเป็นมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือ และความคล่องตัวของสถานีฯ และต่อตัวผู้ประกาศเอง (2) ผู้ประกาศต้องมีประสบการณ์ด้านการประกาศอย่างน้อย 1 ปีหรือมีประสบการณ์ด้านการสื่อสารมวลชนมาบ้าง เพื่อให้สามารถคงความน่าเชื่อถือต่อสถานีฯ และความพร้อมในการปฏิบัติงานของตัวผู้ประกาศเอง (3) ผู้ประกาศต้องมีเชาวน์ปัญญาในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี เพื่อเพิ่มศักยภาพและความน่าเชื่อถือ (4) ผู้ประกาศควรมีบุคลิกลักษณะรูปร่างหน้าตาที่ดี มีความน่าเชื่อถือ และดึงดูดสายตาผู้ชมได้ เพื่อดึงดูดใจผู้ชม และสร้างความน่าเชื่อถือแก่สถานีฯ (5) ผู้ประกาศต้องมีเจตคติดีที่เป็นกลางต่อสังคม เพื่อความคงเป็นมาตรฐานของสถานีฯ (6) ผู้ประกาศต้องมีการใ้รู้ตลอดเวลา เพื่อการพัฒนาศักยภาพทั้งของสถานีฯ และของตัวผู้ประกาศเอง (7) ผู้ประกาศควรมีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี และต้องมีสัญชาติไทย เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ และ (8) ผู้ประกาศต้องมีความแตกฉานในการใช้การอ่านภาษาไทย เพื่อศักยภาพที่มั่นคงและคงสภาพความน่าเชื่อถือของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกสืบไป

ณิชนรี ไชยภักดี (2552) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน การเลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกมีความสัมพันธ์ในทางบวก กับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกอย่างมีนัยสำคัญ

ปรเมษฐ์ เศรษฐสุวรรณ (2551) ศึกษาเรื่อง เจตคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9 และทีไอทีวี) พบว่า พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวภาคค่ำของทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง ผู้ชมส่วนใหญ่เลือกชมเฉพาะประเด็นข่าวที่น่าสนใจ โดยเหตุที่เลือกชมเพื่อต้องการรับทราบข่าวสาร เหตุผลสำคัญที่ติดตามชม คือ มีการนำเสนอข่าวที่รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และสนใจชมข่าวประเภทสังคม ชุมชน และอาชญากรรมมากที่สุด ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวค่ำของผู้ชม จำแนกตามลักษณะประชากร พบว่า ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการรับชมข่าวภาคค่ำแตกต่างกัน ผลการเปรียบเทียบเจตคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีต่อรายการข่าวค่ำของผู้ชม จำแนกตามลักษณะประชากร พบว่า ผู้ชมที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีเจตคติแตกต่างกัน

ศุภลักษณ์ ด่านไพบูลย์ (2549) ศึกษาเรื่อง รูปแบบ วิธีการนำเสนอ และปัจจัยที่มีผลต่อรายการสนทนาข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 พบว่า รายการสนทนาข่าวสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีรูปแบบรายการเป็นสนทนาหรือเล่าข่าว โดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบย่อย คือ (1) รูปแบบข่าวภาคปกติ มีลักษณะการรายงานที่เป็นทางการและบรรยากาศที่จริงจัง และ (2) รูปแบบรายการสนทนาบันเทิง มีลักษณะไม่เป็นทางการ เน้นการเล่าข่าว ให้ความเพลิดเพลิน ผสมผสานการแสดงความคิดเห็น ซึ่งการนำเสนอรายการสนทนาข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 จัดอยู่ในรูปแบบสารบันเทิง มีลีลาการนำเสนอในลักษณะแบบเจ้าอารมณ์ กระตุ้นความรู้สึก โดยเนื้อหาข่าวจะเป็นเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของมนุษย์ เนื้อหาของรายการสนทนาข่าวแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ข่าวเบา ข่าวหนัก และโฆษณา โดยพบว่าทุกรายการนำเสนอข่าวเบามากกว่า ข่าวหนัก และมีสัดส่วนโฆษณามากกว่าเนื้อหาข่าวในบางรายการ ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการสนทนาข่าว ได้แก่ นโยบายการทำข่าวให้เข้าใจง่ายและเข้าถึงประชาชน สถานะการแข่งขันทางธุรกิจ ความเป็นเจ้าของสื่อ และสถานะทางการเมือง ทั้งนี้สรุปได้ว่า รายการสนทนาข่าวทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ทำให้ข่าวโทรทัศน์เข้าใจง่ายและได้รับความนิยมกว้างขวาง รายการข่าวเปลี่ยนสถานะมาเป็นแนวพาณิชย์นิยมมากขึ้น และผู้ดำเนินรายการกลายเป็นผู้นำทางความคิด สำหรับคุณสมบัติที่จำเป็นของผู้ดำเนินรายการสนทนาข่าว คือ การเป็นผู้มีอารมณ์ขัน สนุกสนาน ความน่าดึงดูดใจ มีความรู้รอบตัว มีความน่าเชื่อถือ มีความเข้าใจในข่าว และความสามารถทำงานเป็นทีม ซึ่งคุณสมบัติที่ผู้ดำเนินรายการสนทนาข่าวจำเป็นต้องมีมากที่สุด คือ ความเข้าใจในข่าว และความรอบรู้ในข่าวสาร เพราะทั้งสองอย่างนี้เป็นที่มาของความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการข่าว ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในยุคประชาธิปไตย เป็นผู้กำหนดวาระในข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของคนดูอย่างยิ่ง

ชยุตม์ โพธิ์แก้ว (2544) ศึกษาเรื่อง ข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในทัศนะของผู้สื่อข่าวและผู้รับสาร พบว่า ในภาพรวมข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในทัศนะของผู้สื่อข่าวและผู้รับสารสอดคล้องใกล้เคียงกันมาก คือ (1) ต้องเป็นข่าวที่มีผลกระทบและเบี่ยงประโยชน์กับประชาชน (2) เสนอแต่

ข้อเท็จจริงที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง (3) ต้องมีหลักฐานที่น่าเชื่อถือ (4) ชาวามีความเป็นกลางและเป็นธรรม (5) มีข้อมูลครบถ้วนทั้งรอบและลึก (6) ชาวต้องสั้น กระชับ เข้าใจง่าย และน่าสนใจชวนติดตาม แต่ภายใต้กรอบความคิดที่คล้ายกัน เมื่อพิจารณาลงในรายละเอียดกลับพบว่า ทศนะบางส่วนที่มีจุดเน้นหนักหรือการตีความที่แตกต่างกัน ได้แก่ เรื่องที่มีผลกระทบต่อผู้รับสารให้ความสำคัญกับเรื่องที่มีผลกระทบต่อใกล้ตัว จากผู้สื่อข่าวที่นำเสนอเรื่องที่กระทบคนจำนวนมาก ในส่วนข้อเท็จจริง ผู้รับสารเรียกร้องให้เสนอข้อเท็จจริงทั้งหมดโดยตรงไปตรงมา ขณะที่ผู้สื่อข่าวยินยอมให้เสนอข้อเท็จจริงเพียงบางส่วนได้ เรื่องความถูกต้อง ผู้รับสารเห็นว่าความถูกต้องสำคัญกว่าความรวดเร็วต่างกับผู้สื่อข่าวที่ความถูกต้องมาควบคู่กับความรวดเร็ว ทั้งนี้ผลเนื่องมาจากผู้สื่อข่าวได้ปรับเปลี่ยนทศนะหลายส่วนให้เหมาะสมกับสภาพการปฏิบัติงานของผู้สื่อข่าวมากกว่าจะวัดจากผลผลิตข่าว ขณะที่ทศนะคุณภาพข่าวส่วนใหญ่ของผู้รับสารตัวชี้วัดคุณภาพข่าวมุ่งเน้นประโยชน์ที่จะได้รับจากข่าว ซึ่งต้องเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรมจากตัวผลผลิตข่าว ตลอดจนทศนะที่มั่นคง ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงเพราะผู้รับสารเป็นผู้ใช้ประโยชน์โดยตรงจากข่าว ย่อมเรียกร้องสิ่งที่มีคุณภาพมากที่สุดแม้จะเข้าใจข้อจำกัดของสื่อโทรทัศน์และข้อจำกัดในการปฏิบัติงานของผู้สื่อข่าว

มนทกานติ ธีรนนท์วัฒน์ (2544) ศึกษาเรื่อง หน้าทีและอัตลักษณ์ของเพลงละครโทรทัศน์ พบว่า เพลงละครโทรทัศน์มีหน้าที่ในการเล่าเรื่องเพื่อสื่อความหมายถึงเนื้อหาของละครโทรทัศน์และช่วยเสริมสร้างอารมณ์และความรู้สึกของตัวละคร อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการประกอบไตเติ้ลนารายการและไตเติ้ลทำรายการเพื่อช่วยเสริมให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวของละครและเป็นการประชาสัมพันธ์ละคร โดยการทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากดูละครมากยิ่งขึ้น

ลัดดา โปษยะพิสิษฐ์ (2544) ศึกษาเรื่อง ความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารเศรษฐกิจที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความต้องการข่าวสารทางเศรษฐกิจจากสื่อโทรทัศน์ในระดับปานกลางถึงระดับสูง ซึ่งแบ่งเป็นความต้องการในส่วนเนื้อหาของข่าว โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการรับรู้ข่าวสารด้านราคาสินค้าและราคาน้ำมันมากที่สุด ส่วนรูปแบบรายการ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี ต้องการให้สื่อโทรทัศน์นำเสนอข่าวสารเศรษฐกิจในรูปแบบสอหดแทรกด้วยความบันเทิงสูงกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี และกลุ่มอายุ 41-50 ปี

มาลินี มีลาภสม (2543) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับ ความเข้าใจ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากข่าวพยากรณ์อากาศของผู้ประกอบอาชีพประมงในชุมชนบ้านแหลมหินและชุมชนบ้านสลักเพชร จังหวัดตราด พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อวิทยุกระจายเสียง (2) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ และมีการใช้ประโยชน์จากข่าวพยากรณ์อากาศในระดับปานกลาง (3) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านลักษณะการประกอบกิจการแตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน (4) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความเข้าใจ

ความหมายของคำศัพท์ที่ใช้ในการพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน และ (5) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเผยแพร่ข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ธันวา จิตต์จุฬานนท์ (2542) ศึกษาเรื่อง กว่าจะมาเป็น “ลมฟ้าพยากรณ์” ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวลมฟ้าพยากรณ์ ทาง ททบ. 5 ดังนี้ (1) ผู้ประกาศข่าว มีบุคลิกลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป แต่เน้นให้ผู้ประกาศข่าวรายงานข่าวด้วยหน้าตาที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส สำเนียงภาษาต้องถูกอักขระ ลีลาการรายงานต้องดูกระฉับกระเฉงและว่องไว (2) เนื้อหา จะต้องถูกต้อง แหล่งข้อมูลน่าเชื่อถือทั้งในประเทศและต่างประเทศ ความแม่นยำและรวดเร็ว แหล่งข้อมูลหลักที่ผู้สื่อข่าวใช้ก็คือ แหล่งข้อมูลจากกรมอุตุนิยมวิทยาและข้อมูลจาก CNN (3) ด้านการใช้กราฟิก รูปแบบการใช้กราฟิกของลมฟ้าพยากรณ์มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากช่องอื่น โดยใช้ภาพกราฟิก 9 ภาพ คือ ภาพเปิดตัว ภาพจากดาวเทียม ภาพแสดงสภาพอากาศวันพรุ่งนี้ ภาพแสดงสภาพอากาศของกทม. ภาพอุณหภูมิสูงสุด-ต่ำสุดของแต่ละภูมิภาค ภาพแสดงสภาพภูมิอากาศในทวีปยุโรป ภาพแสดงสภาพอากาศในทวีปอเมริกา ภาพแสดงสภาพภูมิอากาศในทวีปเอเชีย และภาพแสดงสภาพอากาศในแปซิฟิกตอนใต้ (4) ด้านการทำโครมาคีย์ ที่จะได้เห็นภาพของผู้ประกาศไปพร้อมๆ กับการรายงานสภาพอากาศ ซึ่งแตกต่างจากช่องอื่นที่เป็นภาพกราฟิกธรรมดา (5) วิธีการนำเสนอ จะแตกต่างจากช่องอื่นตรงที่มีลูกเล่นต่างๆ ที่ช่วยสร้างสีสันและผ่อนคลายความตึงเครียดให้กับผู้ชมด้วยการปิดท้ายรายการด้วยภาพตลกและภาพน่ารักๆ และ (6) ผู้สื่อข่าว จะต้องมีความรับผิดชอบสูง อดทน กระตือรือร้น และมีการเตรียมความพร้อมทั้งในด้านประสบการณ์ ความชำนาญ การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม โดยเฉพาะด้านภูมิศาสตร์ เพราะจะเป็นประโยชน์ในด้านการเขียนข่าวและทำข่าว เพื่อให้ผลงานที่นำเสนอออกสู่สายตาผู้ชมนั้นเป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพ

ศุกลมาน เอี่ยมโอภาส (2542) ศึกษาเรื่อง บทบาทการสื่อสารเชิงอวัจนะของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ในปัจจุบัน พบว่า ลักษณะของอวัจนะภาษาที่ผู้ชมเห็นว่า มีผลทำให้เชื่อถือและติดตามการรายงานข่าวมากที่สุด ได้แก่ การอ่านออกเสียง ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับลักษณะอวัจนะภาษาในด้านอื่นๆ แต่ก็ยังมีความสำคัญใกล้เคียงกับ น้ำเสียงในการอ่าน และการเน้นย้ำเนื้อหาข่าว จังหวะและลีลาในการอ่านข่าว นอกจากนี้ลักษณะอวัจนะภาษาที่สำคัญรองลงมา ได้แก่ การสบตากับผู้ชม ซึ่งมีความสำคัญใกล้เคียงกับลักษณะอื่นๆ ที่เกี่ยวกับภาพรวมที่มองเห็นได้จากตัวผู้ประกาศข่าว รวมทั้งมีความสำคัญใกล้เคียงกับการจัดฉากหลังของห้องส่ง ที่นับว่ามีบทบาททำให้ผู้ชมสนใจในการรายงานข่าวมากขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม เป็นการวิจัยผสมผสาน (Mixed methodology) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสนทนากลุ่ม (focus group) ซึ่งจะดำเนินการไปพร้อมกัน โดยมีรายละเอียดการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้ เป็นการศึกษาการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ และการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม โดยมีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปี ขึ้นไปและอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,152,544 คน (กรุงเทพมหานคร, สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2558: 28-45)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปี ขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยให้ความคลาดเคลื่อนในการประเมินค่าได้ $\pm 5\%$ จากจำนวนประชากร 5,152,544 คน ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multiple sampling) ดังนี้

1) การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มย่อย (stratified random sampling) ด้วยการแบ่งกลุ่มเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครเป็น 6 กลุ่มเขต ตามการแบ่งกลุ่มการปฏิบัติงานของสำนักงานเขตที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ เศรษฐกิจ สังคม และวิถีการดำรงชีวิตของประชาชน (กรุงเทพมหานคร, สำนักผังเมือง, 2555: 2) (ตาราง 1)

ตาราง 1

กลุ่มเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร

| กลุ่มเขตการปกครอง | จำนวนเขตการปกครอง (เขต) | เขตการปกครอง |
|--------------------------|-------------------------|---|
| 1. กรุงเทพมหานครกลาง | 9 | ดินแดง, ห้วยขวาง, พญาไท, ราชเทวี, วังทองหลาง, ดุสิต, สัมพันธวงศ์, พระนคร และป้อมปราบศัตรูพ่าย |
| 2. กรุงเทพมหานครใต้ | 10 | ปทุมวัน, บางรัก, สาทร, ยานนาวา, คลองเตย, วัฒนา, พระโขนง, สวนหลวง, บางนา และบางคอแหลม |
| 3. กรุงเทพมหานครเหนือ | 7 | จตุจักร, บางซื่อ, ลาดพร้าว, หลักสี่, ดอนเมือง, สายไหม, และบางเขน |
| 4. กรุงเทพมหานครตะวันออก | 9 | บางกะปิ, บึงกุ่ม, คันนายาว, มีนบุรี, ลาดกระบัง, คลองสามวา, ประเวศ, สะพานสูง และหนองจอก |
| 5. กรุงเทพมหานครชนเหนือ | 8 | คลองสาน, บางพลัด, ธนบุรี, จอมทอง, บางกอกน้อย, บางกอกใหญ่, ตลิ่งชัน และทวีวัฒนา |
| 6. กรุงเทพมหานครใต้ | 7 | ราษฎร์บูรณะ, หนองแขม, บางบอน, บางขุนเทียน, ภาษีเจริญ, บางแค และทุ่งครุ |

ที่มา. จากกรุงเทพมหานคร, สำนักผังเมือง, กองนโยบายและแผน, 2555: 2

2) การสุ่มเขตการปกครองที่จะใช้ในการวิจัย โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) ด้วยการจับสลาก ได้จำนวนเขตการปกครอง ซึ่งเป็นตัวแทนจาก 6 กลุ่มเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 6 เขตการปกครอง ดังนี้

| | | |
|---------------------------------------|--------|----------------|
| กลุ่มที่ 1 กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง | ได้แก่ | เขตดุสิต |
| กลุ่มที่ 2 กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ | ได้แก่ | เขตคลองเตย |
| กลุ่มที่ 3 กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ | ได้แก่ | เขตจตุจักร |
| กลุ่มที่ 4 กลุ่มกรุงเทพมหานครตะวันออก | ได้แก่ | เขตบางกะปิ |
| กลุ่มที่ 5 กลุ่มธนบุรีเหนือ | ได้แก่ | เขตธนบุรี |
| กลุ่มที่ 6 กลุ่มธนบุรีใต้ | ได้แก่ | เขตราษฎร์บูรณะ |

3) การสุ่มจำนวนประชากรตัวอย่างในเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร ตามจำนวนสัดส่วนประชากร (ตาราง 2)

ตาราง 2

จำนวนประชากรตัวอย่าง

| เขตการปกครอง | จำนวนประชากร (คน) | ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คน) |
|-----------------|-------------------|------------------------|
| 1. ดุสิต | 101,576 | 57 |
| 2. คลองเตย | 106,233 | 60 |
| 3. จตุจักร | 159,514 | 89 |
| 4. บางกะปิ | 149,102 | 84 |
| 5. ธนบุรี | 113,338 | 63 |
| 6. ราชบุรีบูรณะ | 84,157 | 47 |
| รวม | 713,920 | 400 |

ที่มา. จากกรุงเทพมหานคร, สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ, 2558 : 28-45

4) การคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยใช้คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ รายการใด รายการหนึ่งหรือทั้ง 6 รายการ ดังต่อไปนี้

- 4.1) ทวี 360 องศา ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
- 4.2) ลมฟ้าพยากรณ์ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
- 4.3) ฝนฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7
- 4.4) ลมฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์
- 4.5) สถานีอากาศ NBT ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
- 4.6) ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

1.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรอิสระ (independent variables) และตัวแปรตาม (dependent variables) ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรของประชาชน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ ได้แก่ ความถี่ และลักษณะการเปิดรับ

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรของประชาชน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม คือ ความนิยมรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ ได้แก่ รูปแบบ เนื้อหา องค์ประกอบ และการสร้างการมีส่วนร่วม

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณนี้ เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 4 ตอน จำนวน 15 ข้อ ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่

1) ท่านเปิดรับ (ดู) ข่าวพยากรณ์อากาศทางสถานีโทรทัศน์ใดบ้าง ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบได้หลายคำตอบ

2) ท่านเปิดรับ (ดู) ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์บ่อยครั้งเพียงใด การให้คะแนนจะเป็นแบบวัดเชิงประมาณค่าตามความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ หลังจากนั้นพิจารณาผลรวมคะแนนทั้งหมด แล้วแบ่งเกณฑ์ความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ของประชาชน ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

คะแนน 2.67-4.00 ผู้ชมเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์มาก

คะแนน 1.34-2.66 ผู้ชมเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ปานกลาง

คะแนน 0.00-1.33 ผู้ชมเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์น้อย

3) ลักษณะการเปิดรับ (ดู) ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ของท่านเป็นแบบใด ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

4) ท่านมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับ (ดู) ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์เพื่ออะไร ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบได้หลายคำตอบ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบ เนื้อหา องค์ประกอบ และการสร้างการมีส่วนร่วมของชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน จำนวน 7 ข้อ ดังนี้

1) รูปแบบชาวพยากรณ์อากาศที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 1 ข้อ

2) เนื้อหา องค์ประกอบ และการสร้างการมีส่วนร่วมของชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม ลักษณะคำถามเป็นแบบวัดเชิงประมาณค่า ตามวิธีการของ Likert Scale ซึ่งกำหนดมาตราส่วนไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (Best, 1989 : 181) จำนวน 6 ข้อ แล้วแบ่งเกณฑ์ความนิยมในการเปิดรับชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ของประชาชน ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

คะแนน 3.67-5.00 ผู้ชมเปิดรับชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์มาก

คะแนน 2.34-3.66 ผู้ชมเปิดรับชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ปานกลาง

คะแนน 1.00-2.33 ผู้ชมเปิดรับชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์น้อย

ตอนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของรูปแบบการนำเสนอชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

1.4 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการทดสอบความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1.4.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามจากหนังสือเอกสาร และตำราทางวิชาการ โดยตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวคิดในการวิจัย จากนั้นตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบ ดังนี้

1) รศ.วิมลพรรณ อภาเวท ตำแหน่ง รองอธิการบดีฝ่ายสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร และอาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2) อาจารย์บุศราศิริ ธนะ ตำแหน่ง ผู้ชำนาญ สาขาโลก ดาราศาสตร์และอวกาศ สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

3) อาจารย์ชินกฤต อุดมลาภไพศาล ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น

จากนั้นหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตาม วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence : IOC) (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานีประศาสน์, 2547: 145-146) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (wording)

1.4.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่แก้ไข ปรับปรุงแล้ว ไปทำการทดลอง (try-out) โดยเลือกทดสอบกับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 40 คน (สุธรรม รัตนโชติ, 2551 : 139) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient, เฉพาะในส่วนที่มีลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (rating scale) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์ของ Cronbach's Alpha Coefficient (α)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

k = จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ = ผลรวมความแปรปรวนของคำถามแต่ละข้อ

S_t^2 = ความแปรปรวนรวม

เกณฑ์การให้ระดับค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ในช่วง 0-1 โดย 0.00-0.20 หมายถึง เครื่องมือที่ใช้วัดไม่มีความเชื่อมั่นหรือมีความเชื่อมั่นต่ำมาก 0.21-0.40 หมายถึง เครื่องมือที่ใช้วัดมีความเชื่อมั่นต่ำ 0.41-0.70 หมายถึง เครื่องมือที่ใช้วัดมีความเชื่อมั่นปานกลาง และถ้าได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0.8 ขึ้นไป แสดงว่า เครื่องมือวิจัยนี้มีความเชื่อมั่นสูง (เกียรติสุดา ศรีสุข, 2552: 144)

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามในงานวิจัยนี้ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เกี่ยวกับรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชมที่ 0.959 ซึ่งถือได้ว่าได้รับการยอมรับว่ามีค่าความเชื่อมั่นระดับสูง

