

**การเปิดรับและรูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมใน
ทัศนะของผู้ชม**

**The study of media exposure, program format and presentation of popular TV
weather forecasts in Bangkok**

กุลธิดา สายพรหม¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา (1) การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ของประชาชนและ (2) รูปแบบและการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยผสมผสาน ผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า (1) ประชาชนเปิดรับรายการฝนฟ้าอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มากที่สุด (2) รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ รูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน (2) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกันมีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน (3) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน (4) ประชาชนที่มีระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมเนื้อหาแตกต่างกัน (5) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมผู้ประกาศข่าวแตกต่างกัน (6) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน (7) ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

E-mail: kultida.s@rmutp.ac.th และ kultida_zine@hotmail.com



มีความนิยมภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน และ (8) ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกันมีความนิยมเสียงประกอบข่าวแตกต่างกัน และ (9) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า (1) กลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยผู้ใหญ่นิยมทั้งรูปแบบข่าวอ่านและรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ส่วนวัยผู้สูงอายุนิยมเฉพาะรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร (2) เนื้อหาของข่าวพยากรณ์อากาศควรมีความหลากหลาย และ (3) องค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ ควรมีอย่างครบถ้วน เหมาะสม และทันสมัย

คำสำคัญ: ข่าวพยากรณ์อากาศ; การเปิดรับ; รูปแบบและการนำเสนอรายการ

Abstract

The objectives of the research are (1) to study the exposure of weather forecast program and (2) to study the format and presentation of popular TV weather forecasts. The study is mixed methodology. The quantitative data shows that (1) Bangkok respondents exposed to weather forecast program from Channel 7 the most. (2) The format of TV weather forecasts which received the popularity from Bangkok respondents is the mixed format of new reporting and drama. The hypothesis test indicates that (1) Respondents in different age and occupation show different frequency in weather forecast exposure (2) Respondents in different age, education and occupation have a different exposure in weather forecast programs. (3) Respondents in different age, education, and occupation prefer different weather forecast programs (4) Respondents in different educational and occupation prefer different content of weather forecasts. (5) Respondents in different age, education, and occupation have a different preference in news reporters. (6) Respondents in different age, education, and occupation have a different preference in reporting locations. (7) Respondents in different age and occupation have

a different preference in graphic design. (8) Respondents in different age and occupation have a different preference in sound effects. And (9) Respondents in different age, education, and occupation favour in participate differently in weather forecast news. The qualitative data shows that (1) Teenager and adult respondents prefer both presentations of news reporting format and the mixture format of new reporting and drama whereas elderly respondents only prefer the mixture of news reporting and drama format. (2) The content of weather forecast news should have a variety that is not only to provide weather forecasts also provide other contents of weather condition or daily life tips. (3) The element of weather forecast news should be completed, appropriate and modern.

Keywords: Weather Forecast News; Media Exposure; program format and presentation

บทนำ

ในรอบทศวรรษที่ผ่านมาเกิดสาธารณภัยขึ้นหลายแห่งทั่วโลกและส่งผลกระทบต่อทั้งชีวิตและทรัพย์สิน โดยในปี 2554 ที่ผ่านมาจากข้อมูลของ มิวนิครี กรุ๊ป (Munich Re Group) ซึ่งเป็นบริษัทรับประกันภัย ต่อช่วงรายใหญ่ของโลก ได้สรุปรายงานไว้ว่า มีสาธารณภัยเกิดขึ้นกว่า 820 ครั้ง ในทุกภูมิภาคทั่วโลก โดยมีเหตุการณ์สำคัญ ๆ มากมาย จึงทำให้ปี 2554 มีสถิติความเสียหายทางเศรษฐกิจโดยรวมสูงสุดเป็นประวัติการณ์ คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งปีอยู่ที่ 11.4 ล้านล้านบาท (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, 2556, หน้า 16)

สำหรับกรณีหาอุทกภัยในประเทศไทย ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 65 จังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นับว่าก่อให้เกิดความสูญเสียแก่ชีวิตและทรัพย์สินทั้งระบบเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวม โดยธนาคารโลกได้ประเมินมูลค่าความเสียหายจากภัยพิบัติน้ำท่วมครั้งนั้นอยู่ที่ 1.44 ล้านบาท ซึ่งเป็นมูลค่าความเสียหายสูงสุด ลำดับที่ 4 ของโลก (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2557, หน้า 1) นอกจากนี้ยังเป็นที่น่าสังเกตว่ากว่า 90% ของสาธารณภัยทั้งหมดที่เกิดขึ้นในปีนั้นมีความเกี่ยวข้องกับสภาพอากาศอีกทั้งความเสียหายที่



เกิดขึ้นประมาณ 70% เกิดในภูมิภาคเอเชีย (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, 2556, หน้า 15)

กรมอุตุนิยมวิทยา จึงได้ปฏิบัติหน้าที่ในการเฝ้าระวัง ติดตาม พยากรณ์อากาศ และแจ้งเตือนภัยธรรมชาติให้ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อเตรียมพร้อม ป้องกันภัยและเพื่อวางแผนการบริหารจัดการ การเพิ่มช่องทางเผยแพร่ข้อมูล เพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2557, หน้า 1) โดยรูปแบบการพยากรณ์ และการเตือนภัยของกรมอุตุนิยมวิทยาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค (สมชาย ใบม่วง, 2555) โดยทั้งสองส่วนจะมีสื่อมวลชนเป็นช่องทางในการเตือนภัย และรายงานลักษณะลมฟ้าอากาศในภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับภูมิภาคมาโดยตลอด และกรมอุตุนิยมวิทยาเองก็เล็งเห็นถึงความสำคัญของการรายงานข่าวพยากรณ์อากาศผ่านสื่อมวลชน ดังจะเห็นได้จากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการในการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศ และการประกาศเตือนภัยเชิงพื้นที่ ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

และสื่อมวลชนร่วมประชุมด้วย (สงกรานต์ อักษร, 2556)

