

รูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย

นนท์ธวัช ไชยวัง

การศึกษารายงานบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2560

Headlines Formats in Thai Newspaper Website

Nontawat Chaiwung

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master Communication Arts

Department of Communication Arts

Faculty of Communication Arts, Dhurakijpundit University

2017



ใบรับรองการศึกษารายบุคคล
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปริญญาโทสาขานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อเรื่อง รูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย

เสนอโดย นายนนท์รัช ไชยวัง

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ กลุ่มวิชาการสื่อสารการตลาดและตราสินค้า
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษารายบุคคล ดร.ชนัญสราร อรนพ ณ อยุธยา
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบการศึกษารายบุคคลแล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ดร.มนต์ ขอเจริญ)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.ชนัญสราร อรนพ ณ อยุธยา)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนรัตน์ ลิ้ม)

คณะนิเทศศาสตร์รับรองแล้ว


.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(อาจารย์ กอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช)

วันที่ 21 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2560

หัวข้อการศึกษารายบุคคล	รูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย
ชื่อผู้เขียน	นนท์รัช ไชยวัง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ชนัญศรา อรณพ ฌ อยุรยา
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การศึกษานงานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยใช้เครื่องมือคือแบบบันทึกการรหัส (Coding Sheet) ซึ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ใช้การสุ่มแบบอย่างมีระบบ (Systematic sampling) โดยสุ่มวันเว้นวัน ของเดือนเมษายน 2560 จำนวนทั้งสิ้น 150 ข่าว แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวมากที่สุด คือ การพาดหัวข่าวแบบการใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ การพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก การพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว การพาดหัวข่าวโดยระบุ(ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด) การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพต่างๆ การพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ การพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล ตามลำดับ

ส่วนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวที่มากที่สุดคือการพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์ความรู้สึก การพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/คำย่อ/ ของชื่อเฉพาะ ยศ ตำแหน่ง การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น สมญานามแหล่งข่าว การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน การพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล ตามลำดับ

ทั้งนี้พบว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวที่ทั้ง 2 เว็บไซต์ใช้น้อย คือการพาดหัวข่าวที่ใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน การพาดหัวข่าวแบบใช้คำสแลง และการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา (Misleading)

Independent Study Title	Headlines in Thai Newspaper Website's Format
Author	Nontawat Chaiwung
Advisor	Dr.Chanansara Oranop Na Ayutthaya
Department	Communication Arts
Academic Years	2017

ABSTRACT

The study of Headlines in Thai Newspaper Website's Format aim to study headlines patterns that appeal to newspaper websites' readers and to study the difference between general newspaper websites and business newspapers websites' headlines in qualitative research method. The study was conducted by using content analysis method on Thairath newspaper website and Prachachat newspaper website and using systematic sampling method by randomize 150 news pieces from those two newspaper websites every other day on April 2017, coding it and analyzing the data.

The study found that Thairath newspaper website mostly use the headlines with arousing sign to call attention following headlines with emotional words, headlines with celebrities' names/firstname-nickname and alias and headlines with 'Watching clip' 'See photo' and 'See photo gallery' words on it.

For Prachachat newspaper website, they also use the headlines with sign to call attention mostly. But for another headlines, they respectively use headlines with transliterated language, headlines with rank acronym and headlines with emotional words.

As a result of study, the least headlines that 2 of newspaper websites use are headlines with adverb and slangs and headlines that not related to articles (Misleading).

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษารายบุคคล ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาจาก ดร.ชนัญสร อรณพ ฌ อยุธา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่คอยให้ความช่วยเหลือตลอดมา ตั้งแต่การเริ่มคิดหัวข้อวิจัยจนถึงช่วยแนะนำและแก้ไขเล่มจนเสร็จสมบูรณ์ คอยให้คำปรึกษาในทุกขั้นตอนการทำวิจัย ตลอดจนให้กำลังใจยามที่ท้อแท้ และชี้แนะแนวทางอันจะเป็นประโยชน์ให้ งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณท่าน ดร.มนต์ ขอเจริญ ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่คอยแนะนำให้คำปรึกษาหัวข้อข้อคนแรก ก่อนที่จะไปถึงอาจารย์ที่ปรึกษา อีกทั้งยังคอยชี้แนะแนวทางการแก้ไขข้อบกพร่องให้ถูกต้อง และ ยังให้กำลังใจมาโดยตลอด

ขอกราบขอบพระคุณ ดร. ทันทกานต์ ดวงรัตน์ รองอธิการบดีสายงานสื่อสารแบรนด์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่เมตตาให้ทุนการศึกษากับสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ จนทำให้กระผม ได้รับทุนการศึกษาเพื่อเรียนต่อในระดับปริญญาโท สาขาการสื่อสารการตลาดและตราสินค้า ขอขอบพระคุณสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ ที่ให้ทุนการศึกษาแก่เด็กต่างจังหวัดคนหนึ่งที่มีความ ใฝ่ฝันอยากเรียนต่อในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ขอกราบขอบพระคุณนายสมัชชา นิลปัทม์ อาจารย์ คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ได้สละเวลาตรวจสอบ เครื่องมืองานวิจัยให้ นอกจากนี้ต้องขอขอบพระคุณเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ที่เป็นแหล่งข้อมูลให้ได้ทำการวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณพี่รัตน จินกลาง หัวหน้า ข่าวเศรษฐกิจภูมิภาค หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ที่ให้คำปรึกษาที่ดีมาโดยตลอด ขอขอบคุณพี่ๆ นักข่าว และเพื่อนสมัยมัธยมที่ให้กำลังใจในยามที่ผมท้อแท้ ขอขอบคุณดร.อลงกต ผันกา ที่ช่วยให้ คำแนะนำในการจัดทำรูปเล่มสารนิพนธ์ และขอบคุณนายวัชร อินสา บรรณารักษ์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ที่ช่วยเหลือในการค้นหาดารวิชาการ นอกจากนี้ต้องขอบคุณครอบครัวที่ให้กำลังใจ และเป็นที่พักพิงที่ดีมาตลอด ขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน สุดท้ายต้องขอบคุณตัวเองที่อดทน อด กลั้นมาจนถึงวินาทีสุดท้ายแห่งความสำเร็จนี้ และหวังว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อวงการ สื่อมวลชนในประเทศไทยไม่มากนัก

นนท์วัช ไชยวัง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ซ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	11
1.3 ปัญหานำวิจัย.....	11
1.4 ขอบเขตของศึกษา.....	11
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
1.6 นิยามศัพท์.....	12
1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	13
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่.....	14
2.2 แนวคิดการเขียนข่าวออนไลน์.....	19
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพาดหัวข่าว (Headline) และคลิกเบต.....	21
2.4 แนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์.....	32
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจข่าว.....	39
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	45
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	45
3.2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	46
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิจัย.....	52
4.1 ผลการศึกษา.....	54
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	95
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	95
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	99
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	110
บรรณานุกรม.....	110
ประวัติผู้วิจัย.....	115

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบสื่อดั้งเดิม.....	31
2.2 รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบต.....	32
3.1 ลักษณะรูปแบบการพาดหัวข่าวทั้ง 18 รูปแบบ.....	47
4.1 ตารางแสดงรูปแบบการพาดหัวข่าวทั้ง 18 รูปแบบ.....	52
4.2 ตารางสรุปจำนวนของการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ.....	59
4.3 ตารางสรุปจำนวนประเภทการพาดหัวข่าวและตัวอย่างการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ.....	61
4.4 ตารางสรุปจำนวนของการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ.....	79
4.5 ตารางสรุปจำนวนประเภทการพาดหัวข่าวและตัวอย่างการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ.....	82
4.6 ตารางสรุปจำนวนของการพาดหัวข่าว.....	92
4.7 ตารางสรุปประเภทข่าว.....	94
5.1 ตารางสรุปลำดับรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้มากที่สุดลำดับแรก.....	96
5.2 รูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้น้อยหรือไม่ใช้ในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์.....	97

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ตัวอย่างข่าวการปิดตัวของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของหนังสือพิมพ์บ้านเมือง.....	3
1.2 ตัวอย่างข่าวการปิดตัวของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของนิตยสารพลอยเกมเพชร.....	4
1.3 ตัวอย่างข่าวการปรับตัวขององค์กรสื่อสิ่งพิมพ์โดยการลดบุคลากรลง.....	5
1.4 ตัวอย่างการวิพากษ์วิจารณ์การใช้กลยุทธ์ Clickbait บนเว็บไซต์พันทิป.....	8
1.5 ตัวอย่างการวิพากษ์วิจารณ์การใช้กลยุทธ์ Clickbait บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก.....	8
1.6 ตัวอย่างการวิพากษ์วิจารณ์การใช้กลยุทธ์ Clickbait บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก.....	9
2.1 เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ในยุคเริ่มต้น.....	34
3.1 ตัวอย่างตารางแบบบันทึกลงรหัสของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ.....	47
3.2 ตัวอย่างตารางแบบบันทึกลงรหัสของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ.....	47
5.1 ตัวอย่างการใช้คำสแลงในการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์.....	104
5.2 ตัวอย่างการใช้สัญลักษณ์/วลี/สำนวนในการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์.....	105

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

บทบาทของสื่อใหม่ (New Media) ในยุคปัจจุบันเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตอย่างมากเพราะเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคนี้เติบโตอย่างรวดเร็วส่งผลให้ผู้คนก็ต้องปรับตัวตามเทคโนโลยีการสื่อสารโดยเฉพาะเรื่องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผู้รับสารหันมารับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อใหม่มากขึ้นเพราะสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกรวดเร็วในทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ตเข้าถึง หรือแม้กระทั่งการใช้สื่อใหม่ผ่านโทรศัพท์มือถือ ระบบสมาร์ตโฟน แอนดรอยด์ และแท็บเล็ต ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย และแนวโน้มในอนาคตผู้รับสารกลุ่มคนรุ่นใหม่จะหันมาใช้สื่อใหม่ในการรับข้อมูลข่าวสารมากขึ้นตามการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีที่เติบโตและพัฒนาไปอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล สื่อใหม่ถูกพัฒนามาใช้งานทั้งในองค์กรสื่อมวลชน และองค์กรธุรกิจทั่วไปเห็นได้จากปัจจุบันทุกองค์กรจะมีทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ไว้เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับคนทั่วไปและลูกค้า ข้อดีของสื่อใหม่ คือเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ให้ทั้งข้อมูล ภาพ เสียง สามารถตอบโต้กันได้ มีความรวดเร็วและพัฒนาไปเรื่อย ๆ จึงทำให้ได้รับความนิยม

ข้อมูลจากบริษัททีเอ็นเอส (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทวิจัยการตลาดชั้นนำ เผยผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยกว่า 3.1 ชั่วโมงต่อวัน โดยใช้เวลาผ่านโทรศัพท์มือถือมากถึง 2.6 ชั่วโมง ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเลือกใช้แพลตฟอร์มบนโทรศัพท์มือถือในรูปแบบที่หลากหลายแพลตฟอร์มออนไลน์ เฟซบุ๊กได้รับความนิยมสูงสุด และแพลตฟอร์มวิดีโอออนไลน์ยูทูบ (Youtube) ได้รับความนิยมรองลงมา

สอดคล้องกับผลวิจัยหัวข้อพฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชนของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่และกลุ่มคนวัยทำงานรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อใหม่ในอัตราที่สูงขึ้น โดยช่องทางที่เข้าไปชมหรืออ่านข่าวมากที่สุดคือ สื่อออนไลน์บ้อยที่สุดคิดเป็น 4.13 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 5) รองลงมาคือโทรทัศน์ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.81 และเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันข่าวคิดเป็น 3.15 คะแนน

ความน่าสนใจพบว่าประชาชนส่วนใหญ่เลือกอ่านข่าวแชร์มาจากคนใกล้ชิด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.53 และสื่อที่เป็นสำนักข่าวอย่างเป็นทางการ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.33 นอกจากนี้

ผลสำเร็จยังพบอีกว่าการรับข่าวสารผ่านทางออนไลน์ของประชาชนส่วนใหญ่เลือกอ่านข่าวผ่านทางโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.35 (จากคะแนนเต็ม 5) ซึ่งบ่งบอกว่าอ่านจากคอมพิวเตอร์ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.21

จากการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ทั้งตัวผู้รับสารเองและองค์กรสื่อมวลชน ทำให้ธุรกิจสื่อมวลชนก็เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เหมือนกันทั่วโลก ประเทศไทยก็เช่นเดียวกันสื่อดั้งเดิมที่เป็นสื่อกระแสหลัก อย่าง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือสื่ออื่น ๆ ที่เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) ที่เคยเฟื่องฟูทำกำไรให้องค์กรอย่างสวยงาม วันนี้เริ่มได้รับความนิยมลดลงเนื่องจากผู้บริโภคข่าวสารกลุ่มคนรุ่นใหม่หันไปรับข่าวสารผ่านสื่อใหม่ในโซเชียลมีเดียมากขึ้น เพราะง่าย สะดวก ตอบโจทย์เครื่องมือสื่อสารที่กลุ่มคนรุ่นใหม่ใช้ อีกทั้งยังเป็นการสื่อสารแบบสองสองทาง (Two-way Communication) ที่สามารถติดต่อกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารทำให้หลายองค์กรสื่อต้องปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงวิธีที่เห็นได้ชัดเจนคือ หันมาเปิดเว็บไซต์ข่าว หรือหาช่องทางป้อนเนื้อหาข่าวผ่านช่องทางสื่อใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้กว้างและรวดเร็ว นอกจากนั้นยังเป็นการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ บางองค์กรโดยเฉพาะองค์กรหนังสือพิมพ์และนิตยสารปรับตัวไม่ทันก็ต้องปิดกิจการลง เช่น ล่าสุดหนังสือพิมพ์บ้านเมืองประกาศปิดกิจการ คงเหลือไว้เฉพาะส่วนที่เป็นข่าวเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ขณะที่ก่อนหน้านี้มีนิตยสารหลายฉบับก็ประกาศปิดตัวลง และบางสำนักข่าวก็ต้องเร่งปรับตัวทั้งเนื้อหาข่าว ปรับโครงสร้างองค์กรให้เล็กลง (ดูได้ตามตัวอย่างต่อไปนี้)



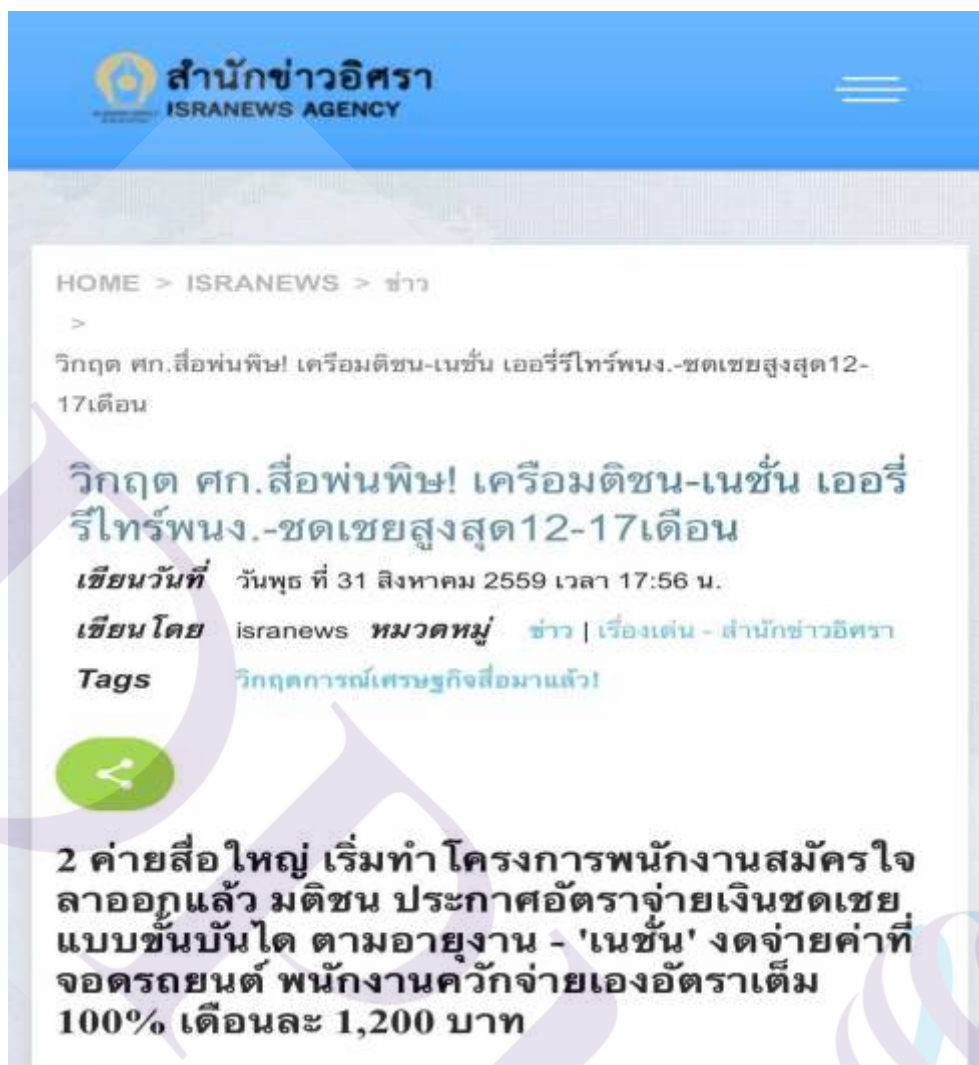
ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างข่าวการปิดตัวของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของหนังสือพิมพ์บ้านเมือง

ที่มา: <https://www.thairath.co.th/content/798282>



ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างข่าวการปิดตัวของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของนิตยสารพลอยเกมเพชร

ที่มา: <https://www.dailynews.co.th/entertainment/526827>



ภาพที่ 1.3 ตัวอย่างข่าวการปรับตัวขององค์กรสื่อสิ่งพิมพ์โดยการลดบุคลากรลง

ที่มา: https://www.isranews.org/isranews-news/49658-news_61724.html

นี่คือข่าวที่เกิดขึ้นกับวงการสารสื่อสารมวลชนไทยในช่วงก่อนหน้านี้ แต่หากมุ่งไปที่กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์บ้านเมือง แม้วก่อนหน้านี้หนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะพยายามปรับตัวตามที่งานวิจัยของ บุญดี พนมภู (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการปรับตัวของคนข่าวในยุคออนไลน์ กรณีศึกษา หนังสือพิมพ์บ้านเมือง พบว่าการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ ในยุคออนไลน์ทั้ง เว็บไซต์ ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ฯลฯ ทำให้ผู้บริโภคสะดวกในการเปิดรับข่าวสารได้หลากหลายช่องทางโดยไม่ต้องรอรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือดูโทรทัศน์ จึงทำให้ได้รับผลกระทบจากการเกิดขึ้นของสื่อออนไลน์ ต้องปรับตัวเพิ่มการนำเสนอข่าวเว็บไซต์ เพราะความ

รวดเร็วของสื่อออนไลน์ส่งผลให้ยอดขายหนังสือพิมพ์บ้านเมืองลดลงจึงได้เน้นเสนอข่าวผ่านเว็บไซต์ www.banmuang.co.th ปัจจุบันสื่อในเครือบ้านเมือง ยังคงเหลือแต่เพียงเว็บไซต์เท่านั้น เป็นอีกช่องทางในการนำเสนอข่าวนอกเหนือจากหนังสือพิมพ์เน้นความรวดเร็ว รูปแบบการนำเสนอ เนื้อหาที่สั้นได้ใจความ ดึงให้อ่านติดตาม เป็นการเพิ่มช่องทางการหารายได้ด้วยการขายโฆษณาการทำงานต้องทำด้วยความรวดเร็ว มองประเด็นข่าวได้อย่างลึกและกว้าง ผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารต่าง ๆ สมัยใหม่เพื่อความสะดวกในการทำงานในกระบวนการทำข่าวในยุคออนไลน์จะต้องมีการปรับตัวให้ทันตามกระแสสังคมปัจจุบัน เปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เพื่อให้รู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง และจะต้องเรียนรู้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์อื่น ๆ รองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา มีความคิดแปลกใหม่เพื่อให้ข่าวมีความแตกต่างจากคู่แข่ง หรือ แยกแยะประเด็นข่าวให้เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคที่สำคัญ นี่คือการปรับตัวครั้งใหญ่ของหนังสือพิมพ์บ้านเมือง สุดท้ายคงเหลือไว้แต่เพียงการเสนอข่าวผ่านเว็บไซต์ข่าวและได้มีการปรับตัว ปรับองค์กร รูปแบบการทำงาน ดังงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นเพื่อให้เข้ากับยุคสมัยที่พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป และไม่เป็นการแบกรับต้นทุนการผลิตที่สูงเกินไปบ้านเมืองจึงมุ่งหน้าเฉพาะการนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์เท่านั้น

ไม่เพียงแต่เฉพาะตัวอย่างข่าวที่ผู้วิจัยได้หยิบยกขึ้นมาเป็นกรณีศึกษา ขณะเดียวกันองค์กรสื่อมวลชนอื่นๆ หลายแห่งก็พยายามปรับตัวทุกรูปแบบหลอมรวมองค์กรเข้าด้วยกันระหว่างสื่อดั้งเดิม กับสื่อใหม่เพื่อให้สนับสนุนธุรกิจให้อยู่รอด ส่วนใหญ่ที่เห็นกันในขณะนี้จะเป็นทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ เป็นต้น โดยมีการปรับปรุงเนื้อหาข่าว รูปแบบกลยุทธ์การนำเสนอข่าวสารในรูปแบบใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป และให้สู้กับคู่แข่งในธุรกิจสื่อได้

การพาดหัวข่าวเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่องค์กรข่าวในยุคปัจจุบันใช้เป็นแม่เหล็กในการดึงดูดผู้บริโภคข่าวสารให้เข้าไปอ่าน โดยเฉพาะรูปแบบการพาดหัวข่าวผ่านสื่อใหม่ปัจจุบันมีการพาดหัวข่าวที่แข่งขันกันสูงเพื่อให้เป็นจุดสนใจให้ผู้รับสารกดเข้าไปอ่านข่าว หรือกดติดตามเป็นแฟนเพจองค์กรใดที่มีผู้อ่านติดตามจำนวนมากย่อมส่งผลดีทำให้โฆษณาทุ่มเม็ดเงินโฆษณาลงสู่องค์กรนั้น กลยุทธ์คลิกเบตหรือการล่อปลามาติดเบ็ดถูกนำมาใช้มากในการพาดหัวข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นการสรรหาคำ สำนวน ภาษา การเปรียบเปรย การใช้ภาพ ใช้คลิป ใช้เครื่องหมายต่างๆ มาเล่นในการพาดหัวข่าวเพื่อให้คนกดเข้าไปอ่านข่าว จะเห็นได้ว่า คำว่า อึ้ง ทึ่ง ตะลึง เลี้ยว ชมคลิป เห็นได้บ่อยมาในการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ และสังเกตว่าการพาดหัวลักษณะนี้จะมีอยู่คนเข้าไปอ่านข่าว ยอดไลค์ ยอดวิว จะมีจำนวนมากกว่าการใช้ภาษาแบบธรรมดาทั่วไป คำว่า คลิปเบต หากเปลี่ยนเป็นไทยจะมีความหมายประมาณว่าการพาดหัวข่าวแบบ

ล่อลวง พาดหัวข่าวให้คนสนใจอยากเข้าไปอ่านข้างในเนื้อหาข่าว โดยที่พาดหัวข่าวไม่ได้บอกอะไร
มาก ไม่เหมือนการพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ที่พาดหัวข่าวแบบบอกชัดเจนว่าเกิดอะไรขึ้นแบบ
สั้นๆ ให้ได้อ่านหัวข้อและเข้าไปอ่านรายละเอียดข้างในอีกที (คลิกเบต...จบข่าวนะ, 2558, น. 6)

นอกจากนี้คลิกเบต ยังเป็นการใช้คำในการพาดหัวเพื่อกระตุ้นให้คนอ่านเกิดอารมณ์
อยากกดแชร์ต่อไปเป็นไวรัล เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างแพร่หลายในโลกออนไลน์ ซึ่งบางครั้ง
อาจไม่มีเนื้อหาสาระหากรเราเผลอกดเข้าไปคลิกดูข่าวเว็บไซต์เหล่านี้จะเป็นการสร้างรายได้เพิ่ม
ให้กับเจ้าของเว็บไซต์นั้นๆตามยอดคลิกที่ตกลงกันไว้กับผู้ซื้อโฆษณาของเว็บไซต์ เมื่อผู้ชมมีการ
กดคลิกดูโฆษณาของผู้ให้การสนับสนุน ทำให้เจ้าของเว็บไซต์มีรายได้สูงขึ้นไปอีก ('จบข่าว'พาด
หัวชวนอึ้ง, 2558, น. 17)

ปรากฏการณ์คลิกเบตไม่เพียงแต่จะเกิดขึ้นในวงการสื่อสารมวลชนที่ต้องปรับกลยุทธ์
การปรับปรุงการพาดหัวข่าวมาใช้กลยุทธ์นี้และเพื่อรองรับการแข่งขันการดึงผู้ชมข่าวที่นับวันจะมี
สูงขึ้น อีกทั้งยังเป็นการดึงเม็ดเงินโฆษณาให้เข้ามา แต่ทว่ามุมมองในแง่ของผู้ประกอบการก็เป็นผลดี
ต่อองค์กรในธุรกิจสื่อสารมวลชน แต่หากมุมมองในแง่จริยบรรณ สื่อก็ถูกตั้งคณมองว่าผิด
จริยบรรณที่บิดเบือนข้อมูลข่าวสารที่บิดเบือน หรือมีความไม่เป็นกลาง ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ
ต่ำลง มีกระแสสังคมในฐานะคนอ่านข่าววิพากษ์วิจารณ์การทำงานขององค์กรสื่อออนไลน์มากมาย
ที่ใช้กลยุทธ์คลิกเบตเกินความเป็นจริง ไม่ว่าจะเป็นการพาดหัวข่าวที่บิดเบือนจากความเป็นจริง การ
ใช้ถ้อยคำไม่สุภาพหยาบคาย การใช้คำที่เป็นภาษาสแลงสมัยใหม่ หรือแม้แต่การพาดหัวข่าวไม่
คำนึงถึงการกระทำต่อจิตใจของญาติ พี่น้องของคนที่ถูกเป็นเหยื่อ จะเห็นได้จากการวิพากษ์วิจารณ์
ได้ดังนี้



ภาพที่ 1.4 ตัวอย่างการวิพากษ์วิจารณ์การใช้กลยุทธ์ Clickbait บนเว็บไซต์พันทิป

ที่มา : <https://pantip.com/topic/33375994>



ภาพที่ 1.5 ตัวอย่างการวิพากษ์วิจารณ์การใช้กลยุทธ์ Clickbait บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ที่มา : <https://www.facebook.com/tvpoolsocial/>



ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างการวิพากษ์วิจารณ์การใช้กลยุทธ์ Clickbait บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ที่มา: <https://www.facebook.com/nationweekend/?fref=ts>

นี่คือปรากฏการณ์คลิกเบตที่เกิดขึ้นในวงการสื่อมวลชนไทยที่กำลังขยายไปในสื่อออนไลน์เป็นวงกว้าง ไม่เพียงเท่านั้นสื่อสิ่งพิมพ์ก็มีการนำกลยุทธ์นี้ไปใช้เพื่อการดึงดูดผู้อ่านบนแผงหนังสือ อย่างที่กล่าวมาเบื้องต้นหากมองในแง่ของการปรับตัวขององค์กรสื่อในยุคที่มีการแข่งขันสูงกลยุทธ์นี้ก็ถือว่าเป็นสิ่งที่ดี แต่หากมองในแง่ผู้บริโภคก็จะมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นสิ่งที่ไม่น่าเชื่อถือ บางสำนักข่าวทำเกินไปบิดเบือนความเป็นจริง แต่งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาไปยังมิติของผู้ประกอบการสื่อที่ปรับตัวเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งมีการใช้คลิกเบตมากขึ้น จึงต้องการศึกษาว่าองค์กรสื่อมีการใช้กลยุทธ์คลิกเบตอย่างไร แล้วใช้คำประเภไหนมากที่สุด เพราะงานวิจัยเรื่องนี้เป็นเรื่องใหม่สำหรับวงการสื่อมวลชนในประเทศไทย

โดยการที่จะทำการวิจัยผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยเก่า ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพาดหัวข่าวบนสื่อดั้งเดิมเพื่อเป็นกรอบแนวทางในการศึกษารูปแบบการพาดหัวบนแพลตฟอร์มสื่อใหม่จะมีความเหมือนและแตกต่างกันหรือไม่ ยกตัวอย่างเช่นงานวิจัยรูปแบบการพาดหัวข่าวในสื่อดั้งเดิมงานวิจัยของ

อรชา เพือกสุวรรณ (2545) พบว่า รูปแบบภาษาในพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันมีลักษณะเฉพาะในการใช้ภาษาในการเขียนพาดหัวข่าวสร้างภาพให้ผู้อ่านคล้อยตามมากกว่าภาษา

เขียนทั่วไปทั้งในด้านสำนวนโวหารรูปแบบการนำคำไปเขียนเรียงความให้ผู้อ่านทราบความหมายภาษาที่ใช้ในการเขียนพาดหัวข่าว จึงใช้คำหรือประโยคที่ทำให้เกิดจินตนาการในการสร้างภาพพจน์ของเนื้อหาข่าว และมักใช้ระดับภาษาไม่เป็นทางการ

ส่วน อรพรรณ มุลจันทร์ (2536) พบว่าการพาดหัวข่าวส่วนใหญ่มีทั้งภาคประโยคประธานภาคแสดง รองลงมาก็คือการพาดหัวข่าวโดยใช้กริยาวิเศษณ์ เป็นคำที่มีน้ำหนัก หรือใช้คำรุนแรง (Strong Word) นอกจากนี้ยังพบว่าหัวข่าวคือส่วนที่ทำให้รูปลักษณ์ของข่าวสมบูรณ์ เป็นจุดเด่นที่ดึงดูดเรียกร้องความสนใจ การพาดหัวข่าวเพื่อให้สะดุดตา ให้สีสัน สร้างอารมณ์ จนเกินไปจะทำให้ผู้อ่านมองว่าเป็นการพาดหัวข่าวเกินความเป็นจริง

จากศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการพาดหัวข่าวข้างต้นที่ได้ศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าวในสื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมจุดดึงดูดสรุปใจความสำคัญได้ว่าการพาดหัวข่าวที่จะดึงดูดให้ผู้อ่านข่าวมาอ่านข่าวคือ การพาดหัวข่าวจะต้องมีความสั้น กระชับ แต่ยังคงใจความสำคัญ เพื่อให้ผู้อ่านมีความสนใจติดตามเนื้อหาต่อไป และการพาดหัวข่าวจะต้องเป็นที่น่าสนใจสะดุดตา (อรพรรณ มุลจันทร์, 2536, บทคัดย่อ)

แต่การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจะเน้นการศึกษาไปยังรูปแบบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไป ที่มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวที่เป็นเหตุการณ์ หรือสถานการณ์ทั่วไป และเว็บไซต์ข่าวของหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ที่มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวในแวดวงธุรกิจ เศรษฐกิจ เป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อต้องการทราบว่าทั้ง2เว็บไซต์มีรูปแบบการพาดหัวข่าวแตกต่างกันหรือไม่ สาเหตุที่ต้องศึกษาเพราะว่าอยากทราบว่าทั้ง2เว็บไซต์ มีรูปแบบการพาดหัวข่าวเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพราะกลุ่มเป้าหมายหรือคนอ่านของทั้ง2เว็บไซต์ต่างกัน รวมไปถึงลักษณะข่าวที่แตกต่างกันออกไป

หลังจากได้ความรู้จากการศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าว เพราะมีความสำคัญและเกี่ยวข้องอย่างยิ่งที่จะเป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบต่างๆว่าเหมือนแพลตฟอร์มเปลี่ยนไป รูปแบบการพาดหัวข่าวจะยังเหมือนเดิมหรือไม่ นี่คือนสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการหาคำตอบในงานวิจัย จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่ศึกษางานวิจัยหัวข้อรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์

หลังจากผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแล้วยังได้ศึกษารูปแบบคลิกเบตและงานวิจัยของต่างประเทศเพื่อให้เข้าใจในเนื้อหาอย่างลึกซึ้ง ก็จะเห็นว่าองค์กรสื่อต่างเร่งปรับตัวกันทั้งโครงสร้างองค์กรและช่องทางการนำเสนอข่าว แต่การปรับตัวด้านเนื้อหาข่าวก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกันที่จะทำให้ดึงดูดให้คนเข้าไปอ่าน เช่น เนื้อหาข่าวดีมีคุณภาพ รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เป็นข่าวที่ขายได้ในยุคการแข่งขันของธุรกิจที่สูงขึ้นทุกวัน รูปแบบการพาดหัวข่าวแต่ละสำนักข่าวก็จะไม่เหมือนกันมีความแตกต่างกันออกไปตามนโยบายของแต่ละองค์กร ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงมีความสำคัญมาก ที่ผู้วิจัยจะศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารมวลชนไทย

สุดท้ายผู้วิจัยได้เห็นประเด็นที่จะศึกษาและมองถึงการนำผลวิจัยไปใช้ในวงการศึกษาและเป็นการดำเนินการประกอบการเรียนการสอนเรื่องการกระบวนการสื่อสารในสื่อใหม่ ในขณะนิเทศศาสตร์ ดังนั้นจึงได้ศึกษางานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดใจผู้อ่านของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์
- 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ประเภทธุรกิจ

1.3 ปัญหาวิจัย

- 1) เว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดใจผู้อ่านอย่างไร
- 2) เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีรูปแบบการพาดหัวข่าวแตกต่างจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ธุรกิจอย่างไร

1.4 ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ผู้วิจัยมีความสนใจและจะเลือกกำหนดขอบเขตการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

- 1) ด้านเนื้อหา ประกอบไปด้วยขอบเขตของการศึกษาผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ที่มีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าว และจะศึกษาเฉพาะข่าวที่ขึ้นข่าวยอดฮิตที่มีผู้อ่านมากที่สุดใน 5 ลำดับแรกเท่านั้น
- 2) ด้านประชากร ศึกษาเฉพาะเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประเภทธุรกิจ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
- 3) ด้านเวลา ช่วงเวลาผู้วิจัยจะศึกษาในช่วงเดือนเมษายน 2560 แบบอย่างมีระบบ โดยสุ่มแบบวันเว้นวัน เดือนเมษายน 2560 โดยเลือกศึกษาวันคู่เนื่องจากเดือนเมษายนลงท้ายด้วยเลขคู่

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) เพื่อให้องค์กรสื่อออนไลน์ที่เกิดใหม่นำผลวิจัยไปปรับใช้งานได้
- 2) สามารถนำผลวิจัยไปต่อยอดในการทำวิจัยรูปแบบการพาดหัวข่าวแพลตฟอร์มใหม่

3) ให้องค์กรสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆที่กำลังปรับตัวมาทำสื่อข่าวออนไลน์ได้นำผลวิจัยไปใช้และก่อให้เกิดประโยชน์แก่วงการสื่อในประเทศไทย

4) นำผลวิจัยที่ได้ไปประกอบการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัย ในวิชาการเขียนข่าวออนไลน์ ในคณะนิเทศศาสตร์

1.6 นิยามศัพท์

1) เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ หมายถึง เว็บไซต์ขององค์กรสื่อที่มีการนำเสนอข่าวทั้งในรูปแบบของหนังสือพิมพ์ที่เป็นสื่อดั้งเดิม และการนำเสนอข่าวผ่านเว็บไซต์