1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ 5 เขตการปกครองของ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตดุสิต เขตคลองเตย เขตจตุจักร เขตบางกะปิ เขตธนบุรี และเขต ราชบุรีบูรณะ โดยผู้วิจัยจะใช้คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ รายการใดรายการหนึ่งหรือทั้ง 6 รายการ เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างก่อนทำการแจกแบบสอบถาม ในระหว่างเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2559

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบ ความถูกต้องและความสมบูรณ์ จากนั้นทำการลงรหัส (coding) และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย

โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาแปลความหมาย เพื่อจัดทำรายงานการวิจัยต่อไป

1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่ออธิบาย ลักษณะทางประชากรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ ทางโทรทัศน์ไทย รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ และการนำเสนอข่าวพยากรณ์ อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอในลักษณะของตารางแจกแจงความถี่

2) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) เพื่อทดสอบ ความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐาน โดยใช้สถิติการทดสอบค่าเฉลี่ย สำหรับประชากร 2 กลุ่มที่มีอิสระต่อกัน (*t test independent*) การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน แบบจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA) และไคสแควร์ (chi-square) ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีการเปิดรับข่าว พยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับ ข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าว พยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์แตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็น อิสระต่อกัน (*t test independent*)

สมมติฐานที่ 1.1.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าว พยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทาง เดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 1.1.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับ ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนก ทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 1.1.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าว พยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทาง เดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ใช้การหาค่าไคสแควร์ (chi-square)

สมมติฐานที่ 1.2.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ใช้การหาค่าไคสแควร์ (chi-square)

สมมติฐานที่ 1.2.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ใช้การหาค่าไคสแควร์ (chi-square)

สมมติฐานที่ 1.2.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ใช้การหาค่าไคสแควร์ (chi-square)

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมรูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ใช้การหาค่าไคสแควร์ (chi-square)

สมมติฐานที่ 2.1.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ใช้การหาค่าไคสแควร์ (chi-square)

สมมติฐานที่ 2.1.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ใช้การหาค่าไคสแควร์ (chi-square)

สมมติฐานที่ 2.1.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ใช้การหาค่าไคสแควร์ (chi-square)

สมมติฐานที่ 2.2 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.1 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.1.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t test independent)

สมมติฐานที่ 2.2.1.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.1.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.1.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.2 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.2.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t test independent)

สมมติฐานที่ 2.2.2.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.2.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.2.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.3 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.3.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t test independent)

สมมติฐานที่ 2.2.3.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.3.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.3.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบ
 ขาวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบ
 จำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.4 ลักษณะประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยม
 องค์ประกอบขาวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบขาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.4.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบ
 ขาวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบขาวแตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร
 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (*t test independent*)

สมมติฐานที่ 2.2.4.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบ
 ขาวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบขาวแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบ
 จำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.4.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยม
 องค์ประกอบขาวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบขาวแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่า
 ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.4.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบ
 ขาวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบขาวแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบ
 จำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.5 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยม
 องค์ประกอบขาวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบขาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.5.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบ
 ขาวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบขาวแตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร
 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (*t test independent*)

สมมติฐานที่ 2.2.5.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบ
 ขาวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบขาวแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบ
 จำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.5.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยม
 องค์ประกอบขาวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบขาวแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่า
 ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.2.5.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบ
 ขาวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบขาวแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบ
 จำแนกทางเดียว (one-way ANOVA)

สมมติฐานที่ 2.3 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีส่วนร่วมในข่าว
 พยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (*t test independent*)

สมมติฐานที่ 2.3.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกันแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (*one-way ANOVA*)

สมมติฐานที่ 2.3.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกันแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (*one-way ANOVA*)

สมมติฐานที่ 2.3.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกันแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (*one-way ANOVA*)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม ด้วยการสนทนากลุ่ม (*focus group*) ซึ่งข้อมูลจากการสนทนากลุ่มจะช่วยอุดช่องว่างด้านข้อมูลที่ขาดหายไปในการวิจัยเชิงปริมาณ (Zikmund, 1983 อ้างถึงใน พิเศษฐ์ วงศ์เกียรติขจร, 2559: 274) โดยมีผู้เข้าร่วมการสนทนาทั้งหมด 3 กลุ่ม แบ่งตามช่วงวัย คือ กลุ่มวัยรุ่น อายุระหว่าง 11-21 ปี กลุ่มวัยผู้ใหญ่ อายุระหว่าง 22-59 ปี และกลุ่มวัยสูงอายุ อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป (อุบลรัตน์ เฟิงสถิต, 2534) ซึ่งมีผู้เข้าร่วมสนทนาในแต่ละกลุ่ม จำนวนกลุ่มละ 6 คน (พิเศษฐ์ วงศ์เกียรติขจร, 2559: 283) รวมทั้งสิ้น 18 คน

2.1 การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มผู้เข้าร่วมการสนทนาแบบเจาะจง (*Purposeful sampling*) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่นิยมใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (*Qualitative research*) (วรรณดี สุทธิรินากร, 2556: 56) โดยกำหนดช่วงอายุของกลุ่มผู้เข้าร่วมการสนทนา คือ กลุ่มวัยรุ่น ต้องมีอายุระหว่าง 11-21 ปี กลุ่มวัยผู้ใหญ่ ต้องมีอายุระหว่าง 22-59 ปี และกลุ่มผู้สูงอายุ ต้องมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และผู้เข้าร่วมการสนทนาทุกคนต้องเคยเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ ทั้ง 6 รายการ ได้แก่ ทีวี 360 องศา ลมฟ้าพยากรณ์ ฝนฟ้าอากาศ ลมฟ้าอากาศ สถานีข่าว NBT และข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS ในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2559 โดยมีรายชื่อ ดังนี้ (ตาราง 3)

ตาราง 3

รายชื่อผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม

| กลุ่มวัย | ชื่อ-นามสกุล | ระดับการศึกษา | |
|--------------------|----------------|---------------|-----------------------|
| กลุ่มวัยรุ่น | เด็กชายปรยุทธ์ | ประจำเพชร | มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 |
| | เด็กหญิงวรรณ | ยี่มิวก | ปวช. ชั้นปีที่ 1 |
| | นางสาวกชพรรณ | แสงชาติ | ปริญญาตรี |
| | นายพิสิฐ | แจ้งจัน | ปริญญาตรี |
| | นางสาวธนาภรณ์ | เกตชาติ | ปริญญาตรี |
| | นางสาวณัฐธิดา | สิทธิผล | ปริญญาตรี |
| กลุ่มวัยผู้ใหญ่ | นายอาทิตย์ | สิงห์รัตน์ | ปริญญาตรี |
| | นายเอกรัตน์ | หงส์ทิพย์วารี | ปริญญาตรี |
| | นางสาวปิยภรณ์ | ทองมาก | ปริญญาตรี |
| | นางสาวละออ | เจริญศรี | ปริญญาตรี |
| | นางสาวสิริพร | เหล่าวานิชย์ | ปริญญาโท |
| | นางสาวสิริมดี | นาคสังข์ | ปริญญาโท |
| กลุ่มวัยผู้สูงอายุ | นางสมลักษณ์ | กิจรัตน์ | มศ. 3 |
| | นางวาสนา | โกกสูงเนิน | มศ. 3 |
| | นางอัจ | เวชกามา | ประถมศึกษาชั้นปีที่ 4 |
| | นางหนูบัน | ฟ้าลี | ประถมศึกษาชั้นปีที่ 4 |
| | นายเปลี่ยน | ภูคะฮาด | ประถมศึกษาชั้นปีที่ 4 |
| | นางทองสุข | ศรีทอง | ไม่เคยศึกษา |

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสนทนากลุ่ม (focus group) ได้มีการนำเครื่องมือมาใช้เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษา โดยมีเครื่องมือดังต่อไปนี้

1.1 แบบการสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อหาข้อสรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม โดยมีกรอบแนวคิดหรือประเด็นคำถาม จำนวน 3 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม
- ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์
- 1.2 สมุดจดบันทึกระหว่างการสนทนากลุ่ม
- 1.3 เครื่องบันทึกเสียง

2.3 ความเที่ยงตรงของการสนทนากลุ่ม

ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของการสนทนากลุ่มในงานวิจัยนี้ อยู่ที่ประเด็นการสนทนาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยศึกษาจากเอกสารวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมด้วยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการเข้าร่วมการสนทนากลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน (homogeneous group) นั่นคือ เป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงวัยเดียวกัน อีกทั้งผู้วิจัยยังเป็นผู้ดำเนินการสนทนาด้วยตนเอง สำหรับสถานที่การจัดสนทนากลุ่มก็ปราศจากการรบกวนจากภายนอก (สุทธิ ชัตติยะ และวิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์, 2553: 264) และใช้ระยะเวลาในการสนทนากลุ่ม ประมาณ 1 ชั่วโมง (วรรณดี สุทธินรากร, 2556: 100)

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปเชิงอุปนัย (ชาย โพรสิฐา, 2556: 337-377) โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) การจัดระเบียบข้อมูล
 - 1.1) การจัดระเบียบทางกายภาพของข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ถอดเทปบันทึกเสียงที่ได้จากการสนทนากลุ่ม ชนิดคำต่อคำ
 - 1.2) การจัดระเบียบเนื้อหาข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ค้นหาความหมายของข้อความต่างๆ ในข้อมูล เพื่อจัดประเภทข้อมูลตามความหมายที่ปรากฏอยู่ในข้อความนั้นๆ ซึ่งเป็นการทอนข้อมูลลง (data reduction)
- 2) การให้รหัสข้อมูล โดยผู้วิจัยจะอ่านข้อมูลที่ได้จัดระเบียบมาแล้วอย่างละเอียด เพื่อสรรหาข้อความที่มีความหมายตรงประเด็นกับเรื่องที่ต้องการวิเคราะห์ เมื่อพบข้อความที่มีความหมายตรงประเด็นตามที่ต้องการก็จะกำหนดรหัสแทนความหมายของข้อความนั้น เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูล
- 3) การแสดงข้อมูล โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่จัดหมวดหมู่และใส่รหัสเรียบร้อยแล้วมารวมกันใหม่ให้เป็นกลุ่มๆ ซึ่งใช้ประเด็นคำถามจากการสนทนากลุ่มมาเป็นแนวทางในการจัด

กลุ่ม แล้วเชื่อมโยงประเด็นต่างๆ เข้าด้วยกันตามความสัมพันธ์ที่ประเด็นเหล่านั้นมีต่อกัน แล้วจึงนำเสนอเป็นการบรรยายข้อสรุปชั่วคราว

4) การตรวจสอบความถูกต้องของข้อสรุป โดยผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์จากภายนอก ด้วยการให้นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์หรือสื่อสารมวลชนอ่านและให้ความเห็น พร้อมด้วยเสนอผลการวิจัยให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มอ่านและให้วิจารณ์ เพื่อดูว่าข้อสรุปและตีความของผู้วิจัยนั้นถูกต้องในทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหรือไม่



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม เป็นการวิจัยผสมผสาน (Mixed methodology) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสนทนากลุ่ม (focus group) ซึ่งจะดำเนินการไปพร้อมกัน โดยมีรายละเอียดแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเชิงปริมาณ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด แล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม วิเคราะห์ผล และนำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากร

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความนิยมรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ในทัศนะของผู้ชม

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

โดยกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n คือ จำนวนประชากร

M คือ ค่าเฉลี่ย (mean)

SD คือ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

Sig. คือ ค่าสถิติแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

df คือ องศาของความเป็นอิสระ

t คือ ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบที (t test)

F คือ ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบเอฟ (F test)

χ^2 คือ ค่าสถิติไคสแควร์

* คือ ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากร

ลักษณะทางประชากรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ (ตาราง 4)

ตาราง 4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะประชากร

| ข้อมูลประชากร | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------|------------|--------|
| 1. เพศ | | |
| ชาย | 179 | 44.8 |
| หญิง | 221 | 55.3 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| 2. อายุ | | |
| 11-21 ปี | 231 | 57.8 |
| 22-59 ปี | 148 | 37.0 |
| 60 ปีขึ้นไป | 21 | 5.2 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| 3. ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 131 | 32.8 |
| ปริญญาตรี | 248 | 62.0 |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | 21 | 5.2 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| 4. อาชีพ | | |
| นักเรียน | 68 | 17.0 |
| นักศึกษา | 179 | 44.8 |
| พนักงานหน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | 31 | 7.7 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 60 | 15.0 |
| ลูกจ้าง | 28 | 7.0 |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 26 | 6.5 |
| เกษตรกร | 2 | 0.5 |
| อื่นๆ โปรดระบุ..... | 6 | 1.5 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.3 และเพศชาย ร้อยละ 44.8 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 11-21 ปี รองลงมา คือ อายุระหว่าง 22-59 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ตามลำดับ (57.8, 37.0 และ 5.2) ศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ตามลำดับ (ร้อยละ 62.0, 32.8 และ 5.2) โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามากที่สุด รองลงมา คือ นักเรียน และพนักงานบริษัทเอกชน ตามลำดับ (44.8, 17.0 และ 15.0)

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ รายการข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่เปิดรับ ปริมาณความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ และลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ (ตาราง 5)

ตาราง 5

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายการข่าวพยากรณ์อากาศที่เปิดรับ

| รายการข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------|--------|
| 1. ทีวี 360 องศา | 316 | 33.3 |
| 2. ลมฟ้าพยากรณ์ | 103 | 10.9 |
| 3. ฝนฟ้าอากาศ | 324 | 34.1 |
| 4. ลมฟ้าอากาศ | 85 | 9.0 |
| 5. สถานีอากาศ NBT | 39 | 4.1 |
| 6. ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS | 82 | 8.6 |
| รวม | 949 | 100.0 |

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับรายการฝนฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มากที่สุด รองลงมาเป็นรายการทีวี 360 องศา ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และรายการลมฟ้าพยากรณ์ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ตามลำดับ (ร้อยละ 34.1, 33.3 และ 10.9)

ตาราง 6

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

(n = 400)

| ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | ความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | | | | | | | | | | คะแนนเฉลี่ย | | ระดับการเปิดรับ |
|--|--|--------|----------------------|--------|----------------------|--------|----------------------|--------|-------------|--------|-------------|-------|-----------------|
| | ดูทุกวัน | | ดู 5-6 วันต่อสัปดาห์ | | ดู 3-4 วันต่อสัปดาห์ | | ดู 1-2 วันต่อสัปดาห์ | | ไม่เคยดูเลย | | M | SD | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | | |
| 1. ทีวี 360 องศา สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 | 38 | 10.0 | 49 | 12.2 | 86 | 21.5 | 142 | 35.5 | 85 | 21.3 | 1.53 | 1.222 | ปานกลาง |
| 2. ลมฟ้าพยากรณ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 | 6 | 1.5 | 15 | 3.8 | 26 | 6.5 | 57 | 14.2 | 296 | 74.0 | 0.45 | 0.885 | น้อย |
| 3. ฟนฟ้าอากาศ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 | 60 | 15.0 | 60 | 15.0 | 90 | 22.5 | 114 | 28.5 | 76 | 19.0 | 1.79 | 1.324 | มาก |
| 4. ลมฟ้าอากาศ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ | 3 | 0.8 | 5 | 1.2 | 20 | 5.0 | 58 | 14.5 | 314 | 78.5 | 0.31 | 0.694 | น้อย |
| 5. สถานีอากาศ NBT สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย | 0 | 0.0 | 5 | 1.2 | 6 | 1.5 | 28 | 7.0 | 361 | 90.3 | 0.14 | 0.473 | น้อย |
| 6. ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส | 6 | 1.0 | 11 | 2.0 | 14 | 2.5 | 72 | 13.2 | 444 | 81.2 | 0.31 | 0.756 | น้อย |
| | | | | | | | | | | | 0.752 | 0.423 | น้อย |

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($M = 0.752$ และ $SD = 0.423$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับรายการฝนฟ้าอากาศ อยู่ในระดับมาก ($M = 1.79$ และ $SD = 1.324$) ส่วนรายการทีวี 360 องศา อยู่ในระดับปานกลาง ($M = 1.53$ และ $SD = 1.222$) นอกนั้นมีความถี่ในการเปิดรับอยู่ในระดับน้อย คือ ลมฟ้าพยากรณ์ ($M = 0.45$ และ $SD = 0.885$) ลมฟ้าอากาศ ($M = 0.31$ และ $SD = 0.694$) สถานีอากาศ NBT ($M = 0.14$ และ $SD = 0.473$) และข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS ($M = 10.31$ และ $SD = 0.756$)

ตาราง 7

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

| ลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| 1. ตั้งใจเปิดดูข่าวพยากรณ์อากาศอย่างสนใจตลอดรายการ | 66 | 16.5 |
| 2. เปิดดูรายการข่าวค่า จึงได้ดูข่าวพยากรณ์อากาศไปด้วย | 217 | 54.2 |
| 3. เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อนขณะที่ท่านทำอย่างอื่น | 74 | 18.5 |
| 4. ผู้อื่นเปิดข่าวพยากรณ์อากาศไว้ ท่านจึงนั่งดูไปเรื่อยๆ | 43 | 10.8 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ โดยเปิดดูรายการข่าวค่าก่อน แล้วจึงได้ดูข่าวพยากรณ์อากาศไปด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อนขณะที่ทำอย่างอื่น และตั้งใจเปิดดูข่าวพยากรณ์อากาศอย่างสนใจตลอดรายการ ตามลำดับ (ร้อยละ 54.2, 18.5 และ 16.5)

ตาราง 8

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

| วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| 1. เพื่อติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศรายวัน ทั้งอุณหภูมิสูงสุด-ต่ำสุดของแต่ละภาคในประเทศไทย ปริมาณฝน คลื่นลม เมฆ และหมอก | 320 | 34.9 |
| 2. เพื่อติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศของประเทศเพื่อนบ้านประเทศในอาเซียนและต่างประเทศ | 118 | 12.9 |

ตาราง 8 (ต่อ)

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

| วัตถุประสงค์ในการเปิดรับ ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| 3. เพื่อติดตามการแจ้งเตือนภัยในการเตรียมความพร้อมหากเกิดภัยพิบัติต่างๆ | 168 | 18.3 |
| 4. เพื่อติดตามสถานการณ์สิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงของโลก | 110 | 12.0 |
| 5. เพื่อวางแผนการท่องเที่ยว การทำเกษตรกรรม และ การประมง | 89 | 9.7 |
| 6. เพื่อนำเทคนิคต่างๆ ไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น วิธีรับมือกับหน้าร้อน โรคที่เกิดในฤดูร้อน | 56 | 6.1 |
| 7. เพื่อฝึกทักษะภาษาอังกฤษ | 5 | 0.5 |
| 8. มีส่วนร่วมในการรายงานสภาพอากาศผ่านการส่งภาพถ่าย คลิปวิดีโอ และแสดงความคิดเห็นในสื่อออนไลน์ (Facebook, Line) | 28 | 3.1 |
| 9. มีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่ทางรายการจัดขึ้น เพื่ออนุรักษ์ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกป่า สร้างฝาย หรือเก็บ ขยะ | 24 | 2.6 |
| รวม | 918 | 100.0 |

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์เนื่องจากต้องการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศรายวัน ทั้งอุณหภูมิสูงสุด-ต่ำสุดของแต่ละภาคในประเทศไทย ปริมาณฝน คลื่นลม เมฆ และหมอก มากที่สุด รองลงมา คือ ต้องการติดตามการแจ้งเตือนภัยเพื่อเตรียมความพร้อมหากเกิดภัยพิบัติต่างๆ และต้องการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศของประเทศเพื่อนบ้าน ตามลำดับ (ร้อยละ 34.9, 18.3 และ 12.9)

ส่วนที่ 3 รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม

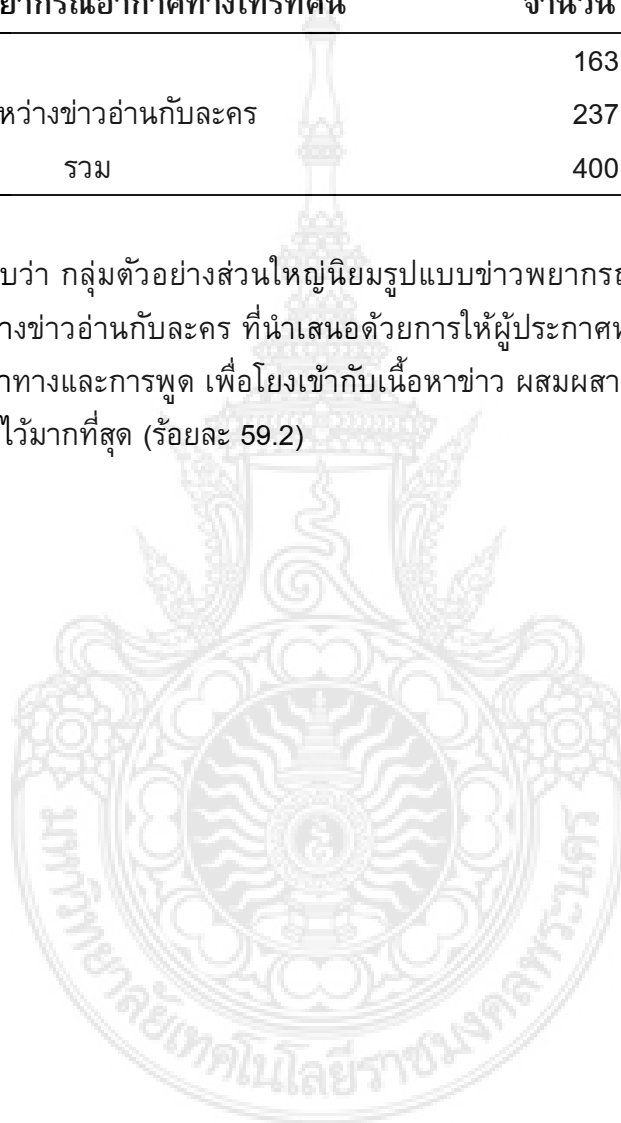
รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชมที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ รูปแบบ เนื้อหา องค์ประกอบข่าว และการสร้างการมีส่วนร่วม (ตาราง 9)

ตาราง 9

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

| รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| 1. รูปแบบข่าวอ่าน | 163 | 40.8 |
| 2. รูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร | 237 | 59.2 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ ในรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ที่นำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศหรือตัวละครร่วมถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการแสดงท่าทางและการพูด เพื่อโยงเข้ากับเนื้อหาข่าว ผสมผสานกับการให้ผู้ประกาศข่าวอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้มากที่สุด (ร้อยละ 59.2)



