

วารสารวิชาการ
กสทช.
ประจำปี 2563

NBTC
JOURNAL
2020

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

Office of the National Broadcasting and Telecommunications Commission



ภาษาเพื่อการพาดหัวข่าวออนไลน์ ในสื่อมวลชน

LANGUAGE FOR ONLINE
NEWS HEADLINES IN MASS MEDIA

ธีรวรา แสงอินทร์

Theewara Saengin

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิจิตร 6500

Faculty of Business Administration and Liberal Arts,

Rajamangala University of Technology Lanna Phitsanulok, Phitsanulok 6500 Thailand

Corresponding E-mail : theewara555@gmail.com

Received Date	April 7, 2020
Revised Date	June 16, 2020
Accepted Date	October 29, 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีและลักษณะการใช้ภาษาของผู้เขียนพาดหัวข่าวในสื่อสังคมออนไลน์ สืบเนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีอุปกรณ์การสื่อสาร และเครือข่ายของอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงเป็นตัวเชื่อมโยงการกระจายข้อมูลไปยังผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารได้ทุกที่ทุกเวลาอย่างรวดเร็ว โดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพาดหัวข่าวออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์กลวิธีในการเขียน ลักษณะการใช้และการตีความหมายของคำ ซึ่งเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากพาดหัวข่าวออนไลน์ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2563 ผลการศึกษาพบว่า ผู้เขียนข่าวเลือกใช้คำที่มีความหมายโดยนัยตามบริบทของเนื้อหาข่าว และบริบททางสังคมในช่วงเวลานั้น เป็นกลวิธีที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารสนใจพาดหัวข่าวและกดอ่านเนื้อหาของข่าวต่อไป ทั้งนี้ด้วยพื้นที่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีอย่างจำกัด และสร้างรายได้จากการให้เข้าพื้นที่ลงโฆษณาในหน้าเว็บไซต์ของข่าวนั้น ดังนั้นผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารจึงควรศึกษาและรับรู้กลวิธีในการเขียน การใช้คำ และการให้ความหมายของคำในพาดหัวข่าวออนไลน์ เพื่อนำไปสู่การตีความหมาย และการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องตามข้อเท็จจริง และเพื่อเป็นแนวทางในการเลือกอ่านข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเองอย่างรู้เท่าทันสื่อยุคดิจิทัล

คำสำคัญ : ภาษา ข่าวออนไลน์ พาดหัวข่าว ยุคดิจิทัล สื่อมวลชน

Abstract

This article studies language features and strategies used by writers in writing online news headlines. As communication technology progresses and high-speed Internet connects and distributes information quickly, consumers can easily read news anytime and anywhere. Document and research related to online news headlines were studied in order to analyze writing strategies, use of words and interpretation of word meaning used in writing news headlines. Samples were purposively collected from online news headlines during 1st January to 31st March 2020. Results from the study show that news writers normally use words with connotative meaning according to news story and contemporary social context in writing news headlines, in order to attract consumers' attention and to make them follow the news story. Limitless area for presenting information, together with ability to rent area for all-time advertisement in a form of social media, bring large sum of revenue from advertising sponsors. Therefore, perceptions of writing strategies, use of words, and interpretation of word meaning in online news headlines should be studied and understood by consumers of news and information, in order to be able to interpret meaning and analyze information correctly and accurately.

Keywords : Language, Online news, Headlines, Digital Age, Mass media

บทนำ

สื่อสังคมออนไลน์ในยุคดิจิทัลมีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาของสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะการสื่อสารรูปแบบออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้แก่ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เช่น การพูดคุยติดต่อสื่อสาร การสืบค้นข้อมูล การประชาสัมพันธ์ การขายสินค้า การโฆษณา การส่งข้อมูล ฯลฯ

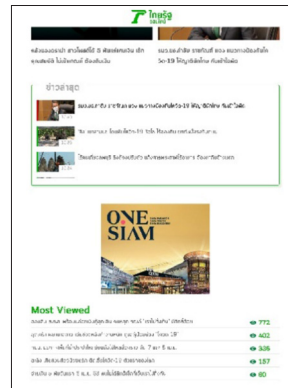
ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนมีการปรับตัวการเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบของสื่อออนไลน์เช่นกัน โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหนังสือพิมพ์ ด้วยลักษณะของสื่อออนไลน์ที่สามารถให้ข้อมูลในลักษณะที่ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลา รวมไปถึงสามารถสร้างรายได้จากการให้เข้าพื้นที่โฆษณาในหน้าเว็บไซต์ของข่าว หนังสือพิมพ์จึงพัฒนารูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอีกหนึ่งช่องทางในรูปแบบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ทั้งนี้หนังสือพิมพ์ออนไลน์และสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ มีการปรับตัวการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารปรากฏในสื่อออนไลน์ที่แพร่หลายมากขึ้น เนื่องมาจากการพัฒนาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งานทุกคนเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย และสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร หรือเรื่องราวต่าง ๆ ได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งสื่อมวลชนแต่ละประเภทมีตัวแปรที่ต่างกันไป โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อมวลชนที่ได้รับความนิยมน่าเชื่อถือจากผู้บริโภคข่าวสารมากในการอ่านข้อมูลข่าวสาร



