

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

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

1. แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์

รายการข่าวโทรทัศน์เป็นอีกรายการหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเรื่องราว หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้กับผู้ชมได้รับรู้ข้อมูลต่างๆ ซึ่งถือว่าได้รับความนิยมจากผู้ชมเสมอมา (นัชชา ฤกษ์นิไพบูลย์, 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 ทักษะคติ ประสบการณ์ และการถือปฏิบัติของผู้จำแนกเป็นสำคัญ (สรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545: 59)

1.1 ประเภทของข่าวโทรทัศน์

การจำแนกประเภทของข่าวโทรทัศน์ สามารถจำแนกเป็นประเภทต่างๆ ได้ โดยใช้เกณฑ์ในการจำแนกได้หลายเกณฑ์ เช่น จำแนกตามคุณลักษณะและความสำคัญของข่าว จำแนกตามพื้นที่ขอบเขตการทำข่าว และจำแนกตามเนื้อหาข่าว 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 ข่าวสุนทรมาย 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

สุทธิธีร์ 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 ไม่ว่าข่าวนั้นจะเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติหรือพฤติกรรมทางสังคมที่มีความไม่เป็นปกติวิสัยเกิดขึ้น ดังนั้นแหล่งข่าวจึงเป็นรากเหง้าของข่าวทั้งหมด และยังเป็นตัวกำหนดทิศทางข่าวสารในทิศทางต่างกัน (พิศิษฐ์ ชวาลาวัช และคณะ, 2549: 47) สำหรับการศึกษาวิจัยนี้ได้จำแนกประเภทของแหล่งข่าวตามลักษณะที่มาของข้อมูลข่าวสาร (ภาคภูมิ วรรณภา, 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 มาชี้เบาะแสด่างๆ การได้รับเบาะแสดทางโทรศัพท์จากพลเมืองดีที่รู้ข้อมูลรายละเอียดกรณีดังกล่าวโทรแจ้งกับผู้สื่อข่าว ผู้สื่อข่าวต้องระมัดระวังและตรวจสอบข้อมูลเป็นพิเศษเช่นกัน เพราะข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข่าวประเภทนี้อาจไม่ถูกต้องครบถ้วนและคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงได้

1.2.3 แหล่งข่าวจากเอกสารเผยแพร่ อาจจะเป็นข่าวแจกจากหน่วยงานต่างๆ ใบปลิว แถลงการณ์ เอกสารเผยแพร่ทางวิชาการเหล่านี้อาจสามารถเป็นแหล่งข่าวเบื้องต้นสำหรับผู้สื่อข่าวเพื่อติดตามเสาะหาข้อมูลจากแหล่งข่าวอื่นๆ เพิ่มเติมได้

1.2.4 แหล่งข่าวจากสำนักข่าว (news agency) เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจการขายข่าวให้แก่สมาชิกหรือลูกค้าทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งมีทั้งที่เป็นสำนักข่าวของรัฐและเอกชน สำหรับสำนักข่าวต่างประเทศที่มีตัวแทนขายข่าวอยู่ในประเทศไทย 4 สำนักข่าว คือ สำนักข่าวเอพีของสหรัฐอเมริกา (Associated Press) สำนักข่าวยูพีไอของสหรัฐอเมริกา (United Press International) สำนักข่าวรอยเตอร์ของอังกฤษ (Reuters) และสำนักข่าวทาสส์ของสหภาพโซเวียต (Tass) ในขณะที่สำนักข่าวที่เป็นองค์กรขายข่าวในประเทศไทย ได้แก่ สำนักข่าวไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ นอกจากสำนักข่าวจะขายข่าวแล้ว สำนักข่าวบางแห่งยังให้บริการบริการขายภาพถ่าย สารคดี บทวิเคราะห์ บทวิจารณ์ การ์ตูนล้อเลียน และผลผลิตอื่นอันเกิดจากข่าวด้วย

1.2.5 แหล่งข่าวจากอินเทอร์เน็ต เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข่าวที่มีความสำคัญมากในปัจจุบัน เพราะสามารถตรวจสอบข้อมูลได้รวดเร็วและสามารถสืบค้นข้อมูลที่หลากหลาย อีกทั้งยังสามารถใช้เพื่อป้องกันการตกข่าวได้