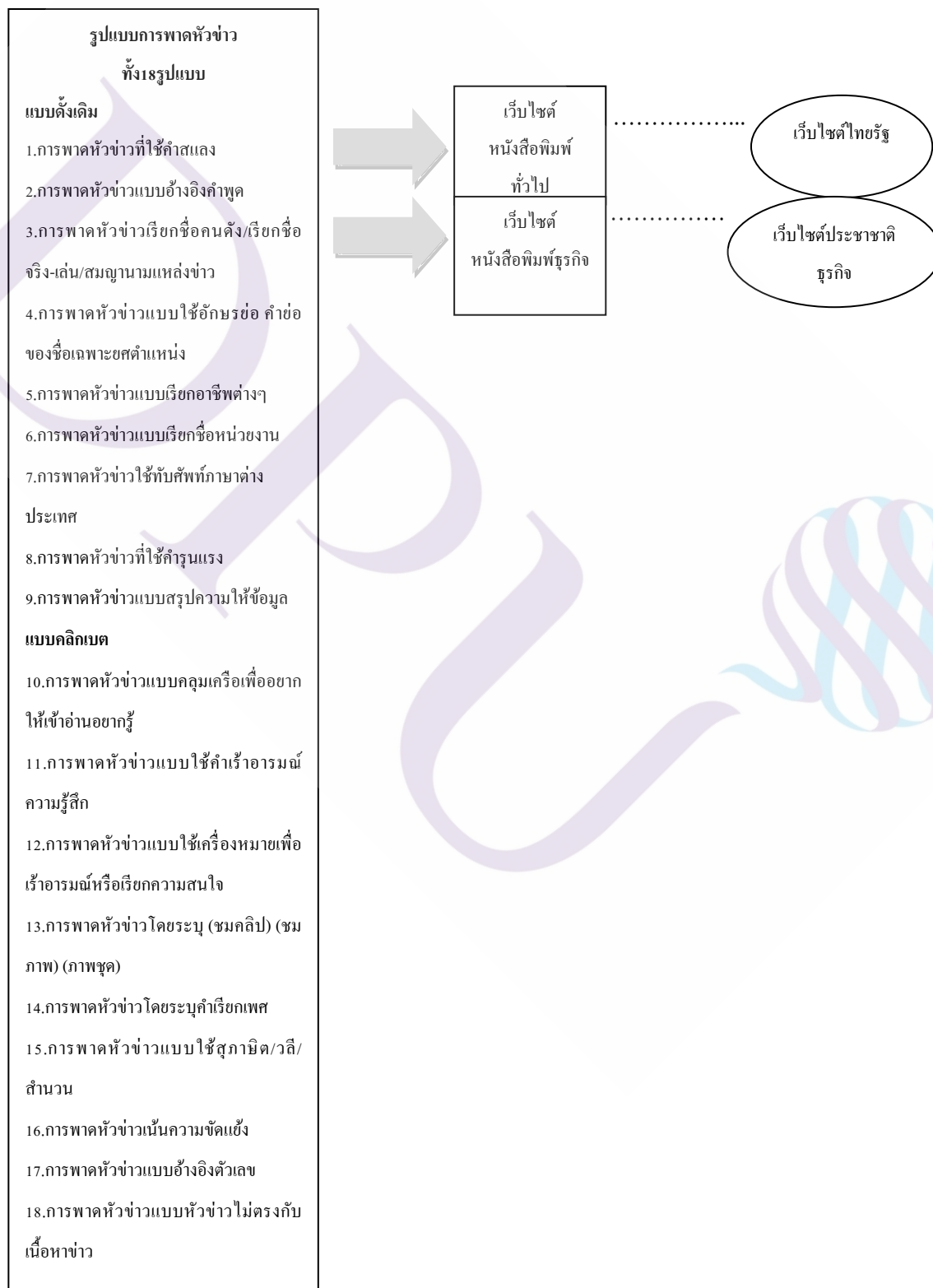
2) รูปแบบการพาดหัวข่าว หมายถึง การใช้ภาษา ถ้อยคำ สำนวน สรุปประเด็นสำคัญของข่าว เพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านเข้าไปอ่านรายละเอียด ในที่ศึกษาจะเป็นการศึกษานบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์กับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ทั้งหมด 18 รูปแบบดังต่อไปนี้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1.แบบดั้งเดิม ประกอบด้วยข้อ 1-9 และ 2.แบบคลิกประกอบด้วย (ข้อที่ 10-18)

- (1) การพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง
- (2) การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด
- (3) การพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว
- (4) การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ คำย่อของชื่อเฉพาะยศตำแหน่ง
- (5) การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพต่างๆ
- (6) การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน
- (7) การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ
- (8) การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง
- (9) การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล
- (10) การพาดหัวข่าวแบบคลุมเครือเพื่ออยากให้อ่านอยากรู้
- (11) การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก
- (12) การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ
- (13) การพาดหัวข่าวโดยระบุ (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด)
- (14) การพาดหัวข่าวโดยระบุคำเรียกเพศ
- (15) การพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน
- (16) การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง
- (17) การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข
- (18) การพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหาข่าว

3) เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไป หมายถึง เว็บไซต์ข่าวที่นำเสนอข่าวทั่วไปที่มีความหลากหลาย

4) เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ธุรกิจ หมายถึง เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ที่มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวธุรกิจเป็นหลัก

1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสรุปแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนข่าวออนไลน์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพาดหัวข่าว และคลิกเบต
- 2.4 แนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจข่าว
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

เพื่อเป็นการปูพื้นฐานองค์ความรู้ให้กับผู้วิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้วิจัยจะต้องศึกษาเรื่องวิวัฒนาการของสื่อใหม่ก่อนเพื่อให้เห็นที่มาที่ไป และการเกิดของสื่อใหม่จากอดีตมาสู่ยุคปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงเน้นศึกษาการใช้ช่องทางการรายงานข่าวผ่านสื่อใหม่ที่เรียกว่าเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดสื่อใหม่เพื่อให้ผู้วิจัยได้เข้าใจ บทบาท หน้าที่ และการนำไปใช้ ได้อย่างถูกต้อง เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบเครื่องหมายในงานวิจัย

พรจิต สมบัติพานิช (2547, น.4) กล่าวว่า สื่อ (Media) คือ ช่องทาง หรือเครื่องมือตัวกลาง ที่จะนำเนื้อหาสาร ไม่ว่าจะเป็นข่าว หรือข้อมูลต่างๆ ส่งไปยังผู้รับสารในอดีตเริ่มต้นจากสื่อบุคคล เมื่อพลวัตโลกเปลี่ยนแปลงสื่อก็มีการเปลี่ยนด้วยเช่นกันมีการนำเทคโนโลยีใหม่มาช่วยในการส่งสารมากขึ้น จากเดิมสื่อบุคคล มาสู่สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จากนั้นมีการพัฒนารูปแบบมาสู่อิเล็กทรอนิกส์ ก้าวสู่ยุควิทยุ โทรทัศน์ ปัจจุบันมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เรื่อยๆ จนทำให้มีการพัฒนาเข้าสู่สื่อยุคอินเทอร์เน็ตขึ้นมาติดต่อสื่อสารเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ในการสื่อสารยิ่งขึ้นไป

สื่อดั้งเดิม หมายถึง สื่อที่สามารถทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารได้อย่างเดียว หรือที่เรียกว่าการสื่อสารทางเดียว เช่นข้อความที่เป็นเนื้อหาข่าว ภาพ เสียง ที่ส่งไปยังผู้รับสาร เช่น หนังสือพิมพ์

นิตยสาร โทรเลข วิทยุ อีกแบบหนึ่งคือ การส่งทั้งภาพ และเสียง ไปพร้อมๆกันในเวลาเดียวกัน สื่อดั้งเดิมมีข้อจำกัดคือผู้รับสารไม่สามารถตอบโต้ และวิพากษ์วิจารณ์ กับผู้ส่งสารได้ เพียงแต่เป็นผู้รับอย่างเดียว นอกจากนี้สื่อดั้งเดิมยังเป็นสื่อที่มาอย่างรวดเร็วและไปอย่างรวดเร็ว ไม่สามารถย้อนกลับมาดูได้อีก หรือหากได้ก็จะมีกระบวนการย้อนกลับมาดูที่ลำบาก

สื่อใหม่ (New media) หมายถึง การเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมมาผสมผสานกับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้เกิดการสื่อสารได้แบบสองทางผ่านระบบเครือข่ายและศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่ได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วรองรับกลุ่มผู้รับสารรุ่นใหม่ที่เกิดขึ้นไป ข้อดีของสื่อใหม่คือผู้รับสารสามารถตอบโต้ได้กับผู้ส่งสาร จึงทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง โดยระบบการสื่อสารของสื่อใหม่จะเชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ระดับเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) และบริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line Service)

เควิน กาวาโมโต้ (Kevin Kawamoto, 1997 อ้างถึงในพรจิต สมบัติพานิช, 2547) ได้ให้ความหมายสื่อใหม่ คือ ระบบการสื่อสาร ที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ของเครือข่ายในระดับโลก

ธิดาพร ชนะชัย (2550, น. 1-3) ให้ความหมายของสื่อใหม่ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นดังนี้

1. ดิจิทัลมีเดีย นับว่าเป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็ว ด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติก เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม
2. สื่อ จะเป็นสื่อใหม่ที่ไม่ใช่สื่อพื้นฐานหรือสื่อดั้งเดิมที่มีอยู่แล้ว
3. สื่อสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่มีวัตถุประสงค์สนับสนุนงานบางอย่างโดยเน้น Creativity Innovation

เคนท์ เวอร์ทาม และ เอียน เฟนวิกค์ (Kent Wertime and Ian Fenwick อ้างถึงใน ธิดาพร ชนะชัย, 2550) ให้ความหมายของสื่อใหม่ ว่าเป็นเนื้อหา(content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งเนื้อหาดังกล่าวอยู่ในรูปแบบดิจิทัล และจะมีลักษณะที่โดดเด่น 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1. สื่อใหม่จะมีอิสระจากนักการตลาดสร้างสรรค์เนื้อหาจากผู้บริโภคที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในการกำกับ ควบคุมเนื้อหาด้วยตนเอง(From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ผู้ส่งสารหรือผู้ประกอบการในธุรกิจสื่อไม่สามารถควบคุมการแพร่กระจายสื่อได้เหมือนสื่อยุคดั้งเดิมอีกต่อไปแล้ว เนื้อหาต่างๆบนบล็อก (Blog) คลิปวิดีโอบนเว็บไซต์ของ YouTube รวมถึงสื่อผสมที่เกิดขึ้นใหม่ อาจเป็นการสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-

Created Content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online Word-of-Mouth) ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว

2. สื่อใหม่จะมีอิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบการนำเสนอ (Freedom from Formats) เพราะเนื้อหาดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบที่ตายตัว สามารถเปลี่ยนไปได้ตลอดเวลา ตามความเหมาะสม และเทคโนโลยีที่ผู้ส่งสารนำมาใช้ ไม่เหมือนกับสื่อดั้งเดิม เช่น สปอตโฆษณาโทรทัศน์มีมาตรฐานความยาวประมาณ 30 วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ขนาดก็คอลัมน์นี้ เป็นต้น ขณะที่สื่อใหม่ จะไม่มีการกำหนดแบบนั้น เช่น ตัวผู้ส่งสารมีไฟล์วิดีโอภาพถ่ายจากกล้องมือถือและโพสต์ลงบนเว็บไซต์ ไม่จำเป็นต้องกำหนดว่ามีความยาวกี่นาที หรือแม้กระทั่งความละเอียดของไฟล์ภาพจะเท่าไรก็ได้

3. สื่อใหม่มีความเป็นอิสระด้านขนาดของสื่อ (Freedom to Scale) โดยที่เนื้อหาของสื่อสามารถปรับขยายขนาดได้ตามความเหมาะสม ของผู้ส่งสารที่ต้องการส่งสารออกไป หรือสามารถปรับเนื้อหาให้เข้าเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาสาร หรือข่าว ให้มีความเหมาะสมที่จะเผยแพร่ออกไปทั้งโลก ขณะเดียวกันยังสามารถปรับเนื้อหาให้เข้ากับกลุ่มผู้รับสารที่มีความเฉพาะเจาะจงได้ตามความต้องการของผู้ส่งสารได้

4. สื่อใหม่มีความเป็นอิสระข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) ซึ่งเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่สามารถเปิดข้อมูลข่าวสารได้ทั้งโลก สะดวกรวดเร็ว ให้ผู้รับสารได้เลือกรับสารตามความต้องการของตัวเอง หรือสืบค้นหาข้อมูลข่าวสารของประเทศอื่นๆ ได้

5. สื่อใหม่มีความเป็นอิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) โดยเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลให้ผู้อ่านข้อมูลข่าวสารสามารถที่จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการจะเปิดรับ ไม่จำเป็นต้องชมหรือเปิดรับเนื้อหาต่างๆ ตามที่เวลา กำหนด เหมือนสื่อดั้งเดิมที่เรื่องเวลาเป็นสิ่งสำคัญมาก

สอดคล้องกับ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2551, น. 43) กล่าวว่า สื่อใหม่เป็นสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการสารสนเทศของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสื่อใหม่ถูกสร้างระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ขึ้นมาเพื่อไว้สำหรับจัดเก็บเนื้อหาข่าวสารไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้ผู้รับสารค้นหาได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ทำให้ประสบผลสำเร็จในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสามารถรวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มากกว่าสื่อดั้งเดิม เพราะใช้ระบบคอมพิวเตอร์ผสมผสานกับสื่อต่างๆ หรือที่เรียกสื่อแบบผสมผสาน

การจำแนกประเภทของสื่อใหม่

ธิดาพร ชนะชัย (2550, น. 1-3) ได้จำแนกประเภทของสื่อใหม่ คือ รูปแบบเนื้อหาข้อมูลข่าวสารแบบดิจิทัล ที่ปรากฏให้เห็นมาขึ้นในยุคการสื่อสารแบบเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทยิ่งขึ้นในปัจจุบันซึ่งในอนาคตจะเข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของผู้รับสารกลุ่มคนรุ่นใหม่มากขึ้น โดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นที่แตกต่างกันออกไปตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้สื่อใหม่ โดยสรุปได้ดังนี้

1. เว็บไซต์ (Web site)
2. อีเมล (E-mail)
3. อินเทอร์เน็ต (Internet)
4. ซอฟต์แวร์
5. ซีดีรอมมัลติมีเดีย
6. บล็อกและวิกิ
7. เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform)
8. วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง
9. ผู้ให้บริการสารสนเทศ
10. โทรศัพท์มือถือ
11. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)
12. อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์
13. นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (Hypertext fiction)

ประโยชน์ของสื่อใหม่ (New Media)

วรชันกร ทรัพย์ชั้นสุข (2556) อ้างถึงในงานวิจัยของ ธิดาพร ชนะชัย (2550) และขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2551, น. 50) สามารถสรุปประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media) มีดังนี้

1. ช่วยให้องค์กรสื่อประหยัดเวลา ลดต้นทุน การผลิต ในการบริหารจัดการข้อมูลมากขึ้น
2. สามารถช่วยสนับสนุนการทำ E-Commerce รูปแบบการค้าสมัยใหม่บนอินเทอร์เน็ตที่ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทันที สะดวก รวดเร็ว
3. ช่วยหาคำตอบบางเรื่องที่เป็นประเด็นในสังคม เช่น มีคนคนหนึ่งเปิดหัวหรือโพสต์ข้อความทิ้งไว้ และมีผู้รู้มาตอบคำถามให้ มีการแสดงความคิดเห็นจากคนอื่นๆก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้
4. ช่วยให้ข่าวสารไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ได้ในเวลาเดียว

5. ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ทั่วโลก ที่สามารถเข้าถึงการบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต

6. ประหยัดค่าใช้จ่าย ไม่ต้องเสียเงิน เสียเวลา ไปซื้อพื้นที่ลงข่าวในสื่อกระแสหลัก

7. สื่อใหม่ผู้รับสารสามารถตอบโต้ มีประเด็นมาถกเถียงกันได้

กาญจนา แก้วเทพ (2555) กล่าวว่า เว็บไซต์ (Website) กำลังได้รับความนิยมอย่างมากจากทุกสำนักข่าวที่จะใช้เป็นช่องทางการสื่อสารใหม่ให้สามารถตอบโต้กับผู้บริโภคยุคออนไลน์ที่มีการรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต องค์สื่อหลายองค์กรปรับตัวมารายงานข่าวผ่านเว็บไซต์เพราะต้นทุนไม่สูงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากและกว้าง และยังสามารถให้บริการกระดานแสดงความคิดเห็นได้อีกด้วย (Web board) เว็บไซต์ข่าวสามารถเข้าถึงอุปกรณ์ได้อย่างหลากหลายเมื่อมีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตคอมพิวเตอร์ทั้งแบบตั้งโต๊ะและพกพา แท็บเล็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟนปัจจุบันเว็บไซต์สามารถไปปรากฏอยู่ในเว็บไซต์อื่นๆ ได้ด้วย

ทั้งนี้พัฒนาการของเว็บไซต์ มีดังนี้เริ่มต้นจาก Web 1.0 เป็นยุคแห่งการเริ่มต้นการผลิตและการป้อนเนื้อหาข่าวสารมาจากผู้เป็นเจ้าของเว็บไซต์ ผู้อ่านที่จะค้นคว้าหาข้อมูลต้องค้นหาผ่าน Search Engine การสื่อสารจะเป็นตอบโต้ทางเดียวเจ้าของเว็บไซต์จะเป็นผู้จัดทำ ค้นหา นำเสนอข้อมูลข่าวสาร ส่วนผู้อ่านค้นหาข้อมูลได้เพียงอย่างเดียวแม้ว่าจะมีโอกาสแสดงความคิดเห็นหรือมีการโต้ตอบกับเจ้าของเว็บไซต์บ้างเพียงเล็กน้อย ยกตัวอย่างเช่นการรับส่งข่าวสารกันทางอีเมล การโต้ตอบ แบบออนไลน์ผ่านโปรแกรมต่างๆ หรือเพียงการดาวน์โหลด เพลง ภาพต่างๆ จากเว็บไซต์

ต่อมาเข้าสู่ Web 2.0 เป็นยุคแห่งการเชื่อมการให้บริการข้อมูลข่าวสารอยู่ในรูปแบบ “Read – Write” ซึ่งเป็นการแสดงเนื้อหาและการโต้ตอบกันระหว่างเจ้าของเว็บไซต์กับผู้เข้าชมยุคนี้เป็นยุคแห่งการแบ่งปันความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันมาก โดยเน้นให้คนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา และการนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บไซต์ที่ได้จัดทำขึ้นตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนเนื้อหาระหว่างสมาชิกด้วยกันและการนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บไซต์เพียงอย่างเดียว มุ่งเน้นให้การติดต่อสื่อสารกว้างขวางมากขึ้น อีกทั้งยังให้ผู้อ่านหรือนักท่องเที่ยวเว็บมีบทบาทเป็นผู้สร้างเนื้อหาข้อมูลด้วย จะมีความแตกต่างจากยุคแรก Web 1.0 อย่างมากที่เจ้าของเว็บไซต์เป็นผู้กำหนดข้อมูลข่าวสารแต่เพียงผู้เดียว

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับสื่อใหม่ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเพราะเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ คือสื่อใหม่ที่หลายสำนักข่าวนำใช้ในการรายงานข่าวในรูปแบบของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ หากผู้วิจัยมีความรู้เกี่ยวกับสื่อใหม่จะได้นำความรู้เกี่ยวกับแนวคิดสื่อใหม่ไปเป็นกรอบและออกแบบเครื่องมือที่จะใช้ในงานวิจัย และได้รู้คุณสมบัติของเว็บไซต์

สรุปโดยรวมจากการศึกษาจากนักวิชาการ สื่อใหม่คือการผสมผสานสื่อดั้งเดิมมาบูรณาการร่วมกันก่อให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถตอบโต้แสดงความคิดเห็นก่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการรายงานข่าวมากขึ้นกว่าสื่อดั้งเดิม เพราะมีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ที่เรียกว่าระบบอินเทอร์เน็ตทำให้การสื่อสารเปิดกว้างขึ้น สามารถดูข่าวสารได้ทั่วทุกพื้นที่ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ที่มีระบบอินเทอร์เน็ตครอบคลุม เข้าถึงง่าย ประหยัดเวลา ลดต้นทุนการผลิตในธุรกิจสื่อ อิสระในเรื่องของพื้นที่ เวลา ขนาดของเนื้อหา นำเสนอได้แบบไม่มีข้อจำกัด

2.2 แนวคิดการเขียนข่าวออนไลน์

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการเขียนข่าวออนไลน์เนื่องจากเกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่จะศึกษาเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้วิจัยต้องมีความรู้เรื่องการเขียนข่าวออนไลน์ เพราะงานวิจัยต้องการศึกษาเนื้อหา(Content)การพาดหัวข่าวในรูปแบบต่างๆของข่าวที่นำเสนอออกไปในเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้การได้ศึกษาเรื่องแนวคิดการเขียนข่าวออนไลน์เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการทำงานวิจัย สำหรับแนวคิดการเขียนข่าวออนไลน์ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

จิระ ห่องสำโรง (2551) กล่าวว่า การเขียนข่าวออนไลน์ที่ดีต้องเน้นความถูกต้อง กระชับ ชัดเจน สิ่งที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล เพราะหากผิดพลาดจะส่งผลกระทบต่อสังคม นอกจากนี้ต้องมีความเที่ยงตรง ไม่มีอคติ เพื่อให้ผู้อ่านนำไปเป็นข้อมูลในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ เช่น การเตือนภัย แจ้งข่าวให้ทราบ นำข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนหรือประกอบการตัดสินใจก่อนการเลือกตั้ง เป็นต้น

นอกจากนี้การเขียนข่าวออนไลน์ต้องเขียนให้มีสีสัน และมีพลังโดยหลักการเขียนข่าวออนไลน์ที่ยังคงเหมือนการเขียนข่าวในสื่อดั้งเดิม คือ 5 W-1H ยังคงสาระสำคัญของการเสนอข่าวต้องตอบสนองความต้องการในการรับรู้ของคนอ่านเบื้องต้นอย่างน้อยต้องครอบคลุม Who - What - When - Where - Why - How ทุกครั้งที่เขียนข่าวจะต้องตรวจสอบเสมอว่าข่าวที่เขียนให้สาระสำคัญเบื้องต้นของข้อมูลเหล่านี้เพียงพอหรือไม่

นอกจากการเขียนข่าวตามหลักการเบื้องต้นแล้วต้องการตรวจสอบความถูกต้องเช่นชื่อนามสกุล ตำแหน่ง แหล่งข่าว ตัวเลขต่างๆ ประเด็นข่าวที่นำเสนอ ที่มาจากไหน ใครเป็นคนพูด ผู้สื่อข่าวคือผู้รายงานเหตุการณ์ความเป็นไปของเหตุการณ์สำคัญ ให้เกิดความน่าสนใจ ดังนั้นต้องยึดเที่ยงตรงต้องมาก่อนอันดับแรก จากนั้นต้องมีความกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ มีความเป็นอิสระ เป็นกลาง เชื่อถือได้ ข้อความทุกคำต้องมีความหมาย หลักการเขียน สำหรับสื่อในเว็บไซต์หลักการ

เบื้องต้นจะเหมือนกับสื่อดั้งเดิม คือ ต้องเขียนจากข้อเท็จจริงที่เที่ยงตรง ไม่บิดเบือน มุ่งเพื่อประโยชน์แก่สาธารณะเป็นหลัก แต่มีข้อแตกต่างจากการเขียนข่าวสื่อดั้งเดิมคือการนำเสนอข่าวผ่านเว็บไซต์จะนำเสนอข้อมูลผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ ที่มีขนาดสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีเว็บไซต์มากมายหลายล้านเว็บไซต์ ที่ให้บริการข่าวสารเป็นทางเลือกของคนอ่าน ดังนั้นการสร้างความประทับใจให้กับคนที่เข้ามาชมเว็บไซต์ และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตรงกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้อ่านให้ความสนใจ และความเชื่อถือต่อเว็บไซต์นั้นๆ

แนวทางการเขียนข่าวบนเว็บไซต์จึงจำเป็นต้องอาศัย วิธีการและเทคนิคด้านต่างๆพอสมควร ผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ หรือผู้นำเสนอข่าวสารผ่านเว็บไซต์ต้องจำเป็นต้องคิดเสมอว่าคนทั่วไป จะใช้เวลาในการอ่านข้อความในเว็บไซด์นานกว่าอ่านจากสิ่งพิมพ์คือจะอ่านได้ช้ากว่าประมาณ 25 % เพราะความคมชัดของตัวหนังสือ ภาพในเว็บไซด์จะต่ำกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ ขณะเดียวกันความผิดพลาดของข้อมูล ในเว็บไซด์ มักจะมีมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากการนำเสนอที่รวดเร็วทำให้ความรอบคอบในการนำเสนอผ่านเว็บไซด์มีน้อยกว่า สื่อประเภทอื่นๆ การดึงคนให้อยู่กับเว็บไซด์นานๆ เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะมีเว็บไซด์ให้หาข้อมูลมีมากมายหลากหลายเว็บไซด์ ดังนั้นเว็บไซด์ของข่าวสารจะต้องมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และมีคุณภาพน่าเชื่อถือ

สำหรับเทคนิคสำคัญที่จะดึงดูดให้คนอ่านเกิดความประทับใจ และเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซด์อยู่เสมอ คือการทำเว็บไซด์ให้ใหม่สดอยู่เสมอ นำเสนอด้วยรูปแบบที่เรียบง่าย สวยงาม ข้อมูลรอบด้าน มี Background สำคัญต้องมีส่วนประกอบภาพ-เสียง กราฟิก ประกอบด้วยเพื่อให้ข้อมูลมีความชัดเจนและเข้าใจง่ายขึ้นและจะเป็นส่วนขยายเนื้อหาข่าวให้มีความสมบูรณ์ เปิดโอกาสให้มีการตอบโต้ข้อมูล แสดงความคิดเห็นแบบInteractive รวมทั้งลูกเล่นอื่นๆ ที่จะทำให้เว็บไซด์มีความพิเศษมีคุณค่า มากกว่าสื่ออื่นๆ เพื่อสร้างความแตกต่างใช้เป็นจุดขาย นอกจากนี้ความสดใหม่ ทันเหตุการณ์มากที่สุด อ่านง่าย สบายตา แต่ต้องมีสีสันน่าอ่าน ภาพประกอบ และLoad ข้อมูลเร็วมี Link ไปยังข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีบริการหลากหลาย เช่น e-mail , Chat , Rss ,Shop ,Video Clip, Printable เนื้อหาตรงกับกลุ่มเป้าหมายธรรมชาติของข่าวเว็บไซด์กับสื่อสิ่งพิมพ์เป็นข่าวที่อ่านยากกว่าหนังสือพิมพ์โอกาสผิดพลาดมากกว่าเพราะต้องแข่งกับความเร็วเว็บไซด์ ต่างกัน ดึงดูดคนต่างประเภทกันเร็ว ส่วนพฤติกรรมคนดูเว็บไซด์มักจะเป็นคนมีนิสัยใจร้อนขาดความอดทน

แนวทางการเขียนข่าวออนไลน์เบื้องต้น (Basic News-online Writing) การเขียนข่าวที่ดีจะต้องเน้นความถูกต้องแม่นยำ กระชับ ชัดเจน เที่ยงตรง และไม่มีอคติ ไม่มีอำนาจแทรกแซง ข่าวออนไลน์ที่นำเสนอผิดมักจะมีคุณค่าข่าวน้อยกว่าข่าวที่ไม่มีเนื้อหาสาระ การเขียนข่าวผิดจะบั่นทอนความเชื่อถือ ของผู้อ่าน และจะมีผลต่อความเชื่อมั่นต่อความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าว

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการเขียนข่าวออนไลน์ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำวิจัยในครั้งนี้เพราะผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาเนื้อหา รูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์กับการปรับตัวจากองค์กรสื่อดั้งเดิมมาสู่ยุคดิจิทัล ผู้วิจัยได้นำความรู้จากการศึกษาไปเป็นกรอบแนวทางการทำวิจัย เป็นความรู้พื้นฐาน สำหรับผลการศึกษาแนวคิดการเขียนข่าวออนไลน์ของนักวิชาการ สรุปได้ดังนี้การเขียนข่าวออนไลน์ จะต้องเขียนให้สั้น กระชับ อ่านง่าย ถูกต้องแม่นยำ ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ไม่มีอคติ และอ่านง่ายแทรกแซง รวดเร็วตรงประเด็น สร้างจุดขายให้มีความแตกต่างจากเว็บไซต์ข่าวอื่นๆ มีภาพประกอบ วิดีโอ กราฟิก ประกอบเพื่อช่วยขยายเนื้อหาข่าวที่เป็นข้อความ และยังเป็นตัวดึงดูดผู้อ่านกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้อ่านข่าวผ่านสื่อใหม่

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพาดหัวข่าว (Headline) และคลิกเบต (Clickbait)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพาดหัวข่าวซึ่งเป็นรูปแบบการพาดหัวข่าวรูปแบบดั้งเดิม บนสื่อหนังสือพิมพ์ และแนวคิดเกี่ยวกับคลิกเบต ซึ่งเป็นรูปแบบการพาดหัวข่าวรูปแบบของสื่อใหม่ ผ่านเว็บไซต์ข่าว ซึ่งเกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ เพราะจะทำให้ผู้วิจัยได้รู้ถึงหลักการและโครงสร้างของการพาดหัวข่าว ความหมายของหัวข่าว ความสำคัญของการพาดหัวข่าวก่อนเพื่อให้เข้าใจถึงความหมายที่แท้จริงและโครงสร้างที่ถูกต้องของรูปแบบการพาดหัวข่าวจะทำให้ผู้วิจัยนำความรู้ทางวิชาการที่ได้ทำการศึกษาไปใช้ในการทำงานวิจัยขึ้นได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ ดังนั้นผู้วิจัยได้สรุปความหมายของหัวข่าวหรือการพาดหัวข่าวของนักวิชาการหลายท่านที่ให้ความหมายและความสำคัญ หน้าที่ของการพาดหัวข่าวทั้งรูปแบบสื่อดั้งเดิมและแพลตฟอร์มสื่อใหม่ไว้ดังนี้

2.3.1 ความหมายของหัวข่าว

นรินทร์ นาเจริญ (2549, น. 195-209) ได้ให้ความหมายของไว้ดังนี้ การพาดหัวข่าวคือสิ่งแรกที่ผู้อ่านจะพบเจอในการอ่านข่าว และจะมีผลต่อการเข้าติดตามอ่านข่าวต่อไปในรายละเอียดเป็นส่วนสำคัญที่ผู้อ่านจะตัดสินใจอ่านหรือไม่ ชื่อเรื่องต้องสะดุดตา ครอบคลุมเนื้อหา สั้นกะทัดรัดวิธีการตั้งชื่อหรือการพาดหัวข่าว มีหลายแบบเช่น การพาดหัวข่าวแบบสรุปความ การพาดหัวข่าวแบบตั้งคำถาม การพาดหัวข่าวแบบอ้างคำพูด การพาดหัวข่าวแบบเล่นสัมผัส การพาดหัวข่าวแบบใช้คำอุทาน การพาดหัวข่าวแบบยกย่อง การพาดหัวข่าวแบบเปรียบเทียบ การพาดหัวข่าวแบบบอกเล่า และการพาดหัวข่าวแบบปริศนา

มาลี บุญศิริพันธ์ (2537, น. 94) นักวิชาการหนังสือพิมพ์ ให้ความหมายของหัวข่าวว่าเป็นหัวใจสำคัญอย่างมากเป็นจุดดึงดูดแรกๆ อยู่ส่วนบนสุดของเนื้อหาข่าวเป็นส่วนที่บอกให้ผู้อ่านข่าวได้รับรู้สาระสำคัญ เนื้อหาสาระข้างในข่าวว่ามีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น ซึ่งการพาดหัวข่าวในแต่ละครั้ง

ก็จะมีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับการประเมินคุณค่าของข่าวจากกองบรรณาธิการว่าเป็นประเด็นข่าวที่กำลังเป็นประเด็นกำลังเป็นที่จับตาของสาธารณชนแสดงว่าหัวข่าวนี้อาจจะเป็นหัวข่าวประจำวันและจะอยู่ในตำแหน่งที่โดดเด่นเพื่อดึงดูดความน่าสนใจจากผู้อ่าน

รัชชัย จารนัย (2540, น. 68) ให้ความหมายของหัวข่าวว่าเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจเป็นนิเทศศิลป์อย่างหนึ่งช่วยทำให้เนื้อหาข่าวสารที่จะนำเสนอออกไปมีความหนักแน่น ขณะเดียวกันยังเป็นศาสตร์ที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าว รวมถึงกองบรรณาธิการแต่ละสำนักข่าวต้องใช้ความรู้ความสามารถความคิดสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา

บาร์ด (Bard, 1988, p.63) อ้างถึงในรัชชัย จารนัย (2540) กล่าวว่า การคิดสร้างสรรค์หัวข่าวของกองบรรณาธิการจะยึดหลัก 2 ประการคือ 1. ความกว้างของคอลัมน์และขนาดของตัวอักษรจะทำให้สามารถกำหนดตัวอักษรได้ก็ตัวและ 2. รูปแบบการจัดหน้าที่มีการกำหนดขึ้นของแต่ละองค์กร และที่สำคัญกระบวนการพาดหัวนั้นส่วนใหญ่มักจะเป็นลำดับสุดท้ายของการเขียนข่าว หลังจากเขียนรายละเอียดข่าวเสร็จซึ่งหน้าที่นี้บรรณาธิการข่าวจะเป็นผู้กำหนด

เกรสต์และเบิร์นสเตียน (Grast and Bernstien, 1968)อ้างถึงในรัชชัย จารนัย (2540) ให้ความหมายของหัวข่าวว่าเป็นสิ่งที่เป็สาระสำคัญของข่าวและเป็นประโยชน์ต่อการจัดหน้าหนังสือพิมพ์เพราะเป็นรูปแบบหนึ่งของการแสดงออกอย่างมีหลักเกณฑ์

2.3.2 ความสำคัญและหน้าที่ของหัวข่าว

รัชชัย จารนัย (2540) กล่าวว่า หัวข่าวหรือการพาดหัวข่าวถือว่าเป็นหัวใจที่สำคัญที่สุดของข่าวเป็นเสมือนคัมภีร์ที่ดึงดูดให้ผู้่านเกิดความสนใจในข่าวเป็นสิ่งที่สร้างความสนใจให้ผู้่าน หัวข่าวจะบอกข้อเท็จจริงเบื้องต้นให้ผู้่านที่ไม่ค่อยมีเวลากับการอ่านข่าวมากนักก็จะอาศัยอ่าน จากหัวข่าวและสามารถทำให้รู้เท่าทันข่าวสารและความเปลี่ยนแปลงต่างๆของสถานการณ์ในแต่ละวันได้ การพาดหัวข่าวถือได้ว่ามีความสำคัญต่อโครงสร้างข่าวมากมาจากการตั้งสมัยสื่อยุคดั้งเดิม ในยุคแรกๆ ยุคของหนังสือพิมพ์ที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองต้องการความรวดเร็ว สื่อสารให้สั้นกระชับ รู้ว่าเกิดอะไรขึ้นการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์เป็นการสรุปประเด็นของข่าวและเหตุการณ์นั้นๆให้ชัดเจนที่สุดจากอดีตจนถึงปัจจุบันการพาดหัวข่าวเปลี่ยนไปตามยุคสมัยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของภาษาที่ใช้ในการพาดหัวข่าวจะเปลี่ยนไปมากที่สุด เพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมผู้อ่านข่าวที่เปลี่ยนไป และภาษาที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย นอกจากการพาดหัวข่าวจะเป็นเรื่องที่สำคัญลำดับต้นๆของโครงสร้างข่าว

แต่ก็จะพาดหัวข่าวที่ดีตัวผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าวเองก็ต้องศึกษาเทคนิคการเขียนที่ดี บอกรายละเอียดของเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นได้อย่างครอบคลุมทุกมุมทุกประเด็นรวมถึงรายละเอียดย่อยๆอย่างอื่น เช่น ชื่อ นามสกุล ยศ ตำแหน่ง ชื่อสถานที่ที่เกิดเหตุ บุคคลที่มีความ

เกี่ยวข้องกับข่าวจะต้องเขียนได้อย่างชัดเจนให้คนอ่านได้จินตนาการภาพเหตุการณ์ออก ปัจจุบันจะเห็นว่าทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่มีการพาดหัวข่าวในรูปแบบสรรหาล้อล่มาเขียนจึงเป็นงานไม่ง่ายนักสำหรับผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการ

หลังจากผู้วิจัยได้เรียนรู้และทราบความสำคัญของการพาดหัวข่าวว่ามีความสำคัญอย่างไรบ้างแล้วในกระบวนการสื่อข่าว เพื่อให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้และเข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อนที่จะลงมือทำวิจัยจริง นอกจากนั้นการศึกษาหน้าที่ของหัวข่าวก็น่าสนใจ เพื่อเป็นการปูพื้นฐาน ความรู้ความเข้าใจ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องรู้หน้าที่ของหัวข่าว