ตาราง 10

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

(n = 400)

| เนื้อหา องค์ประกอบ และการสร้าง การมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์ อากาศทางโทรทัศน์ | ระดับความคิดเห็น | | | | | | | | | | คะแนนเฉลี่ย | | ระดับ ความนิยม | |
|---|------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-------------|-------|-------------------|--|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | M | SD | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | | | |
| เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. นำเสนอเกี่ยวกับลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้นภายใน 6-24 ชั่วโมง | 84 | 21.0 | 217 | 54.2 | 92 | 23.0 | 6 | 1.5 | 1 | 0.3 | 3.94 | 0.721 | มาก | |
| 2. นำเสนอเกี่ยวกับการเตือนภัย | 99 | 24.8 | 195 | 48.8 | 92 | 23.0 | 13 | 3.2 | 1 | 0.3 | 3.94 | 0.793 | มาก | |
| 3. นำเสนอเกี่ยวกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงของโลก | 66 | 16.5 | 208 | 52.0 | 107 | 26.8 | 17 | 4.2 | 2 | 0.5 | 3.80 | 0.780 | มาก | |
| 4. นำเสนอเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การทำเกษตรกรรม และการประมง | 66 | 16.5 | 172 | 43.0 | 120 | 30.0 | 38 | 9.5 | 4 | 1.0 | 3.65 | 0.901 | ปานกลาง | |
| 5. นำเสนอเกี่ยวกับเทคนิคต่างๆ ที่นำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ | 61 | 15.3 | 171 | 42.8 | 128 | 32.0 | 35 | 8.8 | 5 | 1.2 | 3.62 | 0.890 | ปานกลาง | |
| | | | | | | | | | | | รวม | 3.62 | 0.890 | |

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.62$ และ $SD = 0.890$)

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า เนื้อหาที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้นภายใน 6-24 ชั่วโมง ($M = 3.94$ และ $SD = 0.721$) และเนื้อหาเกี่ยวกับการเตือนภัย ($M = 3.94$ และ $SD = 0.793$) สำหรับเนื้อหาที่นิยมรองลงมา คือ เนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงของโลก ($M = 3.80$ และ $SD = 0.780$) เนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การทำเกษตรกรรม และการประมง ($M = 3.65$ และ $SD = 0.7901$) และเนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคต่างๆ ที่นำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ ($M = 3.62$ และ $SD = 0.890$) ตามลำดับ



ตาราง 11

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

(n = 400)

| เนื้อหา องค์ประกอบ และการสร้าง การมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์ อากาศทางโทรทัศน์ | ระดับความคิดเห็น | | | | | | | | | | คะแนนเฉลี่ย | | ระดับ ความนิยม |
|---|------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-------------|-------|-------------------|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | M | SD | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | | |
| ด้านผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ | | | | | | | | | | | | | |
| 1. บุคลิกน่าเชื่อถือ ขณะนำเสนอ | 107 | 26.8 | 207 | 51.8 | 80 | 20.0 | 3 | 0.7 | 3 | 0.7 | 4.03 | 0.752 | มาก |
| 2. น้ำเสียงน่าฟัง ชัดเจน ถูกอักขระ | 125 | 31.2 | 215 | 53.8 | 55 | 13.8 | 2 | 0.5 | 3 | 0.7 | 4.14 | 0.720 | มาก |
| 3. นำเสนอด้วยความเข้าใจ | 127 | 31.8 | 205 | 51.2 | 64 | 16.0 | 4 | 1.0 | 0 | 0.0 | 4.14 | 0.707 | มาก |
| 4. สีสันท่าทางในการนำเสนอ น่าสนใจ | 105 | 26.2 | 190 | 47.5 | 95 | 23.8 | 10 | 2.5 | 0 | 0.0 | 3.97 | 0.775 | มาก |
| 5. การแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย | 103 | 25.8 | 190 | 47.5 | 96 | 24.0 | 9 | 2.2 | 2 | 0.5 | 3.96 | 0.795 | มาก |
| 6. การแต่งกายเหมาะสมกับเนื้อหา | 97 | 24.2 | 182 | 45.5 | 107 | 26.8 | 11 | 2.8 | 3 | 0.7 | 3.90 | 0.824 | มาก |
| | | | | | รวม | | | | | | 4.023 | 0.599 | มาก |

ตาราง 11 (ต่อ)

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

(n = 400)

| เนื้อหา องค์ประกอบ และการสร้าง การมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์ อากาศทางโทรทัศน์ | ระดับความคิดเห็น | | | | | | | | | | คะแนนเฉลี่ย | | ระดับ ความนิยม | |
|---|------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-------------|-------|-------------------|--|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | M | SD | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | | | |
| ด้านสถานที่ถ่ายทำข่าวพยากรณ์ | | | | | | | | | | | | | | |
| อากาศ | | | | | | | | | | | | | | |
| 7. ถ่ายทำในสตูดิโอ โดยใช้ฉากเสมือน (Virtual Studio) | 102 | 25.5 | 204 | 51.0 | 73 | 18.3 | 20 | 5.0 | 1 | 0.2 | 3.97 | 0.813 | มาก | |
| 8. ถ่ายทำนอกสถานที่ตามจังหวัดต่างๆ | 76 | 19.0 | 190 | 47.5 | 96 | 24.0 | 34 | 8.5 | 4 | 1.0 | 3.75 | 0.894 | มาก | |
| | | | | | รวม | | | | | | 3.857 | 0.692 | มาก | |
| ด้านภาพประกอบข่าวพยากรณ์ | | | | | | | | | | | | | | |
| อากาศ | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. ภาพข่าวที่อธิบายเหตุการณ์ที่ เกิดขึ้นจริง เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง ไฟป่า | 113 | 28.3 | 226 | 56.5 | 56 | 14.0 | 4 | 1.0 | 1 | 0.2 | 4.11 | 0.688 | มาก | |
| 10. แผนที่อากาศ | 85 | 21.2 | 221 | 55.3 | 82 | 20.5 | 12 | 3.0 | 0 | 0.0 | 3.95 | 0.732 | มาก | |
| 11. ภาพถ่ายจากดาวเทียม | 78 | 19.5 | 212 | 53.0 | 87 | 21.8 | 23 | 5.7 | 0 | 0.0 | 3.86 | 0.791 | มาก | |

ตาราง 11 (ต่อ)

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

(n = 400)

| เนื้อหา องค์ประกอบ และการสร้าง การมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์ อากาศทางโทรทัศน์ | ระดับความคิดเห็น | | | | | | | | | | คะแนนเฉลี่ย | | ระดับ ความนิยม |
|--|------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-------------|-------|-------------------|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | M | SD | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | | |
| 12. สัญรูปหรือสัญลักษณ์ของสภาพ อากาศ เช่น พระอาทิตย์ ก้อนเมฆ ฝน | 69 | 17.2 | 207 | 51.8 | 107 | 26.8 | 13 | 3.2 | 4 | 1.0 | 3.81 | 0.791 | มาก |
| 13. ภาพแสดงสภาพอากาศวัน พรุ่งนี้ในแต่ละภาค เช่น อุณหภูมิสูงสุด-ต่ำสุด ปริมาณ ฝน คลื่นลม | 71 | 17.7 | 235 | 58.8 | 92 | 23.0 | 2 | 0.5 | 0 | 0.0 | 3.94 | 0.652 | มาก |
| | รวม | | | | | | | | | | 3.934 | 0.454 | มาก |
| เสียงประกอบทำข่าวพยากรณ์อากาศ | | | | | | | | | | | | | |
| 14. เสียงดนตรี/เพลง (Music) | 71 | 17.7 | 192 | 48.0 | 109 | 27.3 | 25 | 6.3 | 3 | 0.7 | 3.76 | 0.843 | มาก |
| 15. เสียงประกอบ (Effect) เช่น เสียงฝนตก เสียงไซเรน เสียง ฟ้าร้อง | 78 | 19.5 | 176 | 44.0 | 111 | 27.8 | 33 | 8.2 | 2 | 0.5 | 3.74 | 0.883 | มาก |
| | รวม | | | | | | | | | | 3.747 | 0.792 | มาก |
| | รวม | | | | | | | | | | 3.934 | 0.518 | มาก |

จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.934$ และ $SD = 0.518$)

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ มีความนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.02$ และ $SD = 0.599$) โดยมีคะแนนสูงสุดใน 2 ประเด็น คือ น้ำเสียงนำฟัง ชัดเจน ถูกอักขระ ($M = 4.14$ และ $SD = 0.720$) และนำเสนอด้วยความเข้าใจ ($M = 4.14$ และ $SD = 0.707$) สำหรับประเด็นรองลงมา คือ บุคลิกน่าเชื่อถือ ขณะนำเสนอ ($M = 4.03$ และ $SD = 0.752$) และลีลาท่าทางในการนำเสนอที่น่าสนใจ ($M = 3.97$ และ $SD = 0.775$) ตามลำดับ

ด้านสถานที่ถ่ายทำข่าวพยากรณ์อากาศ มีความนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.85$ และ $SD = 0.692$) โดยมีคะแนนสูงสุดในประเด็นการถ่ายทำในสตูดิโอ โดยใช้ฉากเสมือน (Virtual Studio) ($M = 3.97$ และ $SD = 0.813$) รองลงมา คือ ประเด็นการถ่ายทำนอกสถานที่ตามจังหวัดต่างๆ ($M = 3.75$ และ $SD = 0.894$)

ด้านภาพประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ มีความนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.93$ และ $SD = 0.454$) โดยมีคะแนนสูงสุดในประเด็น ภาพข่าวที่อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง และไฟป่า ($M = 4.11$ และ $SD = 0.688$) รองลงมา คือ แผนที่อากาศ ($M = 3.95$ และ $SD = 0.732$) และภาพแสดงสภาพอากาศวันพรุ่งนี้ในแต่ละภาค เช่น อุณหภูมิสูงสุด-ต่ำสุด ปริมาณฝน คลื่นลม ($M = 3.94$ และ $SD = 0.652$)

ด้านเสียงประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ มีความนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.74$ และ $SD = 0.792$) โดยมีคะแนนสูงสุดในประเด็น มีเสียงดนตรี/เพลง (Music) ($M = 3.76$ และ $SD = 0.843$) รองลงมา คือ มีเสียงประกอบ (Effect) เช่น เสียงฝนตก เสียงไซเรน เสียงฟ้าร้อง ($M = 3.74$ และ $SD = 0.883$) ตามลำดับ

ตาราง 12

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามการสร้างการมีส่วนร่วมของชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

(n = 400)

| เนื้อหา ผู้ประกาศ องค์กรประกอบ และ การสร้างการมีส่วนร่วมของชาว พยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | ระดับความคิดเห็น | | | | | | | | | | คะแนนเฉลี่ย | | ระดับ ความนิยม | |
|--|------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-------------|-------|-------------------|-----|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | M | SD | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | | | |
| การสร้างการมีส่วนร่วม | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. ส่งภาพถ่าย คลิปวิดีโอ รายงาน สภาพอากาศ | 77 | 19.2 | 185 | 46.3 | 98 | 24.5 | 24 | 6.0 | 16 | 4.0 | 3.71 | 0.977 | มาก | |
| 2. จัดกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น การปลูกป่า สร้างฝาย หรือเก็บขยะ | 69 | 17.2 | 179 | 44.8 | 118 | 29.5 | 22 | 5.5 | 12 | 3.0 | 3.68 | 0.925 | มาก | |
| 3. เพิ่มช่องทางในการแสดง ความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์ | 65 | 16.2 | 194 | 48.5 | 106 | 26.5 | 28 | 7.0 | 7 | 1.8 | 3.71 | 0.883 | มาก | |
| | | | | | | | | | | | รวม | 3.696 | 0.821 | มาก |

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมของชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.69$ และ $SD = 0.821$)

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การส่งภาพถ่าย คลิปวิดีโอรายงานสภาพอากาศ ($M = 3.71$ และ $SD = 0.977$) และ การเพิ่มช่องทางในการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์ ($M = 3.71$ และ $SD = 0.883$) ได้รับความนิยมสูงสุด รองลงมา คือ การจัดกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น การปลูกป่า สร้างฝายหรือเก็บขยะ ($M = 3.68$ และ $SD = 0.952$)

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 13

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศอากาศ จำแนกตามเพศ

| เพศ | n | M | SD | t | Sig. (2-tailed) |
|------|-----|------|-------|--------|-----------------|
| ชาย | 179 | 0.74 | 0.433 | -0.341 | 0.733 |
| หญิง | 221 | 0.75 | 0.415 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 14

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอายุ

| อายุ | n | M | SD | F | Sig. |
|-------------|-----|------|-------|-------|--------|
| 11-21 ปี | 231 | 0.71 | 0.386 | 6.463 | 0.002* |
| 22-59 ปี | 148 | 0.77 | 0.446 | | |
| 60 ปีขึ้นไป | 21 | 1.03 | 0.532 | | |
| รวม | 400 | 0.75 | 0.423 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 15)

ตาราง 15

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอายุ

| อายุ | 11-21 ปี | 22-59 ปี | 60 ปีขึ้นไป |
|-------------|----------|----------|-------------|
| 11-21 ปี | | -0.069 | -0.329* |
| 22-59 ปี | 0.069 | | -0.260* |
| 60 ปีขึ้นไป | 0.329* | 0.260* | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์มากกว่าประชาชนที่มีอายุ 11-59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.1.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 16

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามการศึกษา

| การศึกษา | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|---------------------|----------|----------|-----------|----------|-------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 131 | 0.74 | 0.419 | 0.482 | 0.618 |
| ปริญญาตรี | 248 | 0.74 | 0.407 | | |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | 21 | 0.84 | 0.608 | | |
| รวม | 400 | 0.75 | 0.423 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

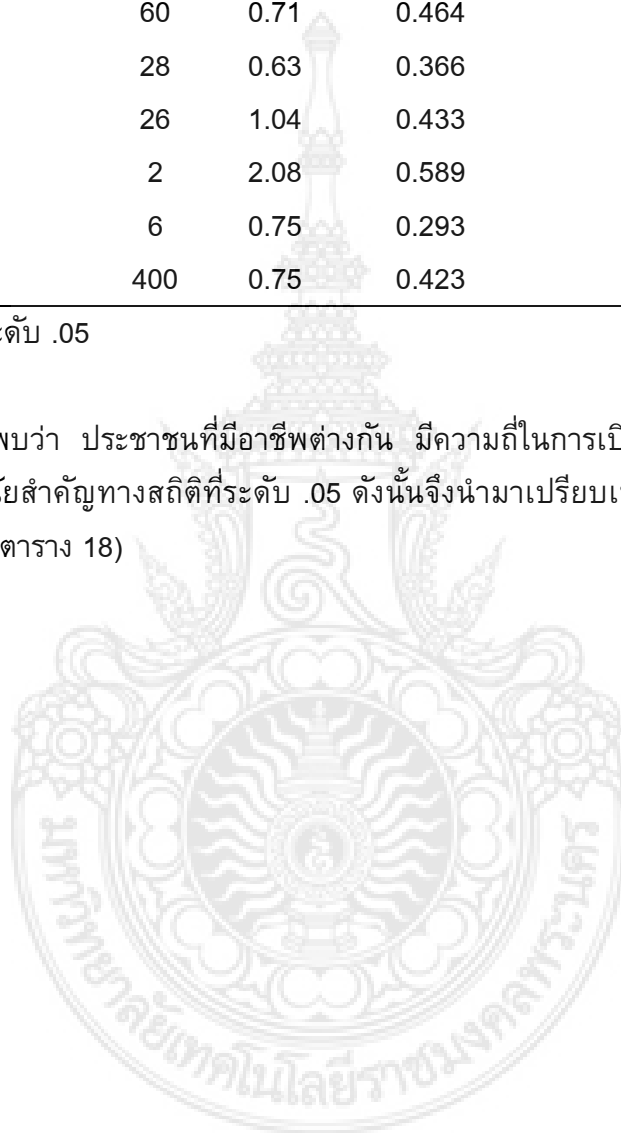
ตาราง 17

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|-------------------------|----------|----------|-----------|----------|-------------|
| นักเรียน | 68 | 0.70 | 0.402 | 0.5939 | 0.000* |
| นักศึกษา | 179 | 0.73 | 0.372 | | |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | 31 | 0.85 | 0.492 | | |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 60 | 0.71 | 0.464 | | |
| ลูกจ้าง | 28 | 0.63 | 0.366 | | |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 26 | 1.04 | 0.433 | | |
| เกษตรกร | 2 | 2.08 | 0.589 | | |
| อื่นๆ โปรดระบุ..... | 6 | 0.75 | 0.293 | | |
| รวม | 400 | 0.75 | 0.423 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 18)



ตาราง 18

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | นักเรียน | นักศึกษา | หน่วยงาน ราชการ/วิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ลูกจ้าง | ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว | เกษตรกร | อื่นๆ |
|-------------------------|----------|----------|-----------------------------|------------------------|---------|--------------------------|---------|--------|
| นักเรียน | | -0.026 | -0.151 | -0.007 | 0.072 | -0.341* | -1.379* | -0.046 |
| นักศึกษา | 0.026 | | -0.124 | 0.018 | 0.099 | -0.314* | -1.353* | -0.020 |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | 0.151 | 0.124 | | 0.143 | 0.223* | -0.190 | -1.228* | 0.104 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 0.007 | -0.018 | -0.143 | | 0.080 | -0.333* | -1.372* | -0.038 |
| ลูกจ้าง | -0.072 | -0.099 | -0.223 | -0.080 | | -0.413* | -1.452* | -0.119 |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 0.341* | 0.314* | 0.190 | 0.333* | 0.413* | | -1.038* | 0.294 |
| เกษตรกร | 1.379* | 1.353* | 1.228* | 1.372* | 1.452* | 1.038* | | 1.333* |
| อื่นๆ ไปรตระบุ... | 0.046 | 0.020 | -0.104 | 0.038 | 0.119 | -0.294 | -1.333 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า เกษตรกร มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ มากกว่านักเรียน นักศึกษา พนักงานหน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 19

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามเพศ

| ลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ | เพศ | | n | χ^2 | Sig. |
|---|-----|------|-----|----------|-------|
| | ชาย | หญิง | | | |
| ตั้งใจเปิดดูข่าวพยากรณ์อากาศอย่างสนใจตลอดทั้งรายการ | 28 | 38 | 66 | 5.388 | 0.145 |
| เปิดดูรายการข่าวภาคค่ำ จึงได้ดูข่าวพยากรณ์อากาศไปด้วย | 96 | 121 | 217 | | |
| เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อขณะที่ท่านทำอย่างอื่น | 29 | 45 | 74 | | |
| ผู้อื่นเปิดข่าวพยากรณ์อากาศไว้ ท่านจึงนั่งดูไปเรื่อยๆ | 26 | 17 | 43 | | |
| รวม | 179 | 221 | 400 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 20

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอายุ

| ลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ | อายุ | | | n | χ^2 | Sig. |
|---|----------|----------|-------------|-----|----------|--------|
| | 11-21 ปี | 22-59 ปี | 60 ปีขึ้นไป | | | |
| ตั้งใจเปิดดูข่าวพยากรณ์อากาศอย่างสนใจตลอดทั้งรายการ | 44 | 18 | 4 | 66 | 18.239 | 0.006* |
| เปิดดูรายการข่าวภาคค่ำ จึงได้ดูข่าวพยากรณ์อากาศไปด้วย | 108 | 94 | 15 | 217 | | |
| เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อขณะที่ท่านทำอย่างอื่น | 45 | 27 | 2 | 74 | | |
| ผู้อื่นเปิดข่าวพยากรณ์อากาศไว้ ท่านจึงนั่งดูไปเรื่อยๆ | 34 | 9 | 0 | 43 | | |
| รวม | 231 | 148 | 21 | 400 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



สมมติฐานที่ 1.2.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 21

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามการศึกษา

| ลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ | ระดับการศึกษา | | | n | χ^2 | Sig. |
|---|------------------|-----------|---------------------|-----|----------|--------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโทหรือสูงกว่า | | | |
| ตั้งใจเปิดดูข่าวพยากรณ์อากาศอย่างสนใจตลอดทั้งรายการ | 24 | 42 | 0 | 66 | 14.359 | 0.026* |
| เปิดดูรายการข่าวภาคค่ำ จึงได้ดูข่าวพยากรณ์อากาศไปด้วย | 79 | 123 | 15 | 217 | | |
| เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อขณะที่ท่านทำอย่างอื่น | 22 | 48 | 4 | 74 | | |
| ผู้อื่นเปิดข่าวพยากรณ์อากาศไว้ ท่านจึงนั่งดูไปเรื่อยๆ | 6 | 35 | 2 | 43 | | |
| รวม | 131 | 248 | 21 | 400 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.2.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 22

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอาชีพ

| ลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ | อาชีพ | | | | | | | | n | χ^2 | Sig. |
|---|----------|----------|------------------------|------------------------|---------|--------------------------|---------|-------|-----|----------|--------|
| | นักเรียน | นักศึกษา | ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ลูกจ้าง | ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว | เกษตรกร | อื่นๆ | | | |
| ตั้งใจเปิดดูข่าวพยากรณ์อากาศอย่างสนใจ ตลอดทั้งรายการ | 15 | 35 | 3 | 4 | 1 | 6 | 0 | 2 | 66 | 35.811 | 0.023* |
| เปิดดูรายการข่าวภาคค่ำ จึงได้ดูข่าว พยากรณ์อากาศไปด้วย | 37 | 79 | 20 | 40 | 21 | 15 | 2 | 3 | 217 | | |
| เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อขณะที่ท่านทำอย่างอื่น | 10 | 36 | 7 | 9 | 6 | 5 | 0 | 1 | 74 | | |
| ผู้อื่นเปิดข่าวพยากรณ์อากาศไว้ ท่านจึงนั่งดู ไปเรื่อยๆ | 6 | 29 | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 43 | | |
| รวม | 68 | 179 | 31 | 60 | 28 | 26 | 2 | 6 | 400 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมรูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 23

การวิเคราะห์ความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามเพศ

| ความนิยมรูปแบบ ข่าวพยากรณ์อากาศ | เพศ | | n | χ^2 | Sig. |
|------------------------------------|-----|------|-----|----------|-------|
| | ชาย | หญิง | | | |
| รูปแบบข่าวอ่าน | 75 | 88 | 163 | 0.177 | 0.674 |
| รูปแบบผสมผสาน | 104 | 133 | 237 | | |
| รวม | 179 | 221 | 400 | | |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 24

การวิเคราะห์ความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอายุ

| ความนิยมรูปแบบ ข่าวพยากรณ์อากาศ | อายุ | | | n | χ^2 | Sig. |
|------------------------------------|----------|----------|-------------|-----|----------|--------|
| | 11-21 ปี | 22-59 ปี | 60 ปีขึ้นไป | | | |
| รูปแบบข่าวอ่าน | 75 | 72 | 16 | 163 | 21.312 | 0.000* |
| รูปแบบผสมผสาน | 156 | 76 | 5 | 237 | | |
| รวม | 231 | 148 | 21 | 400 | | |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.1.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 25

การวิเคราะห์ความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามระดับการศึกษา

| ความนิยมรูปแบบ ข่าวพยากรณ์อากาศ | ระดับการศึกษา | | | n | X ² | Sig. |
|------------------------------------|----------------------|-----------|-------------------------|-----|----------------|--------|
| | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือสูงกว่า | | | |
| รูปแบบข่าวอ่าน | 68 | 83 | 12 | 163 | 14.540 | 0.001* |
| รูปแบบผสมผสาน | 63 | 165 | 9 | 237 | | |
| รวม | 131 | 248 | 21 | 400 | | |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.1.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 26

การวิเคราะห์ความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอาชีพ

| ความนิยมรูปแบบ ข่าวพยากรณ์อากาศ | อาชีพ | | | | | | | | n | χ^2 | Sig. |
|------------------------------------|----------|----------|------------------------|------------------------|---------|--------------------------|---------|-------|-----|----------|--------|
| | นักเรียน | นักศึกษา | ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ลูกจ้าง | ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว | เกษตรกร | อื่นๆ | | | |
| รูปแบบข่าวอ่าน | 30 | 52 | 15 | 24 | 17 | 21 | 2 | 2 | 163 | 36.14 | 0.000* |
| รูปแบบผสมผสาน | 38 | 127 | 16 | 36 | 11 | 5 | 0 | 4 | 237 | 4 | |
| รวม | 68 | 179 | 31 | 60 | 28 | 26 | 2 | 6 | 400 | | |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



