

กลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าว เพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์

Linguistic Strategies in Clickbait Headlines of Online News

นันท์วัฒน์ เนตรเจริญ*

Nantawat Nedjaroen

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการเขียนพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านจากข่าวออนไลน์ โดยรวบรวมพาดหัวข่าวจำนวน ๖๐๐ พาดหัว จากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ที่พบการใช้พาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านจำนวน ๖ เว็บไซต์ ผลการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาพบว่าพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านมีกลวิธีทางภาษา ๓ กลวิธีหลัก ได้แก่ กลวิธีการสร้างความสงสัย กลวิธีการสร้างคุณค่า และกลวิธีการสร้างควมมีส่วนร่วม กลวิธีการสร้าง ความสงสัยประกอบด้วยกลวิธีย่อย ๕ กลวิธี คือ การใช้คำอ้างถึงสิ่งที่ยู่ ข้างหน้า การใช้คำเรียกอ่างกว้าง ๆ การใช้คำถาม การละข้อมูลบางส่วน และการเฉลยด้วยภาพหรือวิดีโอ ส่วนกลวิธีการสร้างคุณค่าประกอบด้วยกลวิธี

* อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ย่อย ๓ กลวิธี คือ การทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ การทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว และการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าพาดหัวข่าวของข่าวออนไลน์นั้นมีบทบาทหน้าที่แตกต่างกับพาดหัวข่าวแบบเดิมของหนังสือพิมพ์

คำสำคัญ : พาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน กลวิธีทางภาษา ข่าวออนไลน์

Abstract

This article aims to study the linguistic strategies in clickbait headlines of online news. 600 headlines, which are from 6 online news websites that have the clickbait headline, are collected and analyzed. The analysis of linguistic strategies shows that clickbait headlines consist of 3 main-strategies, namely, making suspense strategy, making value strategy, and making participation strategy. Making suspense strategy consists of 5 sub-strategies : using the forward reference, giving less detail, using question, ellipsis some detail, and answer with picture or video. Making value strategy consists of 3 sub-strategies : making the news fresh, making the news relate to the reader, and making the news serious. The result reflects that the headlines of online news have the different function from the headlines of newspaper news.

Keywords : Clickbait Headlines, Linguistic Strategies, Online News

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสาร ธุรกิจข่าวไม่ได้ดำเนินอยู่ตามสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์เท่านั้น แต่ได้ขยายเข้ามายังสื่อออนไลน์ด้วย การเผยแพร่ข่าวทางเว็บไซต์ข่าวนั้นช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการพิมพ์ และสามารถรายงานความคืบหน้าของเหตุการณ์ได้แบบฉับพลันทันที นอกจากนี้เจ้าของเว็บไซต์สามารถหารายได้ด้วยการรับงานโฆษณาต่าง ๆ โดยเจ้าของเว็บไซต์จะต้องเผยแพร่ข่าวที่สามารถดึงดูดผู้คนให้เข้ามาอ่านข่าวในเว็บไซต์ของตน ยิ่งมีผู้เข้าชมเว็บไซต์ข่าวจำนวนมาก ก็ยิ่งมีโอกาสได้รับงานโฆษณาและค่าโฆษณามากขึ้น

รายได้จากการทำเว็บไซต์ข่าวเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้คนสนใจธุรกิจเว็บไซต์ข่าวมากขึ้น มีเว็บไซต์ข่าวใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย เจ้าของเว็บไซต์ข่าวแต่ละเว็บไซต์จึงต้องหาวิธีดึงดูดผู้คนให้เข้ามาอ่านข่าวในเว็บไซต์ของตน และสิ่งหนึ่งที่สามารถทำหน้าที่ดึงดูดผู้คนให้เข้ามาอ่านข่าวได้ก็คือพาดหัวข่าว (Headline)

พาดหัวข่าวนั้นมีมานานแล้วในหนังสือพิมพ์ ภาคภูมิ หรรณภา (๒๕๕๕ : ๗๗; ๙๕) กล่าวว่า พาดหัวข่าวคือข้อความที่กระชับแต่ครอบคลุมประเด็นสำคัญของข่าว การเขียนพาดหัวข่าวนั้นมีพื้นที่จำกัด จึงต้องเลือกใช้ถ้อยคำที่กระชับ และในขณะเดียวกันก็ต้องเล่าประเด็นสำคัญให้ผู้อ่านทราบได้โดยย่อด้วย ดังตัวอย่างนี้

“ทัพสินค้าไทยไปจีนเริ่มสะดุด ค่าเงินหยวนใหม่ทำตลาดผืด”

ที่มา : หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ๗ ก.ค. ๒๕๕๓

อ้างถึงใน ภาคภูมิ หรรณภา, ๒๕๕๕ : ๑๐๓)

จากพาดหัวข่าวนี้จะเห็นได้ว่า ผู้เขียนเลือกใช้ถ้อยคำที่กระชับและสามารถเล่าเรื่องราวให้เข้าใจได้ทันทีว่า การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินหยวนส่งผลให้ประเทศไทยมีปัญหาในการส่งออกสินค้าไปประเทศจีน

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสังเกตว่าข่าวออนไลน์ตามเว็บไซต์ข่าวหลายเว็บไซต์มีลักษณะของพาดหัวข่าวที่แตกต่างกับพาดหัวข่าวแบบเดิม คือ ไม่ใช่พาดหัวข่าวที่สรุปสาระสำคัญอย่างกระชับและชัดเจน แต่เป็นพาดหัวข่าวที่มีลักษณะกึ่งปกปิดกึ่งเปิดเผย มีความน่าสงสัย และมีการแสดงปฏิกิริยาต่อเรื่องราวในข่าวอย่างเห็นได้ชัด ทำให้ผู้อ่าน

พาดหัวข่าวรู้สึกว่าคุณเหล่านั้นน่าสนใจ น่าค้นหา และอยากเข้าไปอ่านข่าวในเว็บไซต์ต่อไป ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“จริง ๆ ใม่ยี่เนีย! นี่คือสุดยอด “คุกไฮโซ” หูหระเทียบเท่ากับ
โรงแรม ๕ ดาว เห็นภาพแล้ว ถึงกับสตันหนัก” (www.jaizaa.com)

“สยของ!! “รถชนปุน” ขับบนเขา เส้นทางคดเคี้ยว พอถึงทางลงลาด
ชัน จู่ ๆ กลับเกิดเหตุไม่คาดฝัน? รถ ๒๒ คัน ถึงคราวชวย กลายเป็นซาก
พังพินาศคาถนน!!” (www.tsood.com)

จะเห็นได้ว่าพาดหัวข่าวทั้งสองมีความยาวมากเมื่อเทียบกับพาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ในข้างต้น นอกจากนี้ผู้วิจัยสังเกตว่าผู้เขียนพาดหัวข่าวใช้กลวิธีทางภาษาในการเขียนพาดหัวข่าวเพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านสนใจข่าวทั้งสอง ในพาดหัวข่าวแรกนั้นผู้เขียนพยายามแสดงความรู้สึกเกี่ยวกับข่าว โดยใช้ข้อความว่า “จริง ๆ ใม่ยี่เนีย!” และ “ถึงกับสตันหนัก” เพื่อแสดงความรู้สึกประหลาดใจ ทำให้ผู้อ่านเกิดความคาดหวังและสนใจใคร่รู้ว่าคุกไฮโซมีลักษณะอย่างไร ส่วนพาดหัวข่าวที่สองนั้นผู้เขียนพยายามปิดบังเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นซึ่งถือเป็นรายละเอียดสำคัญของข่าว ทำให้ผู้อ่านสงสัยว่า “เหตุการณ์ไม่คาดฝัน” นั้นคืออะไร

พาดหัวข่าวในลักษณะที่กระตุ้นและเร้าความสนใจผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านอยากเข้าไปอ่านข่าวในเว็บไซต์ข่าวดังตัวอย่างข้างต้น เรียกว่า “Clickbait” หรือ “พาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน” พาดหัวข่าวประเภทนี้จะดึงดูดความสนใจและกระตุ้นผู้อ่านให้กดลิงก์ (click on a link) ซึ่งเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ข่าว (Chen, Conroy and Rubin, 2015 : 15) โดยมีการใช้ข้อความที่ชวนให้เข้าใจผิดหรือกล่าวเกินจริง (Biyani, Tsioutsoulouklis, and Blackmer, 2016 : 94)

เนื่องจากพาดหัวข่าวประกอบด้วยถ้อยคำภาษา การเขียนพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านจึงต้องอาศัยถ้อยคำภาษาในการดึงดูดและกระตุ้นความสนใจจากผู้อ่าน ผู้วิจัยสนใจศึกษากลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน เพื่อศึกษาว่ามีกลวิธีทางภาษาใดบ้างที่ช่วยดึงดูดและกระตุ้นความสนใจจากผู้อ่าน นอกจากนี้ยังช่วยให้เห็นลักษณะการใช้ภาษาบนพาดหัวข่าวที่แตกต่างแปลกใหม่ไปจากเดิม และจากการค้นคว้าก็ยังไม่พบงาน

วิจัยที่ศึกษาพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านในแง่ของกลวิธีทางภาษาอย่างละเอียด โดยเฉพาะการศึกษาจากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ของไทย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาประเด็นดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการเขียนพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์

ประโยชน์ของการวิจัย

๑. ทำให้ทราบกลวิธีทางภาษาที่ผู้เขียนพาดหัวข่าวออนไลน์ใช้เพื่อกระตุ้นและสร้างความสนใจผู้อ่านให้สนใจข่าวและเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าว
๒. ช่วยสะท้อนให้เห็นลักษณะและบทบาทหน้าที่ของพาดหัวข่าวของข่าวออนไลน์ที่แตกต่างและเปลี่ยนแปลงไปจากพาดหัวข่าวของข่าวหนังสือพิมพ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า กรอบแนวคิดเรื่อง Clickbait มีความสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากกรอบแนวคิดเรื่อง Clickbait มองว่าผู้เขียนข่าวจะเขียนพาดหัวข่าวด้วยภาษาที่สร้างความสงสัยแก่ผู้อ่านและกระตุ้นความสนใจจากผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านสนใจและอยากรู้อยากเห็นรายละเอียดเพิ่มเติมซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับข้อสังเกตที่ผู้วิจัยพบในพาดหัวข่าวออนไลน์ดังที่ได้แสดงไว้ในเบื้องต้น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงศึกษากรอบแนวคิดเรื่อง Clickbait เพื่อเป็นแนวทางการศึกษา

ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของ Palau-Sampio (2016 : 70-73) ซึ่งกล่าวถึงลักษณะของภาษาในพาดหัวข่าวแบบชวนให้อ่านได้ ๓ ด้าน ด้านแรกคือ การใช้รูปภาษาที่แสดงปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านจะมีการใช้เครื่องหมาย เช่น อัศเจรีย์ ประศนี ฯลฯ มีการเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่าน เช่น การใช้คำถาม คำเรียกขาน สรรพนามที่ไม่ระบุตัวตนแน่ชัด ฯลฯ ด้านที่สองคือ การใช้ถ้อยคำ จะมีการใช้

สำนวน ภาษาปาก คำสแลง คำเน้นความหมาย ฯลฯ และด้านที่สามคือ การใช้รูปประโยค จะมีการใช้โครงสร้างประโยคที่เรียบง่าย และใช้วลี

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องรูปแบบของกลวิธีทางภาษาที่บ่งชี้ว่าเป็นพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน และหน้าที่ของกลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของ Chen, Conroy and Rubin (2015 : 18) แนวทางการพิจารณาสิ่งบ่งชี้ว่าเป็นพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านนั้นมีด้วยกัน ๔ สิ่ง สิ่งแรกคือ คำหรือความหมาย เช่น มีการใช้สรรพนามที่ไม่ระบุตัวตนแน่ชัด มีการใช้ตัวเลขจำนวนมากเกินจริง ฯลฯ สิ่งที่สองคือ รูปประโยค เช่น มีการใช้คำอ้างอิงในพาดหัวข่าวที่ความหมายอ้างอิงของคำนั้นอยู่ในเนื้อหาข่าว (forward reference) ฯลฯ สิ่งที่สามคือ รูปภาพ เช่น มีการใช้รูปภาพสถานที่เกิดเหตุ รูปภาพที่สะท้อนอารมณ์ ฯลฯ และสิ่งที่สี่ คือการระบุพฤติกรรมของผู้อ่าน เช่น มีการบอกให้ส่งต่อ (share) มีการถามความคิดเห็น ฯลฯ ซึ่งแต่ละตัวจะมีหน้าที่แตกต่างกันไป ยกตัวอย่างเช่น การใช้สรรพนามที่ไม่ระบุตัวตนแน่ชัดจะมีหน้าที่กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่าน เป็นต้น

ขอบเขตของการวิจัย

๑. ข้อมูลในการวิจัยคือพาดหัวข่าวของข่าวออนไลน์จากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ที่มีการนำเสนอข่าวโดยใช้พาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านจำนวน ๖ เว็บไซต์ ดังนี้

- | | |
|--|--|
| (๑) www.liekr.com | (๒) www.news.jarm.com |
| (๓) www.jaizaa.com | (๔) www.tnews.co.th |
| (๕) www.tsood.com | (๖) www.tvpoolonline.com |

๒. ผู้วิจัยสังเกตว่าเว็บไซต์ข่าวแต่ละเว็บไซต์มีผู้เขียนข่าวหลายคนผลัดเปลี่ยนกันเขียนข่าวเพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์ ซึ่งผู้เขียนข่าวแต่ละคนอาจจะเขียนพาดหัวข่าวในลักษณะที่แตกต่างกันไป ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลพาดหัวข่าวจากเว็บไซต์ข้างต้นเว็บไซต์ละ ๑๐๐ พาดหัว รวมข้อมูลในการวิเคราะห์ทั้งหมด ๖๐๐ พาดหัว ซึ่งจำนวนดังกล่าวมีปริมาณมากเพียงพอที่จะทำให้ได้ข้อมูลพาดหัวข่าวที่ครอบคลุมและครบถ้วนจากผู้เขียนข่าวหลาย ๆ คน

๓. ผู้วิจัยจะวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาจากถ้อยคำและเครื่องหมายที่ปรากฏเป็น

ส่วนหนึ่งในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์เท่านั้น ไม่วิเคราะห์กลวิธีทางภาษาจากภาพประกอบพาดหัวข่าว หรือถ้อยคำอื่น ๆ ที่แทรกอยู่ตามภาพประกอบ นอกจากนี้ผู้วิจัยจะพิจารณารายละเอียดของเนื้อข่าวร่วมด้วยในฐานะที่เป็นข้อมูลเสริมซึ่งอาจมีความสัมพันธ์บางประการกับกลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน เช่น เนื้อข่าวมีรายละเอียดทางความหมายของคำอ้างอิงที่ปรากฏในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน เป็นต้น

ขั้นตอนการวิจัย

๑. เก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ที่พบการใช้พาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านจำนวน ๖ เว็บไซต์ รวบรวมพาดหัวข่าวจากเว็บไซต์เหล่านั้นจำนวนเว็บไซต์ละ ๑๐๐ พาดหัว ตั้งแต่วันที่ ๑๒ สิงหาคม ๒๕๖๐ ย้อนหลังลงไป จนได้ข้อมูลครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ในแต่ละเว็บไซต์

๒. กรณีที่เว็บไซต์ข่าวใดมีหน้า (Page) ที่รวบรวมข่าวใหม่จากข่าวทุกประเภทมานำเสนอรวมกัน ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลพาดหัวข่าวจากหน้าดังกล่าว แต่ถ้าเว็บไซต์ใดไม่มีหน้าดังกล่าว ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากข่าวประเภทต่าง ๆ ในเว็บไซต์ดังกล่าวโดยเฉลี่ยจำนวนให้เท่า ๆ กัน ซึ่งสรุปได้ดังตารางนี้

เว็บไซต์ข่าว	จำนวนข้อมูล (รวม ๖๐๐ พาดหัว)
(๑) www.liekr.com	เก็บจากหน้าแรก (หน้ารวมข่าว) ๑๐๐ พาดหัว
(๒) www.news.jarm.com	เก็บจากหน้าข่าวยอดฮิตประจำวัน (หน้ารวมข่าว) ๑๐๐ พาดหัว
(๓) www.jaizaa.com	เก็บจากหน้าข่าวทั่วไป (หน้ารวมข่าว) ๑๐๐ พาดหัว
(๔) www.tnews.co.th	เก็บจากหน้าสถานการณ์เด่น ประเด็นร้อน ๑๐ พาดหัว เก็บจากหน้าข่าวพระราชสำนัก ๑๐ พาดหัว เก็บจากหน้าเจาะข่าวเด่น ๑๐ พาดหัว เก็บจากหน้า TNEWS HEADSHOT ๑๐ พาดหัว เก็บจากหน้าภูมิภาค ๑๐ พาดหัว

๒๔๔ นันทวัฒน์ เนตรเจริญ

เว็บไซต์ข่าว	จำนวนข้อมูล (รวม ๖๐๐ พาดหัว)
	เก็บจากหน้าปัญญาญาณ ๑๐ พาดหัว เก็บจากหน้าการเมือง ๑๐ พาดหัว เก็บจากหน้าบันเทิง ๑๐ พาดหัว เก็บจากหน้าต่างประเทศ ๑๐ พาดหัว เก็บจากหน้าเศรษฐกิจ ๑๐ พาดหัว
(๕) www.tsood.com	เก็บจากหน้า NEWS (หน้ารวมข่าว) ๑๐๐ พาดหัว
(๖) www.tvpoolonline.com	เก็บจากหน้าข่าวฮอต ๑๐ พาดหัว เก็บจากหน้าประเด็นร้อน ๙ พาดหัว เก็บจากหน้าคลิปดารา ๙ พาดหัว เก็บจากหน้าข่าวชาวบ้าน ๙ พาดหัว เก็บจากหน้าบทความแมกกาซีน ๙ พาดหัว เก็บจากหน้าละคร ๙ พาดหัว เก็บจากหน้า Social News ๙ พาดหัว เก็บจากหน้าเพลง ๙ พาดหัว เก็บจากหน้าบทความพิเศษ ๙ พาดหัว เก็บจากหน้าไลฟ์สไตล์ ๙ พาดหัว เก็บจากหน้าแฟชั่น ๙ พาดหัว

๒. นำข้อมูลพาดหัวข่าวจากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์มาวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ใช้กระตุ้นผู้อ่านให้เกิดความสนใจที่จะกดลิงก์ข่าวเพื่อเข้าไปอ่านเนื้อข่าวโดยมุ่งวิเคราะห์การใช้และการสื่อความหมายของถ้อยคำต่าง ๆ ที่ปรากฏในโครงสร้างข้อความของพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน

๓. จัดประเภทกลวิธี สรุปผลการวิจัย และนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

นิยามศัพท์เฉพาะ

กลวิธีทางภาษา หมายถึง การใช้ถ้อยคำในการเขียนพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน

เพื่อเร่งรัดและกระตุ้นผู้อ่านให้เกิดความสนใจ อยากรู้ และอยากอ่านรายละเอียดของข่าว **พาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน** หมายถึง ข้อความพาดหัวข่าวที่มีลักษณะการใช้ภาษาเพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านสนใจข่าวนั้น ๆ และกดลิงก์ข่าวเพื่อเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวในเว็บไซต์ข่าวของตน

ข่าวออนไลน์ หมายถึง เรื่องราว ข่าวสาร และบทความต่าง ๆ ที่มีพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน และถูกนำเสนอโดยเว็บไซต์ข่าวออนไลน์

ข้อตกลงเบื้องต้น

การยกตัวอย่างพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านจากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์นั้น ผู้วิจัยจะยกพาดหัวข่าวนั้น ๆ มาทั้งหมด โดยจะไม่เปลี่ยนแปลงรูปแบบการสะกดของถ้อยคำในพาดหัวข่าวและผู้วิจัยจะระบุเว็บไซต์ที่มาของข่าวไว้ในวงเล็บต่อจากพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านที่ยกมาแสดงเป็นตัวอย่าง โดยจะระบุเพียงแค่ชื่อเว็บไซต์เท่านั้น ไม่ระบุลิงก์ (Link) จากหน้าข่าวนั้นโดยตรง เนื่องจากลิงก์ของหน้าข่าวบางข่าวมีความยาวมาก กินพื้นที่หน้ากระดาษหลายบรรทัด ผู้วิจัยจึงขอระบุแค่ชื่อเว็บไซต์ที่มาของข่าวเพียงเท่านั้น

