



การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเฟซบุ๊ก : องค์ประกอบ ลักษณะ และ กลวิธีการใช้ภาษา

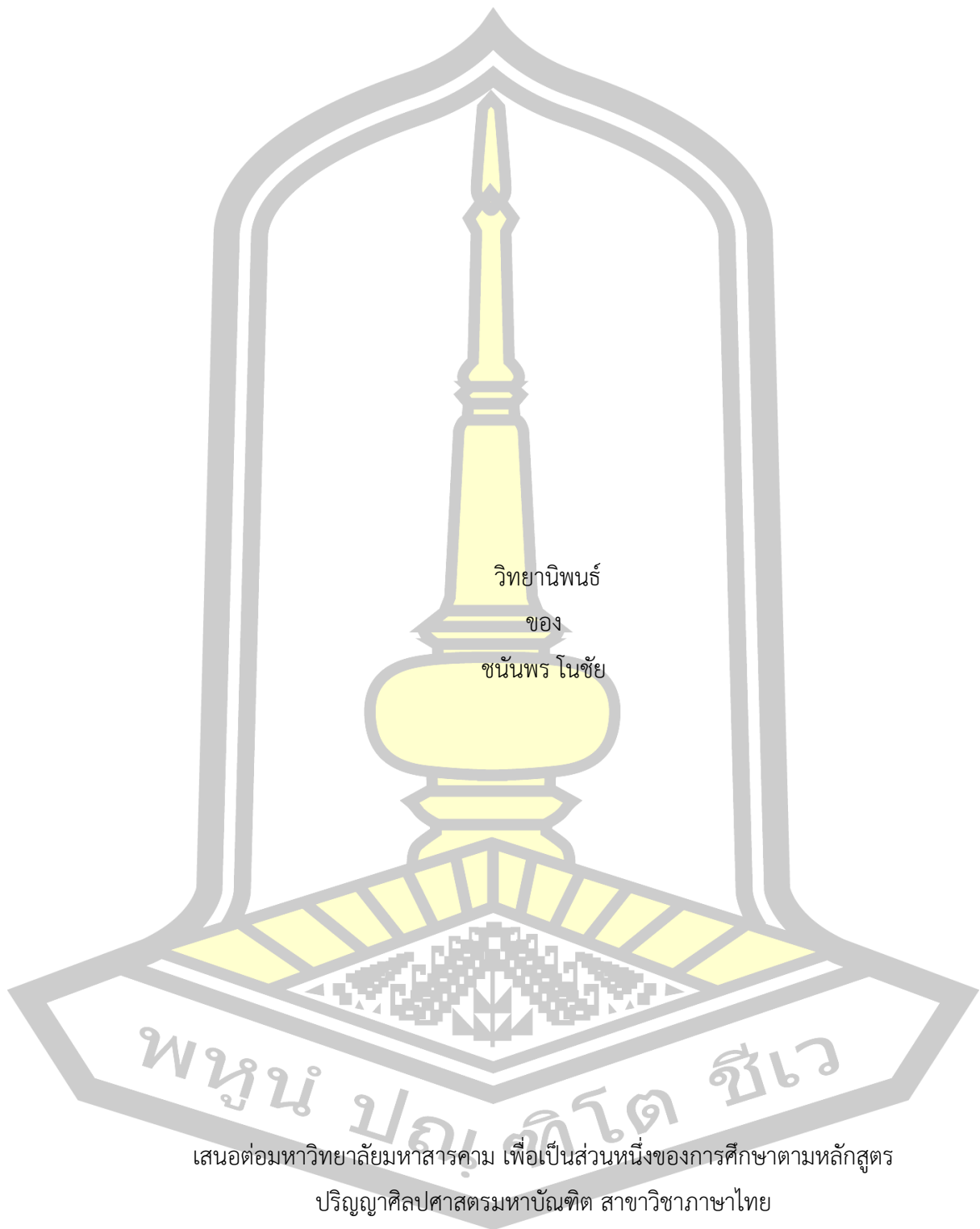
วิทยานิพนธ์
ของ
ชนันพร โนชัย

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย

ธันวาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเฟซบุ๊ก : องค์ประกอบ ลักษณะ และ กลวิธีการใช้ภาษา



เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

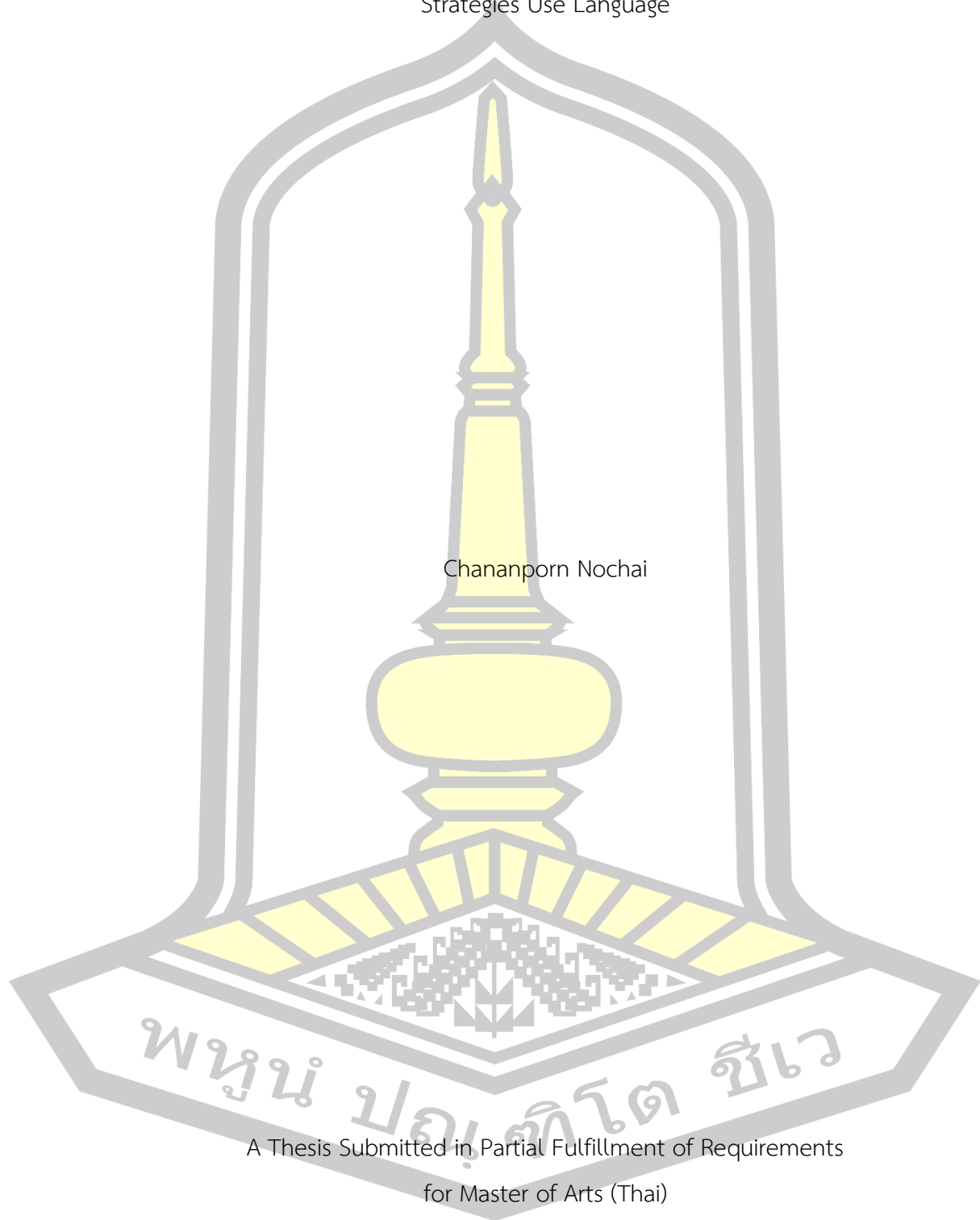
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย

ธันวาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Clickbait News Presentation on Facebook Page : Composition, Characteristics and
Strategies Use Language

Chananporn Nochai



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Master of Arts (Thai)

December 2023

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางสาวชนันพร โนชัย
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
ภาษาไทย ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รศ. ดร. นิตยา วรรณกิติร์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รศ. ดร. ภาควมิตี วรรณภา)

.....กรรมการ

(อ. ดร. โสภี อุ่นทะยา)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผศ. ดร. กัลยา กุลสุวรรณ)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

.....
(รศ. ดร. นิตยา วรรณกิติร์)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

.....
(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก : องค์ประกอบ ลักษณะ และ กลวิธีการใช้ภาษา		
ผู้วิจัย	ชนันพร โนชัย		
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. ภาคภูมิ วรรณภา		
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชา	ภาษาไทย
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2566

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก : องค์ประกอบ ลักษณะ และกลวิธีการ ใช้ภาษา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตและศึกษากลวิธีการใช้ภาษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ รวบรวมข่าวเชิงคลิกเบตจากเพจเฟซบุ๊กที่มีการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตจำนวน 6 เพจเฟซบุ๊ก รวมทั้งสิ้น 60 ข่าว ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 – 31 มีนาคม 2564 โดยผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการเขียนข่าว กลวิธีการใช้ภาษา และข่าวคลิกเบตในการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบต

ผลการศึกษา องค์ประกอบและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก พบ 12 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านความสดใหม่ 2) องค์ประกอบด้านเป็นเรื่องใกล้ตัว 3) องค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียง หรือความสำคัญ 4) องค์ประกอบด้านผลกระทบกระเทือน 5) องค์ประกอบด้านความขัดแย้ง 6) องค์ประกอบด้านความมีเงื่อนงำ 7) องค์ประกอบด้านความแปลกประหลาด 8) องค์ประกอบด้านทางเพศ 9) องค์ประกอบด้านความสะเทือนอารมณ์ 10) องค์ประกอบด้าน ความก้าวหน้าทางวิทยาการต่าง ๆ 11) องค์ประกอบด้านความเปลี่ยนแปลง 12) องค์ประกอบด้านปลุกเร้าสนใจ โดยองค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบตที่พบมากที่สุดคือ องค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียงหรือความสำคัญ

ผลการศึกษา ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบต พบ 2 ลักษณะได้แก่ ลักษณะข่าวหนักและลักษณะข่าวเบา ข่าวเชิงคลิกเบตส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นข่าวเบาซึ่งเป็นข่าวบันเทิงเน้นผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านเป็นหลัก

ผลการศึกษา กลวิธีการใช้ภาษาของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก พบ 10 กลวิธี คือ 1) กลวิธีการสร้างความสงสัย 2) กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ 3) กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว 4) กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ 5) กลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม 6) กลวิธีการบอกเล่าเรื่องราว

ข่าวสารกระแสสังคม 7) กลวิธีการนำเสนอโดยการประชดประชันหรือการล้อเลียนสังคม 8) กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ 9) กลวิธีการใช้สำนวน และ 10) กลวิธีการใช้ภาษาต่างประเทศ โดยกลวิธีที่ถูกนำมาใช้มากที่สุด ได้แก่ กลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม

ผลการศึกษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก พบ 4 กลวิธี คือ 1) พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน 2) พาดหัวข่าวไม่ตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าว 3) พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ และ 4) พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าว แต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว โดยกลวิธีที่พบมากที่สุดคือ การพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน

คำสำคัญ : การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบต, องค์ประกอบของข่าว, กลวิธีการใช้ภาษา, ลักษณะของข่าว



TITLE	Clickbait News Presentation on Facebook Page : Composition, Characteristics and Strategies Use Language		
AUTHOR	Chananporn Nochai		
ADVISORS	Associate Professor pakpoom hannapha , Ph.D.		
DEGREE	Master of Arts	MAJOR	Thai
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2023

ABSTRACT

The research titled "Clickbait News Presentation on Facebook Pages: Composition, Characteristics and Strategies of Using Language" aims to study the composition and characteristics of clickbait news and study strategies for using clickbait headline language on Facebook pages. Using qualitative content analysis methods A total of 60 clickbait news pages were gathered from 6 Facebook pages from 1 January 2021 to 31 March 2021. Results Composition and characteristics of clickbait news on Facebook pages Found 12 elements, namely: 1) Freshness elements 2) Intimate elements 3) Fame or significance elements 4) Impact elements 5) Conflict elements 6) Clue elements 7) Weirdness elements 8) Sexual elements 9) Emotional elements 10) Scientific progress elements 11) Change elements 12) Natural interest elements The most common clickbait news elements are reputation or significance elements.

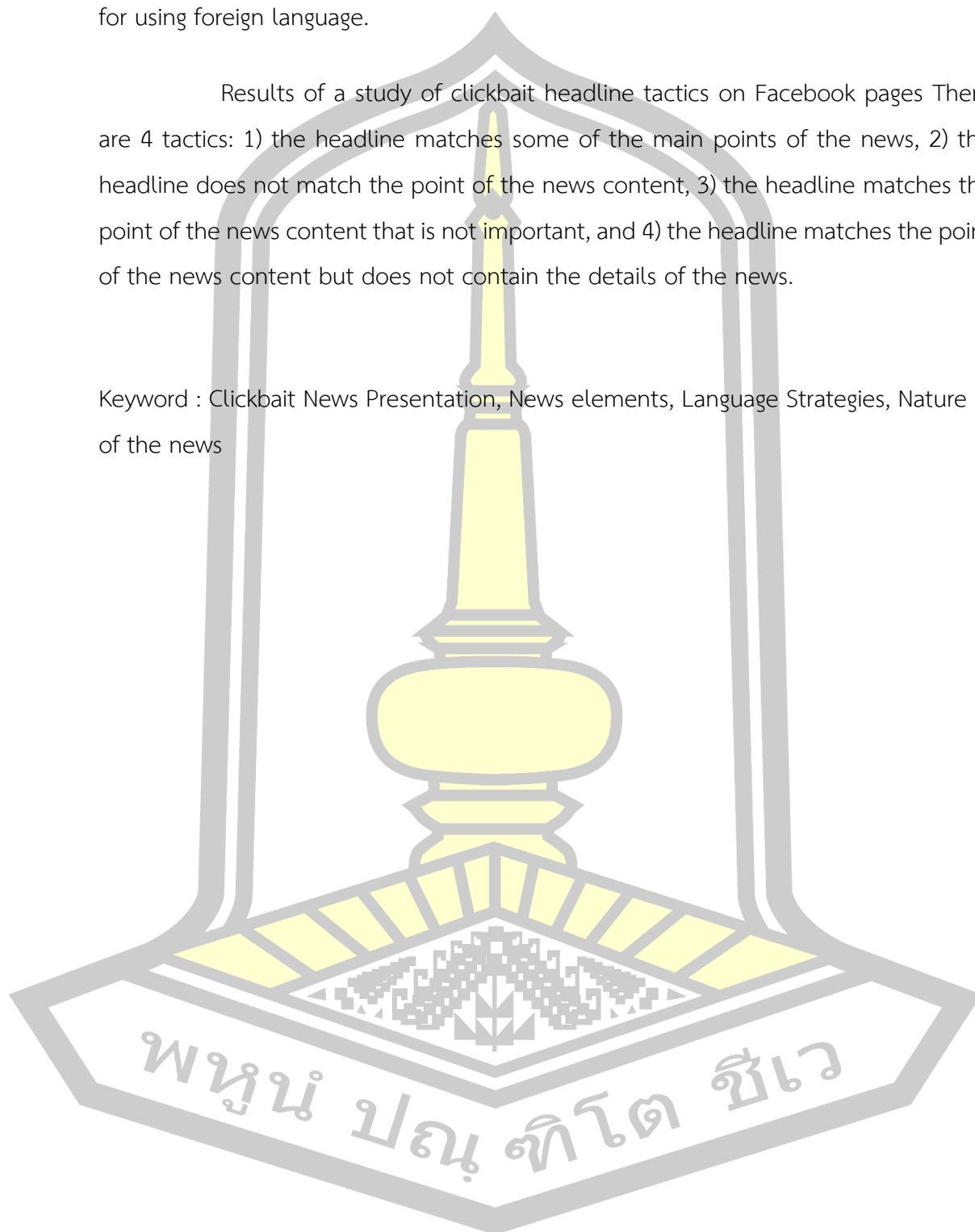
Results Characteristics of clickbait news Found 2 characteristics: heavy news and light news style. Most clickbait news is characterized by light news, which is entertainment news that mainly focuses on the emotional effects of readers.

Results Tactics of using clickbait news language on Facebook pages We found 10 tactics: 1) suspicion tactics, 2) freshening tactics, 3) intimate tactics, 4) tactics to make a big deal, 5) engaging language tactics, 6) strategies for telling social news stories, 7) tactics of presenting by sarcastic or mockery of society, 8) strategies for using

language to create emotions and imagination, 9) tactics for using idioms, and 10) tactics for using foreign language.

Results of a study of clickbait headline tactics on Facebook pages There are 4 tactics: 1) the headline matches some of the main points of the news, 2) the headline does not match the point of the news content, 3) the headline matches the point of the news content that is not important, and 4) the headline matches the point of the news content but does not contain the details of the news.