สงกรานต์ อักษร รองอธิบดีกรมอุตุนิยมวิทยา ฝ่ายวิชาการ (2556) กล่าวว่า รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแบบใหม่ ประกอบด้วย (1) ข้อมูลพยากรณ์อากาศ 24 ชั่วโมงข้างหน้า (2) ข้อควรระวัง เช่น น้ำท่วมฉับพลัน น้ำป่าไหลหลาก หรือคลื่นลมแรง และ (3) ลักษณะทางอุตุนิยมวิทยา เช่น มรสุม ร่องมรสุม ลมทิศต่าง ๆ คลื่นกระแสลม ซึ่งรูปแบบใหม่นี้จะใช้คำง่าย ๆ โดยตัดคำศัพท์ทางอุตุนิยมวิทยาหรือคำคลุมเครือบางคำออกไป แล้วใช้การระบุพื้นที่ และการคาดการณ์ปริมาณฝนเป็นเปอร์เซ็นต์อย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีการใช้กราฟิกแผนที่ระบุจุดฝนตก หรือแจ้งเตือนภัยเป็นรายอำเภอ จังหวัด แทนการระบุพื้นที่กว้าง ๆ แต่ยังคงลักษณะสำคัญทางอุตุนิยมวิทยาไว้ นอกจากนี้กรมอุตุนิยมวิทยายังมีผลงานใหม่ล่าสุด ในการพยากรณ์อากาศเฉพาะสำหรับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้พัฒนาโมเดลสำหรับพยากรณ์ลักษณะอากาศ โดยเฉพาะปริมาณฝนล่วงหน้า 6 ชั่วโมง และปรับปรุง (update) ข้อมูลทุก ๆ 3 ชั่วโมง เพื่อช่วยให้

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถวางแผนรับมือผลกระทบจากฝนตก รวมทั้งการจราจรและน้ำท่วมขังได้ล่วงหน้า

การปรับเปลี่ยนรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศของกรมอุตุนิยมวิทยาดังกล่าว สอดคล้องกับความพยายามของผู้ผลิตข่าวพยากรณ์อากาศที่คิดค้น พัฒนา และเปลี่ยนแปลงขนบหรือวิธีการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศให้แปลกใหม่น่าสนใจ และถูกใจผู้ชม โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่สร้างปรากฏการณ์การนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศรูปแบบใหม่ที่แตกต่างแหวกแนวไปจากลักษณะการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศในอดีตอย่างเห็นได้ชัด ทั้งในด้านรูปแบบลีลา การนำเสนอ ภาษาที่ใช้ ตลอดจนบุคลิกการแต่งกายของผู้ประกาศหรือพิธีกรหลักในรายการ โดยเน้นใช้รูปแบบการนำเสนอที่ไม่เป็นทางการ มีการผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร และมีความใกล้ชิดเป็นกันเองค่อนข้างสูง ดังจะเห็นได้จาก “ฝนฟ้าอากาศ” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 หรืออย่าง “ลมฟ้าพยากรณ์” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่นำฝาแฝด มาเป็นพิธีกรในการอธิบายลักษณะอากาศการเฝ้าระวัง และการ

เตือนภัยต่าง ๆ นอกจากนี้บางสถานีโทรทัศน์ยังมีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะให้เกิดการจดจำได้ อย่าง “ทีวี 360 องศา” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และแม้บางสถานีโทรทัศน์ที่ยังคงยึดแนวปฏิบัติของการรายงานข่าวไว้ก็ยังคงมีการสอดแทรกเนื้อหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้ชม ไม่ว่าจะเป็น “ข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส “ลมฟ้าอากาศ” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และ “สถานีอากาศ NBT” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (กุลธิดา สายพรหม, 2559, หน้า 128-129) โดยนำมาใช้เพื่อหวังสร้าง “เรตติ้ง” หรือสร้างความนิยมในการชมให้สูงขึ้น

จากการสำรวจความคิดเห็นบ้านสมเด็จโพลล์ (2558) พบว่า ความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มาเป็นอันดับ 3 ร้อยละ 18.6 อันดับที่ 2 คือ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ร้อยละ 16.2 และอันดับ 3 คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ร้อยละ 10.5 และจากการสำรวจของเว็บไซต์โพซิชันนิง แม็กกาซีน (Positioning Magazine) (2552) พบว่า ข่าวภาคค่ำ



ช่วงเวลา 17.00-21.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่อายุ 4 ปีขึ้นไป เปิดรับมากที่สุด เฉลี่ยถึง 81% โดยกลุ่มผู้ชมอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในการชมข่าวทุกช่อง รองลงมา คือ ข่าวภาคเช้า 54% และข่าวภาคดึก 41% ซึ่ง จะเห็นได้ว่าข่าวภาคค่ำยังคงได้รับสัดส่วน ความนิยมจากผู้ชมสูงสุด โดยข่าวพยากรณ์ อากาศนั้นนับเป็นช่วงหนึ่งของข่าวภาคค่ำ ซึ่งยัง ไม่มีการสำรวจวัดความนิยมเฉพาะช่วง ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยนี้ที่จะ ทำให้ทราบว่า การเปิดรับ รูปแบบและการ นำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศในลักษณะใดจะ ได้รับความนิยมและตรงกับความต้องการของ ผู้ชมมากที่สุด ซึ่งจะเป็นแนวทางให้กับผู้ผลิต ในการพัฒนา ปรับปรุง รูปแบบและการนำเสนอ ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ให้สอดคล้อง และเหมาะสมกับความต้องการของประชาชน และเพื่อเป็นการรักษฐานและเพิ่มจำนวน ผู้ชมรายการข่าวภาคค่ำ ในยุคดิจิทัลทีวีที่ผู้ชม มีทางเลือกในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากขึ้น อีกด้วย (รัตติยา อังกุลานนท์, 2558)

วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่ผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการสำรวจ ความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม และการวิจัย เชิงคุณภาพ ด้วยการสนทนากลุ่ม ซึ่งจะ ดำเนินการไปพร้อมกัน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป และอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,152,544 คน (กรุงเทพมหานคร, สำนักยุทธศาสตร์และ ประเมินผล, 2558, หน้า 28-45)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มีอายุ ตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตาราง สำเร็จรูปของ Taro Yamane (1967) ที่ระดับ ความเชื่อมั่น 95% โดยให้มีความคลาดเคลื่อน ในการประเมินค่าได้ $\pm 5\%$ ได้ขนาดของกลุ่ม ตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยดำเนินการสุ่ม ตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multiple random sampling) เริ่มจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่ง กลุ่มย่อย (stratified random sampling) ด้วย การแบ่งกลุ่มเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร เป็น 6 กลุ่มเขต ตามการแบ่งกลุ่มการปฏิบัติงาน