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์พาดหัวข่าวของข่าวออนไลน์พบว่ามียกวิธีทางภาษาที่น่าสนใจในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน โดยสามารถจำแนกออกเป็น ๓ กลวิธีหลัก ได้แก่ กลวิธี การสร้างความสงสัย กลวิธีการสร้างคุณค่าและกลวิธีการสร้างควมมีส่วนร่วม กลวิธีหลักเหล่านี้จะประกอบด้วยกลวิธีย่อยต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. กลวิธีการสร้างควมสงสัย

กลวิธีการสร้างควมสงสัย คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยไม่เปิดเผยสาระสำคัญของข่าวให้ครบถ้วน แต่จะเขียนในลักษณะกึ่งเปิดกึ่งปิดเพื่อทึ่งทำให้ผู้อ่านค้างคาใจ ผู้อ่านจะต้องเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวจึงจะรู้สาระสำคัญในส่วนที่ถูกปกปิดไว้ กลวิธีสร้างควมสงสัยประกอบด้วยกลวิธีย่อย ๕ กลวิธี ได้แก่ การใช้คำอ้างถึงสิ่งที่อยู่ข้างหน้าการใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ การใช้คำถาม การละข้อมูลบางส่วน และการเฉลยด้วยภาพหรือวิดีโอ

๑.๑ การใช้คำอ้างถึงสิ่งที่อยู่ข้างหน้า (Forward reference) คือ การใช้คำอ้างถึงที่สื่อความหมายรายละเอียดอย่างไม่ชัดเจนในพาดหัวข่าว และความหมายของคำอ้างถึงนั้นจะถูกเฉลยไว้ในเนื้อหาข่าว ผู้อ่านจะต้องเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวจึงจะรู้ว่าคำอ้างถึงนั้นสื่อความหมายถึงสิ่งใด จากการวิเคราะห์พบว่าคำอ้างถึงสิ่งที่อยู่ข้างหน้าซึ่งปรากฏใช้บ่อยที่สุดคือนิยมวิเศษณ์* หรือคำวิเศษณ์ที่สื่อความเฉพาะเจาะจง (Demonstrative adjectives) และนิยมวิเศษณ์ที่ปรากฏการใช้มากที่สุดคือคำว่า “นี้” ซึ่งมักจะปรากฏคู่กับคำอื่น ๆ เช่น สิ่งนี้ อย่างนี้ แบบนี้ เพราะเหตุนี้ ฯลฯ

๑. (ชมศิลป์) “วาน” ไม่ได้เป่าเทียนวันเกิด เพราะเหตุนี้...? ซูลมุน
ทุกครั้งที่เจอกัน! (www.tvpoolonline.com)

๒. “มัน ชลิดา” มีจุกเมื่อ “ญาติ” แคบภาพนี้แซว !!

(www.tvpoolonline.com)

๓. สุดซึ้ง !! มนุษย์ป้าเย็นกัม ๆ เสง ๆ ทำอะไรบางอย่าง?? บน
รถไฟฟ้า... พอมองไปที่พื้นอิงตาค้าง?? ไม่คิดว่าจะเจออะไรแบบนี้?? ผู้
โดยสารแตกตื่น (www.tsood.com)

๔. ตัก ศิริพร เผยความอัจฉริยะของ น้องภู ลูกชาย มีความ
สามารถพิเศษนี้ซ่อนอยู่ เก่งเกินเด็กไปแล้ว!! (www.news.jarm.com)

จากตัวอย่างข้างต้นจะพบการใช้คำอ้างถึงสิ่งที่อยู่ข้างหน้า ได้แก่ “เพราะเหตุนี้” “ภาพนี้” “อะไรแบบนี้” และ “ความสามารถพิเศษนี้” ผู้เขียนใช้คำดังกล่าวเพื่อสร้างความสงสัยแก่ผู้อ่าน ผู้อ่านจะต้องเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวก่อน จึงจะรู้ความหมายที่เป็นคำตอบของคำอ้างถึงสิ่งที่อยู่ข้างหน้าทั้งสี่คำนี้ได้แก่ “เพราะต้องรวนวิ จิว ร้องเพลง สุขสันต์วันเกิด” “ภาพขณะคุยวิดีโอคอล” (video call) “ยื่นปอกกระเทียม” และ “ประกอบคอมพิวเตอร์ใช้เอง” ตามลำดับ

ผู้วิจัยพบว่าพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านจำนวนมากมีการใช้คำว่า “นี้” ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่า นิยมวิเศษณ์ดังกล่าวสื่อความอย่างคลุมเครือและไม่ชัดเจน สามารถ

* พระยาอุปทิศศิลปสารเรียกคำวิเศษณ์ที่สื่อความชี้เฉพาะว่า นิยมวิเศษณ์ เช่น เขาคณัน บ้านหลังนี้ ฯลฯ

สร้างความสงสัยแก่ผู้อ่าน นอกจากนี้คำว่า “นี่” ยังสามารถสื่อถึงความใกล้เคียงได้มากกว่า นิยมวิเศษณ์คำอื่น ๆ เช่น นั้น ไน้ นัน ฯลฯ ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าคุณค่าของคำที่อยู่ในเนื้อขานั้น เป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ สามารถเข้าไปอ่านเพื่อรู้ได้ทันที

๑.๒ การใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ คือ การใช้คำหรือวลีที่มีความหมาย บางอย่างเชื่อมโยงกับสิ่งที่ถูกกล่าวถึงมาเรียกแทนสิ่งที่ถูกกล่าวถึง แต่คำหรือวลีนั้นสื่อ รายละเอียดกว้างเกินไป หรือให้รายละเอียดน้อยเกินไป ทำให้ผู้อ่านได้รับข้อมูลที่ ไม่เพียงพอต่อการชี้ชัดตัดสินใจ คำหรือวลีนั้นกำลังกล่าวถึงสิ่งใด เว้นแต่ผู้อ่านพอจะรู้ เรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งนั้นมาบ้างแล้ว จึงจะคาดเดาได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

๕. นักร้องสาวตัวท้อปค่าย RS ล่ำสุด อ่ำลางการถาวรแล้ว!!
พร้อมตัดสินใจโกนหัว! บวชตลอดชีวิต!! (www.news.jarm.com)
๖. นางงามคนเดียว!! หวังมงกุฎขึ้น BTS ใช้ชีวิตติดดิน สปริตเพื่อ
งานสูงมาก นี้นางฟ้าเดินดินชัด ๆ !! (www.news.jarm.com)
๗. สาวไทยคนเดียว!! ที่ผู้ติดตามในไอจีเจียด ๑๐ ล้านแล้ว!! อะไร
จะไวขนาดนี้ ชูปตารหลายคน ยังต้องยอม!! (www.news.jarm.com)
๘. “อ๋ม พัชราภา” ลั่น! ออกมาเผย “คนที่เธอเกลียดที่สุด” ฟังแล้ว
ถึงกับเงิบ (ชมคลิป) (www.jjazaa.com)

จากตัวอย่างพบว่ามีการใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ เพื่อสร้างความสงสัยแก่ ผู้อ่าน ในตัวอย่างที่ ๕ มีการใช้คำว่า “นักร้องสาวตัวท้อปค่าย RS” แทนการระบุชื่อนักร้องซึ่งก็คือ “แคท รัตกาล” ให้ชัดเจน ในตัวอย่างที่ ๖ มีการใช้คำว่า “นางงาม” แทน การระบุชื่อนางงามซึ่งก็คือ “มารีญา” มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ ๒๐๑๗ ในตัวอย่างที่ ๗ มีการใช้คำว่า “สาวไทย” แทนการระบุชื่อ “อ๋ม พัชราภา” ซึ่งเป็นดารานักแสดงชื่อดังของ เมืองไทย และในตัวอย่างที่ ๘ มีการใช้คำว่า “คนที่เธอเกลียด” เพื่อสร้างความสงสัย แทนการระบุให้ชัดเจนว่า “เกลียดคนมาสาย” จากตัวอย่างเหล่านี้จะเห็นได้ว่าคำเรียก ทั้งสี่คำในพาดหัวข่าวนั้นสื่อความหมายกว้างเกินกว่าที่ผู้อ่านจะใช้ระบุได้ว่าพาดหัวข่าว กำลังกล่าวถึงใคร ทำให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยและอยากเข้าไปค้นหาคำตอบในเนื้อข่าว

๑.๓ การใช้คำถาม คือ การเขียนข้อความพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่ เกี่ยวข้องกับการถาม อาจเป็นการถามกว้าง ๆ เช่น ใคร อะไร ทำไม ฯลฯ หรือถามแบบ

ให้เลือก เช่น จริงหรือไม่ ได้หรือไม่ ฯลฯ คำถามในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านจะเป็น ปฏิรูปฯ กล่าวคือเป็นคำถามที่ไม่ได้ต้องการคำตอบจากผู้อ่าน แต่มีจุดประสงค์เพื่อชี้แนะ หรือเกริ่นนำประเด็นของข่าว ทำให้ผู้อ่านสงสัยแล้วจะได้เข้าไปค้นหาคำตอบในเนื้อหาข่าว หรือเพื่อให้ผู้อ่านได้ลองคิดคำตอบแล้วเข้าไปตรวจสอบในเนื้อหาข่าวว่าสอดคล้องกันหรือไม่ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

๙. หายสงสัยซักที ! มีอาการ “เหมือนจะเป็นไข้” กินยาดักไว้ ช่วย
ได้จริง ๆ มั้ยยย (www.jaizaa.com)

๑๐. เล่นเอาผู้ชายกลัว! “เบเบ้” เรียนมวยไทย เตะหนักแค่ไหน (ชม
คลิป) (www.tvpoolonline.com)

๑๑. อ่างบริสุทธิ์-แต่ใจจิ้งร่อนรอนัก?! “เด็น” โวยสอบชนคนเชียร์/ -สตง. ชงให้ รบ. ตบ. แกรมอ้าง แบบคิดว่าคนไทยโง่ “พิจารณาด้วยเหตุผล เรื่องนี้เป็นไปไม่ได้?” (www.tnews.co.th)

๑๒. มาดูเหตุผล แทค ภรัณยู ผีกลิ้งหลานเพราะอะไร??