ภาพที่ 1 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 8 เมษายน 2563

หมายเหตุ. จาก <https://www.thairath.co.th>



ภาพที่ 2 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์

หมายเหตุ. จาก <https://www.thairath.co.th>

ต่าง ๆ โดยมีตัวแปรที่ทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับนั้น มาจากนักข่าวหรือผู้เขียนข่าวที่เขียนข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ให้ประชาชนได้รับรู้ตรงตามข้อเท็จจริงบนพื้นฐานจรรยาบรรณที่พึงปฏิบัติของวิชาชีพอย่างเคร่งครัด นอกจากการรายงานข่าวที่เป็นข้อเท็จจริงแล้ว นักข่าวจำเป็นต้องเขียนข่าวให้น่าสนใจเพื่อดึงดูดให้ ผู้บริโภคข่าวสารติดตามข่าวด้วย อันจะทำให้องค์กรหรือธุรกิจของสำนักพิมพ์มีรายได้อย่างมั่นคง กล่าวคือ จะต้องขายข่าวหรือสร้างคุณค่าให้ข่าว ซึ่งหากผู้เขียนข่าวนำเสนอข่าวที่ทำให้ข่าวมีจำนวนผู้อ่านจำนวนมาก ก็สามารถนำไปสู่การมีรายได้จากผู้ลงโฆษณาตามเช่นกัน

เมื่อกล่าวถึงการสร้างคุณค่าให้ข่าว สิ่งแรกที่ทำให้ข่าวดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารได้ คือ พาดหัวข่าว เพราะพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ คือโครงสร้างแรกที่ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารจะต้องอ่านก่อน เปรียบเสมือนชื่อเรื่องของบทความที่เป็นการเกริ่นให้ทราบแนวคิดของเนื้อเรื่อง โดยทั่วไปพาดหัวข่าวมักจะใช้ ถ้อยคำหรือวลี ที่สั้นกระชับ สื่อความหมายที่เข้าใจง่าย โดยเฉพาะการใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้บริโภคข่าวสารอยากรู้ ความหมายของคำ และใช้คำกำกวมเร้าอารมณ์และสร้างภาพพจน์ให้ข่าว

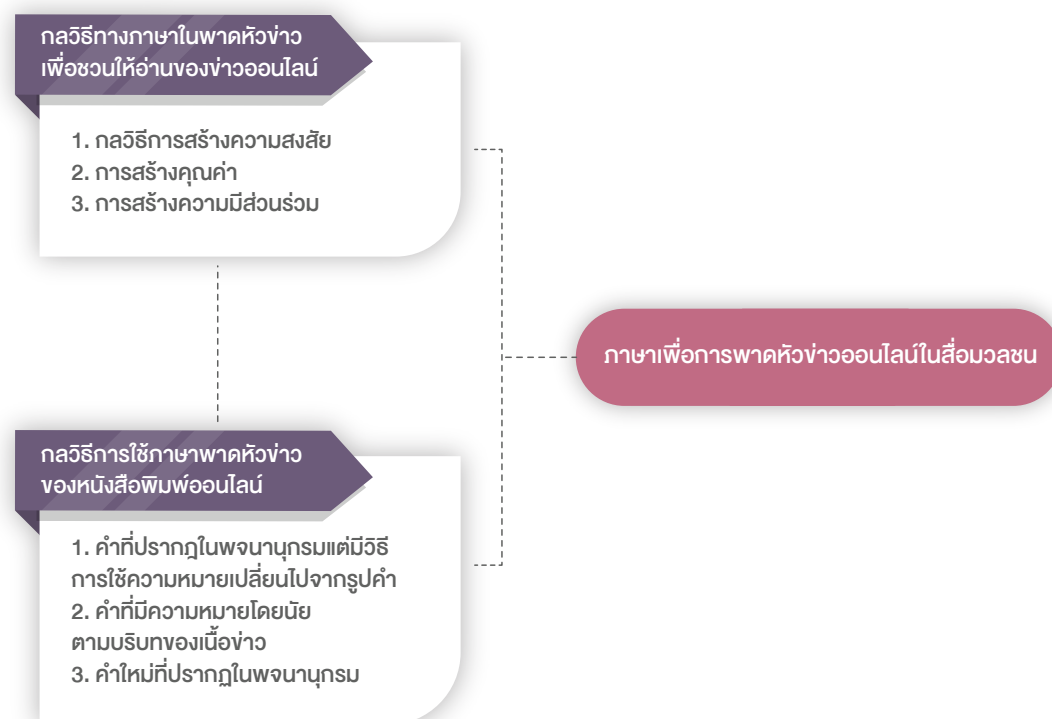
จากลักษณะดังกล่าว นับได้ว่าเป็นกลวิธีหรือลักษณะการใช้ภาษาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้เขียนข่าว จะเห็นได้ว่าพาดหัวข่าวมีความสำคัญต่อการนำเสนอข้อมูลหรือประเด็นของข่าวเป็นอย่างมาก ในขณะเดียวกัน พาดหัวข่าวจะต้องสร้างคุณค่าให้ข่าวโดยผ่านการใช้ภาษาของผู้เขียนข่าว และด้วยรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารเป็นรายวันอย่างสม่ำเสมอ จึงอาจส่งผลให้ภาษาที่ปรากฏในพาดหัวข่าวมีอิทธิพล ต่อความเชื่อมั่นและเจตคติของคนในสังคม การศึกษากลวิธีและลักษณะการใช้ภาษาถ้อยคำในการเขียน พาดหัวข่าวออนไลน์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง อันจะช่วยให้ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์เข้าใจ กลวิธี และลักษณะการใช้ภาษาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการตีความ วิเคราะห์ และ ประเมินคุณค่าของข้อมูลข่าวสารตามข้อเท็จจริงได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากลวิธีและลักษณะการใช้ภาษาของผู้เขียนพาดหัวข่าวในสื่อสังคมออนไลน์