ของสำนักงานเขตที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ เศรษฐกิจ สังคม และวิถีการดำรงชีวิตของ ประชาชน (กรุงเทพมหานคร, สำนักผังเมือง, 2555, หน้า 2) จากนั้นสุ่มเขตการปกครอง โดยการ สุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) ด้วยการจับสลาก และการสุ่มจำนวนประชากร ตัวอย่าง ตามจำนวนสัดส่วนประชากร และมีการ คัดกรองกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (purposive sampling) โดยใช้คำถาม เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสนทนากลุ่ม ผู้เข้าร่วมการสนทนาทั้งหมด 3 กลุ่ม แบ่งตาม ช่วงวัย คือ กลุ่มวัยรุ่น อายุระหว่าง 11-21 ปี กลุ่มวัยผู้ใหญ่ อายุระหว่าง 22-59 ปี และกลุ่ม วัยสูงอายุ อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป (อุบลรัตน์ เพ็งสฤติย์, 2534) ซึ่งมีผู้เข้าร่วมสนทนาใน แต่ละกลุ่ม จำนวนกลุ่มละ 6 คน (พิเชษฐ วงศ์เกียรติขจร, 2559, หน้า 283) รวมทั้งสิ้น 18 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มผู้เข้าร่วม การสนทนาแบบเจาะจง (purposeful sampling) (วรรณดี สุทธิรินากร, 2556, หน้า 56) และ ผู้เข้าร่วมการสนทนาทุกคนต้องเคยเปิดรับข่าว พยากรณ์อากาศ ทั้ง 6 รายการ ได้แก่ ทวี 360 องศา ลมฟ้าพยากรณ์ ฝนฟ้าอากาศ ลมฟ้า

อากาศ สถานีข่าว NBT และข่าวพยากรณ์ อากาศ ThaiPBS ในช่วงเดือนกรกฎาคม- สิงหาคม พ.ศ. 2559

สำหรับการสนทนากลุ่มวัยรุ่น อายุ ระหว่าง 11-21 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่อ่อนแอ และเปราะบาง (Vulnerable Group) นั้น ดำเนินการด้วยความระมัดระวังและได้รับความยินยอมจากบิดามารดาหรือผู้ปกครอง ตามกฎหมาย ดังแนวทางจริยธรรมการทำวิจัย ในคนในประเทศไทย พ.ศ. 2550 (ธาดา สืบหลินวงศ์, พรรณแข มไหสวริยะ และ สุธี พานิชกุล, 2551, หน้า 12-13)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็น แบบสอบถาม (questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งได้ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดย การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) ตามเนื้อหา (content validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้แก่ รองศาสตราจารย์วิมลพรรณ อาภาเวท อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร. พระนคร อาจารย์บุศราศิริ ชนะ ผู้ชำนาญ สาขาโลก ดาราศาสตร์และอวกาศ สถาบัน ส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



(สสวท.) และอาจารย์ชินกฤต อุดมลาภไพศาล อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย เนชั่น เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบ และทดสอบ ความเชื่อมั่น (reliability) ด้วยการไปทำการ ทดลอง (try-out) ทดสอบกับประชาชนที่ ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ด้วยวิธีการ หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ได้ค่า ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.959 ซึ่งถือได้ว่าได้รับการยอมรับว่ามีค่า ความเชื่อมั่นระดับสูง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสนทนากลุ่ม คือ แบบการสนทนา กลุ่ม สมุดจดบันทึกระหว่างการสนทนากลุ่ม และเครื่องบันทึกเสียง โดยความถูกต้องและ ความน่าเชื่อถือของการสนทนากลุ่ม อยู่ที่ ประเด็นการสนทนาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยศึกษา จากเอกสารวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมด้วยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการเข้า ร่วมการสนทนากลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน (homogeneous group) นั่นคือ เป็นกลุ่มที่อยู่ ในช่วงวัยเดียวกัน อีกทั้งผู้วิจัยยังเป็นผู้ ดำเนินการสนทนาด้วยตนเอง สำหรับ สถานที่การจัดสนทนากลุ่มก็ปราศจากการ รบกวนจากภายนอก (สุทธิ ชัตติยะ และ

วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์, 2553, หน้า 264) และใช้ระยะเวลาในการสนทนากลุ่ม ประมาณ 1 ชั่วโมง (วรรณดี สุทธินรากร, 2556, หน้า 100)

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา มีรายละเอียด ดังนี้

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

การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทาง โทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ รายการฝนฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานี โทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มากที่สุด (ร้อยละ 34.1) โดยมีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์ อากาศโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($M = 0.75$ และ $SD = 0.423$) และมีลักษณะการเปิดรับ ข่าวพยากรณ์อากาศ โดยเปิดดูรายการข่าว ภาคว่าก่อน แล้วจึงได้ดูข่าวพยากรณ์อากาศไป ด้วยมากที่สุด (ร้อยละ 54.2) มีวัตถุประสงค์

ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ เนื่องจากต้องการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศรายวัน ทั้งอุณหภูมิสูงสุด-ต่ำสุดของแต่ละภาคในประเทศไทย ปริมาณฝน คลื่นลม เมฆ และหมอก มากที่สุด (ร้อยละ 34.9)

รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร (ร้อยละ 59.2)

ความนิยมเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.62$ และ $SD = 0.890$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เนื้อหาที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้นภายใน 6-24 ชั่วโมง ($M = 3.94$ และ $SD = 0.721$)

ความนิยมองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.934$ และ $SD = 0.518$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ด้านผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ มีความนิยมโดยรวมอยู่ใน

ระดับมาก ($M = 4.02$ และ $SD = 0.599$) โดยมีคะแนนสูงสุดใน 2 ประเด็น คือ น้ำเสียงน่าฟัง ชัดเจน ถูกต้องกระชับ ($M = 4.14$ และ $SD = 0.720$) และนำเสนอด้วยความเข้าใจ ($M = 4.14$ และ $SD = 0.707$) ด้านสถานที่ถ่ายทำข่าวพยากรณ์อากาศ มีความนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.85$ และ $SD = 0.692$) โดยมีคะแนนสูงสุดในประเด็นการถ่ายทำในสตูดิโอ โดยใช้ฉากเสมือน (Virtual Studio) ($M = 3.97$ และ $SD = 0.813$) ด้านภาพประกอบข่าวพยากรณ์อากาศ มีความนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.93$ และ $SD = 0.454$) โดยมีคะแนนสูงสุดในประเด็น ภาพข่าวที่อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง และไฟป่า ($M = 4.11$ และ $SD = 0.688$) ด้านเสียงประกอบข่าวพยากรณ์อากาศมีความนิยมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.74$ และ $SD = 0.792$) โดยมีคะแนนสูงสุดในประเด็น มีเสียงดนตรี/เพลง (Music) ($M = 3.76$ และ $SD = 0.843$)

การสร้างการมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์อากาศพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.69$ และ $SD = 0.821$) เมื่อพิจารณารายข้อ