(www.tvpoolonline.com)

จากตัวอย่างพบว่ามีการใช้คำถาม คือ “ช่วยได้จริง ๆ มั้ยยย” “เตะหนักแค่ไหน” “ใจจิ้งร่อนรอนัก” และ “ท่านเป็นใคร” เพื่อสร้างความสงสัยแก่ผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านอยากรู้คำตอบและเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวซึ่งคำตอบของข่าวที่ ๙ คือ “ไม่จริง” ส่วนคำถามในพาดหัวข่าวที่ ๑๐ และ ๑๑ นั้นเป็นปฏิรูปฯ ที่ตั้งขึ้นเพื่อจุดประเด็นความสงสัย แต่ผู้เขียนข่าวไม่ได้ต้องการเฉลยคำตอบใด ๆ และคำตอบของพาดหัวข่าวที่ ๑๒ คือ “เพื่ออนาคต” จะเห็นได้ว่าการใช้คำถามช่วยให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยและรู้สึกสนใจที่จะค้นหาคำตอบจากเนื้อหาข่าว นอกจากนี้จะพบการใช้เครื่องหมายปริศนา (Question mark) ร่วมกับ ซึ่งเครื่องหมายปริศนาก็จะช่วยเสริมน้ำหนักและความรู้สึกน่าสงสัยของคำถามให้เด่นชัดขึ้น

จากข้อมูลพาดหัวข่าวที่ถูกเขียนขึ้นโดยใช้คำถามพบว่า บางครั้งคำถามดังกล่าวก็ไม่ได้มีคำตอบที่น่าสนใจมากนัก อย่างเช่นพาดหัวข่าวที่ ๑๒ มีการถามว่า “เพราะอะไร” แต่รายละเอียดในเนื้อหาข่าวไม่ได้ให้ข้อมูลที่ชัดเจนหรือลึกซึ้งมากนัก มีเพียงการบอกว่า “เพื่ออนาคต” ดังนั้นการใช้คำถามในการเขียนพาดหัวข่าวอาจจะไม่ได้ทำให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยและสนใจข่าวเพียงเท่านั้น แต่ยังช่วยกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความ

คาดหวังว่าจะได้คำตอบที่น่าสนใจจากเนื้อข่าวด้วย ความคาดหวังดังกล่าวจะทำให้ผู้อ่านอยากเข้าไปอ่านเนื้อข่าวเพื่อค้นหาคำตอบคืออะไร มีความน่าสนใจอย่างไร ทว่าบางครั้งผู้อ่านก็อาจจะผิดหวังได้

๑.๔ การละข้อมูลบางส่วน คือ การปกปิดรายละเอียดบางส่วนเพื่อสร้างความสงสัยใคร่รู้แก่ผู้อ่านด้วยวิธีการไม่กล่าวถึงหรือการใช้เครื่องหมายไข่ปลา (Ellipsis) หรือจุดไข่ปลา (Dotted line) ซึ่งเป็นจุดสามจุด (...) หรือปกปิดโดยใช้กมลวิธีสร้างความสงสัยทั้งสามกลวิธีย่อยข้างต้น การละข้อมูลบางส่วนจะกระตุ้นความสงสัยและความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่าน เพราะเมื่อผู้อ่านได้อ่านพาดหัวข่าวแล้วรับรู้เรื่องราวของข่าวไปส่วนหนึ่งแล้ว ผู้อ่านจะเกิดความอยากรู้อยากเห็นในส่วนที่ถูกละไว้ ทำให้ต้องเข้าไปอ่านรายละเอียดดังกล่าวในเนื้อข่าวเพื่อไม่ให้ตนเองรู้สึกค้างคาใจตัวอย่างพาดหัวข่าวที่ใช้กมลวิธีการละข้อมูลบางส่วนมีดังนี้

๑๓. ชายปริศนา โผล่มาช่วย! เด็กถูกแม่รัดคอก พอซุมดูดี ๆ ถึงกับพูดไม่ออก! ลงพื้นที่ไต่ถาม ไม่น่าเชื่อจะเป็น..? (www.news.jarm.com)

๑๔. คำสารภาพแม่ใจมาร! พุดมาได้ทำลูกเพราะ...!? ซือคทั้งไซเซียล! นี่คือความคิดของคนเป็นแม่!? (www.news.jarm.com)

๑๕. โหดเหี้ยม! ลูกหมาใกล้ตาย “บาดแผลเต็มตัว” สภาพแย่มาก ๆ จึงรีบพาไปหาหมอ ถึงได้รู้ว่า... (www.liekr.com)

๑๖. หน้ากากเสือจากรัวร์ เผยหมดเปลือก! ถูกเพื่อนทุกคนในวงไหวตออกเพราะ..! ความจริงที่แฟนคลับอยากรู้มาตลอด

(www.news.jarm.com)

จากตัวอย่างข้างต้นจะพบว่า พาดหัวข่าวได้ละเรื่องราวของข่าวไว้บางส่วนด้วยเครื่องหมายไข่ปลา (...) พาดหัวข่าวที่ ๑๓ มีการละชื่อผู้ที่มาช่วยชีวิตเด็ก ซึ่งก็คือ “อั้น ภาณุพงศ์ น้อยวัน” พาดหัวที่ ๑๔ ละสาเหตุว่าแม่ทำไปเพราะต้องการประชดฝ่ายสามี ส่วนพาดหัวข่าวที่ ๑๕ ก็มีการละสาเหตุซึ่งก็คือ ลูกหมาถูกเจ้าของทารุณ และพาดหัวข่าวที่ ๑๖ มีการละสาเหตุที่หน้ากากเสือจากรัวร์ หรือบี พีระพัฒน์ นักร้องนำวงเครสเซนได้ถูกสมาชิกในวงลงคะแนนเสียงให้ออกจากวงเพราะว่าเขาไปรับงานส่วนตัว จะเห็นได้ว่าวิธีการละข้อมูลบางส่วนทำให้ผู้อ่านซึ่งรับรู้เรื่องราวของข่าวเพียงส่วนหนึ่งเกิด

ความสงสัย อยากรู้คำตอบ ทำให้ผู้อ่านอยากเข้าไปค้นหาคำตอบในเนื้อหาข่าว

๑.๕ การเฉลยด้วยภาพหรือวิดีโอ คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยเสนอผู้อ่านว่า ข่าวนั้นมีภาพหรือวิดีโอซึ่งสามารถให้คำตอบหรือรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องราวที่พาดหัวข่าวได้กล่าวไว้ ผู้อ่านจะต้องเข้าไปชมภาพหรือวิดีโอจึงจะเข้าใจรายละเอียดดังตัวอย่างต่อไปนี้

๑๗. เปิดใจครั้งแรก ! “เนย-แจม” หลังไร้สังกัด ไม่อยากทำงาน
ด้วยความอึดอัด (ชมคลิป) (www.jaizaa.com)

๑๘. ยังจำได้ไหม!! ๑๑ สิงหาคม วันครบรอบ “พระธาตุพนมล้ม”
ภาพประวัติศาสตร์ที่หาไม่ได้แล้ว ขององค์พระธาตุเดิม (ภาพ)
(www.tsood.com)

ตัวอย่างที่ ๑๗ มีการระบุไว้ในพาดหัวข่าวว่า “ชมคลิป” ทำให้ผู้อ่านเห็นว่าข่าวดังกล่าวมีวิดีโอ ซึ่งผู้อ่านจะต้องชมวิดีโอก่อนจึงจะทราบว่ายเนยและแจมรู้สึกมีอิสระมากขึ้นหลังจากออกจากต้นสังกัด จะสังเกตได้ว่าพาดหัวข่าวได้ปกปิดรายละเอียดเอาไว้แล้วใช้วิดีโอเปิดเผยรายละเอียดดังกล่าวแทนที่จะกล่าวไว้ในพาดหัวข่าวโดยตรง วิธีนี้ทำให้ผู้อ่านพาดหัวข่าวต้องเข้ามาในเว็บไซต์ข่าวเพื่อชมวิดีโอ ส่วนตัวอย่างที่ ๑๘ มีการระบุในพาดหัวข่าวว่า “ภาพ” ซึ่งผู้อ่านก็ต้องเข้าไปในเว็บไซต์ข่าวดังกล่าวเพื่อชมภาพจึงจะทราบว่าองค์พระธาตุเดิมของพระธาตุพนมล้มนั้นมีลักษณะอย่างไร

การระบุข่าวว่ามีภาพหรือวิดีโอเป็นลักษณะที่โดดเด่นประการหนึ่งของพาดหัวข่าวของข่าวออนไลน์ เนื่องจากว่าการนำเสนอข่าวในเว็บไซต์นั้นมีความทันสมัยและสามารถนำเสนอข้อความ รูปภาพ และวิดีโอได้อย่างหลากหลายโดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่หน้ากระดาษแบบหนังสือพิมพ์ และไม่ถูกจำกัดระยะเวลาแบบข่าวโทรทัศน์ ผู้เขียนข่าวออนไลน์จึงสามารถนำเสนอรูปภาพจำนวนมากและวิดีโอขนาดยาวได้ ทำให้มีข่าวออนไลน์จำนวนไม่น้อยที่นำเสนอเนื้อหาด้วยภาพหรือวิดีโอ

ผู้เขียนข่าวใช้กลวิธีสร้างความสงสัยเพื่อปกปิด ซ่อนเร้น และจุดประเด็นความสงสัย ทำให้ผู้อ่านพาดหัวข่าวเกิดความสงสัย อันนำไปสู่ความต้องการที่จะเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวเพื่อคลี่คลายข้อสงสัยดังกล่าว และเมื่อผู้อ่านเข้าไปอ่านข่าวในเว็บไซต์ข่าวก็จะทำให้ผู้เขียนได้รับรายได้จากผู้สนับสนุนโฆษณา ยังมีผู้อ่านพาดหัวข่าวแล้วเกิด

ความสงสัยจนต้องเข้าไปอ่านข่าวในเว็บไซต์มากเท่าใด ผู้เขียนข่าวก็ได้รับรายได้มากเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม พาดหัวข่าวในลักษณะที่ชวนสงสัยเช่นนี้ขัดต่อวัตถุประสงค์หรือหน้าที่ของพาดหัวข่าวตามที่ ประชัน วลิลิโก (๒๕๓๖ อ้างถึงใน ภาคภูมิ หรรณา, ๒๕๕๕ : ๙๕) ได้กล่าวไว้ข้อหนึ่งว่า พาดหัวข่าวเป็นการเอาประเด็นสำคัญที่สุดของข่าวมาแถลงหรือบอกให้ผู้อ่านทราบอย่างสั้น ๆ ย่อ ๆ และจะต้องทำให้ผู้อ่านเข้าใจประเด็นสำคัญได้ทันที ดังนั้นการพาดหัวข่าวด้วยกลวิธีการสร้างความสงสัยซึ่งไม่ได้นำเสนอประเด็นสำคัญให้ผู้อ่านเข้าใจอย่างชัดเจนจึงเป็นลักษณะการเขียนพาดหัวข่าวที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือหน้าที่ของพาดหัวข่าว