กรอบแนวคิด

การศึกษาภาษาเพื่อการพาดหัวข่าวออนไลน์ในสื่อมวลชนนี้ นำทฤษฎีกลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าว เพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์ ของนนท์วัฒน์ เนตรเจริญ (2560) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ในส่วนของกลวิธีการสร้างความดึงดูดชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์ และนำทฤษฎีกลวิธีการใช้ภาษาพาดหัวข่าวออนไลน์ ของธีรวัรา แสงอินทร์ ในลักษณะการใช้คำ การให้ความหมายของคำเพื่อสร้างความน่าสนใจของพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ออนไลน์ มาใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ภาษาของสื่อมวลชน



วิธีการศึกษา

1. **วิจัยเชิงเอกสาร** ศึกษาเอกสาร บทความ ตำรา ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อข่าวหนังสือพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต พร้อมทั้งรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์
2. **การเก็บข้อมูล** เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงพาดหัวข่าวจากเว็บไซต์ <https://today.line.me> เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่รวมแหล่งข่าวของสำนักข่าวต่าง ๆ ที่มีการเผยแพร่ระหว่าง 1 มกราคม พ.ศ. 2563 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2563 จำนวนทั้งสิ้น 300 พาดหัวข่าว
3. **การวิเคราะห์ข้อมูล** นำพาดหัวข่าวออนไลน์มาวิเคราะห์กลวิธีการเขียนพาดหัวข่าวออนไลน์ โดยใช้ทฤษฎีกลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์ของ นันทวัฒน์ เนตรเจริญ (2560) ทฤษฎีลักษณะการใช้คำ การให้ความหมายของคำตามทฤษฎีของ ชีรวัรา แสงอินทร์ (2562, น. 181) และอภิปรายผลในลักษณะการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาของสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าผู้เขียนข่าวมีกลวิธีการเขียนพาดหัวข่าวออนไลน์ อันทำให้ผู้บริโภคข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เกิดความสงสัย การทำให้ข่าวมีคุณค่าด้วยการใช้คำที่ชวนให้อ่านรู้สึกหรือเข้าใจว่าข่าวเป็นเรื่องที่ควรจะต้องอ่าน รวมไปถึงใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่สั้นนัยของการชักจูง ขอร้อง เชิญชวน หรือท้าทายให้อ่านเข้ามามีส่วนร่วมกับข่าว โดยมีลักษณะการใช้ภาษาคำที่มีการเปลี่ยนแปลงของความหมายไปจากรูปคำเดิม ในแง่ของคำที่มีความหมายโดยนัย ตามบริบทของเนื้อหาข่าว หรือตามบริบททางสังคม ซึ่งคำที่นำมาใช้นั้นได้มาจากทั้งผู้เขียนข่าวและสื่อสังคมออนไลน์

1. กลวิธีการเขียนพาดหัวข่าวออนไลน์

พาดหัวข่าว (Headline) คือ การนำประเด็นสำคัญของข่าวมารายงานตามข้อเท็จจริง ในขณะเดียวกันต้องสร้างความน่าสนใจ และแสดงภาพลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ให้เป็นที่ยอมรับของประชาชน (นันทวัฒน์ เนตรเจริญ, 2560) กลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์ มี 3 ลักษณะ ได้แก่

1.1 กลวิธีการสร้างความสงสัย

การเขียนพาดหัวข่าวโดยไม่เปิดเผยสาระสำคัญของข่าวให้ครบถ้วน เพื่อให้ผู้อ่านเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าว จึงจะรู้สาระสำคัญในส่วนที่ปิดไว้ ดังนี้

1.1.1 การใช้คำอ้างถึงสิ่งที่อยู่ข้างหน้า คือ การใช้คำอ้างที่สื่อความหมายรายละเอียดไม่ชัดเจน และความหมายของคำอ้างนั้นจะถูกเฉลยไว้ในเนื้อหา ซึ่งผู้อ่านจะต้องอ่านเนื้อหาข่าวจึงจะรู้ว่าคำอ้างถึงนั้นสื่อความหมายถึงสิ่งใด เช่น ใช้คำว่า “เพราะเหตุนี้” “ภาพนี้” “แบบนี้” ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 3



ภาพที่ 3 เพราะแบบนี้! เซบาสเตียน เปเรซ เหตุไม่เลือกชบ ลิเวอร์พูล

หมายเหตุ. จาก <https://www.smmssport.com>

1.1.2 การใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ คือ การใช้คำเรียกแทนสิ่งที่ถูกกล่าวถึงในลักษณะการให้รายละเอียดแบบกว้าง เช่น ใช้คำว่า “ดาราสาว” แทนชื่อดาราที่เป็นผู้ถูกกล่าวถึงในข่าว ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 4



ภาพที่ 4 สเปซดราม่า 3 ดารา หน้าปาสติกแชนคิ่วร้านอาหาร

หมายเหตุ. จาก <https://www.dailynews.co.th>

1.1.3 การใช้คำถาม คือ การใช้คำที่เป็นคำถามเพื่อชี้แนะประเด็นของข่าว เช่น ใช้คำว่า “จริงหรือไม่” “ได้หรือไม่” “ใคร” “ทำอะไร” “คืออะไร” ฯลฯ ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 5



ภาพที่ 5 กินอาหารตามกรุ๊ปเลือดเวิร์คจริงหรือ?