Keyword : Clickbait News Presentation, News elements, Language Strategies, Nature of the news



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงด้วยความเมตตาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ภาคภูมิ หรรณภา อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำตลอดการศึกษาค้นคว้า อาจารย์ได้เสียสละเวลาในการตรวจและติดตามงานอยู่เสมอ คอยให้คำแนะนำในสิ่งที่ยังบกพร่องให้แก่

ผู้วิจัยได้พัฒนาตนเองและพัฒนางานให้ดีขึ้น ทุกคำพูดที่พร่ำสอนของอาจารย์คอยเตือนสติและให้กำลังใจอยู่เสมอ วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีด้วยความเมตตาจากท่านอาจารย์ ถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะทำงานได้ไม่ดีเท่าที่ควร อาจตกหล่นบ้างซ้ำบ้าง แต่ด้วยความเมตตาของอาจารย์ทำให้นี้สำเร็จตามที่มุ่งหวัง กราบขอบพระคุณอาจารย์ด้วยความรักและความเคารพ

ขอกราบขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา วรรณกิตร์ ประธานกรรมการสอบอาจารย์ ดร.โสภี อุ้นทะยา อาจารย์บัณฑิตประจำ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา กุลสุวรรณ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่เมตตาสละเวลาให้คำปรึกษาและช่วยขัดเกลา ชี้แนะวิทยานิพนธ์อันเป็นประโยชน์ที่ทำให้งานสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังให้กำลังใจจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคามทุกท่าน ที่คอยช่วยอบรมสั่งสอนวิชาความรู้ คอยเป็นห่วงและให้กำลังใจตลอดการศึกษา และขอบคุณเพื่อร่วมรุ่น ศศ.ม. 62 พี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ ทุกคน ที่เป็นกัลยาณมิตรที่ดีคอยให้กำลังใจและคอยช่วยเหลือซึ่งกันและกันถามไถ่ความคืบหน้างานวิจัยอยู่เสมอ และขอบคุณ คุณธัญญาลักษณ์ ซาตา ที่อำนวยความสะดวกในการส่งเอกสารต่าง ๆ และส่งข่าวคราวการส่งงานอยู่เสมอ

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบคุณคุณแม่ดุสิตา คะสุดใจ ที่คอยส่งเสริมสนับสนุนการศึกษา ตลอดจนสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิต คอยให้กำลังใจและเป็นแบบอย่างที่ดีในการต่อสู้ชีวิต ขอขอบคุณกำลังใจจากตัวเอง ขอขอบคุณในความพยายามและความอดทน จนสำเร็จการศึกษา

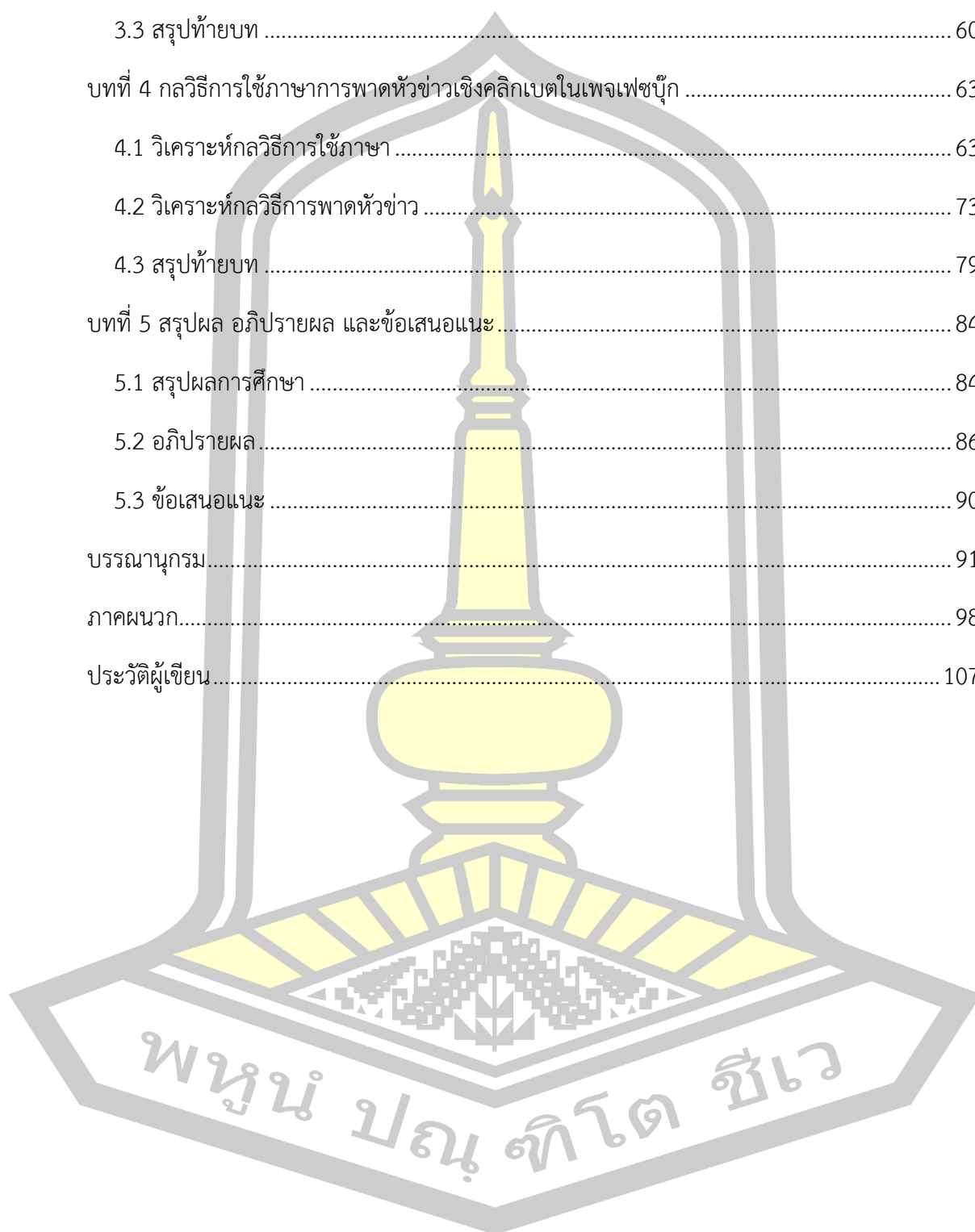
พูน ปณ จิตโต ชีเว

ชนันพร โนชัย

สารบัญ

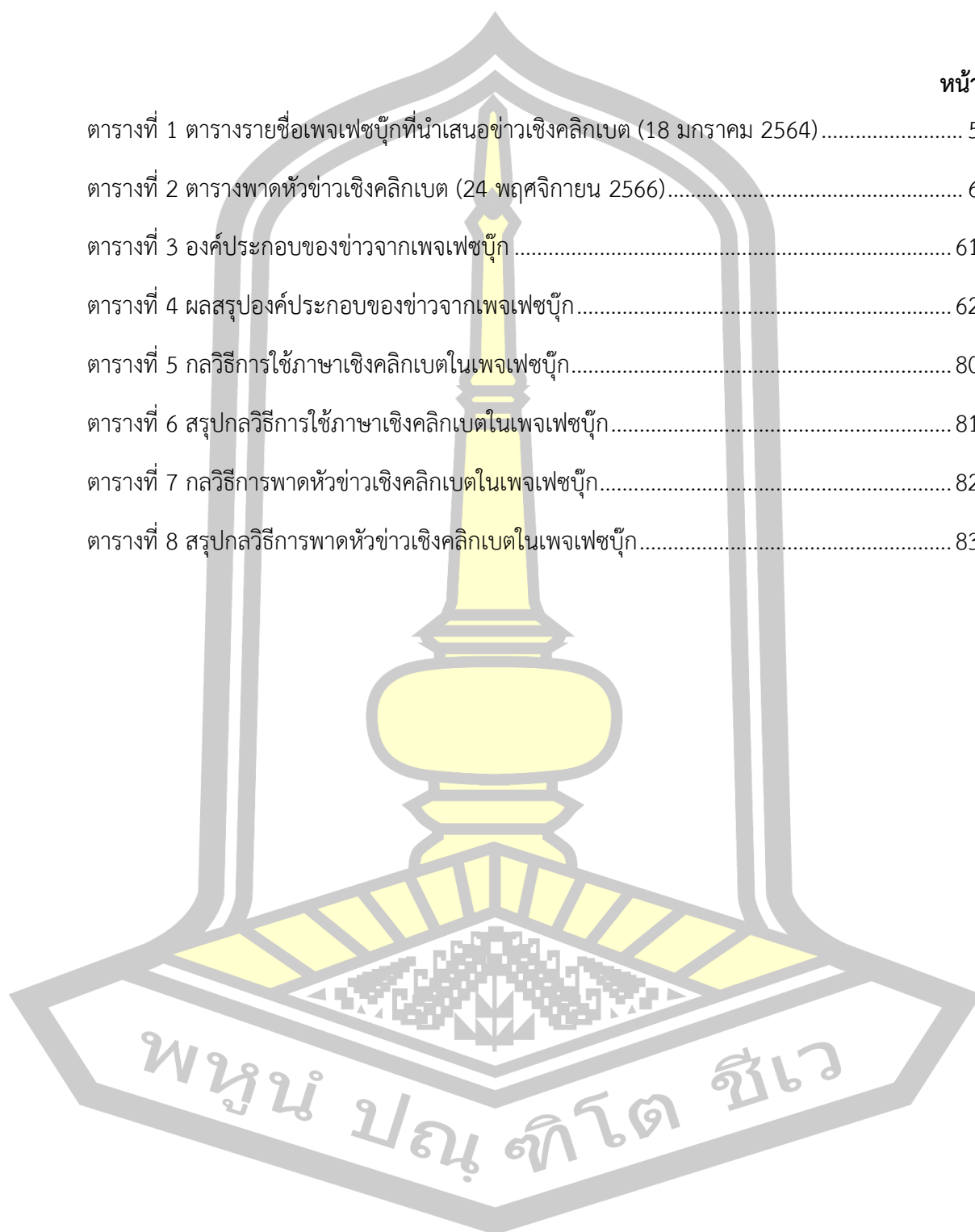
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฌ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพประกอบ.....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ภูมิหลัง.....	1
1.2 ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
1.3 ความสำคัญของการวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	8
1.6 ทฤษฎีและกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	14
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	16
2.1 การเขียนข่าว	16
2.2 ข่าวคลิกเบต.....	24
2.3 กลวิธีการใช้ภาษา	26
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
บทที่ 3 องค์ประกอบและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก.....	41
3.1 วิเคราะห์องค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก	41

3.2 วิเคราะห์ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก.....	57
3.3 สรุปท้ายบท	60
บทที่ 4 กลวิธีการใช้ภาษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก	63
4.1 วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษา	63
4.2 วิเคราะห์กลวิธีการพาดหัวข่าว	73
4.3 สรุปท้ายบท	79
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	84
5.1 สรุปผลการศึกษา	84
5.2 อภิปรายผล	86
5.3 ข้อเสนอแนะ	90
บรรณานุกรม.....	91
ภาคผนวก.....	98
ประวัติผู้เขียน.....	107



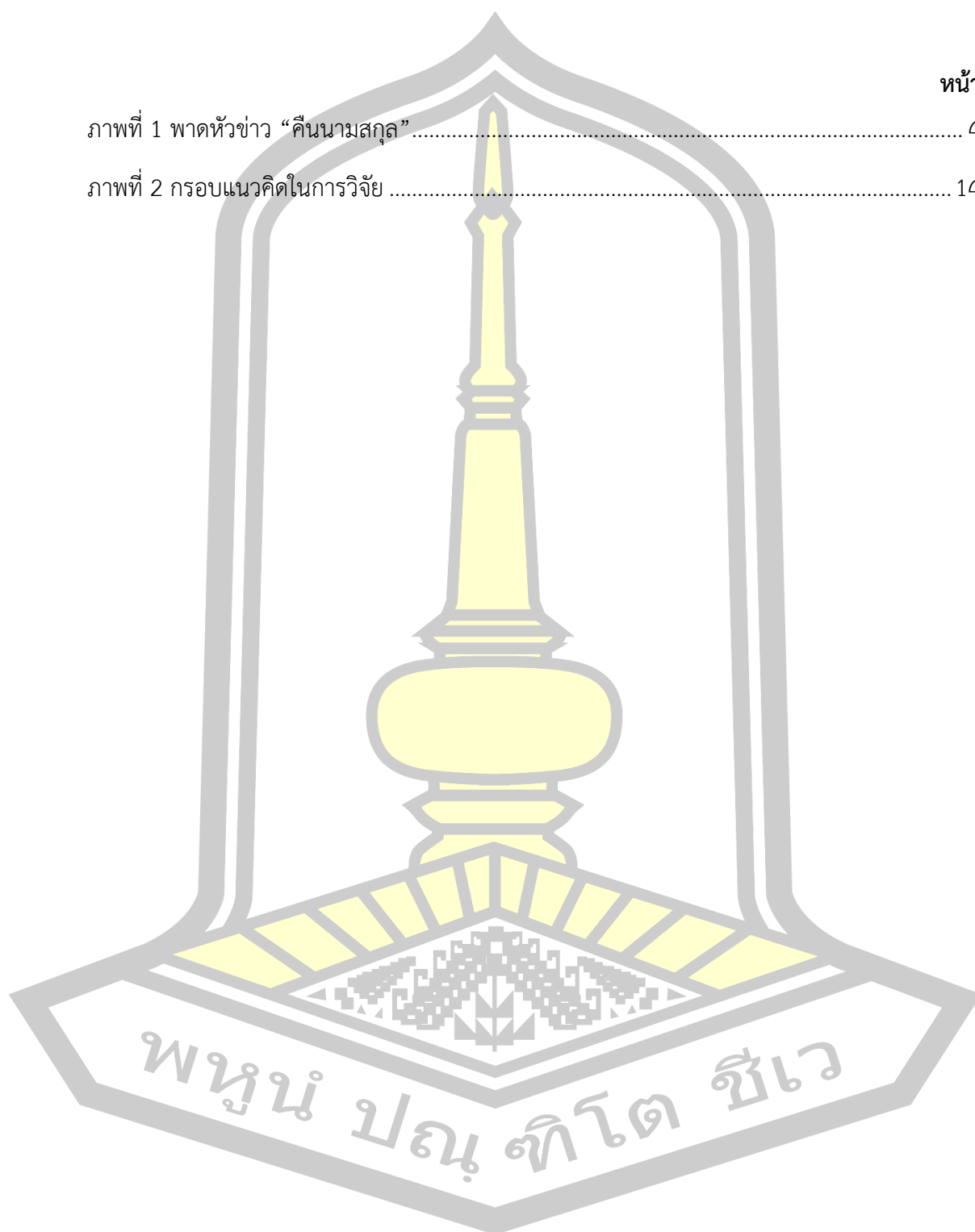
สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางรายชื่อเพลงเพชฌัญที่นำเสนอข่าวเชิงคลิกเบต (18 มกราคม 2564)	5
ตารางที่ 2 ตารางพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบต (24 พฤศจิกายน 2566)	6
ตารางที่ 3 องค์ประกอบของข่าวจากเพลงเพชฌัญ	61
ตารางที่ 4 ผลสรุปองค์ประกอบของข่าวจากเพลงเพชฌัญ	62
ตารางที่ 5 กลวิธีการใช้ภาษาเชิงคลิกเบตในเพลงเพชฌัญ	80
ตารางที่ 6 สรุปกลวิธีการใช้ภาษาเชิงคลิกเบตในเพลงเพชฌัญ	81
ตารางที่ 7 กลวิธีการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพลงเพชฌัญ	82
ตารางที่ 8 สรุปกลวิธีการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพลงเพชฌัญ	83



สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
ภาพที่ 1 พาดหัวข่าว “คีนนามสกุล”	4
ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	14



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลัง

ในปัจจุบันความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (ธีรวิรา แสงอินทร์, 2562) เรียกได้ว่ามีบทบาทและมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของเราเป็นอย่างมากทำให้วิถีชีวิตของผู้คนต้องการความทันสมัยต่อเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลาการติดตามข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งที่ง่ายเพราะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีการสื่อสารจึงถูกพัฒนาขึ้นทำให้ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากเริ่มมีผู้คนหันมาเสพข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์มากขึ้น จึงทำให้เกิดสำนักข่าวรูปแบบใหม่ คือสำนักข่าวออนไลน์ที่มีลักษณะการนำเสนอข่าวที่แตกต่างจากสื่อกระแสหลัก คือมีลักษณะเฉพาะตัวมีการนำเสนอในรูปแบบภาพประกอบ ใช้กราฟิกมาตกแต่งรวมไปถึงการนำเสนอในรูปแบบวิดีโอเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารมีความน่าสนใจและเกิดความเข้าใจของผู้รับข่าวสารได้มากยิ่งขึ้น

ผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ได้เปิดเผยผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2563 พบว่า คนไทยในปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ต 47.5 ล้านคน หรือร้อยละ 70 ของจำนวนประชากรทั้งหมด โดยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไปกับสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด เป็นอันดับ 8 ของโลก อยู่ที่ 47 ล้านบัญชี (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ : ออนไลน์) จะเห็นได้ว่า เฟซบุ๊ก (FaceBook) เป็นสื่อประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมอย่างรวดเร็วซึ่งใช้กันมากที่สุด มี 2 ลักษณะ คือ ลักษณะที่หนึ่งเป็นเฟซบุ๊กประเภทส่วนตัวที่แสดงประวัติของผู้ใช้ มีข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอโดยผู้ใช้โพสต์ลงในหน้าเฟซบุ๊กตนเองโดยมีรูปถ่าย ภาพยนตร์ที่ชื่นชอบหรือสิ่งที่เราต้องการจะสื่อสารให้ผู้อื่นได้รับรู้ในสิ่งที่เรานำเสนอไปและ ลักษณะที่สองคือเพจเฟซบุ๊ก (Page FaceBook) ซึ่งจะมีคุณสมบัติที่ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ โฆษณาสินค้าหรือบริการขายสินค้าสามารถเข้าถึงสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาได้อย่างกว้างขวางผ่านเพจเฟซบุ๊กและใช้สำหรับกลุ่มคนในสังคมที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

โซเชียลมีเดียมีบทบาทต่อสังคมออนไลน์ ผู้คนส่วนมากหันมาบริโภคข่าวสารผ่านสื่อประเภทเฟซบุ๊กจำนวนมากขึ้นเพราะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วท่วงทันต่อเหตุการณ์ อีกทั้งสำนักข่าวต่าง ๆ ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข่าวแบบดั้งเดิมที่ผ่านช่องทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อสิ่งพิมพ์มานำเสนอข่าวแบบออนไลน์ผ่านเพจเฟซบุ๊กที่มีการนำเสนอข่าวสารใน