๒. กลวิธีการสร้างคุณค่า

ภาคภูมิ หรรณา (๒๕๕๕ : ๓๕) กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้วเรื่องราวต่าง ๆ จะมีค่าให้เป็นข่าวก็ต่อเมื่อเรื่องราวนั้นมีองค์ประกอบด้านความสดใหม่ มีความน่าสนใจ และมีความสำคัญ กลวิธีการสร้างคุณค่าเป็นกลวิธีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบดังกล่าว กล่าวคือ เป็นการเขียนพาดหัวข่าวแบบที่ชวนให้คิดว่าข่าวนั้นมีความสำคัญ หรือมีความจำเป็นที่จะรู้โดยใช้วิธีพาดหัวข่าวด้วยคำที่ชวนให้ผู้อ่านรู้สึกหรือเข้าใจไปว่า ข่าวดังกล่าวเป็นเรื่องใหม่ น่าสนใจ และมีความสำคัญ แม้ว่าแท้จริงแล้วข่าวนั้นอาจจะเป็นเรื่องสำคัญหรือไม่สำคัญก็ได้จากการวิเคราะห์พบว่ากลวิธีการสร้างคุณค่าประกอบด้วยกลวิธีย่อย ๓ กลวิธี ได้แก่ การทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ การทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว และการทำให้เป็นเรื่องใหญ่

๒.๑ การทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่ชวนให้คิดว่าข่าวหรือข้อมูลในข่าวนั้นเป็นเรื่องปัจจุบันทันด่วน เป็นเรื่องที่เพิ่งจะเกิดขึ้นสด ๆ ร้อน ๆ เป็นเรื่องใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน หรือเป็นข้อมูลใหม่ของเรื่องราวหรือสถานการณ์ที่ผู้คนกำลังสนใจหรือเคยให้ความสนใจซึ่งผู้อ่านน่าจะรีบอ่านรีบรู้ทันที ดังตัวอย่างต่อไปนี้

๑๙. ทอมพอลลูกอ่อน ที่ได้ลูกเป็นลูกครึ่งตุรกี ล่าสุด! ตอนนี้ชีวิตเปลี่ยนหนัก! กลายเป็นแบบนี้...!? พีค! (www.news.jarm.com)

๒๐. เตือนแล้ว...ต้องระวัง!! “หมอช้าง” ชี้คนเกิดราศีต่อไปนี้ มี

เกณฑ์เกิดคดีความ-อุบัติเหตุช่วงดวงแรง ต้องรีบทำบุญแก้เคล็ดด่วน ๆ !!?

(www.tnews.co.th)

๒๑. เปิดปากครั้งแรก!!! “เบอร์ ๑ ปปช.” ยันอุทธรณ์คดีพันธมิตรฯ
ทัน ๓๐ วันแน่ ยอมรับต้องทำให้ทัน-ปิดพ्लीวี่ไม่ได้-ไม่ทัน ป.ป.ช. จะโดน
เอง (www.tnews.co.th)

๒๒. แซ่บเด็ดเม็ดจัด ! “ก๊ีบก๊ีบ สุ่มณฑิพย์” กับลูกทรงผมใหม่ เซ็กซี่
โคตร ๆ (www.jaizaa.com)

จากตัวอย่างจะพบการใช้ถ้อยคำในการเขียนพาดหัวข่าวเพื่อสื่อถึงความสด
ใหม่ของข่าว คือ พาดหัวข่าวที่ ๑๙ มีการใช้คำว่า “ล่าสุด” และ “ตอนนี้” เพื่อให้รู้สึก
ว่าข่าวนั้นมีข้อมูลสดใหม่เกี่ยวกับเรื่องที่เคยได้รับความสนใจ พาดหัวข่าวที่ ๒๐ มีการใช้
คำว่า “รีบ” และ “ด่วน ๆ” เพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านรู้สึกว่าจะต้องรีบอ่านข่าวเพื่อตรวจสอบดู
ว่า ราคีของตนอยู่ในกลุ่มที่มีเคราะห์ร้ายแรงหรือไม่ พาดหัวข่าวที่ ๒๑ มีการใช้คำว่า
“ครั้งแรก” เพื่อให้ข่าวนั้นดูเป็นเรื่องใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน และดูเป็นเรื่องพิเศษ
ส่วนพาดหัวข่าวที่ ๒๒ มีการใช้คำว่า “ใหม่” เพื่อสื่อว่าทรงผมของนักแสดงดังกล่าวได้
เปลี่ยนแปลงไปจากที่ผู้อ่านเคยเห็น ทำให้ดูเป็นเรื่องใหม่ขึ้น จะเห็นได้ว่าการใช้ถ้อยคำ
เหล่านี้ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับข่าว ทำให้ผู้อ่านรู้สึกข่าวมีข้อมูลใหม่ เป็นเรื่องที่เพิ่งเกิดขึ้น
จึงน่าจะรีบอ่านเพื่อจะได้ทันกระแสสังคม

๒.๒ การทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำ
หรือข้อความที่สื่อความเกี่ยวข้องใกล้เคียงระหว่างข่าวกับผู้อ่าน เพื่อชักจูงให้ผู้อ่านรู้สึก
ว่าข่าวนั้นมีความใกล้ชิดหรือเกี่ยวข้องกับตนพาดหัวข่าวอาจมีถ้อยคำแสดงปฏิสัมพันธ์ต่อ
ผู้อ่านเพื่อสร้างความใกล้ชิดและร่นระยะห่างระหว่างผู้อ่านกับข่าว เช่น มีการเรียกผู้อ่าน
ด้วยคำสรรพนาม มีการใช้ข้อความที่สื่อถึงการสนทนาไปยังผู้อ่าน ฯลฯ หรือพาดหัวข่าว
อาจมีการเน้นย้ำว่าเหตุการณ์ในข่าวนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้อ่าน หรือมีโอกาสเกิดขึ้นกับ
ผู้อ่าน หรือกำลังจะเกิดขึ้นกับผู้อ่าน ผู้อ่านจึงควรรู้ไว้นอกจากนี้พาดหัวข่าวอาจจะมี
ข้อความที่สื่อความในทำนอง “รู้ไว้เซว่า ไส้ป่าแบกหาม” เพื่อเสนอว่าข้อมูลในข่าวล้วน
เป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน ทั้งหมดนี้จะทำให้ผู้อ่านรู้สึกข่าวกำลังปฏิสัมพันธ์กับตน เพื่อนำ

เสนอเรื่องราว เหตุการณ์ หรือข้อมูลที่มีโอกาสเกิดขึ้นกับตน จึงควรรับฟังและรับรู้ไว้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

๒๓. ระวังไว้ทุกคนมีโอกาสเจอ!!! แม่พาลูกน้อยเดินเล่นหาดทราย ติดเขื่อนแรงเกือบต้องตัดนิ้วทิ้ง (www.tnews.co.th)

๒๔. รู้ไว้จะได้ไม่เสียตั้งค์! ทนายเพจดังออกเตือน “เมาแล้วหลับคาโต๊ะ” โดนปรับสูงสุด ๕ พันบาท!! (www.liekr.com)

๒๕. ระวัง! หากเจอ “คลื่นรูปดอกเห็ด” แบบนี้ ให้หนีห่าง คุณอาจ ดูดลงทะเลได้ พร้อมวิธีเอาตัวรอด (www.liekr.com)

๒๖. พึงรู้ก็วันนี้! เปิด ๕ เรื่องผิด ๆ เกี่ยวกับการอาบน้ำ ที่เราทำกัน ทุกวัน รีบเปลี่ยนด่วน! (www.jaizaa.com)

จากตัวอย่างพบว่ามีการใช้คำว่า “ทุกคน” “คุณ” และ “เรา” เพื่อสื่อเน้นโดยตรงถึง “ผู้อ่าน” การใช้คำว่า “ทุกคน” และ “เรา” ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าคุณตนเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับเรื่องราวในข่าว และการใช้คำว่า “คุณ” ก็ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าผู้เขียนพาดหัวข่าวกำลังสื่อสารกับผู้อ่าน นอกจากนี้ในพาดหัวข่าวที่ ๒๓, ๒๔ และ ๒๕ มีการใช้คำว่า “ระวังไว้” “รู้ไว้” และ “ระวัง” เพื่อแสดงปฏิสัมพันธ์โดยการเตือนจากผู้เขียนพาดหัวข่าวไปยังผู้อ่านโดยตรง ทำให้ข่าวดูมีความใกล้ชิดกับผู้อ่านมากขึ้น ราวกับว่ามีคนมาเตือนผู้อ่านโดยตรง และในพาดหัวข่าวที่ ๒๖ มีการใช้ถ้อยคำกล่าวย่ำว่าเรื่องราวในข่าวเป็นสิ่งที่ “เรา” ซึ่งก็คือ “ผู้อ่าน” ได้ “ทำอยู่ทุกวัน” ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าสาระในข่าวเป็นข้อมูลที่ใกล้ตัว จึงควรเข้าไปอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมเพื่อรับรู้ไว้

๒.๓ การทำให้เป็นเรื่องใหญ่ คือ การถ่ายทอดหรือสอดแทรกความรู้สึก ความคิดเห็น หรือทัศนคติบางอย่างลงไปในพาดหัวข่าว เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าข่าวน่าจะมีความพิเศษ ไม่ใช่เรื่องธรรมดาทั่ว ๆ ไป ทำให้ผู้อ่านสนใจเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวทั้งนี้ ความรู้สึก ความคิดเห็น หรือทัศนคติดังกล่าวอาจจะถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของการบอกเล่าจากผู้เขียนพาดหัวข่าวโดยตรง หรือผู้เขียนอาจจะสวมบทบาทผู้อื่น เช่น ตัวละครในข่าว ผู้ร่วมเหตุการณ์ ผู้อ่าน ฯลฯ แล้วถ่ายทอดความในใจออกมาแทนบุคคลนั้น ๆ ส่วนมากมักจะพบการใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่อวดอ้างความไม่ธรรมดาหรือความเกินจริงอย่างชัดเจนเช่น การบอกว่ามีคนสนใจข่าวเป็นจำนวนมาก การบอกว่าข้อมูลใน