หมายเหตุ. จาก <https://krungsri.com>

1.1.4 การละข้อมูลบางอย่าง คือ การปกปิดรายละเอียดบางส่วนเพื่อสร้างความสงสัย โดยละข้อมูลบางส่วน โดยใช้เครื่องหมายจุดไข่ปลา (...) ทำให้ผู้อ่านต้องเข้าไปอ่านเนื้อหารายละเอียด ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 6



ภาพที่ 6 เที่ยวฟิลิปปินส์...ฟินไม่น่าเชื่อ กับ 3 เมืองรองน่าเที่ยวใกล้มะนิลา น่าเที่ยวน่าค้นหามากกว่าที่คิด!!!

หมายเหตุ. จาก <https://www.painaidii.com>

1.1.5 การเฉลยด้วยภาพหรือวิดีโอ คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยให้ผู้อ่านเปิดชมคลิปหรือภาพเพื่อให้รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องราวนั้น ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 7



ภาพที่ 7 ข่าวด่วน! ใครกันนะ? นางเอกผิวขาวเตรียมแต่งฟ้าแลบ (มีคลิป)

หมายเหตุ. จาก <https://today.line.me>

1.2 กลวิธีการสร้างคุณค่า

การนำเรื่องราวของข่าวมาทำให้มีคุณค่า ด้วยการใช้คำที่ชวนให้ผู้อ่านรู้สึกหรือเข้าใจว่าข่าวดังกล่าวเป็นเรื่องที่ควรจะต้องอ่าน ดังนี้

1.2.1 การทำให้สื่อเป็นเรื่องสดใหม่ คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าเป็นเรื่องที่เพิ่งเกิด หรือเป็นเรื่องราวที่ผู้คนกำลังให้ความสนใจ โดยใช้คำที่สื่อถึงความสดใหม่ของข่าว เช่น ใช้คำว่า “รีบ” “ด่วน” “ใหม่” ฯลฯ ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 8



ภาพที่ 8 รับเลยก่อนหมดสิทธิ! “เราไม่ทิ้งกัน” ปิดร้องทุกข์ 29 พ.ค. นี้

หมายเหตุ. จาก <https://www.amarintv.com>

1.2.2 การทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่สื่อความเกี่ยวข้องกับผู้อ่าน เพื่อชักจูงให้รู้สึกข่าวนั้นมีความเกี่ยวข้องกับตนหรือมีผลต่อผู้อ่าน เช่น การใช้คำสรรพนามเรียกผู้อ่านว่า “ทุกคน” “คุณ” “เรา” “คนไทย” “รู้ไว้” “เตรียมตัว” “มีเฮ” ฯลฯ ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 9



ภาพที่ 9 ว่างงานรับเลย บั่นกองทัพ “มอเตอร์ไซค์คาเฟ่” 5,000 คัน

หมายเหตุ. จาก <https://www.thansettakij.com>

1.2.3 การทำให้เป็นเรื่องใหญ่ คือ การถ่ายทอดหรือสอดแทรกความรู้สึก ความคิดเห็น หรือทัศนคติเพื่อทำให้ข่าวนั้นดูเป็นเรื่องที่น่าสนใจ โดยมากมักใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่อวดอ้างความไม่ธรรมดา อีกทั้งมีการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์หรือปรีศน์ร่วมด้วยเพื่อสื่ออารมณ์ให้เน้นน้ำเสียง เช่น ใช้คำว่า “ชนลูก!!!” “คาตา!!” “มากกกก” “อึ้ง” ฯลฯ ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 10

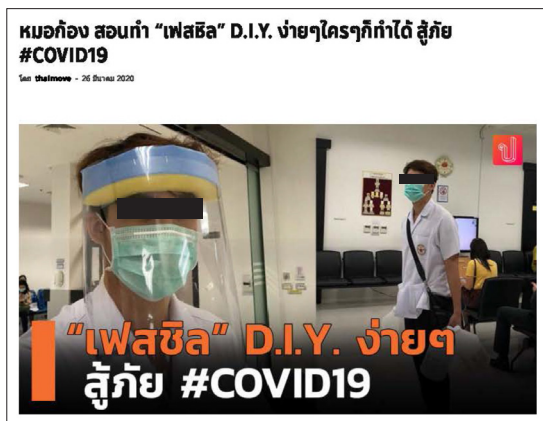


ภาพที่ 10 ข่าวปลอม!!!! คลิปยังผู้ติดเชื้อ โควิด-19 ที่สนามบินเซเนกัล

หมายเหตุ. จาก <https://www.pptvhd36.com>

1.3 กลวิธีการสร้างความมีส่วนร่วม

โดยใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่สื่อถึงของการชักจูง ขอร้อง เชิญชวน หรือท้าทายให้ผู้อ่านเข้ามามีส่วนร่วมกับข่าว รวมไปถึงเพื่อให้ผู้อ่านมีความรู้สึกที่ต้องส่งต่อข่าวนี้ไปให้ผู้อื่นได้อ่านด้วย เช่น ใช้คำว่า “งานนี้ต้องดูเอง” “โปรดย่าเลื่อนผ่าน” “ใครทำได้บ้าง” ฯลฯ ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 11