หน้าที่ของหัวข่าว

1. จัดลำดับความสำคัญของข่าว หากข่าวไหนที่เป็นข่าวใหญ่และมีความสำคัญมากจะเห็นได้ว่าขนาดตัวอักษรจะเป็นตัวกำหนดความสำคัญของข่าวหัวข่าวที่มีตัวอักษรใหญ่ที่สุดย่อมมีความสำคัญมากกว่าหัวข่าวที่มีตัวอักษรขนาดเล็กหรือตำแหน่งข่าวที่โดดเด่นมักจะถูกเลือกอ่านเฉพาะหัวข่าวพาดหัวข่าวที่โดดเด่นไว้ให้ผู้อ่านที่ไม่ค่อยมีเวลาซึ่งอาจจะเลือกอ่านเฉพาะหัวข่าว
2. ให้ข้อเท็จจริง การพาดหัวข่าวจะทำหน้าที่ในการบอกข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยถ้อยคำสั้น ๆ กระชับแต่ให้ความหมายครอบคลุมเนื้อหาสาระว่ามีเหตุการณ์เรื่องราวอะไรที่น่าสนใจบ้างในขณะนั้น
3. เป็นจุดขายอย่างหนึ่ง เช่นการที่จะมีคนติดต่อสื่อมากหรือน้อยส่วนหนึ่งวัดจากยอดขาย ถ้าขายดีแสดงว่าข่าวของเราเป็นที่น่าสนใจ หัวข่าวคือจุดขายสำคัญที่ทำให้ผู้อ่านสามารถตัดสินใจซื้อได้ทันทีบางครั้งผู้อ่านจะตัดสินใจซื้อทันทีเพราะพาดหัวข่าวโดดเด่นและน่าสนใจ
4. ดึงดูดความสนใจ หัวข่าวส่วนใหญ่จะพิมพ์ด้วยอักษรขนาดใหญ่กว่าตัวอักษรในเนื้อหาและจะใส่สีเพื่อให้สะดุดตาชวนให้ผู้อ่านอยากจะซื้ออ่าน
5. ช่วยสร้างบุคลิกให้กับสื่ออื่นๆ การพาดหัวข่าวแต่ละสำนักจะแตกต่างกันออกไปเป็นการสร้างบุคลิกของแบรนด์ให้กับให้กับตนเองส่วนใหญ่ที่เห็นอย่างเช่นสีประจำของแต่ละสำนักหนังสือพิมพ์ ตัวอักษร รวมถึงถ้อยคำภาษาของแต่ละสำนักข่าวที่ใช้
6. เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดหน้าทำให้เกิดความหลากหลายและสวยงามหากหัวข่าวมีตัวอักษรเหมือนกันหรือขนาดเท่ากันหมด หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นก็เลยจะไม่สร้างความน่าสนใจแก่ผู้อ่าน

2.3.3 หลักการและวิธีการพาดหัวข่าว

หลังจากเรียนรู้องค์ประกอบต่างๆของการพาดหัวข่าวไปแล้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการและวิธีการพาดหัวข่าวเพิ่ม เพื่อให้ได้ทราบถึงหลักการและวิธีการพาดหัวข่าวเบื้องต้นก่อน แม้ว่าคำราวิวิชาการส่วนใหญ่จะเป็นหลักการและวิธีการพาดหัวข่าวแบบสื่อดั้งเดิม แต่ก็ควรที่จะศึกษาเพื่อเป็น

การปูพื้นฐานองค์ความรู้ และเพื่อนำไปเป็นกรอบและแนวทางในการทำวิจัยในครั้ง ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาก่อน

รัชชัย จารนัย (2540) กล่าวว่า การพาดหัวข่าวจะต้องสื่อความหมาย และบอกเรื่องราวที่เกิดขึ้นให้ได้มากที่สุด และให้ผู้อ่านได้รู้ว่าเนื้อที่จะอ่านต่อไปเป็นเรื่องอะไร การพาดหัวข่าวส่วนใหญ่เป็นการใช้ประโยคบอกเล่าว่าเหตุการณ์อะไรกำลังเกิดขึ้น และจะเกิดอะไรขึ้นต่อไป ดังนั้นการพาดหัวข่าวต้องใช้ประสบการณ์ในการสรรหาถ้อยคำ ภาษาที่สั้น กระชับที่สุด แต่มีน้ำหนัก และมีใจความสำคัญมากที่สุด เป้าหมายการพาดหัวข่าว คือดึงดูดความสนใจจากผู้อ่าน ควรเรียบเรียงคำที่น่าสนใจให้มีความน่าสนใจให้ผู้อ่านมีความรู้สึกรอยากรู้อยากเข้าไปอ่านต่อในรายละเอียดข่าว เป็นการประหยัดเวลาแก่ผู้อ่านเพราะหัวข่าวเป็นการสรุปเนื้อหาอย่างย่อที่สุดและมีความน่าสนใจที่สุดมาบอกเล่าหรือขายประเด็นให้ผู้อ่าน การพาดหัวข่าวยังเป็นการลำดับความสำคัญของข่าว เช่น การใช้ขนาดอักษร และพื้นที่ใหญ่ หมายความว่า ข่าวนี้มีความสำคัญกว่าข่าวอื่น ๆ เป็นข่าวเด่นประจำวัน ถ้าเป็นข่าวรองขนาดอักษรพื้นที่การพาดหัวข่าวจะลดลงมา อีกทั้งหัวข่าวยังสร้างความสวยงาม การเล่นตัวอักษรให้มีความแตกต่างการใส่สีทำให้มีความสวยงาม สะดุดตา ช่วยดึงดูดผู้อ่านให้เข้ามาอ่านได้ นอกจากนี้การพาดหัวบุคลิกของสื่อ การพาดหัวข่าวของแต่ละสำนักข่าวจะใช้ตัวอักษรและขนาดอักษรสีไม่เหมือนกันแต่ละที่จะมีเอกลักษณ์แตกต่างกันออกไปทำให้ผู้อ่านจดจำได้ง่าย ดังนั้นเหมือนเห็นตัวอักษรสามารถบ่งบอกได้เลยว่าเป็นสื่อไหน

โดยหลักการพาดหัวข่าวจุดสำคัญคือ ต้องสรุปใจความสำคัญที่สุดและเด่นที่สุดของข่าว ใช้คำให้น้อย กระชับ ชัดเจน ตรงความหมาย กล่าวคือคำทุกคำต้องสื่อถึงความหมายการพาดหัวข่าวยาวเกินไปจะทำให้ไม่น่าสนใจดึงดูด น่าสนใจ นอกจากการพาดหัวข่าว ต้องสั้นกระชับ สื่อความหมายแล้ว จะต้องมีความน่าสนใจ ดึงประเด็น เลือกสรรคำที่สามารถดึงดูดความสนใจให้อ่านเข้าใจข่าวทันที และต้องยึดหลัก 5W+1H หัวข่าวควรสื่อให้ตรงความหมาย ไม่ควรใช้เนื้อความนอกประเด็นในการพาดหัวข่าว หลายครั้งที่หัวข่าวให้ข้อมูลอย่างแต่ในเนื้อหาข่าวให้ข้อมูลอีกอย่างหนึ่ง ถ้าหากหัวข่าวนั้นมีมากกว่าหนึ่งบรรทัดให้พาดหัวในแต่ละบรรทัดได้ใจความในตัวเอง ไม่ฉีกคำหรือแยกพยางค์ไว้คนละบรรทัด ไม่ผาดโผนเกินความจริงทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิด หากมีการเอ่ยชื่อบุคคลในการพาดหัวควรระบุให้ชัดเจนว่าหมายถึงใครไม่ควรเขียนผิดเพราะผู้อ่านจะเข้าใจผิดไม่ควรพาดหัวข่าวโดยใช้ประเด็นที่เกิดขึ้นและผ่านมาแล้วควรใช้ประเด็นที่เป็นความคืบหน้าล่าสุดหรืออนาคตอันใกล้และจะต้องมีสำนักรับผิดชอบต่อสังคมใช้ภาษาไม่ผิดศีลธรรม หรือเข้าข่ายหมิ่นประมาท เหยียดหยามเชิงชาติพันธุ์ ไม่ทำร้ายผู้อื่น หรือทำให้ผู้ได้รับความเจ็บปวด

วิธีการเขียนห้วข่าว

ในแวดวงสื่อมวลชนจะเห็นได้ว่าคนที่ทำหน้าที่พาดหัวข่าวคนสุดท้ายคือบรรณาธิการข่าว ซึ่งเป็นการตรวจสอบแก้ไขงานของนักข่าวที่พาดหัวข่าวมาให้ก่อนหน้าแล้วสำหรับแนวทางในการพาดหัวข่าวผู้สื่อข่าวควรเริ่มต้นเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. ให้เขียนเป็นประโยคหนึ่งประโยคภาษาที่ใช้ในการเขียนเนื้อหาข่าวกำหนดให้ใช้ภาษาทางการเท่านั้นยกเว้นแต่การเขียนโดยอ้างคำพูดแหล่งข่าวโดยตรง

2. จับประเด็นสำคัญของเรื่องหากำสำคัญให้ได้ส่วนใหญ่จะเป็นคำที่ทำให้เกิดภาพขึ้นในใจเลือกข้อเท็จจริงที่จะทำให้ผู้อ่านมาสนใจข่าว

3. เขียนประโยคให้สั้น กระชับ สื่อความหมายได้ตรงกับใจความสำคัญของข่าว

4. แบ่งประโยคออกเป็นบรรทัดตามที่ต้องการว่าจะพาดหัวข่าวในรูปแบบใด เช่น บรรทัดเดียว สองบรรทัด สามบรรทัด หรือชุดห้วข่าว

บรรยงค์ สุวรรณผ่อง (2542) แนะนำถึงเทคนิคการพาดหัวข่าว ไว้ดังนี้

1. เลือกแนวคิดเพื่อใช้ในการพาดหัวข่าว
2. หาคำที่มีความหมายครอบคลุมคำที่ยาว
3. ขึ้นประโยคจากประเด็น โดยให้ห้วข่าวหลัก ห้วข่าวรอง
4. คำนวณตัวอักษรกับเนื้อที่ที่กำหนดสำหรับการพาดหัวข่าว
5. จับประเด็นที่เป็นหัวใจสำคัญที่สุดของข่าว

พนม วรรณศิริ (2544,196-197)กล่าวถึงวิธีการเขียนห้วข่าวไว้ดังนี้ควรเขียนประโยคให้สมบูรณ์ ถ้าหากประโยคยาวเกินไปจำเป็นต้องละประธานไว้แต่ต้องให้เป็นที่น่าสนใจว่าใครเป็นผู้กระทำ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบและองค์ประกอบ ความหมาย ความสำคัญและหน้าที่การพาดหัวข่าว และหลักการและวิธีการพาดหัวข่าว ต่อมาผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาการพาดหัวข่าวในสื่อออนไลน์ หรือที่เรียกกันว่ารูปแบบคลิกเบต เพื่อให้จะได้ความรู้เพิ่มเติมว่าการพาดหัวข่าวแบบแพลตฟอร์ม มีรูปแบบและวิธีการอย่างไร รวมถึงการนำความรู้ที่ได้ไปเป็นกรอบแนวคิด และนำไปพัฒนาในการออกแบบเครื่องมือในงานวิจัยได้ สามารถสรุปการพาดหัวข่าวออนไลน์ และคลิกเบต ได้ดังต่อไปนี้

2.3.4 รูปแบบการพาดหัวข่าว

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิชาการและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการพาดหัวข่าวทั้งการพาดหัวข่าวแบบดั้งเดิม และการพาดหัวข่าวบนสื่อออนไลน์ และแบบคลิกเบต เพื่อนำความรู้ที่ได้มาเป็นกรอบในการวิจัย และนำมาออกแบบเป็นเครื่องมือที่จะใช้ในการเก็บ

ข้อมูลในการวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ผู้วิจัยสามารถรูปแบบการพาดหัวข่าวได้ดังนี้

1.) รูปแบบการพาดหัวข่าวบนสื่อดั้งเดิม (หนังสือพิมพ์)

อรชา เพือกสุวรรณ (2544) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย สรุปได้ว่าการเขียนพาดหัวข่าวให้สั้น กระชับ แต่ยังคงใจความสำคัญ เพื่อให้ผู้อ่านมีความสนใจติดตามเนื้อหาต่อไป และการพาดหัวจะต้องเป็นที่น่าสนใจสะดุดตาสร้างภาพให้ผู้อ่านคล้อยตามมากกว่าภาษาเขียนทั่วไปทั้งในด้านสำนวนโวหารรูปแบบการนำคำไปเขียนเรียงความให้ผู้อ่านทราบความหมาย ภาษาที่ใช้ในการเขียนพาดหัวข่าวจึงใช้คำหรือประโยคที่ทำให้เกิดจินตนาการในการสร้างภาพพจน์ของเนื้อหาข่าว และมักใช้ระดับภาษาไม่เป็นทางการ จากศึกษาการใช้ภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ พบว่ามีการใช้ภาษา 5 ลักษณะ ได้แก่ 1. การใช้คำเรียกชื่อ 2. การใช้คำสมญานาม 3. การใช้คำย่อ 4. การย่อคำ 5. การใช้ภาษาต่างประเทศ 6. การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง ซึ่งพบว่ามีภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษามลายู ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ภาษารัสเซีย ภาษากัมพูชา ภาษาฝรั่งเศส และภาษาเมียนมา

อรพรรณ มูลจันทร์ (2536) อ้างถึงในอรชา เพือกสุวรรณ (2544) ศึกษาวิจัยเรื่องการนำเสนอพาดหัวข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์รายวัน โดยศึกษาหนังสือพิมพ์รายวัน 9 ฉบับ สรุปได้ว่าการพาดหัวข่าวส่วนใหญ่มีทั้งภาคประโยค ประธานภาคแสดง รองลงมาก็คือการพาดหัวข่าวโดยใช้กริยาวิเศษณ์ เป็นคำที่มีน้ำหนัก หรือใช้คำรุนแรงเพื่อให้ข่าวมีความน่าสนใจ ส่วนคำอื่นๆ นามวลีหรือวลีในรูปแบบอื่นมีบ้างปะปราย นอกจากนี้ผลวิจัยยังพบอีกว่า หัวข่าวคือส่วนที่ทำให้รูปลักษณ์ของข่าวสมบูรณ์ เป็นจุดเด่นที่ดึงดูดเรียกร้องความสนใจ การพาดหัวข่าวเพื่อให้สะดุดตา ให้สีสันสร้างอารมณ์ จนเกินไปจะทำให้ผู้อ่านมองว่าเป็นการพาดหัวข่าวเกินความเป็นจริง

สุรัตน์ ศรีราษฎร์ (2545) ศึกษาวิจัยเรื่องการใช้คำในการพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์รายวัน สรุปได้ว่า การใช้คำในการพาดหัวข่าวมีการใช้คำอยู่ 2 ลักษณะ ดังนี้ลักษณะที่ 1 ใช้รูปคำเดิมแต่ความหมายของคำเปลี่ยนไปหรือแตกต่างจากความหมายในพจนานุกรมแต่ยังมีเค้าโครงความหมายเดิมอยู่ ขณะเดียวกันมีบางสำนักข่าวใช้รูปแบบคำเดิมแต่ความหมายของคำเปลี่ยนไปไม่มีเค้าโครงเดิมลักษณะที่ 2 คือการใช้คำโดยรูปคำเปลี่ยนแปลงไปจากรูปคำตามพจนานุกรม โดยการตัดคำหรือพยางค์บางพยางค์ออกไปแต่ยังคงความหมายที่ระบุไว้พจนานุกรม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะให้พอดีกับเนื้อที่ที่จะใช้ในการพาดหัวข่าว บางบริษัทใช้

ธีรวัธรา ขะบุรณ์ (2557) ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์การใช้ภาษาการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สรุปว่า การใช้ภาษาและความหมายของคำการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ระหว่างฉบับวันที่ 1 มกราคม 2556 -30 มิถุนายน 2556 พบว่าภาษาการพาดหัวข่าวหน้า 1 มี

ลักษณะการใช้ภาษา 5 ลักษณะ ได้แก่ 1. การใช้คำเรียกชื่อบุคคลที่เป็นผู้กระทำหรือผู้ถูกกระทำในเหตุการณ์ 2. การใช้คำสมญานาม โดยใช้ฉายาหรือชื่ออันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบุคคลในข่าว เพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านเกิดความสนใจข่าว 3. การใช้คำย่อ คือการตัดคำหรือย่อให้สั้นลงแต่ยังคงความหมาย เพื่อลดเนื้อแต่จะใช้คำที่รู้จักกันโดยทั่วไป 4. การย่อกำ คือการตัดคำให้สั้นช่วยเพิ่มพื้นที่สำหรับเขียนข่าว 5. การใช้คำภาษาต่างประเทศ

6. การใช้คำสแลง 7. การพาดหัวข่าวแบบการอ้างอิงคำพูดแหล่งข่าว 8. การพาดหัวแบบเรียกอาชญากรรมต่างๆ 9. การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน นอกจากนี้ยังพบว่า การพาดหัวข่าวส่วนใหญ่เป็นคำนามทั่วไปและคำนามชี้เฉพาะ ส่วนความหมายของคำที่พบในพาดหัวข่าวมีความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัย ซึ่งคำที่มีความหมายโดยนัย ส่วนใหญ่เป็นคำใหม่ที่เกิดจากการเหตุการณ์ต่างๆตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม

2.) รูปแบบการพาดหัวข่าวออนไลน์และการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบต

สุทธิดา นาคเจริญ (2558) กล่าวว่า การพาดหัวข่าวในสื่อออนไลน์ (HEADLINE FOR ONLINE MEDIA) กล่าวว่า การพาดหัวข่าวบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีความแตกต่างจากการพาดหัวข่าวแบบสื่อดั้งเดิม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร หรือสื่อโทรทัศน์ วิทู เพื่อให้อ่านเหมาะสมและสอดคล้องกับสื่อออนไลน์ เนื่องจากการพาดหัวแบบสื่อดั้งเดิมมีองค์ประกอบบางประการที่เข้ากับสื่อออนไลน์ไม่เหมาะสม ดังนั้นต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และเลือกใช้ประเภทของหัวข่าวให้มีความเหมาะสมกับวิธีการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ในประเภทต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่จะเป็นประเภทการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวบรรทัดเดียวเต็มคอลัมน์ (cross line/bar line) และพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวเสมอน้ำ (flush left) ด้วยเหตุผลว่าปรับให้เหมาะสมกับสื่อที่ใช้ในการนำเสนอ

แต่องค์ประกอบใหญ่ที่สำคัญที่การพาดหัวข่าวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่องค์กรสื่อจำเป็นต้องยึดการพาดหัวข่าวแบบแพลตฟอร์มสื่อดั้งเดิมคือการยึดหลักการพาดหัวข่าวให้มีองค์ประกอบที่น่าสนใจตามหลักขององค์ประกอบ 5Ws+1H เพราะหัวข่าว (headline) คือส่วนบนสุดของข่าวที่ทำหน้าที่บอกผู้อ่านให้ทราบถึงสาระสำคัญของข่าวและเป็นส่วนประกอบสำคัญ หัวข่าวอาจมีขนาดลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามความสำคัญของข่าวที่ได้รับการประเมินค่าแล้วจากบรรณาธิการข่าว เพื่อให้หัวข่าวมีประเภทของหัวข่าวที่หลากหลายและดึงดูดความสนใจแตกต่างกันออกไป

จากงานวิจัยยังพบอีกว่าส่วนใหญ่นั้นหนังสือพิมพ์ออนไลน์มักใช้การพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวบรรทัดเดียวเต็มคอลัมน์ (cross line/bar line) และพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวเสมอน้ำ (flush left) ด้วยต้องการให้เหมาะสมกับหน้าต่างการนำเสนอบนหน้าจอคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟนของผู้อ่าน สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบันของผู้รับข่าวสารที่มีความต้องการบริโภคข่าวสารผ่าน

สื่อออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกและรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสามารถเลือกคลิกเข้าไปอ่านเฉพาะข่าวที่ตนสนใจ

กนกพร ประสิทธิ์ผล (2559) นักสภามคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ กล่าวว่า การพาดหัวข่าวคือจุดดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่านเข้ามาอ่านข่าว แต่ในขณะเดียวกันผู้เขียน นักข่าว หรือบรรณาธิการข่าวก็ต้องทำทุกวิถีทางให้ผู้อ่านเข้าไปติดตามเนื้อหาข่าวนั้น การพาดหัวข่าวคือส่วนที่สำคัญสุดรองลงมาคือคำโปรย และรายละเอียดเนื้อหา ตามลำดับ เพราะฉะนั้นความเก่งของคนเขียนพาดหัวข่าวก็ต้องสรุปเรื่องราวและเหตุการณ์ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่กำลังอยู่ในการแข่งขันที่สูงการพาดหัวข่าวที่ดีจะต้องเป็นไปตามทฤษฎีเชิงวารสารศาสตร์สรุปประเด็นสำคัญ ว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ทำไม และอย่างไร หรือตามหลัก 5W-1H แต่ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวในสื่อออนไลน์จะเน้นมองว่าพฤติกรรมของผู้เสพสื่อมากกว่าซึ่งอาจมองไปที่ว่าขณะนี้การพาดหัวข่าวลักษณะไหนกำลังเป็นที่นิยมหรือผู้บริโภคกดเข้าไปอ่านข่าวนั้นมากที่สุด แต่ก็ยังคงหัวใจสำคัญให้กระชับ และได้ใจความมากขึ้นเพื่อช่วยผู้บริโภคสื่อออนไลน์สนใจและเข้าถึงได้ ยกตัวอย่างหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการพาดหัวแต่ละครั้งจะนึกถึงกลุ่มเป้าหมายคือชาวบ้าน การพาดหัวข่าวก็ใช้ภาษาบ้านๆ เข้าใจง่าย แต่หากมาดูที่เว็บไซต์ไทยรัฐซึ่งเปลี่ยนมาเป็นสื่อออนไลน์ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่กว้างกว่าถึงแม้ว่าจะเป็นข่าวเดียวกันจึงทำให้มีการใช้ภาษาที่แตกต่างกันออกไป

ในโลกที่มีการแข่งขันกันในเรื่องสื่อที่สูงขึ้นเพื่อแย่งผู้อ่านให้เข้ามาอ่านเข้าสูงสุด เพื่อดึงเม็ดเงินโฆษณาเข้าบริษัทผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องหาแนวทางทางกลยุทธ์เพื่อที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจในเนื้อหาให้ได้กลยุทธ์แรกๆ ที่นิยมใช้กันคือกลยุทธ์การพาดหัวข่าวให้โดดเด่นที่สุดหรือใช้กลยุทธ์เพื่อหลอกล่อให้ผู้อ่านกดเข้าไปอ่านในรายละเอียดที่ใช้กันมากนั้นคือ ‘กลยุทธ์คลิกเบต’ ซึ่งเป็นการพาดหัวข่าวลักษณะหลอกล่อเพื่อให้คนกดอ่าน อย่างไรก็ตามการพาดหัวข่าวลักษณะนี้ว่าเป็นการเขียนที่ฉาบฉวยนักข่าวหรือบรรณาธิการข่าวจะเลือกที่จะใช้วิธีใดก็ได้เพื่อดึงดูดให้คนทั่วไปสนใจและกดเข้าไปอ่านเนื้อหาภายในเว็บไซต์ การพาดหัวข่าวจะค่อนข้างกำกวมทำให้ผู้อ่านเกิดความสับสนจนต้องตัดสินใจคลิกเข้าไปหากต้องการรับรู้เนื้อหาที่แท้จริงของข่าว หากมีการกดเข้าข่าวไปอ่านข่าวในปริมาณที่มากนั้นถือเป็นรายได้ของบริษัทเพราะโฆษณาต่างๆ จะดูที่ยอดผู้เข้ามาชมคล้ายกับเรตติ้งของรายการโทรทัศน์

นอกจากการศึกษาความหมาย ความสำคัญ หน้าที่ของการพาดหัวข่าวแล้วแนวคิดเรื่องคลิกเบตก็เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้วิจัยต้องศึกษาเพราะเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะศึกษาการพาดหัวข่าวบนแพลตฟอร์มสื่อใหม่ ซึ่งเรื่องกลยุทธ์คลิกเบตถูกนำมาใช้มากในการพาดหัวข่าว จึงเกิดเป็นปรากฏการณ์คลิกเบต แต่การ

ศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะมุ่งศึกษาไปที่ประเด็นกลยุทธ์คลิกเบตที่นำมาใช้ในการผ่านหัวข่าวบนเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิชาการสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

Dolors Palau-Sampio (2015) กล่าวว่า ได้ศึกษาการใช้รูปแบบและกลยุทธ์คลิกเบตในการพาดหัวข่าว สื่อในประเทศสเปน สามารถสรุปได้ดังนี้การพาดหัวข่าวในสื่อออนไลน์ในสเปนจะใช้คำเร้าอารมณ์ส่วนมากใช้คำให้ผู้อ่านรู้สึกถึงอารมณ์และให้อารมณ์คล้อยตามเพื่อให้เกิดการสะดุดตา บางครั้งการพาดหัวข่าวก็จะมีกรพาดเบตตรงๆสรุปความให้ข้อมูลแก่ผู้อ่าน บางครั้งก็พบว่าการพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ กลยุทธ์นี้ก็ถูกนำมาใช้สลับกับกลยุทธ์การพาดหัวข่าวอื่นๆ แต่ที่ขาดไม่ได้เลยคือรูปแบบการพาดหัวข่าวระบุว่ามัลติมีเดีย ภาพ ภาพชุด และการพาดหัวข่าวแบบใช้สัญลักษณ์/วลี/สำนวน ให้ซับซ้อนก็ได้รับความนิยมมาใช้เช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่าการพาดหัวข่าวที่นำเอาเรื่องเพศ เรื่องความขัดแย้งหรือดราม่า มาเป็นจุดขายในหัวข่าว ส่วนอีกรูปแบบหนึ่งคือการพาดหัวข่าวที่ไม่ตรงกับเนื้อหาข้างในพบว่ามีการนำมาใช้บ้างแต่ไม่บ่อยมากนักเพราะจะทำให้ชื่อเสียงองค์กรเสื่อมเสีย

ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวคิดเรื่องคลิกเบตได้ว่า คลิกเบตคือรูปแบบการพาดหัวข่าวที่หลอกล่อให้คนเข้ามาอ่านข่าว ผ่านวิธีการใช้ภาษา หรือการใช้เครื่องหมายต่างๆ และการใช้คลิปภาพ มาใช้ในการพาดหัวข่าว คือรูปแบบการพาดหัวข่าวบนแพลตฟอร์มสื่อใหม่ คือการใช้คำสำนวนภาษาในการหลอกล่อให้เชื้อเข้ามา หรือกลยุทธ์การตะครุบเหยื่อ ให้เข้ามาอ่านข่าวในรายละเอียด โดยจะใช้คำเร้าอารมณ์คนอ่าน การพาดหัวข่าวถือว่าเป็นประตูหน้าบ้านที่จะดึงดูดความสนใจ วิธีการทำคือการใช้ภาษา สำนวน การเพิ่มความหลากหลายในหัวข่าวจากแพลตฟอร์มดั้งเดิม เช่น การมีภาพ มีคลิป โดยส่วนใหญ่จะมีรูปแบบการพาดหัวข่าวดังต่อไปนี้ หรือการพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ ทำให้ผู้อ่านสงสัยและตัดสินใจกดเข้าไปอ่านในเนื้อหาข่าว และภาษาในการพาดหัวข่าวมักใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก คือการใช้คำ ภาษา สำนวน ที่เร้าใจเร้าอารมณ์ เพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้อยากเห็นมีความรู้สึกเหมือนอยู่ในเหตุการณ์หรือนึกภาพตามเหตุการณ์ออก

ในขณะที่เดียวกันการพาดหัวข่าวจะมีการใช้เครื่องหมายต่างๆเข้ามาช่วยด้วยเพื่อช่วยเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ ซึ่งการพาดหัวข่าวลักษณะนี้เป็นการนำเครื่องหมายต่างๆมาเป็นตัวช่วยในการพาดหัวข่าว เพื่อสร้างความโดดเด่น ให้เป็นจุดสะดุดตาผู้อ่าน บางกรณีจะมีการพาดหัวข่าวโดยระบุ (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด) นำเอาจุดเด่นของเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้เพิ่มความหลากหลายให้หัวข่าวมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น เพราะการพาดหัวข่าวแบบสื่อดั้งเดิมจะเป็นการ

เพียงแค่ตัวอักษรเท่านั้น ส่วนแพลตฟอร์มสื่อใหม่บนเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์จะมีการนำภาพ และ คลิป มาประกอบเพื่อสร้างความหลากหลายและความน่าสนใจดึงดูดผู้อ่าน

อย่างไรก็ตามการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบตยังมีการนำเรื่องเชกส์หรือเพศ มาบอกในการ พาดหัวข่าวเพื่อให้อ่านได้รู้ว่าเกิดอะไรขึ้นกับเพศอะไรเป็นผู้ถูกระทำ หรือมีไหนกำลังทำอะไร เพราะบางเหตุการณ์หากเอาเรื่องเพศเข้ามาพาดบนหัวข่าวแล้วทำให้อ่านรู้สึกอยากอ่านข่าวมาก เช่นบางเหตุการณ์เพศหญิงไม่น่าจะเป็นผู้กระทำ จึงเป็นเรื่องที่ผู้อ่านต้องตะลึงแล้วกดเข้าไปอ่านข่าว นอกจากนี้ยังมีนำสุภาพิต/วลี/สำนวน ที่สนุกสนาน ขบขัน เข้ามาใช้ในการพาดหัวข่าว ซึ่งการพาด หัวข่าวลักษณะนี้คือการนำเอาสุภาพิต/วลี/สำนวน ที่สังคมเป็นที่รู้จักมาเปรียบเปรยในการพาดหัว ข่าว เพื่อสร้างความขบขัน สามารถดึงดูดผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

ขณะเดียวกันยังมีการนำประเด็นข่าวที่มีความขัดแย้ง มาพาดหัวข่าวบนสื่อออนไลน์ เพราะจากการวิจัยพบว่าผู้อ่านส่วนใหญ่ชอบตามข่าวข่าวที่เน้นความขัดแย้งและประเด็นที่ดราม่า ที่เกิดขึ้นในสังคม จึงทำให้องค์กรสื่อออนไลน์นำมาเป็นจุดขายในการพาดหัวข่าวให้อ่านเกิดความสนใจเพราะกำลังเป็นประเด็นร้อนที่กำลังเกิดขึ้นในสังคมอยู่ขณะนั้น นอกจากนี้ยังมีการพาด หัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข ซึ่งเป็นการพาดหัวข่าวที่ใช้ตัวเลข หรือตัวอักษรที่บอกถึงจำนวน ที่มีระยะ จำนวน หรือระยะเวลา ข่าวบางข่าวมีการใช้จำนวนตัวเลขที่มากจะช่วยดึงดูดให้อ่านกดเข้าไปอ่าน ข่าว เพราะบางครั้งผู้อ่านเห็นตัวเลขอะไรที่มากจึงทำให้สนใจกดเข้าไปอ่านข่าว

สุดท้ายคือการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหาข่าว การพาดหัวข่าวลักษณะนี้ เกิดขึ้นจากปรากฏการณ์ทางสังคม ที่สื่อออนไลน์บางสำนักข่าวนำมาใช้และถูกผู้อ่านวิพากษ์มากใน โลกออนไลน์ว่าการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหาข่าว เป็นอีกหนึ่งรูปแบบที่กำลังเกิดขึ้น ในวงการสื่อมวลชนในประเทศอยู่ในขณะนี้ การพาดหัวลักษณะนี้เพราะหลอกล่อให้คนเข้าไปอ่าน แต่จะใช้ได้ไม่บ่อยมากเพราะถูกกระแสสังคมวิพากษ์วิจารณ์ว่าผิดจรรยาบรรณ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนงานวิชาการจากตำราต่างๆ ของรูปแบบการพาดหัวข่าว ทั้งในรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบสื่อดั้งเดิม และการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบต ในสื่อใหม่ สามารถ สรุปการพาดหัวข่าวได้ทั้งหมด 18 รูปแบบการพาดหัวข่าว ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบสื่อดั้งเดิม

รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบสื่อดั้งเดิม	คำอธิบาย
1.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง	ดึงมาจากงานวิจัยของ ชีร์วรา ษะบุรณ์ เรื่องการวิเคราะห์การใช้ภาษาการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
2.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด	ดึงมาจากงานวิจัยของ ชีร์วรา ษะบุรณ์ เรื่องการวิเคราะห์การใช้ภาษาการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
3.การพาดหัวข่าวเรียกชื่อกันดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว	ดึงมาจากงานวิจัยของ ชีร์วรา ษะบุรณ์ เรื่องการวิเคราะห์การใช้ภาษาการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และงานวิจัยอรพรรณ มูลจันทร์ (2536) เรื่องการนำเสนอพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์รายวัน
4.การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ คำย่อของชื่อเฉพาะยศตำแหน่ง	ดึงมาจากงานวิจัยของ ชีร์วรา ษะบุรณ์ เรื่องการวิเคราะห์การใช้ภาษาการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และงานวิจัยอรพรรณ มูลจันทร์ (2536) เรื่องการนำเสนอพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์รายวัน
5.การพาดหัวแบบเรียกอาชีพต่างๆ	ดึงมาจากงานวิจัยของ ชีร์วรา ษะบุรณ์ เรื่องการวิเคราะห์การใช้ภาษาการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
6.การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน	ดึงมาจากงานวิจัยของ ชีร์วรา ษะบุรณ์ เรื่องการวิเคราะห์การใช้ภาษาการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
7.การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ	ดึงมาจากงานวิจัยของ ชีร์วรา ษะบุรณ์ เรื่องการวิเคราะห์การใช้ภาษาการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
8.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง	ดึงมาจากงานวิจัยอรพรรณ มูลจันทร์ (2536) เรื่องการนำเสนอพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์รายวัน และงานวิจัยอรพรรณ มูลจันทร์ (2536) เรื่องการนำเสนอพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์รายวัน
9.การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล	ดึงมาจากหนังสือเรื่องความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับรายงานข่าวของนรินทร์ นำเจริญ (2549)

ตารางที่ 2.2 รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบต

รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบต	คำอธิบาย
1.การพาดหัวข่าวแบบคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้	ดึงมาจากการวิจัยของ Dolors Palau-Sampio (2015) เรื่อง Reference press metamorphosis in the digital context: clickbait and tabloid strategies in Elpais.com. Communication & Society, 29(2), 63-79.
2.การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก	
3.การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์หรือเรียกคำสนใจ	
4.การพาดหัวข่าวโดยระบุ(ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด)	
5.การพาดหัวข่าวโดยระบุคำเรียกเพศ	
6.การพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน	
7.การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง	
8.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข	
8.การพาดหัวข่าวแบบพาดหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหาข่าว	ดึงมาจากปรากฏการณ์ทางสังคม ที่มีการพูดถึงมาก เช่น https://pantip.com/topic/34433329 เรื่องช็อคมาก! อุทธรณ์! อ่านแล้วคุณจะทำอะไร ?? พาดหัวข่าวแบบนี้ไปเพื่ออะไร ??