๒๕๔ นันทวัฒน์ เนตรเจริญ

ข่าวเป็นสิ่งหายาก การบอกว่าเหตุการณ์ในข่าวเป็นเรื่องน่าสะเทือนใจอย่างยิ่ง ฯลฯ นอกจากนี้อาจจะพบการใช้เครื่องหมายสื่ออารมณ์ร่วมด้วย เช่น เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) เครื่องหมายปรัศนี (?) ฯลฯ ซึ่งส่วนมากจะใช้เพื่อเน้นน้ำเสียงให้ดูรุนแรงขึ้น แต่มักจะใช้ อย่างพร่ำเพรื่อ กลวิธีประเภทนี้แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนพาดหัวข่าวไม่ได้วางตัวเป็นกลาง หรือเว้นระยะห่างจากข่าว เพราะพาดหัวข่าวจะมีลักษณะของการตัดสินประเมินค่า การ แสดงความคิดเห็น หรือการแสดงอารมณ์ออกมา

๒๗. ยื่นช็อกคาตา !! จู๋ ๆ เด็กน้อยก็วิ่งไปกลางถนนจน “ถูกรถ เฉี่ยวเกือบทับร่าง” พอรู้สาเหตุที่วิ่งออกมา?? ถึงกลับกุมขมับแรง !! แซร์ กันเต็มไซเซี่ยล !! (www.tsood.com)

๒๘. หัวใจแตกเป็นเสี่ยง ๆ !! “ลูกสาว” ช็อก! เข้าห้องอยู่กับ “แม่” เพียงลำพัง! จู๋ ๆ ตื่นมาเจอประตูห้องเปิดไว้?? หันไปเห็น “แม่” เท่านั้น.. เศร้าสยอง (www.tsood.com)

๒๙. กราบสาธุ !!!! ชนลูก ฝรั่งเศสร่วมสวดมนต์ วัดไทย ที่ อังกฤษ เพราะจับใจ (มีคลิป) (www.tnews.co.th)

๓๐. แทบทรุด! คุณหมอยาย ๓๖ ปี พอรู้อว่าเป็นโรคนี้ ก็เสียชีวิต ภายใน ๑๔ วัน โดยมีอาการอย่างนี้ (www.jaizaa.com)

จากตัวอย่างพบว่าผู้เขียนได้แสดงความรู้สึก ความคิดเห็น และทัศนคติที่ผู้เขียนมีต่อเรื่องราวในข่าวเพื่อเสริมเน้นความไม่ธรรมดาให้กับข่าว ทำให้ข่าวดูเป็นเรื่องใหญ่ในพาดหัวข่าวที่ ๒๗ มีข้อความ “ยื่นช็อกคาตา” ทำให้รู้สึกว่าการณ์นั้นเป็นเรื่องสะเทือนขวัญ ข้อความ “กุมขมับแรง” ทำให้รู้สึกว่าสาเหตุนั้นน่าจะเป็นเรื่องไม่ธรรมดา ซึ่งในเนื้อหาข่าวอธิบายถึงสาเหตุว่าเด็กหิวและไม่พอใจที่ปูแกะห่อไส้กรอกให้ตนกินซ้ำ และข้อความ “แซร์กันเต็มไซเซี่ยล” ก็ทำให้รู้สึกว่าข่าวดังกล่าวเป็นเรื่องใหญ่และได้รับความสนใจจากสังคม พาดหัวข่าวที่ ๒๘ มีข้อความ “หัวใจแตกเป็นเสี่ยง ๆ” และ “เศร้าสยอง” ซึ่งเป็นการแสดงความรู้สึกเพื่อเสริมเน้นความรู้สึกเศร้าให้กับข่าวแม่ผู้ตัดสินใจทำอัตวินิบาตกรรมเพราะป่วยหนักและไม่อยากเป็นภาระของลูก ส่วนพาดหัวข่าวที่ ๒๙ มีข้อความ “กราบสาธุ” “ชนลูก” ทำให้รู้สึกว่าการสวดมนต์ของฝรั่งเศสมีความพิเศษอย่างยิ่ง และข้อความว่า “เพราะจับใจ” ก็เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนที่ได้ประเมินค่าการสวด

มนต์ของฝรั่งว่ามีความไพเราะ เป็นสิ่งที่ไม่ธรรมดาและพาดหัวข่าวที่ ๓๐ มีข้อความว่า “แทบทรุด” เพื่อเสริมเน้นความร้ายแรงของโรค “มะเร็งชนิดต่อม” ที่คร่าชีวิตของหมอ ให้ดูเป็นเรื่องน่าสนใจและน่าค้นหายิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังพบการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ (Exclamation mark) เพื่อเน้นความพิเศษให้ดูเด่นชัดขึ้น ทำให้เรื่องราวในข่าวดูมีความพิเศษและดึงดูดใจผู้อ่านมากขึ้น

นอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตเกี่ยวกับกลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ว่า ประเภทของข่าวและจุดเด่นของเหตุการณ์มีผลต่อการเลือกใช้คำในการเสริมเน้นข่าวให้เป็นเรื่องใหญ่ เช่น พาดหัวข่าวเกี่ยวกับข่าวในพระราชสำนักมักจะปรากฏคำแสดงความรู้สึกซาบซึ้ง ความปลื้มปิติ ความเคารพเทิดทูนหรือความจงรักภักดี และจะไม่ค่อยปรากฏถ้อยคำที่แสดงทัศนคติในด้านลบหรือการตัดสินเนืองจากข่าวในพระราชสำนักมักจะนำเสนอเกี่ยวกับพระราชกรณียกิจและคุณงามความดีเป็นสำคัญดังตัวอย่างต่อไปนี้

๓๑. เป็นบุญของพสกนิกร!!! เมนูพระราชทานจาก สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ร.๑๐ มอบแก่ประชาชนที่เดินทางมาราบพระบรมศพ ในหลวง ร. ๙ (www.tnews.co.th)

๓๒. เมนูพระราชทานจาก สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ร. ๑๐ มอบแก่ประชาชนที่เดินทางมาราบพระบรมศพ ในหลวง ร. ๙ #ทรงพระเจริญ (www.tnews.co.th)

จากตัวอย่างจะพบว่ามีการใช้ถ้อยคำ “เป็นบุญของพสกนิกร” และ “ทรงพระเจริญ” ซึ่งเป็นคำแสดงความรู้สึกซาบซึ้งและความเคารพเทิดทูน มาเสริมเน้นความยิ่งใหญ่ของข่าว ทำให้เหตุการณ์ในข่าวดูเป็นเรื่องที่มีผลต่อความรู้สึกของผู้คนได้อย่างชัดเจนขึ้น

อย่างไรก็ตาม ถ้าเป็นพาดหัวข่าวของข่าวประเภทอื่น ๆ เช่น ข่าวทั่วไป ข่าวการเมืองข่าวบันเทิง ฯลฯ ก็มักจะปรากฏถ้อยคำแสดงความรู้สึกที่หลากหลายมากขึ้น และมักจะมีถ้อยคำแสดงทัศนคติหรือการตัดสินด้วย เนื่องจากข่าวดังกล่าวจะมีประเด็นที่หลากหลายทั้งในด้านบวกและด้านลบ ทำให้ผู้เขียนสามารถเลือกใช้ถ้อยคำแสดงความรู้สึกที่หลากหลายทั้งในด้านบวกและด้านลบ และสามารถสอดแทรกทัศนคติหรือการตัดสินประเด็นต่าง ๆ ลงไปในพาดหัวข่าวได้

ผลการศึกษาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าผู้เขียนพาดหัวข่าวสามารถใช้กลวิธีทางภาษามาสร้างและเพิ่มคุณค่าให้กับข่าวต่าง ๆ ได้ อย่างไรก็ตามการเพิ่มคุณค่าให้ข่าวก็มักจะเป็นไปในลักษณะของการปรุงแต่ง มีการสอดแทรกความคิดเห็น ความรู้สึก และทัศนคติของผู้เขียนข่าวลงไปในพาดหัวข่าว จนอาจจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของข่าว ทำให้รู้สึกว่าคุณเขียนข่าวกำลังรายงานข่าวอย่างเกินจริง การกระทำดังกล่าวยังขัดต่อหลักการรายงานข่าวที่ดี เพราะการรายงานข่าวที่ดีจะต้องไม่ไปพิพากษาว่าใครทำถูกต้องหรือทำผิด จะต้องมีความเป็นกลาง นำเสนอเฉพาะข้อเท็จจริง และให้โอกาสกับทุกฝ่ายเสมอ (ภาคภูมิ พรรณภา, ๒๕๕๕ : ๔๗)

๓. กลวิธีการสร้างความมีส่วนร่วม

กลวิธีการสร้างความมีส่วนร่วม คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่สื่อเน้นของการชักจูง การขอร้อง การเชิญชวน การท้าทาย หรือการสั่งผู้อ่านให้เข้ามามีส่วนร่วมกับข่าว เป็นการเขียนพาดหัวข่าวแสดงปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านเพื่อบอกและชักจูงให้ผู้อ่านกระทำบางสิ่งบางอย่างตามที่ข่าวนำเสนออาจจะเป็นการชักชวนให้ผู้อ่านส่งต่อ (share) ข่าวต่อไป การขอให้ผู้อ่านร่วมกันช่วยเหลือบุคคลในข่าว การขอให้ผู้อ่านได้ทดลองทำในสิ่งที่ข่าวนำเสนอ เป็นต้นพาดหัวข่าวลักษณะนี้จะทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าตนน่าจะมีส่วนร่วมกับข่าว ผู้อ่านจึงรู้สึกสนใจข่าวและอยากเข้าไปอ่านรายละเอียดเพิ่มเติม ตัวอย่างของพาดหัวข่าวที่มีกลวิธีการสร้างความมีส่วนร่วมมีดังต่อไปนี้

๓๓. ยามบ่ายวันว่าง ๆ คุณจะเลือก “หยิบแก้วกาแฟ” สีอะไร?
สามารถบอกนิสัยที่แท้จริงของคุณ!! (www.liekr.com)

๓๔. ใครทำได้บ้าง !? ทดสอบความสามารถในการ “ดัดนิ้ว” ทำพิสดาร น้อยคนนักจะทำได้ (www.liekr.com)

๓๕. โปรดอย่าเลื่อนผ่าน! วอนโซเซี่ยลช่วยเหลือหนึ่งครอบครัว บ้านถูกไฟไหม้รอดเสียหายทั้งหมด มีเด็ก ๆ อาศัยอยู่ แต่ไม่เหลือเสื้อผ้าใส่แม้แต่ตัวเดียว!! (www.tnews.co.th)