ภาพที่ 11 หมอก้อง สอโก "เฟสซิล" D.I.Y. ถ่าย ๆ ใคร ๆ ก็ทำได้ สู้ภัย #COVID19

หมายเหตุ. จาก <https://www.thaimoveinstitute.com>

จากการจำแนกประเภทของกลวิธีการเขียนพาดหัวข่าวออนไลน์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าการเขียนพาดหัวข่าวออนไลน์ มีกลวิธีการสร้างความสงสัย โดยไม่เปิดเผยสาระสำคัญของข่าวให้ครบถ้วน เพื่อให้ผู้อ่านเข้าไปอ่าน เนื้อข่าวจึงจะรู้สาระสำคัญในส่วนที่ปิดไว้ การสร้างคุณค่าที่ทำให้มีคุณค่าด้วยการใช้คำที่ชวนให้ผู้อ่านรู้สึกหรือเข้าใจว่าข่าวดังกล่าวเป็นเรื่องที่ควรจะต้องอ่าน และการสร้างความมีส่วนร่วมโดยใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่สื่อถึงของการชักจูง ขอร้อง เชิญชวน หรือท้าทายให้ผู้อ่านเข้ามามีส่วนร่วมกับข่าว รวมไปถึงเพื่อให้ผู้อ่านมีความรู้สึกที่ต้องส่งต่อข่าวนี้ไปให้ผู้อื่นได้อ่าน จึงทำให้ประโยคหรือข้อความในพาดหัวข่าวชวนดึงดูดให้ผู้อ่านสนใจ ข่าวนั้น หากผู้อ่านต้องการทราบสิ่งที่ผู้เขียนเกริ่นไว้ในพาดหัวข่าว ผู้อ่านจะต้องคลิกเข้าไปอ่านเนื้อหาภายใน ต่อจึงจะทราบประเด็นของข่าวนั้นว่ากล่าวถึงใคร สิ่งใด หรือเรื่องใด

2. การใช้คำและการให้ความหมายของคำในพาดหัวข่าวออนไลน์

โดยทั่วไปตามหลักการใช้คำและความหมายของภาษาไทย หากใช้ตามทักษะการสื่อสารอันได้แก่ ทักษะ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ทักษะการเขียนนับว่าเป็นทักษะที่ยาก เช่น กรณีผู้ส่งสารเขียนคำสะกดผิด ซึ่งอาจเป็นคำที่พ้องเสียง มีเสียงเหมือนกัน แต่มีรูปและความหมายไม่เหมือนกัน เมื่อผู้รับสารอ่านจึงไม่เข้าใจ

สิ่งที่ผู้เขียนต้องการสื่อความหมาย หรือกรณีของผู้รับสาร เช่น ผู้ส่งสารใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม เมื่อผู้รับสารเป็นบุคคลอื่น ที่ไม่ทราบลักษณะการใช้คำและการให้ความหมายของคำ ก็อาจจะส่งผลให้การสื่อสารครั้งนั้นเกิดความเข้าใจผิดได้

การใช้คำและการให้ความหมายของคำในพาดหัวข่าวออนไลน์ โดยมากผู้เขียนข่าวมักเลือกใช้คำที่สื่อความหมายที่สร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้อ่าน ในลักษณะการที่ให้ความหมายแบบแฝงหรือให้ความหมายโดยนัยตามบริบท ทั้งนี้ทั้งคำโดยนัยที่เข้าใจกันโดยทั่วไป แต่มีการใช้ความหมายเปลี่ยนไปจากรูปคำเดิม และคำโดยนัยที่ผู้เขียนข่าวให้ความหมายของคำตามบริบทของเนื้อหาข่าว แต่โดยส่วนมากผู้เขียนข่าวมักเลือกใช้คำที่ปรากฏความหมายโดยนัยตามบริบทของเนื้อหาข่าว เพื่อต้องการให้ผู้อ่านติดตามเนื้อหาของข่าวต่อไป ความหมายของคำโดยนัยในพาดหัวข่าวออนไลน์แบ่งได้ 2 กลุ่ม (ธีรวิรา แสงอินทร์, 2562. น. 181) ดังนี้

2.1 คำที่ปรากฏความหมายโดยนัยเป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไป (Well-known connotative meaning)

เป็นคำที่ปรากฏคำ และความหมายตรงตามที่ราชบัณฑิตยสถานไว้ในพจนานุกรม ทั้งนี้มักเป็นคำที่มีการให้หรือใช้ความหมายเปลี่ยนไปจากรูปคำเดิม หรือเป็นคำใหม่แต่นิยมใช้และเข้าใจกันโดยทั่วไป ดังนี้

2.1.1 คำที่มีวิธีการใช้ความหมายเปลี่ยนไปจากรูปคำเดิม เช่น คำว่า “ล้วงคองเห่า” ที่มีความหมายโดยนัยว่าลักษณะของจากผู้ที่นำเกรงขาม หรือคำว่า “ฟ้าผ่า” ในความหมายที่ว่า คำสั่งด่วนที่ออกมาโดยไม่คาดหมายและไม่รู้เหตุผล ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 12



ภาพที่ 12 โมโนระส่ำ ปลดฟ้าผ่า 300 ชีวิต ไม่แจ้งล่วงหน้าให้เก็บของกลับบ้านกันที

หมายเหตุ. จาก <https://www.khaosod.co.th>

2.1.2 คำใหม่ คือ คำที่สร้างขึ้นใหม่ ซึ่งมีความหมายโดยนัยตามลักษณะของคำนั้น ปรากฏความหมายในพจนานุกรมคำใหม่ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน เช่น คำว่า “กินเด็ก” “ยกหู” “บีก” “หนักแผ่นดิน” “ม้าเหล็ก” ฯลฯ ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 13