สมมติฐานที่ 2.2 ลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.1 ลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.1.1 เพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน

ตาราง 27

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา จำแนกตามเพศ

| เพศ | n | M | SD | t | Sig. (2-tailed) |
|------|-----|------|-------|--------|-----------------|
| ชาย | 179 | 3.78 | 0.585 | -0.166 | 0.868 |
| หญิง | 221 | 3.79 | 0.634 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.1.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาข่าวแตกต่างกัน

ตาราง 28

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา จำแนกตามอายุ

| อายุ | n | M | SD | F | Sig. |
|-------------|-----|------|-------|-------|-------|
| 11-21 ปี | 231 | 3.81 | 0.594 | 2.318 | 0.100 |
| 22-59 ปี | 148 | 3.72 | 0.618 | | |
| 60 ปีขึ้นไป | 21 | 3.99 | 0.708 | | |
| รวม | 400 | 3.79 | 0.612 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.1.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน

ตาราง 29

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|---------------------|----------|----------|-----------|----------|-------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 131 | 3.99 | 0.659 | 14.655 | 0.000* |
| ปริญญาตรี | 248 | 3.66 | 0.559 | | |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | 21 | 3.99 | 0.519 | | |
| รวม | 400 | 3.79 | 0.612 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 30)

ตาราง 30

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา จำแนกตามการศึกษา

| การศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโทหรือสูงกว่า |
|---------------------|------------------|-----------|---------------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | | 0.330* | 0.004 |
| ปริญญาตรี | -0.330* | | -0.325* |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | -0.004 | 0.325* | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาโทหรือสูงกว่า มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา มากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.1.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน

ตาราง 31

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา
จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | Sig. |
|-------------------------|----------|----------|-----------|----------|--------|
| นักเรียน | 68 | 4.19 | 0.517 | 6.775 | 0.000* |
| นักศึกษา | 179 | 3.66 | 0.538 | | |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | 31 | 3.92 | 0.510 | | |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 60 | 3.78 | 0.650 | | |
| ลูกจ้าง | 28 | 3.59 | 0.716 | | |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 26 | 3.69 | 0.672 | | |
| เกษตรกร | 2 | 3.30 | 0.141 | | |
| อื่นๆ โปรดระบุ..... | 6 | 3.83 | 1.076 | | |
| รวม | 400 | 3.79 | 0.612 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 31 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 32)

ตาราง 32

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | นักเรียน | นักศึกษา | หน่วยงาน ราชการ/วิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ลูกจ้าง | ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว | เกษตรกร | อื่นๆ |
|-------------------------|----------|----------|-----------------------------|------------------------|---------|--------------------------|---------|--------|
| นักเรียน | | 0.525* | 0.262* | 0.411* | 0.598* | 0.498* | 0.891* | 0.357 |
| นักศึกษา | -0.523* | | -0.263 | -0.114 | 0.073 | -0.026 | 0.365 | -0.167 |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | -0.262* | 0.263* | | 0.149 | 0.336* | 0.236 | 0.629 | 0.095 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -0.411* | 0.114 | -0.149 | | 0.187 | 0.087 | 0.480 | -0.053 |
| ลูกจ้าง | -0.598* | -0.073 | -0.336* | -0.187 | | -0.099 | 0.292 | -0.240 |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | -0.498* | 0.026 | -0.236 | -0.087 | 0.099 | | 0.392 | -0.141 |
| เกษตรกร | -0.891* | -0.365 | -0.629 | -0.480 | -0.292 | -0.392 | | -0.533 |
| อื่นๆ ไปรตระบุ... | -0.357 | 0.167 | -0.095 | 0.053 | 0.240 | 0.141 | 0.533 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 32 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า นักเรียน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหา มากกว่านักศึกษา พนักงานในหน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.2 ลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.2.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน

ตาราง 33

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ จำแนกตามเพศ

| เพศ | n | M | SD | t | Sig. (2-tailed) |
|------|-----|------|-------|--------|-----------------|
| ชาย | 179 | 3.97 | 0.642 | -1.400 | 0.162 |
| หญิง | 221 | 4.06 | 0.561 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.2.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน

ตาราง 34

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ

จำแนกตามอายุ

| อายุ | n | M | SD | F | Sig. |
|-------------|-----|------|-------|-------|--------|
| 11-21 ปี | 231 | 4.10 | 0.582 | 5.623 | 0.004* |
| 22-59 ปี | 148 | 3.89 | 0.588 | | |
| 60 ปีขึ้นไป | 21 | 4.03 | 0.729 | | |
| รวม | 400 | 4.02 | 0.599 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 34 พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 35)

ตาราง 35

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ
จำแนกตามอายุ

| อายุ | 11-21 ปี | 22-59 ปี | 60 ปีขึ้นไป |
|-------------|----------|----------|-------------|
| 11-21 ปี | | 0.209* | 0.072 |
| 22-59 ปี | -0.209* | | -0.136* |
| 60 ปีขึ้นไป | -0.072 | 0.136 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 35 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 11-21 ปี มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศมากกว่า ประชาชนที่มีอายุ 22-59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.2.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยม
องค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน

ตาราง 36

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ
จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|---------------------|----------|----------|-----------|----------|-------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 131 | 4.17 | 0.598 | 6.695 | 0.001* |
| ปริญญาตรี | 248 | 3.95 | 0.594 | | |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | 21 | 3.92 | 0.504 | | |
| รวม | 400 | 4.02 | 0.599 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 36 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าว
พยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมา
เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 37)

ตาราง 37

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ
จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโทหรือสูงกว่า |
|---------------------|------------------|-----------|---------------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | | 0.227* | 0.257 |
| ปริญญาตรี | -0.227* | | 0.029 |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | -0.257 | -0.029 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 37 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ มากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.2.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าว
พยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน

ตาราง 38

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ
จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | n | M | SD | F | Sig. |
|-------------------------|-----|------|-------|-------|--------|
| นักเรียน | 68 | 4.35 | 0.486 | 5.270 | 0.000* |
| นักศึกษา | 179 | 3.98 | 0.566 | | |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | 31 | 4.13 | 0.539 | | |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 60 | 3.91 | 0.687 | | |
| ลูกจ้าง | 28 | 3.74 | 0.526 | | |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 26 | 3.89 | 0.708 | | |
| เกษตรกร | 2 | 3.41 | 0.117 | | |
| อื่นๆ โปรดระบุ..... | 6 | 4.08 | 0.565 | | |
| รวม | 400 | 4.02 | 0.599 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน ความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ
ด้านผู้ประกาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วย
วิธี Least Significant Difference (ตาราง 39)

ตาราง 39

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศ จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | นักเรียน | นักศึกษา | หน่วยงาน ราชการ/วิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ลูกจ้าง | ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว | เกษตรกร | อื่นๆ |
|-------------------------|----------|----------|-----------------------------|------------------------|---------|--------------------------|---------|--------|
| นักเรียน | | -0.374* | 0.251 | 0.441 | 0.611* | 0.464* | 0.938* | 0.272 |
| นักศึกษา | -0.374* | | -0.158 | 0.067 | 0.237* | 0.090 | 0.564 | -0.101 |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | -0.215 | 0.158 | | 0.225 | 0.395* | 0.248 | 0.723 | 0.056 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -0.441* | -0.067 | -0.225 | | 0.169 | 0.022 | 0.479 | -0.169 |
| ลูกจ้าง | -0.611* | -0.237* | -0.395* | -0.169 | | -0.146 | 0.327 | -0.339 |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | -0.464* | -0.090 | -0.248 | -0.022 | 0.146 | | 0.474 | -0.192 |
| เกษตรกร | -0.938* | -0.564 | -0.723 | -0.497 | -0.327 | -0.474 | | -0.666 |
| อื่นๆ โปรตระกูล... | -0.272 | 0.101 | -0.056 | 0.169 | 0.339 | 0.192 | 0.666 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า นักเรียน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศข่าวมากกว่าลูกจ้าง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และเกษตรกร, นักศึกษา และพนักงานในหน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศมากกว่าลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.3 ลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.3.1 เพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ จากสถานที่ถ่ายทำข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 40

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ จำแนกตามเพศ

| เพศ | n | M | SD | t | Sig. (2-tailed) |
|------|-----|------|-------|--------|-----------------|
| ชาย | 179 | 3.83 | 0.676 | -0.579 | 0.563 |
| หญิง | 221 | 3.87 | 0.706 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 40 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.3.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน

ตาราง 41

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ จำแนกตามอายุ

| อายุ | n | M | SD | F | Sig. |
|-------------|-----|------|-------|-------|--------|
| 11-21 ปี | 231 | 3.98 | 0.633 | 9.689 | 0.000* |
| 22-59 ปี | 148 | 3.68 | 0.727 | | |
| 60 ปีขึ้นไป | 21 | 3.64 | 0.792 | | |
| รวม | 400 | 3.85 | 0.692 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 41 พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 42)

ตาราง 42

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ
จำแนกตามอายุ

| อายุ | 11-21 ปี | 22-59 ปี | 60 ปีขึ้นไป |
|-------------|----------|----------|-------------|
| 11-21 ปี | | 0.295* | 0.341 |
| 22-59 ปี | -0.295* | | 0.046 |
| 60 ปีขึ้นไป | -0.341* | -0.046 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 42 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 11-21 ปี มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 22-59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.3.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยม องค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน

ตาราง 43

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ
จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|---------------------|----------|----------|-----------|----------|-------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 131 | 4.05 | 0.723 | 8.202 | 0.000* |
| ปริญญาตรี | 248 | 3.75 | 0.661 | | |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | 21 | 3.83 | 0.619 | | |
| รวม | 400 | 3.85 | 0.692 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 43 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าว พยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมา เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 44)

ตาราง 44

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างมีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ
จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโทหรือสูงกว่า |
|---------------------|------------------|-----------|---------------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | | 0.297* | 0.220 |
| ปริญญาตรี | -0.297* | | -0.077 |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | -0.220 | 0.077 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 44 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.3.4 อาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ จากสถานที่ถ่ายทำข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 45

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ
จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | n | M | SD | F | Sig. |
|-------------------------|-----|------|-------|-------|--------|
| นักเรียน | 68 | 4.33 | 0.550 | 9.555 | 0.000* |
| นักศึกษา | 179 | 3.84 | 0.583 | | |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | 31 | 4.04 | 0.505 | | |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 60 | 3.56 | 0.794 | | |
| ลูกจ้าง | 28 | 3.53 | 0.792 | | |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 26 | 3.63 | 0.755 | | |
| เกษตรกร | 2 | 3.00 | 0.707 | | |
| อื่นๆ โปรดระบุ..... | 6 | 3.50 | 1.095 | | |
| รวม | 400 | 3.85 | 0.692 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 45 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 46)

ตาราง 46

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำ จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | นักเรียน | นักศึกษา | หน่วยงาน ราชการ/วิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ลูกจ้าง | ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว | เกษตรกร | อื่นๆ |
|-------------------------|----------|----------|-----------------------------|------------------------|---------|--------------------------|---------|--------|
| นักเรียน | | 0.484* | 0.282* | 0.764* | 0.795* | 0.696* | 1.330* | 0.830* |
| นักศึกษา | -0.484* | | -0.202 | 0.297* | 0.310* | 0.211 | 0.846 | 0.346 |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | -0.282* | 0.202 | | 0.481* | 0.512* | 0.413* | 1.048* | 0.548 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -0.764* | -0.279* | -0.481* | | 0.030 | -0.067 | 0.566 | 0.066 |
| ลูกจ้าง | -0.795* | -0.310* | -0.512* | -0.030 | | -0.098 | 0.535 | 0.035 |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | -0.692* | -0.211 | -0.413* | 0.067 | 0.098 | | 0.634 | 0.134 |
| เกษตรกร | -1.330* | -0.846 | -1.048* | -0.566 | -0.535 | -0.634 | | -0.500 |
| อื่นๆ ไปรตระบุ... | -0.830* | -0.346 | -0.548 | -0.066 | -0.035 | -0.134 | 0.500 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 46 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า นักเรียน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำมากกว่านักศึกษา พนักงานหน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร และอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.4 ลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.4.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน

ตาราง 47

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว

จำแนกตามเพศ

| เพศ | n | M | SD | t | Sig. (2-tailed) |
|------|-----|------|-------|--------|-----------------|
| ชาย | 179 | 3.90 | 0.534 | -1.083 | 0.279 |
| หญิง | 221 | 3.96 | 0.586 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 47 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.4.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน

ตาราง 48

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว

จำแนกตามอายุ

| อายุ | n | M | SD | F | Sig. |
|-------------|-----|------|-------|-------|--------|
| 11-21 ปี | 231 | 4.01 | 0.529 | 5.059 | 0.007* |
| 22-59 ปี | 148 | 3.82 | 0.589 | | |
| 60 ปีขึ้นไป | 21 | 3.84 | 0.644 | | |
| รวม | 400 | 3.93 | 0.564 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 48 พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 49)

ตาราง 49

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว
จำแนกตามอายุ

| อายุ | 11-21 ปี | 22-59 ปี | 60 ปีขึ้นไป |
|-------------|----------|----------|-------------|
| 11-21 ปี | | 0.182* | 0.162 |
| 22-59 ปี | -0.182* | | -0.019 |
| 60 ปีขึ้นไป | -0.162 | 0.019 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 49 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 11-21 ปี มีความนิยมมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ จากภาพประกอบข่าว มากกว่าประชาชนที่มีอายุ 22-59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.4.3 การศึกษาต่างกัน มีความนิยมมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน

ตาราง 50

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว
จำแนกตามการศึกษา

| การศึกษา | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|---------------------|----------|----------|-----------|----------|-------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 131 | 4.01 | 0.609 | 2.490 | 0.084 |
| ปริญญาตรี | 248 | 3.88 | 0.533 | | |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | 21 | 4.02 | 0.584 | | |
| รวม | 400 | 3.93 | 0.564 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 50 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมมองค์ประกอบข่าว ด้านภาพประกอบข่าวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.4.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน

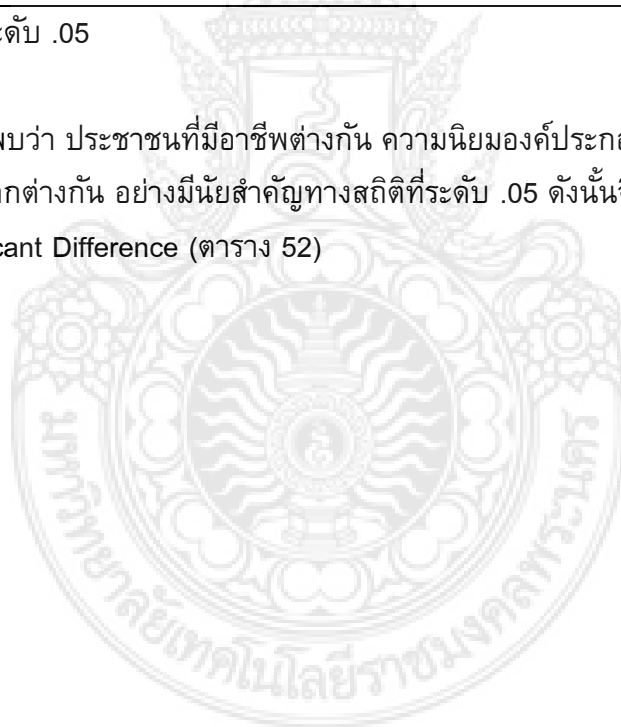
ตาราง 51

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว
จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | Sig. |
|-------------------------|----------|----------|-----------|----------|--------|
| นักเรียน | 68 | 4.27 | 0.459 | 8.258 | 0.000* |
| นักศึกษา | 179 | 3.98 | 0.505 | | |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | 31 | 4.23 | 0.565 | | |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 60 | 3.74 | 0.590 | | |
| ลูกจ้าง | 28 | 3.68 | 0.609 | | |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 26 | 3.74 | 0.589 | | |
| เกษตรกร | 2 | 3.60 | 0.282 | | |
| อื่นๆ โปรดระบุ..... | 6 | 3.60 | 0.644 | | |
| รวม | 400 | 3.93 | 0.564 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 51 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน ความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ
จากภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบราย
คู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 52)



ตาราง 52

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าว จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | นักเรียน | นักศึกษา | หน่วยงาน ราชการ/วิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ลูกจ้าง | ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว | เกษตรกร | อื่นๆ |
|-------------------------|----------|----------|-----------------------------|------------------------|---------|--------------------------|---------|---------|
| นักเรียน | | 0.3711* | 0.0383 | 0.5239* | 0.5848* | 0.5244* | 0.6705 | 0.6705* |
| นักศึกษา | -0.3711* | | -0.3328* | 0.1527 | 0.2137* | 0.1532 | 0.2994 | 0.2994 |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | -0.0383 | 0.3328* | | 0.4855* | 0.5456* | 0.4861* | 0.6322 | 0.6322* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -0.5239* | -0.1527 | -0.4855* | | 0.0609 | 0.0005 | 0.1466 | 0.1466 |
| ลูกจ้าง | -0.5848* | -0.2137* | -0.5465* | -0.0609 | | -0.0904 | 0.0857 | 0.0857 |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | -0.5244* | -0.1532 | -0.4861* | -0.0005 | 0.0604 | | 0.1461 | 0.1461 |
| เกษตรกร | -0.6705 | -0.2994 | -0.6322 | -0.1466 | -0.0857 | -0.1461 | | 0.0000 |
| อื่นๆ ไปรตระบุ... | -0.6705* | 0.2994 | -0.6322* | -0.1466 | -0.0857 | -0.1461 | 0.0000 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 52 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า นักเรียน มีความนิยมองค์ประกอบข่าว ด้านภาพประกอบข่าวมากกว่านักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ, นักศึกษามีความนิยมองค์ประกอบข่าว ด้านภาพประกอบข่าวมากกว่าลูกจ้าง, พนักงานหน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวมากกว่านักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.5 ลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.5.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าวแตกต่างกัน

ตาราง 53

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว

จำแนกตามเพศ

| เพศ | n | M | SD | t | Sig. (2-tailed) |
|------|-----|------|-------|--------|-----------------|
| ชาย | 179 | 3.72 | 0.798 | -0.546 | 0.586 |
| หญิง | 221 | 3.76 | 0.788 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 53 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.5.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าวแตกต่างกัน

ตาราง 54

การวิเคราะห์ความแปรปรวนความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว

จำแนกตามอายุ

| อายุ | n | M | SD | F | Sig. |
|-------------|-----|------|-------|--------|--------|
| 11-21 ปี | 231 | 3.93 | 0.723 | 14.544 | 0.000* |
| 22-59 ปี | 148 | 3.51 | 0.798 | | |
| 60 ปีขึ้นไป | 21 | 3.47 | 0.980 | | |
| รวม | 400 | 3.74 | 0.792 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 54 พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ จากเสียงประกอบข่าวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 55)

ตาราง 55

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว
จำแนกตามอายุ

| อายุ | 11-21 ปี | 22-59 ปี | 60 ปีขึ้นไป |
|-------------|----------|----------|-------------|
| 11-21 ปี | | 0.414* | 0.448 |
| 22-59 ปี | -0.414* | | 0.033 |
| 60 ปีขึ้นไป | -0.448* | -0.033 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 55 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 11-21 ปี มีความนิยมมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว มากกว่าประชาชนที่มีอายุ 22-59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.5.3 การศึกษาต่างกัน มีความนิยมมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ จากเสียงประกอบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 56

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว
จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|---------------------|----------|----------|-----------|----------|-------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 131 | 3.88 | 0.889 | 2.820 | 0.061 |
| ปริญญาตรี | 248 | 3.68 | 0.725 | | |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | 21 | 3.69 | 0.843 | | |
| รวม | 400 | 3.74 | 0.792 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 56 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.5.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 57

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว
จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|-------------------------|----------|----------|-----------|----------|-------------|
| นักเรียน | 68 | 4.28 | 0.630 | 9.627 | 0.000* |
| นักศึกษา | 179 | 3.77 | 0.676 | | |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | 31 | 3.80 | 0.691 | | |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 60 | 3.40 | 0.936 | | |
| ลูกจ้าง | 28 | 3.44 | 0.724 | | |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 26 | 3.38 | 0.840 | | |
| เกษตรกร | 2 | 3.25 | 1.767 | | |
| อื่นๆ โปรดระบุ..... | 6 | 3.00 | 0.948 | | |
| รวม | 400 | 3.74 | 0.792 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 57 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน ความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์
อากาศ จากเสียงประกอบข่าวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงนำมา
เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 58)



ตาราง 58

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | นักเรียน | นักศึกษา | หน่วยงาน ราชการ/วิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ลูกจ้าง | ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว | เกษตรกร | อื่นๆ |
|-------------------------|----------|----------|-----------------------------|------------------------|---------|--------------------------|---------|--------|
| นักเรียน | | 0.510* | 0.480* | 0.878* | 0.840* | 0.902* | 1.036 | 1.286* |
| นักศึกษา | -0.510* | | -0.029 | 0.368* | 0.330* | 0.391* | 0.526 | 0.776* |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | -0.480* | 0.029 | | 0.398* | 0.360 | 0.421* | 0.556 | 0.806* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -0.878* | -0.368* | -0.398* | | -0.038 | 0.023 | 0.158 | 0.408 |
| ลูกจ้าง | -0.840* | -0.330* | -0.360 | 0.038 | | 0.061 | 0.196 | 0.446 |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | -0.902* | -0.391* | -0.421* | -0.023 | -0.061 | | 0.134 | 0.384 |
| เกษตรกร | -1.063 | -0.526 | -0.556 | -0.158 | -0.196 | -0.134 | | 0.250 |
| อื่นๆ โปรดระบุ... | -1.286* | -0.776* | -0.806* | -0.408 | -0.446 | -0.384 | -0.250 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 58 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า นักเรียน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว มากกว่านักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ, นักศึกษามีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าวมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ, พนักงานในหน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าวมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชนและค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.6 ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.6.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 59

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามเพศ

| เพศ | n | M | SD | t | Sig. (2-tailed) |
|------|-----|------|-------|--------|-----------------|
| ชาย | 179 | 3.66 | 0.749 | -0.626 | 0.532 |
| หญิง | 221 | 3.71 | 0.877 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 59 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.6.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 60

การวิเคราะห์ความแปรปรวนความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอายุ

| อายุ | n | M | SD | F | Sig. |
|-------------|-----|------|-------|-------|--------|
| 11-21 ปี | 231 | 3.83 | 0.742 | 9.097 | 0.000* |
| 22-59 ปี | 148 | 3.52 | 0.895 | | |
| 60 ปีขึ้นไป | 21 | 3.31 | 0.806 | | |
| รวม | 400 | 3.69 | 0.821 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 60 พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 61)

ตาราง 61

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอายุ

| อายุ | 11-21 ปี | 22-59 ปี | 60 ปีขึ้นไป |
|-------------|----------|----------|-------------|
| 11-21 ปี | | 0.309* | 0.520* |
| 22-59 ปี | -0.309* | | 0.211 |
| 60 ปีขึ้นไป | -0.520* | -0.211 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 61 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า ประชาชนที่มีอายุ 11-21 ปี มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศมากกว่า ประชาชนที่มีอายุ 22 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.6.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 62

