

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

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

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

ปัจจุบันข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยได้มีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อตอบสนองความนิยมของผู้ชม มีดังนี้

1.1.1 รูปแบบข่าวอ่าน เป็นการนำเสนอด้วยการให้ผู้ประกาศอ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ ทั้งข่าวอ่านธรรมดาที่ผู้ประกาศอ่านข่าวหน้ากล้องของสถานี และอ่านข่าวประกอบภาพข่าวหรือภาพกราฟิกที่ผู้ประกาศจะอ่านข่าวหน้ากล้องพร้อมอธิบายภาพกราฟิกหรืออยู่หลังกล้อง โดยเรียงลำดับประเด็นข่าวตามที่คุณควบคุมการผลิตและผู้ประกาศร่วมกันกำหนดหรือที่อยู่ในความสนใจของผู้ชมจากมากไปหาน้อย สำหรับข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยที่มีรูปแบบข่าวอ่าน ได้แก่

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

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

สำหรับทิศทางการพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยในอนาคตนั้น ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาหลากหลายด้าน ดังนี้

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

1.2 กลยุทธ์การสร้างสรรคข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

1.2.1 ด้านเนื้อหา

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

1.2.2 ด้านผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ

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

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

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

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

จุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของผู้ประกาศ ประกอบด้วย

- 1) ผู้ประกาศต้องมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ
- 2) การแต่งกายของผู้ประกาศจะมีความแตกต่างกัน ตามนโยบายของสถานี โดยจะมีทั้งที่สอดคล้องกับเนื้อหาและตรงข้ามกับเนื้อหา
- 3) ลีลาท่าทางในการนำเสนอของผู้ประกาศ ควรมีเอกลักษณ์ โดดเด่น และเป็นตัวตนของผู้ประกาศเอง เพราะจะทำให้การนำเสนอเป็นธรรมชาติ

4) ผู้ประกาศมีหน้าที่ความรับผิดชอบ ทั้งในด้านการอ่านข่าว นำเสนอข่าว มีส่วนร่วมในการเขียนข่าว และกำหนดประเด็นข่าว โดยบางสถานีผู้ประกาศข่าวจะทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมการผลิตด้วย คือ ทวี 360 อองศา สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีอากาศ NBT สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และข่าวพยากรณ์อากาศ ThaiPBS สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

5) ผู้ประกาศต้องมีการเตรียมความพร้อม ทั้งด้านเนื้อหาที่จะต้องเตรียมพื้นฐานความรู้ความเข้าใจ และเข้ารับการอบรมจากกรมอุตุนิยมวิทยา ด้านวิธีประกาศหรือการนำเสนอ ต้องนำเสนอให้มีความน่าเชื่อถือ อ่านและจดจำบทให้แม่นยำ ภาษาที่ใช้เหมาะสม เข้าใจง่าย มีความชัดเจนในการออกเสียง และมีทักษะในการนำเสนอภาพกราฟิก

1.2.3 ด้านวิธีการนำเสนอ

สถานที่ถ่ายทำมีทั้งการถ่ายทำในสตูดิโอระบบปิด โดยใช้ฉากเสมือนหรือเวอร์ชวลสตูดิโอ (Virtual Studio) เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม และการถ่ายทำนอกสถานที่เพื่อให้ได้ใกล้ชิดกับผู้ชมมากยิ่งขึ้น

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

เสียงประกอบข่าวมีการนำมาใช้เพื่อเพิ่มรรถรสและสร้างจินตนาการให้กับผู้ชมได้ว่าเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นที่ใด ได้แก่ เสียงพูดและเสียงบรรยายของผู้ประกาศ เสียงดนตรีและเสียงเพลง เสียงบรรยากาศ และเสียงประกอบ

1.2.4 ด้านสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม

กลวิธีสร้างความรู้สึกร่วมของการมีส่วนร่วมของผู้ชมในข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทยมี 3 ลักษณะ คือ