ภาพที่ 13 ‘แต่งโม’เปิดตัว’นิก’แฟน2020 กินเด็กอยากเป็นอมตะ-ยอมใจอดทนเก่ง

หมายเหตุ. จาก <https://www.khaosod.co.th>

2.2 คำที่ปรากฏความหมายโดยนัยเฉพาะตามบริบทของเนื้อหาข่าว หรือตามบริบททางสังคมในช่วงที่เกิดข่าว (Specific connotative meaning)

เป็นคำที่มีความหมายแฝง หรือเปรียบเทียบตามบริบทของเนื้อหาข่าว หรือตามบริบททางสังคมในช่วงที่เกิดข่าว โดยมีที่มาของคำหรือการให้ความหมายจำแนกได้ 4 กลุ่ม ดังนี้

2.2.1 ผู้เขียนข่าว (Reporters) คือ คำที่ผู้เขียนข่าวให้ความหมายโดยนัยแบบเปรียบเทียบความหมายตามบริบทของเนื้อหาข่าว เพื่อให้ผู้อ่านสร้างจินตภาพหรือเห็นภาพที่มาจากประสบการณ์ ความรู้สึกของบุคคลหรือสังคมที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ใช้คำว่า “จอดำ” หมายถึง การถูกถอดสัญญาณออกอากาศ มีที่มาจากลักษณะของโทรทัศน์ที่มีหน้าจอเป็นสีดำ หรือคำว่า “สวรรค์ล่ม” หมายถึง ความผิดหวังเกี่ยวกับการมีเพศสัมพันธ์ มีที่มาจากการเปรียบเทียบสวรรค์คือสถานที่ที่มีแต่ความสุข และคำอื่น ๆ เช่น “ขุนพล” “เสือคับ” “ช้างลัม” ฯลฯ ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 14



ภาพที่ 14 ชาวชนบทยังงง ทิวช่อง 1-36 จอดำ เหตุดาวเทียมไทยคม 5 ปิดให้บริการแล้ว

หมายเหตุ. จาก <https://www.thairath.co.th>

2.2.2 คำกล่าวของบุคคล (Sayings of people) ผู้เขียนข่าวใช้คำหรือวลีของบุคคลที่มีชื่อเสียง หรือบุคคลที่กำลังเป็นที่สนใจของสังคมในขณะนั้น เพื่อสร้างคุณค่าให้ข่าวมีความสดใหม่ ทันต่อสถานการณ์โดยส่วนมากมักเป็นคำที่มาจากนักการเมือง หรือข้าราชการระดับสูงที่มีอำนาจในตำแหน่งทางสังคม เช่น คำว่า “ดำแดง” “ผีดิบคีนซีฟ” “บัตรเขย่ง” “จงกฐิน” ฯลฯ ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 15



ภาพที่ 15 อภิปรายไม่ไว้วางใจ : ระดม 42 ส.ส.ฝ่ายค้านร่วมศึกชกฟอก เผย “เกินครึ่ง” จองกฐินประยุทธ์

หมายเหตุ. จาก <https://www.bbc.com/thai>

2.2.3 สื่อสังคมออนไลน์ (Online social media) ผู้เขียนข่าวนำคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายของกลุ่มคนในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น คำว่า “มนุษย์ป่า” หมายถึง คนที่เห็นแก่ตัว มีที่มาจากการตั้งกระทู้ในเว็บไซต์ คำว่า “ป้อมแตก” “หัวร้อน” ที่มีที่มาจากกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ “นัตยัม” “ปัง” “โดนเท” “หัวเกรียน” ซึ่งมีที่มาจากกลุ่มผู้เล่นสื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 16



ภาพที่ 16 สวยปังมากแม่! “ไบเตย อาร์สยาม” ปุงกุงพืชอวดท้องน้อยยังดูดีไม่เปลี่ยน

หมายเหตุ. จาก <https://www.posttoday.com>

2.2.4 กลุ่มเฉพาะ (Specific Group) ผู้เขียนข่าวใช้คำที่มาจากกลุ่มเฉพาะ ซึ่งเป็นคำที่ผู้อ่านข่าวประเภทนี้รู้และเข้าใจความหมายหรือที่มาของคำเป็นอย่างดี เช่น คำว่า “หงส์-เรือ-ผี-สิงห์-ปืน” ซึ่งหมายถึงทีมฟุตบอลต่าง ๆ หรือคำว่า “แข้ง” ในวงการกีฬาฟุตบอล หมายถึง นักฟุตบอล และคำอื่น ๆ เช่น “หงส์แดง” “จิ้งจอก” “โรตี่” “เรือใบ” “ช้างศึก” ฯลฯ ดังตัวอย่างพาดหัวข่าวออนไลน์ภาพที่ 17



ภาพที่ 17 ร่วมด้วยช่วยกัน “แท็งก์บุรีรัมย์” ทำหน้ากากอนามัยป้องกัน “โควิด-19”