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

1.3 รูปแบบรายการข่าวโทรทัศน์

รายการข่าวโทรทัศน์ได้พัฒนารูปแบบ และวิธีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง จากอดีตที่มีแต่รายการข่าวอ่าน (news programme) จนกระทั่งปัจจุบันรายการข่าวมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย และมีจำนวนรายการเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการ และเพื่อแก้ปัญหาความซ้ำซากของรายการ เนื่องจากเนื้อหาข่าวของแต่ละสถานีในแต่ละวันอาจซ้ำหรือคล้ายคลึงกัน (กิตติ กันภัย และศิรินาถ หงษ์ประยูร, 2551: 2) จึงทำให้แต่ละสถานีได้คิดค้นรูปแบบการรายงานข่าวแบบใหม่ๆ (inventions) และนำเสนอรายการข่าวรูปแบบต่างๆ ไม่เฉพาะรายการข่าวปกติที่มีผู้ประกาศนั่งอ่านข่าว หรือรายงานข้อมูลแต่เพียงอย่างเดียว โดยรูปแบบการนำเสนอรายการข่าว (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 94-97) มีดังนี้

1.3.1 รายการข่าวอ่าน (news programme) เป็นรายการที่มีอยู่ทุกสถานีโทรทัศน์นำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศข่าวอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ โดยเรียงลำดับประเด็นข่าวที่สำคัญที่สุดหรืออยู่ในความสนใจของสาธารณชนมากที่สุดจากมากไปหาน้อย ทั้งนี้วิธีการนำเสนอจะต้องใช้ภาษาที่สั้น กระชับ ไม่ใส่ความคิดเห็นของผู้ผลิต หรือผู้รายงานข่าว

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

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

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 มีข่าวชิ้นเล็กๆ อยู่เป็นจำนวนมาก แต่ละชิ้นข่าวเหล่านั้นจะถูกจัดอยู่เป็นหมวดหมู่อย่างมีระเบียบเป็นช่วง (segment) ในรายการอย่างเหมาะสม (คิวพังก์ 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 ไม่นำเสนอเคลอะเคล้ากัน

1.4.3 ข่าวสภาพดินฟ้าอากาศและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการดำรงชีวิตของผู้ชมในแต่ละวัน ส่วนมากขึ้นอยู่กับการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งเป็นหลัก เช่น การเดินทางออกจากบ้านไปที่ทำงานแล้วกลับบ้าน ไปจ่ายตลาด หรือชาวประมงที่ต้องออกทะเลหาปลา 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 องค์การที่ผลิตรายการข่าว 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 เนื้อหาข่าวที่น่าเสนอ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของรายการประเภทข่าว ข่าวไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่เป็นการรายงานเหตุการณ์โดยผู้สื่อข่าวและองค์กรข่าว ซึ่งองค์กรและบุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้ตัดสินใจ และเลือกว่าเหตุการณ์ใดควรนำมารายงานสู่ผู้ฟังและผู้ชม (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 91)

ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดในด้านต่างๆ ของสื่อโทรทัศน์ จึงทำให้ไม่สามารถรายงานเหตุการณ์ทุกอย่างได้ จึงต้องเลือกนำเสนอเพียงบางเรื่องบางประเด็นเท่านั้น ขึ้นอยู่กับว่าเรื่องนั้นๆ จะมีคุณค่าแห่งความเป็นข่าว หรือความเหมาะสมที่จะเป็นข่าว (newsworthiness) มากน้อยเพียงใด โดยมีเกณฑ์การพิจารณาคูณค่าข่าว (นรินทร์ นาเจริญ, 2549: 13 และภาคภูมิ วรรณภา, 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) ความสะท้อนอารมณ์ (human interest or emotion) เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่สร้างความสะท้อนใจหรือสะท้อนอารมณ์ให้กับผู้ชม

7) ความลึกลับหรือมีเงื่อนงำ (suspense) เหตุการณ์ใดก็ตามที่เกิดขึ้นและยังไม่สามารถคลี่คลายคำตอบให้กระจ่างได้ มักได้รับความสนใจจากผู้คน เพราะต่างอยากรู้อยากเห็นถึงความเป็นไปหรือผลสุดท้ายของเหตุการณ์นั้นๆ