๓๖. สาวไม่เคยตัดผมเลย ๑๔ ปี!! สภาพผมของเธอไม่รู้จะเรียกสวยหรือสยอง งานนี้ต้องดูเอง! (www.news.jarm.com)

จากตัวอย่างข้างต้นจะพบการใช้ถ้อยคำและข้อความเพื่อสร้างความมี

ส่วนร่วมระหว่างผู้อ่านกับข่าว กล่าวคือ พาดหัวข่าวที่ ๓๓ มีการใช้คำถาม “คุณจะเลือกหยิบแก้วกาแฟสีอะไร” เพื่อชักชวนให้ผู้อ่านได้ทดลองเลือกแก้วกาแฟที่มีสีตรงกับความชอบของตน เป็นการชักจูงให้ผู้อ่านเข้ามาร่วมสนุกกับข่าว ซึ่งสุดท้ายแล้วผู้อ่านจะต้องเข้าไปอ่านคำตอบในเนื้อข่าว พาดหัวข่าวที่ ๓๔ มีการใช้คำถาม “ใครทำได้บ้าง” เพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกอยากทดลองขึ้นมา และผู้อ่านก็จะต้องเข้าไปอ่านเนื้อข่าวก่อนจึงจะรู้รายละเอียดของทำดัดนิ้วเหล่านั้น พาดหัวข่าวที่ ๓๕ มีการใช้คำขอร้องและคำสั่งร่วมกันว่า “โปรดอย่าเลื่อนผ่าน” เพื่อขอความร่วมมือจากผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าการอ่านน่าจะมีส่วนร่วมกับข่าวได้บ้าง และพาดหัวข่าวที่ ๓๖ มีการใช้ถ้อยคำกำชับว่า “ต้องดูเอง” เพื่อท้าทายผู้อ่านให้เข้ามาอ่านเนื้อข่าวและชมสภาพผมของหญิงสาวด้วยตนเอง จะเห็นได้ว่าการใช้ถ้อยคำในการเชิญชวน ท้าทาย ขอร้อง และสั่งนั้นสามารถกระตุ้นและชักจูงผู้อ่านให้เกิดความสนใจข่าวและต้องการเข้าไปอ่านเนื้อข่าวเพิ่มเติมได้

กลวิธีการสร้างความมีส่วนร่วมนั้นปรากฏใช้ไม่มากนักเมื่อเทียบกับกลวิธีทั้งสองก่อนหน้านี้นี้ คือ กลวิธีการสร้างความสงสัย และกลวิธีการสร้างคุณค่า ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าลักษณะของข่าวที่ต้องการความร่วมมือจากผู้อ่านนั้นมีอยู่อย่างจำกัด ผู้วิจัยสังเกตว่ากลวิธีการสร้างความมีส่วนร่วมมักจะปรากฏในพาดหัวข่าวของข่าวที่มีสาระเกี่ยวข้องกับการทำนายน การขอความช่วยเหลือ เรื่องแปลกประหลาด หรือเรื่องความขัดแย้ง ในขณะที่กลวิธีการสร้างความสงสัยและกลวิธีการสร้างคุณค่านั้นสามารถนำไปใช้ได้กับข่าวทุกประเภท

จากการศึกษาพบว่า โครงสร้างของพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านมีทั้งโครงสร้างแบบเดี่ยวและโครงสร้างแบบประสม โครงสร้างแบบเดี่ยวคือการพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านโดยใช้กลวิธีการพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านเพียง ๑ กลวิธี ดังตัวอย่างที่ ๓๗ นี้

๓๗. พระเมตตาเยี่ยมล้น!! สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้
จัดตั้งครัวพระราชทานช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยในพื้นที่ จ.สกลนคร

(www.tnews.co.th)

พาดหัวข่าวนี้นี้เป็นโครงสร้างแบบเดี่ยว เพราะผู้เขียนใช้กลวิธีการพาดหัวข่าว

๒๕๕ นันทวัฒน์ เนตรเจริญ

เพื่อชวนให้อ่านเพียงกลวิธีเดียว ซึ่งตัวอย่างนี้คือกลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ โดยผู้เขียนได้สอดแทรกข้อความแสดงความรู้สึกว่า “พระเมตตาเปี่ยมล้น!!” เพื่อเน้นย้ำให้ผู้อ่านได้รับรู้ถึงน้ำพระทัยอันยิ่งใหญ่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ส่วนโครงสร้างแบบประสม คือ การพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านโดยใช้กลวิธีการพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านอย่างน้อย ๒ กลวิธีร่วมกัน ดังตัวอย่างนี้

๓๘. เฮ้ยจริงดิ! “บี พีระพัฒน์” แท้จริงแล้วเป็นเพื่อนและมีอายุเท่ากับ ๑ ใน “คณะกรรมการ” หน้ากากนักร่องพีคสุด ๆ

(www.jaizaa.com)

๓๙. มาฟัง! มุขหยอดของ “หนึ่ง จักรवाल” ยอมใจเวอร์ (ชมคลิป)

(www.tvpoolonline.com)

พาดหัวข่าวที่ ๓๘ นี้เป็นโครงสร้างแบบประสม เพราะผู้เขียนใช้กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ร่วมกับกลวิธีการใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ กล่าวคือ ผู้เขียนใช้กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่โดยเขียนข้อความแสดงอารมณ์ว่า “เฮ้ยจริงดิ!” และข้อความเน้นความน่าประหลาดใจว่า “พีคสุด ๆ” ซึ่งทำให้สาระของข่าวดูเป็นเรื่องใหญ่ ในขณะที่เดียวกันผู้เขียนก็ใช้กลวิธีการใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ โดยเขียนว่า “๑ ใน ‘คณะกรรมการ’ หน้ากากนักร่อง” เพื่อสร้างความสงสัยให้แก่ผู้อ่านว่า บี พีระพัฒน์ มีอายุเท่ากับกรรมการคนใด ซึ่งคำตอบก็คือ หนึ่ง จักรवाल

พาดหัวข่าวที่ ๓๙ เป็นโครงสร้างแบบประสมเช่นกัน ผู้เขียนข่าวใช้กลวิธีการพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน ๓ กลวิธี กลวิธีแรกคือการสร้างความมีส่วนร่วม โดยผู้เขียนใช้คำว่า “มาฟัง” เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน กลวิธีที่สองคือ การทำให้เป็นเรื่องใหญ่ โดยผู้เขียนใช้คำว่า “ยอมใจเวอร์” เพื่อเสริมเน้นให้ผู้อ่านรู้สึกว่ามุกของหนึ่ง จักรवालต้องเป็นมุกที่น่าสนใจ และกลวิธีที่สามคือ การเฉลยด้วยภาพหรือคลิป โดยผู้เขียนระบุว่า มีวิดีโอให้ชม ซึ่งผู้อ่านพาดหัวข่าวจะต้องเข้าไปชมวิดีโอในเว็บไซต์ข่าวก่อน จึงจะรู้ว่ามุกของหนึ่ง จักรवालเป็นอย่างไร

จากการสังเกตข้อมูลพบว่า โครงสร้างของพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านโดยส่วนใหญ่มักจะเป็นโครงสร้างแบบประสม ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าผู้เขียนต้องการดึงดูด

ผู้อ่านให้เข้าไปอ่านข่าวให้ได้มากที่สุด จึงพยายามใช้กลวิธีการพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านหลากหลายกลวิธีร่วมกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์พาดหัวข่าวจำนวน ๖๐๐ พาดหัว ซึ่งรวบรวมมาจากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ ๖ แห่ง พบว่า ผู้เขียนพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านใช้กลวิธีทางภาษาที่น่าสนใจในการเขียนพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านทั้งหมด ๓ กลวิธีหลัก ดังนี้

๑. กลวิธีการสร้างความสงสัย ประกอบด้วยกลวิธีย่อย ๕ กลวิธี ได้แก่

- ๑.๑ การใช้คำอ้างถึงสิ่งที่อยู่ข้างหน้า
- ๑.๒ การใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ
- ๑.๓ การใช้คำถาม
- ๑.๔ การเผยแพร่ข้อมูลบางส่วน
- ๑.๕ การเฉลยด้วยภาพหรือวิดีโอ

๒. กลวิธีการสร้างคุณค่า ประกอบด้วย ๓ กลวิธี ได้แก่

- ๒.๑ การทำให้เป็นเรื่องสดใหม่
- ๒.๒ การทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว
- ๒.๓ การทำให้เป็นเรื่องใหญ่

๓. กลวิธีการสร้างความมีส่วนร่วม

กลวิธีทางภาษาเหล่านี้ได้แสดงให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน ๓ ประการ ได้แก่ มีความน่าสนใจ มีความน่าสนใจ และมีการชักชวนให้อ่านมีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่งานวิจัยของ Biyani, Tsioutsoulouklis, and Blackmer (2016 : 96) และ Chen, Conroy and Rubin (2015 : 18) ได้เสนอไว้ว่า พาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน (Clickbait) จะมีลักษณะที่สร้างความสงสัยแก่ผู้อ่าน กล่าวเนื้อหาเกินจริง และขอความร่วมมือจากผู้อ่าน

นอกจากนี้กลวิธีทางภาษาดังกล่าวยังได้สะท้อนให้เห็นความแตกต่างด้านลักษณะการเขียนพาดหัวข่าวในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ กล่าวคือ ลักษณะการเขียนพาดหัวข่าวในสื่อหนังสือพิมพ์จะใช้ภาษาที่กระชับ ประเด็นข่าวทั้งหมด

จะถูกนำเสนอเป็นข้อความสั้น ๆ (ภาคภูมิ พรรณภา, ๒๕๕๕ : ๙๕) แต่ลักษณะการเขียนพาดหัวข่าวในสื่อเว็บไซต์ข่าวออนไลน์นั้นสามารถใช้ข้อความขนาดยาว ไม่เน้นความกระชับ และมักจะมีการจงใจปกปิดประเด็นข่าวเอาไว้ส่วนหนึ่งเพื่อสร้างความสงสัย กระตุ้นให้ผู้อ่านสนใจและเข้ามาอ่านเนื้อข่าวเพื่อค้นหาคำตอบในที่สุด