1) การเปิดโอกาสให้ผู้ชมส่งภาพถ่ายหรือคลิปรายงานสภาพอากาศเข้ามาเผยแพร่ในรายการ

2) การจัดกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยการให้ผู้ชมสมัครเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งการปลูกป่า สร้างฝาย หรือเก็บขยะ

3) เปิดโอกาสให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นพร้อมทั้งสอบถามข้อมูลด้านสภาพอากาศในสื่อออนไลน์

2 การอภิปรายผลการวิจัย

2.1 รูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

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

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

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

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณารูปแบบการนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย มี 2 ประเด็นหลัก คือ

1) โจทย์หรือเงื่อนไขที่ได้รับจากทางสถานีโทรทัศน์ เนื่องจากสถานีโทรทัศน์จะมีวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งมีผลกระทบและเป็นเงื่อนไขสำคัญในการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย และทิศทางการดำเนินงาน ทั้งในด้านของเป้าหมาย เชิงกำไร การดึงยอดผู้ชมสูงสุดหรือการจัดการเรตติ้งผู้ชมให้สูงกว่าสถานีอื่น และการสนองต่อผลประโยชน์สาธารณะ

2) รสนิยมความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้ชมเป็นองค์ประกอบสำคัญในฐานะเป็นจุดมุ่งหมายปลายทางที่สารซึ่งถูกผลิตออกมาจะเดินทางไปถึง และด้วยลักษณะที่แตกต่างกันของผู้รับสาร จึงมีผลต่อการกำหนดการทำงานและรูปแบบของสื่อโทรทัศน์ด้วย

สอดคล้องกับงานวิจัยของสุนทร สกลวิสูตร (2553) ที่พบว่า ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน โดยเพศและอายุ มีผลต่อประเภทรายการข่าวและเหตุผลที่ชมรายการข่าว

2.2 กลยุทธ์การสร้างสรรคข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

กลยุทธ์การสร้างสรรคข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย มี 4 กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ

1.2.1 กลยุทธ์ด้านเนื้อหา

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

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

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

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

1.2.2 กลยุทธ์ด้านผู้ประกาศ

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

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

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

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

1.2.3 กลยุทธ์ด้านวิธีการนำเสนอ

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

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

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

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

1.2.4 กลยุทธ์ด้านสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม

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

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

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

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ภาพกราฟิกเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ผู้ผลิตข่าวพยากรณ์อากาศเลือกนำมาใช้ในการสร้างสรรค์รูปแบบรายการให้มีความน่าสนใจ แปลกใหม่ เข้าใจง่าย และน่าติดตามมากขึ้น แต่ยังไม่มีการศึกษาหรือพิจารณาการเลือกข้อมูลที่จะนำเสนอว่ามีความสำคัญในการนำกราฟิกมาใช้มากน้อยเพียงใด หรือเกินกว่าที่จะใช้ภาพสื่อความหมายได้หรือไม่ หากใช้ควรเลือกใช้กราฟิกประเภทใดจึงจะเหมาะสม และสอดคล้องกับธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป จึงควรศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในส่วนของการทำหน้าที่ของกราฟิกของข่าวพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ไทย

2) การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อทราบกลยุทธ์การสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศของแต่ละสถานีโทรทัศน์ในส่วนของผู้ส่งสาร ซึ่งก็คือผู้ควบคุมการผลิต และผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศทางทางโทรทัศน์ไทยแต่เพียงด้านเดียว ดังนั้นจึงไม่อาจทราบได้ว่ากลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารได้พยายามคิด และนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศนั้นเกิดผลสัมฤทธิ์มากน้อยเพียงใด สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป จึงควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณหรือข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อประเมินผลข่าวพยากรณ์อากาศในส่วนของผู้รับสาร เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรค์ข่าวพยากรณ์อากาศหรือปรับปรุงข่าวพยากรณ์อากาศให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุดต่อไป