การวิเคราะห์ความแปรปรวนความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|---------------------|----------|----------|-----------|----------|-------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 131 | 3.89 | 0.806 | 5.590 | 0.004* |
| ปริญญาตรี | 248 | 3.59 | 0.806 | | |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | 21 | 3.65 | 0.951 | | |
| รวม | 400 | 3.69 | 0.821 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 62 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ดังนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 63)

ตาราง 63

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโทหรือสูงกว่า |
|---------------------|------------------|-----------|---------------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | | 0.292* | 0.239 |
| ปริญญาตรี | -0.292* | | -0.052 |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | -0.239 | 0.052 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 63 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศใน ข่าวพยากรณ์อากาศมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2.6.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ตาราง 64

การวิเคราะห์ความแปรปรวนความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศ ในข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>F</i> | Sig. |
|-----------------------------|----------|----------|-----------|----------|--------|
| นักเรียน | 68 | 4.29 | 0.583 | 9.192 | 0.000* |
| นักศึกษา | 179 | 3.66 | 0.702 | | |
| หน่วยงานราชการ/ วิสาหกิจ | 31 | 3.74 | 1.077 | | |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 60 | 3.47 | 0.957 | | |
| ลูกจ้าง | 28 | 3.36 | 0.710 | | |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 26 | 3.37 | 0.738 | | |
| เกษตรกร | 2 | 3.00 | 0.471 | | |
| อื่นๆ โปรดระบุ..... | 6 | 2.88 | 0.934 | | |
| รวม | 400 | 3.69 | 0.821 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 64 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ดังนั้น จึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (ตาราง 65)

ตาราง 65

การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | นักเรียน | นักศึกษา | หน่วยงาน ราชการ/วิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ลูกจ้าง | ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว | เกษตรกร | อื่นๆ |
|-------------------------|----------|----------|-----------------------------|------------------------|---------|--------------------------|---------|--------|
| นักเรียน | | 0.625* | 0.552* | 0.816* | 0.925* | 0.922* | 1.294* | 1.405* |
| นักศึกษา | -0.625* | | -0.073 | 0.190 | 0.299 | 0.296 | 0.668 | 0.779* |
| หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ | -0.552* | 0.073 | | 0.264 | 0.372 | 0.370 | 0.741 | 0.853* |
| พนักงานบริษัทเอกชน | -0.816* | -0.190 | -0.264 | | 0.108 | 0.105 | 0.477 | 0.588 |
| ลูกจ้าง | -0.925* | -0.299 | -0.372 | -0.108 | | -0.002 | 0.369 | 0.480 |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | -0.922* | -0.296 | -0.370 | -0.105 | 0.002 | | 0.371 | 0.482 |
| เกษตรกร | -1.294* | -0.668 | -0.741 | -0.477 | -0.369 | -0.371 | | 0.111 |
| อื่นๆ โปรตรระบุ... | -1.405* | -0.779* | -0.853* | -0.558 | -0.480 | -0.482 | -0.111 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 65 เมื่อทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference พบว่า ประชาชนที่เป็นนักเรียน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศ มากกว่านักศึกษา พนักงานในหน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เกษตร และอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ มีดังนี้ (ตาราง 66)

ตาราง 66

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

| ข้อเสนอแนะ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ | | |
| 1. บางครั้งมีการแสดงเล่นมากเกินไปในการนำเสนอข่าว | 1 | 50 |
| 2. อยากให้มีการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศแบบเรียลไทม์ | 1 | 50 |
| รวม | 2 | 100 |
| ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศ | | |
| 1. ด้านเนื้อหา | | |
| 1.1 ควรมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้ชม | 1 | 9.09 |
| 1.2 ควรมีเนื้อหาที่ชัดเจนและถูกต้องแน่นอน | 1 | 9.09 |
| 1.3. ควรมีเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพอากาศทั้งในและต่างประเทศ | 1 | 9.09 |
| 2. ด้านภาพประกอบข่าว | | |
| 2.1 ภาพกราฟิก โดยเฉพาะฉากหลังควรออกแบบให้มีมิติเหมือนจริงมากขึ้น | 1 | 9.09 |
| 2.2 ควรเน้นภาพประกอบจากการถ่ายสถานที่จริง โดยเฉพาะในต่างจังหวัด | 1 | 9.09 |
| 3. ด้านช่องทางการออกอากาศ | | |
| 3.1 ควรมีการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศในช่องทางสื่อสารอื่นๆ เช่น facebook, twitter, line เพื่อให้เข้าถึงหากมีการเตือนภัย | 2 | 18.19 |
| 3.2 ควรมีการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทั้งทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ใน 2 ช่วงเวลา คือ เช้า (06.00-08.00 น.) และค่ำ (19.00-20.30 น.) | 1 | 9.09 |
| 3.3 ควรนำเสนออย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ | 1 | 9.09 |
| 4. ด้านระยะเวลา | | |
| 4.1 ควรเพิ่มเวลาในการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศให้มากขึ้น | 1 | 9.09 |
| 5. ด้านผู้ประกาศ | | |

ตาราง 66 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

| ข้อเสนอแนะ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| 5.1 ผู้ประกาศควรอธิบายเนื้อหาให้เข้าใจง่าย | 1 | 9.09 |
| รวม | 11 | 100 |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ อาจกล่าวได้ว่า ลักษณะทางประชากร โดยเฉพาะอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลกับการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ ความนิยมรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม นอกจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมขึ้นด้วย ซึ่งจะกล่าวถึงในลำดับต่อไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับ “รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ และการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม” ด้วยการสนทนากลุ่ม (focus group) จากผู้เข้าร่วมการสนทนาทั้งหมด 3 กลุ่ม โดยแบ่งตามช่วงวัย คือ กลุ่มวัยรุ่น อายุระหว่าง 11-21 ปี จำนวน 6 คน กลุ่มวัยผู้ใหญ่ อายุระหว่าง 22-59 ปี จำนวน 6 คน และกลุ่มวัยสูงอายุ อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน รวมทั้งสิ้น 18 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1 กลุ่มที่ 1 : กลุ่มวัยรุ่น อายุระหว่าง 11-21 ปี

2.2.1 รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยรุ่นบางส่วนนิยมข่าวพยากรณ์อากาศในรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละครและบางส่วนนิยมรูปแบบข่าวอ่าน

“เหมือนเป็นรูปแบบรายการมากกว่าข่าวช่วงหนึ่ง ซึ่งคิดว่าเป็นข้อดี ไม่เหมือนช่องอื่น คนที่ดูก็เข้าใจได้ง่าย เพราะมีเรื่องราว มีบทบาทสมมติที่เชื่อมโยงกับข่าวนั้นๆ ที่จะนำเสนอด้วย”

(กลุ่มวัยรุ่น, ฝนฟ้าอากาศ)

“รู้สึกที่ไม่เครียดดี มันเข้าใจง่าย แล้วทำให้เราอินไปกับเนื้อหาได้โดยผ่านการแสดงของเขา ซึ่งทำให้เราชอบรายการอย่างนี้”

(กลุ่มวัยรุ่น, ฝนฟ้าอากาศ)

“แม้จะมีรูปแบบเป็นทางการ แต่ก็มีลูกเล่นบ้าง ทำให้มีจุดเด่นที่น่าสนใจ”

(กลุ่มวัยรุ่น, ทวี 360 องศา)

2.2.2 เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยรุ่นนิยมเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ (1) เนื้อหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (2) เนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคต่างๆ ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ และ (3) การสอนภาษาอังกฤษ ดังนี้

“ชอบที่มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงฤดูต่างๆ ทำให้เราอยากไปเที่ยว”

(กลุ่มวัยรุ่น, สถานีอากาศ NBT)

“การเริ่มด้วยข่าวที่จะเชื่อมโยงไปกับสภาพอากาศในวันนั้นๆ เป็นการออกแบบมาอย่างดี ซึ่งข่าวนั้นมันเหมาะสมที่จะออกได้ เพราะว่ามันมีความเกี่ยวเนื่องกับการพยากรณ์อากาศที่จะรายงานอยู่แล้ว และก็มีความน่าสนใจ”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าพยากรณ์)

“ชอบที่มีการเพิ่มเนื้อหาช่วงทำรายการเกี่ยวกับเทคนิควิธีการต่างๆ เพราะมีความน่าสนใจและน่าสนใจ”

(กลุ่มวัยรุ่น, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

“โดดเด่นที่สุด คือ การสอนภาษาอังกฤษ ทำให้เราเข้าใจมากขึ้น และที่สำคัญช่องอื่นเขาไม่สอนกันเลย”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าพยากรณ์)

2.2.3 องค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยรุ่นนิยมองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ (1) ด้านผู้ประกาศ (2) ด้านภาพประกอบข่าว และ (3) ด้านเสียงประกอบข่าว

1) ด้านผู้ประกาศ จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพของผู้ประกาศในขณะนำเสนอ การนำเสนอด้วยความเข้าใจ น้ำเสียง ความชัดเจน การออกเสียงที่ถูกต้องชัดเจน และการแต่งกายของผู้ประกาศ

“ผู้ประกาศ ทำให้ข่าวพยากรณ์อากาศช่องนี้โดดเด่น มีบุคลิกดี น้ำเสียงน่าฟัง และดูไม่เหมือนรายการอื่น เพราะมีฟ้าแฝด ซึ่งดูแล้วเขาก็เข้าคู่กันได้ดี เราก็นชอบ”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าพยากรณ์)

“ดูน้อยๆ เบื่อๆ อารมณ์แบบไม่น่าฟังเลย แล้วมันเป็นรายการฝนฟ้าอากาศพิธีกรน่าจะขยับตัวมากกว่านี้ ไม่ใช่รายการข่าวเย็นอ่านอย่างนี้”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าอากาศ)

“ชอบบุคลิกของผู้ประกาศ สمارท์ แล้วก็แต่งตัวดี อย่างพื้นหลังเป็นสีฟ้า แต่เขาใส่สูทสีดำ มันก็จะตัดขึ้นมา เสื้อข้างในเป็นสีครีม เป็นสีอ่อนๆ ทำให้ผู้ประกาศก็ดูเด่นออกมาจากฉาก”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าอากาศ)

“ผู้ประกาศเป็นกันเอง สร้างสีสัน ไม่เคร่งเครียดกับการประกาศข่าวเท่าไร สบายๆ ตลกๆ”

(วัยรุ่น, ฝนฟ้าอากาศ)

“ผู้ประกาศดูมีความรู้ ไม่ได้จำแต่บทมา แต่เข้าใจว่าตรงนี่คืออะไร เขาจึงสามารถอธิบายให้คนฟังรู้เรื่อง โดยที่เหมือนแปลภาษายากๆ เป็นภาษาชาวบ้าน ให้เข้าใจง่าย”

(กลุ่มวัยรุ่น, ทวี 360 องศา)

“ผู้ประกาศสรุปเนื้อหาได้กระชับ ทำให้เข้าใจง่าย มีการอธิบายกลุ่มเมฆอย่างชัดเจน แสดงว่าเข้าใจบท”

(กลุ่มวัยรุ่น, ทวี 360 องศา)

“ส่วนตัวรู้สึกว่าการนำเสนอของนักข่าวที่พูดมันแหลมไป เร็วเกินไป แล้วก็เขาพูดมันเหนื่อยจังหว่าที่เขาหายใจด้วย มันฟังดูแล้วยิ่งเหนื่อย เขาพูดเร็ว และจังหวะมันก็ไม่พอดีกับเขา”

(กลุ่มวัยรุ่น, สถานีอากาศ NBT)

“ชอบที่ผู้ประกาศพูดเร็วๆ เสียงดังฟังชัด ไม่เอื่อยๆ ช้าๆ เหมือนรายการอื่น”

(กลุ่มวัยรุ่น, สถานีอากาศ NBT)

“น้ำเสียงเป็นส่วนหนึ่งในการดึงดูด ให้กับผู้ชมที่จะสนใจรายการเขา ถึงแม้ว่า CG มันจะโอเคระดับหนึ่ง แต่มันไม่ได้ชวนดูขนาดนั้น แต่พอเขาพูดดังและเร็วขึ้น มันกระตุ้นให้เรา อ้อๆ มันเป็นแบบนี้ นะ ซึ่งสิ่งที่โดดเด่นของรายการนี้ คือ ผู้ประกาศ”

(กลุ่มวัยรุ่น, สถานีอากาศ NBT)

“ผู้ประกาศพูดชัด อักขระชัดเจนดี น้ำเสียงน่าฟัง ดึงดูดผู้ชมได้ดี”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าอากาศ)

“ผู้ประกาศดูไม่น่าสนใจ ดูดูไปหมด”

(กลุ่มวัยรุ่น, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

“เขาพูดเร็วเกินไป และถ้าไม่ดูภาพก็จะไม่รู้ว่าเขาพูดว่าอะไร จับใจความไม่ถูก ไม่รู้เรื่องเนื้อหา”

(กลุ่มวัยรุ่น, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

“เขาดูมีเอกลักษณ์ เป็นทางการ พูดกระชับดี แต่ก็มีกรพูดกระแทกคำ”

(กลุ่มวัยรุ่น, ทวี 360 องศา)

“การแต่งกายของผู้ประกาศไม่ควรตัดกับฉากมากเกินไป”

(กลุ่มวัยรุ่น, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

2) ด้านภาพประกอบข่าว จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมทั้งภาพข่าวและภาพกราฟิก โดยในส่วนของภาพข่าวนั้นจะต้องสามารถอธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงได้ สอดคล้องกับเนื้อหา และมีจำนวนที่เหมาะสมกับความยาวของเนื้อหาด้วย ส่วนภาพกราฟิกต้องสามารถอธิบายเรื่องราวและสื่อความหมายได้ นอกจากนี้ควรออกแบบและจัดวางองค์ประกอบอย่างเหมาะสม สวยงาม และทันสมัย

“พอพูดถึงจังหวัดไหน ก็มีภาพเหตุการณ์ของจังหวัดนั้นขึ้นมาเลย เช่น น้ำท่วมที่จังหวัดนครพนม ก็มีภาพน้ำท่วมขึ้นมาเลย ทำให้เราเข้าใจได้ว่า ณ ที่นั้นตอนนี้เกิดเหตุการณ์แบบนี้อยู่จริง ๆ”

(กลุ่มวัยรุ่น, ฝนฟ้าอากาศ)

“ภาพข่าวที่นำมาเสนอมีการเชื่อมโยงกับสภาพอากาศในวันนั้น ๆ ทำให้รายการดูน่าสนใจ”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าพยากรณ์)

“ภาพที่เรานำมาใช้มันสัมพันธ์กับข่าวนั้น แต่มันน้อยไป เลยทำให้ดูนิ่ง ๆ”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าอากาศ)

“ภาพข่าวที่นำมาใช้น้อยเกินไป อยากให้เพิ่มภาพข่าวให้มากกว่านี้”

(กลุ่มวัยรุ่น, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

“แผนที่อากาศ สามารถอธิบายเรื่องราวให้เราเข้าใจได้ง่าย นั่นหมายความว่า กราฟิกไม่ได้ทำมาเฉย ๆ เปล่า ๆ”

(กลุ่มวัยรุ่น, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

“กราฟิกดูเซย เป็นรูปแผนที่ ตรงไหนมีฝนตกก็แค่นำรูปก้อนเมฆไปแปะว่าฝนตกก็เปอร์เซ็นต์เท่านั้นเอง ไม่ได้มีลูกเล่นอะไรมากไปกว่านี้”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าอากาศ)

“กราฟิกไม่น่าดึงดูดเท่าไร ดูเบื่อบ้าง ย้ายไปจังหวัดนี้ๆ ประเทศนั้นประเทศนี้”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าพยากรณ์)

“แต่หนูชอบนะ รู้สึกว่ากราฟิกเขามีการใส่ลูกเล่นเล็กๆ เช่น มีเรือใบแล่นอยู่ มันก็ดูน่ารักดี และเข้าใจง่ายกว่าช่องอื่น”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าพยากรณ์)

“ไม่ชอบ CG และแผนที่ของเขา คืออย่างเขาวาดแผนที่ประเทศไทยด้วยเส้นสีเหลืองบางๆ แล้วตัดกับภาพที่มันมีเมฆ มันมองไม่เห็นเลย แล้วการเลื่อนภาพแผนที่ไปมาตามภาค ดูแล้วมันเวียนหัว และลายตา”

(กลุ่มวัยรุ่น, สถานีอากาศ NBT)

“ตัวอักษร ซับไตเติล (subtitle) ที่ขึ้นมาในช่วงภาษาอังกฤษ สีมันดูไม่ชัด บางทีคนฟังภาษาอังกฤษไม่ออกแล้วจำเป็นต้องอ่านซับอย่างเดียว มันอาจจะมองไม่ชัด”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าพยากรณ์)

“กราฟิกสวย ตัวอักษรชัดเจน เนื้อหาที่พูดเข้าใจง่ายอยู่แล้ว ยังมีภาพประกอบเป็นกราฟิก ยิ่งทำให้เข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น”

(กลุ่มวัยรุ่น, ฝนฟ้าอากาศ)

“ชอบที่ไม่ต้องใช้ภาพแผนที่เยอะ ใช้เป็นกราฟิกเป็นลูกเล่นมากกว่า มันจะเข้าใจง่ายกว่าแผนที่ที่วนไปวนมา”

(กลุ่มวัยรุ่น, ฝนฟ้าอากาศ)

“สิ่งที่ชอบมากที่สุดของรายการนี้ คือ CG แผนที่ และอินเทอร์ลูด (interlude) เข้ารายการสวยดี”

(กลุ่มวัยรุ่น, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

“กราฟิกสามารถอธิบายเรื่องราวให้เข้าใจได้ แล้วพอผู้ประกาศมีเทคนิควิธีการอธิบายกราฟิกนั้นก็ทำให้เราเข้าใจได้ง่ายมากขึ้นด้วย”

(กลุ่มวัยรุ่น, ทวี 360 องศา)

“สิ่งที่โดดเด่นของช่องนี้นอกจากผู้ประกาศแล้ว ยังมีฉากกราฟิกอีกด้วย”

(กลุ่มวัยรุ่น, ฝนฟ้าอากาศ)

“ฉากพื้นหลังทั้งหมดมันก็เป็นสีเดียวกันมากเกินไป”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าอากาศ)

“สีของฉากถ้าสว่างไปหมด มันก็จะทำให้ดูฟุ้งๆ เบลอๆ”

(กลุ่มวัยรุ่น, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

3) ด้านเสียงประกอบข่าว จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยรุ่นบางส่วนให้ความสำคัญกับเสียงประกอบข่าวในข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะเสียงพิเศษ (sound effects) และเสียงดนตรี (music) ที่จะช่วยให้ข่าวพยากรณ์อากาศน่าสนใจขึ้น

“เขาใช้ซาวด์เยอะดี ทั้งมีเมฆมีอะไร เปรี้ยวมาที่”

(กลุ่มวัยรุ่น, ลมฟ้าอากาศ)

“เพลงประกอบน่าเบื่อไปนิดหนึ่ง แล้วก็ตลอดเวลา”

(กลุ่มวัยรุ่น, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

2.2.4 การสร้างการมีส่วนร่วม จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่สนับสนุนให้ข่าวพยากรณ์อากาศเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับการพยากรณ์

“การส่งคลิปเด็ก ๆ หรือชาวบ้านมา ก็โอเค แต่ไม่ชอบที่เป็นคลิปดาราทายข่าว คือ เขาอาจจะไปโรมทละคร ไปโรมทดาราทาย บางทีมันเป็นมุกที่แบ๊ว เขาพูดมาบางทีก็ ห๊ะ อะไรแบบนี้”

(กลุ่มวัยรุ่น, ฝนฟ้าอากาศ)

“ชอบที่ให้ส่งวิธีประหยัดไฟตอนท้ายรายการ แม้ว่าเราจะไม่ส่ง แต่เราจะดูแล้วนำไปใช้”

(วัยรุ่น, ทวี 360 องศา)

2.2 กลุ่มที่ 2 : กลุ่มวัยผู้ใหญ่ อายุระหว่าง 22-59 ปี

2.2.1 รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยผู้ใหญ่บางส่วนนิยมข่าวพยากรณ์อากาศในรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละครและบางส่วนนิยมรูปแบบข่าวอ่าน

“โดยส่วนตัวดูช่องนี้เป็นประจำ ก็จะกลายเป็นติดตามว่าวันนี้เขาจะมาคอนเซ็ปต์อะไร ทำให้รู้สึกสนุก ไม่เบื่อ และดูเพลินๆ”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ฝนฟ้าอากาศ)

“ภาพรวมรูปแบบก็ดูโอ น่าสนใจ แต่ความรู้สึกส่วนตัว คิดว่ามันเยอะไป มันมากไปนิดหนึ่ง เล่นเยอะไป”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ฝนฟ้าอากาศ)

“มันเป็นการเริ่มต้นที่ทำให้คนสนใจ แต่เมื่อดูตั้งแต่ต้นจนจบ รู้สึกเดียวว่าไปทำผาย ไปทำนู่นไปทำนี่ คือ เขาโฟกัสที่เนื้อหาข่าวน้อยไป”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ฝนฟ้าอากาศ)

“เนื้อหาชัดเจน ว่าเป็นเรื่องของพยากรณ์อากาศจริงๆ ทำให้เรารู้ว่านี่คือข่าวพยากรณ์อากาศ”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าพยากรณ์)

“ถึงแม้จะเป็นการรายงาน (report) 100% ก็ตาม แต่ก็ทำให้เราเข้าใจง่ายขึ้น และถ้าคนไม่ชอบเอ็นเตอร์เทน ช่องนี้อาจจะเหมาะ ซึ่งเราก็นิยมแบบนี้”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

2.2.2 เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยผู้ใหญ่นิยมเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ คือ (1) เนื้อหาที่เกี่ยวกับลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้นภายใน 6-24 ชั่วโมง ทั้งในและต่างประเทศ (2) เนื้อหาเกี่ยวกับการเตือนภัย (3) เนื้อหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ และ (4) เนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคต่างๆ ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ดังนี้

“เขาจะบอกสภาพอากาศของวันพรุ่งนี้ถึงเที่ยง ทำให้เรารู้ว่าเราจะออกไปไหนหรือไม่ไป”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

“เป็นอะไรที่น่าสนใจที่มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพอากาศในต่างประเทศโดยเฉพาะในประเทศอาเซียน ”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าพยากรณ์)

“การนำเสนอการพยากรณ์ว่าแต่ละภาคฝนตกก็เปอร์เซ็นต์ก็เป็นเรื่องที่โอเค”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ฝนฟ้าอากาศ)

“การนำประเด็นพายุที่ใกล้ตัวมาบอกก่อน ว่าพายุนี้จะขึ้นทางไหน แล้วจะมีผลกระทบต่อประเทศไทยตรงไหนบ้าง มันทำให้คนฟังตื่นตัว แล้วก็ฟังต่อว่ามันจะเกิดอะไร และต้องเฝ้าระวังอะไร”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าอากาศ)

