



กลยุทธ์การสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

กุลธิดา สายพรหม



งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2558  
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



**The Creative Strategy of Television Weather Forecast News in Thailand.**

**Kultida Sayprom**



**This Research was Funded by Faculty of Mass Communication  
TechnologyRajamangala University of Technology Phra Nakhon  
Year 2015**

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรค้ข้าวพญาภรณ์อากาศทางโทรทัศน้ไทยนี้ ได้รับความอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2558 ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้วิจัยขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์วิมลพรรณ อาภาเวท รองอธิการบดีฝ่ายสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร และอาจารย์อรุณการ สัตยพานิชย์ คณบดี คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้การสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลหลัก คุณธนินวัฒน์ พัฒนวีรคุณ คุณบุญรอด พันธุมณี คุณสุหัชชา คุณสุนิดา สวัสดิพรพัลลภ คุณวรัญญา นวกาลัญญู คุณเปรมสุตา สันติวัฒนา คุณอภิชน ลำเจียก คุณอำไพรัตน์ เตชะภูวภัทร คุณจันทิมา ศิลชาติ และคุณชนวรรณ มิลินทสูตร ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์และเล็งเห็นถึงความสำคัญของงานวิจัยนี้

ขอขอบคุณ อาจารย์ณริศา ชัยศุภมงคลลาภ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน้และวิทยุกระจายเสียง คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และอาจารย์ชนาภา หนูนาอ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช ที่ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลืออันประเมินค่ามิได้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาแต่คณาจารย์ทุกท่านที่ประสทาวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย

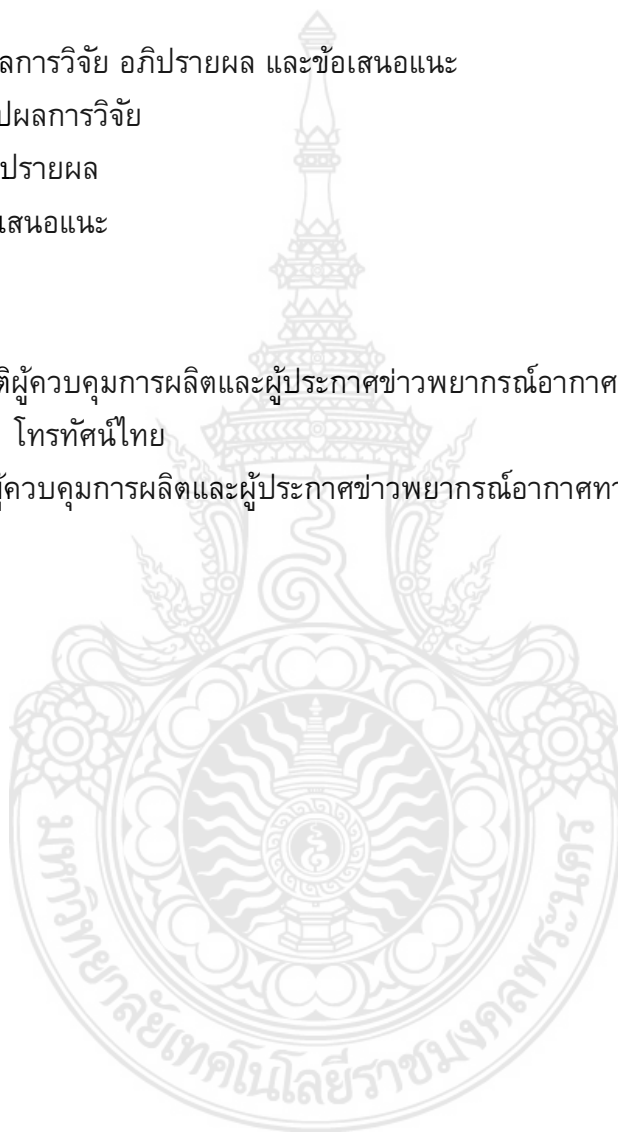
ผู้วิจัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
3. ขอบเขตของการวิจัย	4
4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
5. นิยามศัพท์เฉพาะ	4
6. กรอบแนวคิดการวิจัย	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
1. แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์	6
2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย	20
3. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกาศข่าว	25
4. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์	29
5. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสื่อโทรทัศน์	32
6. วิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	42
2. การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก	43
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
5. การวิเคราะห์ข้อมูล	45
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
1. รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย	48
2. กลยุทธ์การสร้างสรรคข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย	51

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
1. สรุปผลการวิจัย	75
2. อภิปรายผล	78
3. ข้อเสนอแนะ	84
บรรณานุกรม	85
ภาคผนวก	
ประวัติผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศทาง โทรทัศน์ไทย	91
ภาพผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย	96
ผู้วิจัย	100



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	ภาพกรอบแนวคิดการวิจัย	5
2.1	ภาพตัวอย่างไตเติ้ลทีวี 360 องศา	22
2.2	ภาพตัวอย่างไตเติ้ลลมฟ้าพยากรณ์	23
2.3	ภาพตัวอย่างไตเติ้ลฝนฟ้าอากาศ	23
2.4	ภาพตัวอย่างไตเติ้ลลมฟ้าอากาศ	24
2.5	ภาพตัวอย่างไตเติ้ลสถานีอากาศ NBT	25
2.6	ภาพตัวอย่างไตเติ้ลข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS	25
4.1	ภาพรูปแบบข่าวอ่าน, ลมฟ้าพยากรณ์	49
4.2	ภาพรูปแบบข่าวอ่าน, ทีวี 360 องศา	49
4.3	ภาพรูปแบบข่าวอ่าน, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS	50
4.4	ภาพรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร, ฝนฟ้าอากาศ	50
4.5	ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, ลมฟ้าพยากรณ์	53
4.6	ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, ทีวี 360 องศา	53
4.7	ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, ฝนฟ้าอากาศ	53
4.8	ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS	54
4.9	ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, สถานีอากาศ NBT	54
4.10	ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, ทีวี 360 องศา	55
4.11	ภาพผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS	58
4.12	ภาพผู้ประกาศข่าวสถานีอากาศ NBT	58
4.13	ภาพผู้ประกาศข่าวลมฟ้าอากาศ	58
4.14	ภาพตัวอย่างการแต่งกายของผู้ประกาศข่าวสถานีอากาศ NBT	59
4.15	ภาพตัวอย่างการแต่งกายของผู้ประกาศข่าวลมฟ้าพยากรณ์	59
4.16	ภาพตัวอย่างการแต่งกายของผู้ประกาศข่าวฝนฟ้าอากาศ	60
4.17	ภาพตัวอย่างลีลาการนำเสนอของผู้ประกาศข่าวฝนฟ้าอากาศ	60
4.18	ภาพตัวอย่างทำทีวี 360 องศา	61
4.19	ภาพตัวอย่างฉากเสมือนลมฟ้าพยากรณ์	64
4.20	ภาพตัวอย่างฉากเสมือนข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS	64

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.21	ภาพตัวอย่างฉากเสมือนฝนฟ้าอากาศ	65
4.22	ภาพตัวอย่างฉากเสมือนทีวี 360 องศา	65
4.23	ภาพตัวอย่างการถ่ายทำนอกสถานที่ฝนฟ้าอากาศ	66
4.24	ภาพตัวอย่างการถ่ายทำนอกสถานที่สถานีอากาศ NBT	66
4.25	ตัวอย่างภาพข่าว, สถานีอากาศ NBT	66
4.26	ตัวอย่างภาพข่าว, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS	67
4.27	ตัวอย่างภาพข่าว, ลมฟ้าอากาศ	67
4.28	ตัวอย่างภาพกราฟิก, ทีวี 360 องศา	68
4.29	ตัวอย่างภาพกราฟิก, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS	68
4.30	ตัวอย่างภาพกราฟิก, ฝนฟ้าอากาศ	68
4.31	ตัวอย่างภาพกราฟิก, ลมฟ้าอากาศ	69
4.32	ตัวอย่างภาพกราฟิก, ลมฟ้าพยากรณ์	69
4.33	ตัวอย่างภาพกราฟิก, สถานีอากาศ NBT	69
4.34	ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, ทีวี 360 องศา	70
4.35	ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, ลมฟ้าพยากรณ์	70
4.36	ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, ฝนฟ้าอากาศ	70
4.37	ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, ลมฟ้าอากาศ	71
4.38	ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, สถานีอากาศ NBT	71
4.39	ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS	71
4.40	ภาพตัวอย่างเฟสบุ๊ก, ทีวี 360 องศา	72
4.41	ภาพตัวอย่างการส่งรายงานสภาพอากาศจากผู้ชม, ทีวี 360 องศา	73
4.42	ภาพตัวอย่างเฟสบุ๊ก, ฝนฟ้าอากาศ	73
4.43	ภาพตัวอย่างการส่งคลิปรายงานสภาพอากาศจากผู้ชม, ฝนฟ้าอากาศ	74
4.44	ภาพตัวอย่างเฟสบุ๊ก, ลมฟ้าพยากรณ์	74

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (climate change) กำลังส่งผลกระทบต่อมนุษย์และสรรพชีวิตบนผืนโลก ซึ่งทั่วโลกต่างต้องเผชิญกับสถานการณ์จากอุณหภูมิที่สูงขึ้นระดับน้ำทะเลที่เพิ่มขึ้น ปริมาณน้ำฝนที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลให้เกิดน้ำท่วมอย่างหนัก และฝนแล้งในหลายพื้นที่ (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2550: 2) สำหรับประเทศไทยนับได้ว่าเป็นประเทศที่มีความล่อแหลมอย่างสูงต่อความแปรปรวนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เนื่องจากการดำรงชีวิตของประชาชนและการพัฒนาประเทศในภาพรวม ต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งนี้ประเด็นสำคัญที่สังเกตได้อย่างชัดเจนในปัจจุบัน คือ ประเทศไทยกำลังเผชิญกับสภาวะความรุนแรงของลมฟ้าอากาศและภูมิอากาศในรูปแบบของภาวะภัยแล้ง น้ำท่วม ตลอดจนสภาวะความรุนแรงของอุณหภูมิและคลื่นความร้อนที่นับวันจะทวีความรุนแรงและมีความถี่ของการเกิดบ่อยครั้งขึ้น ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อชีวิต ทรัพย์สิน สภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (แสงจันทร์ ลีมีจรกิจ, ทวีวงศ์ ศรีบุรี และอัศมน ลีมีสกุล, 2553: 1)

จากวิกฤตการณ์อุทกภัยที่เกิดขึ้นใน พ.ศ. 2554 โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่างๆ ในลุ่มน้ำเจ้าพระยาตอนล่าง จัดว่าเป็นมหาอุทกภัยที่ทำความเสียหายให้กับพื้นที่ชุมชน เขตเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม พื้นที่เกษตรกรรม ทรัพย์สินต่างๆ ตลอดจนมีประชาชนเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก อย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนในอดีต โดยสาเหตุสำคัญอยู่ที่สภาพท้องที่และความวิปริตผันแปรของธรรมชาติ นั่นก็คือ การเกิดฝนตกหนักและตกนาน ร่วมกับการกระทำของมนุษย์ที่ทำให้เกิดอุทกภัยในหลายท้องที่ ซึ่งทำให้มีความรุนแรงอย่างคาดไม่ถึง (ปราโมทย์ ไหมกัลด, 2555: 1) โดยธนาคารโลกได้ประเมินมูลค่าความเสียหายจาก ภัยพิบัติน้ำท่วมครั้งนั้นอยู่ที่ 1.44 ล้านล้านบาท ซึ่งคิดเป็นมูลค่าความเสียหายสูงสุด ลำดับที่ 4 ของโลก (กรมอุตุฯนิยมหาวิทยาลัย, 2557: 1)

ปราโมทย์ ไหมกัลด (2555: 3-4) อุดมคติอธิบายถึงกรรมชลประทานและกรรมกรมมูลนิธิชัฒนาศึได้ เสนอยุทธศาสตร์ในการจัดการปัญหาอุทกภัยอย่างยั่งยืน หรือการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม 3 แนวทาง ได้แก่ ยุทธศาสตร์ “สู้ภัย” เป็นยุทธศาสตร์ที่ต่อสู้กับเหตุการณ์ และปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นหลัก ยุทธศาสตร์ “ปรับตัว” เป็นยุทธศาสตร์การทำตัวให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมกับความสอดคล้องกับสภาพธรรมชาติและปัญหาที่เกิดขึ้น และยุทธศาสตร์ “หนีภัย” เป็นยุทธศาสตร์ในการพิจารณาดำเนินการก่อนที่ภัยจะเกิด ซึ่งยุทธศาสตร์เหล่านี้ล้วนต้องอาศัยความร่วมมือ



อย่างต่อเนื่องจากทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลและการเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นให้กับประชาชน เนื่องจากจะทำให้ประชาชนเกิดความตระหนัก ให้ความร่วมมือในการหาแนวทางดำเนินการเพื่อปรับตัวให้สอดคล้องและรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการเตรียมลดความสูญเสียหากเกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

แม้ว่ามหาอุทกภัยครั้งนี้จะเป็นการเปิดมิติใหม่ เกี่ยวกับการสื่อสารในภาวะวิกฤต โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ในการให้ความรู้ ความเข้าใจ และแจ้งเตือนเรื่องภัยพิบัติให้แก่ประชาชน แต่ก็ยังไม่สามารถทำหน้าที่ ในการสร้างอารมณ์ร่วมระหว่างผู้ชมได้เท่าที่ควร (สุภาพร โพธิ์แก้ว, 2555) อีกทั้งยังมีจุดอ่อนตรงที่การแปลงสาร ไม่สั้น กระชับ และเป็นศัพท์ที่ประชาชนฟังแล้วไม่เข้าใจ เพราะส่วนใหญ่จะเห็นว่าสื่อมวลชนจะนำสารจากหน่วยงานของรัฐมาอ่านให้ประชาชนฟัง ไม่มีการแปล เพื่อสร้างความตระหนักรู้ของประเทศไทยจะมีการทำตารางรูปภาพ และมีคนมาอธิบาย ทำให้ประชาชนเข้าใจง่ายขึ้น โดยใช้เวลาเพียงไม่นาน (มุทริกา พงษ์พงษ์, 2557) จึงนำมาสู่โจทย์ ข้อต่อไปว่า “สื่อ” ควรมีการนำเสนออย่างไรให้ผู้รับสารได้มีอารมณ์ร่วม และรู้สึกถึงความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น เสมือนอยู่ในเหตุการณ์จริง มิใช่เป็นเพียงผู้รับรู้เท่านั้น

สื่อโทรทัศน์นับเป็นสื่อที่ให้ความสำคัญกับการรายงานลักษณะลมฟ้าอากาศในภูมิภาคต่างๆ ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับภูมิภาคมาโดยตลอด ซึ่งนำเสนอในรูปแบบของข่าวพยากรณ์อากาศ (weather forecast news) ทั้งข้อมูลแผนที่อากาศ (weather chart) คำอธิบายลักษณะอากาศ คำพยากรณ์อากาศ ภาพถ่ายดาวเทียมและเรดาร์ตรวจอากาศ การแจ้งเตือน และการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้อง (ปานทิพย์ อัจฉนวนานิช, 2558: 1)

ปัจจุบันผู้ผลิตข่าวพยากรณ์อากาศได้พยายามคิดค้น เปลี่ยนแปลงชนบหรือวิธีการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศให้แปลกใหม่ แหกแนวไปจากลักษณะการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศในอดีตอย่างเห็นได้ชัด โดยนรินทร์ ใจหวัง (2557) กล่าวว่า ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา รายการข่าวในช่องฟรีทีวีเกือบทุกช่องพยายามเปลี่ยนแปลง ปรับตัว เพื่อแข่งขันกับ ช่องใหม่ๆ ที่มีมากขึ้น ซึ่งในช่วงเวลาของข่าวพยากรณ์อากาศถึงแม้จะเป็นห้วงเวลาสั้นๆ แต่ก็ถูกปรับให้นำเสนอใจยิ่งขึ้น โดยเหตุผลหนึ่งก็เพื่อให้ผู้ชมตระหนักถึงความจำเป็นในการเสพยากรณ์ประเภทนี้ นอกจากนี้ยังได้มีการแสดงทัศนคติถึงข่าวพยากรณ์อากาศในมุมมองที่น่าสนใจ ดังนี้

“ฝนฟ้าอากาศ” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่ถูกกล่าวถึงว่าเป็นข่าวพยากรณ์อากาศที่แปลกแหวกแนว และมีความใกล้ชิดเป็นกันเองกับผู้ชมค่อนข้างสูง โดยเฉพาะบุคลิกของคุณเปรมสุดา สันติวัฒนา ผู้ประกาศที่เต็มไปด้วยรอยยิ้ม ลีลาในการนำเสนอการแต่งกายที่เข้ากับกระแส ประกอบกับเทคโนโลยีเวิร์ชวลสตูดิโอ (virtual studio) ที่ทำให้การพยากรณ์อากาศดูสนุกสนาน ไม่น่าเบื่อ และเข้าใจได้มากขึ้น

อีกหนึ่งข่าวพยากรณ์อากาศที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น “ทีวี 360 องศา” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 กับทำนั้ชี้หมุนทวนเข็มนาฬิกา พร้อมคำประจำตัวว่า “เพราะนี่คือทีวีสามร้อยหกสิบองศา” โดยคุณธนินวัฒน์ พัฒนวีรคุณ ที่แม้ว่าการแต่งกายของผู้ประกาศจะเป็นแบบสากลเคร่งขรึม ไม่เน้นลีลา หรือสีสันในการนำเสนอ แต่ความน่าสนใจ คือ เนื้อหาที่เจาะลึก กราฟิกที่น่าสนใจ และรายงานพิเศษที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงความถี่ในการออกอากาศ ทำให้ข้อมูลค่อนข้างแม่นยำ

นอกจากนี้ยังมี “ลมฟ้าพยากรณ์” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่นำ 2 ฝ่าย คุณสหัสชา สวัสดิพรพัลลภ และคุณสุนิดา สวัสดิพรพัลลภ ผู้ประกาศที่มีบุคลิกสดใส น่ารัก มาผสานพลังช่วยกันรายงานข่าวพยากรณ์อากาศ ที่มาพร้อมกับคำพูดประจำตัวอย่าง “ไม่ว่าจะมีฝนหรือจะมีแดด อย่าลืมมาตรวจสอบกับแฝดลมฟ้าพยากรณ์” ประกอบกับการใช้เทคโนโลยีเวิร์ทวอลสตูดิโอ (virtual studio) จึงทำให้ข่าวพยากรณ์อากาศน่าสนใจมากขึ้น

“ลมฟ้าอากาศ” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ก็มีกรเปลี่ยนแปลงจากในอดีตเช่นกัน ซึ่งแต่เดิมจะแสดงเพียงตัวหนังสือให้ผู้ชมดูว่าแต่ละที่มีสภาพอากาศเป็นอย่างไร ไม่มีผู้ประกาศ ต่อมาได้ปรับเปลี่ยนให้มีผู้ประกาศข่าวที่มีบุคลิก หน้าตาสดใส อย่างคุณอำไพรัตน์ เตชะภูวภัทร มาเป็นส่วนดึงดูดใจผู้ชม พร้อมกับการพัฒนากราฟิกที่น่าสนใจขึ้น ถึงแม้ว่าการนำเสนอจะไม่หวือหวา แต่ความสดใสของผู้ประกาศก็ดึงดูดความสนใจผู้ชมได้ไม่น้อย

“ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส โดยคุณธนวรรณ มลิณทสูตร และ “สถานีอากาศ NBT” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย โดยคุณจันทิมา ศิลชาติ แม้จะยังคงยึดแนวปฏิบัติของการรายงานข่าวที่มีลักษณะแบบเดิมให้ได้มากที่สุด ทว่ายังมีกรสอดแทรกเนื้อหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องระหว่างสภาพอากาศกับวิถีชีวิตของผู้ชม

การปรับเปลี่ยนของรูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยดังกล่าว นับเป็นกลยุทธ์การสร้างสรรคที่ทุกสถานีโทรทัศน์ต่างนำมาใช้เพื่อหวังสร้าง “เรตติ้ง” หรือสร้างความนิยมในการชมให้สูงขึ้น ซึ่งเป็นการสะท้อนผลในทางธุรกิจหรือรายได้ของสถานีโทรทัศน์ ดังนั้นการศึกษาวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงกลยุทธ์การสร้างสรรคข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยของแต่ละสถานีให้มากขึ้น ทั้งในด้านเนื้อหา ผู้ประกาศ วิธีการนำเสนอ การสร้างกรมีส่วนร่วม และยังนำไปสู่การหาข้อสรุปในฐานะทางเลือกใหม่ของรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยในยุคดิจิทัลทีวีได้อีกด้วย

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย
- 2.2 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างสรรคข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

### 3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะผู้ควบคุมการผลิต (producer) และผู้ประกาศ (announcer) ชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร

3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะรูปแบบและกลยุทธ์การสร้างสรรคชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข่าวสารด้าน สภาพภูมิอากาศ การรายงานสภาพอากาศ การแจ้งเตือนภัย และยังคงดำเนินการออกอากาศในขณะที่ศึกษา ได้แก่ ทีวี 360 องศา ลมฟ้าพยากรณ์ ฝนฟ้าอากาศ ลมฟ้าอากาศ สถานีอากาศ NBT และชาวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2557 - 30 กันยายน พ.ศ. 2558

### 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ได้ทราบถึงรูปแบบการนำเสนอชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

4.2 ได้ทราบถึงกลยุทธ์การสร้างสรรคชาวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

4.3 ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางในการผลิต ปรับปรุง สร้างสรรค และพัฒนาชาวพยากรณ์อากาศให้กับสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล สถานีโทรทัศน์เคเบิลทีวี และสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมได้

### 5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 กลยุทธ์การสร้างสรรค หมายถึง แนวทางในการนำเสนอรายการให้มีความน่าสนใจและบรรลุเป้าหมายสูงสุดของแต่ละสถานีโทรทัศน์ในการตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ผู้ชม สร้างอัตราความนิยมของผู้ชม และสร้างคุณค่าด้านสารประโยชน์ต่อสังคม

5.2 ชาวพยากรณ์อากาศ หมายถึง การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศ อุณหภูมิ สภาพะฝนตก การทำนายสภาพอากาศที่จะเกิดขึ้น การแจ้งเตือน และการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้อง โดยผ่านสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ ทีวี 360 องศา ลมฟ้าพยากรณ์ รายการฝนฟ้าอากาศ ลมฟ้าอากาศ สถานีอากาศ NBT และชาวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

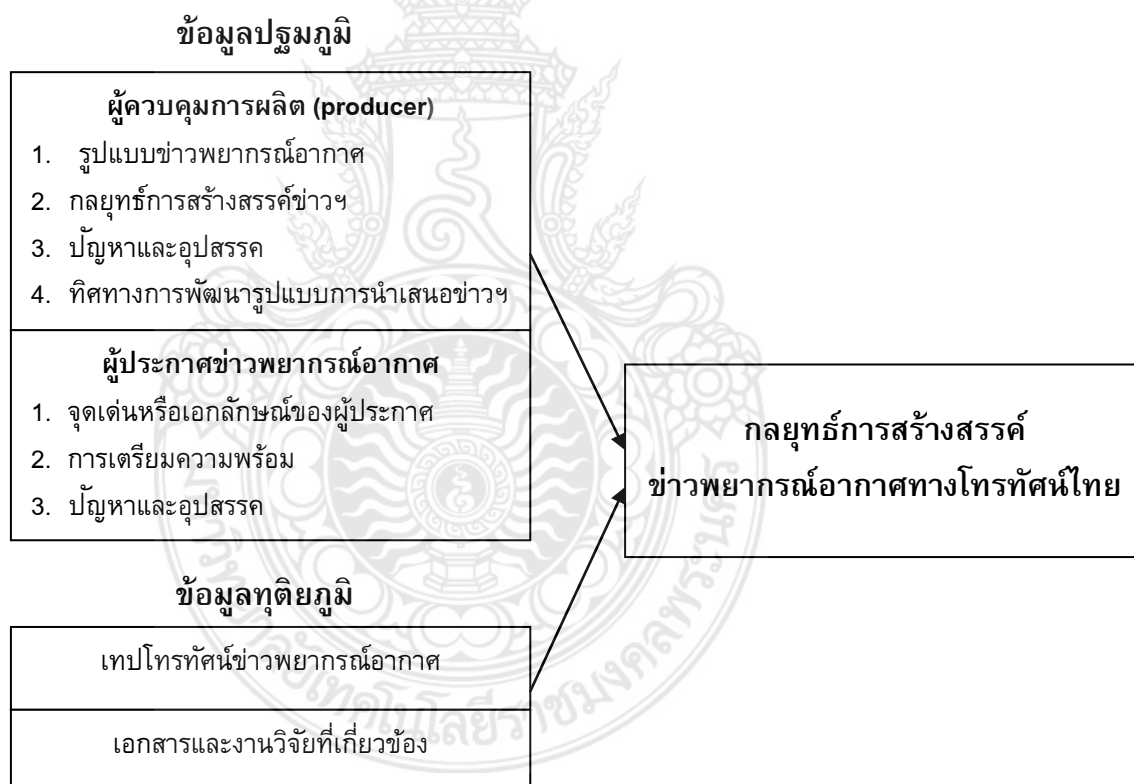
5.3 โทรทัศน์ไทย หมายถึง สถานีโทรทัศน์แบบไม่บอกรับสมาชิก (Free TV) ในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 สถานี ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

5.4 รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศ หมายถึง ลักษณะและวิธีการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ มี 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบข่าวอ่าน และรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร

5.5 ผู้ควบคุมการผลิต (producer) หมายถึง บุคคลที่มีหน้าที่ในการคิดสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศ ทั้งในด้านการวางแผน กำหนดรูปแบบ คัดเลือกผู้ประกาศ และงบประมาณ

5.6 ผู้ประกาศ (announcer) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข้อมูล เนื้อหาสาระเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารด้านสภาพอากาศ อุณหภูมิ สภาวะฝนตก การทำนายสภาวะอากาศที่จะเกิดขึ้น การแจ้งเตือน และการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้อง

## 7. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรค้ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์
2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย
3. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกาศข่าว
4. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างสรรค้รายการโทรทัศน์
5. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสื่อโทรทัศน์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์

รายการข่าวโทรทัศน์เป็นอีกรายการหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเรื่องราว หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้กับผู้ชมได้รับรู้ข้อมูลต่างๆ ซึ่งถือว่าได้รับความนิยมจากผู้ชมเสมอมา (นัชชา กฤษณีไพบูลย์, 2552: 4) รายการข่าวโทรทัศน์ได้พัฒนารูปแบบมาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งปัจจุบันเป็นรายการที่ออกอากาศอยู่ทุกสถานี สำหรับประเทศไทย สถานีโทรทัศน์แบบไม่บอกรับสมาชิก (Free TV) ในระบบแอนะล็อกทุกช่อง ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ได้ผลิตและออกอากาศรายการข่าวของสถานีเอง เพื่อให้คนทั่วไปติดตามความเป็นไปของสังคม รวมทั้งสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 90) ทั้งนี้ข่าวที่ปรากฏอยู่ในรายการโทรทัศน์มีมากมายหลายประเภท ขึ้นอยู่กับความคิด ทศนะคติ ประสบการณ์ และการถือปฏิบัติของผู้จำแนกเป็นสำคัญ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545: 59)

##### 1.1 ประเภทของข่าวโทรทัศน์

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

### 1.1.1 ประเภทของข่าวโทรทัศน์จำแนกตามเนื้อหาของข่าว

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

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

1.1.1.3 เนื้อหาข่าวโฆษณาทางธุรกิจ (commercial content) เนื้อหาข่าวประเภทนี้ ได้แก่ ข่าวเปิดตัวสินค้า ข่าวแนะนำบริการใหม่ของธุรกิจ

### 1.1.2 ประเภทของข่าวโทรทัศน์จำแนกตามพื้นที่ขอบเขตการทำข่าว

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545: 60) ได้จำแนกประเภทของข่าวโทรทัศน์ตามพื้นที่ขอบเขตการทำข่าว ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1.2.1 ข่าวท้องถิ่น (local news) เป็นข่าวที่เกิดขึ้นในพื้นที่นอกเขตเมืองหลวง ตามเมืองใหญ่ ชุมชนอื่นๆ ที่ไกลจากเมืองหลวง โดยผลกระทบจากข่าวเป็นระดับชุมชนหรือท้องถิ่น

1.1.2.2 ข่าวระดับชาติ (national news) เป็นข่าวที่เกิดขึ้นในเขตเมืองหลวงและปริมณฑล โดยผลกระทบจากข่าวเกิดกับคนจำนวนมาก

1.1.2.3 ข่าวต่างประเทศ (foreign news) เป็นข่าวที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ โดยมีผลกระทบต่อมนุษยชาติในประเทศอื่นๆ ทั่วโลก

## 1.2 แหล่งข่าว

แหล่งข่าว (news source) คือ บ่อเกิดหรือที่มาของข่าวสารทุกชนิด ไม่ว่าจะข่าวนั้นจะเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติหรือพฤติกรรมทางสังคมที่มีความไม่เป็นปกติวิสัยเกิดขึ้น ดังนั้นแหล่งข่าวจึงเป็นรากเหง้าของข่าวทั้งหมด และยังเป็นตัวกำหนดทิศทางข่าวสารในทิศทางต่างกัน (พิศิษฐ์ ชาวลาวัช และคณะ, 2549: 47) สำหรับการศึกษาวิจัยนี้ได้จำแนกประเภทของแหล่งข่าวตามลักษณะที่มาของข้อมูลข่าวสาร (ภาคภูมิ พรรณภา, 2554: 54) ดังนี้

1.2.1 แหล่งข่าวประจำ หมายถึง บุคคลหรือสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของข่าวที่ผู้สื่อข่าวได้รับมอบหมายจากบรรณาธิการ เช่น ผู้สื่อข่าวประจำกระทรวงต่างๆ ก็มีหน้าที่ติดตามแหล่งข่าวที่สำคัญ คือ รัฐมนตรีและรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวง รวมทั้งข้าราชการประจำที่มีบทบาทสำคัญด้วย ผู้สื่อข่าวประจำกรมหรือสถานีตำรวจ ผู้สื่อข่าวจะต้องรับผิดชอบติดตามข่าวอยู่เป็นประจำทุกวัน

1.2.2 แหล่งข่าวพิเศษ หมายถึง บุคคลหรือสถานที่ที่บรรณาธิการส่งไปทำข่าวโดยเฉพาะ อาจเป็นข่าวที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน และแหล่งข่าวที่มีได้เป็นผู้ให้ข้อมูลแก่ผู้สื่อข่าว

เป็นประจำ แต่อาจเป็นพลเมืองดีโทรศัพท์ มาชี้เบาะแสต่างๆ การได้รับเบาะแสทางโทรศัพท์ จากพลเมืองดีที่รู้ข้อมูลรายละเอียดกรณีดังกล่าวโทรแจ้งกับผู้สื่อข่าว ผู้สื่อข่าวต้องระมัดระวัง และตรวจสอบข้อมูลเป็นพิเศษเช่นกัน เพราะข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข่าวประเภทนี้อาจไม่ ถูกต้องครบถ้วนและคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงได้

1.2.3 แหล่งข่าวจากเอกสารเผยแพร่ อาจจะเป็นข่าวแจกจากหน่วยงานต่างๆ ไปปบลิว แดลงการ์ณ เอกสารเผยแพร่ทางวิชาการเหล่านี้ อาจสามารถเป็นแหล่งข่าวเบื้องต้น สำหรับผู้สื่อข่าวเพื่อติดตามเสาะหาข้อมูลจากแหล่งข่าวอื่นๆ เพิ่มเติมได้

1.2.4 แหล่งข่าวจากสำนักข่าว (news agency) เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจการ ขยายข่าวให้แก่สมาชิกหรือลูกค้าทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งมีทั้งที่เป็นสำนักข่าวของรัฐและเอกชน สำหรับสำนักข่าวต่างประเทศที่มีตัวแทนข่าวข่าวอยู่ในประเทศไทย 4 สำนักข่าว คือ สำนักข่าวเอพี ของสหรัฐอเมริกา (Associated Press) สำนักข่าวยูพีไอของสหรัฐอเมริกา (United Press International) สำนักข่าวรอยเตอร์ของอังกฤษ (Reuter) และสำนักข่าวทาสส์ของสหภาพโซเวียต (Tass) ในขณะที่ สำนักข่าวที่เป็นองค์กรขยายข่าวในประเทศไทย ได้แก่ สำนักข่าวไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัด องค์กรการสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ นอกจากสำนักข่าวจะขยายข่าวแล้ว สำนักข่าวบางแห่งยังให้ การบริการขายภาพถ่าย สารคดี บทวิเคราะห์ บทวิจารณ์ การ์ตูนล้อเลียน และผลผลิตอื่นอันเกิดจาก ข่าวด้วย