ความสะดอกในการนำเสนอข่าวสารเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อรูปแบบการเขียนพาดหัวข่าว ภาคภูมิ พรรณภา (๒๕๕๕ : ๑๐๖) กล่าวว่า หนังสือพิมพ์มีพื้นที่ที่จำกัด และเอกธิตา เสริมทอง (๒๕๕๕ : ๕๗) กล่าวว่า สื่อโทรทัศน์นั้นมีเวลาการนำเสนอที่จำกัด จะเห็นได้ว่าสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ล้วนมีข้อจำกัดในแง่พื้นที่และเวลา แตกต่างจากสื่อออนไลน์ที่ก้าวข้ามข้อจำกัดทั้งสองได้ เพราะจะมีพื้นที่ที่แทบจะไร้ขอบเขต อีกทั้งยังสามารถนำเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็วและบันทึกข่าวต่าง ๆ ไว้ได้เป็นเวลานาน จึงไม่ต้องกังวลเรื่องข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลา ทว่าในด้านของขนาดอักษรนั้นพบว่าพาดหัวข่าวในสื่อหนังสือพิมพ์จะมีลูกเล่นด้านขนาดตัวอักษรที่หลากหลายมากกว่า เพราะพาดหัวข่าวของข่าวออนไลน์มักจะใช้ตัวอักษรชนิดและขนาดเดียวกันตลอดทั้งพาดหัว

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงวัตถุประสงค์หรือหน้าที่ของพาดหัวข่าว ซึ่งก็คือการสร้างความสนใจเพื่อดึงดูดผู้อ่าน และการสรุปประเด็นสำคัญให้ผู้อ่านเข้าใจได้โดยย่อ ๆ (ประชัน วัลลภิก, ๒๕๓๖ อ้างถึงใน ภาคภูมิ พรรณภา, ๒๕๕๕ : ๙๕) จะพบว่าพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านได้ลบบทบาทหน้าที่ด้านการสรุปประเด็นสำคัญให้ผู้อ่านเข้าใจได้โดยย่อ ๆ และได้มุ่งเสริมเน้นการสร้างความสนใจเพื่อดึงดูดผู้อ่าน ทว่าการสร้างความสนใจนั้นไม่ได้เกิดจากการพยายามดึงจุดเด่นของข้อมูลมาเสนออย่างตรงไปตรงมา แต่เกิดจากการปกปิดและแต่งเติมข้อมูลเพื่อหลอกชวนผู้อ่าน ซึ่งขัดต่อวัตถุประสงค์ของพาดหัวข่าว และยังขัดต่อบทบาทหน้าที่ผู้เขียนข่าวที่ควรจะนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจนและเป็นกลางด้วย

ผู้วิจัยคิดว่าสาเหตุที่ทำให้เกิดการใช้กลวิธีทางภาษาในการพาดหัวข่าวแบบชวนให้อ่านก็คือรายได้และค่าตอบแทนกล่าวคือ ผู้เขียนข่าวและเจ้าของเว็บไซต์ต้องดึงดูดผู้คนให้เข้าไปอ่านข่าวในเว็บไซต์ข่าวของตนให้ได้มากที่สุด ยิ่งเว็บไซต์ข่าวนั้นมีผู้เข้าชมมากเท่าใด เจ้าของเว็บไซต์ก็สามารถหารายได้จากการลงโฆษณาให้ผู้สนับสนุนได้มากเท่านั้น ผู้เขียนข่าวจึงต้องคิดค้นและเลือกใช้กลวิธีทางภาษาในการเขียนพาดหัวข่าวให้มี

ความดึงดูด กระตุ้น และหลอกล่อผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าจะต้องเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวใน เว็บไซต์ข่าวเพื่อทราบรายละเอียดเพิ่มเติม จะเห็นได้ว่าคำตอบแทนจากการลงโฆษณาให้ ผู้สนับสนุนก็เป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้ผู้เขียนข่าวหันมาใช้กลวิธีการพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน

ความแพร่หลายของพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านที่ปรากฏให้เห็นตามสื่อออนไลน์ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศเป็นปรากฏการณ์อย่างหนึ่งที่น่าสนใจให้เห็นว่า ผู้เขียน ข่าวตามเว็บไซต์ข่าวออนไลน์จำนวนหนึ่งคำนึงถึงผลกำไรจากการเพิ่มจำนวนยอดผู้เข้าชมเว็บไซต์มากกว่าจริยธรรมต่าง ๆ ในการเขียนข่าว ไม่ว่าจะเป็นการบอกแต่ความจริง การแยกความคิดเห็นส่วนตัวออกมา การไม่กล่าวเกินจริง การทำงานเพื่อผลประโยชน์ ของประชาชน ไม่ใช่เพื่อตนเอง เป็นต้น (วิภาศิริ สมิตพิพงศ์, ๒๕๔๖ : ๑๒๐ อ้างถึงใน ภาคภูมิ วรรณภา, ๒๕๕๕ : ๑๘๑-๑๘๔)

ปรากฏการณ์การใช้พาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านที่แพร่หลายตามเว็บไซต์ข่าว ต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศเป็นสิ่งที่ยืนยันให้เห็นว่า ถ้อยคำภาษายังคงมี อิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของมนุษย์ สามารถกระตุ้นให้มนุษย์ปฏิบัติบางสิ่ง บางอย่างตามที่ผู้ใช้ภาษาประสงค์ได้ และผลการวิจัยครั้งนี้ก็เป็นสิ่งหนึ่งที่สะท้อนให้เห็น ว่าภาษาไม่ได้มีบทบาทต่อมนุษย์เพียงแค่เป็นเครื่องมือสื่อสารเท่านั้น แต่มนุษย์ยังได้ใช้ ภาษาเป็นเครื่องมือสำหรับสร้างผลประโยชน์ให้ตนเอง โดยใช้ชักจูงผู้คนให้เชื่อและคล้อย ตามในสิ่งที่พวกเขาประกาศ ผลการวิจัยครั้งนี้จึงช่วยสะท้อนให้เห็นและช่วยย้ำเตือนให้ ตระหนักถึงบทบาทของภาษาในฐานะที่เป็นเครื่องมือสำหรับสร้างผลประโยชน์ให้กับคน บางกลุ่มด้วย

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสังเกตว่า ภาษาเคยถูกใช้อย่างสร้างสรรค์เพื่อเป็นเครื่องมือ ในการเสนอประเด็นสำคัญของข่าวให้เข้าใจได้ทันทีโดยย่อ ผู้เขียนพาดหัวข่าวได้แสดง ฝีมือและความสามารถทางภาษาผ่านการเลือกสรรถ้อยคำที่สื่อความได้กระชับ ชัดเจน เทียบตรง และมีพลังมากที่สุดภายในพื้นที่ที่กำหนด แต่ในปัจจุบันนี้ภาษาถูกใช้เป็นเครื่องมือ ชักจูงผู้อ่านเพื่อสนองผลประโยชน์ส่วนตัวของผู้เขียนข่าวออนไลน์ ผู้เขียนพาดหัวข่าวจะ มุ่งเลือกสรรถ้อยคำที่กระตุ้นผู้อ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และไม่ได้ใส่ใจเรื่อง ความถูกต้องและความเหมาะสมของการใช้ภาษาในการเขียนพาดหัวข่าวอย่างเท่าที่ควร จนบางครั้งอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ดังนั้นอาจจะต้องมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามา ดูแลจัดการในส่วนนี้

๒๖๒ นันทวัฒน์ เนตรเจริญ

อย่างไรก็ตาม แม้พาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านจะสะท้อนให้เห็นว่าผู้เขียนพาดหัวข่าวคำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสมในการเขียนพาดหัวข่าวน้อยลง แต่กลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านก็ได้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของถ้อยคำภาษาที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสารว่ายังสามารถต่อยอดการใช้งานได้อย่างไม่รู้จบ มนุษย์สามารถปรับเปลี่ยนและประยุกต์ใช้ภาษาเพื่อตอบสนองของความต้องการของมนุษย์ในแต่ละยุคแต่ละสมัยได้อย่างไม่สิ้นสุด อย่างเช่นกรณีของพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านที่ผู้เขียนข่าวได้ปรับเปลี่ยนกลวิธีการใช้ภาษาในการเขียนพาดหัวข่าวเพื่อกระตุ้นผู้อ่านให้เข้ามาอ่านข่าวในเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ของตน ทำให้เว็บไซต์มีจำนวนผู้เข้าชมเพิ่มขึ้น อันจะส่งผลให้ตนมีโอกาสได้รับรายได้เพิ่มขึ้นวิธีการหารายได้เช่นนี้เป็นสิ่งใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นตามมาหลังจากอินเทอร์เน็ตแพร่หลาย แต่มนุษย์ก็สามารถประยุกต์ปรับใช้ภาษามาเป็นเครื่องมือช่วยหารายได้จากวิธีดังกล่าวได้

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะถ้อยคำภาษาในการเขียนพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์เท่านั้น ผู้ที่สนใจอาจจะศึกษาประเด็นอื่น ๆ เกี่ยวกับข่าวออนไลน์ เช่น การใช้ภาพประกอบ จริยธรรมในการนำเสนอข่าว ความสอดคล้องของเนื้อหาข่าวข่าวเรื่องเดียวจากแต่ละเว็บไซต์ ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข่าว ฯลฯ

บรรณานุกรม

- ประชัน วัลลิโก. **ข่าว. พิมพ์ครั้งที่ ๑๒.** กรุงเทพฯ : งามคำแหง, ๒๕๓๖.
- ภาคภูมิ หรรณา. **การเขียนข่าวเบื้องต้น.** พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพฯ : อินทนิล, ๒๕๕๕.
- วิภาศรี สมิตพิงศ์. **เขียนข่าวให้เก่ง.** กรุงเทพฯ : บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด, ๒๕๔๖.
- เอกธิดา เสริมทอง. **การเขียนบทวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์.** พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ๒๕๕๕.
- Biyani, P., Tsioutsouluklis, K., Blackmer, J. “8 Amazing Secrets for Getting More Clicks’ : Detecting Clickbaits in News Stream Using Article Informality.” In **Proceedings of the Thirtieth AAAI Conference on Artificial Intelligence (AAAI-16)**, pp. 94-100. Phoenix Convention Center, Phoenix, Arizona, USA. February 12-17, 2016. (online)
- Chen, Y., Conroy, N. J., Rubin, V. L. “Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as ‘False News’.” In **Proceedings of the 2015 ACM on Workshop on Multimodal Deception Detection**, pp. 15-19. Seattle, WA, USA. November 9-13, 2015. (online)
- Palau-Sampio, D. “Reference Press Metamorphosis in The Digital Context : Clickbait and Tabloid Strategies in Elpais.com.” In **Communication & Society**, 29 (2), pp. 63-79, April 2016. (online)