“ถ้าสภาพอากาศมีในเรื่องของฝน แล้วเอาเคล็ดลับของการขับรถมาเกี่ยวกับก็จะเป็นเรื่องต่อเนื่องกัน อย่างถ้าในช่วงหน้าหนาว มีหมอก แนะนำการใช้ไฟตัดหมอก มาเสริมก็จะดี แต่ก็ไม่ควรมากเกินไป”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าพยากรณ์)

“มีการดึงประเด็นที่น่าสนใจจากเนื้อหาอธิบายให้เห็นภาพมากขึ้น เช่น กระแสลมอ่อน กระแสลมเย็น เมื่อมาเจอกันจะเกิดอะไรขึ้น ซึ่งก็เป็นการทำให้มันง่ายขึ้น”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ทวี 360 องศา)

“ไม่ได้รู้สึกว่าการมีผู้ประกาศสองคนจะมากหรือน้อยเกินไป เพราะเราโฟกัสที่เนื้อหา”

(วัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าพยากรณ์)

“ข้อดีสุด ๆ ของรายการนี้ คือ มีการนำศัพท์ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวกับสภาพอากาศเข้ามาปิดท้าย ซึ่งเป็นอะไรที่น่าสนใจ”

(วัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าพยากรณ์)

“โดยส่วนตัวไม่อยากให้พ่วงเนื้อหาอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องเข้ามาในข่าวพยากรณ์ด้วย คือ ให้ชัดเจนไปเลยว่านี่คือข่าวพยากรณ์อากาศ”

(วัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าพยากรณ์)

“เนื้อหาที่มีการเสริมเข้ามา อย่าง คำแนะนำเมื่อคลื่นลมแรง ควรใช้เรือขนาดเท่าไร อันนี้โอเค เป็นเกร็ดความรู้”

(วัยผู้ใหญ่, สถานีอากาศ NBT)

“คอนเทนต์หลักที่เขาพูด ครบตรง คือ มีแผนที่อากาศ ที่นำมาจากกรมอุตุนิยมวิทยา กับข่าวสภาพอากาศ ในวันพรุ่งนี้ ก็โอเคที่มีการแบ่งเป็นภาค และมีการเน้นย้ำในจุดที่เสี่ยง”

(วัยผู้ใหญ่, สถานีอากาศ NBT)

“ข้อสังเกตคือ อันนี้เขาจะบอกว่าสภาพอากาศของวันพรุ่งนี้ ถึงแค่เที่ยง ซึ่งถ้าไม่บอก เราก็จะเข้าใจว่าเป็นสภาพอากาศของวันพรุ่งนี้ทั้งวัน”

(วัยผู้ใหญ่, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

2.2.3 องค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยผู้ใหญ่นิยมองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ (1) ด้านผู้ประกาศ (2) ด้านภาพประกอบข่าว และ (3) ด้านสถานที่ถ่ายทำ

1) ด้านผู้ประกาศ จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยผู้ใหญ่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพของผู้ประกาศในขณะนำเสนอ การนำเสนอด้วยความเข้าใจ และน้ำเสียง ความชัดเจน การออกเสียงที่ถูกต้องชัดเจนของผู้ประกาศ และการแต่งกาย

“บุคลิกภาพของผู้ประกาศ มีส่วนสำคัญในทำให้คนเปิดดูรายการ”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, สถานีอากาศ NBT)

“การใช้เสียง การออกถ้อยคำให้ชัดเจน จะทำให้คนดูมากขึ้น อยากฟังมากขึ้น แต่ถ้าเสียงแหลม น้ำเสียงไม่น่าฟัง จะทำให้คนฟังรำคาญได้”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, สถานีอากาศ NBT)

“มันแล้วแต่บุคลิกคนมากกว่า ถ้าจะให้ช่อง 3 มาใส่เสื้อยืด มันก็ไม่ใช่เขา แต่ถ้าเป็นฝาแฝดออก แนวน่ารัก การแต่งกายสีสันทันทีโอเคอยู่ แต่ก็ต้องดูด้วยว่าฉากก็ลายตัวก็ลายด้วยหรือเปล่า”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าพยากรณ์)

“เขาพูดเร็วเกินไป ฟังไม่ทัน”

(วัยผู้ใหญ่, ทวี 360 องศา)

“ข้อมูลบางอย่างของเขา สามารถโชว์เป็นภาพก็ได้ ไม่ต้องพูดทั้งหมด เพื่อที่จะทำให้ความสปีด (speed) ในการพูดของเขาสโลว์ (slow) ลง”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ทวี 360 องศา)

“คนพูดโอเวอร์แอคติ้ง (acting) มากเกินไป บางทีการนำเสนอข่าวแบบนี้ มันควรที่จะลดแอคติ้งลงบ้าง โอเคก็เข้าใจที่เขาพยายามจะสื่อ และเขียนจากศัพท์ทางอุตุให้ง่ายขึ้น มีภาษาไทยกำกับ แต่ว่าแอคติ้งของเขาบางทีมันไปบังตรงภาพ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่คนกำลังดูอยู่”

(วัยผู้ใหญ่, ทวี 360 องศา)

“ผู้ดำเนินรายการเป็นธรรมชาติ ไม่ได้เป็นทางการ เข้ามาแล้วอ่านพยากรณ์อย่างเดียว แต่เดินมาแบบมีเรื่องราว มีนั่นนี่นั่น จนมาเข้าพยากรณ์”

(วัยผู้ใหญ่, ฝนฟ้าอากาศ)

“จังหวะการพูดกำลังพอดี ฟังง่าย รู้เรื่อง ไม่ซ้ำมาก ชัดเจน”

(วัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าอากาศ)

“แม้บุคลิกของผู้ประกาศจะไม่หวือหวามาก แต่ก็ไม่ได้ลดทอนเนื้อหาลง มันดูไปได้ เข้ากันได้”

(วัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าอากาศ)

“ชุดของผู้ประกาศมีสีสันสดใส ตัดกับฉากชัดเจน แล้ววิธีการเดินออกมา มันก็ไม่ได้ทำให้รู้สึกว่าเป็นข่าวพยากรณ์อากาศ มันเหมือนเป็นข่าวบันเทิงมากกว่า”

(วัยผู้ใหญ่, สถานีอากาศ NBT)

2) ด้านภาพประกอบข่าว จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยผู้ใหญ่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับภาพข่าวที่อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงและภาพกราฟิก

“มีตัวอย่างภาพเหตุการณ์ที่เป็นข่าวจริงที่เป็นเหตุของพายุตัวนี้ ว่ามันจะเกิดอะไรบ้าง เพื่อให้คนดูได้รู้สึกที่เราต้องเฝ้าระวังอะไรบ้าง และต้องเตรียมรับมือยังไง”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าอากาศ)

“การสร้างไอคอน (Icon) ชัดเจน มีก้อนเมฆฝนก้อนใหญ่ก้อนเล็ก ทำให้เราเข้าใจง่ายขึ้น”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

“การเปลี่ยนภาพกราฟิก มันเร็ว วูบไปวูบมา บางทีคนอาจจะมองไม่ทัน หรือไม่ทันได้รู้ว่าจะเกิดอะไร แต่มันก็ไปแล้ว ซึ่งก็เข้าใจได้ว่าอาจจะเร่งในระยะเวลาจำกัด”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ทวี 360 องศา)

“เนื้อหาบางอย่าง ใช้ภาพจริงก็โอเคแล้ว แต่พอเป็นกระแสลมร้อน กระแสลมเย็น มันต้องใช้แอนิเมชัน มันจึงจะทำให้คนเข้าใจง่าย ซึ่งเขาก็พยายามที่จะสื่อสารกับคนทั่วไปให้ง่ายขึ้น”

(วัยผู้ใหญ่, ทวี 360 องศา)

“กราฟิกชัดเจน เข้าใจง่าย ค่อนข้างเป็นทางการ อย่าง แผนที่อากาศ ก็มาจากกรมอุตุนิยมวิทยา”

(วัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าพยากรณ์)

“กราฟิกที่นำมาขึ้นมีการเคลื่อนไหว เช่น ลมร้อน ลมเย็น ความกดอากาศต่ำ มีกระแสลมวัง แต่มันวังพร้อมกันทั้งหมด คนก็เลยไม่รู้ว่าจะตกลงกระแสลมมันวังไปทางไหน ซึ่งกราฟิกเขาดีกว่าช่อง 3 ตรงที่กราฟิกมีการเคลื่อนไหวที่ แต่ถ้าเขาเพิ่มการอธิบายว่าตรงนี่คืออะไร หรือกระแสลมจะวังไปยังไง คนที่ไม่เข้าใจเรื่องอุตุนิยมวิทยา ก็จะเข้าใจได้มากขึ้น”

(วัยผู้ใหญ่, ฝนฟ้าอากาศ)

2) ด้านสถานที่ถ่ายทำ จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยผู้ใหญ่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับนำเสนอในสตูดิโอระบบปิด (studio production) โดยใช้ฉากเสมือนหรือเวอร์ชวล สตูดิโอ (Virtual Studio)

“ฉากทำได้น่าสนใจ ดูเป็นธรรมชาติ เข้ากับเหตุการณ์ เป็นปัจจุบัน และเหมือนจริงซึ่งทำได้ดีกว่าช่องอื่น”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ฝนฟ้าอากาศ)

“ฉากกับกราฟิก ทำให้รายการดูแน่นไปหมด เยอะไปหมด บางทีมันแยกไม่ออก”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ทวี 360 องศา)

“เราสนใจแต่กราฟิกที่แสดงข้อมูล ไม่ได้สนใจฉากที่อยู่ข้างหลังเลย”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าพยากรณ์)

“กราฟิกชัดเจน เข้าใจง่าย เช่น ภาพพายุ ก็ทำให้รู้เลยว่าพายุจะขึ้นฝั่งที่ตรงไหน แล้วจะไปทีประเทศเพื่อนบ้านตรงไหน มันเหมือนเรื่องไกลตัว แต่มันมีผลกระทบต่อประเทศไทยตรงไหนบ้าง”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ลมฟ้าอากาศ)

2.2.4 การสร้างการมีส่วนร่วม จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยรุ่นบางส่วนเห็นว่า การสร้างการมีส่วนร่วมเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มเรตติ้งรายการ

“การส่งคลิป เป็นการดึงเรตติ้ง เช่น ถ้าโรงเรียนส่งคลิป เขาก็จะบอกกับเด็ก ๆ ให้เปิดดู”

(กลุ่มวัยผู้ใหญ่, ฝนฟ้าอากาศ)

2.3 กลุ่มที่ 3 : กลุ่มวัยผู้สูงอายุ อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

2.3.1 รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยผู้สูงอายุทั้งหมดนิยมรูปแบบผสมผสานระหว่าง ข่าวอ่านกับละคร

“ช่อง 7 ยกให้เป็นอันดับ 1 เพราะดูทุกวัน แล้วก็เปิดละคร ทำให้น่าสนใจ ไม่เบื่อ”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ฝนฟ้าอากาศ)

“จะดูข่าว ช่อง 7 ทุกวันเลย เป็นแฟนเปรม สุดา หลานก็เปิดไว้แต่ช่อง 7”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ฝนฟ้าอากาศ)

“ละครเขาสนุก ดูทุกวันเลย”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ฝนฟ้าอากาศ)

นอกจากนี้ยังพบว่า มีผู้สูงอายุท่านหนึ่งแม้จะนิยมข่าวพยากรณ์อากาศรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร แต่ไม่ได้เปิดรับรายการฝนฟ้าอากาศเป็นประจำ

“ทุกอย่างดูช่อง 3 หมด เพราะไม่เปิดไปไหน เปิดไม่เป็น ลูกชายเคยสอน เขาซื้อใหม่มาให้ แต่เราก็ดูไม่เป็นใช้ไหม กดทีหนึ่ง ไปกดตัวไหนก็ไม่รู้ เสียไป 850 ก็ไม่กดอีกเลย เปิดอยู่ช่องเดียว จะได้ดูก็ลูกมาเปลี่ยน”

(กลุ่มผู้สูงอายุ, ทวี 360 องศา)

2.3.2 เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยผู้สูงอายุนิยมเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ จำแนกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ (1) เนื้อหาที่เกี่ยวกับลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้นภายใน 6-24 ชั่วโมง ทั้งในและต่างประเทศ (2) เนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคต่างๆ ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ และ (3) การสอนภาษาอังกฤษ ดังนี้

“วัยเราบางทีเวลาที่จะออกไปไหนต้องวางแผน จึงต้องดูข่าวพยากรณ์อากาศว่า วันนี้เราต้องออกจากบ้านเช้าหน่อยไหม เพราะเดี๋ยวฝนจะตก หรือจะต้องเตรียมร่มหรืออะไรบ้าง”

(กลุ่มวัยผู้สูงอายุ, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

“ข้อมูลที่เขาให้เพิ่มเติมมาเราคิดว่ามันเป็นประโยชน์ เพราะบางครั้ง เราไม่รู้จริงๆ ว่า เวลาที่รถพยาบาลมาเราต้องหลบยังไง แต่อันนี้เขาบอกเลยว่าควรชิตอะไรยังไง ”

(กลุ่มวัยผู้สูงอายุ, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)

“ชอบที่มีภาษาอังกฤษ เด็กๆ ที่บ้านจะได้ฟังด้วย”

(กลุ่มวัยผู้สูงอายุ, ลมฟ้าพยากรณ์)

2.3.3 องค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยสูงอายุนิยมองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ (1) ด้านผู้ประกาศ และ (2) ด้านภาพประกอบข่าว

1) ด้านผู้ประกาศ จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยผู้สูงอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพของผู้ประกาศในขณะนำเสนอ น้ำเสียง ความชัดเจน การออกเสียงที่ถูกต้องอักขระของผู้ประกาศ และการแต่งกาย

“เสียงเขาก็ชัดเจน ชัดดี ไม่เร็ว ฟังรู้เรื่อง”

(กลุ่มวัยผู้สูงอายุ, ฝนฟ้าอากาศ)

“พูดไม่ชัดเจน เสียงอู้อู้อ เราก็ไม่ชอบดู”

(กลุ่มวัยผู้สูงอายุ, ลมฟ้าอากาศ)

“ผู้ประกาศแต่งตัวดี น่ารัก ใส่กระโปรง”

(กลุ่มวัยผู้สูงอายุ, ลมฟ้าอากาศ)

“ภาษาไทยพูดเร็วเกินไป ฟังไม่ทัน”

(กลุ่มวัยผู้สูงอายุ, ลมฟ้าพยากรณ์)

“พิธีกรโอเค พูดชัดถ้อยชัดคำ ชัดเจนดี แม้จะมีเสียงแหลม แต่ก็ไม่อู้อู้อ”

(กลุ่มวัยผู้สูงอายุ, สถานีอากาศ NBT)

“ผู้ประกาศแต่งตัวเรียบร้อย อยากให้หนังกระโปรง จะได้ดูสุภาพ”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ลมฟ้าพยากรณ์)

2) ด้านภาพประกอบข่าว จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวัยผู้สูงอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับภาพข่าวที่อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงและภาพกราฟิก

“ชอบที่มีภาพข่าวประกอบ ได้เห็นภาพไปด้วย ฟังอธิบายไปด้วย และภาพก็คมชัดดี”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ฝนฟ้าอากาศ)

“ภาพข่าวทำให้ผู้คนบางคนได้เห็นสิ่งที่อาจไม่เคยเห็น อย่างแมงกะพรุนในทะเล แต่ถ้าจะมีภาพต้องชัดเจน”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ลมฟ้าพยากรณ์)

“ภาพกราฟิก และตัวหนังสือ ควรมีขนาดใหญ่ ชัดเจน ไม่มีัดจนเกินไป จะได้เห็นง่ายขึ้น”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, สถานีอากาศ NBT)

“แต่งตัวเข้ากับที่เขาพูด ภาพนั้นภาพนี้ เขาจะแต่งทุกวัน”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ฝนฟ้าอากาศ)

“ตัวอักษร ควรมีขนาดที่เหมาะสม อย่างตัวแปลภาษา ตัวเล็กไป เรามองไม่เห็น และอ่านไม่ทันเพราะขึ้นเร็วไป”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ลมฟ้าพยากรณ์)

“ชอบที่มีกราฟิกเป็นเม็ดฝนตกลงมา”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ลมฟ้าอากาศ)

“สีจาง ไม่ค่อยสดใส มองเหมือนภาพมัวๆ ”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ลมฟ้าอากาศ)

“ตัวหนังสือใหญ่ มองเห็นชัดเจน สีสันทึกลงไป เห็นง่าย ชอบ”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ฝนฟ้าอากาศ)

“ขอบกราฟิกรายการนี้ สวยดี สว่างสดใส สีฉ่ำไม่แสบตา”

(กลุ่มวัยสูงอายุ, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS)



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม เป็นการวิจัยผสมผสาน (Mixed methodology) ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ซึ่งมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม (focus group) ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลทั้งภาพรวมและเชิงลึกเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ และการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศ โดยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1) สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา มีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.3 มีอายุระหว่าง 11-21 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 57.8) ส่วนใหญ่ศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 62.0) และเป็นนักศึกษามากที่สุด (ร้อยละ 44.8)

การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับรายการฝนฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มากที่สุด (ร้อยละ 34.1) โดยมีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($M = 0.752$ และ $SD = 0.423$) และมีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ โดยเปิดดูรายการข่าวค่าก่อน แล้วจึงได้ดูข่าวพยากรณ์อากาศไปด้วยมากที่สุด (ร้อยละ 54.2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์เนื่องจากต้องการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศรายวัน ทั้งอุณหภูมิสูงสุด-ต่ำสุดของแต่ละภาคในประเทศไทย ปริมาณฝน คลื่นลม เมฆ และหมอก มากที่สุด (ร้อยละ 34.9)

รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ที่นำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศหรือตัวละครร่วมถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการแสดงท่าทางและการพูด เพื่อโยงเข้ากับเนื้อหาข่าว ผสมผสานกับการให้ผู้ประกาศข่าวอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้มากที่สุด (ร้อยละ 59.2)

ความนิยมเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.62$ และ $SD = 0.890$)

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า เนื้อหาที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้นภายใน 6-24 ชั่วโมง ($M = 3.94$ และ $SD = 0.721$)

ความนิยมองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.934$ และ $SD = 0.518$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ มีความนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.02$ และ $SD = 0.599$) โดยมีคะแนนสูงสุดใน 2 ประเด็น คือ น้ำเสียงนำฟัง ชัดเจน ถูกอักขระ ($M = 4.14$ และ $SD = 0.720$) และนำเสนอด้วยความเข้าใจ ($M = 4.14$ และ $SD = 0.707$) ด้านสถานที่ถ่ายทำข่าวพยากรณ์อากาศ มีความนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.85$ และ $SD = 0.692$) โดยมีคะแนนสูงสุดในประเด็นการถ่ายทำในสตูดิโอ โดยใช้ฉากเสมือน (Virtual Studio) ($M = 3.97$ และ $SD = 0.813$) ด้านภาพประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ มีความนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.93$ และ $SD = 0.454$) โดยมีคะแนนสูงสุดในประเด็น ภาพข่าวที่อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง และไฟป่า ($M = 4.11$ และ $SD = 0.688$) ด้านเสียงประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ มีความนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.74$ และ $SD = 0.792$) โดยมีคะแนนสูงสุดในประเด็น มีเสียงดนตรี/เพลง (Music) ($M = 3.76$ และ $SD = 0.843$)

การสร้างการมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์อากาศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.69$ และ $SD = 0.821$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การส่งภาพถ่าย คลิปวิดีโอรายงานสภาพอากาศ ($M = 3.71$ และ $SD = 0.977$) และการเพิ่มช่องทางในการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์ ($M = 3.71$ และ $SD = 0.883$) ได้รับความนิยมสูงสุด

2) สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน มีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีความนิยมรูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า (1) ประชาชนที่มีระดับการศึกษาและอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเนื้อหาแตกต่างกัน (2) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศข่าวแตกต่างกัน (3) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทอดแตกต่างกัน (4) ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน (5) ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ลักษณะทางประชากรของประชาชนต่างกัน มีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

1.2 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ข่าวพยากรณ์อากาศที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้เข้าร่วมการสนทนาที่แบ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่น อายุระหว่าง 11-21 ปี กลุ่มวัยผู้ใหญ่ อายุระหว่าง 22-59 ปี และกลุ่มผู้สูงอายุ อายุ 60 ปีขึ้นไป มีประเด็นสำคัญ 3 ประเด็น คือ รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ และองค์ประกอบข่าวของพยากรณ์อากาศ ดังนี้

รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ จากการวิจัย พบว่า กลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยผู้ใหญ่นิยมทั้งรูปแบบข่าวอ่านและรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุ นิยมเฉพาะรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร

เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ จากการวิจัย พบว่า ทั้งกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยผู้ใหญ่ และกลุ่มวัยผู้สูงอายุ เห็นว่า เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ควรมีความหลากหลาย ใกล้ตัว และมีประโยชน์ โดยนอกจากจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้นภายใน 6-24 ชั่วโมง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการเตือนภัยแล้ว ควรมีเนื้อหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กับสภาพอากาศหรือเทคนิคที่จะนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

ในช่วงฤดูต่างๆ ขนาดของเรือประมงที่เหมาะสมกับคลื่นลมในทะเล เทคนิคการขั้วรถในช่วงฤดูฝน และอาจมีการใช้ภาษาอังกฤษเข้าไปในเนื้อหาด้วย

องค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ จากผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์นั้นน่าสนใจและดึงดูดความสนใจของผู้ชม ซึ่งทั้งกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยผู้ใหญ่ และกลุ่มวัยผู้สูงอายุ เห็นว่า ควรมีองค์ประกอบอย่างครบถ้วน เหมาะสม และทันสมัย โดยด้านผู้ประกาศข่าวต้องมีบุคลิกภาพที่ดี ในขณะที่นำเสนอ มีความเข้าใจบท นำเสียงฟังสบาย ชัดเจน ถูกอักขระ, ด้านภาพประกอบข่าว ควรเน้นภาพข่าวที่อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง มีองค์ประกอบของความน่าสนใจ และมีคุณสมบัติด้านการสื่อความหมายของเรื่องที่ต้องการได้อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเรื่องราว โดยไม่ต้องอธิบายรายละเอียดมาก นอกจากนี้ภาพข่าวยังต้องมีคุณสมบัติด้านกายภาพ ทั้งความคมชัดและความสว่าง ส่วนภาพกราฟิก ทั้งตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ต่างต้องออกแบบอย่างสร้างสรรค์ ชัดเจน และสวยงาม เพื่อประกอบคำอธิบายเนื้อหาข่าวให้ผู้ชมเข้าใจมากยิ่งขึ้น, ด้านเสียงประกอบข่าว ทั้งเสียงพิเศษและเสียงดนตรีต้องได้รับการเลือกสรรมาเป็นอย่างดี เพื่อทำให้เกิดบรรยากาศ อารมณ์ หรือความรู้สึก และเพิ่มสีสันให้กับข่าวพยากรณ์อากาศได้

2. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยทั้งในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพในข้างต้นนั้น สามารถอภิปรายผลในประเด็นสำคัญๆ ได้ใน 3 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ และการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรมีผลต่อการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ซึ่งประชาชนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศมากกว่าประชาชนที่มีอายุระหว่าง 11-59 ปี ทั้งนี้เพราะประชาชนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เกษียณจากอาชีพไปแล้ว มีพฤติกรรมการเปิดรับเครื่องรับโทรทัศน์ เพื่อติดตามรายการฟรีทีวีหรือช่องเคเบิลทีวีต่อเนื่องตลอดทั้งวัน โดยเปิดไว้เป็นเพื่อนแก้เหงาระหว่างทำกิจวัตรประจำวันและรับรู้ข่าวสารไปพร้อมกัน (บุบผา เมฆศรีทองคำ และขจรจิต บุณนาค, 2556) ซึ่งการเปิดรับสื่อไว้เป็นเพื่อนแก้เหงาหรือเปิดรับเป็นนิสัยนี้ เป็นแบบแผนการใช้สื่อแบบจบสิ้นในตัวเอง (consummatory use)

มากกว่าจะใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือนำไปสู่ประโยชน์อื่น ๆ (instrumental use) (กาญจนา แก้วเทพ, 2552: 500) สอดคล้องกับงานวิจัยของหรรษรัตน์ คงพัฒนาเวทย์ (2553) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับชมรายการข่าวค่าทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์แตกต่างกัน โดยกลุ่มอายุ 56 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่เปิดรับชมรายการข่าวค่ามากกว่า 3 วันต่อสัปดาห์ ส่วนกลุ่มอายุ 18-25 ปี เป็นกลุ่มที่เปิดรับชมรายการข่าวค่า น้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์

นอกจากนี้ยัง พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกันด้วย โดยประชาชนที่ประกอบอาชีพเกษตรกรมีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ทั้งนี้เพราะข่าวพยากรณ์อากาศมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเกษตร ทั้งช่วยในการวางแผนการเพาะปลูก การคัดเลือกพันธุ์ การวางแผนการปราบศัตรูพืช ตลอดจนการวางแผนการใช้ที่ดิน นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับการชลประทาน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเกษตรในประเทศไทย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าข้อมูลของข่าวพยากรณ์อากาศเกือบทั้งหมดมีประโยชน์ต่ออาชีพเกษตรกร (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2559, ออนไลน์) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาลินี มีลาภสม (2543) ที่พบว่า ประชาชนผู้ประกอบอาชีพประมงในชุมชนบ้านแหลมหินและชุมชนบ้านสลักเพชร จังหวัดตราด เปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวันและเมื่อจะมีผลกระทบต่ออาชีพ โดยผู้ประกอบอาชีพประมงที่มีลักษณะการประกอบกิจการต่างกัน มีการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของปรเมษฐ์ เศรษฐสุวรรณ (2551) ที่พบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวภาคค่ำ แตกต่างกัน

ลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามแบบแผนการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน โดยคนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย (ณัฐนรี ไชยภักดี, 2552: 19) สอดคล้องกับงานวิจัยของนริสรา ขุนจันทร์ (2553) ที่พบว่า พฤติกรรมการรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปรเมษฐ์ เศรษฐสุวรรณ (2551) ที่พบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีลักษณะการรับชมรายการข่าวค่าแตกต่างกัน สำหรับลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ประชาชนจะเปิดดูรายการข่าวค่าก่อน แล้วจึงได้ดูข่าวพยากรณ์อากาศไปด้วยมากที่สุด ทั้งนี้เพราะข่าวพยากรณ์อากาศเป็นลักษณะข่าวเบาซันเล็ก ๆ ข่าวหนึ่งในโครงสร้างของรายการข่าวโทรทัศน์ (พนม วรรณศิริ, 2544 และสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545 อ้างถึงใน สุภลักษณ์ ต่านไพบูลย์, 2549: 145-147) ที่มีระยะเวลาการออกอากาศเพียง 2-4 นาที และไม่มีกำหนดเวลาในการออกอากาศที่แน่นอนและชัดเจน เนื่องจากขึ้นอยู่กับจำนวนและความยาวของเนื้อหาข่าวหนักในแต่ละวัน

2.2 รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม

ความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์แตกต่างกัน

จากการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 11-59 ปี มีความนิยมรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ส่วนกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความนิยมรูปแบบข่าวอ่าน สอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดา โปษะพิสิษฐ์ (2544) ที่พบว่า ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี ต้องการให้สื่อโทรทัศน์นำเสนอข่าวสารเศรษฐกิจในรูปแบบสอดแทรกด้วยความบันเทิงสูงกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี และกลุ่มอายุ 41-50 ปี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสมมาตร คงชื่นสิน (2539 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2552: 533-535) ที่ว่า กลุ่มผู้สูงอายุนี้ มีรสนิยมเฉพาะตัวที่หนักไปทางเน้นสาระอย่างหนักแน่น และมีประโยชน์ (serious) แตกต่างจากกลุ่มวัยรุ่นที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวกลับไม่สอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า กลุ่มวัยรุ่น ที่มีอายุระหว่าง 11-21 ปี และกลุ่มวัยผู้ใหญ่ ที่มีอายุระหว่าง 22-59 ปี มีความนิยมทั้งรูปแบบข่าวอ่านและรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ส่วนกลุ่มวัยผู้สูงอายุ ที่มีอายุ 59 ปีขึ้นไป นิยมเฉพาะรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ทั้งนี้เพราะนอกจากลักษณะทางประชากร ด้านอายุแล้ว ตัวแปรลักษณะทางประชากร ด้านระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ยังคงมีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งก่อให้เกิดความแตกต่างในพฤติกรรมการรับชม (สมมาตร คงชื่นสิน, 2539 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2552: 535) และความนิยมรูปแบบข่าวในท่ามกลางกลุ่มวัยเดียวกัน

2.3 เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศที่ได้รับความนิยม

จากการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ชมมีความต้องการเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศที่มากและหลากหลายไปกว่าเดิม กล่าวคือ นอกจากจะต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศ อุณหภูมิ สภาวะฝนตก การคาดการณ์ลักษณะอากาศ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภายใน 6-24 ชั่วโมงแล้ว ยังต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่กำลังจะเกิดขึ้น และการแจ้งเตือนภัย เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมป้องกันและรับมือกับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น (ชิตพันธ์ วงษ์ไทย อ้างถึงในธรรมา จิตต์จุพานนท์, 2542: 17) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชยุตม์ เหมจักร (2544) ที่พบว่า คุณลักษณะของข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพนั้นต้องเป็นข่าวที่มีผลกระทบและเป็นประโยชน์กับประชาชน โดยข่าวพยากรณ์อากาศเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการดำรงชีวิตของผู้คนในแต่ละวัน (ศิวพงศ์ เหมือนพะวงศ์, 2551: 17-18) อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญต่อมนุษย์มาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเกษตร การจราจรขนส่ง โลจิสติกส์ ไปจนถึงการป้องกันสาธารณภัย และการระบาดของโรคต่างๆ (อานนท์ ศักดิ์วีระวิทย์, 2559)

นอกจากนี้ผู้ชมยังต้องการเนื้อหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ สถานการณ์สิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงของโลก และเทคนิคที่จะนำไปใช้ในชีวิตรประจำวันได้ โดยอาจมีการใช้ภาษาอังกฤษเข้าไปในเนื้อหาด้วย ซึ่งการสร้าง ความแตกต่างและโดดเด่นในแง่ของเนื้อหาให้มีความหลากหลายนี้ นอกจากจะทำให้ผู้ชมเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศมากขึ้นแล้ว ยังเป็นจุดแข็งสำคัญที่จะสามารถต่อสู้กับคู่แข่งของข่าวที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกันได้ (จิรัชตา เอี่ยมรัมย์, 2554)

2.4 องค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศที่ได้รับความนิยม

องค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศมีผลต่อความนิยมข่าวพยากรณ์อากาศประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ประกาศข่าว สถานที่ถ่ายทำ ภาพประกอบข่าว และเสียงประกอบข่าว ดังนี้

1) ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศข่าวแตกต่างกัน โดยมีคะแนนนิยมสูงสุดใน 2 ประเด็น คือ น้ำเสียงน่าฟัง ชัดเจน ถูกอักขระ และนำเสนอด้วยความเข้าใจ สอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยผู้ใหญ่ และกลุ่มวัยผู้สูงอายุ มีความนิยมผู้ประกาศข่าวของแต่ละรายการแตกต่างกัน แต่คุณสมบัติหลักที่ผู้ประกาศข่าวของทุกรายการต้องมี คือ ผู้ประกาศข่าวต้องมีบุคลิกภาพที่ดีในขณะนำเสนอ น้ำเสียงฟังสบาย ชัดเจน ถูกอักขระ และมีความเข้าใจในบท ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวเป็นคุณสมบัติสำคัญของผู้ประกาศข่าว โดยเฉพาะความเข้าใจในข่าว และความรอบรู้ในข่าวสาร เพราะเป็นที่มาของความน่าเชื่อถือของผู้ประกาศข่าว และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ชมเป็นอย่างยิ่ง (ศุภลักษณ์ ด่านไพบูลย์, 2549) สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภลมาน เอี่ยมโอภาส (2542) ที่พบว่า ลักษณะของอวัจนภาษาที่ผู้ชมเห็นว่า มีผลทำให้เชื่อถือและติดตามการรายงานข่าวมากที่สุดนั้น ได้แก่ การอ่านออกเสียง น้ำเสียงในการอ่าน การเน้นย้ำเนื้อหาข่าว และจังหวะลีลาในการอ่านข่าว เช่นเดียวกับที่สายสวรรค์ ขยันยิ่ง (2553) ได้กล่าวถึงเทคนิคการสื่อสารแบบผู้ประกาศข่าวที่สอดคล้องกัน คือ ไม่ว่าผู้ประกาศข่าวจะถูกวางบทบาทเป็นผู้อ่านหรือผู้เล่าล้วนแต่ต้องมีทักษะการออกเสียงอย่างถูกต้อง ชัดเจน น่าฟัง และเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในข่าวประกอบกัน ซึ่งถ้าผู้ประกาศข่าวไม่มีความรู้ความเข้าใจในข่าวหรือไม่มีความรู้รอบตัวบทบาทอย่างไรอ่านไปอย่างนั้น การรายงานข่าวอาจเกิดความผิดพลาด ซึ่งอาจก่อให้เกิด

ความเสียหายในวงกว้างได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า ชาวพยากรณ์อากาศ ไม่ใช่ใครจะรายงานอย่างไรก็ได้ การพยากรณ์อากาศเป็นศาสตร์ที่ต้องการผู้นำเสนอที่มีองค์ความรู้เรื่อง ดิน ฟ้า อากาศ และแผนที่เพียงพอ เพราะผลกระทบจากการนำเสนอแบบไม่มีองค์ความรู้ นอกจากจะสร้างความสับสนและความเสียหายให้กับผู้ชมแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของกรมอุตุนิยมวิทยาอีกด้วย (ต่อศักดิ์ วานิชขจร, 2554)

2) สถานที่ถ่ายทำ

จากการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากร ได้แก่ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบชาวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน โดยสถานที่ถ่ายทำชาวพยากรณ์อากาศที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การถ่ายทำในสตูดิโอ โดยใช้ฉากเสมือน (Virtual Studio) สอดคล้องกับงานวิจัยของหรรษรัตน์ คงพัฒนาเวทย์ (2553) ที่พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจ-สังคม ได้แก่ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวค่ำทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ที่นำเสนอด้วยเทคโนโลยี อิมเมอร์ซีฟ กราฟิก แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากการถ่ายทำในสตูดิโอ โดยใช้ฉากเสมือน (Virtual Studio) เป็นการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ขั้นสูงมาออกแบบสร้างฉากขึ้นมาในจอภาพ ซึ่งมีลักษณะเสมือนจริง และมีมิติเหมือนจริงมาก ผู้ประกาศข่าวสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับระบบเวอร์ชวลสตูดิโอได้ โดยสามารถนำเสนอข้อมูลได้หลากหลาย ทั้งกราฟิกประกอบข่าว ตาราง ภาพเคลื่อนไหว แอนิเมชัน ให้สามารถดูง่าย ชัดเจน และไม่ซับซ้อน (กิตติ สิงหาปัด และณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2554: 19-20) ซึ่งการสร้างสรรค์ฉากรายการข่าวโทรทัศน์เป็นสิ่งที่จะเพิ่มความน่าเชื่อถือและดูยิ่งใหญ่ให้กับรายการข่าวได้อีกอย่างหนึ่ง และทุกสถานีต่างต้องพยายามปรับปรุงฉากให้ออกมาดูสวยงามที่สุดเพื่อทำให้การนำเสนอข่าวมีสีสัน สนุก น่าติดตาม และไม่น่าเบื่อ (วศิน บุรณเหตุ, 2552)

3) ภาพประกอบข่าว

จากการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบชาวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยผู้ใหญ่ และกลุ่มวัยผู้สูงอายุ นิยมภาพประกอบข่าวไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่นิยมภาพประกอบข่าวในลักษณะภาพข่าวที่

อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง มีองค์ประกอบของความน่าสนใจ และมีคุณสมบัติด้านการสื่อความหมายของเรื่องที่ต้องการได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพราะรายการข่าวโทรทัศน์มีภาพเป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่องประกอบเสียง ซึ่งทำให้รายการข่าวมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวได้โดยไม่ต้องอธิบายรายละเอียดมาก (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 93) นอกจากนี้จากการวิจัยเชิงคุณภาพยังพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุ ให้ความสำคัญกับความคมชัดและความสว่างของภาพข่าวด้วย ซึ่งความคมชัดและความสว่างของภาพดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของคุณสมบัติที่ดีด้านกายภาพของภาพข่าว โดยนรินทร์ นำเจริญ (2549: 261-262) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติที่ดีของภาพข่าวไว้ว่า นอกจากภาพข่าวที่ดีจะมีคุณสมบัติด้านการสื่อความหมายแล้ว ยังต้องมีคุณสมบัติด้านกายภาพ ทั้งความคมชัด การจัดองค์ประกอบของภาพที่เหมาะสม ความสมดุล การวางมุมมอง ความลึก แสงเงา และความสว่าง จึงอาจกล่าวได้ว่า ภาพข่าวที่นำมาใช้ในข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์นั้น ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนทั้งด้านการสื่อความหมาย และด้านกายภาพ

ส่วนภาพกราฟิก ทั้งตัวอักษร (text) ภาพนิ่ง เช่น สัญลักษณ์ (icon) สัญลักษณ์ (symbol) และภาพเคลื่อนไหว เช่น แผนที่อากาศ ภาพดาวเทียม ใต้ใต้รายการ ต่างต้องออกแบบอย่างสร้างสรรค์ ชัดเจน และสวยงาม สอดคล้องกับงานวิจัยของนิศากร สุภาพ (2553) ที่พบว่า ผู้ชมรายการให้ความสนใจกับรูปแบบเลนศิลป์บนหน้าจอรายการข่าวโทรทัศน์ ในด้านกราฟิก (Graphic) โดยต้องทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ และมีการใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ชัดเจน เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรับรู้ข้อมูลของผู้ชม อีกทั้งยังมีส่วนช่วยเน้นเนื้อหาและสนับสนุนข้อมูลของข่าวให้ผู้ชมมีความเข้าใจมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของหรรษรัตน์ คงพัฒนาเวทย์ (2553) ที่พบว่า คุณสมบัติของการนำเสนอภาพข่าวด้วยเทคโนโลยี อิมเมอร์ซีฟกราฟิก ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ นั้น ผู้ชมเห็นด้วยว่า ภาพข่าวกราฟิกคงสอดคล้องกับเนื้อหาข่าว มีความสมจริง เข้าใจง่าย น่าสนใจ และแปลกใหม่

4) เสียงประกอบข่าว

ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าวแตกต่างกัน สอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า มีเพียงกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับเสียงประกอบข่าว โดยเสียงประกอบข่าวทั้งเสียงดนตรี (music) และเสียงพิเศษ (effect) ต้องได้รับการเลือกสรรมาเป็นอย่างดี เพื่อทำให้เกิดบรรยากาศ

อารมณ์หรือความรู้สึก ซึ่งเป็นไปตามหลักการใช้เสียงในรายการข่าวโทรทัศน์ โดยเสียงดนตรีต้องสะกดใจผู้ชมทันทีที่ได้ยิน ทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากติดตามรายการ เพิ่มเติมสีสันให้กับรายการ และยังมีผลต่อการรับรู้และการสื่อความหมายในเชิงสุนทรียศาสตร์ ส่วนเสียงพิเศษ เช่น เสียงฝนตก เสียงไซเรน เสียงฟ้าร้อง ต้องเป็นเสียงที่สร้างบรรยากาศแวดล้อม (creating environment) ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ และความรู้สึกร่วม พรรณาให้เห็นเหตุการณ์ (depicting) ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสร้างความรู้สึกให้แรงหรือเข้มข้นขึ้น (intensifying action) ในการดึงความสนใจของผู้ชมให้มาอยู่ที่สิ่งที่เราคิดว่าสำคัญ และเพื่อเป็นสัญลักษณ์ (being symbolic) หรือสื่อความหมายต่อเรื่อง (ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558: 31-32 และสทศศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548: 117-118) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมนทกานติ ธีรนนท์วัฒน์ (2544) ที่พบว่า เพลงมีหน้าที่ในการเล่าเรื่องเพื่อสื่อความหมายถึงเนื้อหาของละครโทรทัศน์ และยังช่วยเสริมสร้างอารมณ์และความรู้สึกของตัวละคร และยังมีหน้าที่ในการประกอบไตเติ้ลนำรายการและไตเติ้ลท้ายรายการเพื่อช่วยเสริมให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวได้มากยิ่งขึ้น

2.5 การสร้างการมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ John M. Cohen and Norman T. Uphoff (1970 อ้างถึงในณัฐนรี ไชยภักดี, 2552) ที่ว่า การที่ประชาชนจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ มากขึ้นเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบในหลายๆ ด้าน มิใช่ด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้น ดังจะเห็นได้ว่า ลักษณะของผู้เข้าร่วม องค์ประกอบทางภูมิศาสตร์ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ก็เป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐนรี ไชยภักดี (2552) ที่พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันด้วย นอกจากนี้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ ยังพบว่า กลุ่มวัยรุ่น สนับสนุนให้ข่าวพยากรณ์อากาศเปิดโอกาสให้ผู้ชมส่งคลิปรายงานสภาพอากาศ หรือจัดกิจกรรมต่างๆ ส่วนกลุ่มวัยผู้ใหญ่เห็นว่า การสร้างการมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์อากาศนี้ จะเป็นการเพิ่มความนิยมให้กับข่าวพยากรณ์อากาศมากขึ้น สอดคล้องกับหลักของการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ที่ว่า รายการโทรทัศน์ที่มีการสร้างสรรค์รายการที่ดี ผู้สร้างสรรค์จะต้องพยายามทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับการ (participation) อยู่ตลอดเวลา ทั้งการมีส่วนร่วมแบบโดยตรงและโดยอ้อม

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

เทคโนโลยีการสร้างภาพกราฟิกและเสียงประกอบข่าวที่นำมาเสนอในข่าวพยากรณ์อากาศนั้น แม้จะช่วยเพิ่มสีสัน และสร้างความแปลกใหม่ให้กับข่าวพยากรณ์อากาศ แต่ส่วนที่สำคัญที่สุดของรายการข่าวสำหรับผู้ชมก็ยังคงเป็นเนื้อหาข่าวที่น่าเสนอ ดังนั้นผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหา ส่วนกราฟิก เสียงประกอบ ให้มองเป็นส่วนเสริมที่จะทำให้รายการข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์น่าสนใจมากขึ้น

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เมื่อข่าวพยากรณ์อากาศ เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์กับผู้ชม รวมทั้งสามารถลดความเสี่ยงจากสาธารณภัยและเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับสาธารณภัยที่อาจเกิดขึ้นได้ ดังนั้นจึงควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการคัดเลือกสาร การจัดลำดับความสำคัญของข่าวพยากรณ์อากาศและการเตือนภัย รวมถึงรูปแบบการรายงานพยากรณ์อากาศของกรมอุตุนิยมวิทยาในฐานะผู้ส่งสาร (Source) แรกในกระบวนการสื่อสารว่ามีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่ประชาชนหรือไม่



บรรณานุกรม

- กมลასน์ เอียดศรีชาย และสุรพงษ์ โสณะเสถียร. 2557. การเปิดรับและความพึงพอใจของ
ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการพยากรณ์อากาศ แนวสาระบันเทิง “ฝนฟ้า
อากาศ”. การค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการบริการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิตติ สิงหาปัด. 2554. การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ หน่วยที่ 6-10. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2557. แผนยุทธศาสตร์กรมอุตุนิยมวิทยา พ.ศ.
2557-2560. [ออนไลน์]. แหล่งที่มาจาก http://www.tmd.go.th/aboutus/Tmd_plan-2557-2560.pdf [20 ตุลาคม 2558]
- กระทรวงมหาดไทย, กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. 2556. การลดความเสี่ยงจาก
สาธารณภัย. กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กรุงเทพมหานคร, สำนักผังเมือง, กองนโยบายและแผน. 2555. การศึกษาการส่งเสริมการ
ลงทุนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- กรุงเทพมหานคร, สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ, กลุ่ม
งานวิจัยและประเมินผล. 2558. สถิติกรุงเทพมหานคร ปี 2558. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2552. การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วน
จำกัดภาพพิมพ์.
- กุลธิดา สายพรหม. 2558. การสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย. วารสาร
รามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์ ปีที่ 35 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2559. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เกียรติสุดา ศรีสุข. 2552. ระเบียบวิธีวิจัย. เชียงใหม่: โรงพิมพ์ครองช่าง.
- จิรัชตา เอี่ยมรัมย์. 2554. การศึกษาความเหมือนและความแตกต่างของข่าวคำทีวีไทย ในช่วงปี
พ.ศ. 2551 ถึง พ.ศ. 2553. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชยุตม์ เหมจักร. 2544. ข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในทัศนะผู้สื่อข่าวและผู้รับสาร. วิทยานิพนธ์
นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชานนท์ เกษมวรรณกร. 2555. เทคโนโลยี VIRTUAL STUDIO งาน BOI FAIR 2011.
[ออนไลน์]. กรุงเทพฯ: แหล่งที่มาจาก <http://janonkas-arti3319.blogspot.com/2012/02/virtualstudio-boi-fair-2011.html?m=1> [12 มีนาคม 2558]