1.2.5 แหล่งข่าวจากอินเทอร์เน็ต เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข่าวที่มีความสำคัญมากในปัจจุบัน เพราะสามารถตรวจสอบข้อมูลได้รวดเร็ว และสามารถสืบค้นข้อมูลที่ หลากหลาย อีกทั้งยังสามารถใช้เพื่อป้องกันการตกข่าวได้

นอกจากการจำแนกประเภทของแหล่งข่าวตามลักษณะที่มาของข้อมูลข่าวสารแล้ว เราสามารถแบ่งแหล่งข่าวตามสภาพภูมิศาสตร์ได้เป็น 2 ประเภท คือ แหล่งข่าวต่างประเทศ (regional news sources) และแหล่งข่าวภายในประเทศ (local news sources)

### 1.3 รูปแบบรายการข่าวโทรทัศน์

รายการข่าวโทรทัศน์ได้พัฒนารูปแบบ และวิธีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง จากอดีตที่มี แต่รายการข่าวอ่าน (news programme) จนกระทั่งปัจจุบันรายการข่าวมีรูปแบบการนำเสนอที่ หลากหลาย และมีจำนวนรายการเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการ และเพื่อแก้ปัญหาความซ้ำซากของรายการ เนื่องจากเนื้อหาของข่าวของแต่ละสถานีในแต่ละวัน อาจซ้ำหรือคล้ายคลึงกัน (กิตติ กันภัย และศิรินารถ หงษ์ประยูร, 2551: 2) จึงทำให้แต่ละสถานี ได้คิดค้นรูปแบบการรายงานข่าวแบบใหม่ๆ (inventions) และนำเสนอรายการข่าวรูปแบบต่างๆ ไม่เฉพาะรายการข่าวปกติที่มีผู้ประกาศนั่งอ่านข่าว หรือรายงานข้อมูลแต่เพียงอย่างเดียว โดย รูปแบบการนำเสนอรายการข่าว (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 94-97) มีดังนี้

1.3.1 รายการข่าวอ่าน (news programme) เป็นรายการที่มีอยู่ทุกสถานีโทรทัศน์ นำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศข่าวอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ โดยเรียงลำดับประเด็นข่าวที่สำคัญที่สุดหรืออยู่ในความสนใจของสาธารณชนมากที่สุดจากมากไปหาน้อย ทั้งนี้วิธีการนำเสนอจะต้องใช้ภาษาที่สั้น กระชับ ไม่ใส่ความคิดเห็นของผู้ผลิต หรือผู้รายงานข่าว

1.3.2 ข่าวสั้น ข่าวด่วน หรือข่าวต้นชั่วโมง (breaking news) เป็นรายการข่าวที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เป็นระยะๆ ตลอดทั้งวัน โดยทั่วไปจะออกอากาศทุกต้นชั่วโมง การนำเสนอรายการข่าวสั้นใช้รูปแบบใกล้เคียงกับรายการข่าวอ่าน (news programme) คือ ให้ผู้ประกาศอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ซึ่งจะสอดคล้องกับภาพข่าวที่นำเสนอ โดยเรียงลำดับความสำคัญของข่าวตามที่กองบรรณาธิการกำหนด

1.3.3 รายการสัมภาษณ์ข่าว (news interview) เป็นรายการข่าวที่นำเสนอข้อมูลข้อเท็จจริง และความคิดเห็นผ่านการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือบุคคลในข่าวโดยละเอียด ซึ่งผู้ดำเนินรายการและผู้ถูกสัมภาษณ์จะพูดคุยในประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจ อาจจะเป็นข้อมูลใหม่ ข้อมูลเชิงลึก หรือรายละเอียดของเหตุการณ์ โดยผู้ดำเนินรายการจะมีบทบาทในการควบคุมเนื้อหา ซึ่งจะต้องใช้จังหวะ ลีลา และการบ่อนคำถาม รายการข่าวประเภทนี้จึงไม่มีบทสำหรับอ่าน แต่จะใช้คำถามที่เตรียมไว้ ร่วมกับคำถามที่ผู้ดำเนินรายการคิดขึ้น

1.3.4 รายการวิเคราะห์ข่าว (news analysis) เป็นรายการข่าวที่ให้สาระและข้อมูลเบื้องต้น เบื้องหลังของเหตุการณ์ รวมทั้งชี้ให้เห็นถึงความหมายหรือนัยของข่าว และผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้ชมได้รับความรู้ พร้อมกับการให้ข่าวสาร โดยผู้วิเคราะห์ข่าวซึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการจะต้องมีความรู้ และความเชี่ยวชาญในประเด็นที่วิเคราะห์ โดยรายการข่าวประเภทนี้อาจมีแต่การวิเคราะห์ข่าวเพียงอย่างเดียวจนจบรายการหรืออาจใช้การผสมผสานหลายรูปแบบ ทั้งการรายงานข่าว หรือการสัมภาษณ์ควบคู่กันไปด้วย

1.3.5 รายการสนทนาข่าว (news talk) เป็นรายการข่าวที่นำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นระหว่างผู้ดำเนินรายการ ซึ่งอาจมี 2-3 คน โดยทั้งหมดจะสนทนากันเอง และสนทนากับผู้ชม ด้วยท่าทีสบายๆ และเป็นกันเอง สำหรับข่าวที่รายงานอาจนำมาจากการติดตามทำข่าวของสถานีเองหรือนำมาจากสื่ออื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต แล้วนำมาเล่าหรือวิจารณ์โดยไม่จำเป็นต้องมีบทข่าว เพราะภาพและเสียงจริงของเหตุการณ์อาจไม่สำคัญเท่ากับลีลา บุคลิกภาพ และความสามารถของผู้ดำเนินรายการ ปัจจุบันรายการข่าวรูปแบบนี้เป็นที่นิยมในประเทศไทย บางครั้งเรียกรายการข่าวรูปแบบนี้ว่า รายการเล่าข่าว หรือรายการคุยข่าว

1.3.6 รายการนิตยสารข่าว (news magazine) เป็นรายการข่าวที่มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย เปรียบเสมือนนิตยสารที่มีหลายคอลัมน์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม โดยอาจเริ่มรายการด้วยการรายงานข่าวสั้นหรือสรุปข่าว ต่อจากนั้นเป็นการวิจารณ์ข่าว หรือเน้นการพูดคุยหรือเล่าข่าวในประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจในของสาธารณชน



#### 1.4 ลักษณะโครงสร้างของรายการข่าวโทรทัศน์

รายการข่าวโทรทัศน์ 1 รายการ มีข่าวสั้นเล็กๆ อยู่เป็นจำนวนมาก แต่ละขั้ข่าวเหล่านั้นจะถูกจัดอยู่เป็นหมวดหมู่อย่างมีระเบียบเป็นช่วง (segment) ในรายการอย่างเหมาะสม (ศิริพงศ์ เหมือนพะวงศ์, 2551: 17-18) ประกอบด้วย

1.4.1 ข่าวภายในประเทศ เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นประจำวันภายในประเทศที่น่าสนใจ เป็นประโยชน์ด้านข่าวสารสำหรับการดำรงชีวิตประจำวันของผู้ชม เหตุการณ์เหล่านั้นอาจจะเกิดขึ้นวันนี้ หรือได้เกิดขึ้นเมื่อวาน และแม้กระทั่งเกิดขึ้นเมื่อสัปดาห์ เดือน และปีที่แล้ว แต่ต่อเนื่องมาจากเหตุการณ์นั้นเกิดความน่าสนใจในวันนี้ เหตุการณ์ที่เป็นข่าวนั้นอาจจะเป็นเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐในสาขาต่างๆ เกี่ยวข้องกับเอกชน ประชาชน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การทหาร ตลอดจนศาสนา ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และประเพณีภายในประเทศ

1.4.2 ข่าวต่างประเทศ เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ ซึ่งเป็นที่สนใจโดยทั่วไปในสังคมโลก โดยอาจจะเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ภายในประเทศหรือไม่ก็ตาม ข่าวในประเทศและข่าวต่างประเทศมักถูกจัดหมวดหมู่ไว้ในช่วงเวลาของรายการที่แตกต่างกัน ไม่นำเสนอคละเคล้ากัน

1.4.3 ข่าวสภาพดินฟ้าอากาศและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการดำรงชีวิตของผู้ชมในแต่ละวัน ส่วนมากขึ้นอยู่กับการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งเป็นหลัก เช่น การเดินทางออกจากบ้านไปที่ทำงานแล้วกลับบ้าน ไปจ่ายตลาด หรือข่าวประมงที่ต้องออกทะเลหาปลา ชาวนาที่รอฝนฟ้าเพื่อไถนาปลูกข้าว ตลอดจนผู้บริหารที่จะต้องเดินทางไปสัมมนาต่างประเทศ เหล่านี้ล้วนต้องขึ้นอยู่กับดินฟ้าอากาศทั้งสิ้น ยิ่งในบางประเทศที่มีอากาศแปรปรวนบ่อยๆ การพยากรณ์อากาศจะทำให้เราสามารถคาดการณ์อนาคตของสภาพดินฟ้าอากาศประจำวันได้ ซึ่งมีผลอย่างยิ่งต่อการประกอบภารกิจประจำวัน เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้จัดรายการข่าวทั้งหลายต่างเห็นพ้องต้องกันถึงความสำคัญของการรายงานสภาพดินฟ้าอากาศ จึงได้ประยุกต์การรายงานดังกล่าวในรูปแบบต่างๆ กัน เพื่อนำเสนอให้ผู้ชมทั้งหลายได้รับทราบ ทั้งเป็นการบอกกล่าว เตือนให้เตรียมตัว และในบางกรณีถึงกับห้ามเดินทาง การรายงานสภาพดินฟ้าอากาศนี้มักจะอยู่ในช่วงท้ายของรายการข่าว มีความยาวประมาณ 3-5 นาที

1.4.4 ข่าวกีฬา มักจะอยู่ในช่วงท้ายของรายการข่าว อาจจะอยู่ก่อนหรือหลังการรายงานข่าวสภาพดินฟ้าอากาศก็ได้ และส่วนมากทั้งสองช่วงนี้จะอยู่ต่อจากช่วงข่าวภายในประเทศ และข่าวต่างประเทศ มีความยาวประมาณ 3-5 นาที ข่าวกีฬามักจะเป็นการสรุปสภาพการแข่งขัน การรายงานผลการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ ที่เกิดขึ้นประจำวัน ซึ่งหากเป็นการแข่งขันนัดสำคัญระดับโลก ก็อาจจะจัดขึ้นข่าวกีฬาสำคัญๆ นั้น อยู่ในหมวดหมู่ของข่าวภายในประเทศหรือข่าวต่างประเทศก็ได้ นอกจากนี้อาจมีการแจ้งให้ทราบว่ามีการแข่งขัน

กีฬาอะไรน่าสนใจบ้าง ตลอดจนการรายงานความเคลื่อนไหวประจำวันของวงการกีฬาให้ผู้ชมที่สนใจในวงการกีฬาได้รับทราบอีกด้วย

นอกจากนี้ กาญจนา แก้วเทพ (อ้างถึงใน ศิวพงศ์ เหมือนพะวงศ์, 2551: 19) ยังได้กล่าวถึง โครงสร้างการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ไว้ว่า แบบแผนของการนำเสนอข่าวโทรทัศน์นั้น มีลักษณะที่ค่อนข้างแน่นอนตายตัวมาก และค่อนข้างเป็นสากลเหมือนกันเกือบจะทั่วโลก ข่าวโทรทัศน์ที่นำเสนอชุดหนึ่งๆ บรรดาข่าวแต่ละชิ้นย่อย จะมีความหมายต่อโครงสร้างข่าวชุด เราจะเห็นความสำคัญของการจัดลำดับที่ของข่าวอย่างแน่นอน ลักษณะข่าวตอนแรก ตอนกลาง และตอนปิดท้าย จะต้องเป็นข่าวประเภทไหน โครงสร้างของรูปแบบการนำเสนอข่าวจะเปิดฉากกระตุ้นความสนใจด้วยการบอกหัวข้อข่าว จากนั้นก็จะเรียงลำดับหลากหลายสลับกันไป ตอนท้ายๆ จะนำข้อมูลที่ชวนให้ติดตาม เช่น พยากรณ์อากาศ กีฬา และปิดฉากจากลาด้วยเรื่องเบาๆ เป็นต้น

## 1.5 องค์ประกอบของรายการข่าวโทรทัศน์ (elements of news programme)

1.5.1 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 (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 91) โดยบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรค์รายการข่าวโทรทัศน์ (กิตติ สิงหาปัด, 2558: 7-15) ประกอบด้วย

1.5.1.1 ผู้อำนวยการฝ่ายข่าว (news director) คือ คนสำคัญที่สุดของฝ่ายข่าว เป็นผู้กำหนดทิศทาง วางนโยบายของฝ่ายข่าวทั้งหมดในบางสถานีหรือบางรายการที่เป็นหัวใจของสถานี

1.5.1.2 ผู้อำนวยการผลิต (executive producer) คือ ผู้ที่ต้องรับผิดชอบภาพรวมของรายการทั้งหมด วางภาพลักษณ์รายการ (looks & feels) สำหรับในการตลาดที่มีการแข่งขันสูงมากๆ ผู้อำนวยการผลิตจะเป็นบุคคลที่อยู่ภายใต้ความกดดันอย่างมาก ในบางสถานีผู้อำนวยการผลิตจะทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยการฝ่ายข่าวด้วย

1.5.1.3 ผู้ควบคุมการผลิต (producer or line producer) คือ ผู้ควบคุมรายการ มีหน้าที่วางแผนว่าจะนำเสนอข่าวอย่างไร มีเรื่องอะไรบ้าง สร้างมุมข่าวที่แตกต่างจากคนอื่น แจก

ประเด็นข่าวให้นักข่าวไปทำ ทำงานใกล้ชิดกับบรรณาธิการที่ควบคุมการมอบหมายงานนักข่าว (assignment editor)

1.5.2 เนื้อหาข่าวที่นำเสนอ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของรายการประเภทข่าว ข่าวไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่เป็นการรายงานเหตุการณ์โดยผู้สื่อข่าวและองค์กรข่าว ซึ่งองค์กรและบุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้ตัดสินใจ และเลือกว่าเหตุการณ์ใดควรนำมารายงานสู่ผู้ฟังและผู้ชม (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 91)

ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดในด้านต่างๆ ของสื่อโทรทัศน์ จึงทำให้ไม่สามารถรายงานเหตุการณ์ทุกอย่างได้ จึงต้องเลือกนำเสนอเพียงบางเรื่องบางประเด็นเท่านั้น ขึ้นอยู่กับว่าเรื่องนั้นๆ จะมีคุณค่าแห่งความเป็นข่าว หรือความเหมาะสมที่จะเป็นข่าว (newsworthiness) มากน้อยเพียงใด โดยมีเกณฑ์การพิจารณาคูณค่าข่าว (นรินทร์ นำเจริญ, 2549: 13 และภาควิชาการนิเทศศาสตร์, 2555: 26-36) ดังนี้

#### 1.5.2.1 คุณค่าข่าว (news values)

1) ความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ (immediacy or timeliness) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ และได้รับการนำเสนอต่อผู้ชมทันทีนั้นย่อมได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นพิเศษ ดังนั้นจึงจัดว่ามีคุณค่าความเป็นข่าวสูง

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

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

4) ความแปลกประหลาด หรือไม่เคยพบเห็นมาก่อน (unusualness or oddity) เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ผิดจากปกติธรรมดา เหตุการณ์ที่ไม่ค่อยจะเกิด หรือผิดแผกไปจากธรรมชาติ ย่อมเป็นสิ่งที่ผู้ชมให้ความสนใจ

5) ความขัดแย้ง (conflict) เป็นเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่แสดงถึงความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในความสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งจากกลุ่มบุคคล 2 กลุ่ม จนถึงความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างประเทศ มักจะอยู่ในความสนใจของมนุษย์อย่างหนึ่ง

6) ความสะเทือนอารมณ์ (human interest or emotion) เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่สร้างความสะเทือนใจหรือสะเทือนอารมณ์ให้กับผู้ชม

7) ความลึกลับหรือมีเงื่อนงำ (suspense) เหตุการณ์ใดก็ตามที่เกิดขึ้นและยังไม่สามารถคลี่คลายคำตอบให้กระจ่างได้ มักได้รับความสนใจจากผู้คน เพราะต่างอยากรีบถึงความ เป็นไปหรือผลสุดท้ายของเหตุการณ์นั้นๆ

8) ความก้าวหน้า (progress) เป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับความเจริญก้าวหน้าของสังคม ซึ่งอาจเป็นความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์หรือการศึกษา เพราะข่าวเหล่านี้จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้สูงขึ้น

9) ผลกระทบกระเทือน (consequence) เหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้คนในวงกว้าง ย่อมได้รับความสนใจจากประชาชนมากตามไปด้วย

10) องค์ประกอบทางเพศ (sex) เป็นเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างชายหญิง การแต่งงาน ความรัก ล้วนเป็นข่าวที่มีองค์ประกอบทางเพศที่ผู้ชมมักให้ความสนใจเป็นพิเศษ

จากการศึกษาคุณค่าข่าว (news values) ที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาว่าเหตุการณ์ใดมีความสำคัญและน่าสนใจ จะเห็นว่าหากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ใช้เกณฑ์ในการประเมินเช่นเดียวกัน ข่าวที่ถูกนำเสนอในรายการโทรทัศน์ทุกรายการก็น่าจะเหมือนกัน แต่ปรากฏว่ารายการข่าวโทรทัศน์กลับเลือกและเน้นการนำเสนอข่าวที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงน่าจะมีปัจจัยอื่นแทรกซ้อนเข้ามาทำให้การนำเสนอข่าวของแต่ละรายการแตกต่างกัน โดยนรินทร์ นำเจริญ (2549: 31-39) และนาฏยา ตานานนท์ (2546: 22) กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าว ดังนี้

#### 1.5.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าว

1) นโยบายขององค์กร สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีจะมีนโยบายหรือจุดเน้นที่แตกต่างกัน จึงทำให้การจัดลำดับความสำคัญของข่าวแตกต่างกันไปด้วย เพื่อให้ตรงตามนโยบายขององค์กร

2) ภาวะการแข่งขันของสื่อ การแข่งขันของสื่อในปัจจุบันเป็นการแข่งขันที่เข้มข้นรุนแรง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันในเรื่องของความเร็วในการนำเสนอและการเพิ่มเติมรายละเอียดบางอย่างของข่าวให้มีความแตกต่างกันไป เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมสนใจข่าวที่ถูกนำเสนอให้ได้มากที่สุด

3) สัญชาตญาณของบรรณาธิการและผู้สื่อข่าว โดยสัญชาตญาณการรู้ว่าอะไรควรเป็นข่าว และอะไรไม่ควรเป็นข่าว (They know news when they see it) นับเป็นคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวของบุคคลที่มีผลต่อการคัดเลือกประเด็นข่าว นอกจากนี้ประสบการณ์ในการทำงาน รวมทั้งการมีข้อมูล เช่น ลักษณะทางประชากร ภูมิหลังของผู้ชม ก็จะช่วยในการพัฒนาความสามารถพิเศษในการคัดเลือกประเด็นข่าวได้เช่นกัน

4) พื้นที่ของสื่อ รายการข่าวโทรทัศน์จะมีพื้นที่หรือเวลาในการออกอากาศข่าวอย่างจำกัด ดังนั้นถ้ารายการใดมีเวลาในการออกอากาศมากกว่าย่อมทำให้รายการนั้นมีโอกาสเลือกข่าวและวิธีการนำเสนอที่แตกต่างได้

5) จำนวนของข่าว ในบางวันอาจมีข่าวเด่น ข่าวสำคัญ หรือมีเหตุการณ์เกิดขึ้นหลายเหตุการณ์ ทำให้ต้องใช้พื้นที่ในการนำเสนอข่าวมากขึ้น ทำให้บางข่าว ถูกตัดออกไป หรืออยู่ในตำแหน่งที่มีความสำคัญรองลงมา

### 1.5.3 ภาพ (picture)

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

1.5.3.1 ภาพข่าว เป็นภาพข่าวที่ใช้เพื่ออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเรื่องราว โดยไม่ต้องอธิบายรายละเอียดมาก ภาพข่าวยังเป็นองค์ประกอบที่ทำให้รายการข่าวมีความน่าเชื่อถือ และน่าสนใจกว่าวิทยุกระจายเสียง เพราะภาพ คือ หลักฐานที่โทรทัศน์มีให้ผู้ชม เพื่อยืนยันว่าเหตุการณ์ที่รายงานได้เกิดขึ้นจริง โดยเกณฑ์ในการพิจารณาว่าภาพใดมีคุณสมบัติที่ดีหรือไม่ จะพิจารณาจากคุณสมบัติของภาพ 2 ประการ (นรินทร์ นำเจริญ, 2549: 261-262) คือ

1) คุณสมบัติด้านการสื่อความหมาย ภาพที่ดีจะต้องสามารถเรียกความสนใจจากผู้ชมได้ มีองค์ประกอบของความน่าสนใจ มีลักษณะของการสรุปความหมาย ให้สาระสำคัญของเนื้อหา สื่อความหมายของเรื่องที่ต้องการได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ภาพจะต้องมีความน่าเชื่อถือ และมีความเป็นธรรมชาติด้วย

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

1.5.3.2 ภาพกราฟิก เป็นเทคนิคที่สร้างจากคอมพิวเตอร์ โดยใช้ประกอบรายการข่าว เมื่อต้องการอธิบายเรื่องราวที่ซับซ้อนและยากแก่การเข้าใจ เพื่อให้ผู้ชมเห็นภาพได้ชัดเจน และเข้าใจเหตุการณ์ได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังเป็นส่วนประกอบในการส่งเสริมและสนับสนุนรายการให้เป็นที่น่าสนใจของผู้ชมได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งการจะเป็นเช่นนั้นได้ ผู้ออกแบบกราฟิกต้องออกแบบอย่างรอบคอบ มีศิลปะ มีความคิดสร้างสรรค์ และต้องใช้จินตนาการให้สอดคล้องกับการแสดงในรายการโทรทัศน์ เพื่อสื่อความหมายของรายการไปสู่ผู้ชมให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น (สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548: 165) ทั้งนี้การใช้ภาพกราฟิกเป็นส่วนหนึ่งในการแข่งขันรายการข่าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์ ซึ่งแต่ละสถานีต่างพยายามสร้างสรรค์กราฟิกที่สวยงาม แตกต่าง และหลากหลาย เพื่อเพิ่มสีสันของรายการข่าวให้ดูมีชีวิตชีวา และเพิ่มอรรถรสในการรับชมข่าว

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

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

2) ภาพกราฟิกที่เป็นภาพนิ่ง (non moving graphic) เช่น กราฟ ตาราง และสถิติ โดยจะต้องเป็นแบบที่เห็นได้ชัดและเป็นแบบง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน หลีกเลี่ยงที่จะใช้ภาพจากหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพราะไม่ได้ออกแบบมาเพื่องานโทรทัศน์ เพียงแต่เจ้าหน้าที่ด้านกราฟิกต้องนำมาออกแบบใหม่เพื่อใช้งานสำหรับรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะ โดยใช้แนวความคิดเดิม

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

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

นอกจากนี้ ชินกฤต อุดมลาภไพศาล (2557) ยังกล่าวถึงหน้าที่ของกราฟิก ดังนี้ 1) ให้ข้อมูล (Informative function) ควรพิจารณาการเลือกข้อมูลที่จะนำเสนอว่ามีความสำคัญในการนำกราฟิกมาใช้มากเพียงใด เกินกว่าที่จะใช้ภาพสื่อความหมายได้หรือไม่ หากใช้ควรเลือกใช้กราฟิกประเภทใดให้เหมาะสม และสอดคล้องกับธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์หรือไม่ 2) ความสวยงาม การประดับตกแต่ง (Decorative function) กราฟิกควรสอดคล้องกับแก่นรายการ กลุ่มเป้าหมายผู้ชมรายการ สื่อความหมายให้กับภาพ และสำคัญที่สุดก่อนที่ผู้ชมจะเริ่มกวาดสายตาอ่านข้อมูลกราฟิกต้องกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจในตัวกราฟิกผ่านการออกแบบ โทนมสี พื้นผิว แสง และ 3) การจัดวางองค์ประกอบข้อมูล ฝ่ายศิลปกรรมควรที่จะ

กำหนดทิศทางการอ่านกราฟิกให้ชัดเจน หากเป็นงานแอนิเมชันควรที่จะกำหนดจังหวะการเข้าออกของกราฟิก การซ้อนภาพกราฟิกกับภาพเคลื่อนไหวควรเสมือนจริง มีความเข้ากัน สำหรับสื่อมวลชนโทรทัศน์ไทย บางสถานีให้ความสำคัญกับบทบาทของกราฟิก แต่มีจำนวนไม่น้อยที่ไม่ตระหนักหรือให้ความสำคัญกับกราฟิกในบทบาทการสื่อสาร ยังคงยึดติดภาพตายตัว เชื่อมมันในเนื้อหา ภาพเคลื่อนไหวจากการถ่ายทำ และเสียงบรรยายเป็นหลัก ซึ่งทุกวันนี้แทบทุกวินาทีของรายการโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ปรากฏกราฟิกตลอดเวลา แต่ละองค์กรมีปัจจัยแรงผลักดันที่ต่างกัน องค์กรที่มีความพร้อมกว่าย่อมมีเครื่องมือที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพการทำงานที่ดีกว่า แต่พื้นฐานสำคัญอยู่ที่การออกแบบการสื่อสารเชิงภาพ

### 1.5.3.3 เสียง (sound)

เสียงเป็นปัจจัยสำคัญเท่ากับภาพในการผลิตรายการข่าวโทรทัศน์ โดยเสียงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ชม ทั้งทางด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ สร้างความรู้สึกและอารมณ์ที่ผู้ชมมีต่อเรื่องที่กำลังชม โดยเสียงช่วยสร้างความคิดให้แก่ผู้ชมว่า ควรจะให้ความหมายของภาพที่กำลังชมอย่างไร รวมทั้งเกิดความรู้สึกและอารมณ์อย่างไร (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558: 30) จึงอาจกล่าวได้ว่าเสียงมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการสื่อความหมายของภาพในรายการโทรทัศน์อย่างมาก

#### 1) หน้าที่ของเสียงในรายการข่าวโทรทัศน์

1.1) การเล่าเรื่อง (narrative function) เสียงเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งในการเล่าเรื่อง เสียงช่วยเติมเต็มความสมบูรณ์ของการเล่าเรื่อง

1.2) การให้ข้อมูล (informative function) เสียงสามารถถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการจะบอกผู้ชมให้ทราบได้

1.3) การสร้างแรงดึงดูดความสนใจ (interesting function) เสียงช่วยสร้างพลังในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ติดตามเรื่องราวไปจนจบเรื่องได้

1.4) การสร้างอารมณ์ (emotional function) เสียงสามารถโน้มน้าและควบคุมอารมณ์ของผู้ชมให้เป็นไปตามผู้ที่สร้างสรรคต้องการ

#### 2) ประเภทของเสียงในรายการข่าวโทรทัศน์

ปัจจุบันมีการใช้เสียงในรายการโทรทัศน์หลากหลายประเภท แต่รายการข่าวโทรทัศน์ส่วนใหญ่นิยมใช้เสียง 4 ประเภท (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558: 31-32 และสหศักดิ์ 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 เสียงควมบ้า และเสียงที่สร้างขึ้นมาประกอบการนำเสนอเรื่อง ซึ่งเป็นเสียงที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ เช่น เสียงแก้วแตก เสียงรถยนต์เบรค เสียงกริ่ง โทรศัพท์ และเสียงหวิวเตือนภัย เพื่อสร้างความรู้สึก อารมณ์ และความหมายต่อเรื่อง และทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจในภาพที่กำลังเกิดขึ้น ทั้งนี้หากใช้เสียงพิเศษที่ไม่ถูกต้องและไม่ถูกจังหวะเวลาจะมีผลเสียต่อรายการเป็นอย่างมาก โดยหลักการใช้เสียงพิเศษในรายการข่าวโทรทัศน์ ได้แก่ 1) ใช้เพื่อสร้างบรรยากาศแวดล้อม (creating environment) เป็นการใช้เสียงเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดี ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ และความรู้สึกร่วม 2) ใช้เพื่อพรรณนาให้เห็นเหตุการณ์ (depicting) เป็นการใช้เสียงเพื่อให้เห็นสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น 3) ใช้เพื่อสร้างความรู้สึกให้แรงหรือเข้มข้นขึ้น (intensifying action) เป็นการใช้เสียงเพื่อดึงความสนใจของผู้ชมให้มาอยู่ที่สิ่งที่เราคิดว่าสำคัญ และ 4) ใช้เพื่อเป็นสัญลักษณ์ (being symbolic) เป็นการใช้เสียงเพื่อแสดงสัญลักษณ์หรือสื่อความหมายต่อเรื่อง

2.3) เสียงดนตรี (music) เป็นเสียงที่เกิดจากการบรรเลงของเครื่องดนตรีทั้งหลาย รวมทั้งเสียงเพลงที่ได้มีการประกอบเพลงขึ้นมา อาจใช้ในช่วงเปิดหรือปิดรายการหรือใช้เป็นจังหวะในการเปลี่ยนภาพ 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) ส่วนใหญ่เรามักรับรู้ว่าสื่อโทรทัศน์ประกอบด้วยภาพและเสียง เสียงจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นในการผลิตรายการ แต่บางครั้งเสียงเงียบก็มีพลังในการสร้างความหมายให้กับฉากนั้นๆ ได้ โดยไม่จำเป็นเสมอไปว่ารายการที่ผลิตต้องมีเสียงใส่อยู่ตลอดเวลา เพราะหากมีจังหวะใดๆ ความเงียบก็สามารถสยบความเคลื่อนไหวเพื่อผู้ชมติดตามหรือผ่อนคลายได้เช่นกัน



#### 1.5.3.4 สถานที่ถ่ายทำรายการโทรทัศน์

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

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

1.1) การถ่ายทำในสตูดิโอระบบปิด หมายถึง สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ถ่ายทำรายการโทรทัศน์ในลักษณะป้องกันจากรบกวนภายนอกทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ผ่านไปผ่านมา แสงแดด และเสียงรบกวนต่างๆ เช่น สตูดิโอถ่ายทำรายการข่าวภาคเช้า โดยข้อดีของสถานที่ถ่ายทำลักษณะนี้ คือ ทุกอย่างสามารถควบคุมได้ตามต้องการ แต่ข้อเสียคือ ต้องใช้ความเชี่ยวชาญอย่างมากในการทำให้อากาศนั้นๆ ดูเป็นธรรมชาติ

การสร้างสรรค์ฉากรายการข่าวโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่จะเพิ่มความน่าเชื่อถือและดูยิ่งใหญ่ให้กับรายการข่าวอีกอย่างหนึ่ง และทุกสถานีต่างพยายามปรับปรุงฉากให้ออกมาดูสวยงามที่สุด และมักจะมีการเปลี่ยนเมื่อใช้ไปสักระยะหนึ่ง ฉากรายการข่าวโทรทัศน์ในปัจจุบันมี 4 ประเภท (กิตติ สิงหปัด และณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2554: 19-20) คือ

1.1.1) การสร้างฉาก เป็นการสร้างฉากรายการข่าวที่ทำจากวัสดุของจริง ทั้งไม้ การก่อสร้าง การประกอบ หรือการทาสี

1.1.2) การปรับห้องทำงานข่าวเป็นฉากอ่านข่าว เป็นการประยุกต์ใช้สถานที่จริงเป็นฉากถ่ายทำรายการข่าว โดยมากจะใช้ห้องทำงาน มีโต๊ะทำงาน ฉากหลังอาจมีชั้นหนังสือวางอยู่