พบว่า การส่งภาพถ่าย คลิปวิดีโอรายงานสภาพอากาศ ($M = 3.71$ และ $SD = 0.977$) และการเพิ่มช่องทางในการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์ ($M = 3.71$ และ $SD = 0.883$) ได้รับความนิยมสูงสุด

2. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน มีรายละเอียด ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน (2) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน (3) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน (4) ประชาชนที่มีระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน (5) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมผู้ประกาศข่าวแตกต่างกัน (6) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมสถานที่ถ่ายทอดแตกต่างกัน (7) ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความนิยมภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน (8) ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพ

ต่างกัน มีความนิยมเสียงประกอบข่าวแตกต่างกัน และ (9) ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วมของข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน

3. สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ข่าวพยากรณ์อากาศที่ได้รับความนิยมในทัศนะของผู้เข้าร่วมการสนทนาที่แบ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่น อายุระหว่าง 11-21 ปี กลุ่มวัยผู้ใหญ่ อายุระหว่าง 22-59 ปี และกลุ่มผู้สูงอายุ อายุ 60 ปีขึ้นไป มีประเด็นสำคัญ 3 ประเด็น คือ รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ และองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ ดังนี้

รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ จากการวิจัยพบว่า กลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยผู้ใหญ่ นิยมทั้งรูปแบบข่าวอ่านและรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุ นิยมเฉพาะรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร

เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ จากการวิจัยพบว่า ทั้งกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยผู้ใหญ่ และกลุ่มวัยผู้สูงอายุ เห็นว่าเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ควรมีความหลากหลาย ใกล้เคียง และมีประโยชน์

โดยนอกจากจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะอากาศที่กำลังจะเกิดขึ้นภายใน 6-24 ชั่วโมงทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการเตือนภัยแล้ว ควรมีเนื้อหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศหรือเทคนิคที่จะนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงฤดูต่าง ๆ ขนาดของเรือประมงที่เหมาะสมกับคลื่นลมในทะเล เทคนิคการขับรถในช่วงฤดูฝน และอาจมีการใช้ภาษาอังกฤษเข้าไปในเนื้อหาด้วย

องค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ จากผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์นั้นน่าสนใจและดึงดูด ความสนใจของผู้ชม ซึ่งทั้งกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยผู้ใหญ่ และกลุ่มวัยผู้สูงอายุ เห็นว่า ควรมีองค์ประกอบอย่างครบถ้วน เหมาะสม และทันสมัย โดยด้านผู้ประกาศข่าวต้องมีบุคลิกภาพที่ดีในขณะนำเสนอ มีความเข้าใจบท นำเสียงฟังสบาย ชัดเจน ถูกอักขระ ด้านภาพประกอบข่าว ควรเน้นภาพข่าวที่อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง มีองค์ประกอบของความน่าสนใจ และมีคุณสมบัติด้านการสื่อความหมายของเรื่อง

ที่ต้องการได้อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเรื่องราว โดยไม่ต้องอธิบายรายละเอียดมาก นอกจากนี้ภาพข่าวยังต้องมีคุณสมบัติด้านกายภาพ ทั้งความคมชัดและความสว่าง ส่วนภาพกราฟิก ทั้งตัวอักษรภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ต่างต้องออกแบบอย่างสร้างสรรค์ ชัดเจน และสวยงาม เพื่อประกอบคำอธิบายเนื้อหาข่าวให้ผู้ชมเข้าใจมากยิ่งขึ้น ด้านเสียงประกอบข่าว ทั้งเสียงพิเศษและเสียงดนตรีต้องได้รับการเลือกสรรมาเป็นอย่างดี เพื่อทำให้เกิดบรรยากาศ อารมณ์ หรือความรู้สึก และเพิ่มสีสันให้กับข่าวพยากรณ์อากาศได้

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยทั้งในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพในข้างต้นนั้น สามารถอภิปรายผลในประเด็นสำคัญๆ ได้ใน 3 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ และการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



1. การเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์

ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรมีผลต่อการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ โดยประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ซึ่งประชาชนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศมากกว่าประชาชนที่มีอายุระหว่าง 11-59 ปี ทั้งนี้เพราะประชาชนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เกษียณจากอาชีพไปแล้ว มีพฤติกรรมการเปิดรับเครื่องรับโทรทัศน์ เพื่อติดตามรายการฟรีทีวีหรือช่องเคเบิลทีวีต่อเนื่องตลอดทั้งวัน โดยเปิดไว้เป็นเพื่อนแก้เหงาระหว่างทำกิจวัตรประจำวันและรับรู้ข่าวสารไปพร้อมกัน (บุบผา วัฒนศิริทองคำและขจรจิต บุญนาค, 2556) ซึ่งการเปิดรับสื่อไว้เป็นเพื่อน แก้เหงา หรือเปิดรับเป็นนิสัยนี้ เป็นแบบแผนการใช้สื่อแบบจบสิ้นในตัวเอง (consummatory use) มากกว่าจะใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือนำไปสู่ประโยชน์อื่น ๆ (instrumental use) (กาญจนา แก้วเทพ, 2552, หน้า 500) สอดคล้องกับ

งานวิจัยของหรรษรัตน์ คงพัฒนาเวช (2553) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับชมรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์แตกต่างกัน โดยกลุ่มอายุ 56 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่เปิดรับชมรายการข่าวภาคค่ำมากกว่า 3 วันต่อสัปดาห์ ส่วนกลุ่มอายุ 18-25 ปี เป็นกลุ่มที่เปิดรับชมรายการข่าวค่ำ น้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์

นอกจากนี้ยังพบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกันด้วย โดยประชาชนที่ประกอบอาชีพเกษตรกรมีความถี่ในการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ทั้งนี้เพราะข่าวพยากรณ์อากาศมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเกษตร ทั้งช่วยในการวางแผนการเพาะปลูก การคัดเลือกพันธุ์ การวางแผนการปราบศัตรูพืช ตลอดจนการวางแผนการใช้ที่ดิน นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับการชลประทาน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเกษตรในประเทศไทย ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ข้อมูลของข่าวพยากรณ์อากาศเกือบทั้งหมดมีประโยชน์ต่ออาชีพเกษตรกร (กรมอุตุฯ, 2559: ออนไลน์) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาลินี มีลาภสม (2543) ที่พบว่า ประชาชน