รูปแบบมัลติมีเดีย เช่น วิดีโอ ภาพถ่าย ภาพกราฟฟิก ถึงแม้ว่ามีผู้คนจำนวนมากมีการบริโภคข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก แต่ก็มีข่าวออนไลน์บางส่วนที่ไม่ได้รับการกลั่นกรองคุณภาพและความถูกต้อง เนื่องจากเป็นสื่อที่เปิดกว้าง นอกจากนี้ข่าวที่นำเสนอผ่านทางเพจเฟซบุ๊กยังสามารถถูกส่งต่อหรือแบ่งปันให้ผู้อื่นอ่านต่อได้ในวงกว้างซึ่งส่งผลทำให้เกิดการแพร่กระจายของข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและสร้างอิทธิพลต่อความคิดของคนในสังคมเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ไม่หวังดีสร้างข่าวปลอมเข้ามาปะปนกับข่าวอื่น ๆ บนโลกออนไลน์ จนทำให้ผู้อ่านหลงเชื่อข่าวปลอม ข่าวลือหรือข่าวบิดเบือนเพราะไม่รู้เท่าทันสื่อเหล่านี้ สรานนท์ อินทนนท์ (2562) กล่าวว่า ข่าวปลอม คือ “ข่าวที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง” ซึ่งมีเนื้อหาข้อเท็จจริงเพียงเล็กน้อยหรือเพียงบางส่วนแต่ขาดบริบทของรายละเอียดหรืออาจเป็นข่าวที่ไม่มีมูลความจริงเลย เนื้อหาของข่าวเป็นเรื่องราวที่สร้างขึ้นหรือไม่มีข้อเท็จจริง ไม่มีแหล่งข่าวหรือคำพูดที่ตรวจสอบได้ ข่าวปลอมบางประเภทก็อาจมีเนื้อหาที่ตรวจสอบได้จริง แต่มีลักษณะการเขียนด้วยความอคติ จงใจให้ร้าย หรือไม่ใส่รายละเอียดที่สำคัญต่อเหตุการณ์ลงในเนื้อหาหรือมีการนำเสนอจากมุมมองด้านเดียว บางครั้งข่าวปลอมก็เป็นโฆษณาชวนเชื่อที่จงใจเขียนขึ้นมาเพื่อชักนำคนอ่าน โดยมีแรงจูงใจทางการเมือง

พาดหัวยั่วให้คลิก, คลิกเบต เป็นศัพท์บัญญัติของคำว่า clickbait หมายถึง การพาดหัวข่าวหรือหัวข้อเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต เพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่านเกิดความอยากรู้อยากติดตามอ่านเนื้อหาโดยคลิกเข้าไปอ่าน ซึ่งเนื้อหาที่นำเสนอขึ้นอาจไม่มีประเด็นสำคัญ เนื้อหาไม่ครบถ้วน เนื้อหาบิดเบือนไม่ถูกต้อง และไม่ได้ตอบข้อสงสัยหรือความอยากรู้ของผู้อ่านตามระบุในหัวข้อข่าว มีลักษณะไม่น่าเชื่อถือ หลอกล่อ เชิญชวนเข้ามาให้อ่านเนื้อหา เปรียบเสมือนการใช้เบ็ดล่อเหยื่อให้ตกหลุมพราง (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา: ออนไลน์) ในปัจจุบันข่าวคลิกเบตถูกสร้างขึ้นโดยใครก็ได้ที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเนื่องจากเทคโนโลยีปัจจุบันทำให้การสร้างข่าวมีความเหมือนจริงและง่ายขึ้น ข่าวประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องผ่านกระบวนการการตรวจสอบความถูกต้องหรือกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการ ความเป็นนิรนามของสื่อออนไลน์ทำให้คนที่สร้างข่าวเหล่านี้ปกปิดตัวตนที่แท้จริงได้ การสร้างข่าวคลิกเบตเกิดจากเหตุผลและแรงจูงใจได้มากมายเช่น ความเกลียดชังคับแค้นใจ เผยแพร่อุดมการณ์ ใส่ร้ายคู่แข่ง ขยายสินค้าและบริการ อย่างไรก็ตามแรงจูงใจหลักของการสร้างข่าวเชิงคลิกเบต มี 3 ประเภท คือ 1) ล้อเลียนเสียดสี ผู้มีอำนาจ คนที่มีชื่อเสียง เนื่องจากการง่ายที่ทำให้ผู้คนสนใจที่ตัวบุคคล) สร้างอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อ ผู้สร้างข่าวอาจมีอคติที่เอียงเอนเลือกข้าง จึงต้องการให้ผู้อ่านคล้อยตามเลือกข้างโดยการบิดเบือนข้อมูล เนื้อหาอาจจะเป็นการชื่นชมหรือใส่ร้าย 3) ข่าวคลิกเบตสร้างรายได้ให้แก่ผู้ที่สร้างข่าวเมื่อมีคนเข้าไปอ่านข่าวก็จะมีรายได้จากการโฆษณา (สรานนท์ อินทนนท์, 2562)

ธาม เชื้อสถาปนศิริ นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนกล่าวว่า ข่าวปลอมที่มีลักษณะเป็นข่าวเชิง “คลิกเบต” (Click-bait) คือ ข่าวที่มีการพาดหัวข่าวลักษณะข้อความชวนให้อ่านเกิดความอยากรู้ในเนื้อหาข่าวมีรูปประโยคที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดให้อ่านเกิดความอยากรู้ ความสงสัย ด้วยการพาดหัวข่าวหลอกล่อ ปกปิด ซ่อนเร้นเนื้อหาสาระใจความของข่าว มีการสร้างภาพข่าวให้อ่านเกิดความสนใจและติดตามข่าวเมื่อผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านจะพบว่า “ไม่มีเนื้อหาสาระอะไร” เป็นเพียงเนื้อหาของข่าวสั้น ๆ เพราะเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ประเภทนี้ต้องการเพิ่มยอดการคลิกในเว็บไซต์เพื่อนำไปเพิ่มยอดการเข้าอ่าน และสามารถนำไปอ้างอิงสู่การซื้อขายยอดวิว และมีเม็ดเงินของการโฆษณาในเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ (วิริยาภรณ์ ทองสุข, 2559)

การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตมีการใช้กลวิธีการทางภาษาการพาดหัวข่าวเป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดอย่างหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านที่จะต้องการติดตามข่าวสารนั้นต่อไปหากข่าวนั้นได้รับความสนใจมากเท่าใด การใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวก็จะมีเผยแพร่ไปยังผู้รับสารมากเท่านั้น หากผู้รับสารรับข่าวสารเป็นประจำวันจวนเคยชินกับคำในพาดหัวข่าว ซึ่งจะจดจำและนำไปใช้ จะเห็นได้จากการที่ราชบัณฑิตยสถานได้จัดทำพจนานุกรมคำใหม่โดยบรรจุคำและอธิบายความหมาย หรือการใช้คำ และสำนวนที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งได้มาจากสื่อมวลชน และเว็บไซต์ต่างๆ เนื่องจากมีประชาชนใช้คำหรือสำนวนนั้นเป็นจำนวนมาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางให้ประชาชนที่พบเจอคำหรือสำนวนนั้น ๆ เข้าใจการใช้คำและการให้ความหมายของคำอย่างถูกต้อง ทั้งนี้เมื่อมองย้อนกลับมาในเรื่องของช่องทางการสื่อสารในปัจจุบัน จะพบว่ายังมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากเพียงใด การใช้ภาษาก็ยังมีการเผยแพร่ขยายเป็นวงกว้างมากขึ้นเท่านั้น หากผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารไม่รู้กลวิธีการใช้ภาษาและการนำเสนอของการพาดหัวข่าวออนไลน์การตีความหรือการเข้าใจความหมายของคำอาจคาดเคลื่อนหรือแตกต่างไปจากข้อเท็จจริงของข่าวได้ซึ่งผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารจำเป็นจะต้องรู้และเข้าใจ กลวิธีการใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวออนไลน์นอกจากนี้การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตยังมีกลวิธีการใช้ภาษาพาดหัวข่าว องค์ประกอบและลักษณะที่มีความแตกต่างจากพาดหัวข่าวทั่วไป เนื่องจากการใช้ภาษาและองค์ประกอบมักเบี่ยงเบนจากข่าวปกติทั่วไป โดยเฉพาะการเขียนพาดหัวข่าวซึ่งเป็นจุดแรกที่ดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร ผู้เขียนข่าวจึงมีกลวิธีการใช้ภาษาในการเขียนพาดหัวข่าวที่หลากหลาย จะเห็นได้ว่าการใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวนับเป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ ข่าวจึงต้องมีกลวิธีการใช้ภาษาในการเขียนพาดหัวข่าวเพื่อทำให้ผู้ที่รับสารรู้สึกว่าจะต้องคลิกเข้าไปอ่านเพื่อทราบถึงรายละเอียดเพิ่มเติมของเนื้อหาข่าวดังตัวอย่างต่อไปนี้

พาดหัวข่าว “คินนามสกุล”



ภาพที่ 1 พาดหัวข่าว “คินนามสกุล”

จาก พาดหัวข่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า มีกลวิธีการใช้ภาษาการนำเสนอข่าว โดยการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม เนื่องจากพาดหัวข่าวไม่ได้ชัดเจนว่าสื่อถึงสิ่งใดแต่ให้ผู้อ่านตีความเองได้ว่าพาดหัวข่าวกล่าวถึงสิ่งใดหรือบุคคลใด จะเห็นได้ว่ามีบุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียงที่เป็นคู่รักกันอย่าง จี๊ อาร์ทสยาม และ แจ็ค ธนพล ที่เป็นนักร้องลูกทุ่งไทยซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในสังคมไทย นอกจากนี้ยังพบองค์ประกอบของการนำเสนอข่าวในด้านความสะเทือนอารมณ์ ซึ่งผู้ได้รับข่าวสารสามารถตีความได้ว่าน่าจะเกิดเหตุการณ์หรือความสัมพันธ์ที่ไม่ดีเกิดขึ้นระหว่างคู่รักจี๊ อาร์ทสยาม และแจ็ค ธนพล ที่คบหาอยู่กันมานาน ทำให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยและอยากทราบข้อเท็จจริงในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวว่ามีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นทำไมถึงต้องมีการคินนามสกุล

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ข่าวประเภทเชิงคลิกเบต มีการนำเสนอออกผ่านสื่อออนไลน์ได้อย่างกว้างขวาง ผู้รับข้อมูลข่าวสารมีโอกาสที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงคลิกเบต ทั้งนี้การเขียนพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตยังประกอบไปด้วยถ้อยคำภาษาในการดึงดูดความสนใจจากผู้รับสาร (นัฐพล เมืองตุม, 2563) ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจศึกษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตผ่านเพจเฟซบุ๊กว่ามีองค์ประกอบ ลักษณะ และกลวิธีการใช้ภาษาอย่างไร เนื้อหาข่าวมีความตรงหรือไม่ตรงกับพาดหัวข่าว มีความบิดเบือนมากน้อยเพียงใด อีกทั้งยังเป็นการป้องกันการตกเป็นเหยื่อ มีการรู้เท่าทันข่าวซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่ชาวโลกออนไลน์ควรได้รับการเรียนรู้ รู้จักประเมินได้ว่าข่าวไหนมีข้อเท็จจริงหรือข่าวไหนมีข้อมูลบิดเบือน รู้จักวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาอย่างระมัดระวังและรู้จักตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับมาจากหลาย ๆ แหล่ง เพื่อที่จะได้กลั่นกรองข้อมูลที่น่าเชื่อถือและหลากหลายในการประกอบการคิด การตัดสินใจ

1.2 ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ภาษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

1.3 ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้เข้าใจองค์ประกอบและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก
2. ทำให้เข้าใจกลวิธีการใช้ภาษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้คัดเลือกเพจเฟซบุ๊กที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารเชิงคลิกเบตช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2564 ในวันที่ 1 มกราคม 2564 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2564 รวมเป็นระยะเวลา 3 เดือน เนื่องจากสถานการณ์ในช่วงนี้เป็นช่วงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ทำให้ผู้คนส่วนมากกักตัวอยู่บ้านเพื่อลดการติดเชื้อไวรัส โควิด 19 และติดตามสถานการณ์ข่าวสารทางสื่อออนไลน์อยู่เสมอ เพื่อเป็นการป้องกันการตนเองและครอบครัวให้ปลอดภัย อีกทั้งผู้นำเสนอข่าวยังอาศัยสถานการณ์นี้สร้างข่าวขึ้นมาอาจมีทั้งข่าวจริงหรือข่าวปลอม เพื่อหวังสร้างรายได้หากมีคนมากมายเข้าไปอ่านข่าวมากเท่าใด ก็จะมีรายได้มากเท่านั้น นับได้ว่าเป็นโอกาสของผู้ไม่หวังดีที่อาศัยสถานการณ์ค้ำชันสร้างข้อมูลเท็จขึ้นมา เพื่อหวังผลกำไรแก่ตัวเอง โดยไม่คำนึงว่าผู้รับข้อมูลข่าวสารจะเป็นเช่นไร

เพจเฟซบุ๊กที่นำเสนอข่าวเชิงคลิกเบต ผู้วิจัยเรียงลำดับจากผู้ติดตามจำนวนมากไปหาน้อย และพิจารณาจากผู้ติดตามตั้งแต่ 1 ล้านคนขึ้นไป ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางรายชื่อเพจเฟซบุ๊กที่นำเสนอข่าวเชิงคลิกเบต (18 มกราคม 2564)

ลำดับ	ชื่อเพจเฟซบุ๊ก	จำนวนผู้ติดตาม(คน)
1.	ข่าวไทย	3.8 ล้าน
2.	อ่อนแอก็แพ้ไป	3.1 ล้าน
3.	สถานะ	1.8 ล้าน
4.	เพชรมายา	1.3 ล้าน
5.	สยามวาไรตี้	1.2 ล้าน
6.	หยุดเผือกไม่ได้จริง ๆ	1 ล้าน

เพลงเพชฌัญญูที่มีการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบต จำนวน 60 พาดหัวข่าว ผู้วิจัยสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ตารางพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบต (24 พฤศจิกายน 2566)

ลำดับ ที่	เพลง ข่าวไทย	ลำดับ ที่	เพชรมายา
1	พาดหัวข่าวที่ 1 “ขอจับกลางรายการ”	31	พาดหัวข่าวที่ 1 “ครั้งแรกของหาดกะตะ”
2	พาดหัวข่าวที่ 2 “กระเป๋าท่อแทบฉีก”	32	พาดหัวข่าวที่ 2 “สุดเศร้า! แฟนคลับแห่ แสดง ความเสียใจ”
3	พาดหัวข่าวที่ 3 “เข้าใจตรงกันนะ”	33	พาดหัวข่าวที่ 3 “เรียกสามี เต็มปาก เต็มคำ”
4	พาดหัวข่าวที่ 4 “คาราท้อแห่ออกช่อง 3”	34	พาดหัวข่าวที่ 4 “ส่อแววรักกลุ่มอีกคู่”
5	พาดหัวข่าวที่ 5 “ไม่ขอเจอหน้า”เอ”	35	พาดหัวข่าวที่ 5 “จบตรามา เคลียร์ทุกประเด็น”
6	พาดหัวข่าว ที่ 6 “อนาคตน่าซัดๆ !!”	36	พาดหัวข่าวที่ 6 ขายเกิน 2.50 บาท เจอโทษ !
7	พาดหัวข่าวที่ 7 “จบนุ่นไหน”	37	พาดหัวข่าวที่ 7 “กระเพรนางฟ้า”
8	พาดหัวข่าวที่ 8 “ไผเอาปากยายไปใส่”	38	พาดหัวข่าวที่ 8 “ชาวเน็ตถล่ม อีกครั้ง!”
9	พาดหัวข่าวที่ 9 “แกะออกดู ถึงกับเซ็ง”	39	พาดหัวข่าวที่ 9 “จากไปไม่ทันร่ำลา”
10	พาดหัวข่าวที่ 10 “เลิกกันแล้ว”	40	พาดหัวข่าวที่ 10 “ลุงคนนี้คือใคร ?”
	เพลง อ่อนแอก็แพ้ไป		เพลง สยามวาไรตี้
11	พาดหัวข่าวที่ 1 “รู้เลยว่าเป็นใคร”	41	พาดหัวข่าวที่ 1 “อยากกรี๊ดดังๆ ชาวเน็ตแห่ถ่ม สุดท้ายคดีพลิก”
12	พาดหัวข่าวที่ 2 “ไม่คิดว่าจะเป็นคนนี้”	42	พาดหัวข่าวที่ 2 “น้ำตาไหล เข้าแทบทรุด”
13	พาดหัวข่าวที่ 3 “หนึ่งคนละม้วน”	43	พาดหัวข่าวที่ 3 “ไม่ใช่เด็กเล่นขายของนะ”
14	พาดหัวข่าวที่ 4 “แห่ให้กำลังใจ ตึก มยุรา”	44	พาดหัวข่าวที่ 4 “คุณยายไฟเขียวแล้ว”
15	พาดหัวข่าวที่ 5 “คินนามสกุล”	45	พาดหัวข่าวที่ 5 “อารมณ์คนถูกรางวัลที่ 1”
16	พาดหัวข่าวที่ 6 “ลุงโดนรุม”	46	พาดหัวข่าวที่ 6 “GPS พาช่วย”
17	พาดหัวข่าวที่ 7 “เข้าไปดูใกล้ๆ เจอเต็มๆ”	47	พาดหัวข่าวที่ 7 “ครูชอบหาว่าผมเสพยา”
18	พาดหัวข่าวที่ 8 “ทุกอย่างที่เคยชื่นชอบไม่ เหลือเลย”	48	พาดหัวข่าวที่ 8 “ซีเก็ก! คิดว่าเป็นดาราสอลลี วู้ดหรือ”
19	พาดหัวข่าวที่ 9 “ภาพล่าสุดชัดเจนแล้ว”	49	พาดหัวข่าวที่ 9 “ใจหายใจคว่ำหมด”
20	พาดหัวข่าวที่ 10 “เลิกกันแล้ว”	50	พาดหัวข่าวที่ 50 “เหมือนได้ของขวัญปีใหม่”