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

เวอร์ชวลสตูดิโอ เป็นการสื่อสารผ่านหน้าจอตลอดโทรทัศน์วิดีโอ ซึ่งเป็นแนวทางใหม่ให้กับบริษัทหรือองค์กรในรูปแบบที่ต้องการนำเสนองานโทรทัศน์ ระบบนี้หากมองแต่ภายนอกจะเห็นแค่ฉากสีเขียวอย่างเดียวเท่านั้น โดยตัวละครหรือตัวประกอบภายนอกจะใช้เทคนิคจากเวอร์ชวลสตูดิโอเข้ามาใช้โดยสามารถนำเสนอผ่านฉากสีเขียว เพียงแค่หน้าตัวละครที่จะทำประกอบเข้ากับฉากมาตัดต่อเข้าไปข้างในฉากสีเขียว ซึ่งข้างในฉากสีเขียว นั้น เราสามารถสร้างสรรค์งานสามมิติได้เสมือนจริง สร้างงานกราฟิกได้หลากหลายโดยในการทำงานเกี่ยวกับระบบนี้จะมีส่วนกราฟิกเข้าไปเกี่ยวข้องในการสร้างตัวภาพสตูดิโอ เพื่อใช้

ประกอบฉาก และยังสามารถเพิ่มโลโก้ สัญลักษณ์ ตัวการ์ตูน สภาพแวดล้อมแบบต่างๆ ได้ไม่ซ้ำ และที่สำคัญคือ การนำระบบนี้มาใช้สามารถนำตัวคนจริงๆ มาอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เป็นสามมิติได้ จึงทำให้การถ่ายทำนั้น เป็นการถ่ายทำแบบเรียลไทม์ หรือ การนำเสนอรายการสดตามเวลาจริง (ชานนท์ เกษมวรรณกร, 2555)

ในเบื้องต้นแรกเวอร์ชวลสตูดิโอ จะถูกใช้ในการรายงานข่าว พยากรณ์อากาศทั้งของประเทศไทยและในภูมิภาคของโลกก่อน ซึ่งรายการนี้มักจะเป็นเวทีที่จะแสดงฝีมือในการนำเสนอผ่านเวอร์ชวลสตูดิโอ เนื่องจากมีลูกเล่นให้เล่นมากมาย ทั้งกราฟิก สัญลักษณ์แสดงสภาพอากาศต่างๆ และแผนที่ ซึ่งทำให้การนำเสนอข่าวมีสีสัน สนุก น่าติดตาม และไม่น่าเบื่อ (วศิน บุรณเหตุ, 2552)

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

แม้เทคโนโลยีเหล่านี้ วิดีโอวอลล์ และเวอร์ชวล สตูดิโอจะมีข้อดี แต่มีข้อจำกัดอยู่ไม่น้อย ทั้งเงื่อนไขเทคนิค โดยเฉพาะการที่เรียนรู้นำมาใช้อย่างเหมาะสม พิธีกรข่าวต้องปรับตัวในการปฏิสัมพันธ์กับตัวข้อมูลบนหน้าจอได้อย่างแนบเนียน จึงทำให้ระบบเหล่านี้นำเสนอออกมาน่าสนใจ (วศิน บุรณเหตุ, 2552)

1.2) การถ่ายทำในสตูดิโอระบบเปิดหรือโรงละคร หมายถึงสถานที่ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ โดยมีการสร้างฉากในพื้นที่เปิดที่สามารถเห็นท้องฟ้า สายลม แสงแดด และเสียงจากธรรมชาติได้ เช่น โรงถ่ายทำละครจักรๆ วงศ์ๆ ข้อดีของสถานที่ถ่ายทำแบบนี้ คือ ประหยัดเวลาไม่ต้องเดินทางไปถ่ายทำนอกสถานที่หลายๆ แห่ง และฉากมีความเป็นธรรมชาติมากกว่าสตูดิโอแบบปิด นอกจากนี้สตูดิโอแบบเปิดถูกออกแบบมาให้สามารถติดตั้งอุปกรณ์ถ่ายทำต่างๆ ได้สะดวกกว่าการถ่ายทำนอกสถานที่ ส่วนข้อเสีย คือ การลงทุนสูง และควบคุมปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ไม่เต็มที่

2) การถ่ายทำนอกสถานที่ (on location or field production) เป็นการถ่ายทำตามสถานที่และอาคารต่างๆ ทั้งภายใน (indoor) เช่น ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องเรียน และภายนอกอาคาร (outdoor) เช่น ถนน สนามหญ้าหน้าบ้าน สวนสาธารณะ ซึ่งสถานที่เหล่านี้ไม่ได้ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเป็นสถานที่ถ่ายทำโดยเฉพาะ ดังนั้นการควบคุมปัจจัยเรื่องสภาพแวดล้อม แสง สี และเสียงต่างๆ ทำได้น้อยกว่าการถ่ายทำในสตูดิโอ สำหรับการถ่ายทำนอกสถานที่มีหลายรูปแบบ ทั้งลักษณะการรายงานข่าวภาคสนามแบบง่ายๆ ที่ใช้กล้องเพียงตัวเดียวไปจนถึงการใช้กล้องนับสิบตัว เช่น การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาต่างๆ

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศนไทย

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก ส่งผลกระทบต่อภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกในหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนการเกิดภัยพิบัติธรรมชาติต่างๆ ที่มีความถี่และความรุนแรงมากขึ้น สำหรับประเทศไทยได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ ทั้งวาตภัย ฝนตกหนัก อุทกภัย ภัยแล้ง น้ำป่าไหลหลาก ดินโคลนถล่ม คลื่นซัดชายฝั่ง แผ่นดินไหว และสึนามิ ซึ่งล้วนเป็นภัยธรรมชาติที่มีความรุนแรงที่สร้างความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและสาธารณะอย่างมาก โดยในปี 2554 ได้เกิดมหาอุทกภัยเป็นบริเวณกว้าง ครอบคลุมพื้นที่ใน 65 จังหวัดทั่วประเทศ ความรุนแรงของมหาอุทกภัยดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดความสูญเสียแก่ชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งระบบเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวม ในปี 2555 ได้เกิดสภาวะภัยแล้งในพื้นที่หลายจังหวัดของประเทศ และในปี 2556 ได้เกิดอุทกภัยเป็นบริเวณกว้างในพื้นที่ตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นเหล่านี้ หากไม่มีการแจ้งเตือนภัยล่วงหน้าได้ยาวนานขึ้น และการเตรียมพร้อมรับมือที่ดี มีการบูรณาการข้อมูล และการบริหารจัดการที่ดีแล้ว จะสามารถป้องกันและบรรเทาความสูญเสียได้อย่างมาก (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2557: 1) ทั้งนี้องค์กรที่มีบทบาทในการบริหารจัดการด้านอุตุนิยมวิทยา การพยากรณ์อากาศ และการเตือนภัยในประเทศไทย คือ กรมอุตุนิยมวิทยา กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

### 2.1 กรมอุตุนิยมวิทยา กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

กรมอุตุนิยมวิทยา กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีภารกิจเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านอุตุนิยมวิทยา โดยปฏิบัติหน้าที่ในการตรวจ เผ่าระวัง ติดตาม รายงาน สภาวะอากาศ อากาศเพื่อการบิน พยากรณ์อากาศ และเตือนภัยที่เกิดจากธรรมชาติ ดังนั้น การพยากรณ์อากาศและการเตือนสภาวะอากาศต้องถูกต้อง รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ทั้งถึงครอบคลุมพื้นที่ รวมถึงข้อมูลสารสนเทศที่มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ จึงมีความสำคัญต่อการวางแผนบริหารจัดการภัยพิบัติ การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ รวมถึงการประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนคุณภาพชีวิตของประชาชน (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2557) สำหรับหน่วยงานที่ทำหน้าที่หลักในการเผยแพร่และให้บริการ การพยากรณ์อากาศและเตือนภัยธรรมชาติของกรมอุตุนิยมวิทยา คือ สำนักพยากรณ์อากาศ

สำนักพยากรณ์อากาศ ซึ่งตั้งอยู่ภายในกรมอุตุนิยมวิทยา มีหน้าที่จัดทำแผนที่อุตุนิยมวิทยา วิเคราะห์ พยากรณ์อากาศทั่วประเทศ ออกคำเตือนลักษณะอากาศร้ายที่จะมีผลกระทบต่อประชาชน เผยแพร่และให้บริการพยากรณ์อากาศและเตือนภัยธรรมชาติ (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2558) โดยการพยากรณ์อากาศ คือ การคาดหมายสภาวะอากาศและปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งในอนาคต ส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับ

กับสภาวะอากาศที่เกิดขึ้นใกล้ตัวเรา เช่น ฝน อุณหภูมิ เมฆ หมอก คีลันลม รวมทั้งภัยธรรมชาติที่รุนแรงและไม่รุนแรง ได้แก่ พายุหมุนเขตร้อน พายุฝนฟ้าคะนอง การเกิดอุทกภัย ภัยแล้ง โดยการพยากรณ์อากาศ แบ่งออกเป็น 3 ชนิด ตามช่วงเวลาของการพยากรณ์ (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2558) คือ 1) การพยากรณ์อากาศระยะสั้น (short range forecast) เป็น การพยากรณ์อากาศในช่วงเวลาไม่เกิน 72 ชั่วโมง ใช้ข้อมูลผลการตรวจอากาศ และแผนที่อากาศในปัจจุบันมาวิเคราะห์ตามแนวทางทฤษฎีอุตุนิยมวิทยาเพื่อการพยากรณ์อากาศ ทั้งการพยากรณ์อากาศปัจจุบัน (nowcast) เป็นช่วงเวลาพยากรณ์ไม่เกิน 3 ชั่วโมง การพยากรณ์อากาศสั้นมาก (very short range) เป็นช่วงเวลาพยากรณ์ไม่เกิน 12 ชั่วโมง และการพยากรณ์อากาศสั้น (shot range) เป็นช่วงเวลาพยากรณ์ไม่เกิน 72 ชั่วโมง 2) การพยากรณ์อากาศระยะปานกลาง (medium range forecast) เป็นการพยากรณ์อากาศในระยะเวลามากกว่า 72 ชั่วโมง จนถึง 10 วัน โดยใช้ข้อมูลอุตุนิยมวิทยาปัจจุบันร่วมกับข้อมูลสถิติภูมิอากาศในการพยากรณ์ และ 3) การพยากรณ์อากาศระยะนาน (long range forecast) เป็นการพยากรณ์อากาศในช่วงเวลามากกว่า 10 วันขึ้นไป โดยใช้ข้อมูลสถิติทางอุตุนิยมวิทยาในการพยากรณ์

ปัจจุบันประชาชน เริ่มมีความตื่นตัวเกี่ยวกับภัยพิบัติทางธรรมชาติมากยิ่งขึ้น เนื่องจากได้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติที่รุนแรงบ่อยครั้ง และเกิดความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สิน กลุ่มคนเหล่านี้จะมีการติดตามข่าวพยากรณ์อากาศและการเตือนภัยของกรมอุตุนิยมวิทยาอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะสามารถลดผลกระทบจากภัยธรรมชาติได้ (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2557: 1) จึงอาจกล่าวได้ว่า ข่าวพยากรณ์อากาศนั้นวันจะมีความสำคัญและมีบทบาทอย่างมากในการดำเนินชีวิตของประชาชน เพราะข่าวพยากรณ์อากาศจะทำให้ประชาชนทราบข้อเท็จจริง และได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ซึ่งเป็นการเตือนภัยล่วงหน้า นอกจากนี้ยังเป็นการสนับสนุนให้ทุกฝ่ายและทุกหน่วยงานเตรียมความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เพื่อช่วยกันหาทางป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติให้ได้ผลอีกด้วย (ธันวา จิตต์จุพานนท์, 2542: 24)

## 2.2 ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

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

## 2.2.1 ทวี 360 องศา ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

### 2.2.1.1 เป้าหมายขององค์กร

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นการประกอบกิจการโทรทัศน์ โดยให้เอกชนดำเนินการในลักษณะการสัมปทานจากรัฐซึ่งเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ โดยมีบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เป็นคู่สัญญากับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบัน ทั้งนี้มีเป้าหมายการบริหารที่มุ่งผลเชิงพาณิชย์ คือ มีรูปแบบการบริหารจัดการรายการและมีการแสวงหารายได้จากโฆษณา โดยเน้นให้สอดคล้อง และเป็นไปตามกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

2.2.1.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ เวลา 17.15 น.

2.2.1.3 ช่วงข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้

2.2.1.4 ความยาว 3 นาที

2.2.1.5 ผู้ควบคุมการผลิต คุณธนินวัฒน์ พัฒนวีรคุณ

2.2.1.6 ผู้ประกาศ คุณธนินวัฒน์ พัฒนวีรคุณ



ภาพที่ 2.1 ภาพตัวอย่างไตเติ้ลทีวี 360 องศา

## 2.2.2 ลมฟ้าพยากรณ์ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

### 2.2.2.1 เป้าหมายขององค์กร

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นการประกอบกิจการโทรทัศน์ ที่กำกับดูแลโดยรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีการหารายได้จากการโฆษณาในระดับปานกลาง จึงมีความจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มความคล่องในการแข่งขันด้านรายการและการตลาดมากยิ่งขึ้น

2.2.2.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ เวลา 19.20 น.

2.2.2.3 ช่วงข่าวภาคค่ำ

2.2.2.4 ความยาว 3 นาที

2.2.2.5 ผู้ควบคุมการผลิต คุณบุญรอด พันธุมนิ

2.2.2.6 ผู้ประกาศ คุณสุหัสชา และคุณสุนิดา สวัสดิ์พิรพัลลภ



ภาพที่ 2.2 ภาพตัวอย่างไตเติ้ลมฟ้าพยากรณ์

## 2.2.3 ฝนฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

### 2.2.3.1 เป้าหมายขององค์กร

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นการประกอบกิจการโทรทัศน์โดยให้เอกชนดำเนินการในลักษณะการสัมปทานจากรัฐซึ่งเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ โดยมีบริษัท กรุงเทพ โทรทัศน์และวิทยุ จำกัด เป็นคู่สัญญากับกองทัพบก กระทรวงกลาโหม ทั้งนี้มีเป้าหมายการบริหารที่มุ่งผลเชิงพาณิชย์ คือ มีรูปแบบการบริหารจัดการรายการและมีการแสวงหารายได้จากโฆษณา โดยเน้นให้สอดคล้องและเป็นไปตามกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

2.2.3.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ เวลา 20.00 น.

2.2.3.3 ช่วงข่าวภาคค่ำ ช่วงที่ 2

2.2.3.4 ความยาว 4 นาที

2.2.3.5 ผู้ควบคุมการผลิต/ครีเอทีฟ คุณวรัญญา นวกาลัญญ

2.2.3.6 ผู้ประกาศ คุณเปรมสุตา สันติวัฒนา



ภาพที่ 2.3 ภาพตัวอย่างไตเติ้ลฝนฟ้าอากาศ

## 2.2.4 ลมฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

### 2.2.4.1 เป้าหมายองค์กร

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ เป็นการประกอบกิจการโทรทัศน์ที่กำกับดูแลโดยรัฐหรือวิสาหกิจ สังกัดองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อ.ส.ม.ท. ซึ่งปัจจุบันได้แปลงสภาพจากรัฐวิสาหกิจมาเป็นรูปแบบของบริษัทมหาชน ในชื่อ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีการหารายได้จากการโฆษณาในระดับปานกลาง จึงมีความจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการแข่งขันด้านรายการและการตลาดมากขึ้น

2.2.4.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ช่วงเวลา 19.50 น.

2.2.4.3 ช่วงข่าวภาคค่ำ

2.2.4.4 ความยาว 2 นาที

2.2.4.5 ผู้ควบคุมการผลิต คุณอภิชน ลำเจียก

2.2.4.6 ผู้ประกาศ คุณอำไพรัตน์ เตชะภูวภัทร



ภาพที่ 2.4 ภาพตัวอย่างไตเติ้ลมฟ้าอากาศ

2.2.5 สถานีอากาศ NBT ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

2.2.5.1 เป้าหมายองค์กร

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย มีรายได้จากการโฆษณาน้อยที่สุด โดยมีหน้าที่สำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของทางราชการสู่ประชาชนและเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน ดังนั้นการหารายได้จากการโฆษณาจึงเป็นภารกิจเสริม

2.2.5.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ช่วงเวลา 19.15 น.

2.2.5.3 ช่วงข่าวภาคค่ำ

2.2.5.4 ความยาว 3 นาที

2.2.5.5 ผู้ควบคุมการผลิต คุณจันทิมา ศิลชาติ

2.2.5.6 ผู้ประกาศ คุณจันทิมา ศิลชาติ



ภาพที่ 2.5 ภาพตัวอย่างไตเติ้ลสถานีอากาศ NBT

## 2.2.6 ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

### 2.2.6.1 เป้าหมายขององค์กร

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เป็นสื่อสาธารณะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสังคมให้มีคุณภาพและคุณธรรมผ่านข่าวสารที่เที่ยงตรง เพื่อผลิตรายการข่าวสารที่มีประโยชน์ทางการศึกษาและสาระบันเทิง ในสัดส่วนที่เหมาะสม ทั้งนี้โดยปราศจากอคติทางการเมือง และผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ และยึดถือประโยชน์สาธารณะเป็นหลัก

2.2.6.2 วันเวลาออกอากาศ ทุกวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ เวลา 20.00 น.

2.2.6.3 ช่วงข่าวภาคค่ำ

2.2.6.4 ความยาว 3-4 นาที

2.2.6.5 ผู้ควบคุมการผลิต คุณชนวรรณ มลิณฑสุต

2.2.6.6 ผู้ประกาศ คุณชนวรรณ มลิณฑสุต



ภาพที่ 2.5 ภาพตัวอย่างไตเติ้ลข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

## 3. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกาศข่าว

การนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์นั้น จำเป็นจะต้องใช้บุคลากรข่าว หรือที่เรียกโดยทั่วไปว่า ผู้ประกาศข่าวหรือผู้อ่านข่าว ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยสนมพร จิมเฉลิม



(2542: 32) กล่าวถึง การแบ่งประเภทผู้ประกาศข่าวตามลักษณะการเข้าสู่อาชีพว่าเป็นความพยายามในการทำความเข้าใจถึงลักษณะของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ในอีกมิติหนึ่ง ดังนี้

### 3.1 ประเภทของผู้ประกาศข่าว

3.1.1 ผู้ประกาศข่าวที่เข้ามาทำอาชีพผู้ประกาศข่าวโดยตรง โดยผู้ประกาศข่าวประเภทนี้ มาจากการที่สถานีโทรทัศน์ประกาศรับสมัครและผ่านการคัดเลือกเข้ามาทำหน้าที่ผู้ประกาศข่าวประเภทต่างๆ ซึ่งไม่ได้ผ่านตำแหน่งหน้าที่อื่นๆ ในสถานีโทรทัศน์มาก่อน

3.1.2 ผู้ประกาศข่าวที่มีอาชีพอื่นก่อนที่จะมีอาชีพผู้ประกาศข่าว โดยผู้ประกาศข่าวประเภทนี้ มาจากการที่บุคคลที่เข้ามาทำตำแหน่งหน้าที่อื่น ก่อนที่จะได้รับการคัดเลือกให้มาทำหน้าที่ผู้ประกาศข่าวของสถานี ซึ่งมักจะได้รับการคัดเลือกจากผู้บริหารสถานีที่เล็งเห็นคุณสมบัติที่มีความเหมาะสมที่จะเป็นผู้ประกาศข่าวได้ ทั้งคุณสมบัติรูปร่างหน้าตาที่มีความสวยงาม สะดุดตา การพูดคุย รวมทั้งความสามารถในด้านอื่นๆ

3.1.3 ผู้ประกาศข่าวที่มีอาชีพผู้สื่อข่าวมาก่อน โดยผู้ประกาศข่าวประเภทนี้ มาจากการที่มีพื้นฐานหรือมีประสบการณ์ในด้านการทำงานข่าว หรือเคยเป็นผู้สื่อข่าวมาก่อนที่จะได้รับการคัดเลือกให้ขึ้นมาทำหน้าที่เป็นผู้ประกาศข่าว ซึ่งมักจะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานข่าว มีผลงานการเขียนรายงานพิเศษ มีการรายงานหน้ากล้อง และลงเสียงประกอบข่าว และต้องผ่านการทดสอบและลงความเห็นของผู้บริหารฝ่ายข่าว จึงจะได้มีโอกาสทำงานในตำแหน่งผู้ประกาศข่าวหรือตำแหน่งผู้สื่อข่าวไปพร้อมๆ กัน โดยสนมพร จิมเฉลิม (2542: 32) กล่าวถึงคุณสมบัติเด่นของผู้ประกาศ ไว้ดังนี้

### 3.2 คุณสมบัติเด่นของผู้ประกาศข่าว

3.2.1 จะต้องมีความรอบรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในงานข่าวเป็นอย่างดี หรืออาจจะเคยเป็นผู้สื่อข่าวมาก่อน จนได้เข้าได้ขึ้นมาเป็นผู้ประกาศข่าว ซึ่งนอกเหนือจากความรู้ในงานข่าว ผู้ประกาศข่าวจะต้องมีความรู้ในเรื่องต่างๆ ไปเป็นอย่างดีอีกด้วย

3.2.2 จะต้องมีบุคลิกดี และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งเกิดจากความรอบรู้ การมีประสบการณ์ในการทำงานข่าวหรือคลุกคลีกับข่าวมานาน จนผู้ชมเห็นผลงานและเกิดความเชื่อถือในผู้ประกาศข่าว นอกจากนี้จะต้องเป็นบุคคลที่อารมณ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สามารถทำให้ผู้ชมเกิดความเป็นกันเองในการนำเสนอข่าว ด้วยท่าทางที่อบอุ่นและเป็นมิตร

3.2.3 จะต้องมีความสามารถในการพูดบรรยายสด โดยไม่ต้องมีบท ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สำคัญอีกประการหนึ่งของผู้ประกาศข่าวที่จะต้องแสดงความสามารถในการพูดไม่ให้เกิดขัด และต้องมีเนื้อหาสาระที่แสดงภูมิรู้ โดยเฉพาะต่อหน้ากล้องโทรทัศน์ จะต้องไม่มีความประหม่า

3.2.4 น้ำเสียงและการใช้ภาษาในการพูดก็ต้องชัดเจน เข้าใจง่าย ถูกอักขระ มีจังหวะวรรตอนที่ถูกต้อง สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้การอ่านข่าวน่าฟัง น่าสนใจ และชวนติดตามยิ่งขึ้น

3.2.5 จะต้องมีความสามารถในการเขียนข่าว หรือแก้ไขข่าว กรณีที่ผู้สื่อข่าวเขียนข่าวมาผิดพลาด ซึ่งต้องใช้ไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ โดยที่ผู้ชมไม่รู้สึกรู้ว่าเกิดความผิดพลาดขึ้นแม้แต่น้อย

นอกจากนี้ Ivor Yorke (1995: 226) กล่าวว่า การปรากฏตัวหน้าจอโทรทัศน์ด้วยท่าทางที่มีอำนาจ การวางตัวให้ดูดี การเลือกใช้คำพูดที่ชัดเจน การไม่เลือกใช้คำพูดหรือท่าทางบางอย่างที่ใช้จนติดเป็นนิสัย และความสามารถที่จะรักษาความสงบเยือกเย็นไว้ได้เมื่อบางสิ่งเกิดความผิดพลาดไปจากแนวทางที่วางไว้ คือ ความสามารถพิเศษของการนำเสนอข่าว ทั้งนี้คุณสมบัติที่โดดเด่นที่สุดในจำนวนคุณสมบัติทั้งหมดที่จะนำไปใช้กับงานข่าวโทรทัศน์ได้นั้น คือ การนำเสนอข่าวที่จะต้องมีความน่าเชื่อถือ

### 3.3 หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกาศข่าว

หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกาศข่าว นอกจากการรับผิดชอบในการอ่านข่าว และการนำเสนอข่าวแล้ว Hyde W.S. (1992) ยังได้ระบุถึงหน้าที่ของผู้ประกาศข่าวไว้เพิ่มเติม ดังนี้

3.3.1 จะต้องเป็นผู้มีส่วนในการเขียนข่าว ประมาณร้อยละ 25-50 ในข่าวที่ต้องอ่านออกอากาศ

3.3.2 จะเป็นผู้รายงานข่าวในข่าวบางเรื่องที่อยู่ในความสนใจ

3.3.3 จะต้องเตรียมจัดทำรายงานพิเศษ สารคดีข่าว ในบางสถานการณ์

3.3.4 จะต้องเตรียมที่จะหาข่าวมาออกอากาศเป็นประจำทุกวัน หรือใน 5 วันต่อสัปดาห์

3.3.5 จะต้องเข้าร่วมประชุมกับผู้อำนวยการข่าว เพื่อที่จะถกเถียงถึงประเด็นการกำหนดประเด็นข่าว และเรื่องที่น่าสนใจ เพื่อที่จะใช้รายงานข่าวและนำเสนอต่อผู้ชม

### 3.4 องค์กรประกอบสำคัญในการอ่านข่าว

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

### 3.4.1 เสียงและน้ำเสียงที่น่าฟัง

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

### 3.4.2 ความถูกต้องและความชัดเจนในการออกเสียง

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

### 3.4.3 ความสามารถในการใช้เสียง

ผู้ประกาศที่ดีย่อมมีลีลาในการใช้เสียงเพื่อสื่อความหมายอย่างเป็นธรรมชาติ เมื่อได้รับบทผู้ประกาศต้องสามารถตีความบทที่ได้รับและใช้น้ำเสียงถ่ายทอดความรู้สึกได้อย่างเหมาะสม ผู้ประกาศย่อมรู้ว่าเมื่อใดควรเว้นวรรค เมื่อใดควรเน้นน้ำหนักเสียง เมื่อใดควรชิงช้า เมื่อใดควรทอดเสียงให้น่าฟัง โดยความสามารถในการใช้เสียงเพื่อสื่อสารนี้เป็นส่วนประกอบสำคัญที่จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาสาระได้ดียิ่งขึ้น

### 3.4.4 จังหวะการอ่านที่เหมาะสม

ไม่มีการกำหนดตายตัวว่าผู้ประกาศควรอ่านเร็วหรือช้าในจังหวะเท่าใด ให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้ประกาศเองว่าเมื่ออ่านด้วยความเร็วที่คุ้นเคยนั้น หากผู้ประกาศยังสามารถอ่านได้ชัดเจนทุกคำ ผู้รับสารสามารถฟังและทำความเข้าใจได้ อีกทั้งจังหวะการอ่านดังกล่าวเข้ากับเนื้อหาและรูปแบบรายการที่รับผิดชอบอยู่ ก็ถือว่าเป็นจังหวะที่เหมาะสม

### 3.4.5 ความมีชีวิตชีวา

ผู้ประกาศควรเปล่งเสียงด้วยความสดใส มีความกระตือรือร้น มีชีวิตชีวาในน้ำเสียง มีความเป็นธรรมชาติเหมาะกับบุคลิกของตน เมื่อเริ่มอ่าน ควรยิ้มน้อยๆ เพื่อให้เสียงสดใสเป็นกันเองและมีความเป็นมิตร อย่างไรก็ตามผู้ประกาศต้องดูเนื้อความที่อ่านด้วยว่าเป็นเรื่องอะไร หากเป็นเรื่องเศร้า ต้องสำรวมน้ำเสียง และสีหน้าให้เหมาะสมด้วย

### 3.4.6 การทำความเข้าใจกับเนื้อหาข่าว

นอกเหนือจากองค์ประกอบต่างๆ แล้ว ผู้ประกาศจำเป็นต้องมีความเข้าใจในเนื้อหาของสิ่งที่จะประกาศ เพื่อจะได้สื่อสารเนื้อหาความในบทไปสู่ผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผู้ประกาศควรมีความรู้สะสม คือ เปิดรับข่าวอยู่เป็นประจำเพื่อให้ทราบความคืบหน้าของข่าวๆ อยู่เสมอ และเมื่อต้องอ่านข่าวจะได้สามารถทำความเข้าใจเนื้อหาได้รวดเร็วขึ้น อีกทั้งจะสามารถพูดเชื่อมโยงไปสู่เนื้อหาข่าวได้เป็นอย่างดีธรรมชาติ

นอกจากนี้การอ่านข่าวทางโทรทัศน์ ผู้ประกาศจะต้องอ่านให้ตรงกับภาพ เช่น ข่าวการเฉลิมฉลองเทศกาลปีใหม่ของประเทศต่างๆ ผู้ประกาศจะต้องอ่านเนื้อหาการเฉลิมฉลองของแต่ละประเทศให้ตรงกับภาพที่ปรากฏในจอ ดังนั้นผู้ประกาศจึงควรเงยหน้าดูจอภาพเป็นระยะๆ ในช่วงเริ่มต้นของการอ่านข่าวแต่ละข่าว ผู้ประกาศจะต้องพูดโปรยข่าว โดยเงยหน้ามองกล้องโทรทัศน์ โดยปกติเนื้อหาข่าวในช่วงการโปรยข่าวนั้นจะพิมพ์ไว้ในเครื่องฉายข้อความสำหรับผู้ประกาศข่าว (autoscript or prompter) ซึ่งจะอยู่ติดกับกล้อง เมื่อผู้ประกาศอ่านโปรยข่าวก็จะดูราวกับกำลังพูดกับกล้องได้อย่างลื่นไหล อย่างไรก็ตาม ผู้ประกาศควรฝึกพูดโปรยข่าวด้วยภาษาและความเข้าใจของตนเองด้วย เพราะหากเครื่องฉายข้อความขัดข้อง ผู้ประกาศจะได้โปรยข่าวได้โดยไม่ติดขัด ดังนั้นผู้ประกาศข่าวจึงต้องสะสมความรู้เกี่ยวกับข่าวและสถานการณ์ประจำวันอยู่เสมอ นอกจากนี้ระหว่างการอ่านข่าวทางโทรทัศน์ ผู้ประกาศต้องใช้สมาธิเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีอุปกรณ์และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการอ่านข่าวทางโทรทัศน์ที่อาจรบกวนสมาธิในการอ่านข่าว ผู้ประกาศต้องตั้งใจให้ดี ฟังเสียงคำสั่งของผู้ควบคุมการผลิต และผู้กำกับรายการทางหูฟัง และตาก็ต้องมองกล้อง สลับกับมองบทไปด้วย (ภักธีรา สารากร บริษัทฯ, 2557: 66-68)

กล่าวโดยสรุป การเป็นผู้ประกาศที่ดีจำเป็นต้องฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง เพราะเราไม่สามารถฝึกเพื่อเป็นผู้ประกาศได้ในเวลาอันสั้น แม้ผู้ประกาศจะมีทุนที่ดีแล้ว ก็ต้องฝึกฝนตนเองอยู่เสมอ ทั้งเรื่องการพูด การออกเสียง การใช้ภาษา การสะสมความรู้ ความเป็นไปในสังคม และประเด็นเฉพาะทางที่ผู้ประกาศรับผิดชอบ นอกจากนี้ผู้ประกาศไม่จำเป็นต้องทำงานด้านการประกาศได้ทุกประเภท ซึ่งแต่ละคนก็ย่อมมีบุคลิกลักษณะเฉพาะตนแตกต่างกันออกไป

## 4. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์

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

#### 4.1 ความสำคัญของการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์

4.1.1 สร้างความน่าสนใจให้กับรายการ (interesting) รายการโทรทัศน์ที่มีการออกแบบอย่างพิถีพิถัน มีการดึงดูดความสนใจผู้ชมด้วยวิธีการต่างๆ มีการควบคุมอารมณ์ความรู้สึกในรายการ มีการจัดลำดับการนำเสนอเนื้อหาอย่างเหมาะสม มีการสอดแทรกสาระความรู้ไว้อย่างกลมกลืน จะทำให้เกิดความรู้สึกอยากติดตามชมรายการ 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 เนื่องจากความรู้เป็นเรื่องที่น่าเบื่อ ดังนั้นการนำความรู้มาถ่ายทอดทางโทรทัศน์ หากมีการออกแบบสร้างสรรค์รายการดีๆ ก็จะช่วยทำให้สิ่งที่น่าเบื่อกลายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ผู้ชมเข้าใจในสิ่งที่ต้องการจะสื่อได้ดียิ่งขึ้น

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

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

4.1.8 พัฒนาทักษะการรับรู้ของผู้ชมรายการ (audience perception) การได้รับชมรายการที่มีการสร้างสรรค์ที่ดี ช่วยเสริมสร้างสติปัญญา พัฒนาความรู้ให้แก่ผู้ชมรายการ ทำให้ผู้ชมได้มีโอกาสติดตามเรื่องที่นำเสนอ เกิดความรู้สึกขบขันขำขัน เกิดความรู้สึกสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม และเกิดความคิดใหม่จากเรื่องที่ได้รับความรู้