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 ตนานนท์ (2546: 22) กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าว ดังนี้

1.5.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าว

1) นโยบายขององค์กร สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีจะมีนโยบายหรือจุดเน้นที่แตกต่างกัน จึงทำให้การจัดลำดับความสำคัญของข่าวแตกต่างกันไปด้วย เพื่อให้ตรงตามนโยบายขององค์กร

2) ภาวะการแข่งขันของสื่อ การแข่งขันของสื่อในปัจจุบันเป็นการแข่งขันที่เข้มข้นรุนแรง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันในเรื่องของความเร็วในการนำเสนอ และการเพิ่มเติมรายละเอียดบางอย่างของข่าวให้มีความแตกต่างกันไป 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 (สทศศักดิ์ 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 ใต้เต็ลรายการข่าวโทรทัศน์ 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 โทนสี พื้นผิว แสง และ 3) การจัดวางองค์ประกอบข้อมูล ฝ่ายศิลปกรรมควรที่จะ

กำหนดทิศทางการอ่านกราฟิกให้ชัดเจน หากเป็นงานแอนิเมชันควรที่จะกำหนดจังหวะการเข้าออกของกราฟิก การซ้อนภาพกราฟิกกับภาพเคลื่อนไหวควรเสมือนจริง มีความเข้ากัน สำหรับสื่อมวลชนโทรทัศน์ไทย บางสถานีให้ความสำคัญกับบทบาทของกราฟิก แต่มีจำนวนไม่น้อยที่ไม่ตระหนักหรือให้ความสำคัญกับกราฟิกในบทบาทการสื่อสาร ยังคงยึดติดภาพตายตัว เชื่อมกันในเนื้อหา 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) เสียงสามารถโน้มน้าและควบคุมอารมณ์ของผู้ชมให้เป็นไปตามผู้ที่สร้างสรรค์ต้องการ

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 เสียงควมม้า และเสียงที่สร้างขึ้นมาประกอบการนำเสนอเรื่อง ซึ่งเป็นเสียงที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ เช่น เสียงแก้วแตก เสียงรถยนต์เบรค เสียงกริ่งโทรศัพท์ และเสียงหวิวเตือนภัย เพื่อสร้างความรู้สึกรวมทั้งอารมณ์และความหมายต่อเรื่อง และทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจในภาพที่กำลังเกิดขึ้น ทั้งนี้หากใช้เสียงพิเศษที่ไม่ถูกต้องและไม่ถูกจังหวะเวลาจะมีผลเสียหลายต่อรายการเป็นอย่างมาก โดยหลักการใช้เสียงพิเศษในรายการข่าวโทรทัศน์ ได้แก่ 1) ใช้เพื่อสร้างบรรยากาศแวดล้อม (creating environment) เป็นการใช้เสียงเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดี ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์และความรู้สึกร่วม 2) ใช้เพื่อพรรณนาให้เห็นเหตุการณ์ (depicting) เป็นการใช้เสียงเพื่อให้เห็นสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น 3) ใช้เพื่อสร้างความรู้สึกละแรงหรือเข้มข้นขึ้น (intensifying action) เป็นการใช้เสียงเพื่อดึงความสนใจของผู้ชมให้มาอยู่ที่สิ่งที่เรากำลังคิดว่าสำคัญ และ 4) ใช้เพื่อเป็นสัญลักษณ์ (being symbolic) เป็นการใช้เสียงเพื่อแสดงสัญลักษณ์หรือสื่อความหมายต่อเรื่อง

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

2.4) เสียงเงียบ (silence) ส่วนใหญ่เรามักรับรู้ว่ามีสื่อโทรทัศน์ประกอบด้วยภาพและเสียง เสียงจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นในการผลิตรายการ แต่บางครั้งเสียงเงียบก็มีพลังในการสร้างความหมายให้กับฉากนั้นๆ ได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีเสียงใญ่อยู่ตลอดเวลา เพราะหากมีจังหวะใดๆ ความเงียบก็สามารถสยบความเคลื่อนไหวให้ผู้ชมติดตามหรือผ่อนคลายได้เช่นกัน