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ ที่	เพลง สถานะ	ลำดับ ที่	เพลง หยุดเผือกไม่ได้จริงๆ
21	พาดหัวข่าวที่ 1 “ผู้ใหญ่ควรสั่งสอน”	51	พาดหัวข่าวที่ 1 “ยายชนะ”
22	พาดหัวข่าวที่ 2 “คนเอาไปใจร้ายมาก”	52	พาดหัวข่าวที่ 2 “มีลูกกับพระเอก”
23	พาดหัวข่าวที่ 3 “ธรรมชาติพันธุ์ตัว”	53	พาดหัวข่าวที่ 3 “มิติใหม่ของวงการประกวดนางงาม”
24	พาดหัวข่าวที่ 4 “ฮัลโหล อย่าโง่”	54	พาดหัวข่าวที่ 4 “ไผ่ พุดแล้วเรื่องความรัก”
25	พาดหัวข่าวที่ 5 “เลเซอร์สวย จัดไปเลยป้า”	55	พาดหัวข่าวที่ 5 “พร้อมเปิดใจรักใหม่”
26	พาดหัวข่าวที่ 6 “เป็นใครก็ไม่ทน”	56	พาดหัวข่าวที่ 6 “นึกว่ารูปปั้นกุมารทอง”
27	พาดหัวข่าวที่ 7 “ทนไม่ไหวแล้วโว้ย”	57	พาดหัวข่าวที่ 7 “เอ็นดูหน้าคล้ายคน”
28	พาดหัวข่าวที่ 8 “ปีที่แล้วใครนอนไม่หลับเตรียมตัว!!”	58	พาดหัวข่าวที่ 8 “สะท้อนถึงช่างแต่งหน้า”
29	พาดหัวข่าวที่ 9 “อาการรุนแรงกว่าที่คิด”	59	พาดหัวข่าวที่ 9 “ผิวเมียวัวร์”
30	พาดหัวข่าวที่ 10 “ไม่คิดว่าเขาจะทำ”	60	พาดหัวข่าวที่ 10 “ไข่มุกขาว ในท้องไก่”

2. ผู้วิจัยรวบรวมข่าวเชิงคลิกเบตจากเพจเฟซบุ๊กข้างต้น เพลงละ 10 ข่าว รวมเป็น 60 ข่าว โดยไม่นับการพาดหัวข่าวที่มีการนำเสนอข่าวในการใช้ถ้อยคำที่ซ้ำกันและวิเคราะห์แต่ข้อความพาดหัวข่าวเท่านั้น ไม่รวมถึงรูปภาพพาดหัวข่าว

3. ในกรณีการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตเป็นการนำเสนอข่าวที่ซ้ำกัน ผู้วิจัยคัดเลือกเพลงที่มียอดถูกใจมากที่สุดมาทำการวิเคราะห์

4. เพลงเฟซบุ๊ก จำนวน 6 เพลงเฟซบุ๊ก เป็นเพียงสื่อกลางในการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตเท่านั้นโดยที่มาของข่าวเชิงคลิกเบตมาจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เพลงเฟซบุ๊กนำมาเสนอข่าวแล้วนำมาเสนอข่าวในรูปแบบใหม่ผ่านเพลงเฟซบุ๊ก โดยผู้เขียนจะมีวิธีการใช้ภาษาและการพาดหัวข่าวที่ชวนให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ อาจมีข้อเท็จจริงมากขึ้นขึ้นอยู่กับจรรยาบรรณของผู้เขียนข่าว

พจนัน ปณฺ ทิโต ชิว

1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ขั้นรวบรวมข้อมูล

1.1 ผู้วิจัยจึงคัดเลือกเพลงเพชฌัญญ์จำนวน 6 เพลง ที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารเชิงคลิกเบต ตั้งแต่เดือน มกราคม 2564 ถึง เดือนมีนาคม 2564 ระยะเวลา 3 เดือน

1.2 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ ลักษณะ กลวิธีการใช้ภาษา กลวิธีการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบต

2. ขั้นตอนทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้แก่

2.1 แนวคิดและทฤษฎีการเขียนข่าว

2.2 แนวคิดและทฤษฎีข่าวคลิกเบต

2.3 แนวคิดและทฤษฎีกลวิธีการใช้ภาษา

3. ขั้นตอนวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของงานวิจัย ดังนี้

3.1. ศึกษาองค์ประกอบและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพลงเพชฌัญญ์

3.2 ศึกษากลวิธีการใช้ภาษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพลงเพชฌัญญ์

ผู้วิจัยวิเคราะห์องค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบตว่า มีองค์ประกอบตรงตามแนวคิดที่ระบุไว้หรือไม่ และศึกษาลักษณะของข่าวว่ามีลักษณะข่าวเบาหรือข่าวหนัก จากนั้นผู้วิจัยใช้แนวคิดกลวิธีทางภาษามาวิเคราะห์การใช้ภาษาพาดหัวข่าวว่ามีกลวิธีใดบ้างในการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบต และวิเคราะห์กลวิธีพาดหัวข่าวว่ามีความสอดคล้องกับเนื้อหาข่าวหรือไม่

4. ขั้นสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

5. ขั้นนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์

1.6 ทฤษฎีและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพลงเพชฌัญญ์ : องค์ประกอบ ลักษณะและกลวิธีการใช้ภาษา” ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับข่าว

ข่าว คือการเขียนรายงานเรื่องราว เหตุการณ์ข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นที่มีผลกระทบมีความสำคัญหรือน่าสนใจ โดยที่เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงนั้นเพียงจะเกิดหรือกำลังจะเกิดขึ้นมีองค์ประกอบและคุณสมบัติตามหลักการรายงานข่าวครบถ้วนสามารถแยกแยะประเภทของข่าวได้ตามเนื้อหาที่นำเสนอจากนั้นเมื่อผู้สื่อข่าวได้ข้อเท็จจริงมาแล้วก็นำข้อมูลมาเขียนเป็นข่าวในการ

เขียนข่าวที่เป็นสากลนิยม มักจะแบ่งเป็นส่วน ๆ พาดหัวข่าว ความนำ (หรือวรรณำหรือโปรยข่าว) ส่วนเชื่อมและเนื้อข่าวหรือเรื่องที่เป็นรายละเอียดของข่าวแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าข่าวทุกข่าวจะต้องประกอบด้วยโครงสร้างดังกล่าวอย่างครบถ้วนแต่ขึ้นอยู่กับว่าข่าวนั้นจะเป็นข่าวสั้นหรือข่าวยาวส่วนลักษณะของข่าวแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ 1) ข่าวหนัก (Hard News) มักเป็นข่าวที่มีความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนได้แก่ ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวการศึกษา ข่าววิทยาศาสตร์ ข่าวสิ่งแวดล้อม ฯลฯ เมื่อเกิดขึ้นแล้วมักจะส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ผู้ที่เกี่ยวข้องมักจะต้องหาทางป้องกันหรือแก้ไขต่อไป เป็นข่าวที่ให้ความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของสังคม 2) ข่าวเบา (Soft News) บางทีเรียกว่า immediate reward News คือ ข่าวที่เน้นให้เกิดอารมณ์มากกว่าให้ความรู้ ผู้อ่านเกิดความพึงพอใจทันทีเมื่ออ่านเสร็จ สิ่งนี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาประเมินคุณค่าข่าวของหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม มักจะเป็นข่าวประเภทเบาสมองเช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวกีฬา ข่าวกีฬา ข่าวกีฬา โดยที่ผู้อ่านใช้เวลาไม่นานก็สามารถเข้าใจเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างดี (ภาควิชา วรรณคดี, 2555)

ในแต่ละวันมีเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย บรรณาธิการจึงต้องพิจารณาเพื่อคัดเลือกเหตุการณ์ที่ควรจะเป็นข่าว แล้วจึงรายงานเหตุการณ์นั้นไปให้ผู้อ่านได้รับทราบ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดจากภาควิชา วรรณคดี (2555) พิเศษ ชวราวัช (2543) และจิตติ วิทยาสรรค์ (2542) แล้วนำมาสรุปเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของข่าวได้ดังนี้

1. ความสดใหม่เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เพิ่งเกิดขึ้น
2. เป็นเรื่องที่ใกล้ตัว เหตุการณ์หรือเรื่องราวเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อผู้อ่านทั้งทางตรงและทางอ้อม
3. ความมีชื่อเสียง หรือความสำคัญบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือเรื่องราว นั้นมีชื่อเสียง ไม่ว่าจะเป็นชื่อเสียงในด้านตำแหน่งหน้าที่การงาน
4. มีผลกระทบกระเทือน เหตุการณ์เรื่องราวที่เกิดขึ้นมีผลกระทบกระเทือนทั้งร่างกายและจิตใจ
5. ความขัดแย้ง เรื่องราวที่แสดงถึงความขัดแย้งในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ผลกระทบกระเทือนเหตุการณ์เรื่องราวที่เกิดขึ้นนั้นมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของบุคคลมากน้อยเพียงใด ก่อให้เกิดความสูญเสีย ทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน ชื่อเสียง
6. ความมีเงื่อนไข เหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้นแล้ว แต่ยังไม่ยุติ เพราะมีเบื้องหลังที่ซับซ้อน
7. ความแปลกประหลาด เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยผิดปกติวิสัย เป็นสิ่งแปลกประหลาด

8. องค์ประกอบทางเพศ เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเพศ ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิง เพศชาย หรือผู้มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ

9. ความสะเทือนอารมณ์ เหตุการณ์เรื่องราวที่เกิดขึ้นนั้นมีผลกระทบต่อชีวิต ความเป็นอยู่ของบุคคลมากนักน้อยเพียงใด ก่อให้เกิดความสูญเสีย ทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน ชื่อเสียง สถานภาพทางสังคม

10. ความก้าวหน้าทางวิทยาการต่าง ๆ เรื่องราวที่เป็นความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยี วิชาการ

ลักษณะของข่าว

ฉอาน วุฒิกรรมรักษา (2536) ได้แบ่งลักษณะของข่าวสามารถพิจารณาได้หลายแง่มุมด้วยกัน ได้แก่

1. เนื้อหาข่าวเบา เป็นข่าวที่เน้นความบันเทิง เช่น ข่าวชาวบ้าน ข่าวสังคม บันเทิง ข่าวกีฬา ข่าวอาชญากรรม
2. เนื้อหาข่าวหนัก เน้นเนื้อหาสาระความรู้ เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวธุรกิจ ข่าวการศึกษา

2. แนวคิดกลวิธีการใช้ภาษา

การใช้ภาษาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพาดหัวข่าวเพราะเป็นเครื่องมือในการสื่อความคิดและเรื่องราว ผู้เขียนพาดหัวข่าวมีลีลาในการใช้ภาษาที่แตกต่างกันตามแบบฉบับของตนเอง ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดของกลวิธีการใช้ภาษามาประยุกต์ใช้ในการใช้ภาษาพาดหัวข่าวดังนี้

สิริวรรณ นันทจันทร (2543) ได้กล่าวถึงลักษณะของภาษาในงานเขียนด้านการใช้คำ ดังนี้

1. การใช้คำธรรมดา หมายถึง คำที่ใช้กันทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น พ่อ แม่ ปู่ ย่า
2. การใช้คำขยาย หมายถึง การนำคำมาใช้เพื่อขยายความชัดเจนยิ่งขึ้น
3. การใช้คำเสริม หมายถึง คำที่เสริมเข้าไปในประโยคเพื่อบ่งเจตนาของผู้ส่งสาร
4. การใช้คำเรียก-คำร้อง หมายถึง คำที่พูดใช้เรียกผู้อื่นเป็นคำที่มีลักษณะพิเศษ
5. การใช้ภาษาตลาด หมายถึง คำที่ใช้พูดจาคนของทั่ว ๆ ไปไม่คำนึงถึงความถูกต้อง
6. การใช้คำแสลง หมายถึง คำที่ใช้คลาดเคลื่อนไปจากปกติใช้กันเฉพาะกลุ่มชั่วระยะหนึ่ง
7. การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม หมายถึง คำที่บุคคลแต่ละกลุ่มคิดขึ้นใช้ภายในกลุ่มของตนเอง

8. การใช้คำทับศัพท์หรือภาษาต่างประเทศ ไทยเรานิยมใช้คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศตามความเคยชินและคำที่มาจากต่างประเทศที่ใช้อยู่ในประเทศไทย

9. การใช้คำประสม หมายถึง คำที่เกิดจากคำมูลตั้งแต่สองคำขึ้นไปมาประสมกันเป็นคำใหม่

10. คำซ้อน หมายถึง คำประสมชนิดหนึ่งซึ่งเอาคำที่มีความหมายเหมือนกันเพื่อให้เกิดความหมายของคำนั้นชัดเจนยิ่งขึ้น

11. คำซ้ำ หมายถึง การนำคำเดียวกันมาซ้ำกันเพื่อเปลี่ยนแปลงความหมายของคำนั้นให้เพิ่มมากขึ้น

12. การเพิ่มสร้อยคำ หมายถึง ก็เพิ่มคำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกของผู้พูด

13. การใช้ภาษาถิ่น หมายถึง ภาษาย่อยที่ผู้พูดจะใช้ภาษาถิ่นกับคนท้องถิ่นเดียวกัน

นนทวัฒน์ เนตรเจริญ (2560) ได้กล่าวถึงลักษณะข้อความพาดหัวข่าวที่ดึงดูดผู้อ่านข่าวให้เกิดความสนใจซึ่งจำแนกออกเป็น 3 กลวิธี ได้แก่

1. กลวิธีการสร้างความสงสัย คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยไม่เปิดเผยสาระสำคัญของข่าวให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน ผู้เขียนจะมีวิธีการเขียนเพื่อทำให้ผู้อ่านค้างคาใจ ซึ่งกลวิธีสร้างความสงสัยประกอบด้วยกลวิธีย่อย 5 วิธี ได้แก่

1.1 การใช้คำอ้างถึงสิ่งที่อยู่ข้างหน้า คือ การใช้คำอ้างถึงที่สื่อความหมายละเอียดอย่างไม่ชัดเจนในพาดหัวข่าวและความหมายของคำอ้างนั้นจะถูกเฉลยไว้ในเนื้อหาข่าว

1.2 การใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ คือ การใช้คำหรือวลีที่มีความหมายบางอย่างเชื่อมโยงกับสิ่งที่ถูกกล่าวถึงมาเรียกแทนสิ่งที่ถูกกล่าวถึง

1.3 การใช้คำถาม คือ การเขียนข้อความพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่เกี่ยวข้องกับการถาม อาจเป็นคำถามกว้าง ๆ เช่น ใคร อะไร ทำไม

1.4 การละข้อมูลบางส่วน คือ การปกปิดรายละเอียดบางส่วนเพื่อสร้างความสงสัยใคร่รู้ผู้อ่านด้วยวิธีการไม่กล่าวถึงหรือใช้เครื่องหมายจุดไข่ปลา

1.5 การเฉลยด้วยภาพหรือวิดีโอ คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยเสนอผู้อ่านว่า ข่าวนั้นมีภาพหรือวิดีโอซึ่งสามารถให้คำตอบหรือรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องราวที่พาดหัวข่าว

2. กลวิธีการสร้างคุณค่า เรื่องราวต่าง ๆ จะมีค่าก็ต่อเมื่อข่าวนั้นมีความสดใหม่ น่าสนใจและมีความสำคัญ ชถึงแม้ว่าข่าวนั้นไม่สำคัญก็จะพบกลวิธีการสร้างคุณค่าซึ่งประกอบด้วยกลวิธีย่อย 3 กลวิธี ดังนี้

2.1 การทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ คือการเขียนพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่ชวนให้คิดว่าข่าวหรือข้อมูลในข่าวนั้นเป็นเรื่องปัจจุบันทันด่วน เป็นเรื่องที่เพิ่งเกิดขึ้น สด ๆ ร้อน ๆ

2.2 การทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่สื่อความเกี่ยวข้องใกล้ชิดระหว่างข่าวกับผู้อ่านเพื่อชักจูงให้ข่าวนั้นมีความใกล้ชิดหรือเกี่ยวข้องกับพาดหัวข่าว

2.3 การทำให้เป็นเรื่องใหญ่ คือการถ่ายทอดเรื่องราวแล้วสอดแทรกความรู้สึกเข้าไปในพาดหัวข่าวเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่ามีความพิเศษ ไม่ใช่เรื่องธรรมดาทั่วไป

3. กลวิธีการสร้างความมีส่วนร่วม คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่สื่อเนื้อหาของข่าว การขอร้อง การเชิญชวน การท้าทาย หรือการสั่งให้ผู้อ่านเข้ามามีส่วนร่วมกับข่าว

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ในการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในการนำเสนอพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบต ว่าการนำเสนอข่าวมีลักษณะเป็นอย่างไรมีกลวิธีทางภาษาใดบ้างที่สามารถสร้างความสนใจแก่ผู้อ่าน โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดได้ ดังนี้