4.1.9 ช่วยให้การข่าวสารบริการสาธารณะ (public service) น่าสนใจมากขึ้น รายการบริการสาธารณะ เช่น รายการพยากรณ์อากาศ รายการข่าวสารการจราจร โดยมากมักเป็น รายการที่น่าเบื่อ ผู้ชมไม่ให้ความสนใจ จนบางครั้งผู้ชมพลาดข่าวสารสำคัญ เช่น การเตือนภัย เรื่องพายุ น้ำท่วม จนเกิดภัยแก่ตนเอง ถ้ามีการออกแบบสร้างสรรค์รายการที่ดี เช่น มีการใช้ คอมพิวเตอร์กราฟิก มีผู้ประกาศที่น่าสนใจ ชวนติดตาม ก็จะทำให้รายการนั้นเป็นที่สนใจของผู้ชม มากยิ่งขึ้น จนสามารถนำข่าวสารความรู้ไปใช้ในการดำเนินชีวิตได้มากขึ้นด้วย

4.1.10 ช่วยให้การนั้นประสบความสำเร็จทางการตลาด (marketable) หรือขาย ได้ การผลิตรายการเป็นงานที่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง สถานีโทรทัศน์และบริษัทผู้ผลิตรายการ จำเป็นต้องมีเงินสนับสนุนหรือได้รับค่าโฆษณามาเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน นั่นคือ ต้องทำ ให้รายการนั้นมีผู้ชมมาก เพื่อให้สามารถขายเวลาโฆษณาได้ การที่จะทำให้มีผู้ชมมากจำเป็นต้อง ทำรายการให้น่าสนใจ ตรงกับรสนิยมความต้องการของผู้ชม เนื่องจากรายการโทรทัศน์มักจะมี รูปแบบซ้ำๆ กัน ทำอย่างไรจึงจะทำให้รายการที่ผลิตมีความแตกต่างจากรายการอื่น มีความน่าสนใจ และมีพลังในการทำให้เกิดการติดตามชมรายการต่อไป

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เป็นงานที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการสร้างความสนใจในรายการ สร้างแรงจูงใจในการชมรายการ สร้างคุณค่าให้แก่ รายการ สร้างความสำเร็จทางการตลาดให้แก่รายการ และตอบสนองความต้องการของผู้ชม นอกจากนี้การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ยังเป็นพลังขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้ เจริญก้าวหน้า ช่วยพัฒนาวงการโทรทัศน์ไปสู่มาตรฐานที่ดี และส่งเสริมการพัฒนาความรู้ให้แก่ ผู้ชม

## 4.2 ยุทธวิธีในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์

ดิ้งนี้  
ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน (2558: 46) กล่าวถึง ยุทธวิธีในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ไว้

4.2.1 ความแตกต่าง รายการโทรทัศน์ที่จะประสบความสำเร็จควรมีความแตกต่าง คือ แตกต่างจากรายการอื่น แตกต่างจากสถานีอื่น แตกต่างจากคู่แข่ง และแตกต่างในความรู้สึกของผู้ชม

4.2.2 ความสอดคล้องกับอารมณ์และสังคม ในแต่ละเดือน แต่ละปี อารมณ์สังคม เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก บางช่วงคนเราต้องการการการแข่งขัน ต้องการความบันเทิง เพื่อคลาย ความเครียด หรือต้องการบรรยากาศเฉลิมฉลอง ดังนั้นการคิดทำรายการจึงต้องคิดให้สอดคล้อง กับอารมณ์ของสังคม

4.2.3 การสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจอย่างมาก นักสร้างสรรค์จะต้องคิดเสมอว่าในวันนี้ รายการมีสิ่งดึงดูดความสนใจอย่างมากหรือยัง ถ้าไม่สิ่งนั้นคืออะไร และถ้าไม่มีจะต้องใส่สิ่งใดลงไป ในรายการ เช่น ความแปลก ความสวยงาม

4.2.4 การอ่านใจผู้ชม นักสร้างสรรค์จะต้องอ่านใจผู้ชมให้ได้ว่าผู้ชมอยากชมอะไร แม้ว่าแต่ละคนจะมีความต้องการแตกต่างกัน แต่ความต้องการของคนเรามีสิ่งที่มีความร่วมกันอยู่เสมอ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของนักสร้างสรรค์ที่จะต้องวิเคราะห์ และค้นหาสิ่งเหล่านี้

4.2.5 การใช้อารมณ์ขัน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้ชมรายการทุกๆ 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 และการอาศัยมุมมอง ความคิด และวิสัยทัศน์ของนักสร้างสรรค์

## 5. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสื่อโทรทัศน์

แม้สื่อโทรทัศน์มีหน้าที่หลักในการเฝ้าตรวจสอบ ติดตามความเคลื่อนไหวของสังคมเชื่อมประสานกลุ่มคนที่กระจัดกระจายกันในหลายพื้นที่ ถ้ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม หรือให้ความบันเทิงแก่มวลชน แต่ทว่าโครงสร้างสังคม อันได้แก่ ปัจจัยภายนอกอย่าง เศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี รวมไปถึงปัจจัยภายในของกระบวนการสื่อสารเองต่างมีผลกระทบต่อการทำงานของสื่อเหล่านี้ (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 49-70)

### 5.1 ปัจจัยภายในองค์ประกอบการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์

#### 5.1.1 ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร

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

5.1.1.1 เป้าหมายเชิงกำไร (profit) เป็นความคาดหวังเรื่องรายรับและผลกำไรสูงสุดขององค์กรหรือสถานี่หรือบริษัทผู้ผลิตรายการ

5.1.1.2 อิทธิพลทางสังคมและชื่อเสียงองค์กร (social influence and prestige) เป็นการที่สถานีโทรทัศน์ทุกช่องจัดผังให้มีรายการแนวสร้างสรรค์สังคมไว้เสมอ

5.1.1.3 การดึงยอดผู้ชมสูงสุด (maximising an audience) หรือการจัดการเรตติ้งผู้ชมให้สูงกว่าสถานีช่องอื่น

5.1.1.4 เป้าหมายเฉพาะเงื่อนไข (sectional goals) เป็นกรณีของสถานีโทรทัศน์เฉพาะกลุ่ม หรือสถานีโทรทัศน์ขององค์กรศาสนาบางแห่ง

5.1.1.5 การสนองต่อผลประโยชน์สาธารณะ (serving the public interest) เป็นการทำให้มีรายการสาธารณะประโยชน์หรือรายการการกุศลเพื่อระดมเงินช่วยเหลือในบางเงื่อนไข

## 5.1.2 ปัจจัยด้านเนื้อหา

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะของเนื้อหาเฉพาะ ซึ่งแตกต่างจากสื่อมวลชนอื่นๆ โดยเนื้อหาของสื่อโทรทัศน์เป็นวัฒนธรรมการสื่อสารที่เน้นอารมณ์ (sensational culture) ซึ่งมีกลยุทธ์การสื่อสารที่เน้นอารมณ์ได้หลากหลายวิธี ดังนี้

5.1.2.1 กลยุทธ์การจัดการอารมณ์แบบเป็นช่วงๆ เนื่องจากการจัดเวลาในสื่อโทรทัศน์มีการจัดแบ่งเป็นช่วงเวลาย่อยๆ อารมณ์ที่อยู่ในแต่ละช่วงย่อยนั้น จึงต่างกันเป็นอิสระไม่ขึ้นต่อกัน แม้แต่ในช่วงของรายการเดียวกัน จึงทำให้การสร้างสรรค์เนื้อหาต้องตรงอารมณ์ผู้ชมไว้ด้วยกลวิธีต่างๆ มากมาย

5.1.2.2 กลยุทธ์การจัดการอารมณ์ผ่านภาพ สื่อโทรทัศน์เป็นการสื่อสารผ่านภาพ และที่สำคัญภาพที่เห็นในโทรทัศน์นั้นไม่อาจจำลองของจริงมาได้ทั้งหมด ทั้งมิติของภาพที่ขาดมิติความลึก ดังนั้นจึงต้องหาวิธีสลายข้อจำกัดด้วยการใช้เทคนิคต่างๆ ด้านภาพมาตรึงอารมณ์ของชมเอาไว้ ทั้งการใช้ระยะภาพ การกำหนดมุมกล้อง การตัดต่อภาพ การจัดแสง และการกำหนดจังหวะ

5.1.2.3 กลยุทธ์การจัดการอารมณ์ผ่านเสียง โดยการใช้เสียงพูด เสียงดนตรี และเสียงประกอบ ที่หลากหลายเพื่อดึงหรือกระตุ้นอารมณ์ของผู้ชมทำให้หันกลับมาที่หน้าจอโทรทัศน์

5.1.2.4 กลยุทธ์การแขวนลอยหรือเว้นวรรคอารมณ์ โดยต้องอาศัยการออกแบบเนื้อหาและจัดจังหวะการนำเสนอให้ลงตัว เพื่อดึงอารมณ์ผู้ชม หรือถ่วงอารมณ์ของผู้ชมเอาไว้ให้รอคอยและตรึงอยู่กับรายการที่จะได้รับชมในตอนถัดไป



### 5.1.3 ปัจจัยด้านผู้รับสาร

ผู้รับสารหรือผู้ชมเป็นองค์ประกอบสำคัญในฐานะเป็นจุดมุ่งหมายปลายทางที่สารซึ่งถูกผลิตออกมาจะเดินทางไปถึง และด้วยลักษณะที่แตกต่างกันของผู้รับสาร จึงมีผลต่อการกำหนดการทำงานและรูปแบบของสื่อโทรทัศน์ ดังนี้

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

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

5.1.3.3 ผู้รับสารที่เป็นมวลชน (mass) โดยผู้รับสารในลักษณะนี้เป็นลักษณะที่ชัดเจนที่สุดของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งต้องเป็นกลุ่มคนที่มีขนาดใหญ่ อยู่กระจายตามที่ต่างๆ ไม่รู้จักกัน และมีลักษณะที่แตกต่างหลากหลาย

## 5.2 ปัจจัยภายนอกองค์ประกอบของการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์

### 5.2.1 ปัจจัยทางเทคโนโลยี

เทคโนโลยีเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดวิถีการทำงานของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อสื่อโทรทัศน์ทั้งในด้านการผลิต การแพร่กระจาย และการบริโภคสื่อ ดังนี้

5.2.1.1 ผลกระทบด้านมิติการผลิต (production) โดยการขยายตัวของเทคโนโลยีแต่ละครั้ง จะมีผลกระทบต่อลักษณะการทำงานของสื่อโทรทัศน์เสมอ ทั้งการเปลี่ยนมาใช้ระบบการผลิตแบบดิจิทัล ทำให้เทคนิคการตัดต่อโทรทัศน์สะดวก ง่าย และรวดเร็วขึ้น หรือเทคโนโลยีคสมัยใหม่ทำให้เทคนิคพิเศษด้านภาพ (special visual effects) ดูสมจริงมากขึ้น

5.2.1.2 ผลกระทบด้านมิติการแพร่กระจาย (distribution) โดยเมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้าขึ้น รัศมีการครอบคลุม (coverage) ของคลื่นโทรทัศน์ก็ข้ามเวลาและพื้นที่ไปได้ไกลกว่าเดิม

5.2.1.3 ผลกระทบต่อมิติการบริโภคสื่อ (consumption) โดยความเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีมีผลทางตรงต่อลักษณะการรับสารของผู้ชม ทั้งการขยายประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับผู้ชมการโยกกิจกรรมข้ามเวลา ซึ่งทำให้ผู้ชมสามารถเลือกรับชมรายการในภายหลังจากออกอากาศไปแล้ว

### 5.2.2 ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม

สื่อโทรทัศน์มักจะถูกกำหนดวิถีการทำงานหรือการสื่อสารเอาไว้บนเงื่อนไขปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ ทั้งในระดับที่เห็นชัด หรือแม้แต่แฝงฝังอยู่

ในจิตสำนึกของผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่เข้ามากำหนดสื่อโทรทัศน์ มีดังนี้

5.2.2.1 ผลกระทบต่อมิติการผลิต (production) โดยหากนำวัฒนธรรมเป็นกรอบวิธีคิดหรือโครงสร้างแห่งความรู้สึกที่ฝังเข้าไปในจิตสำนึกแล้ว กระบวนการทำงานผลิตสื่อโทรทัศน์ก็มีแนวโน้มที่จะเป็นไปภายใต้การกำกับของแบบแผนวัฒนธรรมดังกล่าวด้วยเช่นกัน สำหรับในองค์กรไทย มักมีแบบแผนวัฒนธรรมที่เข้ามากำหนดลักษณะการทำงาน 4 ด้าน คือ 1) มีลักษณะการทำงานเป็นกลุ่มมากกว่าจะเป็นปัจเจกชนนิยม 2) มีลักษณะสายงานบังคับบัญชามากกว่าจะเน้นเสมอภาค 3) หลีกเลี่ยงความขัดแย้งมากกว่าเผชิญหน้า และ 4) เน้นการประนีประนอมมากกว่าจะต่อสู้แข่งขัน (Hofstede, 1989)

5.2.2.2 ผลกระทบต่อเนื้อหา (content) โดยเนื้อหาของสื่อโทรทัศน์มีแนวโน้มจะเป็นสารเชิงสัญลักษณ์ที่ถูกบรรจุความหมายต่าง ๆ เอาไว้ ซึ่งเบื้องหลังของการสร้างสัญลักษณ์จะมีกรอบอุดมการณ์หรือโครงสร้างแห่งความรู้สึกบางอย่างกำหนดเอาไว้เสมอ

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชวภณ คารมภ์ และพัชนี เที่ยจรรยา (2558) ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันของรายการเกมโชว์โซเชี่ยลกับการตอบสนองของผู้ชม พบว่า การทำรายการโทรทัศน์ประเภทตอบสนองสามารถกระตุ้นผู้ชมให้เกิดความกระตือรือร้น (active) หรือตอบสนอง (interactive) โดยผู้ผลิตมีการเลือกสถานที่และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศ มีแนวคิดในการผลิตรายการที่น่าสนใจ เน้นการมีส่วนร่วม ทั้งนี้ยังทำให้เกิดแรงจูงใจให้ผู้ร่วมแข่งขันสนใจและตัดสินใจเข้าร่วมสนุกและเลือกที่จะเปิดรับชมรายการ เรียกได้ว่าเป็นการดึงผู้ชมให้มีส่วนร่วมกับการเล่นเกมโชว์ นอกจากนี้ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการผลิตรายการในรูปแบบรายการตอบสนองโดยใช้สื่อรูปแบบใหม่ที่ได้รับ ความสนใจอย่างมาก โดยผู้ผลิตรายการมุ่งเน้นที่ใช้สื่อใหม่หรือเทคโนโลยีในการผลิตรายการ ทั้งนี้ช่วงเวลาในการออกอากาศถือเป็นอีกส่วนสำคัญในการดึงผู้ชม โดยทางสถานีได้จัดช่วงเวลาออกอากาศอย่างเหมาะสม คือ 21.30-22.00 น. ด้านเนื้อหาของรายการไม่ได้มุ่งเน้นเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังสอดแทรกความรู้ให้แก่ผู้ชม ดังนั้นการสร้างสรรครูปแบบรายการให้เป็นที่น่าสนใจจะช่วยเพิ่มยอดจำนวนของกลุ่มผู้ชมมากยิ่งขึ้น ทางผู้ผลิตรายการเชื่อมั่นว่าการพัฒนารายการแบบใช้สื่อใหม่ผ่านแอปพลิเคชันจะเป็นอีกทางเลือกใหม่ในยุคปัจจุบันให้แก่ผู้ชมรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์

วริษา พันธ์พิบูลย์ (2557) ศึกษาเรื่อง เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก (Immersive Graphic) กับการรายงานข่าวพยากรณ์อากาศ กรณีศึกษา รายการอุณหภูมิลูก สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พบว่า การเลือกใช้เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก ในรายการอุณหภูมิลูก มีหน้าที่หลักในการอธิบายข่าวสารข้อมูลให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น หรือที่เรียกว่า Infographic โดยเป็น

การอธิบายข้อมูลให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพราะรายการพยากรณ์อากาศมักใช้คำศัพท์เฉพาะทางเป็นส่วนใหญ่ สำหรับรูปแบบการนำเสนอรายการอุณหภูมิจานานด้วยเทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ 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 ที่แสดงข้อมูลอุณหภูมิจานานโดยละเอียด

ศกลวรรณ ศิริมาศ (2554) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจการเปิดรับชมรายการข่าว 3 มิติทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า 1) เนื้อหารายการข่าว 3 มิติ ส่วนใหญ่ที่ประชาชนเปิดรับชมมากที่สุด เป็นข่าวเกี่ยวกับสังคม ที่เน้นความทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป โดยกลุ่มตัวอย่างนำไปเล่าสู่กันฟังและเตือนคนในครอบครัว 2) ประชาชนติดตามชมรายการอย่างต่อเนื่องสนใจเพราะวิธีการนำเสนอข่าวที่มีการปรับเปลี่ยน มีความหลากหลาย และไม่น่าเบื่อ 3) ผู้ดำเนินรายการต้องรู้เท่าทันเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น นำเสนอข่าวด้วยความเป็นกลาง ปราศจากอคติ จึงจะทำให้รายการข่าวน่าสนใจ 4) ภาพข่าวที่ใช้ประกอบในการนำเสนอเหมาะสมกับเนื้อหาดี โดยภาพข่าวเกาะติดสถานการณ์เสมอ และ 5) ฉากของรายการสะท้อนเอกลักษณ์ของสถานี

สุนทร สกลวิสูตร (2553) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในประเทศไทย พบว่า ผู้ชมให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ข่าว) ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหารายการ พิธีกร/ผู้ประกาศ ด้านรูปแบบ/กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่างๆ เวลาออกอากาศ แชนเนล/ช่อง/แหล่งข่าว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ดังนี้ เพศ มีผลต่อประเภทรายการข่าวที่ชม และเหตุผลที่ชมรายการข่าว อายุมีผลต่อประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม ช่วงเวลาที่ชมและความถี่ในการชม ระดับการศึกษา มีผลต่อประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม และผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม ภูมิลำเนา มีผลต่อประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม ช่วงเวลาที่ชม สถานที่ชม และความถี่ในการรับชม

นัชชา กฤษณีไพบูลย์ (2552) ศึกษาเรื่อง กระบวนการสร้างสรรค์เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ (Immersive Graphic) ประกอบการรายงานข่าวค่า 19.00 น. ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่า เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้สร้างสรรค์ขึ้นประกอบการรายงานข่าวค่านี้ เป็นภาพกราฟิกที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้กราฟิกในข่าวโทรทัศน์อย่างยิ่ง คือ ช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเรื่องราวในข่าวได้อย่างรวดเร็ว แต่ที่บรรลุวัตถุประสงค์อย่างที่สุด คือ ช่วยเพิ่มสีสันของรายการข่าวให้ผู้มีชีวิตชีวา เพิ่ม

อรรถรสในการรับชมข่าวแก่ผู้ชม โดยประโยชน์ข้อนี้เองที่เป็นหน้าที่หลักของกราฟิกในรูปแบบเทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ ขณะเดียวกันประโยชน์ของการใช้กราฟิกในข้ออื่นๆ เช่น ช่วยลดความรุนแรงของภาพข่าว หรือช่วยบ่งบอกถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว อาจไม่ปรากฏจากการใช้กราฟิกประเภทนี้ เพราะกราฟิกแต่ละประเภทจะมีประโยชน์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป ผู้ใช้งานกราฟิกจึงต้องเลือกใช้กราฟิกให้เข้ากับรูปแบบงานนั้นๆ เพื่อให้กราฟิกดังกล่าวตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้มากที่สุด นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ ประกอบการรายงานข่าวค้ำยังไม่สามารถนำเสนอได้ทันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ หรือเหตุการณ์เร่งด่วนได้ เพราะมีกระบวนการในการสร้างสรรค์เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟที่ซับซ้อน หลากหลายขั้นตอน และใช้ระยะเวลานานในการจัดทำ โดยกระบวนการสร้างสรรค์เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ เพื่อประกอบการรายงานข่าว แบ่งได้เป็น 6 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนการคัดเลือกประเด็นข่าว 2) ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล 3) ขั้นตอนการสร้างภาพกราฟิก 4) ขั้นตอนการเตรียมระบบ 5) ขั้นตอนการอัดเทปรายการ และ 6) ขั้นตอนการออกอากาศ

ธนิตสรุ สุวรรณพันธ์ (2552) ศึกษาเรื่อง การคัดเลือกและการพัฒนาผู้ประกาศข่าวของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย พบว่า แนวทางการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยในปัจจุบันมีการคัดเลือก 2 ระบบ คือ ระบบเปิด โดยระบบเปิดเป็นการรับสมัครคัดเลือกอย่างเป็นทางการ และระบบปิด ประกอบไปด้วยการคัดเลือก 3 รูปแบบ ได้แก่ การคัดเลือกด้วยวิธีการคัดเลือกบุคคลากรในองค์กร การคัดเลือกโดยการทาบทาม หรือดึงตัวผู้ประกาศข่าวจากสถานีโทรทัศน์อื่นมาร่วมงาน รวมถึงการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวอิสระ และการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวแบบพิเศษ โดยในการคัดเลือกแต่ละครั้งนั้นจะมีนโยบายของผู้บริหาร และนโยบายของสถานีโทรทัศน์เป็นตัวกำหนด โดยในการคัดเลือกจะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของผู้ประกาศข่าวที่สถานีโทรทัศน์ต้องการ ได้แก่ มีความรู้รอบตัว ความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ต่างๆ มีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า มีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีใจรักในงาน สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังต้องมีความสามารถในการถ่ายทอดข่าวสารที่ดี และต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อมวลชนด้วย

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 และต่อ

ตัวผู้ประกาศเอง 2) ผู้ประกาศต้องมีประสบการณ์ด้านการประกาศอย่างน้อย 1 ปีหรือมีประสบการณ์ด้านการสื่อสารมวลชนมาบ้าง เพื่อให้สามารถคงความน่าเชื่อถือต่อสถานีและความพร้อมในการปฏิบัติงานของตัวผู้ประกาศเอง 3) ผู้ประกาศต้องมีเชาว์ปัญญาในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี เพื่อเพิ่มศักยภาพและความน่าเชื่อถือ 4) ผู้ประกาศควรมีบุคลิกลักษณะรูปร่างหน้าตาที่ดี มีความน่าเชื่อถือ และดึงดูดสายตาผู้ชมได้ เพื่อดึงดูดใจผู้ชม และสร้างความน่าประทับใจแก่สถานีฯ 5) ผู้ประกาศต้องมีเจตคติที่เป็นกลางต่อสังคม เพื่อความคงเป็นมาตรฐานของสถานีสืบไป 6) ผู้ประกาศต้องมีการใฝ่รู้ตลอดเวลา เพื่อการพัฒนาศักยภาพทั้งของสถานี และของตัวผู้ประกาศเอง 7) ผู้ประกาศควรมีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี และต้องมีสัญชาติไทย เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ และ 8) ผู้ประกาศต้องมีความแตกฉานในการใช้การอ่านภาษาไทย เพื่อศักยภาพที่มั่นคงและคงสภาพความน่าเชื่อถือของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกสืบไป

ศิวินารถ หงษ์ประยูตร (2550) ศึกษาเรื่อง ตระกูลรายการข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย พ.ศ. 2548 พบว่า สามารถใช้การเล่าเรื่องและรหัสของรายการ จำแนกรายการข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทยที่ออกอากาศในปี 2548 ออกได้เป็น 4 ตระกูล โดยเป็นตระกูลหลัก 1 ตระกูล และตระกูลย่อย 3 ตระกูล ได้แก่ 1) ตระกูลรายการข่าวแนวคลาสสิก (classic news genre) เป็นตระกูลหลักและดั้งเดิมใช้รหัสสร้างความหมายด้านความน่าเชื่อถือและความถูกต้อง โดยการอ่านข่าวเป็นหลัก ภาพรวมของรายการเป็นทางการ เนื้อหา ภาพและเสียงของข่าวมีบทบาทมากกว่าผู้ประกาศข่าวที่มีบทบาทเพียงอ่านข่าวตามบท 2) ตระกูลย่อยรายการข่าวแนววิเคราะห์ข่าว (news analysis sub-genre) ใช้รูปแบบรายการนิยสารข่าว โดยเน้นที่การวิเคราะห์ข่าวมากที่สุด ภาพรวมของรายการเป็นทางการและมีบุคลิกของนักวิเคราะห์หรือ ผู้ทรงภูมิปัญญาเสนอเฉพาะข่าวหลัก สร้างความน่าเชื่อถือจากผู้วิเคราะห์ข่าวและพิธีกร 3) ตระกูลย่อยรายการข่าวแนวโชว์ข่าว (news show sub-genre) เป็นตระกูลย่อยใหม่ใช้รหัสสร้างความหมายด้านสีสันความสบายและความเพลิดเพลินเป็นหลัก ใช้รูปแบบการสนทนาข่าวพร้อมกับบรรยายกาศสบาย กึ่งทางการ แต่สร้างความน่าเชื่อถือจากพิธีกร โดยพิธีกรมีบทบาทมากกว่าข่าว และ 4) ตระกูลย่อยรายการข่าวแนวสาระบันเทิง (infotainment news sub-genre) เป็นตระกูลย่อยใหม่ที่แยกตัวออกจากข่าวภาคปกติ ใช้รหัสสร้างความหมายด้านความสนุกสนาน มีภาพรวมของรายการที่ไม่เป็นทางการมากที่สุด รูปแบบการรายงานข่าวมีลีลาที่เป็นกันเองและมีสีสัน โดยพิธีกรมีบทบาทเพียงเพิ่มเติมสีสัน ปัจจุบันมีรายการข่าวแนวคลาสสิกมากที่สุด แต่ผู้ผลิตก็มีการปรับปรุงสูตรโดยตลอด เพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมชมข่าวที่เปลี่ยนไปและแข่งขันกับตระกูลย่อยใหม่ทั้ง 3 ตระกูล ที่มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างรวดเร็ว

จุฑากานต์ พรประสิทธิ์ และคณะ (2548) ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของประชาชนในเขตบางกะปิที่มีต่อการส่ง SMS แสดงความคิดเห็นผ่านรายการโทรทัศน์ ประจำปี 2548 พบว่า 1) การแสดงความคิดเห็นผ่านรายการโทรทัศน์แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประชาธิปไตย แต่ยังคงความน่าเชื่อถือ รายการจึงควรสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นเพื่อส่งเสริม

การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนในทางสร้างสรรค์ 2) การส่ง SMS แสดงความคิดเห็นผ่านรายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารหรือสถานการณ์ที่ต่าง ๆ รวดเร็วขึ้น และมีส่วนทำให้การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ เพราะการส่ง SMS สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว จึงเป็นประโยชน์แก่ผู้ประสบปัญหา 3) หัวข้อเรื่องที่เปิดให้มีการส่ง SMS แสดงความคิดเห็นไม่เหมาะที่จะนำมาออกอากาศ เช่น ปัญหาความขัดแย้งระหว่างบุคคลสองฝ่าย อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งที่รุนแรงขึ้นได้ จึงควรพิจารณาหัวข้อที่เหมาะสม 4) รายการโทรทัศน์ควรคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดจากการดำเนินรายการ ไม่คำนึงถึงแต่ประโยชน์ในทางธุรกิจแต่เพียงอย่างเดียว 5) การเปิดให้มีการส่ง SMS แสดงความคิดเห็นในบางเรื่องเป็นการสร้างกระแส ดังนั้นรายการโทรทัศน์จึงควรให้ข้อมูลที่ตรงตามความเป็นจริงไม่สร้างเรื่องขึ้นมาเพื่อสร้างกระแสให้กับรายการโดยใช้ประชาชนเป็นเครื่องมือในการดำเนินรายการ และ 6) การส่ง SMS แสดงความคิดเห็นผ่านรายการโทรทัศน์ทำให้สิ้นเปลือง รายการโทรทัศน์จึงไม่ควรคิดอัตราค่าบริการที่แพงมากเกินไป

นภารัตน์ พฤกษ์สุรลัย (2548) ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรูปแบบรายการ และมีทัศนคติเป็นกลางต่อการสื่อสารกับรายการ 2) กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟในระดับมาก โดยมีความต้องการทั้งต่อรูปแบบรายการ และต่อการสื่อสารกับรายการในระดับมาก ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ชมได้รับความบันเทิง สนุกสนาน เพื่อวัตถุประสงค์อื่น เพื่อสร้างความแตกต่างจากรายการอื่น เพื่อให้ผู้ชมเกิดความจงรักภักดีต่อรายการ สำหรับประโยชน์ที่คาดว่าผู้ชมจะได้รับ คือ ผลด้านความรู้สึก เหมือนมีเพื่อน สามารถมีส่วนร่วมโดยการพูดคุย แสดงความคิดเห็น ชักถามหรือร่วมสนุก ซึ่งทำให้ผู้ชมไม่ถูกปิดกั้น และบางครั้งก็เป็นการให้อ่านแก่ผู้ชม ที่ผ่านมารายการรูปแบบนี้ได้รับความนิยมจากผู้ชมมากพอสมควร

มาลินี มีลาภสม (2543) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับ ความเข้าใจ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากข่าวพยากรณ์อากาศของผู้ประกอบอาชีพประมงในชุมชนบ้านแหลมหินและชุมชนบ้านสลักเพชร จังหวัดตราด พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อวิทยุกระจายเสียง 2) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ และมีการใช้ประโยชน์จากข่าวพยากรณ์อากาศในระดับปานกลาง 3) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านลักษณะการประกอบกิจการแตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน 4) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความเข้าใจความหมายของคำศัพท์ที่ใช้ในการพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน และ 5) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเผยแพร่ข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

ธันวาคม จิตต์จุฬานนท์ (2542) ศึกษาเรื่อง กว่าจะมาเป็น “ลมฟ้าพยากรณ์” ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวลมฟ้าพยากรณ์ ทาง ททบ. 5 มีดังนี้ 1) ด้านผู้ประกาศข่าว มีบุคลิกลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป แต่เน้นให้ผู้ประกาศข่าวรายงานข่าวด้วยหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส สำเนียงภาษาต้องถูกอักขระลีลาการรายงานต้องดูกระฉับกระเฉงและว่องไว 2) ด้านเนื้อหา จะต้องถูกต้อง แหล่งข้อมูลน่าเชื่อถือทั้งในประเทศและต่างประเทศ ความแม่นยำและรวดเร็ว แหล่งข้อมูลหลักที่ผู้สื่อข่าวใช้ก็คือ แหล่งข้อมูลจากกรมอุตุนิยมวิทยาและข้อมูลจาก CNN 3) ด้านการใช้กราฟิก รูปแบบการใช้กราฟิกของลมฟ้าพยากรณ์มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากช่องอื่น โดยใช้ภาพกราฟิก 9 ภาพคือ ภาพเปิดตัว ภาพจากดาวเทียม ภาพแสดงสภาพอากาศวันพรุ่งนี้ ภาพแสดงสภาพอากาศของ กทม. ภาพอุณหภูมิสูงสุด-ต่ำสุดของแต่ละภูมิภาค ภาพแสดงสภาพภูมิอากาศในทวีปยุโรป ภาพแสดงสภาพอากาศในทวีปอเมริกา ภาพแสดงสภาพภูมิอากาศในทวีปเอเชีย และภาพแสดงสภาพอากาศในแปซิฟิกตอนใต้ 4) ด้านการทำโครมาทรี ที่จะได้เห็นภาพของผู้ประกาศไปพร้อมๆ กับการรายงานสภาพอากาศ ซึ่งแตกต่างจากช่องอื่นที่เป็นภาพกราฟิกธรรมดา 5) วิธีการนำเสนอ จะแตกต่างจากช่องอื่นตรงที่มีลูกเล่นต่างๆ ที่ช่วยสร้างสีสันและผ่อนคลายความตึงเครียดให้กับผู้ชมด้วยการปิดท้ายรายการด้วยภาพตลกและภาพน่ารักๆ และ 6) ผู้สื่อข่าว จะต้องมีความรับผิดชอบสูง อดทน กระตือรือร้น และมีการเตรียมความพร้อมทั้งในด้านประสบการณ์ ความชำนาญ การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม โดยเฉพาะด้านภูมิศาสตร์ เพราะจะเป็นประโยชน์ในด้านการเขียนข่าวและทำข่าว เพื่อให้ผลงานที่นำเสนอออกสู่สายตาผู้ชมนั้นเป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพ

สนมพร ฉิมเฉลิม (2542) ศึกษาเรื่อง กระบวนการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ พบว่าประเภทของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ผู้ประกาศข่าวหลัก 2) ผู้ประกาศข่าวร่วมหรือผู้นำเสนอข่าว และ 3) ผู้รายงานข่าว โดยสัดส่วนของผู้ประกาศข่าวประเภทผู้ประกาศข่าวหลัก มีจำนวนน้อยที่สุด ขณะที่จำนวนผู้ประกาศข่าวร่วมหรือผู้นำเสนอข่าวเป็นจำนวนมากที่สุด และสัดส่วนของผู้รายงานข่าวรองลงมา ในส่วนของกระบวนการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์นั้น พบว่า มีกระบวนการคัดเลือกทั้งสิ้น 4 กระบวนการ คือ 1) กระบวนการคัดเลือกโดยการประกาศรับสมัครเป็นการคัดเลือกอย่างเป็นทางการ 2) กระบวนการคัดเลือกโดยการไต่เต้า 3) กระบวนการคัดเลือกโดยการดึงบุคคลภายนอกที่มีความสามารถโดดเด่นพิเศษ และ 4) กระบวนการคัดเลือกโดยระบบอุปถัมภ์ โดยแต่ละสถานีโทรทัศน์จะมีกระบวนการคัดเลือกที่ต่างกันตามปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบาย และเจ้าของหรือผู้บริหารสถานี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการคัดเลือก รองลงมาคือ เทคโนโลยี ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบการเมือง กฎหมาย การตลาด ความคาดหวังของผู้ชมในทัศนะของผู้บริการ การวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชนอื่นๆ และความเป็นวิชาชีพ เป็นปัจจัยทางอ้อมที่ส่งผลต่อเจ้าของหรือผู้บริหารสถานีที่จะกำหนดเป็นนโยบาย

พวงชมพู บำรุงสุข (2541) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว พบว่า กลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ได้แก่ 1) กลยุทธ์การสร้างการจดจำ 2) กลยุทธ์การสร้างความน่าสนใจ 3) กลยุทธ์การมีส่วนร่วม 4) กลยุทธ์การสื่อสาร 2 ทาง 5) กลยุทธ์การเรียนรู้จากแม่แบบในสื่อมวลชน 6) กลยุทธ์การวางจุดขายที่ชัดเจน และ 7) กลยุทธ์สาระบันเทิง โดยแต่ละรายการจะมีกลวิธีในการดำเนินกลยุทธ์ที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยแวดล้อมต่างๆ คือ วันเวลาในการออกอากาศ กลุ่มเป้าหมาย ความยาวของรายการ ความถี่ในการออกอากาศ และผู้สนับสนุนรายการ ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบในการสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ได้แก่ 1) การค้นคว้าข้อมูล 2) ผู้สนับสนุนรายการ 3) นโยบายสถานี 4) เวลาในการออกอากาศ 5) การแบ่งโครงสร้างรายการ และ 6) สภาวะเศรษฐกิจ

Debra Goldman (1998) ได้ศึกษาเรื่อง Under the weather พบว่า การรายงานข่าวทางสื่อมวลชนเกี่ยวกับพายุหิมะที่นิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นหน้าที่ที่สื่อมวลชนจะต้องปฏิบัตินั้น มีการรายงานข่าวโดยคิดรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจและดึงดูดใจ ทำให้ช่วยเสริมความสำคัญของเนื้อหาและสร้างความรู้สึกมีอารมณ์ร่วมของผู้ชมไปกับภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นได้

Andrew Bowser (1997) ศึกษาเรื่อง Weather Fronts local news พบว่า ข่าวพยากรณ์อากาศได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่ง ในจำนวน 11 ข่าวของบริษัทเคเบิลทีวีที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าข่าวพยากรณ์อากาศเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการอย่างแท้จริง จึงทำให้ปัจจุบันมีการรายงานข่าวลักษณะอากาศเพิ่มขึ้นมากขึ้นกว่าเดิม และเหตุผลที่ผู้บริหารของบริษัทเคเบิลทีวีให้ความสำคัญและสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเครื่องมือทางด้านกราฟิกสำหรับการรายงานข่าวพยากรณ์อากาศให้น่าสนใจถึงแม้ว่าจะต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก คือ ข่าวพยากรณ์อากาศตอบสนองความต้องการของผู้ชมและเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ชมต้องใช้ประโยชน์



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรค้ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยมีรายละเอียดการวิจัย ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรค้ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยนี้ ผู้วิจัยมุ่งเจาะจงศึกษาเฉพาะข่าวพยากรณ์อากาศที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์แบบไม่บอกรับสมาชิก (Free TV) ในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 สถานี ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส โดยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลประเภทบุคคล โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ควบคุมการผลิต (producer) และผู้ประกาศ (announcer) ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย ได้แก่

- 1.1.1 ทวี 360 องศา ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
  - 1.1.1.1 คุณธนินวัฒน์ พัฒนวีรคุณ ผู้ควบคุมการผลิต และผู้ประกาศ
- 1.1.2 ลมฟ้าพยากรณ์ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
  - 1.1.2.1 คุณบุญรอด พันธุมณี ผู้ควบคุมการผลิต
  - 1.1.2.2 คุณสุหัสชา สวัสดิ์พรพัลลภ ผู้ประกาศ
  - 1.1.2.3 คุณสุนิดา สวัสดิ์พรพัลลภ ผู้ประกาศ
- 1.1.3 ฝนฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7
  - 1.1.3.1 คุณวรัญญา นวกาลัญญู ผู้ควบคุมการผลิต/ครีเอทีฟ (creative)

- 1.1.3.2 คุณเปรมสุตา สันติวัฒน์นา ผู้ประกาศ
- 1.1.4 ลมฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์
  - 1.1.4.1 คุณอภิชน ลำเจียก ผู้ควบคุมการผลิต
  - 1.1.4.2 คุณอำไพรัตน์ เตชะภูวภัทร ผู้ประกาศ
- 1.1.5 สถานีอากาศ NBT ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
  - 1.1.5.1 คุณจันทิมา ศิลชาติ ผู้ควบคุมการผลิต และผู้ประกาศ
- 1.1.6 ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส
  - 1.1.6.1 คุณธนวรรณ มลิณทสูตร ผู้ควบคุมการผลิต และผู้ประกาศ

1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลประเภทเทปบันทึกภาพ โดยผู้วิจัยได้สำเนาเทปโทรทัศน์ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยจากการออกอากาศจริงในเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 ในช่วงเวลา 15.00-20.00 น. และข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ งานเขียนประเภทบทความ บทสัมภาษณ์ บุคลากรด้านข่าวพยากรณ์อากาศ ซึ่งปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ รวมทั้งวิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 2. การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposeful sampling) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่นิยมใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) (วรรณดี สุทธิธรากร, 2556: 56) โดยมีรายละเอียดในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

2.1 ผู้ควบคุมการผลิต (producer) ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการควบคุมดูแลทิศทางการผลิต และเป็นผู้วางโครงสร้างความคิดให้กับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย ทั้งในแง่เนื้อหาและการบริหารจัดการให้ลุล่วงไปตามกรอบที่วางไว้ ที่ยังคงทำหน้าที่ในขณะที่ศึกษา

2.2 ผู้ประกาศ (announcer) ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะผู้ที่ปรากฏบนหน้าจอโทรทัศน์ โดยทำหน้าที่เป็นตัวหลักในการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยให้เป็นไปอย่างราบรื่นและน่าสนใจ ที่ยังคงทำหน้าที่ในขณะที่ศึกษา

## 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ได้มีการนำเครื่องมือมาใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษา โดยมีเครื่องมือดังต่อไปนี้

3.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ที่มีโครงสร้างคำถาม จำนวน 2 ชุด ได้แก่

3.1.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ควบคุมการผลิต (producer) โดยมีกรอบแนวคิดหรือประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ ดังนี้

- |           |  |
|-----------|--|
| ส่วนที่ 1 | ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก  |
| ส่วนที่ 2 | รูปแบบการนำเสนอและทิศทางการพัฒนารูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยในอนาคต  |
| ส่วนที่ 3 | กลยุทธ์การสร้างสรรคข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ด้านเนื้อหา</li> <li>2. ด้านผู้ประกาศ</li> <li>3. ด้านวิธีการนำเสนอ</li> </ol> |
| ส่วนที่ 4 | ปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย   |

3.1.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกาศข่าว (announcer) โดยมีกรอบแนวคิดหรือประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ ดังนี้

- |           |  |
|-----------|--|
| ส่วนที่ 1 | ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก  |
| ส่วนที่ 2 | จุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของผู้ประกาศในการนำเสนอและรายงานข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย |
| ส่วนที่ 3 | การเตรียมความพร้อมของผู้ประกาศในการนำเสนอและรายงานข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย   |
| ส่วนที่ 4 | ปัญหาและอุปสรรคในการนำเสนอและรายงานข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย                  |

## 3.2 เทปบันทึกเสียง

3.3 สมุดจดบันทึกระหว่างการสัมภาษณ์ และใช้ในการบันทึกข้อมูลที่ได้จากการชมเทปบันทึกภาพข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

## 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลใน 3 ลักษณะ คือ ข้อมูลประเภทบุคคล ข้อมูลประเภทเทปบันทึกภาพ และข้อมูลประเภทเอกสาร ดังนี้

4.1 ข้อมูลประเภทบุคคล ผู้วิจัยใช้วิธีการบันทึกเสียง และจดบันทึกข้อมูล รายละเอียดต่าง ๆ ขณะกำลังสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก

4.2 ข้อมูลประเภทเทปบันทึกภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการจดบันทึกข้อมูล รายละเอียดต่าง ๆ ที่ได้จากการชมเทปข่าวพยากรณ์อากาศที่ได้สำเนาไว้

4.3 ข้อมูลประเภทเอกสาร ผู้วิจัยได้สำเนาและแยกประเภทข้อมูลออกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์ ได้แก่

4.4 งานเขียนประเภทบทความ บทสัมภาษณ์ บุคลากรด้านข่าวพยากรณ์อากาศ ซึ่งปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ต่างๆ ใช้ในการวิเคราะห์กลยุทธ์และรูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

4.5 วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้เป็นกรอบในการวิจัย

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) วิเคราะห์ด้วยกระบวนการเชิงอุปนัย (inductive method) ซึ่งวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ก่อน จากนั้นนำข้อมูลที่คล้ายคลึงกันหรือประเภทเดียวกันรวมกันเป็นประเด็น (topic) แล้วนำหลาย ๆ ประเด็นรวมกันจัดเป็นกลุ่มประเด็น (category) จากนั้นหาความสัมพันธ์ของกลุ่มแต่ละประเด็นเพื่อสร้างบทสรุปหรือแบบแผน (pattern) ของกระบวนการทางความคิดในภาพรวม โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แล้วนำมาวิเคราะห์หาประเด็นหลักของเนื้อหาตามกระบวนการ ทั้งนี้เพื่อให้ข้อสรุปของการวิจัยมีความถูกต้อง แม่นยำ และมีความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้จึงประกอบด้วย 4 ขั้นตอน (สุทธิ ชัตติยะ และวิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์, 2553: 282) ดังนี้

5.1 การตีความข้อมูล (interpretation) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลต่างๆ ตามถ้อยคำของผู้ให้ข้อมูลหลักโดยได้มาจากการถอดเทปคำต่อคำ หลังจากนั้นมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลหลักแสดง ความคิดเห็น เพื่อเป็นการสร้างความชัดเจนของความเข้าใจ และลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น จากข้อมูลที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง

5.2 การเปรียบเทียบข้อมูล (constant comparison) ผู้วิจัยนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกัน เพื่อสร้างความชัดเจนในประเด็นของความคิดเห็น โดยไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับแต่งข้อมูลใด ๆ แต่มีการลดทอนข้อมูลลงไปตามลำดับ เพื่อไม่ให้ข้อมูลที่เก็บมามีจำนวนมากเกินไป การวิเคราะห์จะสิ้นสุดเมื่อข้อมูลซ้ำ (redundancy) หรือไม่มีข้อมูลใหม่ ๆ เข้ามา จากนั้นจึงนำข้อมูลมาจัดกลุ่มโดยการจำแนกประเด็นย่อยออกเป็นหมวดหมู่ ส่วนข้อมูลที่ได้ นอกเหนือจากคำถามก็แยกไว้อีกส่วนหนึ่ง โดยเมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว ถ้าความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างกัน ก็นำผลมาเรียบเรียงในลักษณะของการพรรณาด้วยข้อความ

5.3 การสังเคราะห์ข้อมูล (data synthesis) ผู้วิจัยใช้วิธีแบบอุปนัย (inductive method) คือ รวบรวมข้อมูลที่เป็นรูปธรรมในลักษณะพรรณนา ซึ่งมีลักษณะเป็นข้อมูลแยกย่อยมารวมเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างเป็นข้อสรุปเชิงนามธรรมในลักษณะของบทสรุป

5.4 การสร้างข้อสรุป (conclusion) ผู้วิจัยดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลที่ได้จากการเปรียบเทียบข้อมูลเหล่านั้นเข้าไว้ด้วยกัน และแสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลอย่างเป็นรูปธรรมในลักษณะการพรรณนา (description of the data) ข้อสรุปดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นกรอบแนวคิดเชิงรูปธรรม

ทั้งนี้การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์เป็นประเด็นใหญ่ ๆ 2 ประเด็น คือ การศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย และการศึกษากลยุทธ์การสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรค้ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ที่มุ่งศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย และกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการสร้างสรรค้ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักจากสถานีโทรทัศน์แบบไม่บอกรับสมาชิก (Free TV) ในระบบแอนะล็อก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

ตอนที่ 2 กลยุทธ์การสร้างสรรค้ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

#### ตอนที่ 1 รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

##### 1. การกำหนดรูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า หลักเกณฑ์การกำหนดรูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศของแต่ละสถานีโทรทัศน์มีเกณฑ์พิจารณาแตกต่างกัน ใน 2 ประเด็นหลัก คือ โจทย์หรือเงื่อนไขที่ได้รับจากสถานี และรสนิยมความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยบางรายการกำหนดรูปแบบการนำเสนอโดยพิจารณาจากประเด็นใดประเด็นหนึ่ง และบางรายการพิจารณาจากหลายๆ ประเด็นรวมกัน

##### 1.1 โจทย์หรือเงื่อนไขที่ได้รับจากสถานี

“จากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารคิดว่า น่าจะมีรายการที่เกี่ยวกับเรื่องของความเปลี่ยนแปลงของโลกเกิดขึ้นมาและวางไว้ให้อยู่ในช่วงไพรม์ไทม์ และควรมีชื่อว่า ทวี 360 องศา ซึ่ง ณ เวลานั้นเป็นความคิดที่แหวกมาก” (ทวี 360 องศา, ผู้ควบคุมการผลิต)

“เราเน้นที่ความถูกต้อง แม่นยำ คงความน่าเชื่อถือ ค่อนข้างเป็นทางการ และให้ข้อมูลที่ครบถ้วน สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของสถานี นั่นคือ ทวีที่คุณวางใจ” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ควบคุมการผลิต)

“แม้เรามีการปรับรูปแบบให้ดูเป็นข่าวที่สบายตามากขึ้น มีลูกเล่นมากขึ้น มีเรื่องราวมากขึ้น แต่เรายังยึดรูปแบบอัตลักษณ์ที่ยังคงความน่าเชื่อถือ ไม่เล่นมาก ไม่ต้องดรามามาก เพราะช่อง 5 เป็นแม่ข่ายของการเตือนภัยและเป็นที่ตั้งของโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ควบคุมการผลิต)

## 1.2 รสนิยมความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

“ทุกวันนี้พยากรณ์อากาศเป็นสิ่งที่จำเป็น และกลุ่มคนดูช่อง 7 เป็นกลุ่มชาวบ้านที่มีความเชื่อมโยงกับสภาพอากาศแบบนี้โดยตรง เราก็มานั่งคิดว่า แล้วรูปแบบไหนที่คนดูอยากจะดูมากที่สุด” (ฝนฟ้าอากาศ, ครีเอทีฟ)

“เจตนาารมณ์ของเรา อยากจะเข้าถึงคนทุกกลุ่ม ทั้งพุทธ คริสต์ อิสลาม เกษตรกร ชาวประมง ชาวบ้าน มนุษย์ป่า หรือแบบกลุ่มวัยรุ่นคลั่งศิลปินเกาหลี เราไม่อยากให้มันเป็นพื้นที่สำหรับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เราพยายามดึงให้มันกว้าง” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

“ที่นี้จะไม่ให้เยอะ แบบจะไปเล่นละครก็ไม่ใช่แนว ช่วงแรกๆ ก็มีเล่นเยอะ จนผู้ใหญ่ทักบอกว่า ที่นี้นักวิชาการดู ต้องให้เกียรติเขาหน่อย มันไม่เหมือนกัน โดยกลุ่มเป้าหมายของช่อง 9 ส่วนใหญ่จะเป็นคนเมือง การศึกษาระดับกลางขึ้นไป ไม่ใช่คนต่างจังหวัดอยู่แล้ว” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

“เราก็อยากจะทำให้แปลก ทำให้คนจดจำ แต่มันอาจไปซ้ำกับช่องอื่น ถ้าเราจะทำแบบบางช่องก็มีคนทำกันไปแล้ว ที่สำคัญก็ไม่ใช่แนวทางของช่อง 9 เพราะผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของช่องไม่เหมือนกัน” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ควบคุมการผลิต)

## 2. รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก และการศึกษาเทปบันทึกการข่าวพยากรณ์อากาศ พบว่า ปัจจุบันรูปแบบของการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย เริ่มพัฒนาให้น่าสนใจมากขึ้น เพื่อตอบสนองความนิยมของผู้ชม โดยรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ มี 2 รูปแบบ คือ รูปแบบข่าวอ่าน และรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร

### 2.1 รูปแบบข่าวอ่าน

รูปแบบข่าวอ่าน เป็นการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย ด้วยการให้ผู้ประกาศอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ ทั้งข่าวอ่านธรรมดาที่ผู้ประกาศจะอ่านข่าวหน้ากล้องของสถานี และอ่านข่าวประกอบภาพข่าวหรือภาพกราฟิกที่ผู้ประกาศจะอ่านข่าวหน้ากล้องพร้อมอธิบายภาพกราฟิกหรืออยู่หลังกล้อง โดยเรียงลำดับประเด็นข่าวตามที่ผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศร่วมกันกำหนด หรือที่อยู่ในความสนใจของผู้ชมมากที่สุดจากมากไปหาน้อย

ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการอ่านข่าวของผู้ประกาศ โดยผู้ประกาศจะต้องมีลีลาการอ่านที่มั่นใจ แต่เป็นธรรมชาติ สามารถสื่อสารและถ่ายทอดเนื้อหาสู่ผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับรายการข่าวพยากรณ์อากาศที่มีรูปแบบข่าวอ่าน ได้แก่ 1) ทวี 360 องศา สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 2) ลมฟ้าพยากรณ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 3) ลมฟ้าอากาศ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ 4) สถานีอากาศ NBT สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และ 5) ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

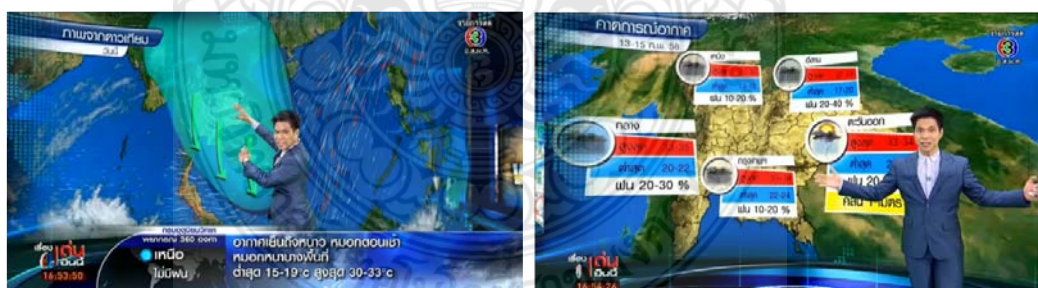
“มีการปรับรูปแบบตัวเอง จากที่แค่อ่านข่าวธรรมดา ก็จะเป็นผู้ประกาศมาฟรีเซนต์ มานำเสนอในเรื่องของข้อมูล เรื่องของอากาศมากขึ้น ซึ่งจะต้องมีการอบรมการใช้ภาษาไทย และการแอ็คติ้ง” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ควบคุมการผลิต)

“การที่นำ 2 คนมาคุยกัน มันเหมือนกับว่าเราเล่าข่าวอากาศให้ผู้ชมฟัง ซึ่งไม่ใช่รายงานข่าวอากาศเพียงอย่างเดียว แต่เหมือนเป็นการคุยกันเรื่องสภาพอากาศ มันจะทำให้คนที่ดูเข้าใจ และเข้าถึงมากขึ้น แต่ถ้าเป็นข้อมูลสถิติหรือการเตือนภัย ต้องเน้นเป็นเชิงรายงาน” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ประกาศ)



ภาพที่ 4.1 ภาพรูปแบบข่าวอ่าน, ลมฟ้าพยากรณ์

“มันมีส่วนผสมหลายอย่าง คือ ถ้าเรามายืนอ่านเฉยๆ ด้วยเนื้อหาที่พูดออกไปแล้วเราเก่งมากเลย คนอาจจะไม่สนใจก็ได้ แต่ถ้าผ่านกระบวนการที่เราเล่าให้ฟัง มันเลยทำให้ทีวี 360 องศา อยู่ในความสนใจ” (ทีวี 360 องศา, ผู้ประกาศ)



ภาพที่ 4.2 ภาพรูปแบบข่าวอ่าน, ทีวี 360 องศา

“ในฐานะผู้รับผิดชอบการรายงานข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS จึงยืนยันที่จะยึดถือแนวทางในการรายงานข่าว โดยเน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเข้าถึงคนทุกกลุ่ม” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ควบคุมการผลิต)





ภาพที่ 4.3 ภาพรูปแบบข่าวอ่าน, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

## 2.2 รูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร

รูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร เป็นการนำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศและตัวละครร่วมถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการแสดงท่าทางและการพูดเพื่อยังเข้าสู่เนื้อหาข่าว ผสมผสานกับการให้ผู้ประกาศอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ด้วย โดยรายการฝนฟ้าอากาศ เป็นเพียงรายการเดียวที่มีรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร

“รูปแบบการนำเสนอจะคล้ายละครตอนเปิดและปิด จะมีเรื่องของฉาก ธีม เสื้อผ้า หน้าผม ซึ่งมันเป็นสิ่งที่เราคิดเพิ่มเติม มันไม่ใช่แค่การรายงานข่าว ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร หรือมีข้อมูลตัวเลขอย่างไร แต่มันจะเป็นลักษณะของการนำรูปแบบการนำเสนอเป็นทีวีโชว์ รูปแบบหนึ่งขึ้นมา” (ฝนฟ้าอากาศ, ครีเอทีฟ)

“ข่าวพยากรณ์อากาศมันไม่ใช่ข่าวอ่านทั่วไป มันมีลีลา และเรื่องของฝนฟ้าอากาศมันไม่ใช่แบบเดิม มันไม่ใช่แพทเทิร์น มันไม่ใช่แบบเปลี่ยนจากแล้วมาย้อนแบบเดิม มันไม่ใช่ ทุกอย่างมันใหม่หมด ตั้งแต่เพลงเข้ารายการ มันเปลี่ยนทุกวัน ซึ่งครีเอทีฟจะใช้รอยหยักในสมองมากที่สุด” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)



ภาพที่ 4.4 ภาพรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร, ฝนฟ้าอากาศ

### 3. ทิศทางการพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย ในอนาคต

ผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยในอนาคตไว้หลายประเด็น ทั้งเรื่องของเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ลักษณะการออกอากาศ และคุณสมบัติของผู้ประกาศ ดังนี้

“ในอนาคต อยากทำแบบเรียลไทม์ สำหรับกราฟิกอยากให้เห็นชัดเจนนกว่านี้ และในยุคดิจิทัลทีวี การแข่งขันของข่าวพยากรณ์อากาศจะมากขึ้น คนที่มาทำพยากรณ์อากาศก็ต้องมีความรู้มากขึ้น กว้างขึ้น ทั้งในเชิงสิ่งแวดล้อม ภัยพิบัติ การเตือนภัย และความรวดเร็วในการนำเสนอ” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ควบคุมการผลิต)

“เน้นที่การสื่อสารที่เข้าถึงผู้ชมได้ง่าย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การนำเสนอภาพเหตุการณ์จริง คือ สิ่งที่จะทำให้ผู้ชมตระหนักถึงสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นได้มากที่สุด” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ควบคุมการผลิต)

“ควรทำรายการให้คนเข้าใจง่าย ได้ข้อมูลที่ตรงมากที่สุด เป็นประโยชน์ต่อผู้ชมมากที่สุด และควรมีทีมนักข่าวและช่างภาพภาคสนาม มาช่วยเสริม” (สถานีอากาศ NBT, ผู้ควบคุมการผลิต)

“ต้องเป็นรูปแบบที่ใกล้ตัวคนมากขึ้นเรื่อยๆ ต้องแปลสารให้คนเข้าใจ อัดแน่นด้วยคุณภาพของข้อมูลและเทคโนโลยีกราฟิกให้มากขึ้นเรื่อยๆ” (ทีวี 360 องศา, ผู้ควบคุมการผลิต)

“รูปแบบในอนาคตคงหนีไม่พ้นการที่จะต้องอยู่ในสตูดิโอ แต่เราอาจจะออกไปนอกพื้นที่ ทำให้เหมือนกับมีความใกล้ชิดระหว่างคนในพื้นที่กับผู้ประกาศ ซึ่งรูปแบบนี้ต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขด้านเวลา” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ควบคุมการผลิต)

“ข่าวพยากรณ์อากาศในอนาคต มันจะใกล้ตัวมากกว่านี้ ผู้ชมคนไทยจะสนใจมากขึ้น แม้จะไม่เท่ากับประเทศอื่นๆ ที่มีข่าวพยากรณ์อากาศทุกชั่วโมง” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

## ตอนที่ 2 กลยุทธ์การสร้างสรรคข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

### 1. ด้านเนื้อหา

#### 1.1 แหล่งข่าว

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล พบว่า ในทุกรายการมีแหล่งข่าวประจำ คือ กรมอุตุนิยมวิทยา ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่ในการรวบรวมผลตรวจอากาศจากสถานีต่างๆ ของประเทศไทย โดยได้ข้อมูลทั้งจากอินเทอร์เน็ต (internet) และข้อมูลจากเอกสาร (documents)

“ข้อมูลนำมาจากเว็บไซต์ของกรมอุตุนิยมวิทยาเป็นหลัก หากข้อมูลจากเว็บไซต์อื่นมีข้อมูลไม่ตรงกับกรมอุตุนิยมวิทยา ยิ่งไงก็แล้วแต่ ก็จะมีติดจากกรมอุตุนิยมวิทยาเป็นหลักในการอ้างอิง” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ควบคุมการผลิต)

“ข้อมูลมาจากกรมอุตุนิยมวิทยา 100% โดยนำข้อมูลที่กรมอุตุนิยมวิทยาแพกซ์มาให้เป็นหลัก ซึ่งถ้ามีการเตือนภัยอะไรจากหน่วยงานอื่นๆ เราก็จะนำมาสอดแทรกเพิ่มเติมลงไป” (สถานีอากาศ NBT, ผู้ควบคุมการผลิต)

นอกจากแหล่งข่าวประจำจากกรมอุตุนิยมวิทยาแล้ว ผู้ให้ข้อมูลหลักของทุกรายการยังแสวงหาข้อมูลข่าวมาจากหลายๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้เนื้อหา มีความชัดเจน หลากหลาย และแตกต่าง

“ข้อมูลเพิ่มเติมเรานำมาจากเว็บไซต์ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ เว็บไซต์กรมชลประทาน และเว็บไซต์ต่างประเทศที่ชื่อว่า Tropical Storm Risk: TSR ([www.tropicalstormrisk.com](http://www.tropicalstormrisk.com))” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ควบคุมการผลิต)

“จริง ๆ ก็จะไปดูของคนอื่นด้วย ต้องรับข่าวสารที่เข้ามาจากหลายหลายช่องทาง โดยดูว่าคนอื่นรายงานอะไรบ้าง บางครั้งก็ดูผ่านทวิตเตอร์ (Twitter) ดูข่าวแผ่นดินไหวว่าเกี่ยวกับเราไหม ถ้าไม่ไปซ้ำกับเขาเราก็เอาเป็นประเด็นได้” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

“ระยะหลังจะออกไปทางเชิงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และต้องมีความกว้างในเรื่องของข้อมูลมากขึ้น เช่น ข้อมูลของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย สำนักงานนโยบายและบริหารจัดการน้ำและอุทกภัยแห่งชาติ กรมชลประทาน” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ควบคุมการผลิต)

## 1.2 การคัดเลือกเนื้อหา

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า นอกจากผู้ให้ข้อมูลหลักจะคัดเลือกเนื้อหาที่เกี่ยวกับสภาพอากาศรายวันแล้ว ยังมีการคัดเลือกเนื้อหาที่แตกต่างกันตามนโยบายของแต่ละสถานีอีกด้วย เช่น การเตือนภัย สภาพอากาศในอาเซียน สิ่งแวดล้อม และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอากาศ

“ต้องดูสถานการณ์ในแต่ละวันว่าจะมีปัจจัยอะไรที่เกี่ยวข้องกับอากาศที่จะทำให้มีผลกระทบต่อประชาชน ส่วนมากช่อง 5 จะเน้นการเตือนภัย เพราะข่าวพยากรณ์อากาศเป็นข่าวที่ต้องเตือนภัยประชาชนได้ ของเราก็จะมีช่วงลมฟ้าเตือนภัย” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ควบคุมการผลิต)



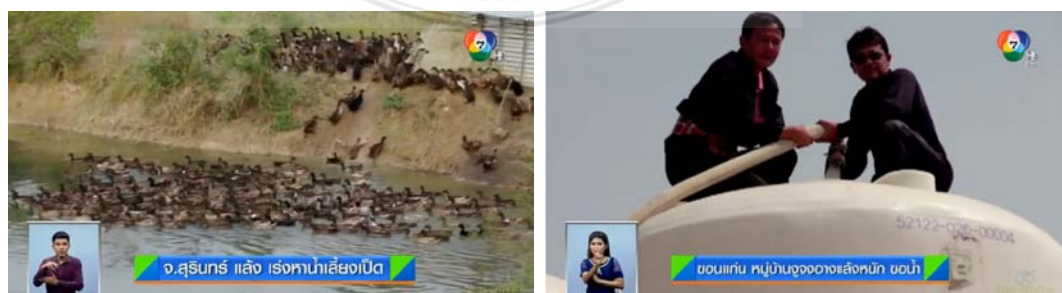
ภาพที่ 4.5 ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, ลมฟ้าพยากรณ์

“การเดินทางของทีวี 360 องศา เป็นการเดินเรื่องที่น่าเรื่องราวของปัญหาสิ่งแวดล้อม หรือความเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้น มาอธิบายด้วยข้อมูลทางด้านแผนที่ที่เราโยงเรื่องของข้อมูลอากาศเชิงวิเคราะห์ลงไป” (ทีวี 360 องศา, ผู้ควบคุมการผลิต)



ภาพที่ 4.6 ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, ทีวี 360 องศา

“นอกจากลักษณะอากาศโดยทั่วไปแล้ว สิ่งที่แตกต่างกันคือ เรื่องของเส้นทางพายุ การคำนวณการเกิดภัยพิบัติ และฐานผู้ชมช่อง 7 ไม่ใช่แค่ในเมืองไทย แต่รวมถึงกลุ่มอาเซียนด้วย มันเป็นเรื่องแปลกมาก ฉะนั้นเราต้องทำการบ้านเพิ่มเกี่ยวกับสภาพอากาศที่เกี่ยวข้องกับประเทศเพื่อนบ้านด้วย” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ควบคุมการผลิต)



ภาพที่ 4.7 ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, ฝนฟ้าอากาศ

“หัวใจของการรายงานข่าวพยากรณ์อากาศ คือ การให้ข้อมูล หรือแจ้งเตือนเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงของลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้น ภายในอีก 6 - 24 ชั่วโมงข้างหน้า” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ควบคุมการผลิต)



ภาพที่ 4.8 ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

“สถานีอากาศ NBT จะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 เรื่องหลักๆ คือ ข่าวอากาศหลักหรือภาพรวมสภาพอากาศ และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอากาศ โดยจะแบ่งแยกเพื่อให้ครบถ้วนและถี่หลากหลายใน 5 วัน” (สถานีอากาศ NBT, ผู้ควบคุมการผลิต)