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 สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ถ่ายทำรายการโทรทัศน์ในลักษณะป้องกันจากสิ่งรบกวนภายนอกทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ผ่านไประหว่างมา แสงแดด และเสียงรบกวนต่างๆ เช่น สตูดิโอถ่ายทำรายการข่าวภาคเช้า โดยข้อดีของสถานที่ถ่ายทำลักษณะนี้ คือ ทุกอย่างสามารถควบคุมได้ตามต้องการ แต่ข้อเสียคือ ต้องใช้ความเชี่ยวชาญอย่างมากในการทำให้อากาศนั้นๆ อบอุ่นเป็นธรรมชาติ

การสร้างสรรค์ฉากรายการข่าวโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่จะเพิ่มความน่าเชื่อถือและดูยิ่งใหญ่ให้กับรายการข่าวอีกอย่างหนึ่ง และทุกสถานีต่างพยายามปรับปรุงฉากให้ออกมาดูสวยงามที่สุด และมักจะมีการเปลี่ยนเมื่อใช้ไปสักระยะหนึ่ง ฉากรายการข่าวโทรทัศน์ในปัจจุบันมี 4 ประเภท (กิตติ สิงหาปัด และณัฐวัฒน์ 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 เป็นการสื่อสารผ่านหน้าจอโทรทัศน์วิดีโอ ซึ่งเป็นแนวทางใหม่ให้กับบริษัทหรือองค์กรในรูปแบบที่ต้องการนำเสนองานโทรทัศน์ ระบบนี้หากมองแต่ภายนอกจะเห็นแค่ฉากสีเขียวอย่างเดียวเท่านั้น โดยตัวละครหรือตัวประกอบภายนอกจะใช้เทคนิคจากเวอร์ชวลสตูดิโอเข้ามาใช้โดยสามารถนำเสนอผ่านฉากสีเขียว เพียงแค่หน้าตัวละครที่จะทำประกอบเข้ากับฉากมาตัดต่อเข้าไปข้างในฉากสีเขียว ซึ่งข้างในฉากสีเขียว นั้น เราสามารถสร้างสรรผลงานสามมิติได้เสมือนจริง สร้างงานกราฟิกได้หลากหลายโดยในการทำงานเกี่ยวกับระบบนี้จะมีการกราฟิกเข้าไปเกี่ยวข้องในการสร้างตัวภาพสตูดิโอ เพื่อใช้

ประกอบฉาก และยังสามารถเพิ่มโลโก้ สัญลักษณ์ ตัวการ์ตูน สภาพแวดล้อมแบบต่างๆ ได้ไม่ซ้ำ และที่สำคัญคือ การนำระบบนี้มาใช้สามารถนำตัวคนจริง ๆ 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 ระบบนี้จะช่วยให้ผู้ประกาศข่าวมีปฏิสัมพันธ์กับข้อมูลได้ดีขึ้น สามารถเลือกข้อมูลที่จะนำเสนอได้ด้วยตนเอง เพียงแค่ใช้มือสัมผัสกับหน้าจอ ให้คนดูได้เห็นข้อมูลที่ลึกขึ้นเรื่อยๆ 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. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

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 เฝ้าระวัง 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 ส่วนมากจะเกี่ยวข้อง

กับสภาวะอากาศที่เกิดขึ้นใกล้ตัวเรา เช่น ฝน อุณหภูมิ เมฆ หมอก คลื่นลม รวมทั้งภัยธรรมชาติที่รุนแรงและไม่รุนแรง ได้แก่ พายุหมุนเขตร้อน พายุฝนฟ้าคะนอง การเกิดอุทกภัย ภัยแล้ง โดยการพยากรณ์อากาศ แบ่งออกเป็น 3 ชนิด ตามช่วงเวลาของการพยากรณ์ (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2558) คือ 1) การพยากรณ์อากาศระยะสั้น (short range forecast) เป็น การพยากรณ์อากาศในช่วงเวลาไม่เกิน 72 ชั่วโมง ใช้ข้อมูลผลการตรวจอากาศ 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 ข่าวพยากรณ์อากาศนับวันจะมีความสำคัญและมีบทบาทอย่างมากในการดำเนินชีวิตของประชาชน เพราะข่าวพยากรณ์อากาศจะทำให้ประชาชนทราบข้อเท็จจริง และได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ซึ่งเป็นการเตือนภัยล่วงหน้า นอกจากนี้ยังเป็นการสนับสนุนให้ทุกฝ่ายและทุกหน่วยงานเตรียมความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อช่วยกันหาทางป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติให้ได้ผลอีกด้วย (ธันวา จิตต์จุพานนท์, 2542: 24)