1. กลวิธีการสร้างความสงสัย เป็นกลวิธีที่สื่อความหมายไม่ชัดเจนในพาดหัวข่าว
2. กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสดใหม่การนำเสนอข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่ชวนให้คิดว่าข่าวนั้นปัจจุบันทันด่วน
3. กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว การใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่สื่อความเกี่ยวข้องใกล้ชิด
4. กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ การถ่ายทอดเรื่องราวแล้วสอดแทรกความรู้สึกเข้าไปในพาดหัวข่าว
5. กลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตามการใช้ถ้อยคำเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความอยากรับข้อเท็จจริง
6. กลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสาระกระแสดังคม การนำเรื่องราวหรือข่าวในสังคมที่กำลังเป็นกระแส
7. กลวิธีการนำเสนอโดยการประชดประชันหรือการล้อเลียนสังคม มีการใช้ถ้อยคำเสียดสีกล่าวกระทบเปรียบเปรยในลักษณะประชดประชัน
8. กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ เป็นการนำเสนอโดยให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกร่วมไปกับผู้เขียน
9. กลวิธีการใช้สำนวน การนำเสนอโดยการเปรียบเทียบ โดยอาจมีความหมายตามตัวหรือไม่ตามตัว
10. กลวิธีการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นการนำเสนอภาษาที่มาจากต่างประเทศที่นำมาใช้ในประเทศไทย

3. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวคลิกเบต

คลิกเบต เป็นการพาดหัวข่าวที่มีลักษณะหลอกล่อเพื่อให้ผู้คนกดเข้าไปอ่านข่าว ซึ่งมีวิธีการทำให้ผู้คนสนใจข่าวและเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าว การพาดหัวข่าวจะมีลักษณะกำกวมไม่ชัดเจนทำให้ผู้อ่านเกิดความลังเลใจที่ต้องตัดสินใจเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าว หากมีการกดเข้าไปอ่านในเนื้อหาข่าวกลับไม่ตรงหรือตรงเพียงบางประเด็นกับพาดหัวข่าว ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดของนักวิชาการได้ดังต่อไปนี้

นนท์วัช ไซยวัง (2560) กล่าวว่า การใช้รูปแบบและกลยุทธ์คลิกเบตในการพาดหัวข่าว สามารถสรุปได้ว่า การพาดหัวข่าวในสื่อออนไลน์ส่วนมากใช้คำเร้าอารมณ์ทำให้ผู้อ่านรู้สึกถึงอารมณ์และให้อารมณ์คล้อยตามเพื่อให้กดเข้าไปอ่านรายละเอียดข่าวและยังใช้เครื่องหมายต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการพาดหัวข่าวเพื่อให้เกิดการสะดุดตา บางครั้งการพาดหัวข่าวก็จะพาดหัวข่าวแบบตรง ๆ สรุปความให้แก่ผู้อ่าน บางครั้งก็พบว่าการพาดหัวข่าวแบบคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ กลยุทธ์นี้ก็ถูกนำมาใช้สลับกับกลยุทธ์การพาดหัวข่าวอื่น ๆ แต่ที่ขาดไม่ได้คือ รูปแบบการพาดหัวข่าวระบุว่ามีการคลิป ภาพ ภาพชุด และการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน ให้ขบขันก็ได้รับความนิยมนำมาใช้เช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่าการพาดหัวข่าวที่นำเอาเรื่องเพศ การนำมาใช้บ้างแต่ไม่บ่อยมากนัก เพราะจะทำให้เสียชื่อเสียง

Dolors Palau-Sampio (2015) อ้างถึง นนทบุรี ไซยวัง (2560) กล่าวว่า ได้ศึกษาการใช้รูปแบบและกลยุทธ์คลิกเบตในการพาดหัวข่าว สื่อในประเทศสเปน สามารถสรุปได้ดังนี้ ส่วนใหญ่จะใช้คำเร้าอารมณ์ให้ผู้อ่านรู้สึกถึงอารมณ์และให้อารมณ์คล้อยตามเพื่อให้กดเข้าไปอ่านในรายละเอียดข่าว และยังใช้เครื่องหมายต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการพาดหัวข่าวเพื่อให้เกิดการสะดุดตา บางครั้งก็พบว่าการพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ แต่ที่ขาดไม่ได้เลยคือรูปแบบการพาดหัวข่าวระบุว่ามีการคลิป ภาพ ภาพชุด และการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน ให้ขบขัน และยังพบว่าการพาดหัวข่าวที่นำเอาเรื่องเพศ เรื่องความขัดแย้งหรือ ดราม่า อีกด้วย ส่วนรูปแบบหนึ่งคือการพาดหัวข่าวที่ไม่ตรงกับเนื้อหาที่มีการนำมาใช้น้อย เพราะจะทำให้ชื่อเสียงองค์กรเสื่อมเสีย

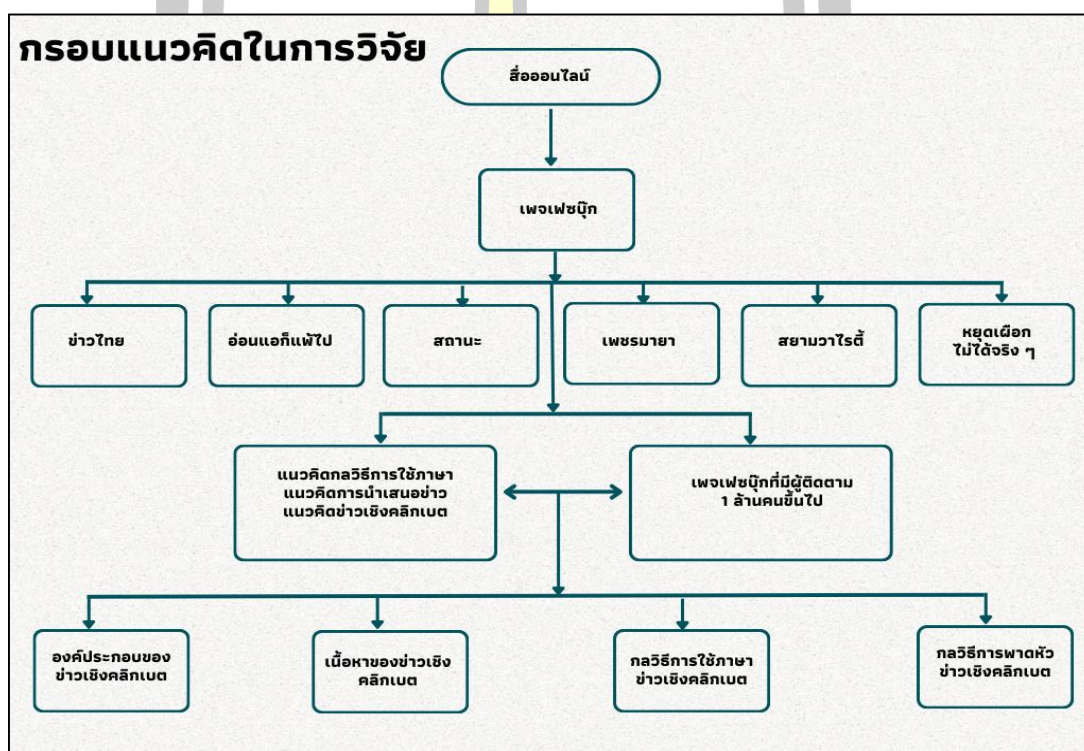
จากแนวคิดและงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ข่าวเชิงคลิกเบต คือข่าวปลอมที่มีข้อมูลความจริงเพียงเล็กน้อยแล้วถูกบิดเบือนไปที่ประเด็นอื่นหรือเป็นข่าวที่ไม่มีมูลความจริงเลยมีเนื้อหาที่เขียนหรือสร้างเรื่องขึ้นมาใหม่ โดยผู้เขียนมีเจตนาให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารเข้าใจผิด ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดลักษณะข่าวเชิงคลิกเบตออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. พาดหัวข่าวไม่ตรงประเด็นกับเนื้อหาข่าว หมายถึง เนื้อหาข่าวนั้นอาจเขียนขึ้นมาใหม่หรือเนื้อหาของข่าวไม่สามารถตรวจสอบแหล่งข้อมูลได้
2. พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน หมายถึง พาดหัวข่าวมีความตรงประเด็นหลักของเนื้อหาข่าวแต่ไม่ใช่ทั้งหมดของเนื้อหาข่าว

3. พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ หมายถึง ประเด็นหลักที่สำคัญของเนื้อหาข่าวไม่ตรงกับพาดหัวข่าวแต่ตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ

4. พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวแต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว หมายถึง เนื้อหาข่าวมีเพียงประเด็นเดียวที่ตรงกับพาดหัวข่าว ในส่วนรายละเอียดของข่าวมีความไม่ตรงกับพาดหัวข่าว

จากแนวคิดข้างต้นผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

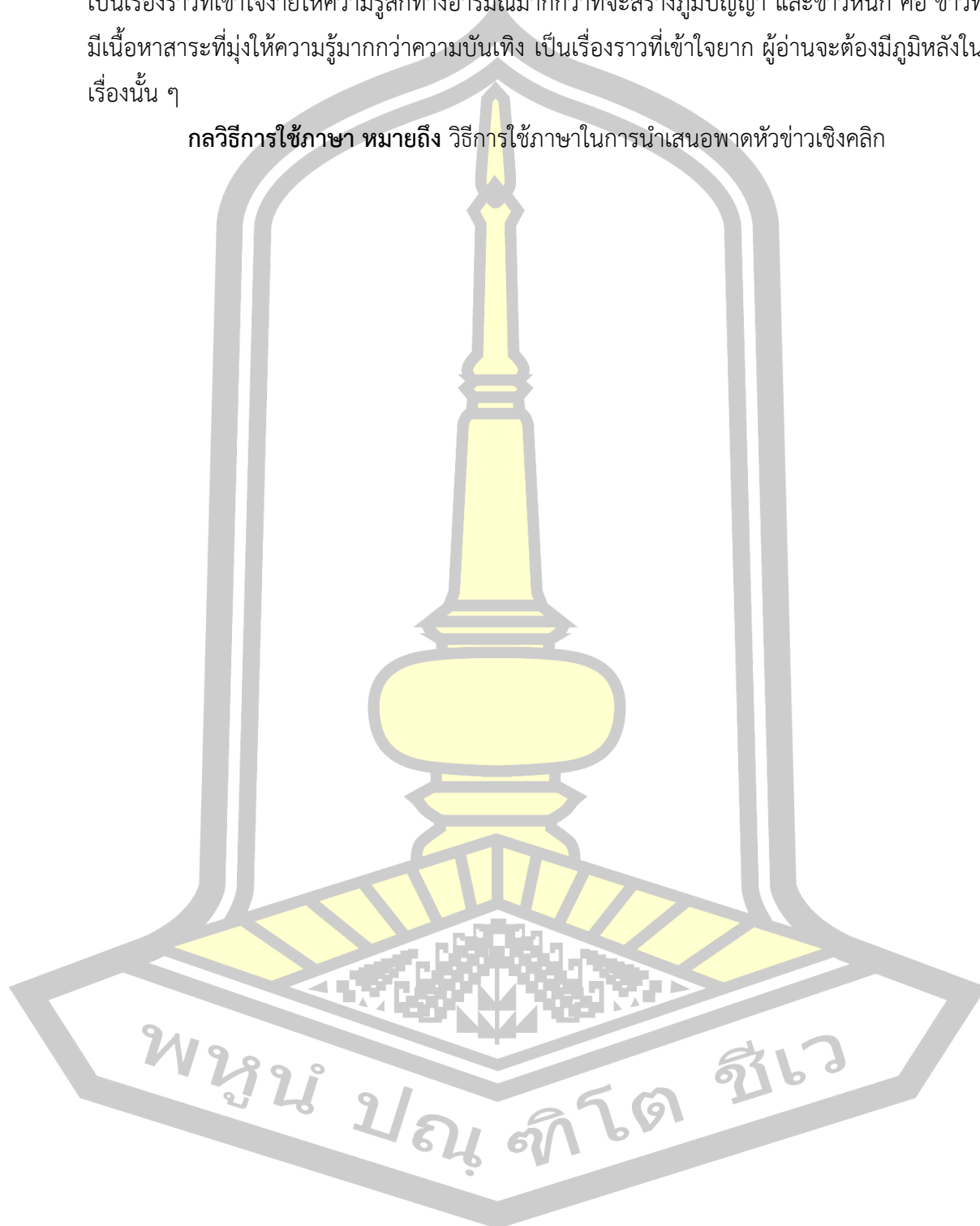
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบต หมายถึง กลวิธีการนำเสนอข่าวประเภทหนึ่งที่มีถ้อยคำเร้าอารมณ์ ชวนให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ มีอารมณ์คล้อยตาม มีการใช้ภาษาที่โดดเด่นเพื่อให้เกิดการสะดุดตา พอกดเข้าไปอ่านปรากฏว่าเนื้อหาข่าวไม่ตรงกับพาดหัวข่าว หรือมีเพียงบางประเด็นที่ตรงกัน

องค์ประกอบของข่าว หมายถึง เหตุการณ์ที่ได้รับการรายงานว่าเป็นข่าว ส่วนมากมีองค์ประกอบที่เป็นคุณค่าข่าวอยู่ในตัวของเหตุการณ์ คุณค่าข่าวซึ่งเป็นองค์ประกอบอยู่ในเหตุการณ์ที่ได้รับรายงานว่าเป็นข่าว

ลักษณะของข่าว หมายถึง ข่าวเบา ที่มีเนื้อหาสาระที่มุ่งให้ความบันเทิงมากกว่าความรู้ เป็นเรื่องราวที่เข้าใจง่ายให้ความรู้สึทางอารมณ์มากกว่าที่จะสร้างภูมิปัญญา และข่าวหนัก คือ ข่าวที่มีเนื้อหาสาระที่มุ่งให้ความรู้มากกว่าความบันเทิง เป็นเรื่องราวที่เข้าใจยาก ผู้อ่านจะต้องมีภูมิหลังในเรื่องนั้น ๆ

กลวิธีการใช้ภาษา หมายถึง วิธีการใช้ภาษาในการนำเสนอพาดหัวข่าวเชิงคลิก



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก : องค์ประกอบ ลักษณะ และกลวิธีการใช้ภาษา” มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก 2) เพื่อศึกษาวิธีการใช้ภาษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากนักวิชาการ ที่สามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การเขียนข่าว
2. ข่าวคลิกเบต
3. กลวิธีการใช้ภาษา
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การเขียนข่าว

จากการศึกษาเรื่อง “การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก : องค์ประกอบ ลักษณะ และกลวิธีการใช้ภาษา” ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการเขียนข่าวมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยเพื่อวิเคราะห์ซึ่งผู้วิจัยสรุปได้ดังนี้

ดร.ณิ หิรัญรักษ์ (2538) กล่าวถึงข่าวประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วน ซึ่งแต่ละส่วนมีลักษณะการใช้ดังนี้

1. พาดหัวข่าว (Headline) คือการนำประเด็นสำคัญของข่าวมาพาดหัวเรื่อง เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่าวันนี้เกิดอะไรขึ้นบ้าง โดยใช้ตัวอักษรตัวใหญ่กว่าธรรมดา ใช้เพียงข้อความสั้นๆ แต่สามารถเสนอสาระสำคัญให้แก่ผู้อ่านได้พิจารณาเลือกอ่านรายละเอียดข่าวที่ตนสนใจได้ ทั้งยังสามารถบอกภาพลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ ด้วยการพาดหัวข่าวจะต้องใช้ทักษะการเลือกถ้อยคำภาษามากเพราะต้องดึงดูดความสนใจและกระพือต่อความรู้สึกรักของผู้อ่านไปพร้อม ๆ กับการใช้ถ้อยคำที่สั้นที่สุดให้สามารถอธิบายเนื้อความข่าวได้มากที่สุด โดยอาจใช้คำที่รุนแรง คำแสดงภาษาเฉพาะกลุ่ม ใช้สำนวน หรือเครื่องหมายวรรคตอนต่าง ๆ

2. ความนำข่าว (Leads) หรือวรรคนำ คือ สาระสำคัญของเนื้อหาข่าวที่เขียนโดยย่อ เพื่อสร้างความเข้าใจทั่ว ๆ ไปแก่ผู้อ่าน แบ่งเป็น

“ความนำข่าวแบบสรุป” จะต้องตอบคำถาม 5W 1H ได้ การเขียนความนำข่าวที่มีเนื้อหาเดียวจะใช้วิธีการนี้ แต่ในกรณีข่าวนั้น ๆ มีหลายเนื้อหา จะใช้วิธีสรุปเรื่องราวของทุกเนื้อหา

แล้วนำมาเรียงร้อยเข้าด้วยกัน การเขียนความนำแบบสรุปจะใช้ภาษากระชับรัดกุม ตรงไปตรงมาใช้คำสั้นแต่มีเนื้อความมาก เข้าใจง่าย

“ความนำข่าวแบบภาพพจน์” ซึ่งเขียนบรรยายหรือพรรณนาภาพเหตุการณ์เรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ทำให้ผู้อ่านเห็นภาพความเคลื่อนไหว สภาพการณ์ อารมณ์ความรู้สึกของบุคคลต่าง ๆ ในเหตุการณ์นั้นอย่างแจ่มแจ้ง โดยผู้เขียนจะเริ่มจากการเขียนความนำแบบสรุปแล้วเพิ่มคำกริยา คำช่วยกริยา คำขยายกริยา คำขยายวิเศษณ์ เพื่อเพิ่มเติมความเคลื่อนไหวและความรู้สึกเข้าไป ความนำแบบนี้มักใช้กับข่าวที่นำเสนอเหตุการณ์ที่มีความเคลื่อนไหว เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวชุมนุมประท้วง เป็นต้น

“ความนำข่าวแบบอัญพจน์” เป็นความนำที่ตัดตอนถ้อยคำของบุคคลสำคัญ ข้อความในประกาศ แถลงการณ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสาระสำคัญของข่าวมาเขียนไว้ในเครื่องหมายอัญประกาศ เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบถ้อยคำของบุคคลสำคัญ หรือข้อความต่างๆ อย่างแท้จริง โดยไม่เกิดจากการสรุปหรือตีความของผู้เขียนข่าว

“ความนำข่าวแบบกระแทกกระทั้น” คือความนำที่เริ่มจากความนำแบบสรุปแล้วเพิ่มคำกริยา คำขยายที่แสดงความหนักแน่นรุนแรง ซึ่งยังแสดงอารมณ์ความรู้สึกอย่างชัดเจน