ภาพที่ 4.9 ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, สถานีอากาศ NBT

นอกจากการคัดเลือกประเด็นข่าวเพื่อนำมาเสนอแล้ว ผู้ให้ข้อมูลหลักบางรายการยังให้ความสำคัญกับ “การสร้างประเด็นข่าว” ขึ้นมาเองอีกด้วย ได้แก่ ทวี 360 องศา มีการสร้างประเด็นข่าวโดยใช้ประสบการณ์การทำงานผู้สื่อข่าว ในการคิดประเด็นเพื่อนำเสนอเนื้อหาให้มีความแตกต่าง และน่าสนใจ เช่น ในช่วงฤดูแล้งเกษตรกรจะมีการเผาในพื้นที่เกษตรก่อนจะลงมือปลูกพืชในช่วงหน้าฝน ดังนั้นจึงมีการนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับการจับตา สภาพอากาศที่แห้งแล้ง และการเผาพื้นที่เกษตรของเกษตรกร ที่มีผลกระทบต่อสภาพอากาศและ

สิ่งแวดล้อม หรือในช่วงเทศกาลวันแห่งความรัก ก็จะมีการนำประเด็นของสภาพอากาศมาเชื่อมโยงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ด้วย

“จากการที่เราเป็นนักข่าวทำงานภาคสนามมาก่อน ตรงนี้มันคือพื้นฐาน ทำให้เกิดการคิดประเด็นข่าว โดยเรารู้ข้อมูลข่าวว่ามันจะเกิดอะไรขึ้น เราก็เลยสร้างประเด็นข่าว เพื่ออธิบายให้คนรู้ว่ามันจะเกิดอะไรกับคุณ ทีวี 360 องศา เราจึงขายความเป็น Content ที่ไม่เหมือนใคร” (ทีวี 360 องศา, ผู้ควบคุมการผลิต)



ภาพที่ 4.10 ภาพตัวอย่างเนื้อหาข่าว, ทีวี 360 องศา

“นอกจากข้อมูลอากาศทั่วไปจากกรมอุตุนิยมวิทยาแล้ว ก็ต้องอาศัยการวิเคราะห์สถานการณ์จากประสบการณ์ในการทำข่าวพยากรณ์อากาศที่ผ่านมา โดยต้องคอยสังเกตและคาดการณ์สภาพอากาศ นอกจากนี้เรายังต้องทำหน้าที่สืบค้นข้อมูล และหาคำตอบเกี่ยวกับความผิดปกติของสภาพอากาศที่ได้มาจากผู้ชมทางบ้านด้วย” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ควบคุมการผลิต)

### 1.3 โครงสร้างเนื้อหา

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า โครงสร้างเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศมีความแตกต่างกันในแต่ละวัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ว่าจะมีปัจจัยอะไรที่เกี่ยวข้องกับอากาศ และมีผลกระทบต่อประชาชน โดยโครงสร้างเนื้อหาหลัก ประกอบด้วย การรายงานสภาพอากาศ อุณหภูมิ การทำนายสภาวะอากาศที่จะเกิดขึ้นในช่วง 6 - 24 ชั่วโมงข้างหน้า และการเตือนภัย นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับ สภาพอากาศในอาเซียน สิ่งแวดล้อม และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอากาศ

“เนื้อหาของรายการ ในวันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี เป็นรายงานสภาพอากาศทั่วไป วันศุกร์เน้นลมฟ้าเพื่อการท่องเที่ยว วันเสาร์จะเน้นลมฟ้าเพื่อการเกษตร และวันอาทิตย์จะเน้นลมฟ้าหน้ารู้” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ประกาศ)

“แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 เรื่องหลักๆ คือ ข่าวอากาศหลักหรือภาพรวมสภาพอากาศ และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอากาศ โดยแบ่งแยกให้ครบถ้วนและหลากหลายใน 5 วัน วันจันทร์เน้นรอบสัปดาห์ วันอังคารเน้นทันภัยสภาพอากาศ วันพุธเน้นเทคนิครับมือร้อน/ฝน/หนาว วันพฤหัสบดีเน้นศัพท์อุตุวันละคำ และวันศุกร์เน้นการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสภาพอากาศ” (สถานีอากาศ NBT, ผู้ประกาศ)

“แบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงแรกเป็นภาพรวมของประเทศไทยว่าเกิดอะไรขึ้นบ้าง ช่วงที่ 2 เป็นสภาพอากาศแต่ละจังหวัด ทั้งน้ำท่วม ฝนตก และช่วงที่ 3 เป็นสภาพอากาศโดยรวมรายภาค ทั้งเหนือ ใต้ ออก ตก อันดามัน อ่าวไทย กรุงเทพฯ” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ควบคุมการผลิต)

“เนื้อหาหลัก คือ การรายงานข้อมูลสภาพอากาศประจำวันโดยละเอียด ระบุเปอร์เซ็นต์ของฝนที่จะตกลงมาในแต่ละพื้นที่ รายงานอุณหภูมิสูงสุด ต่ำสุดของแต่ละภาค รายชื่อจังหวัดที่ถูกคาดการณ์ว่าจะเกิดฝน ช่วงท้ายมีรายงานพิเศษท้ายข่าวที่เน้นการให้เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ โดยเชื่อมโยงกับเนื้อหาหลักในส่วนแรก” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ควบคุมการผลิต)

## 2. ด้านผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปรากฏกายอยู่บนหน้าจอโทรทัศน์ ในการถ่ายทอดข้อมูล เนื้อหาสาระเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารด้านสภาพอากาศ อุณหภูมิ สภาพะฝนตก การทำนายสภาวะอากาศที่จะเกิดขึ้น การแจ้งเตือน และการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้องนั้น นอกจากมีชื่อตำแหน่งว่า “ผู้ประกาศ” แล้ว ยังมีชื่อตำแหน่งว่า “ผู้ดำเนินรายการ” และ “พรีเซนเตอร์” อีกด้วย ซึ่งในการวิจัยนี้กำหนดชื่อตำแหน่งเดียวกันว่า “ผู้ประกาศ”

“คนที่มานำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศของช่อง 7 นั้น เขาไม่ได้เรียกคุณว่าผู้ประกาศ แต่เราเรียกคุณว่าผู้ดำเนินรายการ เพราะฉะนั้นตัวตนเป็นเรื่องสำคัญมาก เมื่อตัวตนชัด ผู้ชมจะจำได้ และเมื่อคุณมีเอกลักษณ์มันก็จะกลายเป็นเหมือนโลโก้ของรายการไปด้วยในตัว” (ฝนฟ้าอากาศ, ครีเอทีฟ)

“เอกลักษณ์ของรายการลมฟ้าอากาศช่อง 9 ก็น่าจะเป็นตัวพิธีกรที่น่ารัก สดใส ซึ่งเราก็อยากจะทำให้แปลก ทำให้คนจดจำ” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ควบคุมการผลิต)

“เราจะเอาอะไรสักเรื่องหนึ่ง ก็จะต้องมีฉากที่สื่อเรื่อง โดยมีพรีเซนเตอร์ของเราไปยืนอยู่และอธิบายให้ทราบว่ามันเป็นอย่างไร ถึงต้องเฝ้าระวัง ถึงต้องเตือนกัน และสภาพอากาศต่อไปจะเป็นอย่างไร” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ควบคุมการผลิต)

## 2.1 ประเภทผู้ประกาศตามลักษณะการเข้าสู่อาชีพ

### 2.1.1 ผู้ประกาศข่าวที่เข้ามาทำอาชีพผู้ประกาศข่าวโดยตรง

“แม้ว่าจะไม่ได้เรียนด้านนิเทศศาสตร์มา แต่ตอนเด็กๆ ก็อยากจะเป็นผู้ประกาศข่าวอยู่แล้ว จึงมาสมัครที่นี้ตั้งแต่ยังเรียนไม่จบ และด้วยความที่เป็นฝาแฝด ที่นี้ก็เลยสนใจ จึงได้มีโอกาสมาทำพยากรณ์อากาศ” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ประกาศ)

“ชีวิตผู้ประกาศข่าวตอนนั้น เริ่มตั้งแต่เรียนจบ จากช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ สู่ยุคไอทีวีรุ่นบุกเบิก และ ThaiPBS จนถึงปัจจุบัน” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ประกาศ)

### 2.1.2 ผู้ประกาศข่าวที่มีอาชีพอื่น ก่อนจะมีอาชีพผู้ประกาศข่าว

“ก่อนหน้านี้ เราไม่ได้ทำงานด้านข่าวเลย โดยทำงานเป็นวีเจของเอ็มทีวี คือ คนละครึ่งกับสายงาน แต่เมื่อได้มาทำงานเป็นผู้ประกาศที่นี้ตลอด 4 ปี เราก็ซึมซับจากพี่ๆ ทุกคน มานั่งฟังทุกคนอ่านข่าวก็กลายเป็นว่าเราเป็นคนข่าวไปเลย” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

“เราอยากเป็นผู้ประกาศข่าวอยู่แล้ว ก่อนหน้านั้นเป็นพีอาร์อยู่ที่ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และก็ผ่านโครงการสรรหาผู้ประกาศข่าวหน้าใหม่ของช่อง 7 จึงได้ไปฝึกงานแต่ละโต๊ะ จนมาทำข่าวพยากรณ์อากาศ” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

### 2.1.3 ผู้ประกาศข่าวที่มีอาชีพเป็นผู้สื่อข่าวมาก่อน

“แม้เราไม่ได้เรียนสื่อสารมวลชนมาโดยเฉพาะ แต่เราก็มีความรู้สึกชอบมาตั้งแต่เด็กๆ แม้จะไม่มีโอกาสได้เรียนด้านนี้โดยเฉพาะ แต่พอมีจังหวะและโอกาส เราก็ได้ทำงานเป็นนักข่าวภาคสนามมาถึง 18 ปี” (ทีวี 360 องศา, พิธีกร)

“แม้ว่าจะไม่ได้จบการศึกษาตรงตามสายอาชีพ แต่เราก็ปรับตัวและพัฒนาตัวเอง โดยเริ่มต้นจากการเป็นนักข่าวมาก่อน ก็เลยไม่มีปัญหา” (สถานีอากาศ NBT, ผู้ประกาศ)

### 2.1.4 จุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของผู้ประกาศ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล พบว่า จุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของผู้ประกาศ ได้แก่ บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ความมีชีวิตชีวา ลักษณะการแต่งกาย และลีลาท่าทางการนำเสนอ ดังนี้

#### 2.1.4.1 บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ

“เอกลักษณ์ของเรา คือ บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ การแต่งกาย สุกภาพเรียบร้อย และการออกเสียงที่ชัดเจน มีความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่รายงานเป็นอย่างดี น้ำเสียงน่าฟัง ฟังสบาย” (พยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ประกาศ)





ภาพที่ 4.11 ภาพผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

“เป็นคนที่มีความคล่องแคล่ว กระฉับกระเฉง ดูรายการแล้วลื่นไหลเป็นธรรมชาติ และมีความน่าเชื่อถือ สำหรับการสร้างความน่าเชื่อถือ สามารถเสริมได้ด้วยการสื่อสารกับผู้ชมแบบชัดเจนชัดเจน” (สถานีอากาศ NBT, ผู้ประกาศ)



ภาพที่ 4.12 ภาพผู้ประกาศข่าวสถานีอากาศ NBT

“อยู่ที่บุคลิก รูปร่างภายนอก ที่ทำให้คนเห็นแล้วสะดุดตา อยากจะสนใจข่าว และพยายามสบายๆ เน้นสดใสสว่าง และเรื่องของการนำเสนอที่ต่องน่าเชื่อถือ ด้วยการปรับการพูดให้ชัดเจนมากขึ้น” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)



ภาพที่ 4.13 ภาพผู้ประกาศข่าวลมฟ้าอากาศ

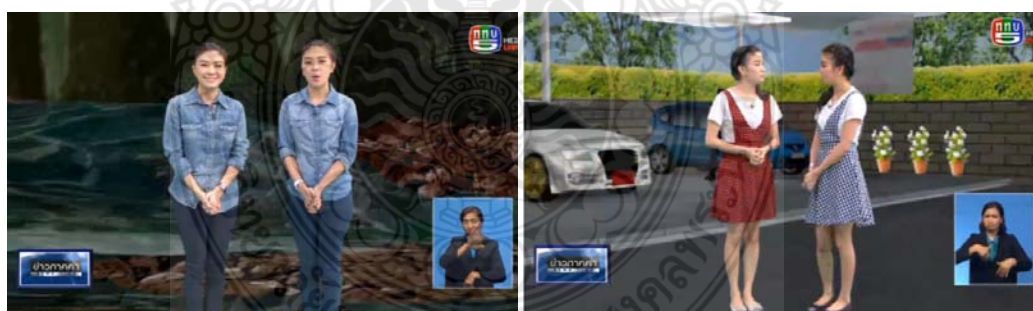
### 2.1.4.2 การแต่งกายของผู้ประกาศ

“การแต่งกายเราจะทำตรงกันข้ามกับเนื้อหา โดยเนื้อหาเราจะเป็นทางการมีรูปแบบที่ชัดเจน แต่การแต่งกายของเรา เราจะไม่ใช่สุท เพราะมันจะดูยิ่งหนักเกินไป ก็เลยเลือกเสื้อผ้าให้มันเบาบาง ซึ่งก็จะทำให้เป็นผู้หญิงทำงานที่มาเล่าสภาพอากาศให้ฟัง” (สถานีอากาศ NBT, ผู้ประกาศ)



ภาพที่ 4.14 ภาพตัวอย่างการแต่งกายของผู้ประกาศชาวสถานีอากาศ NBT

“เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย กำหนดตามธีมของเนื้อหาในแต่ละวัน วันเสาร์เป็นเกษตรกรรม ก็จะเน้นแต่งตัวเหมือนเกษตรกร คือ เสื้อสก็อต สวมหมวก ใส่กางเกง ถ้าไปทะเลก็จะห้ามใส่รองเท้าส้นสูง ในช่วงวันแม่ ก็จะเน้นผ้าไทย ตามนโยบายของช่อง” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ประกาศ)



ภาพที่ 4.15 ภาพตัวอย่างการแต่งกายของผู้ประกาศลมฟ้าพยากรณ์

“เราต้องพยายามสืบหาว่าอะไรคือรสนิยมของผู้ชม เราก็จะเอาเรื่องราวหรือว่าคาแรกเตอร์ของผู้ประกาศเราให้ไปใกล้ชิดกับวิถีชีวิตของผู้ชมเรามากขึ้น วันดีคืนดีก็เป็นชาวบ้านแบบเด็กในชุมชน ใส่กางเกงขาสั้นดูแบบเป็นจิ๊กโก๋ ใช้หนังสตีกไปยิงกึ่งกำหาแยะ หากบ เราพยายามให้มันสมจริงที่สุดเท่าที่เราจะทำได้” (ฝนฟ้าอากาศ, ครีเอทีฟ)

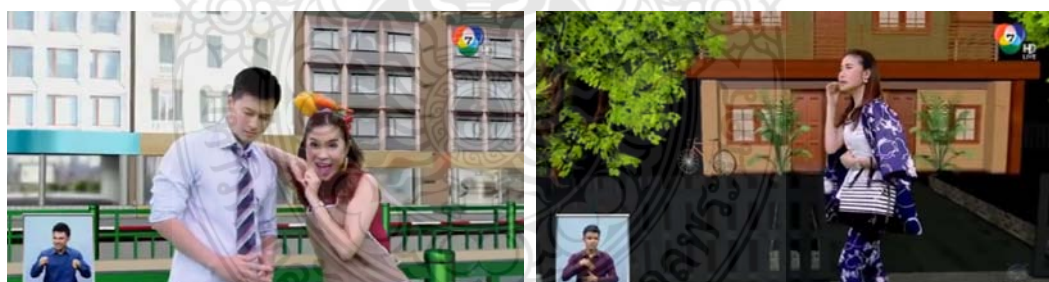


ภาพที่ 4.16 ภาพตัวอย่างการแต่งกายของผู้ประกาศข่าวฝนฟ้าอากาศ

#### 2.1.4.3 ลีลาท่าทางในการนำเสนอ

“เดินยังไงไม่ให้เกิน เล่นได้ กระโดดได้ ตีลังกาได้ หรือแบบวันไหนจะหายตัว คุณหายเข้าไปตรงไหน คุณจะกระโดดมาทางไหน คุณจะชะแว็บออกมาลีลาไหน ซึ่งจะบอกว่าคนใหม่ที่คิดอยากจะทำในแบบเดียวกันกับคุณเปรมสุตาจะต้องไปสั่งสมอีกนานเลยกว่าจะได้ขนาดนี้” (ฝนฟ้าอากาศ, ศรีเอทีพี)

“บางครั้งผู้ประกาศเปิดมาว่าไมค์ร้องเพลง ผู้ประกาศภาษามือก็ต้องร้องด้วย หรือถ้าผู้ประกาศเต้นท่าอะไร ผู้ประกาศภาษามือก็ต้องเต้นตามไปด้วย จึงจะทำให้ผู้ชมที่เป็นผู้พิการทางการได้ยินมีรรถรสในการรับชมเพิ่มมากขึ้น” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)



ภาพที่ 4.17 ภาพตัวอย่างลีลาการนำเสนอของผู้ประกาศข่าวฝนฟ้าอากาศ

“การทำท่าทิวี 360 องศา เทคนิคการนำเสนอ คาแรกเตอร์ และ ความรู้ความสามารถหรือความเข้าใจในเรื่องของผู้รับสาร ถือเป็นจุดเด่นของผู้ประกาศข่าว อยากให้เข้าใจอย่างหนึ่งว่า ทิวี 360 องศา มันกลายเป็นเกิดจากตัวเราเอง” (ทิวี 360 องศา, พิธีกร)



ภาพที่ 4.18 ภาพตัวอย่างทำทีวี 360 องศา

นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวตนของผู้ประกาศเป็นจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ที่สำคัญ ที่สร้างความแปลกใหม่ให้เกิดขึ้นในรายการด้วยเช่นกัน

“ผู้ประกาศมีความสำคัญไม่ต่างไปจากเนื้อหา นอกจากเรื่องของความรู้ บุคลิกภาพ การนำเสนอแล้ว มันจะต้องมีความโดดเด่นด้วย ซึ่งที่นี้สังเกตเห็นว่าผู้ประกาศเป็นเหมือนพรี่เซ็นเตอร์ อย่างการใช้ผ้าแฝดมาคุยกัน ด้วยลักษณะของพี่น้อง ทำให้เกิดความผ่อนคลาย ถือว่าเป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้เกิดขึ้น” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ควบคุมการผลิต)

“จากการที่ตัวตนเรามีความขี้เล่น สนุกสนาน เป็นกันเอง เขาจึงดึงตัวตนจริงๆ ของเราออกมาใช้ในงานฝนฟ้าอากาศ จึงทำให้เรารู้สึกสนุกและมีความสุข เพราะเราสูดหายใจมันก็คือตัวเรา เราไม่ต้องไปนั่งปั้นเป็นอะไรเลย เราก็ได้ทำในสิ่งที่มันก็ดูเป็นเราอยู่แล้ว” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

#### 2.1.4.4 หน้าที่ของผู้ประกาศ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า หน้าที่ของผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ นอกเหนือจากการรับผิดชอบในการอ่านข่าวและนำเสนอข่าวแล้ว ในบางรายการผู้ประกาศจะต้องเป็นผู้มีส่วนในการเขียนข่าว และประชุมร่วมกันกับผู้ควบคุมการผลิตเพื่อกำหนดประเด็นข่าว หรือเรื่องที่น่าสนใจที่จะใช้ในการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศต่อผู้ชมได้แก่ ทีวี 360 องศา ลมฟ้าพยากรณ์ ฝนฟ้าอากาศ ลมฟ้าอากาศ สถานีอากาศ NBT และข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS นอกจากนี้บางรายการผู้ประกาศจะมีตำแหน่งเป็นทั้งผู้ประกาศและผู้ควบคุมการผลิตด้วย ได้แก่ ทีวี 360 องศา สถานีอากาศ NBT และข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

“ที่สำคัญเราไม่ได้ฝึกให้ผู้ประกาศเป็นคนอ่านข่าวอย่างเดียว เราฝึกให้เขาเป็นโปรดิวเซอร์ด้วย โดยเราจะมานั่งคุยกันว่าวันนี้เราจะทำอะไร นำประเด็นมากกกันว่ามันโอเคไหม น้องเขียน แล้วเราก็ตรวจ” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ควบคุมการผลิต)

“ที่นี่จะให้ผู้ประกาศเขียนบทเอง จะไม่มีการเขียนให้ เพราะว่าการที่เราจะพูดอะไร เราก็ต้องรู้ก่อนเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ผู้ประกาศจะเป็นคนกำหนดหรือสร้างสรรค์ธีมของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้วย” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ประกาศ)

“เขาระบุเลยว่า ผู้ประกาศต้องมีส่วนร่วมในการเตรียมเนื้อหา เพราะว่าการพยากรณ์อากาศ คุณต้องไปยืนพูด ถ้าเกิดว่าผู้ประกาศไม่เข้าใจ ผู้ชมก็จะไม่เชื่อ ถึงคุณจะทำง่ามมันได้มากขนาดไหน แต่ถ้าสื่อออกไป มันไม่มีทางที่ผู้ชมจะเชื่อ 100%” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

“เราต้องหาข้อมูลเอง เพราะว่าที่นี่ไม่ได้มีโต๊ะพยากรณ์อากาศ เราก็ต้องทำเอง ข้อดีคือ เราได้ความรู้เพิ่มขึ้น เวลาเราอธิบาย มันจะอธิบายได้ง่าย ไม่เหมือนกับที่เราท่องจำแล้วมาอธิบาย” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

“ทีวี 360 องศา เกิดจากตัวเราเอง ซึ่งมันอาจเป็นจุดเด่นอันหนึ่งที่ทำให้เรายังเดินอยู่บนนี้ได้ โดยที่เราแตกต่างจากคนอื่น เพราะทุกอย่าง มันเกิดจากการคิดวิเคราะห์ การออกแบบฉาก การออกแบบวิธีการนำเสนอ การเข้า การออก ซึ่งมันเป็นเครดิตของเรา” (ทีวี 360 องศา, ผู้ควบคุมการผลิต)

“เราเป็นโปรดิวเซอร์เราก็ไม่ต้องไปอธิบายผู้ประกาศว่าอยากได้แบบไหน คือเรารู้ว่า เราอยากทำแบบนี้ มันจบไปเลย ถ้าเราเป็นผู้ประกาศอย่างเดียว เราก็อาจจะไม่เข้าใจโปรดิวเซอร์ก็ได้ ว่าเขาอยากจะให้สื่อสารออกมาเป็นแบบไหน” (สถานีอากาศ NBT, ผู้ประกาศ)

“ทุกวันนี้เราเป็นผู้ประกาศข่าวที่ต้องเตรียมงานทั้งหมดโดยลำพัง ทั้งการตรวจสอบข้อมูลสภาพอากาศล่าสุด เขียนบท ทำ CG. เตรียมเนื้อหาเสริมส่วนท้ายเตรียมภาพประกอบ” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ประกาศ)

#### 2.1.4.5 การเตรียมความพร้อมของผู้ประกาศ

##### 1) การเตรียมตัวด้านเนื้อหา

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ผู้ประกาศข่าวทั้งที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประกาศเพียงอย่างเดียวหรือทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศในเวลาเดียวกัน ต่างก็มีส่วนร่วมในการเตรียมเนื้อหาแทบทั้งสิ้น ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มีการเตรียมพื้นฐานความรู้ และเข้ารับการอบรมจากกรมอุตุนิยมวิทยา

“ที่นี่จะให้เราเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับความรู้ด้านพยากรณ์อากาศก่อนที่จะออกอากาศจริง โดยการไปอบรมเบื้องต้นและติวเข้ม ตลอด 3 วัน ทั้งเรื่องทิศทางลม สภาพอากาศในประเทศไทย ที่กรมอุตุนิยมวิทยา” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

“ก่อนที่นำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศนั้น ทางเราได้มีการส่งไปอบรมความรู้เกี่ยวกับพยากรณ์อากาศ เพราะผู้ประกาศไม่ใช่ผู้ที่จะต้องถือสคริป

(script) และออกมาฟรีเซ็นต์อย่างเดียว ชาวพยากรณ์อากาศมันทำอย่างนั้นไม่ได้ คนที่ฟรีเซ็นต์ ต้องมีความรู้ในเรื่องของพยากรณ์อากาศเสียก่อน” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ควบคุมการผลิต)

“นอกจากการใช้ประสบการณ์ตัวเองแล้ว ผู้ประกาศก็จะได้รับการอบรมอยู่ตลอด ทั้งการอบรมจากกรมอุตุนิยมวิทยา และอบรมความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพราะผู้ประกาศจะต้องมีความรู้ความเข้าใจสภาพอากาศอย่างแท้จริง” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ประกาศ)

“ผู้ประกาศและทีมงาน ได้มีการเข้ารับการอบรมกับทาง กรมอุตุนิยมวิทยาตั้งแต่เริ่ม หรือหากมีอะไรสงสัย ก็จะโทรศัพท์เพื่อปรึกษาหรือตรวจสอบกับ หัวหน้าเวรจากทางกรมอุตุนิยมวิทยาอยู่เสมอ” (ฝนฟ้าอากาศ, ศรีเอทีพี)

## 2) การเตรียมตัวด้านวิธีประกาศหรือการนำเสนอ

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับการเตรียมตัว ด้านวิธีประกาศ และการนำเสนอ โดยเฉพาะการนำเสนอที่แสดงถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูล การอ่านและจดจำบทให้แม่นยำ ภาษาที่เหมาะสมในการนำเสนอ ความชัดเจนในการออกเสียง และทักษะการนำเสนอภาพกราฟิก

“แม้ว่าภาพลักษณ์ของการนำเสนอจะสดใส แต่เรายังคง นำเสนอโดยให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของข้อมูล คือ ไม่เล่นมากเกินไป เช่น ถ้าพูดเรื่อง น้ำท่วม เราก็ห้ามยิ้ม อีกอย่างหนึ่งต้องมั่นใจที่จะพูด มั่นใจที่จะชี้ให้ตรงกับกราฟิก และถูกจังหวะ เสมอ” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ประกาศ)

“ก่อนจะบันทึกเทปเราจะอ่านข้อมูลก่อน เพราะว่าเวลา รายงานต้องให้กราฟิกสัมพันธ์กับสิ่งที่เราอ่าน ซึ่งจะทำให้การรายงานของเราราบรื่นขึ้น ส่วนการใช้เสียงนั้นสามารถสอบไปผู้ประกาศได้ ซึ่งเป็นสิ่งยืนยันว่าเราสามารถให้เสียงได้ถูกต้อง และชัดเจนตามหลักภาษาไทย” (สถานีอากาศ NBT, ผู้ประกาศ)

“การนำเสนอ ที่นี้จะไม่ให้เยอะ แบบจะไปเล่นละครก็ไม่ใช่ แนว ช่วงแรกๆ ก็มีเล่นเยอะเกินไป จนผู้ใหญ่มาทักบอกว่าที่นี่ นักวิชาการดูเยอะ เราก็ปรับเปลี่ยนมาเรื่อยๆ จนตอนนี้ก็เป็นแบบกลางๆ” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

“เน้นที่การทบทวนบท ทำความเข้าใจกับบท และพยายาม จดจำเนื้อหาส่วนที่เป็นเนื้อหาหลักที่ต้องการเน้นย้ำเป็นพิเศษ รวมทั้งตรวจเช็คดูตำแหน่งต่างๆ บน CG. ที่ปรากฏอยู่บนหน้าจอ เพื่อดูตำแหน่งในแต่ละภาพว่าอยู่ตำแหน่งไหน และสิ่งที่ต้อง ระมัดระวัง คือ จะต้องไม่ไปยืนอยู่ในตำแหน่งที่บังส่วนที่เป็นเนื้อหาสำคัญของภาพ” (ชาว พยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ประกาศ)

“ภาษาที่เราใช้ในการนำเสนอ ถ้าเป็นศัพท์ที่เข้าใจยากจะ อธิบายเพิ่ม เพราะบางคำเป็นคำเฉพาะ เราไม่สามารถบิตได้ แต่เราก็ต้องอธิบายเพิ่มเติมให้ผู้ชม เข้าใจได้ง่าย” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)

### 3. ด้านวิธีการนำเสนอ

#### 3.1 สถานที่ถ่ายทำ

3.1.1 การถ่ายทำในสตูดิโอระบบปิด (studio production) โดยใช้ฉากเสมือนหรือเวอร์ชวล สตูดิโอ (Virtual Studio)

“เราใช้ระบบเวอร์ชวล สตูดิโอ (Virtual Studio) เหมือนกัน แต่เราจะเล่นกับมันอย่างไรที่คนดูจะสนใจ ต้องมีอะไรมาใส่ให้มันดูมีมิติ ให้มันดูเป็นภาพเสมือนจริง ซึ่งภาพจะไม่คล้ายกัน เพราะแนวคิดไอเดียไม่ได้มาจากคนเดียวกันอยู่แล้ว” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ควบคุมการผลิต)

“เพราะว่าเวอร์ชวลสตูดิโอ (Virtual Studio) มันสามารถเปลี่ยนฉากได้ เราก็สามารถเนรมิตได้ว่าเราจะไปที่ไหนก็ได้ แล้วแต่เราจะคิดเลย เพราะฉะนั้นเรื่องราวในแต่ละวันมันก็สามารถเปลี่ยนไปได้ เพียงแต่ให้มันสอดคล้องกับฉาก” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ประกาศ)



ภาพที่ 4.19 ภาพตัวอย่างฉากเสมือนลมฟ้าพยากรณ์

“ขณะที่เรากำลังสัมภาษณ์ยังใช้เทคนิคบลูสกรีน (blue screen) แต่กำลังจะเปลี่ยนไปสู่รูปแบบการนำเสนอในแบบเวอร์ชวลสตูดิโอ (Virtual Studio) เพื่อให้การถ่ายทำ ดูทันสมัย ภาพกราฟิกน่าสนใจ และช่วยให้ภาพบรรยากาศภายในห้องส่งดูมีมิติมากขึ้น” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ประกาศ)

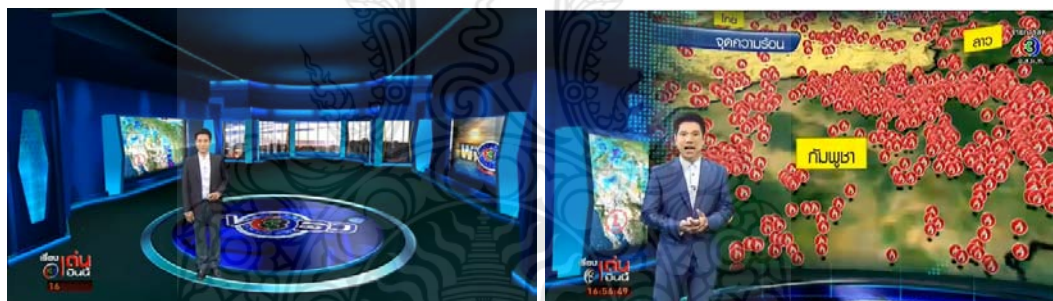


ภาพที่ 4.20 ภาพตัวอย่างฉากเสมือนข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

“เราไม่ใช้ฉากเพื่อใช้ในข่าวอีกต่อไปแล้ว เราจะมีการประหยัดต้นทุนในการผลิตมากขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวตอบโจทย์ ซึ่งเราสามารถปรับ บิด ให้เป็นไปอย่างที่เราต้องการได้ โดยไม่ต้องไปลงแรงซื้อไม้ ซื้อสี มันจะไม่เหมือนเดิม วิธีการนำเสนอเราจึงเปลี่ยนไป ด้วยการสร้างปรากฏการณ์กราฟิกบนหน้าจอโทรทัศน์ด้วยเทคโนโลยีฉากเสมือนจริง (Virtual Studio) ที่เรามีอยู่แล้ว (ฝนฟ้าอากาศ, ครีเอทีฟ)