2.2 ข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

ข่าวพยากรณ์อากาศ (weather forecast news) หมายถึง ข่าวประเภทหนึ่งที่น่าสนใจ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศ 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 บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เป็นคู่สัญญากับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบัน ทั้งนี้มีเป้าหมายการบริหารที่มุ่งผลเชิงพาณิชย์ คือ มีรูปแบบการบริหารจัดการรายการและมีการแสวงหารายได้จากการโฆษณา 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 พันธุมี

2.2.2.6 ผู้ประกาศ คุณสุหัสชา และคุณสุนิดา สวัสดิ์พรพัลลภ



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 มีรูปแบบการบริหารจัดการรายการและมีการแสวงหารายได้จากการโฆษณา 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 คุณวรัญญู นวกาลัญญู

2.2.3.6 ผู้ประกาศ คุณเปรมสุตา สันติวัฒนา



ภาพที่ 2.3 ภาพตัวอย่างไตเติ้ลฝนฟ้าอากาศ

2.2.4 ลมฟ้าอากาศ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

2.2.4.1 เป้าหมายขององค์กร

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 มลิณทสูตร

2.2.6.6 ผู้ประกาศ คุณชนวรรณ มลิณทสูตร



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 ซึ่งมักจะเป็นผู้ที่มีการประสบการณ์ในการทำงานข่าว 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 โดยที่ผู้ชมไม่รู้สึกว่าเกิดความผิดพลาดขึ้นแม้แต่น้อย

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) ยังได้ระบุถึงหน้าที่ของผู้ประกาศข่าวไว้เพิ่มเติมดังนี้

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 และเรื่องที่นำเสนอ เพื่อที่จะใช้รายงานข่าวและนำเสนอต่อผู้ชม

3.4 องค์ประกอบสำคัญในการอ่านข่าว

การอ่านข่าว เป็นการสื่อสารข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงสู่ผู้ชม จึงต้องอ่านด้วยความระมัดระวัง มีความมั่นใจ ใช้้ำเสียงที่มีน้ำหนัก น่าเชื่อถือ การอ่านข่าวมีความแตกต่างจากการเล่าข่าว เพราะผู้อ่านข่าวหรือผู้ประกาศเป็นผู้ถ่ายทอดข้อเท็จจริงจากบทข่าวสู่ผู้ชม จึงไม่ควรสอดแทรกความคิดเห็นใดๆ ระหว่างการประกาศข่าว (ภัทธิรา สารการบริรักษ์, 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 อีกทั้งจะสามารถพูดเชื่อมโยงไปสู่เนื้อหาข่าวได้เป็นอย่างธรรมชาติ

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 (ภัทธีรา สารากร บริรักษ์, 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 ก็จะช่วยให้สิ่งที่น่าเบื่อกลายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ผู้ชมเข้าใจในสิ่งที่ต้องการจะสื่อได้ดียิ่งขึ้น

4.1.6 ตอบสนองด้านอารมณ์และความรู้สึกของผู้ชม (audience needs satisfaction) การชมรายการโทรทัศน์เป็นวิถีทางอย่างหนึ่งของคนในสังคมในการแสวงหาความพักผ่อนหย่อนใจ การผ่อนคลายความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน ผู้ชมต้องการความรู้สึกตื่นเต้น ความรู้สึกเร้าใจ ความรู้สึกสงสารเห็นใจ ความรู้สึกอึดอัดท้อแท้ เพื่อนำมาใช้ในการผ่อนคลายตนเอง หรือกระตุ้นเร้าให้มีพลังต่อสู้ชีวิตต่อไป