ผู้ประกอบอาชีพประมงในชุมชนบ้านแหลมหิน และชุมชนบ้านสลักเพชร จังหวัดตราด เปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวัน และเมื่อจะมีผลกระทบต่ออาชีพ โดยผู้ประกอบอาชีพประมงที่มีลักษณะการประกอบกิจการต่างกัน มีการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของปรเมษฐ์ เศรษฐสุวรรณ (2551) พบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวภาคค่ำแตกต่างกัน

ลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามแบบแผนการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน โดยคนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย (ณฐนรี ไชยภักดี, 2552, หน้า 19) สอดคล้องกับงานวิจัยของนริสรา ขุนจันทร์ (2552) พบว่า พฤติกรรมการรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

และสถานภาพสมรส และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปรเมษฐ์ เศรษฐสุวรรณ (2551) พบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีลักษณะการรับชมรายการข่าวภาคค่ำแตกต่างกัน สำหรับลักษณะการเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ประชาชนจะเปิดดูรายการข่าวภาคค่ำก่อนแล้วจึงได้ดูข่าวพยากรณ์อากาศไปด้วยมากที่สุด ทั้งนี้เพราะข่าวพยากรณ์อากาศเป็นลักษณะข่าวเบาขึ้นเล็กๆ ข่าวหนึ่งในโครงสร้างของรายการข่าวโทรทัศน์ (พนม วรรณศิริ, 2544 ; สุรสิทธิ์ วิฑารัฐ, 2545, หน้า 60-61 อ้างถึงใน สุกฤษณ์ คำนไพบูลย์, 2549, หน้า 145-147) ที่มีระยะเวลาการออกอากาศเพียง 2-4 นาที และไม่มีการกำหนดเวลาในการออกอากาศที่แน่นอนและชัดเจน เนื่องจากขึ้นอยู่กับจำนวนและความยาวของเนื้อหาข่าวหนักในแต่ละวัน

2. รูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม

ความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกันมีความนิยมรูปแบบข่าวพยากรณ์อากาศ



ทางโทรทัศน์แตกต่างกัน จากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 11-59 ปี มีความนิยมรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ส่วนกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความนิยมรูปแบบข่าวอ่าน สอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดา โปษยะพิสัยฐ์ (2544) พบว่าผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี ต้องการให้สื่อโทรทัศน์นำเสนอข่าวสารเศรษฐกิจในรูปแบบสอดแทรกด้วยความบันเทิงสูงกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี และกลุ่มอายุ 41-50 ปี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสมมาตร คงชื่นสิน (2539 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2552, หน้า 533-535) ที่ว่ากลุ่มผู้สูงอายุนั้นมีรสนิยมเฉพาะตัวที่หนักไปทางเน้นสาระอย่างหนักแน่น (serious) และมีประโยชน์แตกต่างจากกลุ่มวัยรุ่นที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวกลับไม่สอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่ากลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 11-21 ปี และกลุ่มวัยผู้ใหญ่ที่มีอายุระหว่าง 22-59 ปี มีความนิยมทั้งรูปแบบข่าวอ่านและรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ส่วนกลุ่มวัยผู้สูงอายุที่มีอายุ 59 ปีขึ้นไป นิยมเฉพาะรูปแบบผสมผสานระหว่างข่าวอ่านกับละคร ทั้งนี้เพราะนอกจากลักษณะทางประชากรด้าน

อายุแล้ว ตัวแปรลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ยังคงมีส่วนเกี่ยวข้องที่ก่อให้เกิดความแตกต่างในพฤติกรรมการรับชม (สมมาตร คงชื่นสิน, 2539 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2552, หน้า 535) และความนิยมรูปแบบข่าวในท่ามกลางกลุ่มวัยเดียวกัน

3. เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศที่ได้รับ ความนิยม

จากการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ผู้ชมมีความต้องการเนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศที่มากและหลากหลายไปกว่าเดิม กล่าวคือ นอกจากจะต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศ อุณหภูมิ สภาพะฝนตก การคาดการณ์ลักษณะอากาศ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภายใน 6-24 ชั่วโมงแล้ว ยังต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่กำลังจะเกิดขึ้น และการแจ้งเตือนภัยเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมป้องกันและรับมือกับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น (จิตพันธ์ วงษ์ไทย อ้างถึงในธนา จิตต์จุพานนท์, 2542, หน้า 17) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชยุตม์ เหมจักร (2544) พบว่าคุณลักษณะของข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพนั้น



ต้องเป็นข่าวที่มีผลกระทบและเป็นประโยชน์กับประชาชน โดยข่าวพยากรณ์อากาศเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของผู้คนในแต่ละวัน (ศิวพงศ์ เหมือนพะวงศ์, 2552, หน้า 17-18) อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญต่อมนุษย์มาโดยตลอดไม่ว่าจะด้านเศรษฐกิจ การเกษตร การจราจรขนส่ง โลจิสติกส์ ไปจนถึงการป้องกันสาธารณภัย และการระบาดของโรคต่าง ๆ (อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์, 2559) นอกจากนี้ผู้ชมยังต้องการเนื้อหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ สถานการณ์สิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงของโลก และเทคนิคที่จะนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยอาจมีการใช้ภาษาอังกฤษเข้าไปในเนื้อหาด้วย ซึ่งการสร้าง ความแตกต่างและโดดเด่นในแง่ของเนื้อหาให้มีความหลากหลายนี้ นอกจากจะทำให้ผู้ชมเปิดรับข่าวพยากรณ์อากาศมากขึ้นแล้ว ยังเป็นจุดแข็งสำคัญที่จะสามารถต่อสู้กับคู่แข่งของข่าวที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกันได้ (จิรัชดา เอี่ยมรัมย์, 2554)

4. องค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศที่ได้รับความนิยม

1) ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ

จากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านผู้ประกาศข่าวแตกต่างกัน โดยมีคะแนนนิยมสูงสุดใน 2 ประเด็น คือ น้ำเสียงน่าฟัง ชัดเจน ถูกอักขระ และนำเสนอด้วยความเข้าใจ สอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยผู้ใหญ่ และกลุ่มวัยผู้สูงอายุ มีความนิยมผู้ประกาศข่าวของแต่ละรายการแตกต่างกัน แต่คุณสมบัติหลักที่ผู้ประกาศข่าวของทุกรายการต้องมี คือ ผู้ประกาศข่าวต้องมีบุคลิกภาพที่ดีในขณะนำเสนอ น้ำเสียงฟังสบาย ชัดเจน ถูกอักขระ และมีความเข้าใจในบท ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวเป็นคุณสมบัติสำคัญของผู้ประกาศข่าว โดยเฉพาะความเข้าใจในข่าว และความรอบรู้ในข่าวสาร เพราะเป็นที่มาของความน่าเชื่อถือของผู้ประกาศข่าว และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ชมเป็นอย่างยิ่ง (ศุภลักษณ์ ด่านไพบูลย์, 2549) สอดคล้องกับงานวิจัยของศุกลมาน เอี่ยมโสภาส (2542)