ภาพที่ 4.21 ภาพตัวอย่างฉากเสมือนฝนฟ้าอากาศ



ภาพที่ 4.22 ภาพตัวอย่างฉากเสมือนทีวี 360 องศา

### 3.1.2 การถ่ายทำนอกสถานที่ (on location)

“ฝนฟ้าอากาศสัญจร เป็นลักษณะของการหนีไปจากคอนเซ็ปต์ที่เราคิดมาทั้งหมด ตั้งแต่แรกเราพึ่งพากราฟิกมาตลอด เราจึงพยายามเผชิญโลกแห่งความเป็นจริง โดยเราจัดเป็นแคมเปญไปเลยว่า สัปดาห์นี้ ทั้งสัปดาห์จะสัญจรที่ภาคไหน โดยมีผู้ประกาศคนใดไปบ้าง” (ฝนฟ้าอากาศ, ครีเอทีฟ)

“ฝนฟ้าอากาศสัญจรแต่ละภาคก็จะไปช่วงปลายๆ ปี ส่วนฝนฟ้าอากาศสัญจรอีกแบบหนึ่ง ก็แล้วแต่กิจกรรม อาจจะเป็นในกรุงเทพฯ ปริมณฑล แล้วแต่มีเหตุอะไรพิเศษน่าสนใจ เราก็ลงพื้นที่วันเสาร์วันอาทิตย์” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)





ภาพที่ 4.23 ภาพตัวอย่างการถ่ายทำนอกสถานที่ฝนฟ้าอากาศ



ภาพที่ 4.24 ภาพตัวอย่างการถ่ายทำนอกสถานที่สถานีอากาศ NBT

### 3.2 ภาพประกอบข่าว

ภาพประกอบข่าวที่พบในข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย มี 3 ลักษณะ คือ ภาพข่าว ภาพกราฟิก และภาพแผนที่อากาศจากดาวเทียม

#### 3.2.1 ภาพข่าว เป็นการนำมาใช้เพื่ออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

“ภาพประกอบจะเน้นภาพจริง ที่นี่คืออยากให้เห็นอะไรจริง ตามที่เราเล่าเหตุการณ์นั้นให้ฟัง ซึ่งถ้าทำเป็นการตูนแอนิเมชันมา อาจจะดูน่าสนใจ แต่ถ้าเป็นภาพจริง ผู้ชมก็จะรู้สึกได้ว่าขนาดนั้นเลยหรือ ความรู้สึกมันจะต่างกัน” (สถานีอากาศ NBT, ผู้ควบคุมการผลิต)



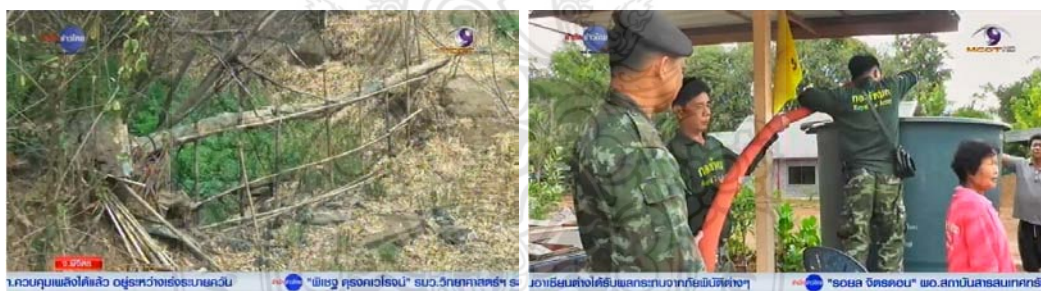
ภาพที่ 4.25 ตัวอย่างภาพข่าว, สถานีอากาศ NBT

“ในรายงานพิเศษท้ายข่าว เราจะดึงมาจากแฟ้มภาพ คลิปยูทูป เฉพาะบางเหตุการณ์ที่ยังไม่มีรายงานจากสำนักข่าวต่างประเทศ เพื่อที่จะใช้ภาพนั้นประกอบคำอธิบายให้ผู้ชมเข้าใจมากขึ้น” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ควบคุมการผลิต)



ภาพที่ 4.26 ตัวอย่างภาพข่าว, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

“เมื่อก่อนเราใช้ภาพข่าว CNN กับรอยเตอร์ขึ้นมาเป็นภาพปิดท้าย แต่ตอนนี้เราใช้ภาพอากาศในไทย สถานการณ์ในไทยแทน เพื่อให้ได้ใกล้ชิดกับชาวบ้านมากขึ้น ใกล้ชิดกับคนไทยมากขึ้น” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)



ภาพที่ 4.27 ตัวอย่างภาพข่าว, ลมฟ้าอากาศ

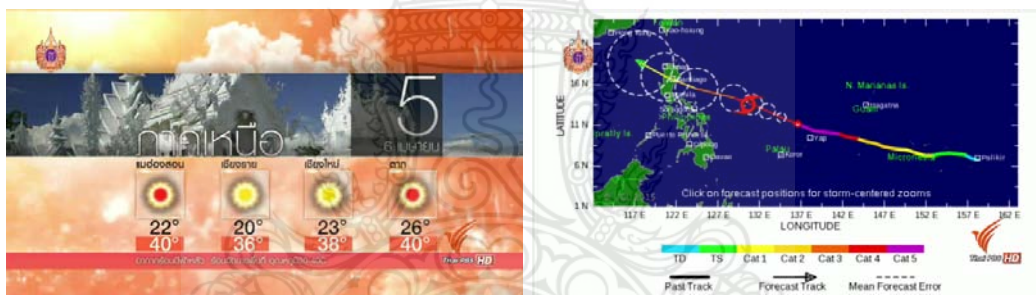
3.2.2 ภาพกราฟิก เป็นการนำมาใช้เพื่อประกอบคำอธิบายให้ผู้ชมเข้าใจมากยิ่งขึ้น

“กราฟิกที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ๆ ข่าวพยากรณ์อากาศใช้มาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแผนที่ การเคลื่อนไหว (movement) พายุ ข้อมูลอุณหภูมิ มีลม มีบิน ซึ่งเดี๋ยวนี้เป็นอะไรได้เยอะแยะมาก” (ทีวี 360 องศา, ผู้ควบคุมการผลิต)



ภาพที่ 4.28 ตัวอย่างภาพกราฟิก, ที่วี 360 องศา

“ThaiPBS เป็นช่องเดียวที่เน้นการลงรายละเอียด โดยระบุ Icon (สัญลักษณ์ของสภาพอากาศ) ลงในทุกจังหวัดที่กรมอุตุนิยมวิทยาได้คาดการณ์ไว้อย่างครบถ้วน” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ควบคุมการผลิต)



ภาพที่ 4.29 ตัวอย่างภาพกราฟิก, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS



ภาพที่ 4.30 ตัวอย่างภาพกราฟิก, ฝนฟ้าอากาศ



ภาพที่ 4.31 ตัวอย่างภาพกราฟิก, ลมฟ้าอากาศ



ภาพที่ 4.32 ตัวอย่างภาพกราฟิก, ลมฟ้าพยากรณ์



ภาพที่ 4.33 ตัวอย่างภาพกราฟิก, สถานีอากาศ NBT

3.2.3 ภาพแผนที่อากาศจากดาวเทียม เป็นการนำมาใช้เพื่อแสดงให้เห็นถึงมุมมองการเคลื่อนไหวของสภาพอากาศ



ภาพที่ 4.34 ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, ทีวี 360 องศา



ภาพที่ 4.35 ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, ลมฟ้าพยากรณ์



ภาพที่ 4.36 ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, ฝนฟ้าอากาศ



ภาพที่ 4.37 ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, ลมฟ้าอากาศ



ภาพที่ 4.38 ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, สถานีอากาศ NBT



ภาพที่ 4.39 ภาพตัวอย่างแผนที่อากาศจากดาวเทียม, ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS

### 3.3 เสียงประกอบข่าว

เสียงประกอบข่าวที่พบในข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยหลักๆ ที่ถูกนำมาใช้ เพื่อเพิ่มอรรถรสและสร้างจินตนาการให้กับผู้ชมได้ว่าเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นที่ใด ได้แก่ เสียงพูดและเสียงบรรยาย (narration) ของผู้ประกาศ เสียงดนตรีและเสียงเพลง (music and song) เสียงบรรยากาศ (ambient) และเสียงประกอบ (sound effects)

“คุณเชื่อได้เลยว่า รายการฝนฟ้าอากาศ เป็นรายการที่ดูจนขาดที่สุด เพลงที่สุด บางวันใช้ถึง 3 เพลง เปิดจingleแรกจะเป็นเพลงหนึ่ง จingleสองก็จะเป็นเพลงหนึ่ง และก็ช่วงท้ายอีกเพลงหนึ่งก็มี” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ควบคุมการผลิต)

“เอฟเฟกเสียง เช่น เสียงฝน เสียงฟ้าร้อง เสียงดนตรีบรรเลง เป็นสิ่งที่เราเพิ่มเข้าไป เพื่อให้ทำให้วิธีการนำเสนอดูไม่น่าเบื่อ” (ลมฟ้าอากาศ, ผู้ควบคุมการผลิต)

“เสียงบรรยายของผู้ประกาศ ซึ่งจะอธิบายข้อมูลลักษณะอากาศให้เข้าใจได้ชัดเจน ด้วยเนื้อหาที่ให้ข้อมูลอย่างละเอียดครบถ้วน โดยพยายามที่จะไม่ข้ามเนื้อหาที่เห็นว่ามี “ความสำคัญ” (ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS, ผู้ควบคุมการผลิต)

#### 4. ด้านสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า บางรายการให้ความสำคัญกับการให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมในรายการในหลายๆ ลักษณะ เช่น การส่งภาพถ่าย การเข้าร่วมกิจกรรม การแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์ เป็นต้น

“การดึงความบันเทิงของกระบวนการมีส่วนร่วมที่ช่วยได้มาก คือ ดารา เมื่อทำทีวี 360 องศา เป็นที่สนใจ จึงให้ดารามาลองทำ ก่อนหน้าก็มีทางบ้านด้วย นอกจากนี้เรายังมีกิจกรรมลงพื้นที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ที่มุ่งไปในเชิงสิ่งแวดล้อม ปลูกป่า สร้างฝาย เก็บขยะ เพราะมันเป็นกิจกรรมที่ดึงคนให้เข้ามามีส่วนร่วมได้ง่าย คนก็จะสัมผัสได้มากขึ้น มันเลยเป็นองค์ประกอบหลายอย่างที่รวมกัน ทำให้คนเกิดความเข้าใจและก็ติดตามทีวี 360 องศา” (ทีวี 360 องศา, ผู้ควบคุมการผลิต)



ภาพที่ 4.40 ภาพตัวอย่างเฟสบุ๊ค, ทีวี 360 องศา



ภาพที่ 4.41 ภาพตัวอย่างการภาพรายงานสภาพอากาศ, ทีวี 360 องศา

“เราพยายามทำสื่อกลางที่ให้คุณเข้ามามีส่วนร่วมกับบนพื้นที่เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ซึ่งการเปิดพื้นที่ในโซเชียลมีเดียดังกล่าว เป็นการตอบโจทยต์ด้วยว่า ผู้ชมอยากจะได้อะไร เราก็ได้เห็นสะท้อนผ่านจากพื้นที่อีกพื้นที่หนึ่งที่สามารถติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ควบคุมการผลิต)



ภาพที่ 4.42 ตัวอย่างภาพเฟสบุ๊ก, ฝนฟ้าอากาศ

“ในช่วงทำรายการจะให้ผู้ชมส่งภาพมาด้วย เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในรายการ และตอนนี้เราก็เปิดโอกาสให้ส่งคลิปรายงานสภาพอากาศเข้ามาด้วย ประมาณ 15 วินาที เราอยากให้เราารู้สึกด้วย ไม่ใช่แค่การส่งภาพมา แต่เป็นการแสดงออกว่าคุณสนใจสภาพอากาศมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากที่เขาไม่สนใจ เขาก็รู้เรื่องของสภาพอากาศไปในตัว และก็มีส่วนร่วมในรายการด้วย” (ฝนฟ้าอากาศ, ผู้ประกาศ)





ภาพที่ 4.43 ภาพตัวอย่างการส่งคลิปรายงานสภาพอากาศ, ฝนฟ้าอากาศ

“รายการมีช่องทางสื่อสารในสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย โดยใช้เฟสบุ๊กเป็นช่องทางให้ผู้ชมทางบ้านส่งสภาพอากาศ สถานที่ต่างๆ แล้วนำมาออกอากาศ ซึ่งการร่วมสนุกส่งภาพต่างๆ นี้ จะทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการได้ และผู้ชมก็สามารถสอบถามอากาศในเฟสบุ๊กได้อีกด้วย” (ลมฟ้าพยากรณ์, ผู้ประกาศ)



ภาพที่ 4.44 ภาพตัวอย่างเฟสบุ๊ก, ลมฟ้าพยากรณ์

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ที่มุ่งศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย และกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย โดยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 1. สรุปผลการวิจัย

##### 1.1 รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

ปัจจุบันข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยได้มีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อตอบสนองความนิยมของผู้ชม มีดังนี้

1.1.1 รูปแบบข่าวอ่าน เป็นการนำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ ทั้งข่าวอ่านธรรมดาที่ผู้ประกาศอ่านข่าวหน้ากล้องของสถานี และอ่านข่าวประกอบภาพข่าวหรือภาพกราฟิกที่ผู้ประกาศจะอ่านข่าวหน้ากล้องพร้อมอธิบายภาพกราฟิกหรืออยู่หลังกล้อง โดยเรียงลำดับประเด็นข่าวตามที่ผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศร่วมกันกำหนดหรือที่อยู่ในความสนใจของผู้ชมจากมากไปหาน้อย สำหรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยที่มีรูปแบบข่าวอ่าน ได้แก่

- 1) ทวี 360 องศา ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
- 2) ลมฟ้าพยากรณ์ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
- 3) ลมฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์
- 4) สถานีอากาศ NBT ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
- 5) ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

1.1.2 รูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร เป็นการนำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศและตัวละครร่วมถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการแสดงท่าทางและการพูดเพื่อยังเข้าสู่เนื้อหาข่าว ผสมผสานกับการให้ผู้ประกาศอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ โดยรายการฝนฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นเพียงรายการเดียวที่ใช้รูปแบบนี้ ทั้งนี้ การกำหนดรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศดังกล่าวนี้ มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ประเด็นหลัก คือ โจทย์หรือเงื่อนไขที่ได้รับจากสถานี และрсนิยมความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งบางสถานีกำหนดรูปแบบการนำเสนอโดยพิจารณาจากประเด็นใดประเด็นหนึ่ง และบางสถานีพิจารณาจากทั้ง 2 ประเด็นรวมกัน

สำหรับทิศทางการพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยในอนาคตนั้น ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาหลากหลายด้าน ดังนี้

- 1) ด้านเนื้อหา จะต้องเป็นเนื้อหาที่เป็นข้อมูลเชิงลึก มีความหลากหลาย ทั้งเรื่องของสภาพอากาศ ภัยพิบัติ การเตือนภัย สิ่งแวดล้อม และต้องใกล้ชิดหรือเกี่ยวข้องกับผู้ชมให้มากขึ้น
- 2) ด้านผู้ประกาศ ผู้ประกาศต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพอากาศ และต้องมีทักษะในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ
- 3) ด้านภาพประกอบข่าว จะต้องมีภาพข่าวซึ่งเป็นภาพเหตุการณ์จริงมากขึ้น เพื่อให้ทำให้ผู้ชมตระหนักถึงสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นให้ได้มากที่สุด
- 4) ด้านการนำเสนอ เน้นที่การสื่อสารที่เข้าถึงผู้ชมได้ง่าย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ
- 5) ด้านสถานที่ถ่ายทำ จะต้องมีการถ่ายทำนอกสถานที่ให้มากขึ้น เพื่อสร้างความใกล้ชิด และเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ชม

## 1.2 กลยุทธ์การสร้างสรรคข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

### 1.2.1 ด้านเนื้อหา

แหล่งข่าวประจำของทุกสถานี คือ กรมอุตุนิยมวิทยา ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่ในการรวบรวมผลตรวจอากาศจากสถานีอากาศต่างๆ ของประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีการแสวงหาแหล่งข่าวอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยได้ข้อมูลทั้งจากอินเทอร์เน็ต และข้อมูลจากเอกสาร เพื่อให้เนื้อหา มีความชัดเจน หลากหลาย และมีความแตกต่างจากรายการอื่นๆ โดยทุกสถานีคัดเลือกเนื้อหาที่เกี่ยวกับสภาพอากาศรายวันเป็นหลัก นอกจากนี้จะคัดเลือกเนื้อหาที่แตกต่างกันไปตามนโยบายของแต่ละสถานี เช่น ลมฟ้าพยากรณ์ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 เนื้อหาจะเน้นที่การเตือนภัย เพราะเป็นแม่ข่ายของการเตือนภัย และเป็นที่ตั้งของสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย ส่วนทีวี 360 องศา สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เนื้อหาจะเน้นเรื่องสิ่งแวดล้อมหรือความเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้น ซึ่งมาจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานี ทั้งนี้บางสถานียังมีการสร้างประเด็นข่าวขึ้นมาเองอีกด้วย สำหรับโครงสร้างเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศจะมีความแตกต่างกันในแต่ละวันขึ้นอยู่กับสถานการณ์ว่าจะมีปัจจัยอะไรที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ และมีผลกระทบต่อประชาชน โดยโครงสร้างเนื้อหาหลัก ประกอบด้วย สภาพอากาศ อุณหภูมิ การทำนายสภาวะอากาศที่จะเกิดขึ้นในช่วง 6-24 ชั่วโมงข้างหน้า และการเตือนภัย นอกจากนี้บางสถานียังมีการเพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพอากาศในอาเซียน สิ่งแวดล้อม และการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้องด้วย

### 1.2.2 ด้านผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ

ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศจะต้องเป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปรากฏกายอยู่บนหน้าจอโทรทัศน์ ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข้อมูล เนื้อหาสาระเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารด้านสภาพอากาศ อุณหภูมิ สภาวะฝนตก การทำนายสภาวะอากาศที่จะเกิดขึ้น การแจ้งเตือน และการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนอกจากมีชื่อตำแหน่งว่า “ผู้ประกาศ” แล้ว ยังมีชื่อตำแหน่งว่า “ผู้ดำเนินรายการ” และ “ฟรีเซนเตอร์” โดยประเภทผู้ประกาศตามลักษณะการเข้าสู่อาชีพสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) ผู้ประกาศข่าวที่เข้ามาทำอาชีพผู้ประกาศข่าวโดยตรง ได้แก่ คุณสุหัสชา และคุณสุนิศา สวัสดิ์พรพัลลภ ลมฟ้าพยากรณ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และคุณธนวรรณ มลีนทสูตร ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

2) ผู้ประกาศที่มีอาชีพอื่น ก่อนจะมีอาชีพผู้ประกาศข่าว ได้แก่ คุณอำไพรัตน์ เตชะภูวภัทร ลมฟ้าอากาศ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และคุณเปรมสุดา สันติวัฒนา ฝนฟ้าอากาศ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

3) ผู้ประกาศข่าวที่มีอาชีพเป็นผู้สื่อข่าวมาก่อน ได้แก่ คุณธนินวัฒน์ พัฒนวีรคุณ ทวี 360 อองศา สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และคุณจันทิมา ศิลชาติ สถานีอากาศ NBT สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

จุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของผู้ประกาศ ประกอบด้วย

- 1) ผู้ประกาศต้องมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ
- 2) การแต่งกายของผู้ประกาศจะมีความแตกต่างกัน ตามนโยบายของสถานี โดยจะมีทั้งที่สอดคล้องกับเนื้อหาและตรงข้ามกับเนื้อหา
- 3) ลีลาท่าทางในการนำเสนอของผู้ประกาศ ควรมีเอกลักษณ์ โดดเด่น และเป็นตัวตนของผู้ประกาศเอง เพราะจะทำให้การนำเสนอเป็นธรรมชาติ
- 4) ผู้ประกาศมีหน้าที่ความรับผิดชอบ ทั้งในด้านการอ่านข่าว นำเสนอข่าว มีส่วนร่วมในการเขียนข่าว และกำหนดประเด็นข่าว โดยบางสถานีผู้ประกาศข่าวจะทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมการผลิตด้วย คือ ทวี 360 อองศา สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีอากาศ NBT สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส
- 5) ผู้ประกาศต้องมีการเตรียมความพร้อม ทั้งด้านเนื้อหาที่จะต้องเตรียมพื้นฐานความรู้ความเข้าใจ และเข้ารับการอบรมจากกรมอุตุนิยมวิทยา ด้านวิธีประกาศหรือการนำเสนอ ต้องนำเสนอให้มีความน่าเชื่อถือ อ่านและจดจำบทให้แม่นยำ ภาษาที่ใช้เหมาะสม เข้าใจง่าย มีความชัดเจนในการออกเสียง และมีทักษะในการนำเสนอภาพกราฟิก

### 1.2.3 ด้านวิธีการนำเสนอ

สถานที่ถ่ายทำมีทั้งการถ่ายทำในสตูดิโอระบบปิด โดยใช้ฉากเสมือนหรือเวอร์ชวลสตูดิโอ (Virtual Studio) เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม และการถ่ายทำนอกสถานที่ เพื่อให้ได้ใกล้ชิดกับผู้ชมมากยิ่งขึ้น

ภาพประกอบข่าวที่ใช้ มี 3 ลักษณะ คือ 1) ภาพข่าว เป็นการนำมาใช้เพื่ออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง 2) ภาพกราฟิก เป็นการนำมาใช้เพื่อประกอบคำอธิบายให้ผู้ชมเข้าใจมากยิ่งขึ้น และ 3) ภาพแผนที่อากาศจากดาวเทียม เป็นการนำมาใช้เพื่อแสดงให้เห็นถึงมุมมองการเคลื่อนไหวของสภาพอากาศ

เสียงประกอบข่าวมีการนำมาใช้เพื่อเพิ่มรรถรสและสร้างจินตนาการให้กับผู้ชมได้ว่าเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นที่ใด ได้แก่ เสียงพูดและเสียงบรรยายของผู้ประกาศ เสียงดนตรีและเสียงเพลง เสียงบรรยากาศ และเสียงประกอบ

### 1.2.4 ด้านสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม

กลวิธีสร้างความรู้สึกร่วมของการมีส่วนร่วมของผู้ชมในข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยมี 3 ลักษณะ คือ

1) การเปิดโอกาสให้ผู้ชมส่งภาพถ่ายหรือคลิปรายงานสภาพอากาศเข้ามาเผยแพร่ในรายการ

2) การจัดกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยการให้ผู้ชมสมัครเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งการปลูกป่า สร้างฝาย หรือเก็บขยะ

3) เปิดโอกาสให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นพร้อมทั้งสอบถามข้อมูลด้านสภาพอากาศในสื่อออนไลน์

## 2 การอภิปรายผลการวิจัย

### 2.1 รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่ มีรูปแบบข่าวอ่าน (news programme) ซึ่งนำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ ทั้งข่าวอ่านธรรมดาที่ผู้ประกาศจะอ่านข่าวหน้ากล้องของสถานี และอ่านข่าวประกอบภาพข่าวหรือภาพกราฟิกที่ผู้ประกาศจะอ่านข่าวหน้ากล้องพร้อมอธิบายภาพกราฟิกหรืออยู่หลังกล้อง โดยเรียงลำดับประเด็นข่าวตามที่ผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศร่วมกันกำหนดหรือที่อยู่ในความสนใจของผู้ชมจากมากไปหาน้อย ทั้งนี้เพราะข่าวพยากรณ์อากาศเป็นข่าวโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเป็นข้อมูลข่าวสารและความเป็นจริงที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน และยังเป็นการเตือนภัยล่วงหน้าในการเตรียมความพร้อมรับกับสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น (ธัญญา จิตต์จุฬานนท์, 2542: 24)

รูปแบบข่าวอ่านในลักษณะนี้จัดเป็นรายการข่าวตระกูลแนวคลาสสิก (classic news genre) ซึ่งเป็นตระกูลหลักและดั้งเดิม สามารถใช้รหัสเพื่อสร้างความหมายด้านความน่าเชื่อถือและความถูกต้องด้วยการอ่านข่าวเป็นหลัก มีภาพรวมของรายการเป็นทางการ เนื้อหา ภาพและเสียงของข่าวมีบทบาทมากกว่าผู้ประกาศข่าวที่มีบทบาทเพียงอ่านข่าวตามบทเท่านั้น ปัจจุบันมีรายการข่าวแนวคลาสสิกมากที่สุด แต่ผู้ผลิตก็มีการปรับปรุงรูปแบบมาโดยตลอด เพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมชมข่าวที่เปลี่ยนไป และแข่งขันกับตระกูลย่อยใหม่ คือ ตระกูลย่อยรายการข่าวแนววิเคราะห์ข่าว (news analysis sub-genre) ตระกูลย่อยรายการข่าวแนวโชว์ข่าว (news show sub-genre) และตระกูลย่อยรายการข่าวแนวสาระบันเทิง (infotainment news sub-genre) ที่มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างรวดเร็ว (ศิวินารถ หงษ์ประยูตร, 2550)

รูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร นับเป็นรูปแบบใหม่ของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย ซึ่งนำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศหรือตัวละครร่วมถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการแสดงท่าทางและการพูดเพื่อโยงเข้าสู่เนื้อหาข่าว ผสมผสานกับการให้ผู้ประกาศอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ การสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยในรูปแบบใหม่นี้ทำให้การถ่ายทอดความรู้เป็นไปอย่างสนุกสนาน ตื่นเต้น น่าสนใจ และใช้ศิลปะความบันเทิงสอดแทรกไว้ได้อย่างแยบยล ซึ่งตรงตามหลักการสำคัญของการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ทั้งนี้รายการข่าวโทรทัศน์ได้พัฒนารูปแบบ และวิธีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง จากอดีตที่มีแต่รายการข่าวอ่าน จนกระทั่งปัจจุบันมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการ และเพื่อแก้ปัญหาความซ้ำซากและความคล้ายคลึงกันของรายการในแต่ละสถานีโทรทัศน์ (กิตติ กันภัย และศิรินาถ หงษ์ประยูร, 2551: 2) สอดคล้องกับงานวิจัยของศกลวรรณ ศิริมาศ (2554) ที่พบว่า ประชาชนจะติดตามชมรายการอย่างต่อเนื่อง เพราะวิธีการนำเสนอข่าวที่มีการปรับเปลี่ยน มีความหลากหลาย และไม่น่าเบื่อ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Debra Goldman (1998) ที่พบว่า การรายงานข่าวโดยคิดรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจและดึงดูดใจ จะทำให้ช่วยเสริมความสำคัญของเนื้อหาและสร้างความรู้สึกร่วมกันของผู้ชมไปกับภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นได้

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณารูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย มี 2 ประเด็นหลัก คือ

1) โจทย์หรือเงื่อนไขที่ได้รับจากทางสถานีโทรทัศน์ เนื่องจากสถานีโทรทัศน์จะมีวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งมีผลกระทบและเป็นเงื่อนไขสำคัญในการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย และทิศทางการดำเนินงาน ทั้งในด้านของเป้าหมาย เชิงกำไร การดึงยอดผู้ชมสูงสุดหรือการจัดการเรตติ้งผู้ชมให้สูงกว่าสถานีอื่น และการสนองต่อผลประโยชน์สาธารณะ

2) รสนิยมความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้ชมเป็นองค์ประกอบสำคัญในฐานะเป็นจุดมุ่งหมายปลายทางที่สารซึ่งถูกผลิตออกมาจะเดินทางไปถึง และด้วยลักษณะที่แตกต่างกันของผู้รับสาร จึงมีผลต่อการกำหนดการทำงานและรูปแบบของสื่อโทรทัศน์ด้วย

สอดคล้องกับงานวิจัยของสุนทร สกลวิสูตร (2553) ที่พบว่า ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน โดยเพศและอายุ มีผลต่อประเภทรายการข่าวและเหตุผลที่ชมรายการข่าว

## 2.2 กลยุทธ์การสร้างสรรคข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

กลยุทธ์การสร้างสรรคข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย มี 4 กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ

### 1.2.1 กลยุทธ์ด้านเนื้อหา

แหล่งข่าวประจำของทุกสถานี คือ กรมอุตุนิยมวิทยา ทั้งนี้เนื่องจากกรมอุตุนิยมวิทยาเป็นหน่วยงานราชการในสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งมีภารกิจหลักเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านอุตุนิยมวิทยาของประเทศไทย โดยปฏิบัติหน้าที่ในการตรวจ ฝ้าระวัง ติดตาม รายงานสภาวะอากาศ การพยากรณ์อากาศ การเตือนภัยที่เกิดจากธรรมชาติ โดยมีสำนักพยากรณ์อากาศเป็นผู้เผยแพร่และให้บริการข้อมูลพยากรณ์อากาศแก่สถานีโทรทัศน์ (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2557) สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญวาท จิตต์จุฬานนท์ (2542) ที่พบว่า แหล่งข้อมูลหลักที่ผู้สื่อข่าวของรายการลมฟ้าพยากรณ์ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 คือ แหล่งข้อมูลจากกรมอุตุนิยมวิทยาและข้อมูลจาก CNN ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีความแม่นยำ และรวดเร็ว นอกจากแหล่งข่าวประจำจากกรมอุตุนิยมวิทยาแล้ว ทุกสถานีต่างแสวงหาข้อมูลข่าวจากแหล่งข่าวอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งแหล่งข่าวในประเทศ เช่น ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ กรมชลประทาน กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย สำนักงานนโยบายและบริหารจัดการน้ำ และอุทกภัยแห่งชาติ และแหล่งข่าวต่างประเทศ เช่น Tropical Storm Risk เพื่อให้เนื้อหา มีความชัดเจน หลากหลาย และแตกต่างจากรายการอื่นๆ โดยได้ข้อมูลทั้งจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นแหล่งข่าวที่มีความสำคัญมากในปัจจุบัน เพราะสามารถสืบค้นข้อมูลที่หลากหลาย ตรวจสอบข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และยังสามารถใช้เพื่อป้องกันการตกข่าวได้ นอกจากนี้ยังได้ข้อมูลจากเอกสารจากหน่วยงานต่างๆ ซึ่งเอกสารเผยแพร่ทางวิชาการเหล่านี้ จะเป็นแหล่งข่าวเบื้องต้นสำหรับผู้สื่อข่าว เพื่อติดตามเสาะหาข้อมูลจากแหล่งข่าวอื่นๆ เพิ่มเติมได้ (ภาคภูมิ วรรณภา, 2554: 54) ทั้งนี้แหล่งข่าวจะเป็นตัวกำหนดทิศทางข่าวสารในทิศทางที่ต่างกัน (พิศิษฐ์ ชวาลาธวัช และคณะ, 2547: 47) จึงอาจกล่าวได้ว่า แหล่งข่าวต่างกัน จะทำให้เนื้อหา มีความชัดเจน หลากหลาย และมีความแตกต่างกันด้วย

ข่าวพยากรณ์อากาศ เป็นข่าวที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศ อุณหภูมิ สภาวะฝนตก การคาดการณ์ลักษณะอากาศ ความเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งการให้ข้อมูลปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่กำลังจะเกิดขึ้น พร้อมให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมป้องกันและรับมือกับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น (ชิตพันธ์ วงษ์ไทย อ้างถึงในธัญวาท จิตต์จุฬานนท์, 2542: 17) แต่ด้วยข้อจำกัดด้านต่างๆ ของสื่อโทรทัศน์ จึงทำให้ผู้ผลิตข่าวพยากรณ์อากาศต้องคัดเลือกเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ เพื่อนำเสนอเพียงบางเรื่อง

บางประเด็นเท่านั้น ซึ่งหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาจากการพิจารณาคุณค่าข่าว (นรินทร์, 2549: 13 และภาคภูมิ ทรนภา, 2555: 26-36) ทั้งเรื่องของความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ ความใกล้ชิดกับผู้ชม และผลกระทบต่อกระเทือน นอกจากนี้ยังมีการคัดเลือกเนื้อหาข่าวที่แตกต่างกันตามนโยบายของแต่ละสถานีด้วย เนื่องจากนโยบายของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีจะมีนโยบายหรือจุดเน้นที่แตกต่างกัน จึงทำให้การคัดเลือกเนื้อหาข่าวหรือการจัดลำดับความสำคัญของข่าวแตกต่างกันไปด้วย เพื่อให้ตรงตามนโยบายขององค์กร (นรินทร์ นำเจริญ, 2549: 31-39) เช่น ลมฟ้าพยากรณ์ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 จะเน้นเรื่องการเตือนภัย เพราะเป็นแม่ข่ายของการเตือนภัยและเป็นที่ตั้งของสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย ส่วนทีวี 360 องศา สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จะเน้นเรื่องสิ่งแวดล้อมหรือความเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นซึ่งมาจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานี

นอกจากนี้บางสถานียังมีการสร้างประเด็นข่าวขึ้นมาเองอีกด้วย ซึ่งมาจากสัญชาตญาณและประสบการณ์ในการทำงานของบรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าว นับเป็นคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวของบุคคล (นาฏยา ตานานนท์, 2546: 22) เช่น คุณธนินวัฒน์ พัฒนวีรคุณ ทีวี 360 องศา สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ที่มีอาชีพเป็นผู้สื่อข่าวมาก่อน จึงทำให้มีพื้นฐานหรือมีประสบการณ์ในด้านการทำงานข่าวภาคสนาม และรู้ข้อมูลข่าวว่ามันจะเกิดอะไรขึ้น ทำให้สามารถสร้างประเด็นข่าวขึ้นมาเองได้

### 1.2.2 กลยุทธ์ด้านผู้ประกาศ

ผู้ประกาศต้องมีจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ทั้งในด้านบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ซึ่งเกิดจากความรอบรู้ ความชำนาญ และการมีประสบการณ์ในการทำงานข่าวหรือคลุกคลีกับงานข่าวเป็นอย่างดีหรืออาจเคยเป็นผู้สื่อข่าวมาก่อน จนได้เติบโตขึ้นมาเป็นผู้ประกาศข่าวจนผู้ชมเห็นผลงานและเกิดความน่าเชื่อถือในผู้ประกาศ (สนมพร ฉิมเฉลิม, 2542: 32) สอดคล้องกับงานวิจัยของ นลินี กองรอด (2552) ที่พบว่า ผู้ประกาศต้องมีประสบการณ์ด้านการประกาศอย่างน้อย 1 ปี หรือมีประสบการณ์ด้านการสื่อสารมวลชนมาบ้าง นอกจากนี้ควรมีบุคลิกลักษณะรูปร่างหน้าตาที่ดี มีความน่าเชื่อถือ และดึงดูดสายตาผู้ชมได้ เพื่อดึงดูดใจผู้ชม และสร้างความน่าเชื่อถือแก่สถานี อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธนีสรา สุวรรณนนท์ (2552) ที่พบว่า ผู้ประกาศข่าวที่สถานีโทรทัศน์ต้องการ คือ ต้องมีความรู้รอบตัวเกี่ยวกับสถานการณ์ต่างๆ และต้องมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ จึงอาจกล่าวได้ว่า ความน่าเชื่อถือ นับเป็นคุณสมบัติที่โดดเด่นที่จะนำไปใช้กับงานข่าวโทรทัศน์ (Ivor Yorke, 1995: 226)

การสร้างแรงดึงดูดความสนใจจากเครื่องแต่งกายของผู้ประกาศนับเป็นยุทธวิธีหนึ่งในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ทั้งในด้านของความแปลก และความสวยงาม (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558: 46) ซึ่งอาจจะมีแตกต่างกันตามนโยบายของสถานี โดยมีทั้งที่สอดคล้องกับเนื้อหาและตรงข้ามกับเนื้อหา ทั้งนี้เพราะความแตกต่างจากสถานีอื่น แตกต่างจากคู่แข่ง และแตกต่างในความรู้สึกของผู้ชมจะทำให้รายการโทรทัศน์ประสบความสำเร็จได้ และสิ่งที่มาพร้อม



กับลักษณะการแต่งกายของผู้ประกาศ คือ ลีลาท่าทางในการนำเสนอที่เหมาะสม ทั้งลีลาในการใช้เสียงเพื่อสื่อความหมายอย่างเป็นธรรมชาติ และความสามารถในการทำให้ผู้ชมเกิดความ เป็นกันเองในการนำเสนอข่าว ด้วยท่าทางที่อบอุ่นและเป็นมิตร ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ข่าว นั้น น่าสนใจ และชวนติดตาม (สนมพร จิมเฉลิม, 2542: 32) สอดคล้องกับงานวิจัยของธนา จิตดี จุพานนท์ (2542) ที่พบว่า ผู้ประกาศข่าวจะต้องมีบุคลิกลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ แตกต่างกันออกไป แต่เน้นให้ผู้ประกาศข่าวรายงานข่าวด้วยหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส สำเนียง ภาษาต้องถูกอักขระ และลีลาการรายงานต้องดูกระฉับกระเฉงและว่องไว

การมีส่วนร่วมในการเขียนข่าว กำหนดประเด็นข่าว หรือเลือกเรื่องที่น่าสนใจที่จะ ใช้ในการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศต่อผู้ชม นับเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ประกาศ เช่นกัน โดยผู้ประกาศข่าวต้องมีส่วนร่วมในการเขียนข่าว ประมาณ 25-50% ในข่าวที่ต้องอ่าน ออกอากาศ และต้องเข้าร่วมประชุมกับผู้ควบคุมการผลิตข่าวพยากรณ์อากาศ เพื่อที่จะถูกเชิญ ถึงประเด็นหรือการกำหนดประเด็นข่าว และเรื่องที่น่าสนใจที่จะนำมาใช้รายงานข่าวและนำเสนอ ต่อผู้ชม (Hyde W.S., 2992) โดยหากผู้ประกาศมีส่วนร่วมในการเขียนข่าว ก็จะได้ทำความเข้าใจใน เนื้อหาของสิ่งที่จะประกาศออกไป และใช้ภาษาที่เหมาะสมในการนำเสนอ เพื่อที่จะได้สื่อสาร เนื้อความในบทไปสู่อุณหภูมิได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของธนีสสร สวรรณ นันท์ (2552) ที่พบว่า ความสามารถในการถ่ายทอดข่าวสารที่ดี เป็นคุณสมบัติของผู้ประกาศ ข่าวที่สถานีโทรทัศน์ต้องการ นอกจากนี้การอ่านข่าวทางโทรทัศน์ ผู้ประกาศจะต้องอ่านให้ตรงกับ ภาพประกอบข่าว ทั้งภาพข่าวและภาพกราฟิก ซึ่งผู้ประกาศจะต้องเงยหน้าดูจอภาพเป็น ระยะเวลา ในช่วงของการอ่านข่าว ดังนั้นผู้ประกาศจึงต้องสั่งสมประสบการณ์ เพื่อเพิ่มทักษะด้าน การนำเสนอภาพกราฟิกในข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ให้ลื่นไหลมากขึ้น (ภัทธีรา สารกรบริรักษ์, 2557: 65)

### 1.2.3 กลยุทธ์ด้านวิธีการนำเสนอ

ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่ เป็นการถ่ายทำในสตูดิโอระบบ ปิด ซึ่งเป็นการถ่ายทำในพื้นที่ที่ถูกจัดสร้างขึ้นมาเพื่อรองรับการถ่ายทำโดยเฉพาะ และเป็น การป้องกันสิ่งรบกวนภายนอกทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ผ่านไปมา แสงแดด และเสียงรบกวน ต่างๆ โดยใช้ฉากเสมือนหรือเวอร์ชวลสตูดิโอ (Virtual Studio) ซึ่งเป็นการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ขั้นสูงมาออกแบบสร้างฉากขึ้นมาในจอภาพ โดยมีลักษณะเสมือนจริงและมีมิติเหมือนจริงมาก ขึ้น อีกทั้งผู้ประกาศยังสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับระบบเวอร์ชวลสตูดิโอได้ และสามารถนำเสนอ ข้อมูลได้หลากหลาย ทั้งกราฟิกประกอบข่าว ตาราง ภาพเคลื่อนไหว แอนิเมชัน ทำให้ดูง่าย ชัดเจน และไม่ซับซ้อน (กิตติ สิงหปัด และณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2554: 19) การถ่ายทำในสตูดิโอ ระบบปิด โดยใช้ฉากเสมือนหรือเวอร์ชวลสตูดิโอดังกล่าวเป็นการสร้างความน่าสนใจให้กับ รายการ ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกอยากติดตามชมรายการ และทำให้รายการไม่น่าเบื่อ (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558: 7) เนื่องจากมีลูกเล่นให้เล่นมากมาย ทั้งกราฟิกสัญลักษณ์แสดงสภาพอากาศ

และแผนที่ต่าง ๆ ซึ่งทำให้การเสนอข่าวมีสีสัน สนุก และน่าติดตาม (ชานนท์ เกษมวรรณกร, 2555) สอดคล้องกับงานวิจัยของธันวา จิตต์จีพานนท์ (2542) ที่พบว่า การทำโครมาคีย์ ที่จะได้เห็นภาพของผู้ประกาศไปพร้อม ๆ กับการรายงานสภาพอากาศ นอกจากจะทำให้รายการข่าวแตกต่างจากช่องอื่นแล้ว ยังเป็นการสร้างสีสันให้กับรายการอีกทางหนึ่ง ทั้งนี้ในบางสถานีมีการถ่ายทำนอกสถานที่ ซึ่งเป็นการถ่ายทำตามสถานที่และอาคารต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้ได้ใกล้ชิดกับผู้ชมมากยิ่งขึ้น และทำให้เกิดการมีส่วนร่วมกับรายการทั้งแบบโดยตรงและโดยอ้อม (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558: 7)

ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยนิยมใช้ภาพประกอบข่าว ทั้งที่เป็นภาพข่าวที่ใช้เพื่ออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเรื่องราว โดยไม่ต้องอธิบายรายละเอียดมาก อีกทั้งภาพข่าวยังมีองค์ประกอบทำให้ข่าวพยากรณ์อากาศมีความน่าเชื่อถือและเป็นหลักฐานยืนยันว่าเหตุการณ์ที่ได้รายงานเกิดขึ้นจริง และภาพกราฟิกที่สร้างจากคอมพิวเตอร์ สำหรับภาพกราฟิกของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย มีทั้งภาพกราฟิกที่เป็นตัวอักษร ซึ่งซ่อนตัวอักษรข้อความ ชื่อ-นามสกุลของผู้ประกาศ ภาพกราฟิกที่เป็นภาพนิ่ง ซึ่งเป็นตารางอุณหภูมิและสภาพอากาศรายภาค และภาพกราฟิกที่เป็นภาพเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นแผนที่อากาศดาวเทียม นำมาใช้เพื่อแสดงให้เห็นถึงมุมมองการเคลื่อนไหวของสภาพอากาศ ทั้งนี้ภาพกราฟิกดังกล่าว ใช้เพื่อประกอบคำอธิบายเนื้อหาข่าวให้ผู้ชมเข้าใจมากยิ่งขึ้น (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 93) สอดคล้องกับงานวิจัยของวริษา พนัสพิบูลย์ (2557) ที่ว่า หน้าหลักของเทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก (Immersive graphic) คือ การอธิบายข่าวสารข้อมูลให้เข้าใจง่ายขึ้น เป็นรูปธรรมมากขึ้น เพราะรายการข่าวพยากรณ์อากาศมักใช้คำศัพท์เฉพาะทางเป็นส่วนใหญ่ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนัชชา กฤษณีไพบูลย์ (2552) ที่พบว่า ภาพกราฟิกช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเรื่องราวในข่าวได้อย่างรวดเร็ว และบรรลุวัตถุประสงค์ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มสีสันของรายการข่าวให้ดูมีชีวิตชีวา และเพิ่มรรถรสในการรับชมข่าวแก่ผู้ชมอีกด้วย แต่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของชินกฤต อุดมลาภไพศาล (2557) ที่ว่า มีสถานีโทรทัศน์จำนวนไม่น้อยที่ไม่ตระหนักหรือให้ความสำคัญกับกราฟิกในบทบาทการสื่อสาร และยังคงยึดติดภาพตายตัว เชื่อ มั่นในเนื้อหา ภาพเคลื่อนไหวจากการถ่ายทำ และเสียงบรรยายเป็นหลัก

เสียงประกอบที่ใช้ในข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย มีทั้งเสียงดนตรีและเสียงเพลง เสียงบรรยากาศ และเสียงประกอบ โดยเสียงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ชม ทั้งทางด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ สร้างความรู้สึกและอารมณ์ที่ผู้ชมมีต่อเรื่องที่กำลังชม โดยเสียงช่วยสร้างความคิดให้แก่ผู้ชมว่า ควรจะให้ความหมายของภาพที่กำลังชมอย่างไร รวมทั้งเกิดความรู้สึกและอารมณ์อย่างไร ทำให้สามารถสร้างแรงดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ติดตามเรื่องราวไปจนจบเรื่องได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างอารมณ์ หรือโน้มนำและควบคุมอารมณ์ของผู้ชมให้เป็นไปตามที่ผู้สร้างสรรคต้องการได้ (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558: 30)

### 1.2.4 กลยุทธ์ด้านสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม

การสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม มีความสำคัญต่อการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้รายการโทรทัศน์สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจและให้ความสุขแก่ผู้ชมรายการโทรทัศน์ได้ โดยผู้ผลิตหรือผู้สร้างสรรค์รายการต้องพยายามทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับการรายการตลอดเวลา ทั้งการมีส่วนร่วมแบบโดยตรงและโดยอ้อม (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558: 7) โดยข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยได้สร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชมด้วยการเปิดโอกาสให้ผู้ชมส่งภาพถ่ายหรือคลิปรายงานสภาพอากาศเข้ามาเผยแพร่ในรายการการจัดกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมด้วยการให้ผู้ชมสมัครเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งการปลูกป่า สร้างฝาย หรือเก็บขยะ และการเปิดโอกาสให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นพร้อมทั้งสอบถามข้อมูลด้านสภาพอากาศในสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของชวภณ คารมภ์ และพัชนี เขยจรยา (2558) ที่พบว่า การทำรายการโทรทัศน์ประเภทตอบสนองสามารถกระตุ้นผู้ชมให้เกิดความกระตือรือร้น หรือตอบสนองโดยผู้ผลิตมีการเลือกสถานที่และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศ มีแนวคิดในการผลิตรายการที่น่าสนใจ เน้นการมีส่วนร่วม ทั้งนี้ยังทำให้เกิดแรงจูงใจทำให้ผู้ร่วมแข่งขันสนใจและตัดสินใจเข้าร่วมสนุกและเลือกที่จะเปิดรับชมรายการ เรียกได้ว่าเป็นการดึงผู้ชมให้มามีส่วนร่วมกับการรายการเกมโชว์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฬากานต์ พรประสิทธิ์ และคณะ (2548) ที่พบว่า การแสดงความคิดเห็นผ่านรายการโทรทัศน์แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประชาธิปไตย แต่ยังคงขาดความน่าเชื่อถือ ดังนั้นรายการจึงควรสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นเพื่อส่งเสริม การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนในทางสร้างสรรค์

## 3. ข้อเสนอแนะ

### 3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) ปัจจุบันประชาชนเริ่มมีความตื่นตัวเกี่ยวกับภัยพิบัติทางธรรมชาติมากยิ่งขึ้น เนื่องจากได้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติที่รุนแรงบ่อยครั้ง ทำให้มีการติดตามข่าวพยากรณ์อากาศและการเตือนภัยอย่างใกล้ชิด ดังนั้นหากผู้ผลิตข่าวพยากรณ์อากาศมีความรู้ความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับการพยากรณ์อากาศอย่างแท้จริง ทั้งในด้านสภาพอากาศ ภัยพิบัติ การเตือนภัย และสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อผู้ชม จะเป็นการสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับเนื้อหา อีกทั้งหากสามารถทำให้การถ่ายทอดเนื้อหามีประสิทธิภาพจนทำให้ผู้ชมเข้าใจในสิ่งที่ต้องการสื่อได้ดียิ่งขึ้น ประชาชนก็จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ นอกจากนี้ยังเป็น การสนับสนุนให้ทุกฝ่ายและทุกหน่วยงานเตรียมความพร้อมรับกับสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เพื่อช่วยกันหาทางป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติให้ได้ผลอีกด้วย

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ภาพกราฟิกเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ผู้ผลิตข่าวพยากรณ์อากาศเลือกนำมาใช้ในการสร้างสรรค์รูปแบบรายการให้มีความน่าสนใจ แปลกใหม่ เข้าใจง่าย และน่าติดตามมากขึ้น แต่ยังไม่มีการศึกษาหรือพิจารณาการเลือกข้อมูลที่จะนำเสนอว่ามีความสำคัญในการนำกราฟิกมาใช้มากน้อยเพียงใด หรือเกินกว่าที่จะใช้ภาพสื่อความหมายได้หรือไม่ หากใช้ควรเลือกใช้กราฟิกประเภทใดจึงจะเหมาะสม และสอดคล้องกับธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป จึงควรศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในส่วนของการทำหน้าที่ของกราฟิกของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

2) การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อทราบกลยุทธ์การสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศของแต่ละสถานีโทรทัศน์ในส่วนของผู้ส่งสาร ซึ่งก็คือผู้ควบคุมการผลิต และผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศทางทางโทรทัศน์ไทยแต่เพียงด้านเดียว ดังนั้นจึงไม่อาจทราบได้ว่ากลยุทธ์ต่างๆ ที่ผู้ส่งสารได้พยายามคิด และนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศนั้นเกิดผลสัมฤทธิ์มากน้อยเพียงใด สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป จึงควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณหรือข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อประเมินผลข่าวพยากรณ์อากาศในส่วนของผู้รับสาร เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศหรือปรับปรุงข่าวพยากรณ์อากาศให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุดต่อไป



## บรรณานุกรม

- กิตติ สิงหาปัด. 2554. การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ หน่วยที่ 6-10. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ซานนท์ 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]
- ชินกฤต อุดมลาภิไพศาล. 2557. คอนเทนต์รายการดี กราฟิกที่วิเศษสำคัญไหน. [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ: แหล่งที่มาจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/580354> [25 มีนาคม 2558]
- ณรงค์ คงมาก และคณะ. 2555. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติในบริบทเชิงพื้นที่. ชุดโครงการพัฒนาความรู้และยุทธศาสตร์ความตกลงพหุภาคีด้านสิ่งแวดล้อมและยุทธศาสตร์ลดโลกร้อน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. 2558. การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-5. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ธันวา จิตต์จุฬานนท์. 2542. กว่าจะมาเป็น “ลมฟ้าพยากรณ์” ศึกษาเฉพาะกรณี สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5. สารนิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปราโมทย์ ไม้มัด. 2555. มุมมองเหตุการณ์มหาอุทกภัยปี 2554 และยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาอุทกภัยอย่างยั่งยืน. [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ: แหล่งที่มาจาก <http://teamgroup.co.th/presentation01.pdf> [10 มีนาคม 2558]
- นรินทร์ ใจหวัง. 2557. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรายงานข่าว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นลินี กองรอด. 2552. เกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกาศข่าวประจำสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ โครงการบัณฑิตศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ (สปท.) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- นัชชา กฤษณีไพบุลย์. 2552. กระบวนการสร้างสรรค์เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ (Immersive Graphic) ประกอบการรายงานข่าวค่า 19.00 น. ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตร์บัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนิสรา สุวรรณนันท์. 2552. การคัดเลือกและการพัฒนาผู้ประกาศข่าวของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลหลักสูตรวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พวงชมพู บำรุงสุข. 2541. กลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พนา ทองมีอาคม. 2556. การวัดเรตติ้งผู้ชมรายการทีวี. [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ : แหล่งที่มา จาก [http://panarkom.blogspot.com/2013/09/blog-post\\_11.html](http://panarkom.blogspot.com/2013/09/blog-post_11.html) [5 ตุลาคม 2557]
- พิศิษฐ์ ชวลาธวัช และคณะ. 2549. การรายงานข่าวชั้นสูง. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- ภาคภูมิ วรรณภา. 2554. การเขียนข่าวเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: อินทนิล
- ภัทธีรา สารากรบริษัท. 2557. ผู้ประกาศและการใช้เสียงทางวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วศิน บุรณเหตุ. 2552. สตูดิโอเสมือน เดือนคมข่าว. [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ : แหล่งที่มาจาก <http://www.positioningmag.com> [30 ตุลาคม 2557]
- วริษา พันสพิบุลย์. 2557. เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก (Immersive Graphic) กับการรายงานข่าวพยากรณ์อากาศ กรณีศึกษา รายการอุณหภูมิลูก สถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7. สารนิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตร์บัณฑิต กลุ่มวิชาวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณดี สุทธิรักษา. 2556. การวิจัยเชิงคุณภาพ : การวิจัยในกระบวนการทัศน์ทางเลือก. กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.
- วีรพงษ์ พลนิกรกิจ. 2545. การสื่อข่าว : หลักการและเทคนิค. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- 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.
- สมศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ. 2548. การผลิตรายการโทรทัศน์สมัยใหม่สไตลส์อเมริกัน. กรุงเทพฯ:  
อี.ที พับลิชซิง.
- สมสุข หินวิมาน และคณะ. 2557. ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์. พิมพ์ครั้งที่ 2.  
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สนมพร ฉิมเฉลิม. 2542. กระบวนการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
โทศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะ  
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. 2558. ครบรอบ 43 ปี สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี  
ช่อง 3. กรุงเทพฯ: เมย์ฟลาวเวอร์ (ประเทศไทย).
- สุทธิติ ชัดดียะ และวิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. 2553. แบบแผนการวิจัยและสถิติ. กรุงเทพฯ:  
เปเปอร์เฮ้าส์.
- สุภาณี นิตยเสมอ. 2551. การจัดอันดับสื่อโทรทัศน์ ในการเสวนาวิชาการเรื่อง เรตติ้งทีวีเชิง  
คุณภาพ: เรื่องใหม่ของวงการโทรทัศน์ไทย, หน้า 1-7. 1 กุมภาพันธ์ 2551 ณ  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ
- สุภาพร โพร้แก้ว. 2555. จรรยาบรรณสื่อกับการนำเสนอข่าวในเหตุภัยพิบัติ ในการเสวนา  
ความร่วมมือไตรภาคีเพื่อกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ครั้งที่  
4. หน้า 1. 11 ตุลาคม 2555 ณ ห้องกมลทิพย์ โรงแรม เดอะ สุโกศล กรุงเทพฯ.
- สุรชาติ อังค์สุวรรณ. 2543. การใช้กราฟิกในการนำเสนอข่าวโทรทัศน์. สารนิพนธ์คณะ  
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. 2545. การสื่อข่าว : หลักการและเทคนิค. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือสถาบัน  
ราชภัฏสวนสุนันทา.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุนทร สกลวิสูตร. 2553. **พฤติกรรมกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- แสงจันทร์ ลิ้มจิรกาล, ทวีวงศ์ ศรีบุรี และอัศมน ลิ้มสกุล. 2553. **ระยะที่ 1 การประเมินสถานะ ความรุนแรงสภาพภูมิอากาศ และพื้นที่วิกฤตของประเทศไทย ในโครงการการ ประเมินสถานะความรุนแรงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย: การวิเคราะห์ความเสี่ยง และความล่อแหลมของพื้นที่วิกฤต.** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. 2556. **แผนแม่บทรองรับ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแห่งชาติ พ.ศ. 2553-2562.** กรุงเทพฯ: กระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. 2550. **ความหลากหลายทาง ชีวภาพกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในการประชุมวันสากลแห่ง ความหลากหลายทางชีวภาพ.** หน้า 1. 22-23 พฤษภาคม 2550 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ กรุงเทพฯ.
- อุตุนิยมวิทยา, กรม. 2557. **แผนยุทธศาสตร์กรมอุตุนิยมวิทยา พ.ศ. 2557-2560.** กรุงเทพฯ: กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- อุตุนิยมวิทยา, กรม. 2558. **วิสัยทัศน์และพันธกิจ.** [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ : แหล่งที่มาจาก <http://www.tmd.go.th/aboutus/forecast.php> [5 มิถุนายน 2558]
- บล็อกเกอร์พอกเกต. 2558. **เป้าหมายการบริหาร การจัดรายการโทรทัศน์ เพื่อผลเชิง พาณิชย์.** [ออนไลน์]. กรุงเทพฯ : แหล่งที่มาจาก [http://tvpocket.blogspot.com/2013/03/blog-post\\_29.html](http://tvpocket.blogspot.com/2013/03/blog-post_29.html) [10 มิถุนายน 2558]
- Browser, Andrew. 1998. **"Weather fronts local news"** Broadcasting & Cable 127. USA: UMI Company.
- Goldman, Debra. 1998. **"Under the weather"** Adweek 35 (March 1994). USA: UMI Company.
- Hiroshi, Hichimiys. 2550.
- Hofstede, G. 1989. **Cultures Consequences : International Differences in Work-Related Values.** California: Sage.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

Hyde, W.S. 1992. **Television and Radio Announcing**. 7th ed. U.S.A.: San Francisco State University.

Ivor, Yorke. 1995. **Television News**. 3rd .ed. (n.p.): printed in Great Britain.

McQuail, D. 2005. **McQuail's Mass Communication Theory**. London: Sage.





ภาคผนวก

ประวัติผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศ  
ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

**ประวัติผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศ  
ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย**

**1. คุณชนินวัฒน์ พัฒนวีรคุณ**

ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศ  
ที่วี 360 อองศา สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ประวัติการทำงาน ผู้สื่อข่าวสิ่งแวดล้อม สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย  
ผู้สื่อข่าวสิ่งแวดล้อม บริษัท เอเชียวิชั่นส์ จำกัด  
ผู้ประกาศข่าว/ผู้สื่อข่าวสิ่งแวดล้อม สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7  
ผู้ควบคุมการผลิตรายการอาทิตย์ดีดข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

ประวัติการศึกษา  
ระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต(ภูมิศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ระดับปริญญาโท วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม)  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**2. คุณบุญรอด พันธุมณี**

ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต  
ลมฟ้าพยากรณ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ประวัติการทำงาน ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5  
ผู้ช่วยบรรณาธิการสายอาชญากรรม สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก  
ช่อง 5

ประวัติการศึกษา  
ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาจักรณ์  
ระดับปริญญาโท วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน)  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

**3. คุณสุนิดา สวัสดิ์พรพัลลภ**

ตำแหน่ง ผู้ประกาศ  
ลมฟ้าพยากรณ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ประวัติการทำงาน ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศและข่าวภาคดึก  
สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี ศิลปะศาสตรบัณฑิต ภาควิชาภาษาและวรรณคดีอังกฤษ  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

4. คุณสุหัชชา สวัสดิพรพัลลภ

ตำแหน่ง ผู้ประกาศ  
ลมฟ้าพยากรณ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ประวัติการทำงาน ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศและข่าวภาคดึก  
สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี ศิลปะศาสตรบัณฑิต ภาควิชาภาษาและวรรณคดีอังกฤษ  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

5. คุณวรัญญา นวกาลัญญู

ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต/ครีเอทีฟ  
ฝนฟ้าอากาศ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

ประวัติการทำงาน ผู้สื่อข่าว สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์  
ผู้ดำเนินรายการ 7innovation และผู้สื่อข่าว สถานีโทรทัศน์  
กองทัพบกช่อง 7

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี สาขาสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการสารสนเทศ  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

6. คุณเปรมสุตา สันติวัฒนา

ตำแหน่ง ผู้ประกาศ  
ฝนฟ้าอากาศ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

ประวัติการทำงาน สำนักงานประชาสัมพันธ์ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ประเทศไทย จำกัด  
ผู้ประกาศข่าวเด็ดข่าวด่วน ข่าวภาคค่ำ เสาร์-อาทิตย์ และกรรมการ  
ประจำรายการกิกกู่ สงครามเพลง สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
ระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 7. คุณอภิชน ลำเจียก

ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิต  
ลมฟ้าอากาศ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

ประวัติการทำงาน โคโปรดิเวเซอร์โต๊ะข่าวการเมือง เนชั่นทีวี  
โปรดิเวเซอร์รายการ เก็บตกจากเนชั่น ข่าวข้นคนเนชั่น เนชั่นทีวี  
ข่าวเช้า จมูกมด คอข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7  
เช้าข่าวข้นคนข่าวเช้า ข่าวข้นคนข่าว สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์  
โปรดิเวเซอร์ อาวุโส สำนักข่าวไทย

ประวัติการศึกษา  
ระดับปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต วิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

## 8. คุณอำไพรัตน์ เตชะภูวภัทร

ตำแหน่ง ผู้ประกาศ  
ลมฟ้าอากาศ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

ประวัติการทำงาน นักแสดงภาพยนตร์โฆษณา และภาพยนตร์เรื่องสวดยลากใส่,  
ปาฏิหาริย์รักต่างพันธุ์  
วีเจ MTV Thailand และพิธีกรรายการ

ประวัติการศึกษา  
ระดับปริญญาตรี คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
ระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ เอกการตลาด สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

## 9. คุณจันทิมา ศิลชาติ

ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศ  
สถานีอากาศ NBT สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

ประวัติการทำงาน

ประวัติการศึกษา  
ระดับปริญญาตรี  
ระดับปริญญาโท

## 10. คุณชนวรรณ มลิณทสูตร

ตำแหน่ง ผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศ  
ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ประวัติการทำงาน สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์

Thai Sky Cable TV

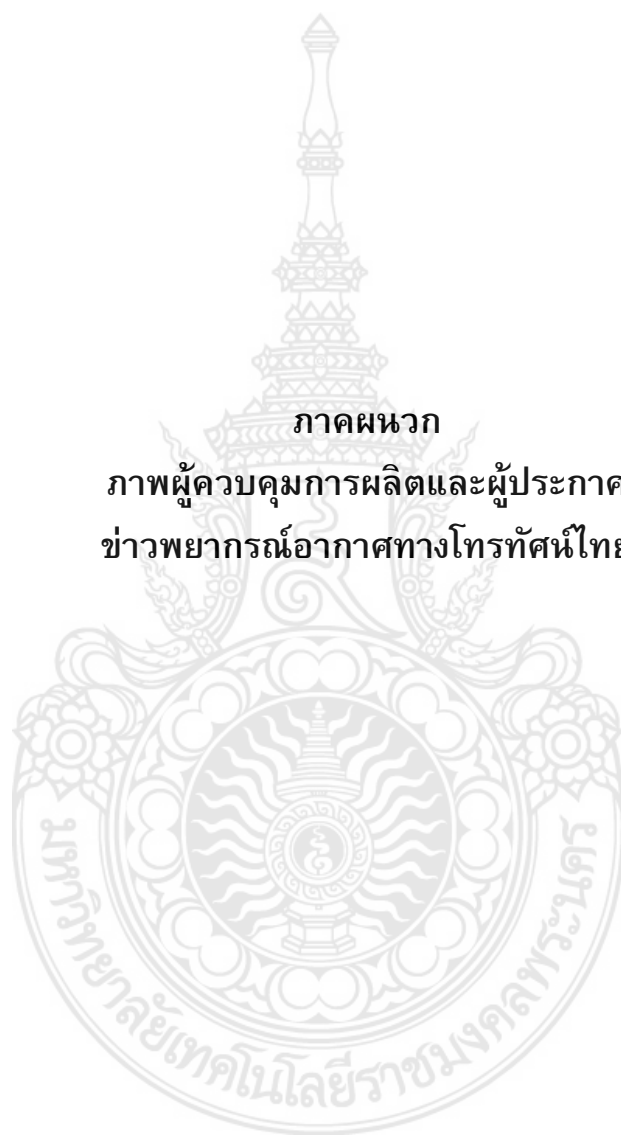
สถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ผู้ประกาศข่าวไทยพีบีเอส

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ





ภาคผนวก

ภาพผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศ  
ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย



ภาพคุณธนินวัฒน์ พัฒนวีรคุณ  
ผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศ  
ทีวี 360 องศา ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3



ภาพคุณบุญอรอด พันธุมณี ผู้ควบคุมการผลิต  
คุณสุหัสชา และคุณสุนิดา สวัสดิพรพัลลภ ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ  
ลมฟ้าพยากรณ์ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5





ภาพคุณวรัญญา นวกาลัญญู ผู้ควบคุมการผลิต/ครีเอทีฟ  
คุณเปรมสุดา สันติวัฒนา ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ  
ฝนฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7



ภาพคุณอภิชน ลำเจียก ผู้ควบคุมการผลิต  
คุณอำไพรัตน์ เตชะภูวภัทร ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ  
ลมฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์



ภาพคุณจินท์มา ศิลชาติ

ผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ  
สถานีอากาศ NBT ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย



ภาพคุณธนวรรณ มลิณทสูตร

ผู้ควบคุมการผลิตและผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ  
ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

## ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวกุลธิดา สายพรหม  
(ภาษาอังกฤษ) 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 การสื่อสารวิทยาศาสตร์ในรายการโทรทัศน์กับการมี  
เจตคติต่อวิทยาศาสตร์และเจตคติทางวิทยาศาสตร์