หมายเหตุ. จาก <https://www.thairath.co.th>

ข้อสรุปและอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ของการศึกษาภาษาในสื่อมวลชน กรณีพาดหัวข่าวออนไลน์ครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าผู้เขียนข่าวมีกลวิธีและลักษณะการใช้ภาษาในการเขียนพาดหัวข่าวในสื่อสังคมออนไลน์ที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารกดอ่านเนื้อหาของข่าว จึงนับว่าเป็นการสร้างคุณค่าของข่าวโดยถ่ายทอดผ่านภาษาที่มาจากผู้เขียนข่าว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยกลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์ของนันท์วัฒน์ เนตรเจริญ (2560) ที่ว่า พาดหัวข่าวออนไลน์นั้นมีกลวิธีการเขียนเพื่อให้ผู้อ่านสนใจ ได้แก่ การใช้คำอ้างอิงสิ่งที่อยู่ข้างหน้า การใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ การใช้คำถาม การละข้อมูล การเฉลยด้วยภาพหรือวิดีโอ การทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ การทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว และการทำให้เป็นเรื่องใหญ่

ส่วนการใช้คำและการให้ความหมายของคำที่ผู้เขียนข่าวใช้เขียนพาดหัวข่าวออนไลน์นั้น พบว่าลักษณะการใช้ภาษาในพาดหัวข่าวออนไลน์ เลือกใช้คำที่มาจากแหล่งต่าง ๆ จากผู้เขียนข่าว จากคำกล่าวของบุคคลจากสื่อสังคมออนไลน์ และจากกลุ่มเฉพาะ ตามผลการวิจัยของธีรวิรา แสงอินทร์ (2562) เรื่องกลวิธีการใช้ภาษาพาดหัวข่าวออนไลน์ ที่มีการใช้คำทั้งคำพูดแบบตรงและแบบอ้อม ที่ไม่ตรงตามนิยามการรายงานคำพูดของผู้ให้ข้อมูลเสมอไป ซึ่งผู้อ่านจะต้องมีวิจารณญาณในการอ่านข่าว และตรวจสอบความถูกต้องของข้อความที่ปรากฏในข่าวด้วย (ประภัสสร และนภสร, 2562, น. 42)

ทั้งนี้ในพาดหัวข่าวออนไลน์ พบว่า ผู้เขียนข่าวมีกลวิธีในการเขียนพาดหัวข่าวด้วยการสร้างความน่าสงสัย สร้างคุณค่า และสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อเชิญชวนให้ผู้อ่านสนใจ และมีลักษณะการเลือกใช้คำที่มุ่งเน้นให้ความหมายตามบริบทของเนื้อหาข่าว โดยใช้คำที่มีความหมายโดยนัยแอบแฝงหรือเปรียบเทียบ ซึ่งพบว่ามีคำที่ปรากฏความหมายโดยนัยอันเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป ตามที่ราชบัณฑิตฯ ได้บรรจุไว้ในพจนานุกรม 2554 และพจนานุกรมคำใหม่ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน และมีคำโดยนัยที่มีการให้ความหมายเฉพาะตามบริบทของเนื้อหาข่าวหรือบริบทของสังคมในช่วงเวลานั้น

ด้วยรูปแบบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของขอบเขตพื้นที่และเวลา โดยที่ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ สามารถอ่านได้ทุกที่ทุกเวลาหากอุปกรณ์การรับข้อมูลข่าวสารนั้นมีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ผู้อ่านเข้าถึงเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้สะดวกมากขึ้น ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีเข้าสู่ยุค 5G ที่มีการเชื่อมต่อแบบไร้สาย แต่มีความรวดเร็วในการรับส่งข้อมูลที่มีความหน่วงในระดับที่ต่ำกว่าระบบ 4G มากถึง 10 เท่า (สำนักงาน กสทช., 2562, น. 35) เมื่ออินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคข่าวมีจำนวนมากขึ้น ยิ่งส่งผลให้การสร้างรายได้จากจำนวนผู้อ่านเพิ่มขึ้นตาม ผู้เขียนข่าวจึงมีกลวิธีการเขียนพาดหัวข่าว และลักษณะการใช้ที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ ควรศึกษา สังเกตกลวิธี และการใช้ถ้อยคำในพาดหัวข่าว ว่ามีการให้หรือใช้ความหมายโดยตรง หรือมีความหมายโดยนัย หากผู้อ่านตีความหมายของคำผิดไปจากบริบทของข้อมูลข่าวสาร ก็อาจจะส่งผลต่อการรับรู้ เข้าใจ และวิเคราะห์ความหมายที่แตกต่างกันของเรื่องราวหรือเนื้อหาข่าวนั้น ซึ่งจำเป็นต้องแยกแยะข้อเท็จจริงกับข้อคิดเห็นของผู้เขียนข่าวว่ามีเจตนาที่ต้องการสื่อเนื้อหาในข่าวอย่างไร และเข้าใจความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เฉลิมชัย และธัญญนันทนัฐ, 2561: น. 191) เพื่อไม่ให้ความเชื่อมั่นและเจตคติของผู้บริโภคข้อมูลข่าวมีการรับรู้ที่คลาดเคลื่อนไป

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในพาดหัวข่าวที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ ว่าผู้เขียนข่าวมีกลวิธีดึงดูดความน่าสนใจอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกอ่านข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเอง และเป็นการรู้เท่าทันสื่อยุคดิจิทัล
2. ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารควรศึกษาการใช้คำ การให้ความหมายของคำ ที่สื่อมวลชนใช้เขียนในพาดหัวข่าวออนไลน์ เพื่อเป็นแนวทางในการคิดวิเคราะห์ความหมายของคำตามบริบทของข่าว และสถานะของสังคมในช่วงเวลาต่าง ๆ อันจะนำไปสู่การตีความของเนื้อหาข่าวได้ตรงประเด็นอย่างไม่ผิดเพี้ยนจากข้อเท็จจริงของข้อมูล
3. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ควรจัดกิจกรรม และสร้างสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการรู้ทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