2.4 แนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ เพื่อให้สอดคล้องกับการวิจัยที่ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ เพราะเกี่ยวข้องโดยตรงกับแนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ เนื่องจากเรื่องที่ศึกษาเป็นรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นการศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าวบนแพลตฟอร์มเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ซึ่งถือว่าเป็นสื่อใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมหลายสำนักข่าว โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ที่กำลังปรับตัวหลอมรวมระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่เข้าด้วยกัน ดังนั้นการศึกษานี้แนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์

จะช่วยให้ผู้วิจัยได้เห็นทิศทางและกรอบการทำวิจัยที่ชัดเจนคือเพราะผู้ศึกษาได้เห็นโครงสร้างหลักการต่างๆ ในแนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ชัดเจนขึ้น โดยก่อนที่ผู้วิจัยจะศึกษาแนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ ผู้วิจัยได้ปูพื้นฐานความรู้เรื่องประเภทหนังสือพิมพ์และการกำเนิดเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ก่อน สามารถสรุปได้ดังนี้

หนังสือพิมพ์ทั่วไป หมายถึงหนังสือพิมพ์ที่มุ่งเสนอเนื้อหาที่คนทั่วไปสนใจ และความเพลิดเพลินแก่ผู้อ่าน ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับอาชญากรรม อุบัติเหตุ วิบัติภัย ความหายนะ กีฬา ความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคม โดยมักจะมีการตอบสนองแบบทันทีทันใดรวดเร็วต่อสถานการณ์บ้านเมืองสด ทันต่อเหตุการณ์ รายงานข่าวตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น กลุ่มคนอ่านมีจำนวนมากตั้งแต่ระดับล่าง –ระดับบน เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ข่าวสด และเดลินิวส์

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่มุ่งเน้นการนำเสนอเฉพาะข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจการค้า การลงทุน เป็นหลักมากกว่าข่าวประเภทอื่นๆ หนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะมีฐานคนอ่านไม่มากเหมือนหนังสือพิมพ์ประเภททั่วไป ส่วนใหญ่คนอ่านจะเป็นกลุ่มนักธุรกิจ หรือเฉพาะเจาะจงเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

ศุภนิธย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ (2556) กล่าวว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทเปลี่ยนแปลงชีวิตประจำวันของผู้คน การเปลี่ยนแปลงนี้เข้าถึงเกือบทุกแวดวง เช่นวงการสื่อมวลชนก็ได้ใช้ประโยชน์โดยการเสนอข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายให้ผู้สนใจสามารถอ่านข้อมูลผ่านทางคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือที่สามารถเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้หนังสือพิมพ์ต้องนำเสนอเนื้อหาบนสื่อใหม่เพื่อเสริมและสนับสนุนสถานภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมมากกว่าการพัฒนาไปสู่การสร้างตลาดใหม่ทางข้อมูลด้านอิเล็กทรอนิกส์อย่างแท้จริง

สำหรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยเกิดขึ้นจากกระแสความนิยมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจากต่างประเทศด้วยเพราะความสามารถในการเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ ได้ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว พร้อมเสียง ช่วยลดข้อด้อยของสื่อหนังสือพิมพ์ได้เป็นอย่างดี สำหรับประเทศไทยหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ เป็นองค์กรแรกที่ให้บริการ Online Edition ในเดือนมีนาคม 2539



ภาพที่ 2.1 เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ในยุคเริ่มต้น

ที่มา: <https://www.google.co.th/search?biw=1138&bih=549&q> เข้าถึงเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2560

หลังจากนั้นหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ ต่างก็ทยอยเปิดตัวหนังสือพิมพ์ออนไลน์พร้อมพยายามพัฒนาเว็บไซต์ทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอให้ดีขึ้นตามลำดับ โดยในช่วงนั้นวัตถุประสงค์หลักของการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์คือเพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูทันสมัย เพิ่มช่องทางเสริมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อหลัก อีกทั้งยังเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการเสนอข่าว ลดข้อด้อยเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อหนังสือพิมพ์ ในขณะที่เคยยังเป็นข้อดีที่ช่วยเพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้กว้างมากขึ้นขยายฐานผู้อ่านไปสู่พื้นที่ห่างไกลโดยไม่ต้องลงทุนเพิ่มเติมในเรื่องของการจัดพิมพ์การขนส่งและการจัดจำหน่าย และยังทำให้เพิ่มช่องทางติดต่อสื่อสารกับผู้อ่านเช่นรับข้อคิดเห็นรับประเด็นข่าว ในขณะเดียวกันองค์กรหนังสือพิมพ์หลายฉบับจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ขึ้นเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดในการทำธุรกิจทั้งการขายพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์และขายควบคู่ไปกับสื่ออื่นๆ ในเครือในลักษณะเป็นชุด (Package) หรืออาจมีไว้เพื่อหารายได้เสริมจากค่าสมาชิก ค่าธรรมเนียมและรายได้จากการให้บริการเสริมอื่นๆ

สำหรับการพัฒนาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของไทยทุกวันนี้ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในทุกวันนี้มี 2 รูปแบบ คือ

1. ใช้เนื้อหาข่าวเดิมจากสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นบนสื่อออนไลน์
2. มีการเรียบเรียงข่าวใหม่บางส่วน ด้วยการปรับเปลี่ยน เพิ่ม หรือตัด คำ/ประโยค หรือตัดเนื้อหาข่าวทิ้งทั้งย่อหน้าสำหรับการลำดับความสำคัญของข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์ ข่าวนำของวันจาก

สื่อสิ่งพิมพ์ บรรณาธิการส่วนออนไลน์มักให้ความสำคัญเหมือนกับที่หนังสือพิมพ์สิ่งพิมพ์จัดเรียงมาแล้ว แต่ข่าวลำดับรองๆลงไปอาจสลับกันหรือไม่ได้นำมาเสนอในสื่อออนไลน์

แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะต้องมีเนื้อหาข่าวแบบให้รายละเอียดกับแบบสรุปย่อให้เลือกอ่านได้ในเว็บไซต์เดียวกันโดยจะมีเนื้อหาข่าวทั้ง 2 รูปแบบ คือแบบละเอียดกับแบบรวบรัดสรุปประเด็นถ้าผู้อ่านที่มีเวลามากกว่าเลือกอ่านแบบละเอียดสำหรับผู้อ่านที่มีเวลาน้อยก็เลือกแบบรวบรัด ความยาวของเนื้อเนื้อหาที่ไม่ยาวเกินกว่า 1 หน้าทีเพราะการอ่านจากจอานๆทำให้ปวดตาได้

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิชาการเกี่ยวกับวิวัฒนาการหนังสือพิมพ์จนถึงการกำเนิดของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ได้รู้ประวัติและที่มา ความสำคัญที่องค์กรสื่อปรับตัวหันมาผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น จากนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ (Principles of convergence Journalism) เพราะเข้าสู่ยุคหลอมรวมสื่อเข้าด้วยกันอย่างเต็มรูปแบบซึ่งเกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

สุชาติธน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัฒนากุล และคณะ (2557) กล่าวว่า วารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์เกิดขึ้นเนื่องจากประเทศไทยเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตมากขึ้นนับตั้งแต่ปี 2536 เป็นต้น โดยมีคนไทยที่เข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตได้มากถึงร้อยละ 30 และมีโอกาสที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้สื่อกระแสหลักอย่างหนังสือพิมพ์ต้องเร่งปรับตัวสู่สื่อดิจิทัลเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต และมีพฤติกรรมชอบอ่านข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต สื่อหลายสำนักจัดทำเว็บไซต์หรือปรับปรุงโครงสร้าง ให้ทันสมัยเพื่อรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ มีการปรับปรุงเนื้อหาทั้งหนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการหารายได้เข้าองค์กรเพิ่มจากสื่อเดิมที่มีอยู่ ในขณะที่กระบวนการทำงานก็หลวมรวมเป็นหนึ่งเดียวยิ่งขึ้น เพื่อประหยัดต้นทุนในการผลิต กล่าวคือองค์กรสื่อมีการใช้ทรัพยากร ทั้งตัวผู้สื่อข่าว ก็ให้ข่าวผ่านสื่อทุกช่องทางที่องค์กรมีอยู่ และยังมีการรวมเครื่องมือในการรายงานข่าว เช่น กล้องถ่ายภาพนิ่งและภาพวิดีโอสามารถใช้ร่วมกันได้ทุกสื่อ

แนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ ถือได้ว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับวงการสื่อไทย ที่ขณะนี้หลายองค์กรข่าวได้ทดลองอยู่ โดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญว่าวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ จะให้ความสำคัญกับภาพ ทั้งภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว กราฟฟิก เพื่อให้สื่อความด้วยภาพอย่างมีประสิทธิภาพ ง่ายต่อผู้รับสารที่อ่านข่าวสารได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา เทคนิคการสร้างสรรคภาพจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ความสำคัญของข้อมูลก็เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันข้อมูลข่าวสารมีจำนวนมาก มีความสลับซับซ้อนจนทำให้ผู้รับสารเกิดความสับสน ดังนั้นจะต้องสังเคราะห์ข้อมูลออกมาให้เข้าใจง่ายสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งใน

ยุควารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ เพราะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ข่าวสารไปถึงผู้อ่านได้อ่านรวดเร็ว เป็นเครื่องมือ ในการช่วยเสาะแสวงหาประเด็นข่าว กำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) ให้กับสื่อใหม่และสื่อดั้งเดิมไปพร้อมกัน

จากการศึกษางานวิชาการแนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ ผู้วิจัยพบว่า การเกิดของข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์เกิดมาจากการปรับตัวขององค์กรสื่อดั้งเดิมเพื่อรองรับผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่ que เข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลาย และพฤติกรรมผู้อ่านข่าวที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วทำให้องค์กรสื่อต้องปรับกลยุทธ์ในการนำเสนอข่าว ดังนั้นการศึกษาเรื่องดังกล่าวจะทำให้ผู้วิจัยได้รู้ถึงโครงสร้างองค์กรสื่อในยุคหลอมรวมอันจะนำไปสู่การทำวิจัยได้ง่ายขึ้น

กระบวนการสื่อข่าวว่ารูปแบบการนำเสนอข่าวออนไลน์มีความโดดเด่นด้านความเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ สื่อสังคมถูกนำไปใช้กระบวนการหาข่าว (News Gathering) และการเผยแพร่ข่าว (Distribution) ส่งผลดีในแง่ข้อมูลและแหล่งข่าวเพิ่มมากขึ้น

หนังสือพิมพ์กับการปรับกลยุทธ์ทางกลยุทธ์ทางธุรกิจและองค์กรเข้าสู่ยุคหลอมรวมสื่อ ปัจจุบันจากธุรกิจสิ่งพิมพ์ก้าวเข้าสู่ยุคออนไลน์ การแพร่เผยข่าวในออนไลน์กดดันสื่อหนังสือพิมพ์ต้องหาทางปรับตัวเพื่อความอยู่รอด หันมาผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรือฉบับดิจิทัล ข้อดีของการปรับองค์กรสู่ออนไลน์สามารถลดต้นทุนได้ หากวัดจากยอดจำนวนที่เท่ากันผลตอบแทนต่อสิ่งพิมพ์อยู่ที่ร้อยละ 12.6 ขณะที่ออนไลน์อยู่ที่ร้อยละ 39.0 การปรับตัวในการบริหารจัดการองค์กรอย่างก้าวเข้าสู่ธุรกิจยุคสื่อดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงองค์กรรับการเปลี่ยนแปลง กลยุทธ์ที่ดีควรถอดออกมาแล้วปฏิบัติจริงได้ให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (Strategy Execution) เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กรโดยตรง ทั้งความสัมพันธ์โครงสร้าง การใช้เวลา เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ Naomi Stanford แบ่งวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรสื่อหนังสือพิมพ์เป็น 2 ประเภทไว้ในหนังสือ Organization Culture ได้แก่ 1. วัฒนธรรมองค์กรแบบนิ่งตายตัว (tactic Culture) จะทำให้การเปลี่ยนทำได้ช้า 2. วัฒนธรรมแบบปรับเปลี่ยน (Changing Culture) มีลักษณะไม่หยุดนิ่งไม่ยึดติด ทำให้การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

การปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจในปัจจุบันองค์กรหนังสือพิมพ์พยายามวางกลยุทธ์เนื้อหาสื่อผ่านระบบออนไลน์ บางองค์กรจะก้าวเข้าสู่ออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ ยุบสิ่งพิมพ์สู่ e-magazine หรือ e-newspaper ปรับเปลี่ยนเนื้อหาข่าว ลีลา การนำเสนอใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับผู้บริโภคยุคออนไลน์ ที่สามารถอ่านข่าวได้ทุกที่ทุกเวลา ข่าวออนไลน์ จะเน้นความรวดเร็ว เครือข่ายทางสังคม โทรศัพท์ที่รับชมผ่านอินเทอร์เน็ต ได้ทุกเวลา สถานที่ ดังนั้นการทำให้ข่าวอ่านง่าย ดึงดูด การสร้างสีสันในแง่กายภาพ ประเภทของเนื้อหาข่าวทิศทางจะมีภาพ-ขนาดใหญ่ขึ้น ใช้ infographic ช่วย

อธิบายข่าวให้เข้าใจมากขึ้น การออกแบบเน้นที่ผู้บริโภคเป็นตัวตั้ง นำเสนอเนื้อหาที่เบา ผ่อนคลาย เน้นวิถีชีวิต (Lifestyle) บันเทิง กีฬา สารที่เป็นประโยชน์ ข้อเสนอแนะ หรือ How to รวมถึงข่าวที่เป็นประเด็นกระแสร้อน กระแสในสังคม

ทักษะการใช้ภาษา (News Language Skill) ภาษาที่ใช้ต้องเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย มีความชัดเจน ไม่คลุมเครือ ต้องมีความกระชับ ตรงประเด็น การสื่อสารแต่ละช่องทางการสื่อสารก็จะมีวิธีการใช้ภาษาที่แตกต่างกันออกไป เช่นภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์ และออนไลน์ ก็จะแตกต่างกันออกไป เพื่อให้เหมาะสมกับช่องทางการสื่อสาร และตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้ ทักษะการเขียน (News writing Skill) ทักษะการเขียนข่าวก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งในการนำเสนอข่าว ยุคสื่อหลวมรวม ผู้สื่อข่าวต้องมีทักษะการเขียนที่หลากหลาย ทั้งการเขียนแบบสั้น แบบยาว รวบรวมประเด็นให้ได้ รวมถึงการเขียนบรรยายใต้ภาพ (caption writing) การเขียนบรรยายวิดีโอบนยูทูป การเขียนข่าวจำนวน 140 คำบนสื่อ ทวิตเตอร์ ผู้สื่อข่าวต้องมีทักษะที่ดีพอ

ทักษะด้านเทคนิค ผู้สื่อข่าวต้องมีเทคนิคการผลิตข่าวเพิ่มขึ้นแบบครบวงจรในบุคคลคนเดียว จากเดิมที่มีหน้าที่เพียง รวบรวม เรียบเรียง ข่าวเขียน ซึ่งเป็นรูปแบบการทำงานแบบสื่อดั้งเดิม ปัจจุบันต้องมีเทคนิคการถ่ายภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ตกแต่งภาพ ตัดต่อ ทำกราฟฟิก

ขั้นตอนการผลิตข่าว/รายงานข่าว 1.การผลิตคลิปวิดีโอข่าว การผลิตข่าวในรูปแบบภาพวิดีโอ (Motion/Video) เผยแพร่บนเว็บไซต์ข่าว มักจะใช้ภาษากึ่งทางการที่กระชับ ชัดเจน เข้าใจง่าย เนื่องจากข่าวประเภทนี้จะเสนอภาพข่าวเป็นหลัก อาศัยภาพข่าวเป็นตัวเล่าเรื่องราว โดยใช้เสียงช่วยบรรยายให้ข่าวสมบูรณ์ และจะต้องพาดหัวข่าวให้มีความดึงดูด บางครั้งผู้สื่อข่าวต้องพูดแบบเปิดหน้ากล้อง 2. การรายงานข่าวสดบนเว็บไซต์บางครั้งก็มีความจำเป็นที่จะรายงานข่าวสดบนเว็บไซต์เพิ่มความน่าสนใจ น่าติดตามเนื้อหาข่าว แต่จะต้องมีการเตรียมบท เสียงสัมภาษณ์ให้ดี หรือมีภาพวิดีโอประกอบ ซึ่งปัจจุบันมีเพียงโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนเครื่องเดียวก็สามารถใช้งานได้ทั้งหมด 3.การผลิตข่าวบนเว็บไซต์และเว็บบล็อก ส่วนใหญ่จะเน้นการนำเสนอแบบใช้ภาพนิ่งจำนวนหลายภาพในการเล่าเรื่อง พร้อมเนื้อหาข่าวประกอบ ดังนั้นจะต้องมีการถ่ายภาพนิ่งในหลายลักษณะ หลายมุม มีการนำภาพมาผลิตเป็นสไลด์โชว์เพื่อนำเสนอภาพให้น่าสนใจ และหมุนเวียนกันไปมา สำหรับการเขียนข่าวต้องสั้น กระชับ การบรรยายใต้ภาพต้องเขียนบรรยายในแต่ละภาพด้วย

ภาพ/เสียง (Visual) ในกระบวนการผลิตข่าว 1.เสียง (audio) แบ่งเป็น 4 ลักษณะ คือ เสียงพูด เสียงบรรยาย เสียงสัมภาษณ์ (Voice) เสียงเพลง (Music) เสียงประกอบ (Sound Effect) และเสียงจากเหตุการณ์จริง (Actuality) การเพิ่มเสียงเข้าไปในการรายงานข่าวจะช่วยแสดงอารมณ์ความรู้สึก เกิดจินตนาการ เสียงช่วยให้เข้าใจความรู้สึก ความคิด การทำ Podcast หรือคลิปเสียงเพื่อให้สามารถดาวน์โหลดเก็บไว้ฟังได้ 2.ภาพนิ่ง (Still pictures) ใช้สำหรับอธิบายเหตุการณ์

บุคคล บอกเล่าอารมณ์ ความรู้สึกให้ผู้รับสารเหมือนอยู่ใกล้ชิดกับเหตุการณ์ ภาพช่วยกระตุ้นความรู้สึกแสดงให้เห็นตัวตนลักษณะบุคคลที่ต้องการจะสื่อออกไปให้ผู้รับสารสัมผัสถึงได้ ช่วยให้ เห็นสถานที่เกิดเหตุ ภาพเล่าเรื่องราวได้ ช่วยอธิบาย ขยายประเด็นข่าวให้ชัดเจนสามารถลงได้ทั้ง ภาพเดี่ยว อัลบั้มเพื่อประมวลภาพ

3.ภาพเคลื่อนไหว (Video) แสดงให้เห็นอารมณ์ความรู้สึกอย่างชัดเจน ความรู้สึกเร็ว สด ใหม่ ใกล้ชิดต่อเหตุการณ์ วิดีโอที่ดีต้องเล่าต้องเล่าเรื่องด้วยภาพ เช่น เหตุการณ์ที่น่าสะเทือนใจ ภัย พิบัติ อุบัติภัย จะช่วยบรรยายเหตุการณ์ได้ดีกว่าคำพูด มีทั้งภาพ เหตุการณ์ อารมณ์ ความรู้สึก ออนไลน์วิดีโอ แตกต่างจากข่าวโทรทัศน์ คือ สามารถนำคลิปจากโทรทัศน์มาลงเว็บข่าวออนไลน์ ดู ย้อนหลังได้ สามารถตัดเนื้อหาส่วนต่างๆ ออกเป็นก้อนๆ เพื่อให้ผู้รับสารเลือกรับชมได้ตามความต้องการ ทำให้ขยายความได้เยอะ ให้รายละเอียดประเด็นได้มากขึ้น สามารถแยกลิงค์เชื่อมโยงเข้าหากันได้เพื่อดูประเด็นอื่นๆ สรุปออนไลน์วิดีโอสำหรับเว็บไซต์ข่าว ควรนำเสนอแบบง่าย ตรงไปตรงมา มีประสิทธิภาพในการเล่าเรื่อง ให้ความสำคัญกับเนื้อหาประเด็นไม่จำเป็นต้องมีผู้ประกาศข่าว สั้น กระชับ เพราะพฤติกรรมคนรับชมไม่ชอบดูอะไรยาวจนเกินไปบนเว็บไซต์

4.กราฟฟิก (Graphic) แผนที่ แผนภูมิ ส่วนใหญ่ใช้อธิบายตัวเลข สถิติ ความสัมพันธ์ ความเปลี่ยนแปลง เปรียบเทียบเชิงตัวเลขให้เข้าใจง่าย แอนิเมชัน แสดงตัวอย่าง เหตุการณ์จำลอง เป็นต้น อธิบายให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ข่าวที่มีข้อมูลสถิติจำนวนมาก เปรียบเทียบเท รนด์ในอดีตกับปัจจุบัน เล่าลำดับเหตุการณ์ นอกจากนั้นถ้าต้องการให้ความลึกในการนำเสนอ ข้อมูล สามารถดัดแปลงกราฟฟิกให้อยู่ในรูปของInteractive content สามารถเชื่อมโยงไปยังข้อมูล หรือเนื้อหา อื่นๆ ได้ เป็นการเสริมการเล่าเรื่องให้รอบด้าน

การเล่าเรื่องบนสื่อใหม่ หัวใจสำคัญที่สุดต้อง กระชับ ตรวจสอบข้อมูลให้ดี การ ตัดสินใจเลือกประเด็นข่าวที่จะนำเสนอข้อมูลต้องชัดเจน หากไม่แน่ใจควรมีการตรวจสอบหรือข้าม การรายงานข่าวไปก่อน อย่าฝืนรายงานข่าวแบบไม่ถูกต้อง เพราะจะส่งผลกระทบต่อสังคมวงกว้าง เนื่องจากโซเชียลมีเดียปัจจุบันมีการแชร์กันในสังคมออนไลน์อย่างรวดเร็ว รวมถึงการเลือกใช้ภาพ ข้อความ วิดีโอ มาประกอบการนำเสนออย่างเหมาะสม ให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร ให้เกิด การสื่อสารแบบสองทาง และองค์กรข่าวจะได้ประโยชน์จากการระดมข้อมูล ความคิดเห็นจากคน อ่านติดตามข่าวอีกด้วย ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกเป็นส่วนร่วมในกระบวนการทำข่าว

การเล่าเรื่องด้วยภาพและอินโฟกราฟฟิกการสื่อสารด้วยภาพ Visual Communication มีการพัฒนามาตลอดตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป การสื่อสารด้วยภาพช่วยให้ผู้รับสารเห็นภาพด้วยตา เป็นการช่วยอธิบายเพิ่มเติมของผู้ส่งสาร หรือองค์กรข่าว ก่อให้เกิดการเรียนรู้เพิ่มเติม รู้ข้อมูลข่าวสาร จากนามธรรมเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น เนื่องจากบางครั้งคำผู้ส่งสารอธิบายแบบไม่กระจ่าง

สำหรับวิธีการใช้ภาพเป็นสื่อ นั้น เป็นการกระตุ้นผู้รับสารดูภาพแล้วเชื่อมโยงเข้ากับประสบการณ์เดิมของตนที่มีอยู่ ทำให้เข้าใจง่ายเกิดการเรียนรู้ ไม่ควรใช้ภาพมากเกินไปจะทำให้ผู้รับสารไขว้เขวได้ง่าย ลดการพูดหรืออธิบาย เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ศึกษารายละเอียดของภาพมากขึ้น กระตุ้นให้ผู้รับสารการแสดงออกมีความคิดริเริ่มจากคุณภาพ และจะต้องมีคำถามตรงเฉพาะเรื่องให้ผู้รับสารคิดคำตอบภาพนั้น

สรุปผลการศึกษางานวิชาการผู้วิจัยพบว่ากระบวนการรายงานในยุคดิจิทัลจะต้องมีความรวดเร็วแข่งกับเวลาทำให้โอกาสเกิดข้อผิดพลาดก็มีมากทำให้องค์กรสื่อต้องปรับตัวกระบวนการรายงาน เช่นการเพิ่มภาพ เสียง วิดีโอ กราฟิก ต่างๆ ช่วยให้ข่าวมีสีสันดึงดูดผู้อ่านมากขึ้น โดยการนำสิ่งต่างๆเหล่านี้มาเป็นส่วนประกอบในการพาดหัวข่าวเพื่อสร้างจุดโดดเด่นให้คนอ่านกดเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าว

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจข่าว

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจข่าวเนื่องจากการปรับตัวของสื่อหนังสือพิมพ์สู่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เกี่ยวข้องกับการปรับเนื้อหาดึงดูดผู้อ่านเป้าหมายเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ และการแข่งขันในธุรกิจสื่อที่มีสูงขึ้นในยุคปัจจุบัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้วิจัยต้องศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจข่าว

สมสุข หินวิมาน และคณะ (2558) กล่าวว่า ข่าวคือสินค้าที่คนทั่วไปต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน จนต้องผลิตออกจำหน่ายปริมาณที่มากสาเหตุที่ทำให้ข่าวกลายเป็นที่ต้องการในการใช้ชีวิตของผู้คนในสังคม คือข่าวเป็นเครื่องมือในการปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมดูข่าวเพื่อใช้เป็นหัวข้อในการสนทนาในชีวิตประจำวัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนอื่น (Harrison,2006:18) ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง เศรษฐกิจ การเมือง กีฬา บันเทิง นอกจากนี้ข่าวยังเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจของคนในสังคม เช่น การลงทุนต่างๆ ช่วยให้เรามีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจข่าว นับวันการแข่งขันในธุรกิจสื่อมีความรุนแรง ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของหลายสำนักข่าว ต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่จะทวีความรุนแรงในอนาคต จึงทำให้มีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจข่าว ทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยภายในปัจจัยด้านผู้ส่งสารคือ ผู้ส่งสารอาจเป็นสินค้าที่ซื้อขายเพื่อทำกำไร แต่สำหรับผู้รับสารข่าวคือผลิตภัณฑ์ที่ผู้รับสารคาดหวัง ต้องทำบทบาทหน้าที่ เพื่อสังเกตการณ์ แจ้งเตือนสังคม รวบรวมข้อเท็จจริงมาตีแผ่ ความคาดหวังดังกล่าวทำให้สำนักข่าว หรือธุรกิจข่าวต้องควบคุมมาตรฐานการทำงานข่าวตอบสนองความต้องการของสังคม

ปัจจัยด้านเนื้อหาส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อโดยตรง เปรียบเสมือนหัวใจหลัก เพราะเนื้อหาเป็นส่วนสำคัญมากในการกำหนดทิศทางธุรกิจสื่อว่าจะไปในทิศทางใด เนื่องจากองค์กรต้องขายสินค้า คือเนื้อหาเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเชิงนามธรรม (intangible value) ไม่ได้ขายผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถจับต้องได้ ผู้รับสารจะต้องการการตีความ (interpretation) การสืบสวนสอบสวน (investigation) และนัยสำคัญ (Significance) ของเหตุการณ์ สิ่งสำคัญที่สุดในการผลิตข่าวขายในเชิงธุรกิจ คือการเลือกประเด็นข่าวที่จะนำเสนอ การเลือกประเด็นปัญหามี 2 ประการ คือ 1.การลดทอนคุณค่า (dumbing down) 2.การเลือกประเด็นข่าวโดยใช้มาตรฐานที่ผู้เลือกกำหนด ผู้ผลิตข่าวคือผู้ที่เลือกสรรประเด็นข่าว ที่จะนำมาขายให้กับผู้บริโภค เลือกว่าเหตุการณ์ใดมีความสำคัญ น่าสนใจ หรือมีคุณค่าเพียงพอที่จะนำเสนอ ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสารข่าวที่องค์กรสื่อผลิตขึ้นตามเนื้อหาประเด็น หรือองค์ประกอบอื่นๆ ที่ถูกเลือกจะถูกนำเสนอผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งสื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ ช่องทางการสื่อสารจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจข่าว ซึ่งจะเกิดขึ้นในแง่ความเร็วในการกระจายสินค้า และเนื้อหาข่าว

ปัจจัยด้านผู้รับสารเมื่อองค์กรข่าวผลิตสินค้าเสร็จกระบวนการแล้วจะขายข่าวผ่านช่องทางต่างๆ ยังผู้บริโภค หรือ ผู้รับสาร ที่มีความแตกต่างกันออกไป เช่น บางรายเปิดรับข่าวสารเป็นกลุ่มสาธารณะ (public) บางกลุ่มเป็นตลาด (market) ความแตกต่างของผู้รับสารมีผลกระทบต่อธุรกิจข่าว

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ 1.ปัจจัยด้านเหตุการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นมากมายหลากหลาย เหตุการณ์ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตข่าวโดยตรง เพราะเหตุการณ์คือวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิต เหตุการณ์ที่มีความสำคัญ เร่งด่วน มีผลกระทบต่อสังคม มักจะถูกคัดเลือกนำเสนอข่าวออกไป บางเหตุการณ์ผู้ผลิตสามารถคาดเดาว่าจะเกิดอะไรขึ้นในวันรุ่งขึ้น โดยอาศัยข้อมูลเดิมที่มีอยู่ บางเหตุการณ์ก็ไม่สามารถคาดการณ์ได้ เช่น ภัยธรรมชาติ และอุบัติเหตุ หากเกิดเหตุการณ์เร่งด่วน ที่มีความสำคัญ ผู้สื่อข่าวจะเปลี่ยนมานำเสนอข่าวที่เร่งด่วนทันที

2. ปัจจัยด้านโลกาภิวัตน์ ส่งผลกระทบต่อ ปัจเจกบุคคล กลุ่มคน องค์กรต่างๆ รวมถึงธุรกิจข่าว สื่อมวลชนเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนให้เกิดโลกาภิวัตน์ เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร ในขณะเดียวกันโลกาภิวัตน์ก็ส่งผลกระทบต่อธุรกิจข่าวในแง่ กระบวนการขนส่งและการกระจายสินค้า มีการนำระบบอินเทอร์เน็ตในการส่งข้อมูล แทนโทรเลข โทรพิมพ์ ทำให้ส่งสินค้าได้รวดเร็วกว่าเดิม (Williams, 2001) หนังสือพิมพ์ที่ส่งตรงถึงผู้บริโภคได้เร็วขึ้น ผ่านรูปแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต นอกจากโลกาภิวัตน์จะกระทบต่อการขนส่งสินค้า การแพร่กระจายข้อมูล ยังกระทบต่อการบริหารจัดการธุรกิจสื่อมวลชน ทำให้บางองค์กรเกิดการถ่ายโอนการผลิต หรือการร่วมทุน เปลี่ยนรูปแบบ

การบริหารจัดการแบบเอกชน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เช่นบริษัทเอกชนโพสต์พับลิชซึ่ง เข้ามาร่วมผลิตข้าวให้กับสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เกิดค่านิยมรับรองกรให้เป็นเชิงธุรกิจ แม้แต่สถานีข่าวสาธารณะอย่าง บีบีซี ต้องหารายได้จากการขายรายการต่างๆ ไปทั่วโลก ปรับตัวให้เข้ากับการแข่งขันธุรกิจข่าวในตลาดโลก

ผลกระทบอีกประการหนึ่ง คือ การควบคุมกิจการสื่อ เพราะยุคโลกาภิวัตน์ การเคลื่อนย้ายทุนทำได้สะดวกรวดเร็ว การลงทุนแบบข้ามชาติในธุรกิจข่าว เกิดภาวะสื่อถูกรบครองจากเจ้าของ หรือนักธุรกิจไม่ถึราย จะทำให้เจ้าของธุรกิจข่าวลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิต มีการนำเนื้อหาที่ผลิตที่จะรายงานข่าวอีกสื่อมาดัดแปลงออกอากาศอีกสื่อหนึ่ง ที่อยู่ในเครือ เช่น นำข่าวที่ผลิตจะตีพิมพ์ลงหนังสือพิมพ์ มาปรับเปลี่ยนรูปแบบ การนำเสนอ มารายงานข่าวผ่านเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ แต่ก็มีข้อเสียคือ เนื้อหา หรือวาระข่าว จะถูกกำหนดจากเจ้าของสื่อเพียงไม่กี่รายโลกาภิวัตน์ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างเดียวยังส่งผลกระทบต่อเนื้อหาและรูปแบบรายการ (Content and format) ข้อมูลข่าวสาร ค่านิยม อุดมการณ์ ต่างๆจากประเทศหนึ่งสู่ประเทศหนึ่งอย่างเสรี สะดวกรวดเร็ว ผ่านสื่อมวลชน ผลิตภัณฑ์ บรรทัดฐาน แนวทางการทำงาน รูปแบบการนำเสนอส่งถึงกันได้เร็วในธุรกิจข่าว มีการใช้เครื่องมือใหม่ๆในการนำเสนอ

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อธุรกิจข่าวโดยเฉพาะสื่อใหม่ และระบบดิจิทัล หากมองในธุรกิจ สื่อใหม่มีทั้งโอกาสและความเสี่ยง การนำเสนอข่าวของสื่อใหม่จะทำให้ลดบทบาทสื่อกระแสหลักลง ด้วยความเร็วที่สื่อกระแสหลัก จึงทำให้ทุกวันนี้การแข่งขันในธุรกิจข่าวมีสูงขึ้น แรงกดดันผู้สื่อข่าวต้องรวดเร็ว แต่อาจมีข้อผิดพลาด อย่างไรก็ตามสื่อใหม่ก็เป็นโอกาสทางธุรกิจในอุตสาหกรรมข่าว ช่วยให้ผู้รวบรวมข่าวสารได้ปริมาณมาก รวดเร็วขึ้นองค์กรข่าวเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย เทคโนโลยีทำให้การผลิตข่าวได้ง่าย เช่น การตัดต่อ การจัดเก็บข้อมูลข่าว เช่นแฟ้มภาพ ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ สื่อใหม่ยังมีข้อดีช่วยเพิ่มจำนวนผู้รับสารกลุ่มใหม่ๆ เช่น กลุ่มอายุน้อยที่นิยมใช้สื่อออนไลน์ และผู้รับสารผ่านสื่อใหม่ยังมีส่วนร่วม ความผูกพัน เช่น ผู้อ่านข่าวเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์แสดงความคิดเห็นได้ ผู้รับสารส่งภาพทางอีเมลให้ ผู้รับสารบางรายทำหน้าที่เป็นผู้สื่อข่าว กำหนด ประเด็นรายงานเหตุการณ์ผ่านช่องทางต่างๆ หรือส่งข้อความในโทรศัพท์มือถือผ่านรายการ แสดงความคิดเห็นหน้าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป็นต้น สื่อใหม่จึงกลายเป็นช่องทางที่หลากหลายที่องค์กรข่าวใช้กระจายข่าวไปยังผู้รับสาร จากเดิมมีช่องทางเพียงหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ด้วยเหตุนี้ทำให้องค์กรสื่อมีการปรับเปลี่ยนวิธีทำงาน มีความรวดเร็วในการนำเสนอขายสินค้า มีการเพิ่มเม็ดเงินลงทุนอุปกรณ์ใหม่ๆ ลดการจ้างงานบางตำแหน่งลงปรับเปลี่ยนองค์กรรับยุคสื่อให้ และยุคดิจิทัล ในขณะเดียวกันตัวผู้รับสารก็ได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านเทคโนโลยี เช่นบางรายเข้าถึงข้อมูลได้มากกว่าผู้ผลิต เพราะหาข้อมูลจากสื่อใหม่ บาง

คนกำหนด ประเด็น รายงานข่าวผ่านสื่อออนไลน์ ได้ด้วยตนเอง นอกจากองค์กรข่าว ผู้สื่อข่าว ผู้รับสาร จะได้รับผลกระทบ เนื้อหาข่าวก็ได้ผลกระทบสื่อใหม่บังคับให้ต้องนำเสนอข่าวด้วยวิธีใหม่ เช่น กราฟิก โฮโลแกรม สื่อใหม่ทำให้เนื้อหาข่าวสมบูรณ์ เช่น การใช้คลิปหรือเสียงประกอบข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สรุปแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจทำให้ผู้วิจัยได้รู้ว่ามีหลายปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงจากสื่อดั้งเดิมมาสู่สื่อยุคดิจิทัล เช่น การเปลี่ยนแปลงของผู้รับสารหรือการเปลี่ยนของเทคโนโลยี การแข่งขันในธุรกิจที่มีสูงขึ้นทำให้โครงสร้างของธุรกิจสื่อเปลี่ยนไปตามยุคสมัยจึงทำให้รูปแบบกลยุทธ์การนำเสนอเปลี่ยนตาม

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทำวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งส่วนใหญ่พบว่าเป็นงานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ที่เป็นสื่อดั้งเดิม ซึ่งจะสามารถนำมาเป็นกรอบ และแนวทางให้ผู้วิจัยนำไปต่อยอดศึกษาการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ได้ สามารถสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

สุรัตน์ ศรีราษฎร์ (2545) ศึกษาวิจัยเรื่องการใช้คำในการพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์รายวัน สรุปได้ว่า การใช้คำในการพาดหัวข่าวมีการใช้คำอยู่ 2 ลักษณะ ดังนี้ลักษณะที่ 1 ใช้รูปคำเดิมแต่ความหมายของคำเปลี่ยนไปหรือแตกต่างจากความหมายในพจนานุกรมแต่ยังมีเค้าโครงความหมายเดิมอยู่ ขณะเดียวกันมีบางสำนักข่าวใช้รูปแบบคำเดิมแต่ความหมายของคำเปลี่ยนไปไม่มีเค้าโครงเดิมลักษณะที่ 2 คือการใช้คำโดยรูปคำเปลี่ยนแปลงไปจากรูปคำตามพจนานุกรม โดยการตัดคำหรือพยางค์บางพยางค์ออกไปแต่ยังคงความหมายที่ระบุไว้พจนานุกรม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะให้พอดีกับเนื้อที่ที่จะใช้ในการพาดหัวข่าว บางบริษัทใช้