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

4.1.8 พัฒนาทักษะการรับรู้ของผู้ชมรายการ (audience perception) การได้รับชมรายการที่มีการสร้างสรรค์ที่ดี ช่วยเสริมสร้างสติปัญญา พัฒนาความรู้ให้แก่ผู้ชมรายการ ทำให้ผู้ชมได้มีโอกาสติดตามเรื่องที่นำเสนอ เกิดความรู้สึกประทับใจ เกิดความรู้สึกสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม และเกิดความคิดใหม่จากเรื่องที่รับชม

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

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

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เป็นงานที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการสร้างความสนใจในรายการ สร้างแรงจูงใจในการชมรายการ สร้างคุณค่าให้แก่รายการ สร้างความสำเร็จทางการตลาดให้แก่รายการ และตอบสนองความต้องการของผู้ชม นอกจากนี้การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ยังเป็นพลังขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้เจริญก้าวหน้า ช่วยพัฒนาวงการโทรทัศน์ไปสู่มาตรฐานที่ดี และส่งเสริมการพัฒนาความรู้ให้แก่ผู้ชม

4.2 ยุทธวิธีในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์

ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน (2558: 46) กล่าวถึง ยุทธวิธีในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ไว้ดังนี้

4.2.1 ความแตกต่าง รายการโทรทัศน์ที่จะประสบความสำเร็จควรมีความแตกต่าง คือแตกต่างจากรายการอื่น แตกต่างจากสถานีอื่น แตกต่างจากคู่แข่ง และแตกต่างในความรู้สึกของผู้ชม

4.2.2 ความสอดคล้องกับอารมณ์และสังคม ในแต่ละเดือน แต่ละปี อารมณ์สังคมเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก บางช่วงคนเราต้องการการแข่งขัน ต้องการความบันเทิง เพื่อคลายความเครียด หรือต้องการบรรยากาศเฉลิมฉลอง ดังนั้นการคิดทำรายการจึงต้องคิดให้สอดคล้องกับอารมณ์ของสังคม

4.2.3 การสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจอย่างมาก นักสร้างสรรค์จะต้องคิดเสมอว่าในวันนี้นายรายการมีสิ่งดึงดูดความสนใจอย่างมากหรือยัง 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 ติดตามความเคลื่อนไหวของสังคม เชื่อมประสานกลุ่มคนที่กระจัดกระจายกันในหลายพื้นที่ ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม หรือให้ความบันเทิงแก่มวลชน แต่ทว่าโครงสร้างสังคม อันได้แก่ ปัจจัยภายนอกอย่าง เศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี รวมไปถึงปัจจัยภายในของกระบวนการสื่อสารเอง ต่างมีผลกระทบต่องานของสื่อเหล่านี้ (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557: 49-70)

5.1 ปัจจัยภายในองค์ประกอบการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์

5.1.1 ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร

ด้วยเหตุที่คุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ไม่สามารถผลิขึ้นได้ด้วยบุคคลเพียงคนเดียว 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) เป็นความคาดหวังเรื่องรายรับและผลกำไรสูงสุดขององค์กรหรือสถานีหรือบริษัทผู้ผลิตรายการ

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 ด้านภาพมาสร้างอารมณ์ของชมเอาไว้ 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 หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้เทคนิคพิเศษด้านภาพ (special visual effects) ดูสมจริงมากขึ้น

5.2.1.2 ผลกระทบด้านมิติการแพร่กระจาย (distribution) โดยเมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้าขึ้น รัศมีการครอบคลุม (coverage) ของคลื่นโทรทัศน์ก็ข้ามเวลาและพื้นที่ไปได้ไกลกว่าเดิม

5.2.1.3 ผลกระทบต่อมิติการบริโภคสื่อ (consumption) โดยความเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีมีผลทางตรงต่อลักษณะการรับสารของผู้ชม ทั้งการขยายประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับผู้ชม การโยกกิจกรรมข้ามเวลา 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 ซึ่งเบื้องหลังของการสร้างสัญลักษณ์จะมีการอุปมาอุปไมยหรือโครงสร้างแห่งความรู้สึกบางอย่างกำหนดเอาไว้เสมอ