บรรณานุกรม

- ข่าวสดออนไลน์. (2563). ‘แดงโม’เปิดตัว‘นิก’แฟน2020 กินเด็กอยากเป็นอมตะ-ยอมใจอดทนเก่ง. ค้นเมื่อ 6 มกราคม 2563 จาก : <https://www.khaosod.co.th>
- _____. (2563). โมโน ระลำ ปลดฟ้าผ่า 300 ชีวิต ไม่แฉล่งหน้าให้เก็บของกลับบ้านทันที. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2563 จาก : <https://www.khaosod.co.th>
- เฉลิมชัย กักเกียรติกุล และธัญญนันทนัฐ ต่านไพบุลย์. (2561). ข่าวลวง: ปัญหา ความท้าทายและแนวทางการจัดการ. *วารสารวิชาการ กสทช.*, 3 (ธันวาคม), 173-192.
- ฐานเศรษฐกิจมีมติมีเดีย. (2563). . วางงานรีบเลย ปั่นกองทัพ “มอเตอร์ไซด์คาเฟ่” 5,000 คัน. ค้นเมื่อ 24 มกราคม 2563 จาก : <https://www.thansettakij.com>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2563). ชาวชัยนาทยังงง ทวีตช่อง 1-36 จอดำ เหตุดาวเทียมไทยคม 5 ปิดให้บริการแล้ว. ค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2563, จาก : <https://www.thairath.co.th>
- _____. (2563). ร่วมด้วยช่วยกัน “แข่งบุรีรัมย์” ทำหน้ากากอนามัยป้องกัน “โควิด-19”. ค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2563, จาก : <https://www.thairath.co.th>
- _____. (2563). หนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับวันที่ 8 เมษายน 2563. ค้นเมื่อ 8 เมษายน 2563, จาก: <https://www.thairath.co.th>
- ธีรวิรา แสงอินทร์. (2562). กลวิธีการใช้ภาษาพาดหัวข่าวออนไลน์. *วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 41(2), 170-186.
- นันทวัฒน์ เนตรเจริญ. (2560). *กลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์*. ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2560, จาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jasu/article/view/185178>
- บีบีซีไทย. (2563). อภิปรายไม่ไว้วางใจ : ระดม 42 ส.ส.ฝ่ายค้านร่วมตักชกฟอก เผย “เกินครึ่ง” จองกรฐินประยุทธ์. ค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2563, จาก : <https://www.bbc.com/thai>
- ประภัศร ธีรตันติ และนภสร ตั้งวิบูลย์กิจ. (2562). ความแตกต่างของการรายงานคำพูดในข่าวหนังสือพิมพ์ และข่าวออนไลน์ ในภาษาไทย: กรณีศึกษาข่าวการเมืองออนไลน์. *วารสารภาษาและภาษาศาสตร์*, 37(2), 21-46.
- เล่าเรื่องเมืองนอก. (2563). เทียวฟิลิปปินส์...ฟินไม่น่าเชื่อ กับ 3 เมืองรองน่าเที่ยวใกล้มะนิลา น่าเที่ยว น่าค้นหาว่าที่คิด!!!. ค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2563, จาก : <https://www.painaidii.com>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2562). กสทช.กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี 5G เพื่อประโยชน์ทางการแพทย์. *วารสารวิชาการ กสทช.*, 4 (ธันวาคม), 30-41.
- Amarin news. (2563). รีบเลยก่อนหมดสิทธิ! “เราไม่ทิ้งกัน” ปิดร้องทุกข์ 29 พ.ค. นี้. ค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2563, จาก : <https://www.amarintv.com>
- Dailynews entertainment. (2563). ลบโพสต์ดราม่า 3 ดารา หน้าพลาสติกแซงคิวร้านอาหาร. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2563, จาก : <https://www.dailynews.co.th>
- Krungsri Society. (2563). กินอาหารตามกรุ๊ปเลือดเวิร์คจริงหรือ?. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2563, จาก : <https://Krungsri.com>
- P.D. (2563). เพราะแบบนี้! เซบាយอส เผยสาเหตุไม่เลือกขบ ลิเวอร์พูล. ค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2563 จาก : <https://www.smmsport.com>

- Posttoday. (2563). สวยปังมากแม่! “ไบเตย อาร์สยาม” นุ่งทูพีชอวดท้องน้อย ยังดูดีไม่เปลี่ยน. ค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก : <https://www.posttoday.com>
- PPTV Online. (2563). ข่าวด่วน!!!! คลิปยิงผู้ติดเชื้อ โควิด-19 ที่สนามบินเซเนกัล. ค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2563, จาก : <https://www.pptvhd36.com>
- Thaimove. (2563). หมอห้อง สอนทำ “เฟสซิล” D.I.Y. ง่าย ๆ ใคร ๆ ก็ทำได้ สู้ภัย #COVID19. ค้นเมื่อ 29 มีนาคม 2563, จาก : <https://www.thaimoveinstitute.com>
- Line today. (2563). ข่าวด่วน! ใครกันนะ? นางเอกผิวขาวเตรียมแต่งฟ้าแลบ (มีคลิป). ค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2563, จาก : <https://today.line.me>