พบว่า ลักษณะของอวัจนภาษาที่ผู้ชมเห็นว่า มีผลทำให้เชื่อถือและติดตามการรายงานข่าวมากที่สุดนั้น ได้แก่ การอ่านออกเสียง น้ำเสียง ในการอ่าน การเน้นย้ำเนื้อหาข่าว และจังหวะลีลาในการอ่านข่าว เช่นเดียวกับที่สายสวรรค์ ขยันยิ่ง (2553) ได้กล่าวถึงเทคนิคการสื่อสารแบบผู้ประกาศข่าวที่สอดคล้องกัน คือ ไม่ว่าผู้ประกาศข่าวจะถูกวางบทบาทเป็นผู้อ่านหรือผู้เล่าล้วนแต่ต้องมีทักษะการออกเสียงอย่างถูกต้อง ชัดเจน น่าฟัง และเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในข่าวประกอบกัน ซึ่งถ้าผู้ประกาศข่าวไม่มีความรู้ความเข้าใจในข่าวหรือไม่มีความรู้รอบตัว บทบาทอย่างไรอ่านไปอย่างนั้น การรายงานข่าวอาจเกิดความผิดพลาด ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายในวงกว้างได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า ข่าวพยากรณ์อากาศ ไม่ใช่ใครจะรายงานอย่างไรก็ได้ การพยากรณ์อากาศเป็นศาสตร์ที่ต้องการผู้นำเสนอที่มีองค์ความรู้เรื่องดิน ฟ้า อากาศ และแผนที่เพียงพอ เพราะผลกระทบจากการนำเสนอแบบไม่มีองค์ความรู้ นอกจากจะสร้างความสับสนและความเสียหายให้กับผู้ชมแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของกรมอุตุนิยมวิทยาอีกด้วย (ต่อศักดิ์ วานิชขจร, 2554)

2) สถานที่ถ่ายทำ จากการวิจัย

เชิงปริมาณพบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากร ได้แก่ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านสถานที่ถ่ายทำแตกต่างกัน โดยสถานที่ถ่ายทำข่าวพยากรณ์อากาศที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การถ่ายทำในสตูดิโอ โดยใช้ฉากเสมือน (Virtual Studio) สอดคล้องกับงานวิจัยของหรรษรัตน์ คงพัฒนาเวช (2553) พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจสังคม ได้แก่ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวค่าทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ที่นำเสนอด้วยเทคโนโลยี อิมเมอร์ซีฟ กราฟิกแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากการถ่ายทำในสตูดิโอ โดยใช้ฉากเสมือน (virtual Studio) เป็นการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ชั้นสูงมาออกแบบสร้างฉากขึ้นมาในจอภาพ ซึ่งมีลักษณะเสมือนจริง และมีมิติเหมือนจริงมาก ผู้ประกาศข่าวสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับระบบเวอร์ชวลสตูดิโอได้ โดยสามารถนำเสนอข้อมูลได้หลากหลาย ทั้งกราฟิกประกอบข่าว ตารางภาพเคลื่อนไหว แอนิเมชั่น ให้สามารถดูง่าย



ชัดเจน และไม่ซับซ้อน (กิตติ สิงหาปัด, 2554, หน้า 7-19 ; ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558, หน้า 19-20) ซึ่งการสร้างสรรค์นารายการข่าวโทรทัศน์เป็นสิ่งที่เพิ่มความน่าเชื่อถือและดูยิ่งใหญ่ให้กับข่าวได้อีกอย่างหนึ่ง และทุกสถานีต่างต้องพยายามปรับปรุงฉากให้ออกมาดูสวยงามที่สุดเพื่อทำให้การนำเสนอข่าวมีสีสัน น่าติดตาม และไม่น่าเบื่อ (วศิน บุรณเหตุ, 2552)

3) ภาพประกอบข่าว

จากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบของข่าวพยากรณ์อากาศ ด้านภาพประกอบข่าวแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยผู้ใหญ่ และกลุ่มวัยผู้สูงอายุ นิยมภาพประกอบข่าวไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่นิยมภาพประกอบข่าวในลักษณะภาพข่าวที่อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง มีองค์ประกอบของความน่าสนใจ และมีคุณสมบัติด้านการสื่อความหมายของเรื่องที่ต้องการได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพราะรายการข่าวโทรทัศน์มีภาพเป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่องประกอบเสียง ซึ่งทำให้รายการข่าว

มีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวได้โดยไม่ต้องอธิบายรายละเอียดมาก (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557, หน้า 93) นอกจากนี้จากการวิจัยเชิงคุณภาพยังพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุ ให้ความสำคัญกับความคมชัดและความสว่างของภาพข่าวด้วย ซึ่งความคมชัดและความสว่างของภาพดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งของคุณสมบัติที่ดีด้านกายภาพของภาพข่าว โดยนรินทร์ นำเจริญ (2549, หน้า 261-262) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่ดีของภาพข่าวไว้ว่า นอกจากภาพข่าวที่ดีจะมีคุณสมบัติด้านการสื่อความหมายแล้ว ยังต้องมีคุณสมบัติด้านกายภาพ ทั้งความคมชัด การจัดองค์ประกอบของภาพที่เหมาะสม ความสมดุล การวางมุมกล้อง ความลึก แสง เงา และความสว่าง จึงอาจกล่าวได้ว่า ภาพข่าวที่นำมาใช้ในข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์นั้น ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนทั้งด้านการสื่อความหมาย และด้านกายภาพ

ส่วนภาพกราฟิก ทั้งตัวอักษร (text) ภาพนิ่ง เช่น สัญลักษณ์ (icon) สัญลักษณ์ (symbol) และภาพเคลื่อนไหว เช่น แผนที่อากาศ ภาพดาวเทียม ใต้ใต้รายการ ต่างต้อง