บุษดี พนมภู (2556) ศึกษาวิจัยเรื่องการปรับตัวของคนข่าวในยุคออนไลน์ : ศึกษาเฉพาะกรณี หนังสือพิมพ์บ้านเมือง สรุปผลการวิจัยพบว่าการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ในยุคออนไลน์ทั้งเว็บไซต์ ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ฯลฯ ประกอบกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่ขยายตัวไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคสะดวกในการเปิดรับข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง ทุกสถานที่ โดยไม่ต้องรอรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือดูโทรทัศน์ ที่เป็นสื่อดั้งเดิมอย่างเช่นเคย ส่งผลให้องค์กรสื่อสารมวลชนต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการทำข่าวและช่องทางการนำเสนอข่าวให้เข้าถึงไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคอย่างตรงจุดหนังสือพิมพ์บ้านเมือง เป็นอีกหนึ่งองค์กรสื่อที่ได้รับผลกระทบจากการเกิดขึ้นของสื่อออนไลน์ และได้ปรับตัวหันไปเพิ่มการนำเสนอข่าวเว็บไซต์ นอกเหนือจากหนังสือพิมพ์ การศึกษาเชิงนโยบายการปรับตัวของหนังสือพิมพ์บ้านเมืองพบว่าใน

มุมมองผู้บริหารหนังสือพิมพ์บ้านเมืองมองว่าการเข้ามาอย่างรวดเร็วของสื่อออนไลน์ส่งผลให้ยอดขายหนังสือพิมพ์บ้านเมืองลดลง ประกอบกับยุคสมัยเปลี่ยนไปช่องทางการรับสารของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น จึงทำให้ปรับตัวจัดทำเว็บไซต์ www.banmuang.co.th เพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวนอกเหนือจากหนังสือพิมพ์ โดยเน้นความรวดเร็ว รูปแบบการนำเสนอ เนื้อหาที่สั้นได้ใจความ ดึงให้ผู้อ่านติดตาม

นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มช่องทางการหารายได้ด้วยการขายโฆษณาออนไลน์ แต่เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์แล้วรายได้จากการขายโฆษณาออนไลน์ยังน้อยกว่าการขายโฆษณาในหนังสือพิมพ์และยอดจำหน่ายหนังสือพิมพ์อยู่มากจึงทำให้ไม่สามารถปรับตัวเป็นสื่อออนไลน์ได้เต็มรูปแบบขณะที่ผลวิจัย บรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าวพบว่ารูปแบบการนำเสนอข่าวผ่านเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีกระบวนการทำงานที่ต้องเปลี่ยนไปอาศัยความรวดเร็วแต่เนื้อหาต้องมีความชัดเจนและถูกต้องนอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าผู้สื่อข่าวบางคนมีความเห็นว่าแม้หนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะมีการปรับตัวแต่ก็ไม่ทำให้รูปแบบการทำงานเปลี่ยนไป เนื่องจากมีเพียงบางข่าวเท่านั้นที่อัพขึ้นเว็บไซต์ ส่วนข่าวที่ต้องรายงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ก็ยังคงปิดในเวลาปกติ นอกจากนี้การศึกษามีการปรับตัวของผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าวในยุคออนไลน์พบว่าผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าวในมุมมองผู้บริหารหนังสือพิมพ์บ้านเมืองต้องมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้งานเข้าถึงเทคโนโลยี และทำงานด้วยความรวดเร็ว โดยเฉพาะบรรณาธิการข่าวต้องมองประเด็นข่าวได้อย่างลึกและกว้างกว่าผู้สื่อข่าว ต้องอาศัยประสบการณ์การทำงานผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ เพื่อความสะดวกในการทำงาน

สำหรับผลการศึกษาจากบรรณาธิการข่าวพบว่าคนทำงานข่าวยุคออนไลน์ต้องมีการปรับตัวให้ทันตามกระแสสังคมปัจจุบัน และเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เพื่อให้รู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง และจะต้อง เรียนรู้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์อื่นๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา ขณะเดียวกันบุคคลกรข่าวในยุคออนไลน์ต้องมีความคิดแปลกใหม่เพื่อให้ข่าวมีความแตกต่างจากคู่แข่ง หรือ แยกแยะประเด็นข่าวให้เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคที่สำคัญบุคคลกรออนไลน์ต้องมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอเนื่องจากต้องใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องรองรับสื่อออนไลน์ พร้อมในการเรียนรู้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถตามกระแสสังคมได้ทันนอกจากนี้ต้องเรียนรู้ความต้องการและช่องทางการรับสื่อของผู้บริโภคด้วยการวางแผนด้านเนื้อหาที่ดี และการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดจะเป็นหนึ่งในการดึงดูดผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ องค์กรสื่อมีการปรับตัวจากหนังสือพิมพ์ไปสู่ออนไลน์ ผ่านการรายงานข่าวผ่านเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ โดยมีการปรับปรุง

เนื้อหาข่าวให้เหมาะสมกับแพลตฟอร์มใหม่ทั้งเนื้อหาข่าว รวมไปถึงการพาดหัวข่าว ที่จะช่วยดึงดูดผู้อ่านให้กดเข้าไปอ่านข่าวก็เป็นสิ่งสำคัญ



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ผู้วิจัยจะใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการพาดหัวข่าวหน้าเว็บไซต์ข่าวของหนังสือพิมพ์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ผู้วิจัยจะใช้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้คือพาดหัวข่าวที่นำเสนอบนเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ โดยเลือกศึกษาพาดหัวข่าวจากเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์จากประเภททั่วไปและประเภทหนังสือพิมพ์ธุรกิจ โดยใช้เกณฑ์จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์สูงสุดที่ได้ศึกษาการจัดลำดับของของทรูฮิต (truehits.net) ซึ่งทั้ง 2 เว็บไซต์มียอดผู้เข้าไปอ่านข่าวสูงสุดในการจัดอันดับ จากข้อมูลดังต่อไปนี้ โดย www.thairath.co.th มี Unique IP เฉลี่ยรายวัน 804, 472, Unique Session เฉลี่ยรายวัน 2,465,422 และ Pageview เฉลี่ยรายวัน 4,144,075 และมี Change (Unique IP) บวก 6.01 % ส่วน www.prachachat.net เป็นเว็บไซต์ที่มียอดคนชมสูงในเว็บไซต์ข่าวเศรษฐกิจ มี Unique IP เฉลี่ยรายวัน 144,834, Unique Session เฉลี่ยรายวัน 192,579 และ Pageview เฉลี่ยรายวัน 257,218 และมี Change (Unique IP) บวก 10.7 % (เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2560 เวลา 10.30 น.)

ส่วนเหตุผลที่เลือกศึกษาเว็บไซต์ไทยรัฐ และประชาชาติธุรกิจ เพราะอ้างอิงจากสถิติผลการศึกษาของทรูฮิต (truehits.net) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่มีการจัดทำสถิติเว็บไซต์ไทยยอดนิยมให้บริการสารบัญเว็บไทยรวมถึงการวิเคราะห์จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่มีความน่าเชื่อถือซึ่งมีการจัดอันดับให้เว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์เป็นเว็บไซต์ข่าวทั่วไปที่มีฐานคนรับชมเป็นอันดับ 2 เป็นรองเว็บไซต์ข่าวสดออนไลน์ ในประเภทเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ทั่วไป ส่วนการเลือกเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจเพราะเป็นประเภทข่าวธุรกิจที่มีฐานคนอ่านอันดับ 1

สาเหตุที่ไม่เลือกเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ข่าวสด เพราะอยู่ในเครือมติชน เหมือนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจอาจมีนโยบายบางอย่างใกล้เคียงกัน หากนำมาเปรียบเทียบกัน

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างพาดหัวข่าว ผู้วิจัยดำเนินการเลือกวันที่ศึกษาโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างมีระบบ (Systematic Random Sampling) โดยเลือกสุ่ม 1 วัน เว้น 1 วัน ของทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ โดยเริ่มศึกษาตั้งแต่วิเคราะห์เนื้อหาข่าวบนเว็บไซต์ข่าวเฉพาะวันศุกร์ตั้งแต่วันที่ 2 เมษายน 2560 - วันที่ 30 เมษายน 2560 รวมทั้งสิ้นเป็นระยะเวลา 15 วัน โดยเลือกศึกษาเฉพาะข่าวที่ติดลำดับขอดนิม 5 อันดับแรกของแต่ละเว็บไซต์เท่านั้น จำนวนทั้งสิ้น 150 ข่าว สาเหตุที่เลือกข่าวขอดนิม 5 ลำดับแรกเพราะว่าเป็นข่าวที่มีผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านสูงสุดในแต่ละวัน ส่วนวิธีการเลือกศึกษาแบบวันเว้นวันเพื่อจะเปิดโอกาสข่าวเกิดการอัปเดตลำดับมากขึ้น

3.2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหา คือ แบบตารางลงรหัส (Coding Sheet) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจศึกษาทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี แนวคิด ตำราวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพาดหัวข่าวทั้งในสื่อดั้งเดิม และการพาดหัวข่าวบนสื่อออนไลน์ หรือคลิกเบต ของนักวิจัยดังต่อไปนี้ ชีร์วรา ชะบุรณ์ (2557) , อรพรรณ มูลจันทร์ (2536) , อรชา เฟือกสุวรรณ (2545) , นรินทร์ นำเจริญ (2549) และ Dolors Palau-Sempio (2015) เพื่อนำความรู้มาสร้างเครื่องมือวิจัยคือ Coding Sheet ทั้ง 18 รูปแบบ และคำอธิบายให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ผู้วิจัยได้เตรียมตัวหาความรู้ในเรื่องระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพจรรยาบรรณของนักวิจัย วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงการขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านงานข่าวออนไลน์ผู้ที่อยู่ในวงการข่าวมานาน คือ คุณชลลทิพย์ ธิรสุนทรากุล ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าวออนไลน์ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ โดยขอคำปรึกษาเรื่องรูปแบบที่ได้ศึกษามาเบื้องต้นในตำรา กับรูปแบบที่องค์กรสื่อใช้ว่าตรงกันหรือไม่ เพื่อป้องกันการคาดเคลื่อน

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ แบบบันทึกสรหัส(Coding Sheet) ตามรูปแบบการพาดหัวข่าวทั้ง 18 รูปแบบ พร้อมตารางวันที่ ชื่อผู้สรหัส ช่องรายละเอียดเนื้อหาข่าว ประเภทข่าว และคำอธิบายเพิ่มเติมของแต่ละรูปแบบการพาดหัวข่าว ดังตารางต่อไปนี้

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
วันที่	ผู้สรหัส	ชื่อของข่าวก่อนการพาดหัวข่าว	ประเภทข่าว	วันที่	ชื่อผู้สรหัส	ชื่อของข่าวก่อนการพาดหัวข่าว	ประเภทข่าว	วันที่	ชื่อผู้สรหัส	ชื่อของข่าวก่อนการพาดหัวข่าว	ประเภทข่าว	วันที่	ชื่อผู้สรหัส	ชื่อของข่าวก่อนการพาดหัวข่าว	ประเภทข่าว	วันที่	ชื่อผู้สรหัส
1	1	การพาดหัวข่าวที่ 1	ข่าว														
2	2	การพาดหัวข่าวที่ 2	ข่าว														
3	3	การพาดหัวข่าวที่ 3	ข่าว														
4	4	การพาดหัวข่าวที่ 4	ข่าว														
5	5	การพาดหัวข่าวที่ 5	ข่าว														
6	6	การพาดหัวข่าวที่ 6	ข่าว														

ภาพที่ 3.1 ตัวอย่างตารางแบบบันทึกสรหัสของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
วันที่	ผู้สรหัส	ชื่อของข่าวก่อนการพาดหัวข่าว	ประเภทข่าว	วันที่	ชื่อผู้สรหัส	ชื่อของข่าวก่อนการพาดหัวข่าว	ประเภทข่าว	วันที่	ชื่อผู้สรหัส	ชื่อของข่าวก่อนการพาดหัวข่าว	ประเภทข่าว	วันที่	ชื่อผู้สรหัส	ชื่อของข่าวก่อนการพาดหัวข่าว	ประเภทข่าว	วันที่	ชื่อผู้สรหัส
1	1	การพาดหัวข่าวที่ 1	ข่าว														
2	2	การพาดหัวข่าวที่ 2	ข่าว														
3	3	การพาดหัวข่าวที่ 3	ข่าว														
4	4	การพาดหัวข่าวที่ 4	ข่าว														
5	5	การพาดหัวข่าวที่ 5	ข่าว														
6	6	การพาดหัวข่าวที่ 6	ข่าว														

ภาพที่ 3.2 ตัวอย่างตารางแบบบันทึกสรหัสของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

โดยผู้วิจัยได้ออกแบบรูปแบบการพาดหัวข่าวและคำอธิบาย พร้อมยกตัวอย่างการพาดหัว เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย หากนำหัวข่าวมาทำการวิเคราะห์เนื้อหาโดยรายละเอียดเป็นไปตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 ลักษณะรูปแบบการพาดหัวข่าวทั้ง 18 รูปแบบ

ลักษณะพาดหัวข่าว 18 รูปแบบ	คำอธิบายลักษณะรูปแบบการพาดหัวข่าว	ยกตัวอย่าง
1.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง	ถ้อยคำที่ใช้เข้าใจกันเฉพาะชนหมู่มุใดหมู่มุหนึ่ง คำพูดแปลก ๆ ภาษามักใช้กันชั่วระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น, คำตลาด เป็นภาษาปาก สร้างความสนุก สนาน	เช่นคำว่า อูตะ! ตะมุตะมิ! ถ้าไย อรรถรส มั่งมึง เป็นต้น เช่นข่าว ส่องความน่ารักของ หน้ากากทุเรียน แซมปีที่ตะมุตะมิที่สุดของไทย

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลักษณะพาดหัวข่าว 8 รูปแบบ	คำอธิบายลักษณะรูปแบบการพาดหัวข่าว	ยกตัวอย่าง
2.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด	เป็นการอ้างคำพูดของบุคคลที่ให้ข่าวใจความสำคัญใจความใดใจความหนึ่ง	เช่น เอ็มดีบินไทยย้ำชัดเร่งปรับโครงสร้างองค์กรเร่งด่วนให้มีกำไร
3.การพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว	เรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว	เช่น ‘ตุ๊กกี้’ ภรรยาคนปัจจุบันพูดแล้วคิดอย่างไร ‘บู๊’ ชุกลูก
4.การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ คำย่อของชื่อเฉพาะยศตำแหน่ง	ใช้ตัวอักษรย่อ คำย่อ ของชื่อเฉพาะ ยศ ตำแหน่ง	เช่น แฉภาพ “รอง ผบ.ชน.” ก้มกราบได้เข้มจัด “ทักษิณ!!”
5.การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพต่างๆ	เป็นการเรียกอาชีพมาใช้ในการพาดหัวข่าว	เช่น ตำรวจยอมถอย! อนุโลมให้นั่งกระบะท้าย-แค้นโดยสารให้จนท. ทำความเข้าใจ
6.การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน	เป็นการเรียกชื่อหน่วยงานมาในการพาดหัวข่าว	เช่น กระทรวงสาธารณสุขเตือน 7 โรคหน้าฝน
7.การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ	เป็นการใช้ภาษาประเทศทับศัพท์ในการพาดหัวข่าว	เช่น “ดีเฮาส์” แลนด์ลอร์ดสารคามผุดโครงการมิกซ์ยูสพื้นล้านรับเมืองการศึกษาโต-เข้าตลาดหุ้นปี’62
8.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง	- คำไม่สุภาพ - การซ้ำเติมผู้เสียหาย/ผู้กระทำผิด - คำ วลี ประโยคที่ชี้ชัดถึงการกระทำรุนแรง	เช่น ยอมรับโทษประหาร ‘ไอ้เกม’ ไม่ฎีกา! จบคดีข่มขืนฆ่า ค.ญ.13 โยนรถไฟ
9. การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล	1.ความชัดเจน – 5W 1H ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ทำไม 2.รูปประโยคอย่างง่าย	เช่น หนุ่มดวงซวยลื้อรถหลุดพุ่งชนเสาไฟฟ้าที่เมืองกรุงเก่า-กู้ภัยเร่งห้ามส่ง รพ.เสียชีวิตต่อมาคาดว่าหลับในญาติทำใจไม่ได้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลักษณะพาดหัวข่าว 8 รูปแบบ	คำอธิบายลักษณะรูปแบบการพาดหัวข่าว	ยกตัวอย่าง
10.การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อ อยากให้เข้าอ่านอยากรู้	1.คลุมเครือ-ไม่ระบุ SW 1 H ชัดเจน 2. เน้นใช้วลี มากกว่าประโยค 3. ใช้คำย่อ (ที่คนส่วนใหญ่ไม่ เข้าใจร่วมกันหรือไม่รู้)	เช่น หนูเป็นใคร! ถ้าเป็นคน แสดงตัวตนด้วย คนถ่ายกำลัง ซ็อกหนัก
11.การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้า อารมณ์ความรู้สึก	(ตกใจ ตื่นเต้น เศร้า สนุก ประทับใจ ฯลฯ) - คำอุทาน - คำอุปมา ให้เกิดจินตนาการ ความรู้สึก - คำแสดง	ตัวอย่างเช่น สลด!สองพี่น้อง จมน้ำข้างคลองดับพ่อแม่สุด อาลัย หรือ นปช. แฉทั้งแผ่นดิน: เสื้อแดงนัดชุมนุมใหญ่อีกครั้ง 10 ธ.ค. ที่อยุธยา
12.การพาดหัวข่าวแบบใช้ เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์หรือ เรียกความสนใจ	- เครื่องหมายอัศเจรีย์ - เครื่องหมายคำพูด - เครื่องหมายจุด	เช่น ค่วน! เกิดเหตุไฟไหม้ตลาด เก่าลพบุรีเสียหายยับ
13.การพาดหัวข่าวโดย ระบุว่า (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด)	เพื่อบอกให้ผู้อ่านทราบว่า เนื้อหาอื่นนอกจากตัวหนังสือใน เนื้อหาข่าว / หรือประกอบพาดหัว ข่าวในประเด็นที่เป็นที่สนใจของ สังคมอยู่ ณ ขณะนั้น	เช่นเปิดตัว'ขวัญรู้'เมียเก่า'บุญ' เลิกกันตั้งแต่ลูก3เดือน(คลิป)
14.การพาดหัวข่าวโดยระบุคำ เรียกเพศ	เป็นการพาดหัวข่าวที่นำเอาเรื่อง เพศมาเป็นจุดดึงดูด	เช่น รวบสาวประเภทสองค้า ยาบ้า หรือหนุ่มใหญ่โวยลั่นปลา ร้านอาหารขายปลาตัวเป็นหมื่น
15.การพาดหัวข่าวแบบสุภาพ/วลี/สำนวน	เป็นการใช้สุภาพ/วลี/สำนวน มาพาดหัวข่าว ส่วนใหญ่เป็นการ เปรียบเทียบให้ขบขัน	เช่น โยนเผือกร้อนบอร์คใหม่ ททท. ทบทวนมติอัปยศโยกย้าย ระดับบิ๊ก

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลักษณะพาดหัวข่าว 18 รูปแบบ	คำอธิบายลักษณะรูปแบบการพาดหัวข่าว	ยกตัวอย่าง
16.การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง	- พาดหัวข่าวความขัดแย้ง แบบเน้นที่คู่ขัดแย้ง โดยชี้ว่าใครผิด-ถูก ชี้ว่าใครเป็นพระเอก นางเอก ผู้ร้าย หรือชูประเด็นความขัดแย้งให้เป็นจุดเด่นในพาดหัวข่าว	เช่น อุเบอร์ไม่ให้ใช้แท็กซี่เสนอบวก 50 บาทแก่ปฏิเสธผู้โดยสาร ทำให้คนไทยทางเลือกน้อยจัง! (คลิป)
17.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข	เป็นการใช้ตัวเลขในหัวข่าว หรือภาษาเขียนที่บอกถึงจำนวน	เช่น ททท.ปลื้มรายได้ท่องเที่ยวปี 59 ทะลุ 2 ล้านล้าน
18.การพาดหัวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา	เป็นการพาดหัวข่าวที่เนื้อข้างในไม่ตรงกับหัวข่าว	เช่น พาไปชมการทำอาหารอินเดีย แต่ข้างในข่าวเป็นอาหารจีน

หมายเหตุ: หัวข่าวอาจมีหลายรูปแบบการพาดหัวข่าว

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากทำตาราง Coding Sheet แล้วเสร็จ ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวพาดหัวข่าวตามประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้เก็บมา ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์ในตารางลงรหัส (Coding Sheet) ว่ามีความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการ Inter-coder reliability ทดลองให้นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ในระดับปริญญาโท จำนวน 3 ท่าน ได้ทำการทดลอง ได้แก่ น.ส.ชุตติมฉาน์ คลผาด นายอรรถพล ใบเขียว และนายรัชมีพงศ์ ธารีลาภ เพื่อสร้างความเข้าใจให้ตรงกัน และทดสอบเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง

2. ส่วนการตรวจสอบ content validity ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์จำนวน 1 ท่าน คือ นายสมัชชา นิลปัทม์ อาจารย์คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ได้ตรวจสอบเครื่องมือว่ามีอะไรควรที่จะเพิ่มเติม เพราะผู้เชี่ยวชาญอยู่ในสายงานด้านสื่อออนไลน์มานานจะรู้รายละเอียดเชิงลึก

3. ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญสาขาอาชีพที่อยู่ในวงการสื่อออนไลน์ให้ตรวจสอบเพื่อขอคำปรึกษาเพิ่มเติมจำนวน 1 ท่าน คือ คุณชลลทิพย์ ธีรสุนทรากุล ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าวออนไลน์ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ให้ตรวจสอบแบบตารางลงรหัส (Coding Sheet) อีกครั้งก่อนจะลงมือบันทึกลงรหัสจริง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้เก็บจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รูปแบบการพาดหัวข่าว ในหน้าเว็บไซต์ข่าวทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ได้แก่ www.thairath.co.th และ www.prachachat.net เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ปรากฏในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ซึ่งเก็บข้อมูลโดยการพิจารณาจากเนื้อหาการพาดหัวข่าวด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน้าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ตามวันเวลาที่กำหนดไว้ข้างต้น โดยสุ่มอย่างมีระบบ โดยเลือกสุ่มแบบวันเว้นวัน และนำข้อมูลที่ได้มาลงข้อมูลในตารางลงรหัส (Coding Sheet) จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลการวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูลจะเป็นการสรุปและรายงานผลวิจัยเป็นข้อเขียนรูปแบบวิเคราะห์เนื้อหา ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

3.4.1 รายละเอียดรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดใจของทั้ง 2 เว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา

3.4.2 บทวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดใจ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไปกับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ธุรกิจ

3.4.3 หลังจากได้สรุปผลวิจัยตอบทุกคำถามนำวิจัย และวัตถุประสงค์ นำมาอภิปรายผลการวิจัยให้จะอภิปรายผลตามแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่สำคัญคือรายละเอียดที่ค้นพบใหม่ๆในงานวิจัยของเรา และเสนอข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การพาดหัวข่าวจากหน้าเว็บไซต์ข่าวของหนังสือพิมพ์ ประชาชาติธุรกิจ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ โดยคัดเฉพาะข่าวยอดนิยมนำดับแรก และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic sampling) โดยเลือกสุ่มแบบวันเว้นวัน ทั้งสิ้นจำนวน 150 ข่าว

ลักษณะการพาดหัวข่าวที่จะนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหาจะมีทั้งสิ้น 18 รูปแบบ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาารูปแบบการพาดหัวข่าวจากงานวิชาการทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังได้ศึกษาทั้งในรูปแบบสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ดังตัวอย่างตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงรูปแบบการพาดหัวข่าวทั้ง 18 รูปแบบ

รูปแบบพาดหัวข่าว 18 แบบ	คำอธิบายรูปแบบพาดหัวข่าว
การพาดหัวข่าวสื่อดั้งเดิม	
1.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง	ถ้อยคำที่ใช้เข้าใจกันเฉพาะชนหมู่อะไรหนึ่ง คำพูดแปลก ๆ ภาษามักใช้กันชั่วระยะเวลาหนึ่ง เท่านั้น, คำตลาด เป็นภาษาปาก สร้างความสนุกสนาน
2.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด	เป็นการอ้างคำพูดของบุคคลที่ให้ข่าวใจความสำคัญใจความใดใจความหนึ่ง
3.การพาดหัวข่าวเรียกชื่อกันดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว	เรียกชื่อกันดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว
4.การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ คำย่อของชื่อเฉพาะยศตำแหน่ง	ใช้ตัวอักษรย่อ คำย่อ ของชื่อเฉพาะ ยศ ตำแหน่ง

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รูปแบบพาดหัวข่าว 18 แบบ	คำอธิบายรูปแบบพาดหัวข่าว
การพาดหัวข่าวสื่อดั้งเดิม	
5.การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพต่างๆ	เป็นการเรียกอาชีพมาใช้ในการพาดหัวข่าว
6.การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน	เป็นการเรียกชื่อหน่วยงานมาในการพาดหัวข่าว
7.การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ	เป็นการใช้ภาษาประเทศทับศัพท์ในการพาดหัวข่าว
8.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง	- คำไม่สุภาพ - การซ้ำเติมผู้เสียหาย/ผู้กระทำผิด - คำ วลี ประโยคที่ชี้ชัดถึงการกระทำรุนแรง
9.การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล	1.มีความชัดเจน – 5W 1H ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ทำไม 2.สรุปประโยคอย่างง่าย
การพาดหัวข่าวแบบคลิกเบต	คำอธิบายรูปแบบพาดหัวข่าว
10.การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่ออยากให้อ่านอยากรู้	1.คลุมเครือ–ไม่ระบุ 5W 1 H ชัดเจน 2. เน้นใช้วลี มากกว่าประโยค 3. ใช้ตัวย่อ (ที่คนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจร่วมกัน หรือไม่รู้)
11.การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก	(ตกใจ ตื่นเต้น เสรีฯ สนุก ประทับใจ ฯลฯ) - คำอุทาน - คำอุปมา ให้เกิดจินตนาการ ความรู้สึก - คำแสดง
12.การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ	- เครื่องหมายอัศเจรีย์ - เครื่องหมายคำพูด - เครื่องหมายจุด
13.การพาดหัวข่าวโดย ระบุ (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด)	เพื่อบอกให้ผู้อ่านทราบว่าเนื้อหาอื่นนอกจากตัวหนังสือในเนื้อหาข่าว / หรือประกอบพาดหัวข่าวในประเด็นที่เป็นที่สนใจของสังคมอยู่ ณ ขณะนั้น

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รูปแบบพาดหัวข่าว 18 แบบ	คำอธิบายรูปแบบพาดหัวข่าว
การพาดหัวข่าวสื่อดั้งเดิม	
14.การพาดหัวข่าวโดยระบุคำเรียกเพศ	เป็นการพาดหัวข่าวที่นำเอาเรื่องเพศมาเป็นจุดดึงดูด
15.การพาดหัวข่าวแบบสุภาษิต/วลี/สำนวน	เป็นการใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน มาพาดหัวข่าว
16.การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง	- พาดหัวข่าวความขัดแย้ง แบบเน้นที่คู่ขัดแย้ง โดยชี้ว่าใครผิด-ถูก ชี้ว่าใครเป็นพระเอก นางเอก ผู้ร้าย หรือชูประเด็นความขัดแย้งให้เป็นจุดเด่นในพาดหัวข่าว
17.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข	เป็นการใช้ตัวเลขในหัวข่าว หรือภาษาเขียนที่บอกถึงจำนวน
18.การพาดหัวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา	เป็นการพาดหัวข่าวที่เนื้อข้างในไม่ตรงกับหัวข่าว

4.1 ผลการศึกษา

หลังจากที่ได้รูปแบบการพาดหัวข่าวทั้ง 18 รูปแบบเพื่อที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วผู้วิจัยได้นำผลวิจัยมาสรุปผลการศึกษา โดยการสรุปผลการศึกษาจะแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 คือผลการศึกษาเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไป) ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ (เว็บข่าวหนังสือพิมพ์ธุรกิจ) และส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเว็บไซต์ข่าวของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ โดยจะแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

4.1.1 ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (เว็บไซต์นสพ.ทั่วไป)

1) รายละเอียดรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดใจ

จากตารางสรุปผลเบื้องต้นผู้วิจัยสามารถสรุปผลวิจัยการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์ไทยรัฐได้ดังนี้ โดยจะเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ผลการศึกษาพบว่า ลำดับ 1 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบการใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการใช้เครื่องหมายเพื่อช่วยให้ข่าวสะดุดตาผู้อ่านมากยิ่งขึ้น เครื่องหมายที่ใช้มากที่สุดคือเครื่องหมายอัศเจรีย์ หรือ! พบว่ามีการใช้ด้านหน้าของประโยคมากที่สุด และมักจะใช้หลังคำวลีที่ใช้เร้าอารมณ์

ยกตัวอย่างเช่น การพาดหัวข่าวของวันที่ 10 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ปวดหัวขนาด!ตร.ตรวจเข้มวันแรกห้ามนั่งใน “เค็บ” โซเฟอร์ถึงชั้นกุ่มขมับ (คลิป) จะเห็นได้ว่าการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ด้านหน้าประโยค หรืออีกกรณีหนึ่งจะอยู่ด้านหลังสุดของประโยค ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 26 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า เผยโฉมน้องแป้งลูกสาวไชยามิตรชัยสวยตะลึง! จะเห็นได้ว่าเป็นอีกหนึ่งรูปแบบที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเครื่องหมายอัศเจรีย์มาใช้ประกอบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์

อีกรูปแบบหนึ่งคือการนำเครื่องหมายอัศเจรีย์มาใช้หลังคำเร้าอารมณ์เช่นคำว่า ระทึกตะลึงทั้งโลก ยกตัวอย่าง เช่น การพาดหัวข่าวของวันที่ 24 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ระทึก! รถพ่วงลูกปืนแตกล้อซ้ายหลุด 2 หนุมหวิดโดนลูกหลงที่แคราย (คลิป) และการพาดหัวข่าววันที่ 30 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ตะลึงทั้งโลก! โกลบอลวิยซ์ดโกลจากประตูตัวเองบอลทะยานฟ้าตุงตาข่าย (คลิป)

นอกจากนี้ยังมีการใช้เครื่องหมายคำพูด ส่วนใหญ่จะนำมาใช้ใส่ชื่อคนที่ตกเป็นข่าว เช่น การพาดหัวข่าวของวันที่ 28 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า แฉพี่น้องคู่โหด “น้องต-หมูयोग” มอมเหล้าหนุมหล่อพามาห้องที่จับน้องแพง จะเห็นได้ว่าการใช้เครื่องหมายคำพูดตรงชื่อ “น้องต-หมูयोग”

ลำดับ2 คือรูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ ผลการวิจัยที่พบว่าส่วนใหญ่เป็นการใช้บอกลักษณะให้เห็นว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกำลังเกิดกับเพศไหน ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่4เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า หัวอกแม่!สาวร่ำไห้ทวงขอลูกคืน หน้าบ้านไฮโซตระกูลดัง หลังอดีตสามีเลิกไปจากโรงเรียน (คลิป) จะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวนี้ออกเพศคือหัวอกแม่สาวร่ำไห้ บอกบ่งว่าเหตุการณ์นี้เกิดขึ้นกับเพศหญิง หรือตัวอย่างการพาดหัวข่าวของวันที่ 24 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ระทึก!รถพ่วงลูกปืนแตกล้อซ้ายหลุด 2 หนุมหวิดโดนลูกหลงที่แคราย (คลิป) จะเห็นได้ว่าการบอกหัวหนุมหวิดโดนลูกหลง เป็นการบอกว่าเพศว่ามีผู้ชายคนหนึ่งเกือบโดนลูกหลง ซึ่งหัวข่าวลักษณะนี้บางกรณีก็จะบอกเพียงว่ามีคนเกือบโดนลูกหลงแต่ไม่บอกเพศ

ลำดับ3 คือรูปแบบหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งจะเป็นการเร้าอารมณ์ให้เห็นถึงอารมณ์ตกใจ ดีใจ ตื่นเต้น ตื่นตระหนก สนุกสนาน ประทับใจ เศร้าใจ หรือการใช้คำอุปมาให้เกิดการจินตนาการตาม ในงานวิจัยชิ้นนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้คำถ่ายทอดอารมณ์ให้ผู้อ่านจินตนาการภาพออก

ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 18 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ไม่ลืมรากเหง้าแอน ทองประสมตามจนเจอเปิดตัวผู้มีพระคุณที่เลี้ยงมา จะเห็นได้ว่าคำว่าไม่ลืมรากเหง้าเป็นคำที่จะช่วยบอกอารมณ์ให้ผู้อ่านประทับใจในตัวคุณแอน ทองประสม

อีกกรณียกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 28 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ระทึก! รถพ่วงลูกปืนแตกล้อซ้ายหลุด 2 หนุมหวิดโดนลูกหลงที่แคราย (คลิป) การพาดหัวข่าวใช้คำว่าระทึกซึ่งบอกถึงเหตุการณ์กำลังระทึกมากทำให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ตกใจตามเหตุการณ์

อีกตัวอย่างคือการพาดหัวข่าวแบบเร้าอารมณ์ให้ตื่นเต้น ยกตัวอย่างเช่น การพาดหัวข่าวของวันที่ 30 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ตะลึงทั้งโลก! โกลโบลิเวียชดโกลจากประตูดตัวเอง บอลทะยานฟ้าดุจดาวร้าย(คลิป) จะเห็นได้ว่าการใช้คำในการเร้าอารมณ์ขึ้นประโยคมาเลย คือ คำว่า ตะลึงทั้งโลก! ซึ่งเป็นคำเร้าอารมณ์และดึงดูดให้ผู้อ่านกดข่าวไปอ่าน ประกอบกับบอกว่าคำว่ามีคลิป จึงเพิ่มความดึงดูดและน่าสนใจยิ่งขึ้นไป

ลำดับ 4 คือการพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว ซึ่งการพาดหัวข่าวในลักษณะนี้เป็นการเรียกชื่อคนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในสังคมทั้งชื่อจริงและชื่อเล่น หรือสมญานาม มาไว้บนการพาดหัวข่าว

ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 8 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ‘บอย ถกลเกียรติ’ เจอจะเจ! แท็กซี่เดือดตั้งยกมือไหว้ ชูเอาเงิน 1 พันบาท เหตุโดนทุบรถ จะเห็นได้ว่าการเรียกชื่อจริงและชื่อเล่นของคุณบอย ถกลเกียรติ ซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่ในสังคมเป็นที่รู้จัก หรืออีกตัวหนึ่งตัวอย่างของการพาดหัวข่าวของวันที่ 12 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ตุ๊กกี้ช็อก! โผล่อ้างเป็นลูก-เมียบุญชูแจ่มเบี้ยวค่าเลี้ยงดู ซึ่งมีการเรียกชื่อเล่นคุณตุ๊กกี้ ตลกชื่อดังไว้ขึ้นต้นของการพาดหัวข่าว

ลำดับ 5 คือการพาดหัวข่าวโดยระบุ (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด) นับว่าเป็นอีกหนึ่งรูปแบบที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้มากการพาดหัวข่าวในลักษณะนี้จะเป็นการบอกให้ผู้อ่านทราบว่า มีเนื้อหาอื่น เช่นมี คลิป มีภาพ ภาพชุด นอกจากเนื้อหาข่าวที่เป็นตัวหนังสือในเนื้อหาข่าว ใช้เป็นตัวเสริมในการดึงดูดความสนใจในประเด็นข่าวที่สังคมกำลังให้ความสนใจอยู่ในขณะนั้น งานวิจัยชิ้นนี้พบว่าส่วนใหญ่การพาดหัวข่าวจะบอกว่า คลิป มีคลิป ชมคลิป ในเครื่องหมายวงเล็บไว้หลังสุดของหัวข่าว

ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 20 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า เตือนภัยนักบิด! หนุมปั่นรถไปเชียงใหม่หวิดเจอภูกระโดดตก(ชมคลิป)

ลำดับ 6 คือการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข ซึ่งการพาดหัวข่าวลักษณะนี้คือการใช้ตัวเลขหรือภาษาเขียนที่บอกถึงจำนวนมาพาดหัวข่าว ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 16 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า เปิดใจ! ‘เมียเก่า’ แฟนดาราดลกดชื่อดังอ้างทิ้งลูก-เมียบ่ลือกเฟชบุ๊ก เลียดเงินให้ 3 พัน และอีกหนึ่งตัวอย่างคือการพาดหัวข่าวของวันที่ 18 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ฟัง 2 ด้าน! ร้านเจตตราฆ่าลูกค้าไวบิลเป็นหมื่นปลาจระเมียดตัวละพันแปด จะเห็นได้ว่าทั้ง 2