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชวภณ คารมภ์ และพัชนี เชยจรรยา (2558) ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันของรายการเกมโชว์โซ่ซึ่งเกี่ยวกับการตอบสนองของผู้ชม พบว่า การทำรายการโทรทัศน์ประเภทตอบสนองสามารถกระตุ้นผู้ชมให้เกิดความกระตือรือร้น (active) หรือตอบสนอง (interactive) โดยผู้ผลิตมีการเลือกสถานที่และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศ มีแนวคิดในการผลิตรายการที่น่าสนใจ เน้นการมีส่วนร่วม ทั้งนี้ยังทำให้เกิดแรงจูงใจทำให้ผู้ร่วมแข่งขันสนใจและตัดสินใจเข้าร่วมสนุกและเลือกที่จะเปิดรับชมรายการ เรียกได้ว่าเป็นการดึงดูดผู้ชมให้มามีส่วนร่วมกับการรายการเกมโชว์ นอกจากนี้ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการผลิตรายการในรูปแบบรายการตอบสนองโดยใช้สื่อรูปแบบใหม่ที่ได้รับ ความสนใจอย่างมาก โดยผู้ผลิตรายการมุ่งเน้นที่ใช้สื่อใหม่หรือเทคโนโลยีในการผลิตรายการ ทั้งนี้ช่วงเวลาในการออกอากาศถือเป็นอีกส่วนสำคัญในการดึงดูดผู้ชม โดยทางสถานีได้จัดช่วงเวลาออกอากาศอย่างเหมาะสม คือ 21.30-22.00 น. ด้านเนื้อหาของรายการไม่ได้มุ่งเน้นเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังสอดแทรกความรู้ให้แก่ผู้ชม ดังนั้นการสร้างสรรครูปแบบรายการให้เป็นที่น่าสนใจจะช่วยเพิ่มยอดจำนวนของกลุ่มผู้ชมมากยิ่งขึ้น ทางผู้ผลิตรายการเชื่อมั่นว่าการพัฒนารายการแบบใช้สื่อใหม่ผ่านแอปพลิเคชันจะเป็นอีกทางเลือกใหม่ในยุคปัจจุบันให้แก่ผู้ชมรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์

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

การอธิบายข้อมูลให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพราะรายการพยากรณ์อากาศมักใช้คำศัพท์เฉพาะทางเป็นส่วนใหญ่ สำหรับรูปแบบการนำเสนอรายการอุณหภูมิโลก ด้วยเทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 รูปแบบ คือ 1) ภาพอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก แสดงแผนที่ 3 มิติ แยกตามภาคต่างๆ 2) ภาพอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก ที่มีลักษณะเป็นสัญลักษณ์ (Icon) ใช้แทนสภาพอากาศในแบบต่างๆ 3) ภาพอิมเมอร์ซีฟ กราฟิกที่มีลักษณะเป็นตัวหนังสือ (Text) บอกข้อมูลเพิ่มเติม เช่น อุณหภูมิ ความรู้ของคลื่น ร้อยละของโอกาสเกิดฝนตก 4) ภาพอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก แบบ Trio Alpha ที่แสดงข้อมูลและสัญลักษณ์ (Icon) สภาพอากาศรายภาคต่างๆ และ 5) ภาพอิมเมอร์ซีฟ กราฟิก แบบ Full Frame Graphic ที่แสดงข้อมูลอุณหภูมิโดยละเอียด

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 แอกรับเชิญ/แหล่งข่าว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ดังนี้ เพศ มีผลต่อประเภทรายการข่าวที่ชม และเหตุผลที่ชมรายการข่าว อายุมีผลต่อประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม ช่วงเวลาที่ชมและความถี่ในการชม ระดับการศึกษา มีผลต่อประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม และผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม ภูมิฐานะ 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 เพราะมีกระบวนการในการสร้างสรรค์เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟที่ซับซ้อนหลากหลายขั้นตอน และใช้ระยะเวลานานในการจัดทำ โดยกระบวนการสร้างสรรค์เทคโนโลยีอิมเมอร์ซีฟ เพื่อประกอบการรายงานข่าว แบ่งได้เป็น 6 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนการคัดเลือกประเด็นข่าว 2) ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล 3) ขั้นตอนการสร้างภาพกราฟิก 4) ขั้นตอนการเตรียมระบบ 5) ขั้นตอนการอัดเทปรายการ และ 6) ขั้นตอนการออกอากาศ