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชาย โพธิสิตา. 2556. **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชินกฤต อุดมลาภไพศาล. 2557. **คอนเทนต์รายการดี กราฟิกที่วิเศษในใจ**. [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ: แหล่งที่มาจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/580354> [25 มีนาคม 2558]
- ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. 2558. **การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-5**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัฐรี ไชยภักดี. 2552. **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ต่อศักดิ์ วานิชขจร. 2554. **กรมอุตุฯ จวกยับฟรีทีวีพยากรณ์อากาศไม่มีความรู้ สุดมั่ว**. [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ: แหล่งที่มาจาก <http://www.compagamer.com/home/91881/> [10 กรกฎาคม 2559]
- ธิดา ภูแสนธนาสาร. 2556. **ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์และความคิดเห็นต่อรายการข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธันวา จิตต์จุฬานนท์. 2542. **กว่าจะมาเป็น “ลมฟ้าพยากรณ์” ศึกษาเฉพาะกรณี สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5**. สารนิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตร์บัณฑิต สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ และขจรจิต บุณนาค. 2556. **พฤติกรรมกรรมการบริโภคข่าวต่างวัยในสังคมไทย** ในการประชุมเครือข่ายนักวิชาการและวิชาชีพสื่อมวลชน ประจำปี 2556 ยุทธศาสตร์เพื่ออนาคตวารสารศาสตร์ ครั้งที่ 5 ตอน “คนเปลี่ยน สื่อปรับ รุก-รับอย่างไร”. 19 กรกฎาคม 2556 ณ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต.
- ปรเมษฐ์ เศรษฐสุวรรณ. 2551. **เจตคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9 และทีไอทีวี)**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นรินทร์ นำเจริญ. 2549. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรายงานข่าว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นริศรา ขุนจันทร์. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์
ไทยพีบีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นลินี กองรอด. 2552. เกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกาศข่าวประจำสถานีวิทยุโทรทัศน์
กองทัพบก. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ โครงการบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ (สปท.)
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิศากร สุภาพ. 2553. ศึกษาแนวทางการออกแบบเลขนศิลป์ในรายการข่าวโทรทัศน์ไทย.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์. มหาวิทยาลัย
ศิลปากร.
- นัชชา กฤษณีไพบูลย์. 2552. กระบวนการสร้างสรรค์เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ (Immersive
Graphic) ประกอบการรายงานข่าวค่า 19.00 น. ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตร์บัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิเชษฐ วังศ์เกียรติ์ขจร. 2559. แนวทางเพื่อการเรียนรู้การวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ:
ส.เอเชีย เพรส (1989).
- ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค. 2555. การสำรวจความนิยมและความพึงพอใจต่อการรับชม
รายการโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนทั่วไปและชาวต่างประเทศที่
อาศัยอยู่ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- โพธิ์ชชันนิ่ง แม็กกาซีน (Positioning Magazine). 2552. ศึก “เรียลลิตี้ นิวส์” สงครามข่าว
รอบใหม่ ช่อง 3 ปะทะช่อง 7. [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ : แหล่งที่มาจาก
<http://positioningmag.com/11787> [5 พฤศจิกายน 2558]
- ภาคภูมิ วรรณภา. 2554. การเขียนข่าวเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: อินทนิล
- ภัทธีรา สารากรบริรักษ์. 2557. ผู้ประกาศและการใช้เสียงทางวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- มาลินี มีลาภสม. 2543. การเปิดรับ ความเข้าใจ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากข่าวพยากรณ์อากาศของผู้ประกอบอาชีพประมงในชุมชนบ้านแหลมหินและชุมชนบ้านสลักเพชรจังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มณฑกานติ ธีรนนท์วัฒน์. 2544. **หน้าที่และอัตลักษณ์ของเพลงละครโทรทัศน์.** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์ (การสื่อสารมวลชน). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รจิตลักษณ์ แสงอุไร. 2548. **การสื่อสารของมนุษย์.** กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี่.
- รัตติยา อังกุลานนท์. 2558. จับตาเรตติ้งเรียงช่องใหม่. [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ : แหล่งที่มาจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/635586> [5 พฤศจิกายน 2558]
- ลัดดา ไปษะพิสิษฐ์. 2544. **ความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารเศรษฐกิจที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานีประศาสน์. 2547. **ระเบียบวิธีวิจัย.** กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- วศิน บูรณเหตุ. 2552. **สตูดิโอเสมือน เจือนคมข่าว.** [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ : แหล่งที่มาจาก <http://www.positioningmag.com> [10 กรกฎาคม 2559]
- วริษา พันสพิบูลย์. 2557. **เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก (Immersive Graphic) กับการรายงานข่าวพยากรณ์อากาศ กรณีศึกษา รายการอุณหภูมิลูก สถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7.** สารนิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรบัณฑิต กลุ่มวิชาวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณดี สุทธิรักษากร. 2556. **การวิจัยเชิงคุณภาพ : การวิจัยในกระบวนการทัศน์ทางเลือก.** กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.
- วรพัฒน์ ทิวถนอม. 2556. **การพัฒนางานอดุณิยามวิทยาเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในการสัมมนาวิชาการวันอดุณิยามวิทยาโลก 2556 รู้เร็ว รู้ทัน รู้ป้องกันภัยธรรมชาติ.** 21 มีนาคม 2556 ณ ห้องประชุมบุศราคัม โรงแรมอมารี เอเทรียม กรุงเทพมหานคร.
- วีรพงษ์ พลนิกรกิจ. 2545. **การสื่อข่าว : หลักการและเทคนิค.** กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

บรรณานุกรม (ต่อ)

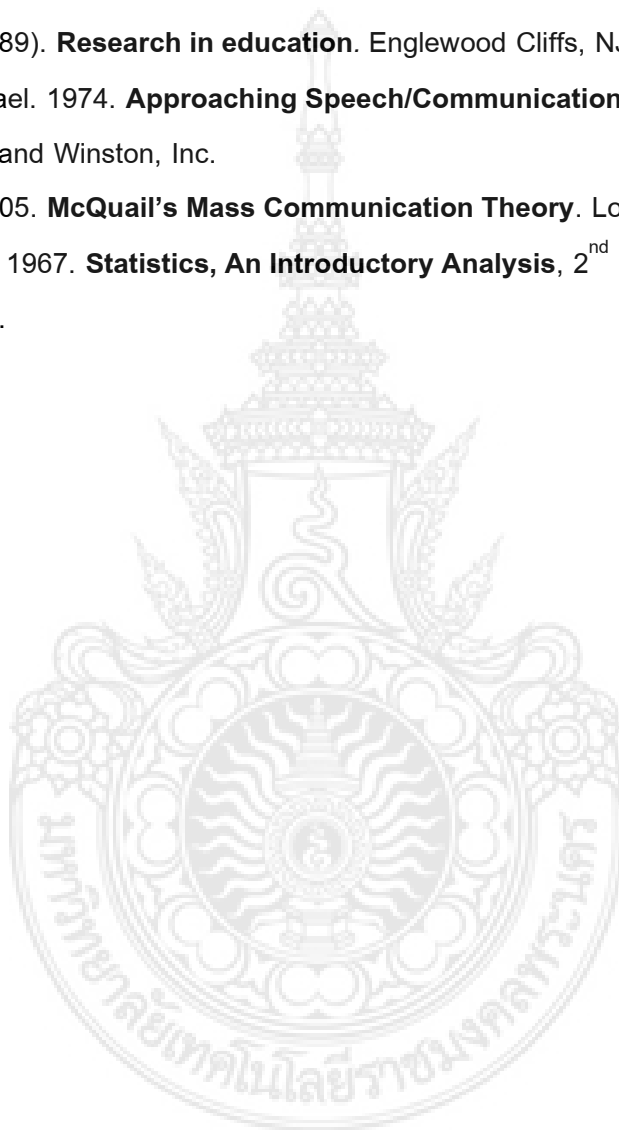
- วีรพงษ์ พลนิกรกิจ. 2552. **คู่มือการเป็นนักจัดรายการวิทยุ และผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์**.
กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์.
- ศกลวรรณ ศิริมาศ. 2554. **ความพึงพอใจการเปิดรับชมรายการข่าว 3 มิติ ทางสถานี
โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิวนาถ หงษ์ประยูตร. 2550. **ตระกูลรายการข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย พ.ศ. 2548**.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชา
การสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิวพงศ์ เหมือนพะวงศ์. 2552. **การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการข่าวช่วยชาวบ้าน
ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
นิเทศศาสตร์พัฒนาการ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศุกุลมาน เอี่ยมโอภาส. 2542. **บทบาทการสื่อสารเชิงอวัจนะของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ใน
ปัจจุบัน**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวาริชวิทยา ภาควิชาวาริชวิทยา
และสื่อสารการแสดง. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภรัศมี จิติกุลเจริญ. 2542. **ข่าววิทยุกระจายเสียง**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศุภลักษณ์ ด่านไพบูลย์. 2549. **รูปแบบ วิธีการนำเสนอ และปัจจัยที่มีผลต่อรายการ
สนทนาข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์สำรวจความคิดเห็นบ้านสมเด็จโพลล์. 2558. **ความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าว**.
[ออนไลน์]. กรุงเทพฯ: แหล่งที่มา จาก <http://news.thaipbs.or.th/content/836>
[5 พฤศจิกายน 2558]
- สงกรานต์ อักษร. 2559. **อุตุฯ ปรับใช้ภาษาเข้าใจง่าย รายงานข่าวพยากรณ์อากาศ**.
[ออนไลน์]. กรุงเทพฯ: แหล่งที่มาจาก <http://www.tnamcot.com/cotent/512606> [14
กรกฎาคม 2559]
- สมศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ. 2548. **การผลิตรายการโทรทัศน์สมัยใหม่สไตลอเมริกัน**. กรุงเทพฯ:
อี.ที พับลิชชิ่ง.
- สมสุข หินวิมาน และคณะ. 2557. **ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์**. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สมชาย ไบม่วง. 2555. อุตุนิยมวิทยากับการลดผลกระทบจากภัยพิบัติ. [ออนไลน์].
กรุงเทพฯ: แหล่งที่มา จาก http://sim.nbtc.go.th/images/document/disaster_presentation4.pdf [5 พฤศจิกายน 2558]
- สายสวรรค์ ขยันยิ่ง. 2553. เทคนิคการสื่อสารแบบผู้ประกาศข่าว. [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ: แหล่งที่มา จาก <http://www.saisawankhayanying.com/s-report/technical-communication/> [5 พฤศจิกายน 2558]
- สุธรรม รัตน์โชติ. 2551. การวิจัยเชิงพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
สุทธิ ชัดดียะ และวิไลลักษณ์ สุจิตตานนท์. 2553. แบบแผนการวิจัยและสถิติ. กรุงเทพฯ: เปเปอร์เฮ้าส์.
- สุชาติ อังค์สุวรรณ. 2543. การใช้กราฟิกในการนำเสนอข่าวโทรทัศน์. สารนิพนธ์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุสิทธิ์ วิทยารัฐ. 2545. การสื่อข่าว : หลักการและเทคนิค. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุนทร สกลวิสูตร. 2553. พฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- หรรษรัตน์ คงพัฒนาเวทย์. 2553. ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการนำเสนอภาพข่าวด้วยเทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟกราฟิกในรายการข่าวค่ำทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อานนท์ ตักดีวีรัชฎ์. 2559. **Big Data** กับพยากรณ์อากาศ. [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ: แหล่งที่มา จาก <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9590000083769> [24 สิงหาคม 2559]
- อินทุพิมพ์ เลิศวิริยะไพบูลย์. 2557. บทบาทและแนวทางการสื่อข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในช่วงวิกฤติน้ำท่วม พุทธศักราช 2554. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุตุนิยมวิทยา, กรม. 2558. วัสดุทัศน์และพันธกิจ. [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ : แหล่งที่มาจาก <http://www.tmd.go.th/aboutus/forecast.php> [5 มิถุนายน 2558]

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อุบลรัตน์ เฟื่องสถิตย์. 2534. **จิตวิทยาพัฒนาการ (PC 290)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Best, J. W. (1989). **Research in education**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Burgoon, Michael. 1974. **Approaching Speech/Communication**. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- McQuail, D. 2005. **McQuail's Mass Communication Theory**. London: Sage.
- Yamane, Taro. 1967. **Statistics, An Introductory Analysis**, 2nd Ed., New York: Harper and Row.



ภาคผนวก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย





แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ

รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม

แบบสอบถามความคิดเห็นฉบับนี้ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน 15 ข้อ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

ตอนที่ 3 รูปแบบและองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบสอบถามกรุณาอ่านอย่างละเอียด แล้วใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพื่อให้ผลการวิจัยเชื่อถือได้ ซึ่งความคิดเห็นของท่านถือเป็นความลับทางวิชาการจะไม่นำไปเปิดเผย ณ ที่ใดๆ ทั้งนี้โปรดทำแบบสอบถามความคิดเห็นทุกข้อ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ

() ชาย

() หญิง

อายุ

() 11-21 ปี

() 22-59 ปี

() 60 ปีขึ้นไป

ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() ปริญญาโทหรือสูงกว่า

อาชีพ

() นักเรียน

() นักศึกษา

() หน่วยงานราชการ/วิสาหกิจ

() พนักงานบริษัทเอกชน

() ลูกจ้าง

() ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

() เกษตรกร

() อื่นๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

ท่านเคยเปิดรับ (ดู) ข่าวพยากรณ์อากาศทางสถานีโทรทัศน์ใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ทิว 360 องศา

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

() ลมฟ้าพยากรณ์

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

() ฝนฟ้าอากาศ

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

() ลมฟ้าอากาศ

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

() สถานีอากาศ NBT

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

() ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ท่านเปิดรับ (ดู) ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์บ่อยครั้งเพียงใด

| ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | ความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | | | | |
|--|--|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|------------------------|
| | ดูทุกวัน (4) | ดู 5-6 วัน ต่อสัปดาห์ (3) | ดู 3-4 วัน ต่อสัปดาห์ (2) | ดู 1-2 วัน ต่อสัปดาห์ (1) | ไม่เคย ดูเลย (0) |
| 1) ทีวี 360 องศา สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 | | | | | |
| 2) ลมฟ้าพยากรณ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 | | | | | |
| 3) ฝนฟ้าอากาศ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 | | | | | |
| 4) ลมฟ้าอากาศ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ | | | | | |
| 5) สถานีอากาศ NBT สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย | | | | | |
| 6) ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส | | | | | |

ลักษณะการเปิดรับ (ดู) ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ของท่านเป็นแบบใด

- () ตั้งใจเปิดดูข่าวพยากรณ์อากาศอย่างสนใจตลอดทั้งรายการ
- () เปิดดูรายการข่าวภาคค่ำ จึงได้ดูข่าวพยากรณ์อากาศไปด้วย
- () เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อนขณะที่ท่านทำอย่างอื่น
- () ผู้อื่นเปิดข่าวพยากรณ์อากาศไว้ ท่านจึงนั่งดูไปเรื่อยๆ

ท่านมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับ (ดู) ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์เพื่ออะไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เพื่อติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศรายวัน ทั้งอุณหภูมิสูงสุด-ต่ำสุดของแต่ละภาคในประเทศไทย ปริมาณฝน คลื่นลม เมฆ และหมอก
- () เพื่อติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศของประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศในอาเซียน และต่างประเทศ
- () เพื่อติดตามการแจ้งเตือนภัย ในการเตรียมความพร้อมหากเกิดภัยพิบัติต่างๆ
- () เพื่อติดตามสถานการณ์สิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงของโลก
- () เพื่อวางแผนการท่องเที่ยว การทำเกษตรกรรม และการประมง
- () เพื่อนำเทคนิคต่างๆ ไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น วิธีรับมือกับหน้าร้อน โรคที่เกิดในฤดูร้อน
- () เพื่อฝึกทักษะภาษาอังกฤษ
- () มีส่วนร่วมในการรายงานสภาพอากาศผ่านการส่งภาพถ่าย คลิปวิดีโอ และแสดงความคิดเห็นในสื่อออนไลน์ (Facebook, line)
- () มีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่ทางรายการจัดขึ้น เพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกป่า สร้างฝาย หรือเก็บขยะ

ตอนที่ 3 รูปแบบและองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ท่านอยากให้มี (ปรากฏ) ในข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

9. ท่านชื่นชอบข่าวพยากรณ์อากาศในรูปแบบใด

- () รูปแบบข่าวอ่าน ที่นำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศข่าวอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้
- () รูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ที่นำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศหรือตัวละครร่วมถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการแสดงท่าทางและการพูด เพื่อโยงเข้าสู่เนื้อหาข่าว ผสมผสานกับการให้ผู้ประกาศข่าวอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้

| เนื้อหา และองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| 10. เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ 1) นำเสนอเกี่ยวกับลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้น ภายใน 6-24 ชั่วโมง 2) นำเสนอเกี่ยวกับการเตือนภัย 3) นำเสนอเกี่ยวกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงของโลก 4) นำเสนอเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การทำเกษตรกรรม และการประมง 5) นำเสนอเกี่ยวกับเทคนิคต่างๆ ที่นำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ | | | | | |
| 11. ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ 1) บุคลิกน่าเชื่อถือ ขณะนำเสนอ 2) น้ำเสียงน่าฟัง ชัดเจน และถูกอักขระ 3) นำเสนอด้วยความเข้าใจ 4) สีสันท่าทางในการนำเสนอน่าสนใจ 5) การแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย 6) การแต่งกายเหมาะสมกับเนื้อหา | | | | | |
| 12. สถานที่ถ่ายทำข่าวพยากรณ์อากาศ 1) ถ่ายทำในสตูดิโอ โดยใช้ฉากเสมือน (Virtual Studio) 2) ถ่ายทำนอกสถานที่ ตามจังหวัดต่างๆ | | | | | |
| 13. ภาพประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ 1) ภาพข่าวที่อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง หรือไฟป่า 2) แผนที่อากาศ 3) ภาพถ่ายจากดาวเทียม 4) สัญลักษณ์ (ICON) / สัญลักษณ์ (Symbol) | | | | | |

| เนื้อหา และองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์ อากาศทางโทรทัศน์ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| ของสภาพอากาศ เช่น พระอาทิตย์ ก้อนเมฆ มีดฝน 5) ภาพแสดงสภาพอากาศวันพรุ่งนี้ในแต่ละ ภาค เช่น อุณหภูมิสูงสุด-ต่ำสุด ปริมาณฝน เคลื่อนลม | | | | | |
| 14. เสียงประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ 1) มีเสียงดนตรี/เพลง (music) 2) มีเสียงประกอบ (effect) เช่น เสียงฝนตก เสียงไซเรน เสียงฟ้าร้อง | | | | | |
| 15. การสร้างการมีส่วนร่วม 1) ส่งภาพถ่าย คลิปวิดีโอ รายงานสภาพ อากาศ 2) จัดกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น การปลูกป่า สร้างฝาย หรือเก็บขยะ 3) เพิ่มช่องทางในการแสดงความคิดเห็นผ่าน สื่อออนไลน์ | | | | | |

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

“ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม”

ภาคผนวก

หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๔/๑๖๕๕



คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๓๙๙ ถนนสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๒ กรกฎาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขออนุญาตตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน รศ.วิมลพรรณ อภาเวท

รองอธิการบดีฝ่ายสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ด้วยนางสาวกุลธิดา สายพรหม อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้ดำเนินการจัดทำโครงการวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๙ เรื่อง รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม ทั้งนี้ทางคณะฯ จึงใคร่ขออนุญาตท่านผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังกล่าว เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต หากขัดข้องประการใด กรุณาแจ้งให้ทางคณะเทคโนโลยีสารสนเทศทราบ หรือที่นางสาวกุลธิดา สายพรหม หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๑-๕๕๙-๓๗๐๒ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรรถการ สัตยพานิชย์)

คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

โทรศัพท์ ๐-๒๖๖๕-๓๗๗๗ ต่อ ๖๘๕๔

โทรสาร ๐-๒๖๖๕-๓๘๒๗



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๔/๒๖๕๕

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๓๙๙ ถนนสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๒ กรกฎาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขอบขออนุญาตตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน อาจารย์บุศราศิริ ณะ

ผู้อำนวยการ สาขาโลก ดาราศาสตร์และอวกาศ สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ด้วยนางสาวกุลธิดา สายพรหม อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้ดำเนินการจัดทำโครงการวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๙ เรื่อง รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม ทั้งนี้ทางคณะฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังกล่าว เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ หากขัดข้องประการใด กรุณาแจ้งให้ทางคณะเทคโนโลยีสารสนเทศทราบ หรือที่นางสาวกุลธิดา สายพรหม หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๑-๕๙๙-๓๗๐๒ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรรถการ สัตยพานิชย์)

คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

โทรศัพท์ ๐-๒๖๖๕-๓๗๗๗ ต่อ ๖๘๕๔

โทรสาร ๐-๒๖๖๕-๓๘๒๗



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๔/๑๖๕๖

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๓๙๙ ถนนสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๒ กรกฎาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขอบขออนุเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน อาจารย์ชินกฤต อุดมลาภไพศาล
อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น

ด้วยนางสาวกุลธิตา สายพรหม อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้ดำเนินการจัดทำโครงการวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๙ เรื่อง รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้ชม โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม ทั้งนี้ทางคณะฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังกล่าว เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ หากขัดข้องประการใด กรุณาแจ้งให้ทางคณะเทคโนโลยีสารสนเทศทราบ หรือที่นางสาวกุลธิตา สายพรหม หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๑-๕๕๙-๓๗๐๒ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรรถการ สัตยพานิชย์)

คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ภาคผนวก

ประวัติผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



ประวัติผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. รองศาสตราจารย์วิมลพรรณ อภาเวท

ตำแหน่งปัจจุบัน รองศาสตราจารย์ ระดับ 9
รองอธิการบดีฝ่ายสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร และอาจารย์ประจำคณะ
เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2540)

ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน)
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2528)

2. อาจารย์บุศราศิริ ธนะ

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ชำนาญ สาขาโลก ดาราศาสตร์ และอวกาศ
สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท 1. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (คณิตศาสตร์ประยุกต์)
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (2541)
2. พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (สถิติประยุกต์ 1)
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (2539)

ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (ฟิสิกส์)
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2531)

2. อาจารย์ชินกฤต อุดมลาภไพศาล

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น

ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน)
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2550)

ปริญญาตรี ศึกษาศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) เกียรตินิยมอันดับ 1
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี (2543)

ภาคผนวก
แบบการสนทนากลุ่ม (focus group)



แบบการสนทนากลุ่ม (focus group)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

ชื่อ-นามสกุล.....

อายุ.....ระดับการศึกษา.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ใดที่ท่านชื่นชอบ

1. รูปแบบข่าวอ่าน.....

.....

2. รูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร.....

.....

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

1. เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม

.....

.....

.....

2. องค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม

2.1 ด้านผู้ประกาศ.....

.....

.....

2.2 ด้านภาพประกอบข่าว.....

.....

.....

2.3 ด้านเสียงประกอบข่าว.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก
ภาพบรรยากาศการสนทนากลุ่ม



ภาพบรรยากาศการสนทนากลุ่ม



ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย)
(ภาษาอังกฤษ) นางสาวกุลธิดา สายพรหม
Miss Kultida Sayprom
2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และ
วิทยุกระจายเสียง และหัวหน้างานบริการวิชาการแก่
สังคม คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
3. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
โทรศัพท์ 0-2282-9009 ต่อ 6854
โทรสาร 0-2628-5204
4. ประวัติการศึกษา ปริญญาโท : ศศ.ม. สาขาวิชาสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
ปริญญาตรี : กศ.บ. สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยทักษิณ จังหวัดสงขลา
5. ผลงานวิจัย กุลธิดา สายพรหม. 2556. การสื่อสารวิทยาศาสตร์ใน
รายการโทรทัศน์กับการมีเจตคติต่อวิทยาศาสตร์และ
เจตคติทางวิทยาศาสตร์. การประชุมวิชาการเสนอ
ผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัย
กรุงเทพธนบุรี (สหวิทยาการ เพื่อพัฒนาสู่อาเซียน)
16-17 มีนาคม 2556: 345-350.
กุลธิดา สายพรหม. 2558. การสร้างสรรค์ข่าว
พยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย. วารสารรามคำแหง
ฉบับมนุษยศาสตร์ ปีที่ 35 ฉบับที่ 1 มกราคม-
มิถุนายน 2559. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.