

วิทยานิพนธ์เรื่อง	รูปแบบรายการพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล
คำสำคัญ	พยากรณ์อากาศ สื่อโทรทัศน์ ยุคดิจิทัล เจเนอเรชันวาย
นักศึกษา	ยศภัก เวชสุวรรณค์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. วิไลภรณ์ จิรวัดมนเศรษฐ์
หลักสูตร	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “รูปแบบรายการพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล” มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวพยากรณ์อากาศของผู้บริโภคข่าวสารที่อยู่ในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในยุคดิจิทัล 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์ของผู้บริโภคข่าวสารเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในยุคดิจิทัล 3. เพื่อศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารและเทคโนโลยีในการนำเสนอข่าวทางสื่อต่างๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความนิยมของผู้บริโภคข่าวพยากรณ์อากาศที่อยู่ในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในยุคดิจิทัล 4. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวของรายการข่าวพยากรณ์อากาศของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล โดยสำรวจจากกลุ่มเป้าหมาย คือ เจเนอเรชันวาย (Generation Y) จำนวน 400 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำรายการข่าวพยากรณ์อากาศ 12 คน

ผลการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 17 - 36 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี และส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน นักศึกษาอยู่ ทั้งนี้ พบว่าอายุและอาชีพที่ต่างกันมีผลในด้านความถี่ในการรับชมรายการพยากรณ์อากาศทางโทรทัศน์ที่ต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 17 - 21 ปี มีความถี่ในการรับชมรายงานข่าวพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการรับชมรายงานข่าวพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าผู้บริโภคข่าวพยากรณ์อากาศที่มีอาชีพอื่น โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคง

รับชมรายการข่าวพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์ เพราะต้องการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศรายวัน รูปแบบรายการสื่อโทรทัศน์ยังมีความน่าสนใจ และผลการพยากรณ์อากาศแม่นยำ แต่อย่างไรก็ตาม ก็มีการรับชมผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูบ และไลน์ เพราะสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานของงานวิจัย

ทั้งนี้ แนวทางการปรับตัวของรายการพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ในความคิดเห็นของผู้บริโภคข่าวสารที่อยู่ในเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ประกอบด้วย เนื้อหาข่าวและคุณภาพข่าว ควรทันต่อเหตุการณ์ มีความน่าสนใจ กระชับ ชัดเจน ถูกต้อง แม่นยำ และหลากหลาย ทั้งยังควรอยู่ในรูปแบบที่สามารถขยายไปยังดิจิทัลแพลตฟอร์มอื่นๆ หรือนำเสนอข่าวพยากรณ์อากาศผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) อื่นๆ ไปพร้อมกับการออกอากาศสด และควรมีรายการย้อนหลังจัดเรียงลำดับวันที่ก่อนหลังในเว็บไซต์ของทางสถานีโทรทัศน์ให้เป็นสัดส่วน เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลือกกลับมารับชมได้ตลอดเวลาที่ต้องการ ด้านผลจากการสัมภาษณ์พบว่า พฤติกรรมการบริโภคข้อมูลข่าวสารของเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต คือ ผู้บริโภคส่วนมากรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์เพราะมีความหลากหลายของรูปแบบของสื่อ ทำให้ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคลได้ รวมถึงไม่มีข้อจำกัดในด้านสถานที่และเวลา

ทั้งนี้ แนวทางการปรับปรุงรายการพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ควรปรับปรุงทั้งด้าน 1. เนื้อหาข่าวพยากรณ์อากาศ ซึ่งควรให้ความสำคัญกับความถูกต้องแม่นยำในระดับขั้นสูงสุด อันจะมีผลต่อความน่าเชื่อถือของรายการ 2. ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศจะต้องสื่อสารได้ถูกต้องตามอักขระวิธีภาษาไทย มีบุคลิกภาพดี มีลีลาการนำเสนอที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ มีน้ำเสียงที่น่าฟัง เป็นกันเอง และมีความรู้เข้าใจสภาพอากาศในเชิงลึก และ 3. ด้านการนำเสนอ ควรพัฒนาคอมพิวเตอร์กราฟิกประกอบการนำเสนอข่าวให้ดียิ่งขึ้น สวยงาม สามารถสื่อความหมายได้ครบถ้วน และช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคข่าวในเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) กลับมาสนใจ และติดตามรับชมรายการพยากรณ์อากาศ นอกจากนี้ ยังต้องเพิ่มช่องทางการนำเสนอข่าวโดยสร้างและส่งผ่านข้อมูลข่าวสารในหลายแพลตฟอร์ม (Platform) เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคข่าวพยากรณ์อากาศที่อยู่ในเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในยุคดิจิทัล

การปรับตัวของรายการพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องนำเทคโนโลยีทันสมัยมาผนวกเข้ากับกระบวนการการผลิตรายการ และออกอากาศเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบรายการ

พยากรณ์อากาศในสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัลซึ่งผู้วิจัยเรียกว่า “ส่วนผสม 9P's” ประกอบด้วย 1P: Project (โครงการ) 2P: Purposes (วัตถุประสงค์) 3P: People (กลุ่มเป้าหมาย) 4P: Program (รายการ) 5P: Place (ช่วงเวลาและช่องทางการเผยแพร่) 6P: Public Relations (การประชาสัมพันธ์) 7P: Party (หน่วยงานดำเนินการ) 8P: Personnel (บุคลากร) 9P: Presenter (ผู้นำเสนอเนื้อหาสาระ)