ออกแบบอย่างสร้างสรรค์ ชัดเจน และสวยงาม สอดคล้องกับงานวิจัยของนิศากร สุภาพ (2553) พบว่า ผู้ชมรายการให้ความสนใจกับรูปแบบ เลขศิลป์บนหน้าจอรายการข่าวโทรทัศน์ ในด้านกราฟิก (Graphic) โดยต้องทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ และมีการใช้ตัวอักษรที่อ่านง่ายชัดเจน เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรับรู้ข้อมูลของผู้ชม อีกทั้งยังมีส่วนช่วยเน้นเนื้อหาและสนับสนุนข้อมูลของข่าวให้ผู้ชมมีความเข้าใจมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของหรรษรัตน์ คงพัฒนาเวช (2553) พบว่า คุณสมบัติของการนำเสนอภาพข่าวด้วยเทคโนโลยี อิมเมอร์ซีฟกราฟิก ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ผู้ชมเห็นด้วยว่า ภาพข่าวกราฟิกสอดคล้องกับเนื้อหาข่าว มีความสมจริง เข้าใจง่าย น่าสนใจ และแปลกใหม่

4) เสียงประกอบข่าว

ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความนิยมองค์ประกอบของข่าว พยากรณ์อากาศ ด้านเสียงประกอบข่าว แตกต่างกัน สอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า มีเพียงกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับเสียงประกอบข่าว โดยเสียงประกอบข่าวทั้งเสียงดนตรี (music) และเสียง

พิเศษ (effect) ต้องได้รับการเลือกสรรมาเป็นอย่างดี เพื่อทำให้เกิดบรรยากาศ อารมณ์หรือความรู้สึก ซึ่งเป็นไปตามหลักการใช้เสียงในรายการข่าวโทรทัศน์ โดยเสียงดนตรีต้องสะกดใจผู้ชมทันทีที่ได้ยิน ทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากติดตามรายการ เพิ่มเติมสีสันให้กับรายการ และยังมีผลต่อการรับรู้และการสื่อความหมายในเชิงสุนทรียศาสตร์ ส่วนเสียงพิเศษ เช่น เสียง ฝนตก เสียงไซเรน เสียงฟ้าร้อง ต้องเป็นเสียงที่สร้างบรรยากาศแวดล้อม (creating environment) ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์และความรู้สึกร่วม พรรณนาให้เห็นเหตุการณ์ (depicting) ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสร้างความรู้สึกให้แรงหรือเข้มข้นขึ้น (intensifying action) ในการดึงความสนใจของผู้ชมให้มาอยู่ที่สิ่งที่เราคิดว่าสำคัญ และเพื่อเป็นสัญลักษณ์ (being symbolic) หรือสื่อความหมายต่อเรื่อง (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558, หน้า 31-32 ; สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548, หน้า 117-118) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมนทกานติ ชีรนันทวัฒน์ (2544) พบว่า เพลงมีหน้าที่ในการเล่าเรื่องเพื่อสื่อความหมายถึงเนื้อหาของละครโทรทัศน์ และยังช่วยเสริมสร้างอารมณ์และความรู้สึกของตัวละคร และยังมีหน้าที่



ในการประกอบไต่เตื่อนำรายการและไต่เต้ล
ทำรายการเพื่อช่วยเสริมให้ผู้ชมเข้าใจ
เรื่องราวได้มากยิ่งขึ้น

5. การสร้างการมีส่วนร่วมของข่าว พยากรณ์อากาศ

จากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า
ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ
ต่างกัน มีความนิยมการสร้างการมีส่วนร่วม
ในข่าวพยากรณ์อากาศแตกต่างกัน สอดคล้อง
กับแนวคิดของ John M. Cohen and Norman
T. Uphoff (1977 อ้างถึงในฉันทนรี ไชยภักดี,
2552, หน้า 47-48) ที่ว่า การที่ประชาชนจะมี
ส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้นเพียงใดนั้น
ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบในหลาย ๆ ด้าน มิใช่
ด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้น ดังจะเห็นได้ว่า
ลักษณะของผู้เข้าร่วม องค์ประกอบทาง
ภูมิศาสตร์ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม
และการเมือง ก็เป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณา
ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน
สอดคล้องกับงานวิจัยของฉันทนรี ไชยภักดี
(2552) พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมใน
โครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้จากการวิจัยเชิงคุณภาพยังพบว่า
กลุ่มวัยรุ่นสนับสนุนให้ข่าวพยากรณ์อากาศ
เปิดโอกาสให้ผู้ชมส่งคลิปรายงานสภาพ
อากาศ หรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ ส่วนกลุ่ม
วัยผู้ใหญ่เห็นว่า การสร้างการมีส่วนร่วม
ของข่าวพยากรณ์อากาศนี้ จะเป็นการเพิ่ม
ความนิยมให้กับข่าวพยากรณ์อากาศมากขึ้น
สอดคล้องกับหลักของการสร้างสรรค์รายการ
โทรทัศน์ ที่ว่ารายการโทรทัศน์ที่มีการสร้างสรรค์
รายการที่ดี ผู้สร้างสรรค์จะต้องพยายามทำให้
ผู้ชมมีส่วนร่วมกับการรายการ (participation)
อยู่ตลอดเวลา ทั้งการมีส่วนร่วมแบบโดยตรง
และโดยอ้อม

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

รูปแบบและองค์ประกอบของข่าว
พยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่นำมาเสนอนั้น
แม้จะช่วยเพิ่มสีสัน และสร้างความแปลกใหม่
ให้กับข่าวพยากรณ์อากาศ แต่ส่วนที่สำคัญ
ที่สุดของรายการข่าวสำหรับผู้ชมก็ยังคงเป็น
เนื้อหาข่าวที่นำเสนอ ดังนั้นผู้ผลิตควรให้
ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหา ส่วน
ผู้ประกาศข่าว สถานที่ถ่ายทำภาพประกอบข่าว
หรือเสียงประกอบข่าว ให้มองเป็นส่วนเสริม



ที่จะทำให้รายการข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์น่าสนใจมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เมื่อข่าวพยากรณ์อากาศเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์กับผู้ชม รวมทั้งสามารถลดความเสี่ยงจากสาธารณภัยและเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับสาธารณภัยที่อาจเกิดขึ้นได้

ดังนั้นจึงควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการคัดเลือกสาร การจัดลำดับความสำคัญของข่าวพยากรณ์อากาศและการเตือนภัย รวมถึงรูปแบบการรายงานพยากรณ์อากาศของกรมอุตุนิยมวิทยาในฐานะผู้ส่งสาร (Source) แรกในกระบวนการสื่อสารว่ามีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่ประชาชนหรือไม่

บรรณานุกรม

- กรมอุตุนิยมวิทยา. (2559). *ประโยชน์และการบริการข้อมูลอุตุนิยมวิทยา*. สืบค้นจาก <http://www.metsakon.tmd.go.th/payoy.htm>
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2557). *แผนยุทธศาสตร์กรมอุตุนิยมวิทยา พ.ศ. 2557-2560*. สืบค้นจาก http://www/tmd.go.th/aboutus/Tmd_plan-2557-2560.pdf [20 ตุลาคม 2558]
- กระทรวงมหาดไทย, กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. (2556). *การลดความเสี่ยงจากสาธารณภัย*. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กรุงเทพมหานคร, สำนักผังเมือง, กองนโยบายและแผน. (2555). *การศึกษาการส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- กรุงเทพมหานคร, สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ, กลุ่มงานวิจัยและประเมินผล. (2558). *สถิติกรุงเทพมหานคร ปี 2558*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.