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

นลินี กองรอด (2552) ศึกษาเรื่อง เกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกาศข่าวประจำสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก พบว่า ผู้ประกาศข่าวที่เหมาะสมกับสถานีในด้านธุรกิจ แบ่งได้เป็นเรื่องของความสามารถ และบุคลิกลักษณะของผู้ประกาศข่าว สำหรับด้านมาตรฐานของผู้ประกาศข่าวนั้น แบ่งออกเป็นคุณสมบัติพื้นฐานด้านอายุ-สัญชาติ และทักษะการใช้ภาษาไทย เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis แล้วนำไปวิเคราะห์ควบคู่กับ SWOT ของสถานีฯ แล้วจะสามารถสร้างมาตรฐานในการใช้เป็นเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกาศข่าวที่เหมาะสมกับสถานีนี้ได้ 8 หัวข้อ คือ 1) ผู้ประกาศข่าวต้องมีความรู้ระดับปริญญาตรีขึ้นไป สาขาสื่อสารมวลชนหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อความเป็นมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือ และความคล่องตัวของสถานีฯ และต่อ

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

ศิวนาถ 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) ใช้รูปแบบรายการนิสารข่าว โดยเน้นที่การวิเคราะห์ข่าวมากที่สุด ภาพรวมของรายการเป็นทางการและมีบุคลิกของนักวิเคราะห์หรือ ผู้ทรงภูมินำเสนอเฉพาะข่าวหลัก สร้างความน่าเชื่อถือจากผู้วิเคราะห์ข่าวและพิธีกร 3) ตระกูลย่อยรายการข่าวแนวโชว์ข่าว (news show sub-genre) เป็นตระกูลย่อยใหม่ใช้รหัสสร้างความหมายด้านสีสันความสบายและความเพลิดเพลินเป็นหลัก ใช้รูปแบบการสนทนาข่าวพร้อมกับบรรยากาศสบาย 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 แสดงความคิดเห็นผ่านรายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารหรือสถานการณ์ที่ต่างๆ รวดเร็วขึ้น และมีส่วนทำให้การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่างๆ 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 เพื่อวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความแตกต่างจากรายการอื่น เพื่อให้ผู้ชมเกิดความจงรักภักดีต่อรายการ สำหรับประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 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 ภาพ คือ ภาพเปิดตัว ภาพจากดาวเทียม ภาพแสดงสภาพอากาศวันพรุ่งนี้ ภาพแสดงสภาพอากาศของ กทม. ภาพอุณหภูมิสูงสุด-ต่ำสุดของแต่ละภูมิภาค ภาพแสดงสภาพภูมิอากาศในทวีปยุโรป ภาพแสดงสภาพอากาศในทวีปอเมริกา ภาพแสดงสภาพภูมิอากาศในทวีปเอเชีย และภาพแสดงสภาพอากาศในแปซิฟิกตอนใต้ 4) ด้านการทำโครมาคีย์ ที่จะได้เห็นภาพของผู้ประกาศไปพร้อมๆ กับการรายงานสภาพอากาศ ซึ่งแตกต่างจากช่องอื่นที่เป็นภาพกราฟิกธรรมดา 5) วิธีการนำเสนอ จะแตกต่างจากช่องอื่นตรงที่มีลูกเล่นต่างๆ ที่ช่วยสร้างสีสันและผ่อนคลายความตึงเครียดให้กับผู้ชมด้วยการปิดท้ายรายการด้วยภาพตลกและภาพน่ารักๆ และ 6) ผู้สื่อข่าว จะต้องมีความรับผิดชอบสูง อดทน กระตือรือร้น และมีการเตรียมความพร้อมทั้งในด้านประสบการณ์ ความชำนาญ การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม โดยเฉพาะด้านภูมิศาสตร์ เพราะจะเป็นประโยชน์ในการเขียนข่าวและทำข่าว 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 ทำให้ช่วยเสริมความสำคัญของเนื้อหาและสร้างความรู้สึกร่วมกันของผู้ชมไปกับภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นได้

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