“ความนำข่าวแบบให้ภูมิหลัง” คือความนำข่าวที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นของข่าวที่จะนำเสนอต่อไปเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวได้ชัดเจนกระจ่างขึ้น

“ความนำข่าวแบบเปรียบเทียบหรือแบบขัดแย้ง” คือความนำข่าวที่เขียนแสดงภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ 2 เหตุการณ์ ซึ่งมีลักษณะเหมือนกัน หรือขัดแย้งกัน และประเด็นดังกล่าวเป็นสาระสำคัญของเรื่องที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน เช่น ข่าวสงคราม ข่าวอุบัติเหตุ เป็นต้น

ภาษาที่ใช้ในการเขียนความนำข่าวต้องเขียนด้วยข้อความที่กระชับรัดกุม เลือกสรรคำ โดยเฉพาะคำกริยา วิเศษณ์ ที่ทำให้เห็นภาพ แผ่อารมณ์ ความรู้สึก เลือกใช้คำสั้นๆ แต่กินความมาก คล้ายกับพาดหัวข่าว (ฉอาน วุฒิฉัตรมรรักษ์, 2536)

3. ส่วนเชื่อมความนำข่าวกับเนื้อเรื่อง (Neck) เป็นข้อความสั้นๆ ที่เชื่อมระหว่างความนำข่าวกับเนื้อเรื่อง เพื่อให้การเขียนข่าวนั้นเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่อง อาจจะมีหรือไม่มีก็ได้

4. เนื้อเรื่องหรือเนื้อข่าว (Body) คือส่วนที่อธิบายหรือขยายรายละเอียดของส่วนประกอบอื่นๆ ข้างต้น เพื่อให้ผู้อ่านทราบเรื่องราวและเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน

4.1 การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่เสนอข้อเท็จจริงจะใช้ถ้อยคำกระชับรัดกุม ตรงไปตรงมาเสนอเฉพาะข้อเท็จจริงโดยใช้วิธีบรรยายโวหาร ระดับภาษาตั้งแต่กึ่งทางการถึงระดับทางการ

4.2 การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่แสดงความเคลื่อนไหว ผู้เขียนต้องสร้างภาพโดยใช้ถ้อยคำพรรณนาให้เห็นภาพเหตุการณ์อย่างชัดเจน เน้นที่คำกริยา เพิ่มคำแสดงอารมณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็นของผู้เขียน เข้าไปในรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นด้วย ข้อควรระวังคือ ผู้เขียนไม่ควรสร้างภาพเกินความจริง

4.3 การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่เป็นคำพูด ข้อความส่วนหนึ่งจะเป็นถ้อยคำที่เป็นความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์หรือแหล่งข่าว ผู้เขียนจะใช้ถ้อยคำกระชับรัดกุม ภาษาง่ายๆ สื่อความหมายตรงไปตรงมา อาจจะมีถ้อยคำแสดงความรู้สึก อารมณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ปรากฏอยู่ด้วย

เมื่อผู้สื่อข่าวได้ข้อเท็จจริงมาแล้วจากนั้นนำข้อมูลมาเขียนเป็นข่าวในการเขียนข่าวที่เป็นสากลนียมมักจะแบ่งเป็นส่วน ๆ พาดหัวข่าว ความนำ (หรือวรรคนำหรือโปรยข่าว) ส่วนเชื่อมและเนื้อข่าวหรือเรื่องที่เป็นรายละเอียดของข่าวแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าข่าวทุกข่าวจะต้องประกอบด้วยโครงสร้างดังกล่าวอย่างครบถ้วน แต่ขึ้นอยู่กับว่าข่าวนั้นจะเป็นข่าวสั้นหรือข่าวยาว (อวยพร พานิช และคณะ, 2544)

ข่าวสั้น คือข่าวที่เนื้อหาสาระไม่มากสามารถเขียนให้จบได้ในย่อหน้าเดียว และมีพื้นที่ในการนำเสนอไม่มากนักเช่นกัน ข่าวสั้นจะปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ตามชนิดของเนื้อข่าว โดยโครงสร้างของข่าวสั้นมี 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) พาดหัวข่าว 2) เนื้อข่าว

ข่าวยาว คือข่าวที่มีเนื้อหาสาระค่อนข้างมาก อาจมีหลายประเด็นเวลานำเสนอจะเป็นหลายย่อหน้า แต่ที่เรียกว่าข่าวยาวไม่ได้หมายความว่าข่าวนั้นจะมีความยาวมากมายเพียงแต่เป็นข่าวที่มีเนื้อหาสาระที่ต้องนำเสนอเป็นขั้นตอนเพื่อสะดวกในการอ่านและการทำความเข้าใจ เพียงเท่านั้นก็ถือว่าเป็นข่าวยาว

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน (2555) กล่าวว่าข่าว คือการเขียนรายงานเรื่องราว เหตุการณ์ ข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นที่มีผลกระทบมีความสำคัญหรือน่าสนใจ โดยที่เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงนั้นเพิ่งจะเกิดหรือกำลังจะเกิดขึ้นมีองค์ประกอบและคุณสมบัติตามหลักการรายงานข่าวครบถ้วนสามารถแยกแยะประเภทของข่าวได้ตามเนื้อหาที่นำเสนอจากนั้นเมื่อผู้สื่อข่าวได้ข้อเท็จจริงมาแล้วก็นำข้อมูลมาเขียนเป็นข่าวในการเขียนข่าวที่เป็นสากลนียม มักจะแบ่งเป็นส่วน ๆ พาดหัวข่าว ความนำ (หรือวรรคนำหรือโปรยข่าว) ส่วนเชื่อมและเนื้อข่าวหรือเรื่องที่เป็นรายละเอียดของข่าวแต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ข่าวทุกข่าวจะต้องประกอบด้วยโครงสร้างดังกล่าวอย่างครบถ้วนแต่ขึ้นอยู่กับว่าข่าวนั้นจะเป็นข่าวสั้นหรือข่าวยาว ส่วนลักษณะของข่าวแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ 1) ข่าวหนัก (Hard News) มักเป็นข่าว ที่มีความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนได้แก่ ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวการศึกษา ข่าววิทยาศาสตร์ ข่าวสิ่งแวดล้อม ฯลฯ เมื่อเกิดขึ้นแล้วมักจะส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนผู้ที่เกี่ยวข้องมักจะต้องหาทางป้องกันหรือแก้ไขต่อไป เป็นข่าวที่ทำให้มีความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของสังคม 2) ข่าวเบา (Soft News) บางทีเรียกว่า immediate

reward News คือ ข่าวที่เน้นให้เกิดอารมณ์มากกว่าให้ความรู้ ผู้อ่านเกิดความพึงพอใจทันทีเมื่ออ่านเสร็จ สิ่งนี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาประเมินคุณค่าข่าวของหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชน มักจะเป็นข่าวประเภทเบาะแสมองเช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวกีฬา ข่าวกีฬา ข่าวกีฬา โดยที่ผู้อ่านใช้เวลาไม่นานก็สามารถเข้าใจเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างดี

ในแต่ละวันมีเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย บรรณาธิการจึงต้องพิจารณาเพื่อคัดเลือกเหตุการณ์ที่ควรจะเป็นข่าว แล้วจึงรายงานเหตุการณ์นั้นไปให้ผู้อ่านได้รับทราบ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดจากภาคภูมิ วรรณภา (2555) พิศิษฐ์ ขวาลาวัช (2543) และจิตติ วิทย์สรณะ (2542) แล้วนำมาสรุปเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของข่าวได้ดังนี้

2.1.1 องค์ประกอบของข่าว

1. ความสดใหม่ (Timeliness) หรือ ความรวดเร็ว (Immediacy) เหตุการณ์หรือเรื่องราวต่างๆ เพิ่งจะเกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ หรือเพิ่งจะค้นพบ แล้วมีการรายงานเหตุการณ์ดังกล่าวอย่างรวดเร็วทันทีทันใด ข้อมูลยิ่งสดใหม่และรวดเร็วก็ยิ่งจะเป็นที่สนใจของประชาชน

2. เป็นเรื่องที่ใกล้ตัว ความสัมพันธ์ระหว่างที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารทั้งทางตรงและทางอ้อม มนุษย์เราย่อมสนใจเรื่องที่ใกล้ตัวมากกว่าเรื่องที่ไกลตัว เพราะฉะนั้นเหตุการณ์ที่เลือกมาเป็นข่าวควรเลือกเหตุการณ์ที่ใกล้ตัวกลุ่มผู้อ่านมากกว่าเรื่องไกลตัว

3. ความมีชื่อเสียง หรือความสำคัญ (Prominence) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือเรื่องราวนั้นมีชื่อเสียง ไม่ว่าจะเป็นชื่อเสียงในด้านตำแหน่งหน้าที่การงาน เช่น นายกรัฐมนตรี นักร้อง นักแสดง หรือชื่อเสียงในด้านฐานะทางสังคม เช่น นางสาวไทย นักกีฬาที่ได้รับเหรียญทอง เป็นต้น หรือชื่อเสียงในด้านฐานะทางเศรษฐกิจของผู้ที่มีความมั่งคั่งเป็นพิเศษ องค์ประกอบนี้ยังรวมถึงความมีชื่อเสียงหรือความสำคัญของสถานที่สำคัญๆ เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ การเมือง ศาสนา ตลอดจนวัตถุสิ่งของอันล้ำค่า และเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป

4. มีผลกระทบกระเทือน เหตุการณ์เรื่องราวที่เกิดขึ้นมีผลกระทบกระเทือน สร้างความเสียหายทั้งร่างกายและจิตใจต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนจำนวนมาก

5. ความขัดแย้ง (Conflict) เรื่องราวนั้นแสดงถึงความขัดแย้งในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นในครอบครัวขนาดเล็ก หรือระหว่างประเทศ ทั้งความขัดแย้งทางร่างกายและจิตใจ หรือความคิด และก่อให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตาม เช่น การหย่าร้าง หรือการชุมนุมประท้วงจนถึงขั้นนองเลือด ความขัดแย้งทางกายส่วนใหญ่จะเป็นที่สนใจมากกว่าเพราะเห็นได้ชัดแจ้งกว่า

6. ความมีเงื่อนงำ (Suspense) เหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้นแล้ว แต่ยังไม่ยุติ เพราะมีเบื้องหลังที่ซับซ้อน หรือมีความจริงที่ยังไม่ถูกเปิดเผยอย่างแจ่มชัด เช่น คดีฆาตกรรมปริศนา เป็นต้น

7. ความแปลกประหลาด (Oddity or Unusualness) เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยผิดปกติวิสัย เป็นสิ่งแปลกประหลาด ที่ผู้คนไม่เคยพบเห็นมาก่อน เช่นการคลอດลูกแฝดจำนวนมาก หรืออิทธิปาฏิหาริย์ต่าง ๆ

8. องค์ประกอบทางเพศ (Sex) หมายถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเพศ ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิง เพศชาย หรือผู้มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ มักจะเป็นข่าวเสมอ

9. ความสะท้อนอารมณ์ (Consequence) เหตุการณ์เรื่องราวที่เกิดขึ้นนั้นมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของบุคคลมากน้อยเพียงใด ก่อให้เกิดความสูญเสีย ทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน ชื่อเสียง สถานภาพทางสังคม และความรู้สึกมากน้อยเพียงใด เหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนในวงกว้างย่อมได้รับความสนใจสูง และคุณค่าของข่าวจะมีมากตามไปด้วย เช่น ข่าวภัยพิบัติต่าง ๆ ข่าวการลดหย่อนภาษี การขึ้นค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น

10. ความก้าวหน้าทางวิทยาการต่าง ๆ (Progress) เรื่องราวที่เป็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี วิชาการ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์ ตลอดจนความก้าวหน้าของบุคคลที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในชีวิต ทำให้คนทั่วไปสนใจใคร่รู้

11. ด้านความเปลี่ยนแปลง คือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีและไม่ดี ดังนั้นผู้นำเสนอข่าวก็จะนำเสนอความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่อาจส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม

12. ด้านปลุกชนสนใจ คือ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมแล้วทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารเกิดอารมณ์เสียใจ ดีใจ โศกเศร้า รัก เกลียด หลง อิจฉา ตลกขบขัน ตื่นเต้น ฯลฯ มักจะเป็นเหตุการณ์ที่เร้าอารมณ์ผู้รับข้อมูลข่าวสารแล้วทำให้เกิดความสนใจในข่าวทำให้ข่าวนั้นมีคุณค่าข่าวสูง

จากองค์ประกอบข่าวข้างต้นของ ภาควิชา วรรณคดี (2554), พิเศษ ชวราธวัช (2543), และ ฐิติ วิทวัสธนะ (2542) ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์องค์ประกอบของข่าวเชิงคลิบเบตว่ามีองค์ประกอบอย่างไรบ้างตรงหรือมีความบิดเบือนจากองค์ประกอบของข่าวข้างต้นหรือไม่ องค์ประกอบของข่าวไม่จำเป็นต้องมีองค์ประกอบทุกข้อเสมอไป แต่ต้องมีปัจจัยเรื่องของความสดใหม่ และความรวดเร็ว เหตุการณ์หรือเรื่องราวเหล่านี้ก็สามารถเป็นข่าวได้ และการคัดเลือกตีพิมพ์ข่าวของหนังสือแต่ละฉบับก็มีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบ อยู่ด้วย นอกจากนี้แล้ว สุภา ศิริมานนท์ ยังได้ขยายความน่าสนใจให้ผู้สื่อข่าวทุกชั้นที่เข้ามาในแต่ละวันไว้ให้สอดคล้องกับ “นโยบายข่าว” มี 6 ประการ คือ

1. ข่าวขึ้นนั้นใหม่และสดต่อสมัยหรือไม่
2. ข่าวขึ้นนั้นจะทำให้เกิดความน่าสนใจต่อผู้อ่านมากน้อยเพียงใด
3. มันเป็นข่าวสำคัญหรือเป็นข่าวไม่สำคัญ

4. มันข่าวที่สำคัญต่อผู้อ่านในแง่เกี่ยวเป็นกรณีส่วนตัวหรือว่าเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้อ่าน

5. กรณีที่เป็นข่าวนั้นๆ พอจะสามารถทำให้เกิดความสำคัญต่อผู้อ่านด้วย

6. มันเป็นข่าวซึ่งถือได้ว่าน่าสนใจอย่างยิ่งต่อบรรดาผู้อ่าน

2.1.2 ลักษณะของข่าว

ฉ้อฉล วุฒิกรธรรมรักษา (2536) ได้แบ่งลักษณะของข่าวสามารถพิจารณาได้หลายแง่มุมด้วยกัน ได้แก่

1. ลักษณะของข่าวซึ่งพิจารณาในแง่ระดับข่าว ซึ่งแบ่งเป็น “ข่าวหนัก” ซึ่งเน้นเนื้อหาสาระความรู้มากกว่าความบันเทิง และ “ข่าวเบา” ซึ่งเน้นความบันเทิง หรือผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านเป็นหลัก

2. ลักษณะของข่าวซึ่งพิจารณาในแง่ระดับความรู้สึกตอบสนองของผู้อ่านได้แก่ ข่าวที่ผู้อ่านรู้สึกตอบสนองได้ทันที แต่เป็นการตอบสนองในระยะสั้นๆ ได้แก่ ข่าวบันเทิง อาชญากรรม อุบัติเหตุ และข่าวที่ผู้อ่านรู้สึกตอบสนองช้า เพราะต้องใช้ความคิดพิจารณาเนื้อหาให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ ได้แก่ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา เป็นต้น

3. ลักษณะของข่าวซึ่งพิจารณาจากวิธีการนำเสนอข่าว ซึ่งแบ่งเป็น ข่าวที่เสนอโดยเน้นเหตุการณ์คือ เสนอเฉพาะข้อเท็จจริง และข่าวที่เสนอโดยเน้นที่กระบวนการเกี่ยวเนื่องของข่าว คือ เน้นการอธิบาย ตีความ ใช้ลีลาการเขียนแบบสารคดี เพื่อให้รายละเอียดที่เร้าใจ ดึงดูดความสนใจผู้อ่าน

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ลักษณะของข่าวสามารถแบ่งออกได้หลายด้าน ซึ่งสามารถพิจารณาระดับข่าวหนักข่าวเบา โดยดูจากเนื้อหาสาระของข่าว ข่าวประเภทที่ให้สาระความรู้มากกว่าความบันเทิงจัดเป็นข่าวหนัก ข่าวประเภทที่เน้นความบันเทิงจัดเป็นข่าวเบา นอกจากนี้แล้วข่าวยังแบ่งประเภทตามระดับความรู้สึกของผู้อ่านและข่าวประเภทที่เสนอเฉพาะข้อเท็จจริง เน้นกระบวนการต่อเนื่อง ข่าวประเภทนี้จะทำให้ดึงดูดความน่าสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้แล้วผู้วิจัยยังได้นำกรอบแนวคิดลักษณะของข่าวข้างต้น มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อศึกษาหาข้อมูลเพื่อทราบข้อเท็จจริงว่าข่าวเชิงคลิกเบตมีลักษณะอย่างไร

2.1.3 ความสำคัญและหน้าที่ของหัวข่าว

การเขียนพาดหัวข่าวเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งในการเขียนข่าว ผู้เขียนพาดหัวข่าวต้องมีความรู้ความสามารถในการเลือกใช้ภาษาได้เป็นอย่างดีมีทักษะในการจับประเด็น เพื่อดึงประเด็นสำคัญของข่าวและจุดเด่นที่น่าสนใจมาเสนอได้อย่างชัดเจน โดยปกติหน้าที่การพาดหัวข่าวเป็นหน้าที่ของบรรณาธิการหรือ หัวหน้าข่าว (ประชัน วลลิโก, 2536)