- กิตติ สิงหาปัด. (2554). การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ (หน่วยที่ 6-10). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กุลธิดา สายพรหม. (2559). การสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย. วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์, 35(1), 125-142.
- จิรัชดา เอี่ยมรัมย์. (2554). การศึกษาความเหมือนและความแตกต่างของข่าวคำทีวีไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2551 ถึง พ.ศ. 2553. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชยุตม์ เหมจักร. (2544). ข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในทัศนะผู้สื่อข่าวและผู้รับสาร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2558). การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ (พิมพ์ครั้งที่ 2, หน่วยที่ 1-5). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ณัฐนรี ไชยภักดี. (2552). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมใน โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ต่อศักดิ์ วานิชจร. (2554). กรมอุตุนิยมวิทยาพยากรณ์อากาศไม่มีความรู้ สดมั่ว. สืบค้นจาก <http://www.compagamer.com/home/91881/>
- ธาดา สืบหลินวงศ์, พรหมแข มไหสวริยะ และสุธี พานิชกุล. (2551). แนวทางจริยธรรม การทำวิจัย ในคนในประเทศไทย พ.ศ. 2550. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธันว จิตต์จุพานนท์. (2542). กว่าจะมาเป็น “ลมฟ้าพยากรณ์” ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 5. สารนิพนธ์วารสารศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นรินทร์ นำเจริญ. (2549). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรายงานข่าว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นริศรา ขุนจันทร์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ ไทยพีบีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



- นิสากร สุภาพ. (2553). ศึกษาแนวทางการออกแบบเลขนศิลป์ในรายการข่าวโทรทัศน์ไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ และจอร์จิด บุนนาค. (2556). พฤติกรรมการบริโภคข่าวต่างวัยในสังคมไทย. ใน การประชุมเครือข่ายนักวิชาการและวิชาชีพสื่อมวลชน ประจำปี 2556 ยุทธศาสตร์เพื่ออนาคตวารสารศาสตร์ ครั้งที่ 5 ตอน “คนเปลี่ยน สื่อปรับ รุก-รับอย่างไร” 19 กรกฎาคม 2556 ณ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต.
- ปรเมษฐ์ เสริมสุวรรณ. (2551). เจตคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9 และทีไอทีวี). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- พิเชษฐ์ วงศ์เกียรติจักร. (2559). แนวทางเพื่อการเรียนรู้การวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: ส. เอเซียเพรส (1989).
- โพธิชัชฌ์นึ่ง แม็กกาซีน (Positioning Magazine). (2552). สื่ก “เรียลลิตี้ นิวส์” สงครามข่าวรอบใหม่ ช่อง 3 ปะทะช่อง 7. สืบค้นจาก <http://positioningmag.com/11787>
- มนทกานติ ชีรนันทวัฒน์. (2554). หน้าที่และอัตลักษณ์ของเพลงละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาลินี มีลาภสม. (2543). การเปิดรับ ความเข้าใจ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากข่าวพยากรณ์อากาศของผู้ประกอบอาชีพประมงในชุมชนบ้านแหลมหินและชุมชนบ้านสลักเพชรจังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตติยา อังกุลานนท์. (2558). จัปตาเรตติ้งเรียงช่องใหม่. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/635586>
- ลัดดา โปษยะพิสิษฐ์. (2544). ความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารเศรษฐกิจที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วสิน บุรณเหตุ. (2552). สตูดิโอเสมือน เงื่อนคมข่าว. สืบค้นจาก <http://www.positioningmag.com>



- วรรณดี สุทธิชินรากร. (2556). การวิจัยเชิงคุณภาพ: การวิจัยในกระบวนทัศน์ทางเลือก. กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.
- สิวพงศ์ เหมือนพะวงศ์. (2552). การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการข่าวช่วยชาวบ้านทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศุกลมาน เอี่ยมโอภาส. (2542). บทบาทการสื่อสารเชิงอวัจนะของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ในปัจจุบัน. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุกลลักษณ์ ด่านไพบูลย์. (2549). รูปแบบ วิธีการนำเสนอ และปัจจัยที่มีผลต่อรายการสนทนาข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์สำรวจความคิดเห็นบ้านสมเด็จโพลล์. (2558). ความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าว. สืบค้นจากจาก <http://news.thaipbs.or.th/content/836>
- สงกรานต์ต์ อักษร. (2556). อุดูฯ ปรับใช้ภาษาเข้าใจง่าย รายงานข่าวพยากรณ์อากาศ. สืบค้นจาก <http://www.tnamcot.com/cotent/512606>
- สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ. (2548). การผลิตรายการโทรทัศน์สมัยใหม่สไตลอเมริกัน. กรุงเทพฯ: อี.ที พับลิชชิง.
- สมสุข หินวิมาน และคณะ. (2557). ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมชาย ไบ่ม่วง. (2555). อุดุนิยมวิทยากับการลดผลกระทบจากภัยพิบัติ. สืบค้นจาก http://sim.nbt.go.th/images/document/disaster_presentation4.pdf
- สายสวรรค์ ขยันยิ่ง. (2553). เทคนิคการสื่อสารแบบผู้ประกาศข่าว. สืบค้นจาก <http://www.saisawankhayanying.com/s-report/technical-communication/>
- สุทธิ ชัดติยะ และวิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. (2553). แบบแผนการวิจัยและสถิติ. กรุงเทพฯ: เปเปอร์เฮาส์.



หรรษรัตน์ คงพัฒนาเวช. (2553). ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ต่อการนำเสนอภาพข่าวด้วยเทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟกราฟิกในรายการข่าวค่ำทาง
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อานนท์ สักดิ์วีระวิชัย. (2559). *Big Data* กับการพยากรณ์อากาศ. สืบค้นจาก

<http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9590000083769>

อุบลรัตน์ เฟื่องสฤติย์. (2534). *จิตวิทยาพัฒนาการ (PC 290)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.