หัวข้อที่ยกตัวอย่างมาจะมี 2 รูปแบบคือการพาดหัวข่าวแบบใช้ตัวเลขคือจำนวนเงิน3พันบาท และการพาดหัวด้วยภาษาเขียนตัวเลขคือปลาจาระเม็ดตัวละพันแปด

ลำดับ7 คือรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพ ซึ่งจะเป็นการเรียกอาชีพต่างๆที่คนรู้จักในสังคมขึ้นมาไว้บนหัวข่าว ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 16 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า เปิดใจ‘เมียเก่า’แฟนดาราดลกลซื้อดั่งอ้างทั้งลูก-เมียบล็อกลเฟชบุ๊กเจียดเงินให้3พัน จะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวนี้นี้มีการเรียกอาชีพคือตลกซื้อดั่ง หรือตัวอย่างการพาดหัวข่าวของวันที่ 18 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่ากาสละแมร์ขอโทษแล้ว!ดราม่า#พิธีกรแย่งแห่งปี 2017 เหยียดศิลปินเกาหลี(ชมคลิป)โดยหัวข่าวนี้นี้มีการบอกถึงอาชีพคือพิธีกร

ลำดับ8 คือรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ซึ่งการพาดหัวลักษณะนี้คือการใช้ภาษาต่างประเทศทับศัพท์มาใช้ในการพาดหัวข่าว งานวิจัยชิ้นนี้พบว่าส่วนใหญ่การทับศัพท์จะเป็นศัพท์ภาษาอังกฤษส่วนใหญ่

ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่10 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ปวดหัวขนาด!ตร.ตรวจเข้มวันแรกห้ามนั่งใน “เค็บ” โซเฟอร์ถึงขั้นกุมขมับ (คลิป) จะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวนี้นี้ใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ คำว่าเค็บ และ โซเฟอร์

ลำดับ9 คือรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง เป็นลักษณะการพาดหัวข่าวนั้นที่คู่ขัดแย้งชี้ว่าใครผิด ใครถูกในข่าว รวมถึงการชูประเด็นความขัดแย้งเป็นจุดเด่นในการพาดหัวข่าว ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 4 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ‘บอย ถกเถียงเถิด’ เจอจะจะ! แท็กซี่เดือดสั่งยกมือไหว้ ชูเอาเงิน 1 พันบาท เหตุโดนทุบรถ จะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวนี้นี้มุ่งเน้นชูประเด็นความขัดแย้งของบุคคลในข่าวเป็นหลัก

ลำดับ10 คือรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล ซึ่งการพาดหัวข่าวลักษณะนี้จะเป็นการพาดหัวข่าวที่มีความชัดเจนในหัวข่าวองค์ประกอบครบ5W1H บางกรณีจะสังเกตได้จากเป็นรูปแบบประโยคอย่างง่าย

ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 24 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่าระทึก!รถพ่วงลูกปืนแตกล้อซ้ายหลุด2หนุ่มหวิดโดนลูกหลงที่แคราย(คลิป) จะเห็นได้ว่าหัวข่าวนี้นี้เป็นประโยคอย่างง่าย

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวที่พบว่ามีคนนำมาใช้น้อยคือ การพาดหัวข่าวคลุมเครือ เพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ ยกตัวอย่างเช่นข่าวของวันที่ 26 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่าหนูเป็นใคร! ถ้าเป็นคนแสดงตัวตนด้วยคนถ่ายกำลังซื้อหนัก (คลิป) จะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวลักษณะนี้คลุมเครือชวนให้ผู้อ่านอยากรู้เข้าไปอ่านข่าวในรายละเอียดมาก

ต่อมารูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้น้อย คือการพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/คำย่อ/ชื่อย่อเฉพาะ ยศ ตำแหน่ง ซึ่งการพาดหัวข่าวลักษณะนี้จะเป็นการย่อคำให้สั้นลงแต่เป็นคำย่อที่คนส่วนใหญ่ต้องเข้าใจ หรือย่อชื่อ ยศ ตำแหน่ง ต่างๆ ที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 10 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ดร.ยอม ถอย!อนุโลมให้นั่งกระเบะท้าย-เก็บโดยสารให้จนท.ทำความเข้าใจ จะเห็นได้ว่าหัวข่าวนี้นี้มีการย่อคำตั้งแต่คำว่า ดร. คือตำรวจ และจนท. คือเจ้าหน้าที่

รูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้น้อยลำดับถัดมาคือการพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง คือการพาดหัวข่าวที่ใช้คำไม่สุภาพ หรือซ้ำเดิมผู้เสียหาย มีการใช้คำ หรือวลีชี้ชัดถึงการกระทำที่รุนแรง ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 2 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ยิ่งกว่าชั่ว ฆ่าเพื่อนทิ้ง ข่มขืนเมีย ! จับขังในห้อง ย่ำยีมาราธอน 3 วัน จะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวนี้นี้มีการใช้คำที่ไม่สุภาพ และรุนแรง เช่นคำว่า ยิ่งกว่าชั่ว

ลำดับต่อมาถ้อยคำที่มีการใช้น้อยคือ การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด ซึ่งการพาดหัวข่าวลักษณะนี้จะเป็นการพาดหัวข่าวแบบยกคำพูดของแหล่งข่าว หรือบุคคลในข่าวบางช่วงบางตอนมาพาดหัวข่าว

ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 6 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ‘ห้ามนั่งกระเบะ’ ปชช. ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย ดร. แจงเก็บก็ห้ามนั่ง จะเห็นได้ว่ามีการยกคำพูดของตำรวจมาในช่วงท้ายของหัวข่าว คือคำว่า ดร. แจงเก็บก็ห้ามนั่ง

อีกรูปแบบที่มีการใช้น้อย คือการพาดหัวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน ซึ่งเป็นการพาดหัวข่าวที่นำเอาชื่อหน่วยงานต่างๆ ขึ้นมาอยู่บนหัวข่าว ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 30 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ผู้การทางหลวงขอโทษผู้ออกใบสั่ง 1,123 กม./ชั่วโมง ย้ำไม่อนุโลมขับเกิน 90 จะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวถึงหน่วยงานตำรวจทางหลวง

อย่างไรก็ตามผลวิจัยไม่พบรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้คำแสลง และการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/สำนวน รวมถึงการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา

ผลการศึกษาของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ผลวิจัยสามารถสรุปได้เป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ตารางสรุปจำนวนของการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

18 รูปแบบการพาดหัวข่าว	เว็บไซต์ นสพ.ไทยรัฐ	ร้อยละ
แบบดั้งเดิม		
1.การพาดหัวข่าวที่คำสแลง	0	0
2.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด	6	1.87
3.การพาดหัวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานาม แหล่งข่าว	32	9.97
4.การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ คำย่อ ชื่อเฉพาะตำแหน่ง	10	3.12
5.การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพต่างๆ	22	6.85
6.การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน	1	0.31
7.การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ	20	6.23
8.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง	9	2.8
9.การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล	15	4.67
แบบคลิกเบต		
10.การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้เข้าอ่านอยากรู้	10	3.12
11.การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก	34	10.59
12.การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์หรือ เรียกความสนใจ	51	15.89
13.การพาดหัวข่าวโดยระบุ (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด)	27	8.41
14.การพาดหัวข่าวโดยระบุคำเรียกเพศ	41	12.77
15.การพาดหัวข่าวแบบสุภาพิต/วลี/สำนวน	0	0
16.การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง	17	5.3
17.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข	26	8.10
18.การพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา	0	0

2) รูปแบบการพาดหัวข่าวจำแนกตามประเภทข่าว

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สรุปตารางการจำแนกประเภทของการพาดหัวข่าว ที่เป็นลำดับข่าวยอดนิยมในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิจัยและค้นพบจากการศึกษาในครั้งนี้

นี้สามารถสรุปได้ต่อไปนั้รูปแบบการพาดหัวข่าวจำแนกตามประเภทข่าว ของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ พบว่าประเภทข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้มากที่สุด ได้แก่ ข่าวประเภทบันเทิง ประเภทสังคม และอาชญากรรม

โดยข่าวประเภทบันเทิงมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวเรียกชื่อกันดังเรียกชื่อจริง-เล่น และสมญานามมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเป็นการเรียกชื่อดารา นักแสดงที่คนรู้จักกันในสังคม นอกจากนี้ยังพบว่าข่าวบันเทิงของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนิยมใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบโดยระบุคำเรียกเพศ

ขณะที่ประเภทข่าวสังคม เป็นประเภทข่าวที่มีการนำใช้ในการพาดหัวข่าวรองลงมา ส่วนใหญ่ใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์เรียกความสนใจมากที่สุด และรองลงมาเป็นข่าวประเภทอาชญากรรม ตามลำดับ

ส่วนข่าวประเภท ข่าวเศรษฐกิจ และกีฬา พบว่าข่าวประเภทนี้เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำมาใช้น้อย และติดลำดับข่าวยอดนิยมน้อยมาก แต่ในส่วนที่นำมาใช้จะมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข ยกตัวอย่างเช่น การพาดหัวข่าวว่าทฤษฎีพอ+ตำราอิสราเอลสวนฝักใฝ่ได้ 6 แสน เป็นต้น

ส่วนประเภทข่าวกีฬา จะพบว่ามีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุ (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด) ตัวอย่างการพาดหัวข่าว เช่น ตะลึงทั้งโลก! โกลโบลิเวีย ชัดไกลจากประตูตัวเอง บอลทะยานฟ้าดุจดาบคาย (คลิป) และรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวตะลึงทั้งโลก! โกลโบลิเวีย ชัดไกลจากประตูตัวเอง บอลทะยานฟ้าดุจดาบคาย (คลิป) ขณะที่รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก และรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพ และรูปแบบการพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ก็ถูกนำมาใช้ในการพาดหัวข่าวประเภทกีฬา ยกตัวอย่างเช่นตะลึงทั้งโลก! โกลโบลิเวีย ชัดไกลจากประตูตัวเอง บอลทะยานฟ้าดุจดาบคาย (คลิป) จากผลวิจัยทั้งหมดผู้วิจัยจะนำมาสรุปได้ตามตารางตารางที่ 4.3 ตารางสรุปจำนวนประเภทการพาดหัวข่าวและตัวอย่างการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ตามรายละเอียดตารางด้านล่างดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 ตารางสรุปจำนวนประเภทการพาดหัวข่าวและตัวอย่างการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
1.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง	0	-	0	-	-	-	0	-	0	-	0	-
2.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด	0	-	0	-	6	ตัวอย่างเช่น 'ห้ามนั่งท้ายกระบะ' ปชช.ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยตร.แจ้งแค็บก็ห้ามนั่ง	0	-	-	-	0	-

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
3.การพาดหัวข่าวเรียกชื่อกันดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว	0	-	0	-	0	-	3	ยกตัวอย่างแลฟี่น้องคู่โหด“น้องต๋มของ”มอมเหล้าหนุ่มหล่อพามาห้องพี่จับน้องแทง	0	-	27	ยกตัวอย่าง 5.เจอแล้ว! เผยโฉมเมียไซยาที่แท้ผู้จัดการส่วนตัวยู่กินกันมา 26ปี

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
4.การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อคำย่อของชื่อเฉพาะยศตำแหน่ง	0	-	0	-	10	ยกตัวอย่าง ตร.ยอม ถอย! อนุโลมให้ นั่งกระบะ ท้าย-เคียบ โดยสารให้ จนท.ทำ ความเข้าใจ	0	-	0	-	0	-

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
5.การพาดหัวแบบเรียกอาชีพต่างๆ	0	-	0	-	15	ยกตัวอย่าง จำเป็นต้อง เฮ็ด!พอจับ ลูกไล่กล่อ่ง นั่งกระบะ แค้นเห็น ตำรวจให้ ก้มหัว (ชม คลิป)	5	ยกตัวอย่าง 'บอย ถกล เกียรติ'เจอ จะจะ! แท็กซี่เดือด สั่งยกมือ ไหว้ชูเอา เงิน 1 พัน เหตุโดน ทุบรถ	1	ยกตัวอย่าง ตะลึงทั้ง โลก! โกล โบลีเวียชด ไกลจาก ประตู่ ตัวเองบอล ทะยานฟ้า ตุงตาข่าย (คลิป)	2	ยกตัวอย่าง เปิดใจ'เมีย เก่า'แฟน ดาราตลก ชื่อดังอ้าง ทิ้งลูก-เมีย บ่ถือเฟ ชบุ๊กเจียด เงินให้3พัน

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
6.การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน	0	-	0	-	1	ยกตัวอย่าง ผู้การทาง หลวงขอ โทษผู้ออก ใบสั่ง1,123 กม./ชั่วโมง อย่าไม่ อนุโลมขับ เกิน90	0	-	0	-	0	-

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
7.การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ	0	-	0	-	10	ยกตัวอย่างพาดหัวขนาด! ตร.ตรวจเข้มวันแรกห้ามนั่งใน “เค็บ” โซเฟอร์ถึงชั้นกุ่มขมับ (คลิป)	6	ยกตัวอย่างยิ่งกว่าชั่วฆ่าเพื่อนทิ้งข่มขืนเมีย ! จับขังในห้อง ย้ายมารารอน 3 วัน	2	ยกตัวอย่างตะลึงทั้งโลก! โกลโบลิเวียชดไกลจากประตูดตัวเองบอลทะยานฟ้าตุงตาข่าย (คลิป)	0	-

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
8.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง	0	-	0	-	2	ยกตัวอย่าง ฟัง2ด้าน! ร้านเจด ราม่าลูกค้า ไวยบิลเป็น หมิ่นปลาจา ระเมิดตัวละ พันแปด	6	ยกตัวอย่าง แฉพี่น้องคู่ โหด“น้องต- หมูของ” มอมเหล้า หนุ่มหล่อ พามาห้อง พี่จับน้อง แทง	0	-	1	ยกตัวอย่าง กาดะแมร์ ขอโทษ แล้ว! ดราม่า# พิธีกรแย แห่งปี2017 เหยียด ศิลปิน เกาหลี่(ชม คลิป)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
9.การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล	0	-	0	-	3	ยกตัวอย่างพวดหัวขนาด!ตร.ตรวจเข้มวันแรกห้ามนั่งใน“เคืบ”โซเฟอร์ถึงชั้นกุมขมับ (คลิป)	8	ยกตัวอย่างระทึก!รถพ่วงลูกปืนแตกล้อซ้ายหลุด2หนุมหวัดโดนลูกหลงที่แคราย (คลิป)	0	-	1	เปิดตัว‘ชนินฐา’เมียเก่า‘บุญ’เล็กกันตั้งแต่ลูก3เดือน (คลิป)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
10.การพาดหัวข่าวแบบคลุมเครือเพื่อให้อยากเข้าอ่านอยากรู้	0	-	0	-	0	-	3	ตัวอย่างหนูเป็นใคร!ถ้าเป็นคนแสดงตัวคนด้วยคนถ่ายกำลังช็อกหนัก(คลิป)	0	-	7	ตัวอย่าง‘ตุ๊กกี้’ภรรยาคนปัจจุบันพูดแล้วคิดอย่างไร‘บุญชู’ชุกชุก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
11.การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก	0	-	0	-	11	ตัวอย่าง คอห่วยคราวฮือ หญิงท้องแก่คลอดลูกบนรถ อายุกับทะเบียนไปฟ้องกันโดยบังเอิญ	13	ตัวอย่าง ระทึก!รถพ่วงลูกปืนแตกล้อซ้ายหลุด2หน้ามหิดลโดนลูกหลงที่แคราย (คลิป)	1	ตัวอย่าง ตะลึงทั้งโลก!โกลโบลิเวียชัดไกลจากประตูตัวเองบอลทะยานฟ้าตุงตาข่าย (คลิป)	8	ตัวอย่าง 3. ไม่ลืม รากเหง้า แอน ทองประสม ตามจนเจอเปิดตัวผู้มีพระคุณที่เลี้ยงมา

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
12.การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเรียกความสนใจ	0	-	0	-	13	ตัวอย่าง จำเป็นต้อง เฮ็ด!พอจับ ลูกไล่กล่อง นั่งกระเบ เก็บเห็น ตำรวจให้ กัมหัว (ชม คลิป)	18	ตัวอย่าง แลฟี่น้องคู่ โหด“นื้อต- หมุยของ” มอมเหล้า หนุ่มหล่อ พามาห้อง พี่จับน้อง แทง	1	ตัวอย่าง ตะลึงทั้ง โลก!โกล โบลีเวียซัด ไกลจาก ประตู่ ตัวเองบอล ทะยานฟ้า ตุงตาข่าย (คลิป)	18	ตัวอย่าง เจอแล้ว! เผยโฉมเมีย ไชยาที่แท้ ผู้จัดการ ส่วนตัวอยู่ กินกันมา 26ปี

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
13.การพาดหัวข่าวโดยระบุ(ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด)	0	-	0	-	10	ตัวอย่างพาดหัวขนาด!ตร.ตรวจเข้มวันแรกห้ามนั่งใน“เคืบ”โซเฟอร์ถึงขั้นกุมขมับ(คลิป)	10	ตัวอย่างระทึก!รถพ่วงลูกปืนแตกล้อซ้ายหลุด2หนุ่มหวัดโดนลูกหลงที่แคราย(คลิป)	1	ตัวอย่างตะลึงทั้งโลก!โกลโบลิเวียซัดไกลจากประตูตัวเองบอลทะยานฟ้าตุงตาข่าย(คลิป)	8	ตัวอย่าง กาละแมร์ขอโทษแล้ว! ดราม่า#พิธีกรแย่งปี2017เหยียดศิลปินเกาหลี(ชมคลิป)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
14.การพาดหัวข่าวโดยระบุคำเรียกเพศ	0	-	0	-	6	ตัวอย่าง กอหวยครงฮือ หลึงท็องแก่กลอดลูกบนรดาญกับทะเบียนไปฟ็องกันโดยบังเอิญ	13	ตัวอย่าง แฉพี่น้องคู่โหด“น้องต-หมุยของ”มอมเหล้าหนุ่มหล่อพามาห้องพี่จับน้องแทง	0	-	21	ตัวอย่าง เจอแล้ว! เผยโฉมเมียไซยาที่แท้ผู้จัดการส่วนตัวอยู่กินกันมา 26ปี
15.การพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
16.การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง	0	-	0	-	6	ตัวอย่าง คอห้วยครางฮือ หญิงท้องแก่คลอดลูกบนรถอายุกับทะเบียนไปฟ้องกันโดยบังเอิญ	6	ตัวอย่าง ‘บอย ถกลเกียรติ’ เจอจะจะ! แท้ก็ซี้เด็ดสั่งขมมือไหว้ ชูเอาเงิน 1 พันบาท เหตุโดนทุบรถ	0	-	5	ตัวอย่าง ตุ๊กกี้ซ็อก! โผล่อ้างป็นลูก-เมียบุญแม่เปี้ยวค่าเลี้ยงดู

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	กีฬา	พาดหัว	บันเทิง	พาดหัว
17.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข	3	ตัวอย่าง ทฤษฎี พ่อ+ตำรา อิสราเอล สวนผัก1 ไร่ได้6 แสน	0	-	3	ตัวอย่าง ผู้ การทาง หลวงขอ โทษผู้ออก ใบสั่ง1,123 กม./ชั่วโมง อย่าไม่ อนุโลมขับ เกิน90	7	ตัวอย่าง ระทึก!รถ พุ่งลูกปืน แตกล้อซ้าย หลุด2หน้า หวัดโดน ลูกหลงที่ แคราย (คลิป)	0	-	13	ตัวอย่าง เปิดใจ'เมีย เก่า'แฟน ดาราตลก ชื่อดังอ้าง ทิ้งลูก-เมีย บ่ลือกเฟ ชบุ๊กเจียด เงินให้3พัน
18.การพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหาข่าว	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-

4.1.2 ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาธิปไตยธุรกิจ (เว็บไซต์ นสพ.ธุรกิจ)

4.1.2.1 รายละเอียดรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดใจ

ต่อมาเป็นการสรุปผลวิจัยของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาธิปไตยธุรกิจที่สามารถสรุปผลวิจัยได้ดังนี้ รูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาธิปไตยใช้มากลำดับ 1 คือการพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์ความรู้สึก ผลวิจัยที่พบส่วนใหญ่มีการใช้เครื่องหมายคำพูด มากที่สุด ซึ่งจะใส่ในชื่อบุคคล หรือชื่อบริษัทที่เป็นข่าว

ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 8 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า “ดีเฮาส์” แลนด์ลอร์ดสารคามผุดโครงการมิกซ์ยูสพื้นที่รับเมืองการศึกษาโต-เข้าตลาดหุ้นปี’62 จะเห็นได้ว่าการนำเครื่องหมายคำพูดมาใส่ในชื่อบริษัท อีกกรณีหนึ่งจะใส่ชื่อบุคคล ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 20 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า “ชัยเกษม” ชง “นิรโทษกรรม” ขอโอกาสให้ “ทักษิณ” ประองดอง

รองลงมาเป็นการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ ส่วนใหญ่จะใส่ไว้ด้านหน้าของประโยคแรกที่มีการพาดหัวข่าว ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าววันที่ 22 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า เมนูกุ้งสดมาก! สายกินมองตาประกายส่วนสายโลกสวยอาจรู้สึกโหดไป (ชมคลิป)

ลำดับดับ 2 คือการพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ผลวิจัยที่พบส่วนใหญ่เป็นการใช้ภาษาต่างประเทศทับศัพท์ไปในหัวข่าว ยกตัวอย่างการพาดหัวข่าวของวันที่ 2 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ปิดฉาก“อังกฤษ”ฮับการเงินโลกแบงก์แห่ย้ายฐาน “แฟรงค์เฟิร์ต-ดับลิน” จะเห็นได้ว่าการทับศัพท์คำว่า ฮับ หากแปลเป็นภาษาไทยคือศูนย์กลาง

ลำดับ 3 คือรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/คำย่อ/ ของเฉพาะ ชศ ตำแหน่ง ผลวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นการย่อคำให้สั้นลง แต่ก็จะเป็นการย่อที่คนทั่วไปจะเข้าใจความหมายเนื่องจากพื้นที่ในการพาดหัวข่าวมีไม่มาก

ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าววันที่ 12 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ไขว้ดิลปปลอมมา 14 ปี! เรียกคืนเครื่องราชฯอดีตอธิการม.อุบลฯ ใช้ปริญญาเอกปลอม จะเห็นได้ว่าการย่อคำถึง 2 จุด คือเครื่องราชฯ และ ม.อุบลฯ ซึ่งเป็นการย่อคำให้สั้นลงที่คนทั่วไปสามารถเข้าใจความหมาย

ลำดับ 4 คือการพาดหัวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ ความรู้สึก ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้คำ ภาษาที่บอกเล่าเรื่องราวให้เร้าอารมณ์ว่าเหตุการณ์ที่จะนำเสนอเป็นอย่างไร ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 8 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า โซเซียลระอุ!หนุ่มวัยคุณคอนเสิร์ตวงดนตรีระดับโลกแสนกร่อยเหตุจัดการแย่งขยี้ตัวเก็นที่นั่ง จะเห็นได้ว่าคำว่าโซเซียลระอุ เป็นการบอกถึงอารมณ์ ความร้อนแรงของเหตุการณ์

ส่วนอีกกรณีเป็นการอุปมาให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึกคล้ายตาม ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 4 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ลูกลิงหรือเปล่า?! เด็กอิหร่านวัย 3 ขวบสุดแข็งแรงปีนเสาได้แบบไม่ใช้อุปกรณ์ช่วย (คลิป) จะเห็นได้ว่าคำว่าลูกลิงหรือเปล่า เปรียบเทียบได้จนเหมือนลิง

ลำดับ5 คือการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข ส่วนใหญ่เป็นการบอกตัวเลขในปริมาณที่มาก ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 14 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า มะม่วงแปดริ้วชิงตลาดเอเชียปลูก 3 หมื่นไร่ รายได้พุ่ง 966 ล้านบาท

อีกกรณีจะเป็นการพาดหัวข่าวที่ใช้ภาษาเขียนเป็นจำนวนตัวเลข ยกตัวอย่าง เช่น การพาดหัวข่าวของวันที่ 4 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ในที่สุด! 2 เจ้าสัว “ธนิน-เจริญ” กระโดดเข้ากุมอสังหาแสนล้านเต็มตัว-เต็มพอร์ต

ลำดับ6 การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น สมญานามแหล่งข่าว ผลวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นการเรียกชื่อคนดัง ซึ่งเป็นบุคคลที่รู้จักในสังคม หรือหากเป็นข่าวต่างประเทศจะเป็นบุคคลที่รู้จักในระดับโลก

ยกตัวอย่าง เช่น การพาดหัวข่าวของวันที่ 16 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า “หม่อมปี่” ไม่ (กล้า) ชน “สี จิ้นผิง” ทำแผน 100 วันสร้างสมดุลการค้า หรือการพาดหัวข่าวของวันที่ 6 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ตลาดมันเส้นสะดัก! ชาวไร่ร้อนหนังสีถึง ‘สมคิด’ มั่นราคาร่วงเงินชะลอซื้อไม่ส่งเรือมารับสินค้า

ลำดับ7 คือการพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน ผลวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นการเรียกชื่อบริษัท หรือชื่อหน่วยงานของภาครัฐ ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 2 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ช.การช่างเร่งระบบระบายสายสินน้ำเงิน “ซีเมนส์-ญี่ปุ่น” ฝุ่นตลบขายโบกี้

อีกกรณีเป็นชื่อหน่วยงานภาครัฐ ยกตัวอย่างการพาดหัวข่าวของวันที่ 10 เมษายน 2560 มีพาดหัวข่าวว่าพาณิชย์จับมือดีเอสไอลงพื้นที่ปราบ “ล้งเถื่อน” แย่งตลาดทุเรียนไทย

ลำดับ8 รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง ซึ่งเป็นการพาดหัวข่าวที่เน้นมองที่คู่ขัดแย้งว่าใครผิดใครถูก หรือเป็นการพาดหัวข่าวที่ชูประเด็นความขัดแย้งให้เห็นเป็นจุดเด่น ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 12 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า “ฟาร์มเฮาส์” ไร้ขอโทษ “สมาคมนักเรียนเก่าจุฬารัฐวิทยาลัย” ชี้เป็นบทเรียนครั้งสำคัญ จะเห็นได้ว่ามีการพาดหัวข่าวชูประเด็นความขัดแย้งเป็นหลัก

ลำดับ9 คือการพาดหัวข่าวสรุปความให้ข้อมูล ซึ่งเป็นการพาดหัวข่าวที่มีความชัดเจนในหัวข่าว เป็นรูปแบบประโยคอย่างง่าย ครบองค์ประกอบ 5W1H ยกตัวอย่างการพาดหัวข่าวของวันที่

16 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ญี่ปุ่นคนโศดล้นเมือง! เหตุทำงานหนักไม่มีแม้คำว่า “เฟน” ส่งผลภาวะเจริญพันธุ์ต่ำลงประชากรลดฮวบ

ลำดับ 10 คือการพาดหัวข่าวแบบเรียกอชีฟ ยกตัวอย่างการพาดหัวข่าวของวันที่ 8 เมษายน 2560 ที่มีการพาดหัวข่าวว่า แย่งซื้อตัวหมอ-พยาบาลการันตีรายได้ 2 แสนแถมเงินตกเบิก

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวที่มีการใช้น้อย ได้แก่ การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ ซึ่งเป็นการพาดหัวข่าวที่ไม่ระบุ SWIH เน้นการใช้วลีมากกว่าประโยค บางครั้งมีการใช้ตัวย่อ ที่ไม่เป็นที่รู้จักในสังคม

ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าว ของวันที่ 2 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า “มันจบแล้วครับ” บริษัทน้ำมันแห่งชาติหรือการพาดหัวข่าวของวันที่ 12 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า อิงอยู่กับกระแสไอซ์คิวคนไหนจะอยากร่วมงาน?

นอกจากนี้ยังพบว่ามีการพาดหัวข่าวโดยระบุชมคลิป ภาพ ภาพชุด ในเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ ประชาชาติธุรกิจมีการใช้น้อย ลักษณะการนำมาใช้ก็จะเป็นการระบุข้างหลังประโยค หรือหัวข่าวช่วงท้ายว่ามีคลิป หรือชมคลิป ส่วนการชมภาพและชมภาพชุดยังไม่พบในงานวิจัยครั้งนี้ ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 22 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า คุณทำอะไรจะอร่อย! เมนู “ไข่อบแตงโม” สูตรอินเดีย(ชมคลิป)

รูปแบบต่อมาที่มีการใช้น้อย คือการพาดหัวแบบอ้างอิงคำพูด ซึ่งการพาดหัวลักษณะนี้จะเป็นการอ้างอิงคำพูดบุคคลที่อยู่ในข่าวบางช่วงบางตอนมาไว้บนหัวข่าวยกตัวอย่าง เช่น การพาดหัวข่าวของวันที่ 6 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า “อาคม” ย้ำชัดรถกระบะแค่บจกทะเบียนใช้ประโยชน์ถูกต้องทั้งขนของ-นั่ง-นอนพัก

รูปแบบการพาดหัวข่าวที่มีการใช้น้อยอีกรูปแบบหนึ่งคือการพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 8 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า 5.โซเซียลระอุ! หนุ่มไวคูดคอนเสิร์ตวงดนตรีระดับโลกแสนกร่อยเหตุจัดการแย่งขยตัวเก็นที่นั้ง จะเห็นได้ว่าคำว่าหนุ่มไวคูด บอกถึงว่าเหตุการณ์นี้เกี่ยวข้องกับเพศชาย

อีกรูปแบบหนึ่งที่มีการใช้น้อยคือการพาดหัวข่าวแบบใช้คำรุนแรง ซึ่งเป็นการพาดหัวข่าวที่จะใช้คำไม่สุภาพ หรือเป็นการใช้คำ หรือภาษาที่ซ้ำเดิมผู้เสียหายที่ตกเป็นข่าว หรือเป็นการวลีประโยค ที่ชี้ชัดถึงการกระทำที่รุนแรง ยกตัวอย่างการพาดหัวข่าววันที่ 18 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า “เด็กอนุบาล-ป่วยทางจิต” นายทหาร โสมแดงแอบเมาส์ลับหลัง “คิมจองอึน” โทษขั้นประหารฐานให้ร้ายผู้นำ จะเห็นได้ว่ามีการใช้คำว่าโทษขั้นประหารฐานให้ร้ายผู้นำ เป็นการใช้ประโยคที่รุนแรงซ้ำเดิมผู้เสียหาย

ส่วนการพาดหัวข่าวแบบใช้คำสแลงมีพบว่ามีการใช้เพียง 1 ครั้ง เป็นการพาดหัวข่าวของวันที่ 18 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า เศรษฐีจีนจัดให้! ไฟต์หยุดโลก ‘บัวขาว’ ปะทะ ‘ยอดแสน’ ไกล’ ซึ่งมีहाศล 30 ล้าน จะเห็นได้ว่ามีการใช้คำสแลงคำว่าจัดให้ซึ่งเป็นภาษาที่กลุ่มวัยรุ่นใช้กันมากอยู่พักหนึ่ง

อย่างไรก็ตามงานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยยังพบอีกว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ที่ไม่ใช่เลยมี 2 รูปแบบ ได้แก่ การพาดหัวข่าวแบบสุภาพิต/วลี/สำนวน และการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา (Misleading)

โดยผลการศึกษาของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ผลวิจัยสามารถสรุปได้เป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 ตารางสรุปจำนวนของการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

18 รูปแบบการพาดหัวข่าว	เว็บไซต์ นสพ.ประชาชาติธุรกิจ	ร้อยละ
แบบดั้งเดิม		
1.การพาดหัวข่าวที่คำสแลง	1	0.37
2.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด	6	2.21
3.การพาดหัวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/ สมญานามแหล่งข่าว	4	1.47
4.การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ คำย่อ ชื่อ เฉพาะตำแหน่ง	31	11.4
5.การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพต่างๆ	11	4.04
6.การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน	19	6.99
7.การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ	34	12.5
8.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง	2	0.74
9.การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล	13	4.78
แบบคลิกเบต		
10.การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้เข้าอ่านอยากรู้	8	2.94
11.การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ ความรู้สึก	29	10.66

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

18 รูปแบบการพาดหัวข่าว	เว็บไซต์ นสพ.ประชาชาติธุรกิจ	ร้อยละ
แบบคลิกเบต		
12.การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ	60	22.06
13.การพาดหัวข่าวโดยระบุ (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด)	8	2.94
14.การพาดหัวข่าวโดยระบุคำเรียกเพศ	3	1.10
15.การพาดหัวข่าวแบบสุภาพิต/วลี/สำนวน	0	0
16.การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง	15	5.51
17.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข	28	10.20
18.การพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา	0	0

4.1.2.2 รูปแบบการพาดหัวข่าวจำแนกตามประเภทข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

ผู้วิจัยได้ทำการจำแนกรูปแบบการพาดหัวข่าวจำแนกตามประเภทข่าวที่พบในการศึกษา เพื่อที่จะทราบถึงว่าในแต่ละรูปแบบการพาดหัวข่าว ส่วนใหญ่เป็นข่าวประเภทใดบ้าง และได้ว่าแต่ละประเภทข่าวใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวรูปแบบใดมากที่สุด สามารถสรุปได้ดังนี้รูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจใช้มาก คือประเภทข่าวเศรษฐกิจ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ ยกตัวอย่างเช่น "ช.การช่าง"ทำชิงเค็กทุกโปรเจกต์ เค็งรับปีทองรัฐเทกระจาดประมุลงาน9แสนล้าน

รองลงมา คือรูปแบบการพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นการทับศัพท์เทคนิคภาษาอังกฤษ มีภาษาจีนบ้างเล็กน้อย ยกตัวอย่างเช่น ช.การช่างเร่งระบบสายสีน้ำเงิน "ซีเมนส์-ญี่ปุ่น" ฝุ่นตลบขายโบกี้ ,ส่วนที่เหลือประเภทข่าวเศรษฐกิจจะใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวต่างๆตามลำดับ ดังต่อไปนี้ รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด การพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น , การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ คำย่อของชื่อเฉพาะตำแหน่ง , รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพ , การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน ,การพาดหัวข่าวแบบใช้คำรุนแรง , การพาดหัวข่าวแบบสรุปความ ,การพาดหัวข่าวแบบคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากเข้าอ่านอยากรู้ ,การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก ,การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมาย

เพื่อเร้าอารมณ์เรียกความสนใจ ,การพาดหัวข่าวระบุ (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ชมภาพ) , การพาดหัวข่าว โดยระบุเรียกเพศ ,การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง , การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข

ลำดับต่อมาคือประเภทข่าวสังคม มีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าว ดังต่อไปนี้ รูปแบบ การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด ,การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อบุคคล/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานาม แห่ล่าข่าว , การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ คำย่อของชื่อเฉพาะตำแหน่ง , การพาดหัวข่าวแบบ เรียกอาชีพ ,การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน ,การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ , การพาดหัวข่าวแบบใช้คำรุนแรง ,การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล , การพาดหัวข่าวแบบใช้ คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก ,การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์เรียกความสนใจ ,การ พาดหัวข่าวระบุ (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ชมภาพ) ,การพาดหัวข่าวโดยระบุเรียกเพศ ,การพาดหัวข่าว เน้นความขัดแย้ง ,การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข

ต่อมาเป็นประเภทข่าวอาชญากรรม มีการรูปแบบการพาดหัวข่าวการพาดหัวข่าวแบบ อ้างอิงคำพูด ,การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อบุคคล/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแห่ล่าข่าว , การพาด หัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ คำย่อของชื่อเฉพาะตำแหน่ง ,การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพ ,การพาดหัว ข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน ,การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ,การพาดหัวข่าวแบบใช้ เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์เรียกความสนใจ ,การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง ,การพาดหัวข่าวแบบ อ้างอิงตัวเลข สำหรับประเภทข่าวการเมือง และข่าวในพระราชสำนัก มีน้อย ผลการศึกษาทั้งหมดนี้ จะสรุปตามตารางตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ตารางสรุปจำนวนประเภทการพาดหัวข่าวและตัวอย่างการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

รูปแบบการพาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	การเมือง	พาดหัว	ในพระราชสำนัก	พาดหัว
1.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง	0	-	1	ตัวอย่าง เศรษฐีจีนจัดให้! ไฟต์หยุดโลก ‘บัวขาว’ ปะทะ ‘ชอว์กาน’ โกลด์ชิงมหาศาล 30 ล้าน	0	-	0	-	0	-	0	-
2.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด	2	ตัวอย่าง พาณิชน์เผยเศรษฐกิจอีสานกระเตื้องขึ้นส่งสัญญาณเศรษฐกิจไทยฟื้น	3	ตัวอย่าง ไร้มนุษยธรรม-ล้ำเส้นเกินไปแล้ว! “สามัคคี” ไร้ประโยชน์ โวยเหตุสหรัฐทิ้งระเบิดตัวแม่ “MOAB” ในอัฟกานิสถาน	1	ตัวอย่าง “อากม” ย้ำชัดรถกระบะเคาะใบสั่งเบียดเบียนผู้ใช้ประโยชน์ถูกต้องทั้งชนของ-นั่ง-นอนพัก	1	ตัวอย่าง “เฮเลน” นักแสดงหญิงปัดรวมท้อ โกงแฉนายทุนอื้อฉาวตัวการชักใย “ชินแส” โทกุนะ	0	-	0	-

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบการ พาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	การเมือง	พาดหัว	ใน พระราชสำนัก	พาดหัว
3.การพาดหัว ข่าวเรียกชื่อ คนดัง/ เรียกชื่อจริง- เล่น/สมญา นาม แหล่งข่าว	6	ตัวอย่าง ตลาด มันเส้นสะดุด! ชาวไร่ร้อน หนังสือถึง ‘สมคิด’มันราคา ร่วงเงินชะลอซื้อ ไม่ส่งเรือมารับ สินค้า	6	ตัวอย่าง เกมแห่ง ศักดิ์ศรียังไม่จบ! “ปูติน”อวดพัฒนา “โคตรพ่อแห่ง ระเบิด”สำเร็จ เช่นกัน	3	ตัวอย่าง “อาคม”เข้าขั้ดรถ กระบะแก็บจอด ทะเบียนใช้ ประโยชน์ ถูกต้องทั้งชน ของ-นั่ง-นอน พัก	1	ตัวอย่าง “เฮเลน” นักแสดง หญิงปิดร่วม ถือโถงแฉ นายทุน ฮ่องกง ตัวการชักใย “จีนแสโซกุน”	2	ตัวอย่าง “ชัย เกษม”ขงนิร โทษกรรม” ขอโอกาส ให้ “ทักษิณ” ปรองดอง	0	-
4.การพาดหัว ข่าวแบบใช้ อักษรย่อ คำ ย่อของชื่อ เฉพาะยศ ตำแหน่ง	14	ตัวอย่าง 7ทุน ยักษ์เขิงใหม่ ถึกถักเข้าตลาด หุ้น“B2-นิ่มชี เสียง-ชั้นสวีท” หัวหอก	11	ตัวอย่าง ไร่ มนุษยธรรม-ล้ำ เส้นเกินไปแล้ว! “สามัค คาร์ไล” ไวยเหตุสรัฐทั้ง ระเบิดตัวแม่ “MOAB”ในออฟ ฟา	3	ตัวอย่าง ตรวจสอบสลาภ กินแบ่งรัฐบาล งวด1เม.ย.2560	1	ตัวอย่าง ใช้ วุฒิปดอมมา 14ปีเรียกคืน เครื่องราชฯ อดีตอธิการณ. อุบลฯใช้ ปริญญาเอก ปลอม	1	ตัวอย่าง อัฟ เดค “ทักษิณ” ร่ำรวย5 หมื่นล้านสู้ ศึกคดีภาษี ขายหุ้นชินฯ 1.7หมื่นล้าน	0	-

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบการ พาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	การเมือง	พาดหัว	ใน พระราชสำนัก	พาดหัว
5.การพาดหัว ข่าวแบบเรียก อาชีพต่างๆ	3	ตัวอย่าง ตลาดมัน เส้นสะดุด!ชาวไร่ ร้อนหนังสือถึง 'สมคิด'มันราคาร่วง จีนชะลอซื้อไม่ส่ง เรือมารับสินค้า	2	ตัวอย่าง เสริมกำลัง ทหาร!เงินแสดง แสนยานุภาพเปิดตัว เรือบรรทุกอากาศยาน ลำใหม่	4	ตัวอย่าง แย่ง ซื้อตัวหมอ- พยาบาลกา รันตีรายได้2 แสนแถมเงิน ตกเขียว	2	ตัวอย่าง “เฮ เลน”นักแสดง หญิงปัดร่วม น้อโกงแจ นายทุนฮ่องกง ตัวการชกไช “ชินแสไชกุล”	0	-	0	-
6.การพาดหัว ข่าวแบบ เรียกชื่อ หน่วยงาน	12	ตัวอย่าง “ช.การ ช่าง”ทำชิงเค้กทุก โปรเจกต์แข่งรับปี ทองรัฐเทกระจาด ประมุขงาน9แสน ล้าน	5	ตัวอย่าง กองทัพ สหรัฐทิ้งระเบิดยักษ์ “MOAB”ถล่ม อัฟกานิสถานหวัง ทำลายไอเอส	2	ตัวอย่าง “ฟาร์มเฮาส์” ไร้ขอโทษ “สมาคม นักเรียนเก่า วชิราวุธ วิทยาลัย”ชี้ เป็นบทเรียน ครั้งสำคัญ	1	ตัวอย่าง ใช้วุฒิ ปลอมมา14ปี! เรียกคืนเครื่อง ราชฯอดีต อธิการฯ.อุปสฯ ให้ปริญญาก ปลอม	0	-	0	-

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบการ พาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	การเมือง	พาดหัว	ใน พระราชสำนัก	พาดหัว
7.การพาดหัว ข่าวใช้ทับศัพท์ ภาษาต่างประเทศ	15	ตัวอย่าง ข. การแข่งขัน ระบบระบาย สายน้ำเงิน “ซีเมนส์- ญี่ปุ่น” ฝุ่น ตลบขาย โบกี้	10	ตัวอย่าง กองทัพ สหรัฐทิ้งระเบิดยักษ์ “MOAB” ถล่ม อัฟกานิสถานหวัง ทำลายไอเอส	5	ตัวอย่าง เปลี่ยนความ เปรี้ยว- แสบ-ซ่า กว่าจะเป็น... มาดามแป้ง	1	ตัวอย่าง “เฮเลน” นักแสดงหญิงปิด ร่วมถือโกงแฉ นายทุนฮ่องกง ตัวการชกโย “ซินแสโชกุน”	1	ตัวอย่าง โพลเผย ชาวบ้าน ชอบ รัฐบาล “ประยุทธ์” แก้ คอร์รัปชัน เห็นชัดเจน แต่ เศรษฐกิจ แย่การค้า- ลงทุน ชะงัก	0	-

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบการ พาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	การเมือง	พาดหัว	ใน พระราชสำนัก	พาดหัว
8.การพาดหัว ข่าวที่ใช้คำ รุนแรง	0	-	1	ตัวอย่าง “เด็ก อนุบาล-ป่วยทาง จิต”นายทหารโสม แดงแอบเมาส์ลับ หลัง“คิมจองอึน” โทษขึ้นประหาร ฐานให้ร้ายผู้นำ	1	ตัวอย่าง “พูดไม่เข้าหู” ไม่ยอมลดค่าอาหาร” ตำรวจชลบุรีสั่งปิด ร้านด้วยวาจา7วัน เจ้าของประกาศแข่ง ร้าน	0	-	0	-	0	-
9.การพาดหัว ข่าวแบบสรุป ความให้ข้อมูล	5	ตัวอย่าง มะม่วงแปด ริ้วชิงตลาด เอเชียปลูก3 หมื่นไร่ รายได้พุ่ง 966ล้านบาท	5	ตัวอย่าง เช่น ญี่ปุ่น คนโศกสิ้นเมือง! เหตุทำงานหนักไม่มี แม้คำว่า“แฟน” ส่งผลกระทบเจริญ พันธุ์ต่ำลงประชากร ลดฮวบ	2	ตัวอย่าง “พูดไม่เข้าหู” ไม่ยอมลดค่าอาหาร” ตำรวจชลบุรีสั่งปิด ร้านด้วยวาจา7วัน เจ้าของประกาศแข่ง ร้าน	0	-	0	-	0	-

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบการ พาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	การเมือง	พาดหัว	ใน พระราชสำนัก	พาดหัว
10.การพาดหัว ข่าวแบบ กลุ่มเครือ เพื่อให้อยาก เข้าอ่านข่ากรู้	5	ตัวอย่าง ปตท. ปรับตัว	2	ตัวอย่าง ตริยมรับมือ “จีน”ในภูมิภาคกลุ่ม แม่น้ำโขง	0	-	0	-	0	-	0	-
11.การพาดหัว ข่าวแบบใช้คำ เร้าอารมณ์ ความรู้สึก	10	ตัวอย่าง “ข. การช่าง”ทำ ชิงเค้กทุก โปรเจกต์ได้ รับปีทองรัฐ เทกระจาด ประมุขงาน9 แสนล้าน	13	ตัวอย่าง เสริมกำลัง ทหาร!จีนแสดง แสนยานุภาพเปิดตัว เรือบรรทุกอากาศ ขานลำใหม่	6	ตัวอย่าง เปลี่ยนความ เปรี้ยว- แสบ-ซ่า กว่าจะเป็น... มาดามแป้ง	0	-	1	ตัวอย่าง อัปเดต “ทักษิณ” รัวรว5 หมื่นล้านสู่ ศึกคดีภาษี ขายหุ้นจีน ฯ1.7หมื่น ล้าน	0	-

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบการ พาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	การเมือง	พาดหัว	ใน พระราชสำนัก	พาดหัว
12.การพาดหัว ข่าวแบบใช้ เครื่องหมาย เพื่อเร้าอารมณ์ หรือเรียกคำ สนใจ	17	ตัวอย่าง “ข. การช่าง”ทำ ซิงเกิ้ลทุก โปรเจกต์แต่ง รับปีทองรัฐ เทกระจาด ประมุขงาน9 แสนล้าน	27	ตัวอย่าง เสริม กำลังทหารเงิน แสดง แสนยานุภาพ เปิดตัวเรือ บรรทุกอากาศ ขานล่าใหม่	10	ตัวอย่าง “พูดไม่ เข้าหู”ไม่ยอมลด ค่าอาหาร” ตำรวจชนบุรีสั่ง ปิดร้านด้วยวาจา 7วัน เจ้าของ ประกาศแข่งร้าน	1	ตัวอย่าง “เฮ เลน”นักแสดง หญิงปัดรวม มือ โกงแฉ นายทุน ฮ้างกงตัวการ ชักโย “จีนแสบโซกุน”	3	ตัวอย่าง “ชัยเกษม” ชนนรีไทย กรรม”ขอ โอกาสให้ “ทักษิณ” ปรองดอง	1	ตัวอย่าง รอ กรม.ไฟเขียว บายนี่25-29ค.ค. วันถวายพระ เพลิงพระบรม ศพ.9ส่วน26 ค.ค. วันหยุดราชการ
13.การพาดหัว ข่าวโดยระบุ (ชมคลิป) (ชม ภาพ) (ภาพชุด)	0	-	4	ตัวอย่าง ลูกลิง หรือเปล่า?!!เด็ก อิหร่านวัย3ขวบ สุดแข็งแรงป็น เสาได้แบบไม่ ใช้อุปกรณ์ช่วย (คลิป)	3	ตัวอย่าง แชร้ ว่อน!ผู้โดยสาร โวยขกเล็ก เที่ยวบินไม่แจ้ง ล่วงหน้าตั้ง ข้อสังเกตกับต้น กลับบ้าน(คลิป)	0	-	0	-	0	-

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบการ พาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	การเมือง	พาดหัว	ใน พระราชสำนัก	พาดหัว
14.การพาดหัว ข่าวโดยระบุคำ เรียกเพศ	0	-	1	ตัวอย่าง “เด็ก อนุบาล-ป่วย ทางจิต” นายทหารโสม แดงแอบเมาส์ ลับหลัง“คิมจอง อิน”โทษขึ้น ประหารฐานให้ ร้ายผู้นำ	2	ตัวอย่าง โซเชี่ยล ระอุ!หนุ่มไวซคู คอนเสิร์ตวง ดนตรีระดับโลก แสนกร่อยเหตุ จัดการแย่งตัว เกินที่นั่ง	0	-	0	-	0	-
15.การพาดหัว ข่าวแบบใช้ สุภาษิต/วลี/ สำนวน	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบการ พาดหัวข่าว	ประเภทพาดหัวข่าว											
	เศรษฐกิจ	พาดหัว	ต่างประเทศ	พาดหัว	สังคม	พาดหัว	อาชญากรรม	พาดหัว	การเมือง	พาดหัว	ใน พระราชสำนัก	พาดหัว
17.การพาดหัว ข่าวแบบอ้างอิง ตัวเลข	12	ตัวอย่าง “ข. การช่าง”ทำ ชิงเค้กทุก โปรเจกต์ตั้ง รับปีทองรัฐ เทกระจาด ประมุขงาน9 แสนล้าน	11	ตัวอย่าง สหรัฐปี ไทยแจงปมขาด ดุล2หมื่นล้าน พาณิชย์ตั้งคู่ค้า US-ABCแนว ร่วมด้านค้าตั้ง ทรมปี	4	ตัวอย่าง “พูดไม่ เข้าหู”ไม่ยอมลด ค่าอาหาร” ตำรวจชนบุรีสั่ง ปิดร้านด้วยวาจา 7วัน เจ้าของ ประกาศเซ้งร้าน	1	ตัวอย่าง ใช้ วุฒิปปลอมมา 14ปี!เรียกคืน เครื่องราชฯ อดีตอธิการม. อุบลฯใช้ ปริญญาเอก ปลอม	0	-	1	รศ.ดร.ไพจิตร พานิชนี้25-29ค.ค. วันถวายพระ เพลิงพระบรม ศพ.9ส่วน26 ค.ค. วันหยุดราชการ
18.การพาดหัว ข่าวแบบหัว ข่าวไม่ตรง เนื้อหาข่าว	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-

4.1.3 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐกับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

จากผลวิจัยทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์หากนำมาเปรียบเทียบกันจะพบว่ามีสิ่งที่เหมือนและแตกต่างกัน โดยพบว่าสิ่งที่แตกต่างกันมากที่สุดแบ่งเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้ 1. เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุชมคลิป ชมภาพ ภาพชุด มากกว่าเว็บไซต์ประชาชาติธุรกิจอย่างเห็นได้ชัดเจนแต่ทั้ง 2 เว็บไซต์จะใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวลักษณะนี้ไว้ด้านหลังหัวข่าวเป็นส่วนใหญ่มากตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 2 เมษายน 2560 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการพาดหัวข่าวว่า แรงทะลุโซ่ร่วม! ปีกอัฟรูนใหม่พุ่งทะยานชนทะเลวงกระจกแตกกระจาย (คลิป) ส่วนตัวอย่างของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ยกตัวอย่างการพาดหัวข่าวของวันที่ 10 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า แชร์ว่อน! ผู้โดยสารไวทยกเลิกเที่ยวบินไม่แจ้งล่วงหน้าตั้งข้อสังเกตกับต้นกลับบ้าน (คลิป)

2. เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ มากกว่าซึ่งผลวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นการใช้ในประเภทข่าวอาชญากรรมมากที่สุด ยกตัวอย่าง เช่น การพาดหัวข่าว 22 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่าระทึก! รถพ่วงลูกปืนแตกล้อซ้ายหลุด 2 หมุนหวัดโดนลูกหลงที่แคราย(คลิป)

3. เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพ มากกว่าเว็บไซต์ประชาชาติธุรกิจ อย่างเห็นได้ชัดเจนซึ่งส่วนใหญ่พบการพาดหัวลักษณะนี้ในข่าวประเภทบันเทิง และอาชญากรรม ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 18 เมษายน 2560 พาดหัวข่าวว่า กาละแมร์ขอโทษแล้ว! ติ๊กวนา#พิธีกรแห่งปี 2017 เหยียดศิลปินเกาหลี (ชมคลิป)

4. เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว มากกว่าซึ่งพบว่ามีการใช้หัวข่าวประเภทนี้มากที่สุดในข่าวบันเทิง ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 10 เมษายน 2560 พาดหัวข่าวว่าเปิดตัว “ชนิษฐา” เมียเก่า “บุญ” เลิกกันตั้งแต่ลูก 3 เดือน (คลิป)

5. รูปแบบสุดท้ายที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้มากคือการพาดหัวข่าวแบบใช้คำรุนแรง ส่วนใหญ่พบว่ามีการใช้ในข่าวประเภทอาชญากรรม ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าววันที่ 4 เมษายน 2560 พาดหัวข่าวว่า ยิ่งกว่าชั่ว ฆ่าเพื่อนทั้ง 4 ชนินเมีย ! จับงัดในห้อง ย่ำยีมาราธอน 3 วัน

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้มากที่สุดและแตกต่างจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐที่มีการใช้น้อยมีดังต่อไปนี้ 1. การพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ 2. การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน และ 3. การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/ของชื่อเฉพาะ ยก ตัวอย่าง

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ใช้ใกล้เคียงกัน ได้แก่ 1.การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ ความรู้สึก 2.การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ 3.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด 4.การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้คนอ่านอยากรู้ 5.การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล 6.การพาดหัวข่าวแบบใช้คำสแลง 7.การพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง 8.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข ส่วนการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน และการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา พบว่าทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไม่มีการใช้รูปแบบนี้ในการพาดหัวข่าว

จากผลการศึกษาการเปรียบเทียบรูปแบบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐกับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 ตารางสรุปจำนวนของการพาดหัวข่าว

18 รูปแบบการพาดหัวข่าว	เว็บไซต์นสพ.ไทยรัฐ		เว็บไซต์นสพ.ประชาชาติธุรกิจ	
	(จำนวน)	ร้อยละ	(จำนวน)	ร้อยละ
การพาดหัวข่าวแบบสื่อตั้งเดิม				
1.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง	0	0	1	0.37
2.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด	6	1.87	6	2.21
3.การพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/ เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานาม แหล่งข่าว	32	9.97	4	1.47
4.การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ คำย่อของชื่อเฉพาะยศตำแหน่ง	10	3.12	31	11.40
5.การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพ ต่างๆ	22	6.85	11	4.04
6.การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อ หน่วยงาน	1	0.31	19	6.99
7.การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ ภาษาต่างประเทศ	20	6.23	34	12.50
8.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง	9	2.8	2	0.74
9.การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ ข้อมูล	15	4.67	13	4.78

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

18 รูปแบบการพาดหัวข่าว	เว็บไซต์นสพ.ไทยรัฐ		เว็บไซต์นสพ.ประชาชาติธุรกิจ	
	(จำนวน)	ร้อยละ	(จำนวน)	ร้อยละ
10.การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อ อยากให้เข้าอ่านอยากรู้	10	3.12	8	2.94
11.การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้า อารมณ์ความรู้สึก	34	10.59	29	10.66
12.การพาดหัวข่าวแบบใช้ เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์หรือเรียก ความสนใจ	51	15.89	60	22.06
13.การพาดหัวข่าวโดย ระบุว่า (ชม คลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด)	27	8.41	8	2.94
14.การพาดหัวข่าวโดยระบุคำเรียก เพศ	41	12.77	3	1.10
15.การพาดหัวข่าวแบบสุกยัด/วลี/ สำนวน	0	0	0	0
16.การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง	17	5.30	15	5.51
17.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิง ตัวเลข	26	8.10	28	10.29
18.การพาดหัวแบบหัวข่าวไม่ตรง กับเนื้อหา	0	0	0	0

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้วิเคราะห์เนื้อหาและได้ทำการจำแนกสรุปประเภทของ
เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 ตารางสรุปประเภทข่าว

ประเภทข่าวของ เว็บไซต์นสพ.ไทยรัฐ (ลำดับ)	จำนวน	ประเภทข่าวของ เว็บไซต์นสพ. ประชาชาติธุรกิจ (ลำดับ)	จำนวน
2. ข่าวบันเทิง	27	1.ข่าวเศรษฐกิจ	28
1. ข่าวสังคม	24	2.ข่าวต่างประเทศ	25
2. ข่าวอาชญากรรม	19	3.ข่าวสังคม	12
3. ข่าวเศรษฐกิจ	3	4.ข่าวอาชญากรรม	4
4. ข่าวกีฬา	1	5.ข่าวการเมือง	8
		6.ข่าวในพระราชสำนัก	1

จากตารางที่สรุปมาเบื้องต้นจะเห็นได้ว่าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ทั่วไป ผลการศึกษาพบว่า ข่าวประเภทบันเทิงเป็นข่าวที่ติดลำดับข่าวยอดฮิตที่นำมาใช้ในการพาดหัวข่าวมากที่สุด รองลงมา คือข่าวประเภทสังคม ข่าวอาชญากรรม ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวกีฬาตามลำดับ ส่วนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ซึ่งเป็นเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ผลการศึกษา พบว่า ข่าวประเภทเศรษฐกิจเป็นข่าวที่ติดลำดับข่าวยอดฮิตที่นำมาใช้ในการพาดหัวข่าวมากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวต่างประเทศ ข่าวสังคม ข่าวอาชญากรรม ข่าวการเมือง และข่าวในพระราชสำนัก ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษางานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ไทยผู้วิจัยสามารถสรุปผลวิจัยได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ไทยผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ เพื่อให้ได้รู้ถึงรูปแบบการพาดหัวข่าวว่ามีรูปแบบการใช้อย่างไรบ้าง ผู้วิจัยสามารถสรุปผลวิจัยได้ดังต่อไปนี้

5.1.1. การศึกษาเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย โดยผลวิจัยพบว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวที่มีการใช้มากที่สุดคือการพาดหัวข่าวแบบการใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ รองลงมาคือรูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ ตามมาด้วยการพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ ถัดมาเป็นการพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว รองลงมาเป็นการพาดหัวข่าวโดยระบุชมคลิป ชมภาพ ภาพชุด รองลงมาการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข ถัดมาเป็นการพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพ ถัดมาเป็นการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ตามมาด้วยการพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง ตามมาด้วยกลยุทธ์การพาดหัวข่าวแบบแบบสรุปความให้ข้อมูล

โดยผู้วิจัยจะสรุปลำดับรูปแบบการพาดหัวข่าวจากมากไปหาน้อยของทั้ง 2 เว็บไซต์ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 ตารางสรุปลำดับรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้มากที่สุดลำดับแรก

ลำดับ	เว็บไซต์นสพ.ไทยรัฐ	ดั้งเดิม	คลิกเบต	เว็บไซต์นสพ. ประชาชาติธุรกิจ	ดั้งเดิม	คลิกเบต
ลำดับที่1	การพาดหัวข่าวแบบใช้ เครื่องหมายเร้าอารมณ์ หรือเรียกความสนใจ ได้แก่เครื่องหมายอัศเจรีย์ เครื่องหมายคำพูด เครื่องหมาย		✓	การพาดหัวข่าวแบบใช้ เครื่องหมายเร้าอารมณ์ หรือเรียกความสนใจ ได้แก่ เครื่องหมาย อัศเจรีย์ เครื่องหมาย คำพูด เครื่องหมาย		✓
ลำดับที่2	การพาดหัวข่าวโดยระบุ เรียกเพศ เพื่อบอกเหตุการณ์นั้นว่า เกิดเหตุการณ์ขึ้นกับเพศ ใด		✓	การพาดหัวข่าวแบบ ที่ บ ศี พ ท์ ภาษาต่างประเทศ	✓	
ลำดับที่3	การพาดหัวข่าวแบบใช้คำ เร้าอารมณ์ หรือเรียก ความสนใจ เช่น ทั้ง อารมณ์ ตกใจ ดีใจ สนุกสนาน ประทับใจ ตื่นตระหนก เสียวเสียว หรืออุปมาให้เกิด จินตนาการตามหรือมี อารมณ์ร่วม		✓	การพาดหัวข่าวแบบใช้ อักษรย่อ/คำย่อ ของชื่อ เฉพาะตำแหน่ง ที่พบมากที่สุด คือการ ย่อคำให้สั้นลง	✓	
ลำดับที่4	การพาดหัวข่าวแบบ เรียกชื่อคนดัง/ชื่อจริง- เล่น สมญานามแหล่งข่าว	✓		การพาดหัวข่าวแบบใช้ คำเร้าอารมณ์		✓
ลำดับที่5	การพาดหัวข่าวระบุ(ชม คลิป)(ชมภาพ) (ภาพชุด)		✓	การพาดหัวข่าวแบบ อ้างอิงตัวเลข		✓

หลังจากผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ จากนั้นผู้วิจัยได้สรุปรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้บ่อย และรูปแบบการพาดหัวที่ทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไม่ใช้ สามารถได้เป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2 รูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้บ่อยหรือไม่ใช้ในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์

การพาดหัวข่าว	เว็บไซต์นสพ.ไทยรัฐ	เว็บไซต์นสพ.ประชาชาติธุรกิจ
แบบดั้งเดิม	-การพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง -การพาดหัวแบบอ้างอิงคำพูด -การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง	-การพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง -การพาดหัวข่าวเรียกชื่อกันดัง/เรียกชื่อ -เล่น / สม ญ า น าม แหล่งข่าว -การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง
แบบคลิกเบต	-การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่ออยากให้อ่านอยากรู้ -การพาดหัวข่าวแบบสุภาษิต/วลี/สำนวน -การพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา	-การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่ออยากให้อ่านอยากรู้ -การพาดหัวข่าวโดยระบุคำเรียกเพศ -การพาดหัวข่าวโดยระบุว่า (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด) -การพาดหัวข่าวแบบสุภาษิต/วลี/สำนวน -การพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา

งานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ สิ่งที่พบจากการศึกษา คือ รูปแบบที่พบว่ามีการใช้บ่อย ได้แก่ การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้อ่านอยากรู้ การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/คำย่อ/ชื่อเฉพาะ ยศ ตำแหน่ง การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง ,การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด การพาดหัวแบบเรียกชื่อนักข่าว

สำหรับรูปแบบการพาดหัวที่ไม่พบในงานวิจัยชิ้นนี้ คือการพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง การพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน การพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา

5.1.2. การศึกษาเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าว
 ดังต่อไปนี้เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย โดยผลวิจัยพบว่า เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมีการใช้รูปแบบการพาดหัวมากที่สุดคือ การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ รองลงมาคือการพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ถัดมาเป็นการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/คำย่อ/ของเฉพาะ ยศ ตำแหน่ง รองลงมาคือการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ ความรู้สึก ถัดมาเป็นการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข รองลงมาคือการพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อบุคคล/เรียกชื่อจริง-เล่น สมญานามแหล่งข่าว รองลงมาคือรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อนักข่าว ถัดมาคือการพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง รองลงมาเป็นการพาดหัวข่าวแบบการพาดหัวข่าวสรุปความให้ข้อมูล และรูปแบบการพาดหัวสรุปความให้ข้อมูล เป็นต้น

อย่างไรก็ตามผลวิจัยพบว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจใช้น้อย ได้แก่ การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ การพาดหัวข่าวโดยระบุชมคลิป ภาพ ภาพชุด การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด การพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ การพาดหัวข่าวแบบใช้คำรุนแรง การพาดหัวข่าวแบบใช้คำสแลง

สำหรับรูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจไม่มีการนำมาใช้ในการพาดหัวข่าว คือรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้สัญลักษณ์/วลี/สำนวน และการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา (Misleading)

หากนำผลวิจัยของทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์มาเปรียบเทียบกันพบว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการใช้มากกว่าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ อย่างเห็นได้ชัดจนได้แก่ การพาดหัวข่าวระบุชมคลิป ชมภาพ ภาพชุด การพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพ การพาดหัวข่าวเรียกชื่อบุคคล/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว การพาดหัวข่าวแบบใช้คำรุนแรง

ส่วนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมีรูปแบบการพาดหัวข่าวที่มีการใช้มากกว่าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ที่เห็นได้อย่างชัดเจน ได้แก่การพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อนักข่าวและการพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/ของเฉพาะ ยศ ตำแหน่ง

งานวิจัยยังพบว่าสิ่งที่ทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีการใช้เหมือนกัน ได้แก่ การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล การพาดหัวข่าวแบบใช้คำสแลง การพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง การพาดหัว

ข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข การพาดหัวแบบใช้สัญลักษณ์/วลี/สำนวน การพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยผู้วิจัยมีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายทั้งหมด 7 ประเด็น ดังต่อไปนี้

5.2.1 ประเด็นที่ 1 การใช้เครื่องหมายและคำเร้าอารมณ์เป็นรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยที่ยอดนิยมในการดึงดูดความสนใจผู้อ่าน

ผลการศึกษาพบว่าทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจสูงสุดเหมือนกันทั้งคู่ ซึ่งเป็นการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบต โดยส่วนใหญ่ใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์และเครื่องหมายคำพูดมากที่สุด จะเห็นได้ว่าการใช้เครื่องหมายเข้ามาช่วยในการเร้าอารมณ์และหรือเรียกความสนใจ เป็นรูปแบบหนึ่งที่ได้รับการนิยมนิยมจากการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ เพราะการใช้เครื่องหมายต่างๆเข้ามาช่วยการพาดหัวข่าวที่เป็นตัวอักษรจะช่วยดึงดูดคนอ่านมากขึ้นสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Dolors Palau-Sampio.(2015) ได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับคลิกเบตในประเทศสเปนพบว่าการใช้เครื่องหมายเพื่อช่วยให้เร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ จากผู้อ่านซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เครื่องหมายวรรคตอน เครื่องหมายคำถาม เครื่องหมายอัศเจรีย์ เครื่องหมายวงเล็บ และเครื่องหมายคำพูด จะเห็นได้ว่าผลวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยมีการใช้เครื่องหมายช่วยในการพาดหัวข่าวซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เครื่องหมายคำพูด และอัศเจรีย์ เช่นกัน

ผลวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะว่าเครื่องหมายต่างๆสามารถช่วยดึงดูดคนอ่านเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจในการพาดหัวข่าว เป็นไปตามที่ Dolors Palau-Sampio (2015) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องคลิกเบตในประเทศสเปนแล้วค้นพบว่าเครื่องหมายสามารถช่วยให้หัวข่าวดูโดดเด่น และทำให้สะดุดตามากยิ่งขึ้น เช่นการใช้เครื่องหมาย “.....” นั้นตรงใจความสำคัญที่ต้องการจะนำเสนอให้มีความโดดเด่นผู้อ่านสะดุดตา ได้เร็วแล้วกดเข้าไปอ่านในรายละเอียดข่าวได้เร็วขึ้น ซึ่งประเด็นนี้ผู้วิจัยได้นำผลวิจัยไปตรวจสอบกับงานวิจัยการพาดหัวข่าวในรูปแบบสื่อดั้งเดิม เช่นงานวิจัยของ อรชา เพ็ญสุวรรณ (2544) ที่ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย และงานวิจัยของ ธีรวัรา ชะบุรณ์ (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์การใช้ภาษาการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และสุรัตน์ ศรีราษฎร์ (2545) ศึกษาวิจัยเรื่องการใช้คำในการพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์รายวัน พบว่างานวิจัยการพาดหัวข่าวในรูปแบบสื่อดั้งเดิมยังไม่มีเมื่อนำเครื่องหมายไปใช้ในการพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์

หรือเรียกความสนใจจึงมีจุดเริ่มต้นมาจากการเปลี่ยนแพลตฟอร์มการรายงานข่าวมาจากหนังสือพิมพ์มารายข่าวบนเว็บไซต์ข่าว

นอกจากเครื่องหมายต่างๆที่ถูกนำมาใช้เร้าอารมณ์แล้ว รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ หรือเรียกความสนใจ เช่น ทั้งอารมณ์ตกใจ ดีใจ สนุกสนาน ประทับใจ ตื่นตระหนก เสรีาเสียใจ หรืออุปมาให้เกิดจินตนาการตามหรือมีอารมณ์ร่วม ซึ่งเป็นรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบต พบว่าทั้งเว็บไซต์หนังสือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มีการนำไปใช้ด้วยกันทั้งคู่ แสดงให้เห็นว่าการนำรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ หรือเรียกความสนใจ สามารถช่วยดึงดูดผู้อ่านได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ข่าวขึ้นไปติดลำดับข่าวยอดนิยมเมื่อองค์กรข่าวใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบคำเร้าอารมณ์ และเรียกความสนใจ สอดคล้องกับ Dolores Palau-Sampio (2015) ที่กล่าวว่า คำเร้าอารมณ์คือแรงจูงใจ และสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้อ่านตัดสินใจ กดเข้าไปอ่านข่าว บนสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น คำเร้าอารมณ์ทำให้เกิดอารมณ์จินตนาการตาม เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ก่อให้เกิดมีอารมณ์ร่วม สอดคล้องกับ นรินทร์ นาเจริญ (2549) กล่าวว่า การพาดหัวข่าวจะต้องดึงดูดใจความสนใจผู้อ่านให้มากที่สุด โดยการใช้คำ ภาษาต่างๆ ให้มีความน่าสนใจ

จะเห็นได้ว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเร้าอารมณ์ของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์กลายเป็นกลยุทธ์การแข่งขันในธุรกิจสื่อใช้กันมากในการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ผลวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์มีการปรับตัวมากเพื่อรับมือในการแข่งขันในธุรกิจสื่อที่นับวันจะมีความรุนแรงมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสื่อของ สมสุข หินวิมาน และคณะ (2558) ที่กล่าวว่า การปรับปรุงเนื้อหาการนำเสนอข่าวเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการรับมือการแข่งขันในธุรกิจยุคดิจิทัล และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษดี พนมภู (2556) ศึกษาวิจัยเรื่องการปรับตัวของคนข่าวในยุคออนไลน์ : ศึกษาเฉพาะกรณี หนังสือพิมพ์บ้านเมือง กล่าวว่ารูปแบบการปรับตัวปัจจุบันองค์กรหนังสือพิมพ์หันมาใช้สื่อใหม่ในการรายงานข่าวเช่น เว็บไซต์ ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม โดยมีการปรับปรุงเนื้อหาการนำเสนอข่าว รูปแบบการนำเสนอใหม่ๆ การพาดหัวข่าวก็เป็นอีกหนึ่งรูปแบบที่มีการปรับปรุงเพื่อสู้กับการแข่งขันที่รุนแรง

ทั้งนี้การพาดหัวข่าวแบบเร้าอารมณ์ของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์กับสิ่งที่นักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์กล่าวไว้เช่น มาลี บุญศิริพันธ์ (2537) กล่าวว่า การพาดหัวข่าวต้องเร้าอารมณ์ดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ให้ผู้อ่านเข้าไปติดตามเนื้อหาในด้านในรายละเอียดข่าว

ส่วนประเด็นเรื่องการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเร้าอารมณ์ที่ผลวิจัยพบว่าทั้ง 2 เว็บไซต์มีการใช้รูปแบบนี้มาก หากมองในแง่การดึงดูดคนอ่านก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่เหมาะสมแต่จะต้องมีองค์ประกอบในการพาดหัวข่าวอื่นๆ ไม่ผิดจรรยาบรรณของสื่อมวลชน หากจะนำมาใช้ต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณสื่อให้มากเพราะจะกระทบต่อผู้เสียหายที่ตกเป็นข่าว หรือกระทบต่อ

สังคมวงกว้าง สื่อต้องระวังการผิดจรรยาบรรณว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติพ.ศ. 2541 หมวด 2 จริยธรรมขององค์กรหนังสือพิมพ์ ข้อที่ 4 องค์กรหนังสือพิมพ์ต้องยึดถือข้อเท็จจริง ความถูกต้องแม่นยำและความครบถ้วน

5.2.2 ประเด็นที่ 2 รูปแบบการพาดหัวข่าวที่นิยมใช้แตกต่างกันระหว่างเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ธุรกิจกับเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ทั่วไป

จากผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ธุรกิจ(เว็บไซต์ นสพ.ธุรกิจ) มีการใช้รูปแบบพาดหัวข่าวทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ มากกว่าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรับ (เว็บไซต์ นสพ.ทั่วไป) สาเหตุที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ประชาชาติธุรกิจเป็นเว็บไซต์ข่าวธุรกิจที่มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวเศรษฐกิจเป็นส่วนใหญ่เห็นได้จากผลวิจัยข้างต้นที่แยกประเภทข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจใช้มากที่สุดพบว่าข่าวเศรษฐกิจ ซึ่งตามโครงสร้างข่าวเศรษฐกิจจะมีศัพท์ต่างประเทศจำนวนมากรวมถึงการใช้ตัวเลขในการพาดหัวข่าว จึงพบ การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข มีการใช้มากเป็นลำดับที่5 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dolors Palau-Sampio (2015) ที่บอกว่ามีการนำการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลขมาใช้มากขึ้นในการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์ข่าวในประเทศสเปน โดยพบว่าหากตัวเลขและจำนวนยิ่งมากยิ่งทำให้ดึงดูดคนอ่านได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ยังมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/คำย่อ ของชื่อเฉพาะตำแหน่ง มากเช่นกัน การที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะอาจเป็นการประหยัดพื้นที่เพราะการพาดหัวข่าวมีพื้นที่จำนวนจำกัด สอดคล้องกับงานวิจัยในรูปแบบสื่อดั้งเดิมของ ชีรวัรา ขะบุรณ์ (2557: บทคัดย่อ) ที่ใช้การพาดหัวข่าวลักษณะนี้มาก อย่างไรก็ตามแม้ว่าการพาดหัวข่าวลักษณะนี้จะใช้มากในการพาดหัวข่าวแบบสื่อดั้งเดิม แต่พอเปลี่ยนมาแพลตฟอร์มเว็บไซต์หนังสือ

ต่อมาก็คือรูปแบบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไป (เว็บไซต์ นสพ.ไทยรัฐ) ที่มีความแตกต่างจากเว็บไซต์หนังสือธุรกิจ คือเว็บไซต์ข่าวทั่วไปมีการใช้รูปแบบ การพาดหัวข่าวโดยระบุเรียกเพศ และ4. การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อคนดัง/ชื่อจริง-เล่น มากกว่า การที่ผลวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานวิจัย ของชีรวัรา ขะบุรณ์ (2557) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่องวิเคราะห์การใช้ภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ผลวิจัยพบว่าการพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวเรียกชื่อจริง/-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว มีการใช้การพาดหัวลักษณะนี้จำนวนมาก เพราะเป็นการนำชื่อของคนดังหรือสมญานามไปเป็นจุดดึงดูดบนหัวข่าว แต่พอผู้วิจัยได้มาทำการวิจัยในแพลตฟอร์มเว็บไซต์หนังสือพิมพ์อย่างเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐผลวิจัยยังค้นพบว่าการที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้การพาดหัวข่าวลักษณะนี้ส่วนใหญ่ใช้ในข่าวประเภท การเมือง บ้านเกิด

ซึ่งเป็นประเภทข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้มากที่สุด ซึ่งประเภทข่าวลักษณะนี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมียี่ห้อของแหล่งข่าวมาเป็นจุดดึงดูดผู้อ่าน

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าว โดยระบุเพศก็มีการนำมาใช้มาก เพราะข่าวบางประเด็นหากนำเรื่องเพศมาเป็นจุดดึงดูดของเหตุการณ์ในการพาดหัวข่าวจะช่วยให้ข่าวมีความน่าสนใจมากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีการรูปแบบที่ถูกนำมาใช้มาก คือรูปแบบการพาดหัวข่าวระบุ (ชมคลิป) (ภาพ) (ภาพชุด) เป็นการเพิ่มความหลากหลายให้กับหัวข่าวจากที่สื่อดั้งเดิมส่วนใหญ่จะพาดหัวข่าวเพียงรูปแบบตัวอักษรเท่านั้น และยังเป็นการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการพาดหัวข่าวเช่น อาจมีการตัดต่อคลิป แต่งภาพหนึ่งให้มีความสวยงาม ซึ่งจุดนี้จะสอดคล้องกับแนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ของ สุภารัตน์ คิษยวรรณะ จันทราวัฒนากุล และคณะ (2557) กล่าวว่า วารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ยุคปัจจุบันมีการนำคลิป รูปภาพ เทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการรายงานข่าวมากขึ้น ช่วยให้อ่านได้รู้รายละเอียดของข่าวได้ทั้งเนื้อหาที่เป็นตัวอักษร รวมถึงภาพคลิป ไปได้ในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการเขียนข่าวออนไลน์ โดยจิระ ห่องสำโรง ที่กล่าวว่า เทคนิคที่สำคัญที่จะดึงดูดและให้อ่านเกิดความประทับใจ และเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ข่าวประการหนึ่งต้องมีภาพ คลิป เสียง ประกอบการรายงานข่าวไปด้วย และจะต้องแจ้งในรายละเอียดบนการพาดหัวข่าวเพื่อให้ผู้อ่านได้รู้

นอกจากนี้ยังพบความแตกต่างว่าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุ (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ชมภาพ) ซึ่งเป็นรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบต และรูปแบบการพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว และการพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง ซึ่งเป็นรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบดั้งเดิม ซึ่งพบน้อยในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ แต่กลับพบในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐจำนวนมาก สาเหตุที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไป กับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีรูปแบบการพาดหัวข่าวแตกต่างกันออกไป ตามนโยบายบริษัท และกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป จะเห็นได้ว่า รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุ (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ชมภาพ) รูปแบบการพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว และการพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง ส่วนใหญ่เว็บข่าวหนังสือพิมพ์ทั่วไปจะใช้ในการพาดหัวข่าวประเภท ข่าวนันท์ ข่าวดัง ข่าวดังคม ข่าวอาชญากรรม

5.2.3 ประเด็นที่ 3 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไม่นิยมใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวด้วยคำสแลงและคำรุนแรง

ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวที่พบว่าทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีการใช้น้อย ได้แก่ รูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง และรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำรุนแรง

สาเหตุที่ทำให้ผลวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะถูกกระแสสังคมวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของสื่อออนไลน์ว่ามีการพาดหัวข่าวดังกล่าวผิดจรรยาบรรณ สอดคล้องกับ เทียนทิพย์ เดียวกี (2559) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล พบว่าสื่อโซเชียลมีเดีย รวมถึงการรายงานข่าวผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีการกระทำที่ไร้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนก่อให้เกิดผลกระทบไปยังสาธารณชนที่เป็นเช่นนี้อาจเกิดจากการแข่งขันด้านธุรกิจและด้านเวลา เป็นตัวกำหนดทิศทางการทำงานของสื่อมวลชนจนทำให้จิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนลดน้อยลง การใช้คำรุนแรง ที่ใช้คำไม่สุภาพและไปกระทบกระทั่งผู้เสียหายจนเกินไปทำให้สังคมสะเทือนใจ หรืออีกรูปแบบข่าวแบบคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ ทำให้บางครั้งก่อให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้นของคนในสังคม โดยเฉพาะคนที่อ่านเพียงเฉพาะแค่หัวข่าว นี่เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ในสังคม ส่วนนี้อาจเป็นเหตุผลที่ทำให้ปัจจุบันการรายงานข่าวและพาดหัวข่าวผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เลือกที่จะลดการใช้คำรุนแรงในการพาดหัวข่าวลง สะท้อนให้เห็นทั้งเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ได้มีความตระหนักจรรยาบรรณสื่อในงานวิจัยของ เทียนทิพย์ เดียวกี (2559) ที่อ้างถึงในเรื่องปทัสถานสื่อมวลชนตามทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม(The social Responsibility Theory)(Theodore Peterson 1973:103) หลีกเลี่ยงการนำเสนอข่าวที่อาจนำไปสู่การเกิดความรุนแรงสะเทือนใจ นอกจากนี้การที่พบการพาดหัวข่าวแบบคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ และการพาดหัวข่าวแบบใช้คำรุนแรง มีการใช้ทั้ง 2 รูปแบบนี้อาจเป็นเพราะองค์กรสื่อกำลังระมัดระวังในการนำเสนอข่าว เพราะจะต้องยึดหลักความเที่ยงตรง ถูกต้องแม่นยำ เนื้อหาสาระจะต้องไม่บั่นทอนสังคม สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการเขียนข่าวออนไลน์ ที่จิระ ห้องสำเริง(2551) บอกว่าจะต้องยึดหลักการเขียนข่าวบนออนไลน์ที่มีความเที่ยงตรง ถูกต้องแม่นยำ เนื้อหาสาระจะต้องไม่บั่นทอนสังคม ไม่เสนอความรุนแรง

ต่อมาก็คือรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ไม่ค่อยพบในงานวิจัยชิ้นนี้ ได้แก่ 1.การพาดหัวข่าวแบบใช้คำสแลง ซึ่งก่อนหน้านี้ อรชา เผือกสุวรรณ(2544) มีการศึกษาวิจัยเรื่องการนำเสนอพาดหัวข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์รายวัน ผลวิจัยพบว่าการใช้คำสแลงมาก แต่พอมาทำการวิจัยบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์พบว่าการใช้น้อย สาเหตุที่พบการใช้คำสแลงมีการนำมาใช้ในการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์น้อยอาจเป็นเพราะช่วงเวลาที่ทำการศึกษานี้ใช้เวลาน้อยเกินไป เพราะงานวิจัยชิ้นนี้ใช้เวลาในการวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis)เพียง 15 วัน อาจทำให้ไม่พบการใช้การพาดหัวลักษณะนี้ แต่พอหลังจากช่วงทำการวิเคราะห์(Content Analysis)แล้วเสร็จช่วงที่ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้วิจัยได้ลองสุ่มตรวจสอบการพาดหัวข่าวทั้ง 2 เว็บไซต์ก็กลับพบว่ามีการใช้คำสแลงในการพาดหัวข่าวมากขึ้น เห็นได้จากตัวอย่างดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.1 ตัวอย่างการใช้คำสแลงในการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์

ที่มา: <https://www.thairath.co.th/gallery/20982>

ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะว่าช่วงเวลาในการศึกษาหรือการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หัวข่าวของทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ช่วงเวลาดังกล่าวอาจเป็นช่วงเนื้อหาข่าวไม่เหมาะที่จะใช้คำสแลงจึงทำให้ผลการวิจัยออกมาว่ามีการใช้คำสแลงน้อย แต่พอมาศึกษาช่วงอื่น กลับพบว่ามีการใช้มากขึ้น อาจเป็นเพราะเนื้อหาข่าวในบางช่วงเวลามีความแตกต่างกันทำให้สำนักข่าวต้องเลือกพาดหัวข่าวให้เหมาะสมกับข่าวนั้นๆ

5.2.4 ประเด็นที่ 4 รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบตที่ไม่เป็นที่นิยมในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์

ต่อมารูปแบบการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบตที่ไม่นิยมใช้ในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ทั้งเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ได้แก่

1.) รูปแบบการพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้อยากรู้ รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน และรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบพาดหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา ผู้วิจัยมองว่าในประเด็น 2.) รูปแบบการพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้อยากรู้ และ 3.) รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบพาดหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา ที่พบน้อยอาจเป็นเพราะอาจเป็นเพราะเรื่องจรรยาบรรณ จริยธรรมสื่อ เข้ามาเป็นปัจจัยทำให้มีการพาดหัวข่าวลักษณะนี้น้อยสอดคล้องกับ เทียนทิพย์ เดียวก็ (2559) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล พบว่าสื่อโซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ข่าวมีการกระทำที่ไร้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพก่อให้เกิดผลกระทบไปยังสาธารณชนที่เป็นเช่นนี้อาจเกิดจากการแข่งขันด้านธุรกิจและด้านเวลา เป็นตัวกำหนดทิศทางการทำงานของสื่อมวลชนจนทำให้จิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนลดน้อยลง การนำเสนอข่าวขององค์กรหนังสือพิมพ์ในยุคดิจิทัลต้องระวังข้อบ่งชี้ว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

หนังสือพิมพ์สาธารณะหนังสือพิมพ์แห่งชาติพ.ศ. 2541 หมวด 2 จริยธรรมขององค์กรหนังสือพิมพ์
ข้อที่ 4 องค์กรหนังสือพิมพ์ต้องยึดถือข้อเท็จจริง ความถูกต้องแม่นยำและความครบถ้วน

ในขณะที่เดียวกันการที่ผลวิจัยออกมาเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะองค์กรหนังสือพิมพ์แม้ว่าจะมีการปรับตัวมาทำในรูปแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แต่ก็ยังคงระมัดระวังเรื่องจรรยาบรรณจริยธรรม เพราะหากทำผิดบ่อยจะทำให้องค์กรสื่อไม่มีความน่าเชื่อถือ เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการเขียนข่าวออนไลน์ของ จิระ ห่องสำเริง (2551) กล่าวว่า การเขียนข่าวออนไลน์จะต้องมีความถูกต้อง เที่ยงธรรม แม่นยำ ไม่อคติ ไม่บิดเบือนความเป็นจริง รวมถึงไม่เสนอข่าวที่รุนแรงเป็นผลกระทบต่องสังคมกว้าง เพราะยังนำเสนอข่าวหรือพาดหัวข่าวที่ผิดพลาดการบนออนไลน์จะถูกแชร์ไปในสังคมออนไลน์ไปอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อหลายฝ่าย

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบการใช้สำนวน/วลี/สุภาษิต พบว่ามีการใช้น้อย เช่นกัน แต่งานวิจัยของ Dolores Palau-Sampio.(2015) ที่ทำการวิจัยเรื่องReference press metamorphosis in the digital context: clickbait and tabloid strategies in Elpais.com ในประเทศสเปนพบว่ามีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวลักษณะนี้มาก สาเหตุที่งานวิจัยชิ้นนี้พบการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน น้อยอาจเป็นเพราะว่าช่วงเวลาในการศึกษาน้อยทำให้ไม่พบ เพราะผู้วิจัยได้ทดลองไปศึกษาข้อมูลย้อนหลังเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประจำชาติธุรกิจพบว่าการใช้การพาดหัวข่าวลักษณะนี้มากพอสมควร จากตัวอย่างดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.2 ตัวอย่างการใช้สุภาษิต/วลี/สำนวนในการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์

ที่มา: https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1357721895

ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะว่าช่วงเวลาในการศึกษาหรือการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หัวข่าวของทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ช่วงเวลาดังกล่าวอาจเป็นช่วงเนื้อหาข่าวไม่เหมาะที่การพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/สำนวน จึงทำให้ผลการวิจัยออกมาว่ามีการใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน ในการพาดหัวข่าวน้อย แต่พอมาศึกษาช่วงอื่นกลับพบว่ามีการใช้มากขึ้น อาจเป็นเพราะเนื้อหาข่าวในบางช่วงเวลามีความแตกต่างกันทำให้สำนักข่าวต้องเลือกพาดหัวข่าวให้เหมาะสมกับข่าวนั้นๆ

5.2.5 ประเด็นที่ 5 ประเภทข่าวที่รูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ใช้มาก

จากผลการศึกษาที่พบว่าประเภทข่าวที่รูปแบบการพาดหัวข่าวของแต่ละเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ใช้มากที่สุด คือ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้มาก คือประเภทข่าวบันเทิง ข่าวสังคม ข่าวอาชญากรรม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวกีฬา ตามลำดับ ส่วนประเภทข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจใช้มาก คือ ประเภทข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ข่าวสังคม ข่าวอาชญากรรม ข่าวการเมือง และข่าวในพระราชสำนัก ตามลำดับ

โดยผู้วิจัยจะอภิปรายเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้ก่อน สาเหตุที่ทำให้ผลวิจัยเป็นเช่นนั้นก็เพราะว่าเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ไทยเป็นเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ทั่วไปที่มุ่งเน้นการเสนอข่าวทั่วไป หรือบางครั้งก็เรียกหนังสือพิมพ์ทั่วไปว่าหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม (Popular Newspaper) หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่มุ่งเสนอเนื้อหาที่คนทั่วไปสนใจ และความเพลิดเพลินแก่ผู้อ่าน ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับอาชญากรรม อุบัติเหตุ วิบัติภัย ความหายนะ กีฬา ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคม โดยมักจะมีการตอบสนองแบบทันทีทันใด รวดเร็วต่อสถานการณ์บ้านเมืองสด ทันต่อเหตุการณ์ รายงานข่าวตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้ผู้วิจัย ค้นพบว่าประเภทข่าวบันเทิง สังคมและอาชญากรรม คิดลำดับสูงสุดของข่าวยอดนิยม

โดยข่าวประเภทบันเทิงมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดังเรียกชื่อจริง-เล่น และสมญานามมากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะเป็นการเรียกชื่อดารานักแสดงที่คนรู้จักกันในสังคม ยกตัวอย่างเช่น ‘ตุ๊กกี้’ ภรรยาคนปัจจุบัน พุดแล้ว คิดอย่างไร ‘บุญ’ ชุกลูก จะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวลักษณะนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของอรชา เพือกสุวรรณ(2544) ศึกษาการวิเคราะห์ภาษาในการพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย พบว่ามีการใช้พาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดังเรียกชื่อจริง-เล่น และสมญานาม จำนวนมาก แม้ว่าจะเป็นการศึกษาการพาดหัวข่าวแบบสื่อดั้งเดิม แต่พอมาเปลี่ยนแพลตฟอร์มสื่อใหม่ในการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ การพาดหัวข่าวรูปแบบเรียกชื่อคนดังเรียกชื่อจริง-เล่น และสมญานาม ก็ยังคงถูกนำมาใช้เพื่อดึงดูดคนอ่านได้เป็นอย่างดี เพราะเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ที่เน้นการนำเสนอข่าวทั่วไปตามที่ได้กล่าวมา

ข่าวต้น รูปแบบที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ประเภทข่าวบันเทิงใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบโดยระบุคำเรียกเพศ

ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่ 2 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า หัวอกแม่! สาวร่ำไห้ทวงขอลูกคืน หน้าบ้านไฮโซตระกูลดัง หลังอดีตสามีหนีไปจากโรงเรียน (คลิป) จะเห็นได้ว่าหัวข่าวนี้นี้มีการเรียกเพศ เช่น คำว่า แม่ หรือสาวร่ำไห้ และคำว่าสามี เป็นคำที่บ่งบอกลักษณะของเพศ

ต่อมาคือผลวิจัยพบว่าประเภทข่าวสังคม เป็นประเภทข่าวที่ติดลำดับข่าวยอดนิยมนรองลงมา ตามด้วยข่าวอาชญากรรม สาเหตุที่ทำให้มีข่าวประเภทนี้ติดลำดับข่าวยอดนิยมนจำนวนมาก เป็นไปตามโครงสร้างของนโยบายของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ที่จะมุ่งเน้นการนำเสนอข่าวทั่วไป ขณะเดียวกันพบอีกว่าประเภทข่าวสังคม มีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพ มากที่สุด

ยกตัวอย่างการพาดหัวข่าววันที่ 10 เมษายน 2560 ที่มีการพาดหัวข่าวว่า ดร.ยอมถอย! อนุโลมให้นั่งกระเบาะท้าย-แค้นโดยสารให้จนท.ทำความเข้าใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของอรชา เผือกสุวรรณ(2544)ที่เป็นการวิจัยการพาดหัวข่าวแบบดั้งเดิมแต่พบว่าการพาดหัวข่าวรูปแบบเรียกอาชีพ แต่พอมาทำการวิจัยสื่อ แพลตฟอร์มสื่อใหม่ ก็ยังพบว่าการพาดหัวข่าวลักษณะนี้ยังนำมาใช้ และเป็นยังมีประสิทธิภาพในการเรียกคนเข้ามาอ่านเข้าได้เป็นอย่างดี หลังจากงานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ไทยได้ทำการค้นพบ

โดยประเภทข่าวสังคมส่วนใหญ่ใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์เรียกความสนใจ ยกตัวอย่างการพาดหัวข่าวของวันที่ 6 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า จำเป็นต้องเฮ็ด! พ่อจับลูกใส่กล่องนั่งรถกระเบาะแค้นเห็นตำรวจให้ก้มหัว (ชมคลิป) จะเห็นว่ามีการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ตรงคำว่าจำเป็นต้องเฮ็ด! เป็นการใช้เครื่องหมายช่วยในการเร้าอารมณ์ให้คนเข้าไปอ่านเพื่อสร้างความโดดเด่นในหัวข่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ที่วิจัยเรื่องคลิกเบตในประเทศสเปนพบว่าการใช้เครื่องหมายต่างๆในการพาดหัวข่าวแล้วสามารถดึงดูดคนอ่านได้เป็นอย่างดี

ส่วนข่าวประเภทอื่นๆ เช่นเศรษฐกิจ และกีฬา พบว่าข่าวประเภทนี้เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการติดลำดับข่าวยอดนิยมน้อยมาก สาเหตุมาจากอาจเป็นช่วงเวลาที่ทำการวิจัยข่าวประเภทดังกล่าวยังไม่เป็นประเด็นร้อน หรือมีประเด็นใหญ่ที่เกิดขึ้นในสังคมช่วงนั้น

ต่อมาคือประเภทข่าวต่างๆของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจใช้มาก พบว่าประเภทข่าวข่าวเศรษฐกิจ ติดอันดับสูงสุด การที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้ ก็เพราะสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทมติชนจำกัด (มหาชน) ที่มีนโยบายให้หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจเป็นหนังสือพิมพ์ที่มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวธุรกิจ

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวที่มีการใช้มากที่สุดคือ การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมาย เพื่อเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของวันที่4 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ในที่สุด!2เจ้าตัว“ธนิน-เจริญ”กระโดดเข้ากุมอสังหาแสนล้านเต็มตัว-เต็มพอร์ต จะเห็นได้ว่าหัวข่าวนี้นี้มีการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ไว้ข้างหน้าประโยค อีกกรณีจะนำมาใช้ด้านหลังสุดของประโยค ยกตัวอย่างการพาดหัวข่าวของวันที่ 28 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ดิลของถูก! ฟิลิปปินส์รับมอบเรือรบต่อต้านเรือดำน้ำจากเกาหลีใต้ราคาแค่100ดอลลาร์! จะเห็นได้ว่ามีการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ไว้ท้ายสุดประโยค ส่วนอีกเครื่องหมายหนึ่งที่พบในงานวิจัยคือการใช้เครื่องหมายคำพูด ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ตรงชื่อบุคคล หรือประโยคที่ต้องการเน้นให้ข้อความดูโดดเด่น ยกตัวอย่างการพาดหัวข่าววันที่ 6 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า “อาคม”ย้ายครุฑกระเบาะเล็บจดทะเบียนใช้ประโยชน์ถูกต้องทั้งชนของ-นั่ง-นอนพัก จะเห็นได้ว่ามีการเครื่องหมายคำพูดไว้ตรงชื่อ “อาคม” เพื่อให้ตัวบุคคลในหัวข่าวให้ดูโดดเด่นและสะดุดตามากยิ่งขึ้น การที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องคลิกเบตของ Dolores Palau-Sampio.(2015) ที่บอกว่าเครื่องหมายต่างๆ สามารถช่วยให้การพาดหัวข่าวโดดเด่นและสะดุดตาผู้อ่านและตัดสินใจกดเข้าไปอ่านในเนื้อหาข่าว

รองลงมาที่ข่าวเศรษฐกิจใช้คือรูปแบบการพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นการทับศัพท์เทคนิคภาษาอังกฤษ และมีภาษาจีนบ้างเล็กน้อย ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าววันที่ 6 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า เปิดพอร์ตต่อสัญญาเจ้าตัวเจริญOne Bangkok หนึ่งเดียวเชื่อมโลก จะเห็นข่าวนี้มีการพาดหัวข่าวโดยทับศัพท์คำว่าเปิดพอร์ต สาเหตุที่ทำให้เว็บไซต์ประชาชาติธุรกิจมีการทำศัพท์ภาษาต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์เทคนิค อาจเป็นเพราะเป็นไปตามนโยบายที่ต้องการนำเสนอข่าวธุรกิจ เจาะตลาดคนอ่านระดับบน หรือกลุ่มนักธุรกิจ จึงทำให้ใช้คำศัพท์เฉพาะที่รู้จักกันในกลุ่มนักธุรกิจที่สามารถเข้าใจตรงกัน

5.2.6 ประเด็นที่ 6 รูปแบบการพาดหัวข่าวของแต่ละประเภทข่าวมีการใช้ภาษาที่ใกล้เคียงกัน

จากผลวิจัยทั้งหมดผู้วิจัยยังสามารถอภิปรายผลเพิ่มเติมในประเด็นที่ว่าหากนำรูปแบบการพาดหัวข่าวแต่ละประเภทข่าวมาเปรียบเทียบกันพบว่ามีการใช้สำนวนภาษาที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของประเภทข่าวเศรษฐกิจ ของวันที่ 16 เมษายน 2560 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการพาดหัวข่าวว่า ทฤษฎีพอ+ตำราอิสราเอลสวนผักไว้ได้6แสน เปรียบเทียบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจวันที่ 2เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ปลุกสตรีอว์เบอร์รี่ในป่ายาง...แลนด์มาร์กใหม่จังหวัดบึงกาฬ จะเห็นได้ว่าทั้งเว็บไซต์มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเหมือนกัน แม้ว่าข่าวของเว็บไซต์ไทยรัฐจะเป็นข่าวเศรษฐกิจแนวเกษตร ส่วนข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ เป็นข่าวเศรษฐกิจแนวท่องเที่ยว สาเหตุ

ที่ทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีการใช้ภาษาและรูปแบบการพาดหัวข่าวประเภทเดียวกัน มีลักษณะคล้ายกัน อาจเป็นเพราะข่าวเศรษฐกิจเป็นข่าวที่เข้าใจยาก จึงจำเป็นต้องใช้สำนวนภาษาให้เข้าใจง่าย

ผู้วิจัยจะขอยกตัวอย่างอีกหนึ่งประเภทข่าว คือข่าวสังคม ยกตัวอย่างของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ‘ห้ามนั่งกระเบะท้าย’ปชช.ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย ตร.แจงแก็บก็ห้ามนั่ง ส่วนการพาดหัวข่าวสังคมของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า เตรียมพร้อม!โคราชและ 5 เส้นทางสู่อีสานเสี่ยงรถติดบน ถ.มิตรภาพช่วงสงกรานต์ จะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวของทั้ง 2 เว็บไซต์จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันมาก สาเหตุอาจเป็นเพราะให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ จิระ ห่องสำโรง (2551) กล่าวว่า การเขียนข่าวออนไลน์ต้องกระชับเข้าใจง่าย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดการพาดหัวข่าวของ นรินทร์ นำเจริญ (2549) ที่บอกว่าการพาดหัวข่าวต้องสรรหาถ้อยคำที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย และยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการพาดหัวข่าวออนไลน์ของ สุทธิดานาคเจริญ (2558) ที่บอกว่าส่วนใหญ่การพาดหัวข่าวออนไลน์จะเป็นการพาดหัวข่าวแบบบรรทัดเดียวเต็มคอลัมน์ สั้น กระชับ เข้าใจง่าย

5.2.7 ประเด็นที่ 7 การใช้ภาษาถิ่นเป็นรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใหม่ที่พบในเว็บไซต์ข่าวปัจจุบัน

สิ่งที่ค้นพบใหม่ในงานวิจัยรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ไทยคือการพาดหัวข่าวปัจจุบันมีการนำภาษาถิ่นเข้าใช้ในการพาดหัวข่าวด้วย ยกตัวอย่างเช่น การพาดหัวข่าวของเว็บไซต์ไทยรัฐ เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่าจำเป็นต้องเฮ็ด! พ่อจับลูกใส่กล่องนั่งรถกระเบะแก็บเห็นตำรวจให้ก้มหัว (ชมคลิป) ซึ่งความจำเป็นต้องเฮ็ด เป็นภาษาอีสาน และอีกตัวอย่างหนึ่งคือการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐวันที่ 8 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่าปวดหัวขนาด! ตร.ตรวจเข้ม วันแรกห้ามนั่งใน “แก็บ” โซเฟอร์ถึงขั้นกุมขมับ(คลิป) จะเห็นได้ว่าปวดหัวขนาดเป็นภาษาเหนือที่ถูกนำมาใช้ในการพาดหัวข่าว นอกจากนี้ยังพบว่ามีการเครื่องหมายที่หลากหลาย เช่น เครื่องหมายอุทู่ประกาศเดี่ยว ‘.....’ มาช่วยเน้นย้ำข้อความในการพาดหัวข่าวบางช่วงบางตอนให้ดูโดดเด่น ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐของวันที่ 8 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ‘ห้ามนั่งกระเบะท้าย’ปชช.ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยตร.แจงแก็บก็ห้ามนั่ง ขณะเดียวกันยังมีการใช้เครื่องหมายอื่นๆ เช่น เครื่องหมาย? เครื่องหมาย# เครื่องหมาย+ และเครื่องหมาย – เป็นต้น เหตุผลนำภาษาถิ่น และเครื่องหมายที่หลากหลายมาใช้ในการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์อาจเป็นเพราะต้องการดึงดูด สร้างความสนุก ขบขัน ให้กับผู้อ่านให้มากยิ่งขึ้น ส่วนการนำเครื่องหมายมาใช้นั้นอาจเป็นเพราะต้องการ

เพิ่มเติมความหลากหลาย สร้างความน่าสนใจให้หัวข้อให้มีความแตกต่างจากสื่อดั้งเดิมที่มีการพาดหัวข่าวและใช้เครื่องหมายเข้ามาช่วยในการพาดหัวข่าวน้อย

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) การศึกษาครั้งต่อไปจะศึกษาสื่อใหม่ให้มีความหลากหลายกว่านี้ เช่น เว็บไซต์ที่ไม่ใช่เว็บข่าวหนังสือพิมพ์ เพื่อให้เห็นถึงการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวหรือที่หลากหลายสื่อยิ่งขึ้นไป
- 2) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ที่เป็นสื่อกระแสหลักเปรียบเทียบกับเว็บไซต์ที่ไม่ใช่สื่อกระแสหลัก
- 3) ควรศึกษาย้อนกลับว่าปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์มีการนำรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์มาใช้ในการพาดหัวข่าวบนสื่อดั้งเดิมหรือไม่
- 4) ควรทำการวิจัยทั้งในรูปแบบของการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลและผลวิจัยที่ละเอียดยิ่งขึ้น
- 5) ระยะเวลาในการศึกษาควรใช้เวลาที่มากกว่า 1 เดือน เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการพาดหัวข่าวที่มีความหลากหลาย
- 6) ควรมีการศึกษาพฤติกรรม ทักษะคิด ผู้รับสารที่มีต่อรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์ข่าว ด้วยเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขในการพาดหัวข่าวหากมีการนำผลวิจัยไปใช้ในการทำงานจริง

D

P

บรรณานุกรม

U



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กนกพร ประสิทธิ์ผล .(2559). ‘พาดหัวข่าว’ ถ้อยคำกระชับประเด็นข่าว หรือ โน้มน้าวเพื่อเรตติ้งทางธุรกิจ. สืบค้น 20 มกราคม 2560, จาก <http://www.jr-rsu.net/article/2232>
- กาญจนา แก้วเทพ.(2555). รู้จักสื่อใหม่ (New Media) .สืบค้น 18 มกราคม 2560 , จาก: <http://www.tcijthai.com/news/2015/03/watch/5421>
- ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ .(2551). ประเภทของสื่อใหม่ สืบค้นจาก. สืบค้น 18 พฤศจิกายน 2559, จาก http://photosanan.blogspot.com/2012_03_01_archive.html
- ข่าวสดออนไลน์.(2560). พ่อแม่ใจสลาย!2พี่น้องลงเล่นน้ำจมนับ สดตกอดกันตายร่างจมน้ำสระ . สืบค้น 3 พฤษภาคม 2560, จาก https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news_330081
- คลิกเบต...จบข่าวนะ.(2558, 5 กรกฎาคม). มติชนรายวัน
- จบข่าวหัวข่าวช่วงอิง. (2558, 3 กรกฎาคม). มติชนรายวัน.
- จิระ ห้องสำเริง.(2551). แนวคิดการเขียนข่าวออนไลน์. (เอกสารประกอบการสอนรายวิชาวิชา JR 202 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เดลินิวส์ออนไลน์. (2559). พลอยเกมเพชรปิดตัวฉบับสุดท้าย.สืบค้น 15 มกราคม 2560, จาก <https://www.dailynews.co.th/entertainment/526827>
- ทรูฮิต.(2559). สถิติเว็บไทย .สืบค้น 30 มกราคม 2560, จาก http://truehits.net/index_stat.php
- ไทยรัฐออนไลน์ .(2560). มันก็จะตะมุตะมิหน่อย ผู้ปกครองอาสาหนักร.ร.อัสสัมชัญ , สืบค้น 8 มิถุนายน 2560, จาก <https://www.thairath.co.th/gallery/20982>
- ไทยรัฐออนไลน์.(2560). เปิดตัว ‘ชนิษฐา’ เมียเก่า ‘บุญ’ เลิกกันตั้งแต่ลูก 3 เดือน, สืบค้น 10 เมษายน 2560, จาก <https://www.thairath.co.th/content/910065>
- ธิดาพร ชนะชัย .(2550). ความหมายของสื่อใหม่ New Media Challenges: Marketing Communication Through New Media. สืบค้น 18 พฤศจิกายน 2559, จาก http://commarts.hcu.ac.th/images/academic_article/nok/new_media_newchallenges.pdf
- ธีรวัรา ขะบุรณ์.(2556). วิเคราะห์การใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

นรินทร์ นาเจริญ.(2549). *แนวคิดเกี่ยวกับการพาดหัวข่าว*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุษดา พนมภู .(2556). *การปรับตัวของคนข่าวในยุคออนไลน์ กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์บ้านเมือง*. (สารนิพนธ์).กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ .(2556). *เพื่อไทยตกหลุมเกมประชานิยมเผือกร้อน* . สืบค้น 9 มิถุนายน 2560, จาก

https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1357721895

พรจิต สมบัติพานิช.(2547). *แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)* .สืบค้น 8 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://photosanan.blogspot.com/2012/03/new-media.html>

พันทิป.(2559). *รู้สิกว่า พฤติกรรมของ คลิกเบตหลังๆนี้น่ารังเกียจ* . สืบค้น 18 ธันวาคม 2559, จาก <https://pantip.com/topic/34950047>

มาลี บุญศิริพันธ์.(2537). *หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: ปรกาศพริก.

วรัชนิกร ทรัพย์ชั้นสุข.(2556). *การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสยาม.

วิกิพีเดีย.(2560). *ไทยรัฐหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวทั่วไป* . สืบค้น 3 สิงหาคม 2560, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>

วิกิพีเดีย.(2560). *ประชาชาติธุรกิจหนังสือพิมพ์ที่เน้นการนำเสนอข่าวธุรกิจ*. สืบค้น 3 สิงหาคม 2560, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>

ศุภนิธย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ .(2556). *หนังสือพิมพ์ออนไลน์ : มองอดีต สู่ปัจจุบัน และเส้นทางอนาคต* (เอกสารประกอบการสอนคณะนิเทศศาสตร์) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
 สุนุกออนไลน์.(2552). *โยนเผือกร้อนบอर्डใหม่ททท. ทบทวนมติอัยการโยกย้ายระดับบิ๊ก* .สืบค้น 11 เมษายน 2560, จาก <http://news.sanook.com/834063/>

สมสุข หินวิมาน และคณะ .(2558). *ธุรกิจสื่อมวลชน*.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 สำนักข่าวอิสรา.(2559). *วิกฤต ศก.สื่อพันพิษ! เครื่องติชน-เนชั่นเออีรีไรท์พวง*.สืบค้น 15 มกราคม 2560, จาก https://www.isranews.org/isranews-news/49658-news_61724.html

สุภารัตน์ ดิษยวรรณะ และคณะ.(2557). *แนวคิดสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์*. กรุงเทพฯ: สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย

สุรัตน์ ศรีราษฎร์ .(2545). *การใช้คำในการพาดหัวข่าว : ศึกษารูปคำและความหมาย* (รายงานผลการวิจัยเสริมหลักสูตร). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรชา เพือกสุวรรณ .(2544). การใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์รายวัน.กรุงเทพฯ :

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Facebook (2016). วิจัยสื่อลงข่าวเกินความเป็นจริง, สืบค้น 5 ธันวาคม 2559, จาก

<https://www.facebook.com/nationweekend/?fref=ts>

ภาษาอังกฤษ

Palau-Sampio, D.,(2015). Reference press metamorphosis in the digital context: clickbait and tabloid strategies in Elpais.com. Communication & Society, 29(2), 63-79.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นายณนัทธวัช ไชยวัง

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552 ศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวารสารศาสตร์ (เกียรตินิยมอันดับ 2)

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประสบการณ์ด้านการทำงาน

ผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์แนวหน้า

ผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ หนังสือประชาชาติธุรกิจ

ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว ช่องPPTV HD36