มาลี บุญศิริพันธ์ (2537) ให้ความหมายการเขียนพาดหัวข่าว ไว้ว่า คือส่วนบนสุดของข่าวเป็นส่วนที่อยู่เหนือจากเนื้อข่าวทำหน้าที่บอกให้ผู้อ่านทราบถึงสาระ รายละเอียดของข่าว การพาดหัวข่าวอาจมีขนาดแตกต่างกันตามความสำคัญของข่าวที่ได้รับการประเมินค่าข่าวจากบรรณาธิการ แต่สาระในหัวข่าวจะต้องเป็นประเด็นที่สำคัญและเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้อ่าน

ธวัชชัย จารนัย (2540) ให้ความหมายของหัวข่าวว่าเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจเป็นนิเทศศิลป์อย่างหนึ่งช่วยให้เนื้อข่าวสารที่จะนำเสนอออกไปมีความหนักแน่น ขณะเดียวกันยังเป็นศาสตร์ที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าว รวมถึงกองบรรณาธิการแต่ละสำนักข่าวต้องใช้ความรู้ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา

บาร์ด (Bard, 1988) อ้างถึง ธวัชชัย จารนัย (2540) การคิดสร้างสรรค์หัวข่าวของกองบรรณาธิการจะยึดหลัก 2 ประการ คือ 1) ความกว้างของคอลัมน์และขนาดตัวอักษรจะทำให้สามารถกำหนดตัวอักษรได้กี่ตัว 2) รูปแบบการจัดหน้าที่มีการกำหนดขึ้นของแต่ละองค์กร และที่สำคัญกระบวนการพาดหัวข่าวส่วนใหญ่จะทำการเป็นลำดับสุดท้ายของการเขียนข่าวหลังจากเขียนรายละเอียดข่าวเสร็จซึ่งบรรณาธิการข่าวจะเป็นผู้กำหนด

เกรตและเบิร์นสเตียน (Grast and Bernstien, 1968) อ้างถึงธวัชชัย จารนัย (2540) ให้ความหมายของหัวข่าวว่าเป็นสิ่งที่เป็สาระสำคัญของข่าวและเป็นประโยชน์ต่อการจัดหน้าหนังสือพิมพ์เพราะเป็นรูปแบบหนึ่งของการแสดงออกอย่างมีหลักเกณฑ์

นอกจากนี้ สุรสิทธิ์ วิทยาธรัฐ (2545) ยังได้ให้ความหมายของคำว่า พาดหัวข่าว ไว้ดังต่อไปนี้ว่า “พาดหัวข่าว” คือข้อความสำคัญที่บอกให้รู้ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร ครอบคลุมเนื้อหาอะไร เปรียบเหมือนชื่อเรื่อง ซึ่งต้องขยายความเสียก่อนจึงจะทราบรายละเอียดหัวข่าวเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของข่าว และเป็นจุดที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านข่าวทุกคนดังนั้นการเขียนหัวข่าวจึงเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่ผู้เขียนข่าวหรือนักหนังสือพิมพ์จะต้องเรียนรู้ถึงกลวิธีว่าทำอย่างไรจึงจะสามารถเขียนให้สั้นกะทัดรัด และในเวลาเดียวกันก็ต้องสรุปใจความสำคัญของข่าว กับทั้งต้องเตะตาและดึงดูดความสนใจของผู้อ่านอีกด้วย

สมควร กวียะ (2547) กล่าวถึงความหมายการพาดหัวข่าวว่า เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทำให้สารหรือเนื้อหาข่าวที่ส่งไปมีความหนักแน่น นอกจากนั้นยังมีความเป็นวารสารศาสตร์ที่ต้องสร้างสรรค์ภาษาทุกวัน

นรินทร์ นาเจริญ (2549) กล่าวว่าพาดหัวข่าวคือสิ่งแรกที่ผู้อ่านจะพบเจอในการอ่านข่าว และจะมีผลต่อการเข้าติดตามอ่านข่าวต่อไปในรายละเอียดเป็นส่วนสำคัญที่ผู้อ่านจะตัดสินใจอ่านหรือไม่ ชื่อเรื่องต้องสะดุดตา ครอบคลุมทุกเนื้อหา สั้นกะทัดรัด วิธีการตั้งชื่อเรื่องหรือการพาดหัวข่าวมีหลายแบบเช่น การพาดหัวข่าวแบบสรุปความ การพาดหัวข่าวแบบตั้งคำถาม การพาดหัวข่าวแบบอ้างคำพูด การพาดหัวข่าวแบบเล่นสัมผัส การพาดหัวข่าวแบบใช้คำอุทาน การพาดหัวข่าวแบบ

ยกย่อง การพาดหัวข่าวแบบเปรียบเทียบ การพาดหัวข่าวแบบบอกเล่า การพาดหัวข่าวแบบปริศนา ส่วนโครงสร้างของการพาดหัวข่าวจะประกอบด้วยส่วน พาดหัวข่าว ข่าวนำ ส่วนเชื่อมระหว่างข่าวนำ กับเนื้อเรื่อง และส่วนเนื้อเรื่อง แต่ในปัจจุบันการพาดหัวข่าวที่พบเห็นโดยทั่วไปมักจะไม่มีส่วนเชื่อม เนื่องจากส่วนของเนื้อหาดังกล่าว จึงจะสามารถต่อส่วนของความน่าได้โดยไม่ต้องการคำอธิบายใด ๆ เพิ่มเติม

สุทธิดา นาคเจริญ (2559) การพาดหัวข่าวในสื่อออนไลน์มีความแตกต่างจากการพาดหัวข่าวแบบสื่อดั้งเดิม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร หรือสื่อโทรทัศน์ วิทย์ เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสื่อออนไลน์เนื่องจากการพาดหัวข่าวแบบสื่อดั้งเดิมมีองค์ประกอบบางประการที่เข้ากับสื่อออนไลน์ไม่เหมาะสม ดังนั้นต้องการมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและเลือกใช้ประเภทของหัวข่าวให้มีความเหมาะสมกับวิธีการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ในประเภทต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่จะเป็นประเภทการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวบรรทัดเดียวเต็มคอลัมน์และพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวเสมอหน้าด้วยเหตุผลว่าปรับให้เหมาะสมกับสื่อที่ใช้ในการนำเสนอต่อองค์ประกอบใหญ่ที่สำคัญคือการพาดหัวข่าวผ่านสื่อออนไลน์ที่องค์กรสื่อจำเป็นต้องยึดการพาดหัวข่าวแบบดั้งเดิมคือการยึดหลักการพาดหัวข่าวให้มีองค์ประกอบที่น่าสนใจตามหลักขององค์ประกอบ 5W+1H เพราะหัวข่าวคือส่วนบนสุดของข่าวที่ทำหน้าที่บอกผู้อ่านให้ทราบถึงสาระสำคัญของข่าวและเป็นส่วนประกอบสำคัญหัวข่าวอาจมีขนาดลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามความสำคัญของข่าวที่ได้รับการประเมินค่าแล้วจากบรรณาธิการข่าว เพื่อให้หัวข่าวมีประเภทของหัวข่าวที่หลากหลายและดึงดูดความสนใจแตกต่างกันออกไป

นนท์ธวัช ไชยวัง (2560) กล่าวว่า หัวข่าวหรือพาดหัวข่าวถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดของข่าวเสมือนดั่งแม่เหล็กที่ดึงดูดให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในข่าวเป็นสิ่งที่สร้างความสนใจให้ผู้อ่าน หัวข่าวจะบอกข้อเท็จจริงเบื้องต้นให้ผู้อ่านที่ไม่ค่อยมีเวลากับการอ่านข่าวก็จะอาศัยอ่านจากหัวข่าวและสามารถทำให้รู้เท่าทันข่าวสารและเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของสถานการณ์ในแต่ละวันได้ การพาดหัวข่าวถือได้ว่ามีความสำคัญต่อโครงสร้างข่าวมากมาตั้งแต่สมัยสื่อยุคดั้งเดิม มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของภาษาที่ใช้ในการพาดหัวข่าวที่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด เพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมผู้อ่านที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย

นอกจากการพาดหัวข่าว จะเป็นเรื่องสำคัญลำดับต้น ๆ ของโครงสร้างข่าว การพาดหัวข่าวที่ดีนั้น บรรณาธิการข่าวต้องศึกษาเทคนิคการเขียนที่ดีบอกรายละเอียดของเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นได้อย่างครอบคลุมทุกมุมทุกประเด็นรวมถึงรายละเอียดย่อย ๆ ในส่วนของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับข่าวต้องเขียนให้ชัดเจนให้ผู้อ่านได้จินตนาการภาพเหตุการณ์ออก ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่มีการพาดหัวข่าวในรูปแบบสรรหาล้อยคำมาเขียนจึงเป็นงานไม่ง่ายมากนักสำหรับผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการ

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การพาดหัวข่าวเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการนำเสนอข่าวเพราะผู้อ่านต้องเจอเป็น สิ่งแรก ข้อความต้องสะดุดตา สั้นกระชับ ได้ใจความ และน่าสนใจ การพาดหัวข่าวสามารถบอกถึงเนื้อหาข่าวแบบย่อ ๆ ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร นอกจากนี้การพาดหัวข่าวยังมีลักษณะที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบรรณาธิการและรูปแบบการพาดหัวข่าวก็มีความแตกต่างกันเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้มาอ่านข่าว จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดดังตารางข้างต้น มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยในส่วนของการพาดหัวข่าวว่ามีลักษณะเชิงคลิกเบตอย่างไร และในส่วนลักษณะข่าวเชิงคลิกเบตว่าเป็นข่าวเบาหรือข่าวหนัก นอกจากนี้แล้วยังทำให้เห็นถึงการนำเสนอเนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตว่ามีลักษณะแตกต่างจากเนื้อหาข่าวทั่วไปอย่างไร ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้ไปวิเคราะห์ในงานวิจัย “กลวิธีการใช้ภาษา ลักษณะ และเนื้อหา ในการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก” ต่อไป

2.2 ข่าวคลิกเบต

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าและมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมอย่างรวดเร็ว ผู้คนในสังคมให้ความสนใจและให้ความสำคัญ ถือได้ว่าเทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของผู้คน เพราะผู้คนต้องการความทันสมัยต่อเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา การติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเทคโนโลยีย่อมตอบโจทก์ความต้องการ ซึ่งเรียกข่าวประเภทนี้ว่า “ข่าวออนไลน์” เพราะสามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ อีกทั้งยังมีรูปภาพประกอบ มีกราฟฟิกมาตกแต่ง หรือมีการนำเสนอในรูปแบบวิดีโอ แต่ทั้งนี้ข่าวออนไลน์บางส่วนก็ได้รับการกลั่นกรองคุณภาพความถูกต้อง เนื่องจากเป็นสื่อที่เปิดกว้างทำให้ผู้ไม่หวังดีสร้างข่าวสารขึ้นมาโดยหวังรายได้ เรียกข่าวประเภทนี้ว่า ข่าวคลิกเบต เป็นศัพท์บัญญัติของคำว่า clickbait สำนักงานราชบัณฑิตยสภาให้ความหมายว่า พาดหัวยั่วให้คลิก เป็นการพาดหัวข่าวที่มีลักษณะหลอกล่อเพื่อให้ผู้คนกดเข้าไปอ่านข่าว ซึ่งมีวิธีการทำให้ผู้คนสนใจข่าวและเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าว การพาดหัวข่าวจะมีลักษณะกำกวมไม่ชัดเจนทำให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยใจที่ต้องตัดสินใจเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าว หากมีการกดเข้าไปอ่านในเนื้อหาข่าวกลับไม่ตรงหรือตรงเพียงบางประเด็นกับพาดหัวข่าว ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดของนักวิชาการได้ดังต่อไปนี้

ธาม เชื้อสถาปนศิริ (2559) นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน กล่าวถึงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าว เชิงคลิกเบตแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ 1.ข้อความกับภาพประกอบเนื้อหาข่าวสั้น ๆ โดยมักจะใช้ภาพ 2 ส่วน โดยส่วนแรกคือใช้ภาพที่เชิญชวนผู้อ่านเกิดความสงสัย ส่วนที่ 2 คือ เมื่อผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านจะพบกับ ภาพที่มีความอุจาด หวาดเสียวหรือลามกผู้อ่านจะได้เห็นภาพทั้งหมด โดยไม่มีการปกปิดแต่ถ้าเป็นการนำเสนอข่าวของสื่อกระแสหลักหรือภาพที่ใช้ในการนำเสนอที่เป็นภาพอุจาด หวาดเสียว ลามก จะต้องมีการปกปิด แบบที่ 2 การเขียนแชร์เป็นวิธีการแชร์ข่าวโดย

ผู้เขียนเพลงจะใช้ลักษณะของการแชร์โดยเพิ่มเติมความคิดเห็นส่วนตัวลงในบทความให้ข่าว ที่นำเสนอ มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน

กนกพร ประสิทธิ์ผล (2559) นายกสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ได้กล่าวว่าการพาดหัวข่าวคือจุดดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่านเข้ามาอ่านข่าวแต่ขณะเดียวกันผู้เขียน นักข่าว หรือบรรณาธิการข่าวต้องทำทุกวิธีทางให้ผู้อ่านเข้าไปติดตามเนื้อหาข่าวนั้น การพาดหัวข่าวคือส่วนที่สำคัญที่สุดรองลงมาคือคำโปรยและรายละเอียดเนื้อหาตามลำดับเพราะฉะนั้นความเก่งของคนเขียนพาดหัวข่าวคือต้องสรุปเรื่องราวและเหตุการณ์โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่กำลังอยู่ในการแข่งขันที่สูงการพาดหัวข่าวจึงต้องเป็นไปตามทฤษฎีเชิงวารสารศาสตร์สรุปประเด็นสำคัญว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไมและอย่างไรตามหลัก 5W 1H แต่ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวในสื่อออนไลน์จะเน้นมองว่าพฤติกรรมของผู้เสพสื่อมากกว่าซึ่งอาจมองไปที่ว่าขณะนี้การพาดหัวข่าวลักษณะไหนกำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคที่เข้าไปอ่านข่าวนั้นมากที่สุด แต่ยังคงหัวใจสำคัญให้กระชับและได้ใจความมากขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสื่อออนไลน์สนใจและเข้าถึงได้

นนท์วัช ไชยวัง (2560) กล่าวว่า การใช้รูปแบบและกลยุทธ์คลิกเบตในการพาดหัวข่าวสามารถสรุปได้ว่า การพาดหัวข่าวในสื่อออนไลน์ส่วนมากใช้คำเร้าอารมณ์ทำให้ผู้อ่านรู้สึกถึงอารมณ์และให้อารมณ์คล้อยตามเพื่อให้เกิดเข้าไปอ่านรายละเอียดข่าวและยังใช้เครื่องหมายต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการพาดหัวข่าวเพื่อให้เกิดการสะดุดตา บางครั้งการพาดหัวข่าวก็จะพาดหัวข่าวแบบตรง ๆ สรุปความให้แก่ผู้อ่าน บางครั้งก็พบว่ามีการพาดหัวข่าวแบบคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ กลยุทธ์นี้ก็ถูกนำมาใช้สลับกับกลยุทธ์การพาดหัวข่าวอื่น ๆ แต่ที่ขาดไม่ได้คือ รูปแบบการพาดหัวข่าวระบุมามีคลิป ภาพ ภาพชุด และการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน ให้ขบขันก็ได้รับความนิยมนำมาใช้เช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่ามีการพาดหัวข่าวที่นำเอาเรื่องเพศ การนำมาใช้บ้างแต่ไม่บ่อยมากนัก เพราะจะทำให้เสียชื่อเสียง

Dolors Palau-Sempio (2015) อ้างถึง นนทบุรี วัช ไชยวัง (2560) กล่าวว่า ได้ศึกษาการใช้รูปแบบและกลยุทธ์คลิกเบตในการพาดหัวข่าว สื่อในประเทศสเปน สามารถสรุปได้ดังนี้ ส่วนใหญ่จะใช้คำเร้าอารมณ์ให้ผู้อ่านรู้สึกถึงอารมณ์และให้อารมณ์คล้อยตามเพื่อให้เกิดเข้าไปอ่านในรายละเอียดข่าว และยังใช้เครื่องหมายต่างๆ เข้ามาช่วยในการพาดหัวข่าวเพื่อให้เกิดการสะดุดตา บางครั้งก็พบว่ามีการพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ แต่ที่ขาดไม่ได้เลยคือรูปแบบการพาดหัวข่าวระบุมามีคลิป ภาพ ภาพชุด และการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน ให้ขบขัน และยังพบว่ามีการพาดหัวข่าวที่นำ เอาเรื่องเพศ เรื่องความขัดแย้งหรือดราม่า อีกด้วย ส่วนรูปแบบหนึ่งคือการพาดหัวข่าวที่ไม่ตรงกับเนื้อหาที่มีการนำมาใช้น้อย เพราะจะทำให้ชื่อเสียงองค์กรเสียหาย

จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการพัฒนาระบบสารสนเทศในปัจจุบันมีความก้าวหน้าการส่งต่อข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงจึงทำได้ง่ายและเชื่อมโยงบุคคลอื่นได้สะดวกกว่าสมัยก่อนที่เป็นลักษณะของการเล่าแบบปากต่อปาก ใบปลิวหรือหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้เรื่องราวต่าง ๆ ในสื่อออนไลน์มักมีแต่เรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของบุคคลนั้น ๆ การนำเสนอข่าวจะโผล่หน้าเฟซบุ๊ก ทำให้เราต้องกดถูกใจหรือเข้าไปอ่านรายละเอียด ดังนั้นผู้ใช้งานเฟซบุ๊กจึงมักได้รับข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความสนใจของตนเองอยู่เสมอ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ข่าวเชิงคลิกเบต คือข่าวปลอม ที่มีข้อมูลความจริงเพียงเล็กน้อย แล้วถูกบิดเบือนไปที่ประเด็นอื่นหรือเป็นข่าวที่ไม่มีมูลความจริงเลยมีเนื้อหาที่เขียนหรือสร้างเรื่องขึ้นมาใหม่โดยผู้เขียนมีเจตนาให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารเข้าใจผิด ส่วนมากการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตจะเป็นข่าวที่เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์และเป็นข่าวที่ผู้คนส่วนมากให้ความสนใจ ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดลักษณะข่าวเชิงคลิกเบต ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. พาดหัวข่าวไม่ตรงประเด็นกับเนื้อหาข่าว หมายถึง เนื้อหาข่าวนั้นอาจเขียนขึ้นมาใหม่หรือเนื้อหาของข่าวไม่สามารถตรวจสอบแหล่งข้อมูลได้
2. พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน หมายถึง พาดหัวข่าวมีความตรงประเด็นหลักของเนื้อหาข่าวแต่ไม่ใช่ทั้งหมดของเนื้อหาข่าว
3. พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ หมายถึง ประเด็นหลักที่สำคัญของเนื้อหาข่าวไม่ตรงกับพาดหัวข่าวแต่ตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ
4. พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวแต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว หมายถึง เนื้อหาข่าวมีเพียงประเด็นเดียวที่ตรงกับพาดหัวข่าว ในส่วนรายละเอียดของข่าวมีความไม่ตรงกับพาดหัวข่าว

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตเป็นกลวิธีการนำเสนอข่าวประเภทหนึ่งที่มี รูปภาพ ข้อความ ภาพเคลื่อนไหว ชวนให้อ่านเกิดความสนใจ มีอารมณ์คล้อยตามกับการพาดหัวข่าวอยากรู้อยากรู้ พอกดเข้าไปอ่านปรากฏว่าพาดหัวข่าวกับเนื้อหาข่าวมีความบิดเบือนไม่ตรงประเด็นกันทั้งนี้ข่าวประเภทเชิงคลิกเบตจะมีไม่บ่อยมากนักและปรากฏในสื่อออนไลน์มากที่สุดซึ่งผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านได้ง่ายอีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับผู้สร้างข่าวประเภทนี้นั่นเอง

2.3 กลวิธีการใช้ภาษา

การสื่อสารที่จะประสบผลสำเร็จได้จะต้องมีภาษาเป็นองค์ประกอบหนึ่ง อยู่ภายใต้สารเนื้อหาของสาร คือความคิดที่กลั่นออกมาเป็นเรื่องราวความคิดนั้นไม่สามารถถ่ายทอดได้ถ้าไม่มีภาษา

นั้นเป็นสื่อที่จะให้เนื้อหาเกาะเกี่ยวไปยังผู้รับสารให้เกิดความเข้าใจหรืออาจกล่าวได้ว่า ภาษาคือตัวสารนั่นเอง ในการสื่อสารนั้นภาษาคือพาหะในเนื้อหาของสารเกาะเกี่ยวจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ผลิตภาษาคือผู้ส่งสารภาษาที่ออกมาจะดีหรือไม่ดีอยู่ที่ทักษะในการสื่อสารของผู้ส่งสารแต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารด้วยเพราะผู้ส่งสารเลือกใช้ภาษาในการเสนอสารที่เหมาะสมกับผู้รับสารเหมาะสมกับความรู้และทักษะการใช้ภาษาของผู้รับสาร (อวยพร พานิช และคณะ, 2548)

จากการศึกษาเรื่อง “การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก: องค์ประกอบ ลักษณะ และกลวิธีการใช้ภาษา” ผู้วิจัยได้ศึกษากรอบแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

สิริวรรณ นันทจินทุล (2543) ได้กล่าวถึงลักษณะของภาษาในงานเขียนด้านการใช้คำ ดังนี้

1. การใช้คำธรรมดา หมายถึง คำที่ใช้กันทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น พ่อ แม่ ปู่ ย่า
2. การใช้คำขยาย หมายถึง การนำคำมาใช้เพื่อขยายความชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ตึกมหิมาอยู่หน้าซอยนี้ หนังสือนี้อ่านง่ายและน่าสนใจ
3. การใช้คำเสริม หมายถึง คำที่เสริมเข้าไปในประโยคเพื่อเน้นเจตนาของผู้ส่งสารว่าต้องการบอกเล่า สั่งขอร้อง ถาม หรือบอกสถานภาพของผู้พูดกับผู้ฟังว่าเหมือนกัน หรือต่างกันบอกความสัมพันธ์ระหว่างผู้พูดกับผู้ฟังว่าสนิทสนมกันหรือไม่
4. การใช้คำเรียก-คำร้อง หมายถึง คำที่พูดใช้เรียกผู้อื่นเป็นคำที่มีลักษณะพิเศษคือไม่ต้องประกอบคำอื่นให้เป็นประโยค ใช้ตามลำพังก็ได้ ผู้เรียกอาจใช้คำแสดงภาพ ชื่อเล่น สรรพนาม คำแสดงเครือญาติ คำร้อง คือการเปล่งเสียงแสดงอารมณ์ ความรู้สึก คำลักษณะนี้ใช้ตามลำพัง
5. การใช้ภาษาตลาด หมายถึง คำที่ใช้พูดจากคนของทั่ว ๆ ไปไม่คำนึงถึงความถูกต้องแต่สามารถสื่อสารได้
6. การใช้คำแสลง หมายถึง คำที่ใช้คลาดเคลื่อนไปจากปกติใช้กันเฉพาะกลุ่มชั่วระยะหนึ่งไม่ใช่ภาษาที่ยอมรับกันว่าถูกต้องตามหลักภาษา
7. การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม หมายถึง คำที่บุคคลแต่ละกลุ่มคิดขึ้นใช้ภายในกลุ่มของตนเองสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจได้ดีในกลุ่มของตนเอง
8. การใช้คำทับศัพท์หรือภาษาต่างประเทศ ไทยเรานิยมใช้คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศตามความเคยชินและคำที่มาจากต่างประเทศที่ใช้อยู่ในประเทศไทย
9. การใช้คำประสม หมายถึง คำที่เกิดจากคำมูลตั้งแต่สองคำขึ้นไปมาประสมกันเป็นคำใหม่มีความหมายใหม่ หรือความหมายคงเดิมอยู่บ้าง
10. คำซ้อน หมายถึง คำประสมชนิดหนึ่งซึ่งเอาคำที่มีความหมายเหมือนกัน เพื่อให้เกิดความหมายของคำนั้นชัดเจนยิ่งขึ้นหรือนำคำที่มีเสียงใกล้เคียงกันมาซ้อนกันเพื่อให้ออกเสียงได้สะดวก มีความไพเราะ

11. คำซ้ำ หมายถึง การนำคำเดียวกันมาซ้ำกันเพื่อเปลี่ยนแปลงความหมายของคำนั้นให้เพิ่มมากขึ้นหรือลดน้อยลงตามความต้องการ คำซ้ำมีหลายลักษณะ เช่นคำซ้ำที่เลียนเสียงธรรมชาติเสียงสัตว์และการกระทำของมนุษย์

12. การเพิ่มสร้อยคำ หมายถึง ก็เพิ่มคำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกของผู้พูด

13. การใช้ภาษาถิ่น หมายถึง ภาษาย่อยที่ผู้พูดจะใช้ภาษาถิ่นกับคนท้องถิ่นเดียวกัน
 นนทวัฒน์ เนตรเจริญ (2560) ได้กล่าวถึงลักษณะข้อความพาดหัวข่าวที่ดึงดูดผู้อ่านข่าวให้เกิดความสนใจซึ่งจำแนกออกเป็น 3 กลวิธี ได้แก่

1. กลวิธีการสร้างความสงสัย คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยไม่เปิดเผยสาระสำคัญของข่าวให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน ผู้เขียนจะมีวิธีการเขียนเพื่อทำให้ผู้อ่านค้างคาใจ ซึ่งกลวิธีสร้างความสงสัยประกอบด้วยกลวิธีย่อย 5 วิธี ได้แก่

1.1 การใช้คำอ้างถึงสิ่งที่อยู่ข้างหน้า คือ การใช้คำอ้างถึงที่สื่อความหมายละเอียดอย่างไม่ชัดเจนในพาดหัวข่าวและความหมายของคำอ้างนั้นจะถูกเฉลยไว้ในเนื้อหาข่าว ผู้อ่านจะต้องเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวจึงจะรู้ว่าคำอ้างถึงนั้นหมายถึงสิ่งใด เช่น ชมคลิป..... “ว่าน”ไม่ได้เป่าเทียนงานวันเกิด เพราะเหตุนี้....? สุดซ็อก !!! มนุษย์ป่ากัม ๆ เหย ๆ ทำอะไรบางอย่าง??

1.2 การใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ คือ การใช้คำหรือวลีที่มีความหมายบางอย่างเชื่อมโยงกับสิ่งที่ถูกกล่าวถึงมาเรียกแทนสิ่งที่ถูกกล่าวถึง แต่คำหรือวลีนั้นสื่อรายละเอียดกว้างเกินไปหรือให้รายละเอียดน้อยเกินไป เช่น นักร้องสาวตัวท็อปค่าย RS,

1.3 การใช้คำถาม คือ การเขียนข้อความพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่เกี่ยวข้องกับการถาม อาจเป็นคำถามกว้าง ๆ เช่น ใคร อะไร ทำไม

1.4 การละข้อมูลบางส่วน คือ การปกปิดรายละเอียดบางส่วนเพื่อสร้างความสงสัยใคร่รู้ผู้อ่านด้วยวิธีการไม่กล่าวถึงหรือใช้เครื่องหมายจุดไข่ปลา การละข้อมูลบางส่วนจะกระตุ้นความสงสัยและความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่านในส่วนที่ละไว้ เช่น ชายปริศนา โผล่มาช่วย! เด็กถูกแม่รัดคอ พอชมดูดี ๆ ถึงกับพูดไม่ออก! ลงพื้นที่ไวกวาก ไม่น่าเชื่อจะเป็น.....?

1.5 การเฉลยด้วยภาพหรือวิดีโอ คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยเสนอผู้อ่านว่า ข่าวนั้นมีภาพหรือวิดีโอซึ่งสามารถให้คำตอบหรือรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องราวที่พาดหัวข่าวได้กล่าวไว้ ผู้อ่านจะต้องเข้าไปชมภาพหรือวิดีโอจึงจะเข้าใจรายละเอียด เช่น เปิดใจครั้งแรก ! เนย-แจม หลังไร้สังกัด ไม่อยากทำงาน ด้วยความอึดอัด (ชมคลิป)

2. กลวิธีการสร้างคุณค่า คือ เรื่องราวต่าง ๆ จะมีค่าก็ต่อเมื่อข่าวนั้นมีความสดใหม่น่าสนใจและมีความสำคัญ ถึงแม้ว่าข่าวนั้นไม่สำคัญก็จะพบกลวิธีการสร้างคุณค่าซึ่งประกอบด้วยกลวิธีย่อย 3 กลวิธี ดังนี้

2.1 การทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ คือการเขียนพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่ชวนให้คิดว่าข่าวหรือข้อมูลในข่าวนั้นเป็นเรื่องปัจจุบันทันด่วน เป็นเรื่องที่เพิ่งเกิดขึ้น สด ๆ ร้อน ๆ เป็นเรื่องที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน

2.2 การทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่สื่อ ความเกี่ยวข้องใกล้ชิดระหว่างข่าวกับผู้อ่านเพื่อชักจูงให้ข่าวนั้นมีความใกล้ชิดหรือเกี่ยวข้องกับพาดหัวข่าว

2.3 การทำให้เป็นเรื่องใหญ่ คือการถ่ายทอดเรื่องราวแล้วสอดแทรกความรู้สึกเข้าไปในพาดหัวข่าวเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่ามีความพิเศษ ไม่ใช่เรื่องธรรมดาทั่วไป

3. กลวิธีการสร้างความมีส่วนร่วม คือ การเขียนพาดหัวข่าวโดยใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่สื่อนัยของการชักจูง การขอร้อง การเชิญชวน การท้าทาย หรือการสั่งให้ผู้อ่านเข้ามามีส่วนร่วมกับข่าว

ปาริฉัตร พิมล (2562) ได้กล่าวถึงกลวิธีการใช้ภาษาในรายการข่าว มีกลวิธีเด่นในการใช้ภาษาทั้งหมด 9 กลวิธี ดังนี้

1. การใช้ภาษาไม่เป็นทางการ การใช้ภาษาไม่เป็นทางการในการนำเสนอข่าว ซึ่งภาษาที่ไม่เป็นทางการนั้นเป็นภาษาที่ใช้สื่อสารและเข้าใจกันอย่างง่าย ๆ สบาย ๆ ในแต่ละกลุ่มคน มักใช้กับบุคคลที่สนิทสนมคุ้นเคย

2. การใช้ภาษาชวนให้ติดตาม ความท้าทายอย่างหนึ่งของผู้ดำเนินรายการข่าว คือ การหากลวิธีในการนำเสนอข่าวให้ผู้ชมสนใจและติดตามชมจนจบทำให้ผู้ชมสนใจและติดตามรายการจนจบ ด้วยกลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม โดยการใช้คำเชิญชวนให้ติดตามต่อ และการใช้คำถามนำความสนใจของผู้ชม

3. การใช้คำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกเนื้อหาข่าวที่นำเสนอมักเป็นข่าวใหญ่ที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของคนในสังคม จึงใช้กลวิธีการใช้ภาษาที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกในการนำเสนอข่าวเพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมไปกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

4. การใช้คำเฉพาะกลุ่ม ภาษาเฉพาะกลุ่มเป็นภาษาย่อยประเภทหนึ่งที่กลุ่มคนกลุ่มหนึ่งใช้ เช่น ภาษาวัยรุ่น ภาษาสแลง

5. การใช้ถ้อยคำนัยแฝง การ หมายถึง การพูดอย่างหนึ่งแต่หมายความว่าตรงกันข้าม หรือการพูดสิ่งที่ผู้พูดเชื่อว่าเป็นเท็จ

6. การให้รายละเอียด Tannen (1989 อ้างถึงใน ญัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2549) จัดให้การเล่าเรื่องโดยให้รายละเอียดเป็นกลวิธีสร้างการมีส่วนร่วม โดยอธิบายว่าความรู้สึกมีส่วนร่วมของทั้งสองฝ่ายจะเกิดขึ้น เมื่อผู้เล่าบรรยายรายละเอียดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ฟัง

7. การแนะให้ตีความ คือการแนะให้ผู้ชมตีความเองโดยไม่ได้บอกโดยตรงไปตรงมา ซึ่งเป็นการแนะให้ตีความโดยเล่าเหตุการณ์แล้วตามด้วยความเห็น หรือคำถามชวนให้ขบคิด

8. การยกตัวอย่าง การยกตัวอย่างช่วยให้ผู้ชมเข้าใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นการยกตัวอย่างเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นอย่างไร และผู้ชมจะรู้สึกอย่างไร กลวิธีนี้ช่วยให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วมกับเหตุการณ์ในข่าว ทำให้การนำเสนอข่าวบรรลุวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้น

9. การใช้วจนภาษา หมายถึง ภาษาที่ไม่ออกเสียงเป็นถ้อยคำ แต่สามารถสื่อให้เกิดความหมาย ความรู้ และความเข้าใจได้ เช่น น้ำเสียง การเน้นเสียง จังหวะของการพูดและการหยุดพูด และยังหมายความว่ากริยาท่าทาง การเคลื่อนไหว การใช้สีหน้าหรือสายตา แล้วยังรวมตลอดไปถึงสิ่งอื่น ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการแปลความหมายของมนุษย์ด้วย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ศึกษางานวิจัยของ พระมหาสันติราชภรณ์ ฐานสนธิ (พวงมลิ) (2561) เรื่องภาษาในการโฆษณาทางโทรทัศน์ทั้งหมด ซึ่งพบการใช้ภาษาอยู่ 11 กลวิธีดังนี้

1. การใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมา เป็นการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์หรือประสิทธิภาพของสินค้าซึ่งต้องอธิบายข้อมูลรายละเอียดสินค้าให้ชัดเจน เป็นการอ้างถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภค จะได้รับ โดยไม่อ้างถึงข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. การใช้ภาษาเปรียบเทียบ เป็นการนำเสนอสินค้า ๒ ยี่ห้อ เพื่อเปรียบเทียบคุณสมบัติอย่างชัดเจน ซึ่งลักษณะดังกล่าวมักถูกใช้กับโฆษณาที่เป็นผู้ตามในตลาด ซึ่งมีผู้นำตลาดที่แข็งแกร่ง โดยการนำเสนอต้อง แน่ใจว่าคุณสมบัติสินค้ามีสรรพคุณเหนือกว่าและทำพิสูจน์ได้จริง

3. การใช้ภาษาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต เป็นการโฆษณาที่นำเสนอส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งในชีวิตที่มี สินค้ารวมอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย อาจจะนำเสนอรูปแบบของปัญหาและการใช้สินค้านั้นเพื่อแก้ไขปัญหา โดยองค์ประกอบของการนำเสนอโฆษณารูปแบบนี้มี ๒ ประการ คือ ปัญหาหรือข้อขัดแย้ง โดยข้อขัดแย้ง เป็นองค์ประกอบที่จะดึงดูดเหมือนขอเกี่ยวให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกร่วมและผลของการแก้ไข โดยให้สินค้า แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

4. การใช้ภาษาเพื่อนำเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไข เป็นการนำเสนอโดยการสร้างเป็นเหตุการณ์ เพื่อระบุปัญหาที่เกิดหากไม่ได้ใช้สินค้าหรือบริการ และใช้สินค้าหรือบริการมาแก้ไขปัญหาได้ภายหลัง

5. การใช้ภาษาโดยใช้บุคคลรับรองและสาธิต เป็นการนำเสนอโฆษณาเน้นการจูงใจ โดยใช้บุคคล ที่เคยใช้สินค้ากล่าวถึงประโยชน์สินค้าที่ได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคว่าสินค้าดีจริง

6. การใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขบขัน เป็นการโฆษณาที่เน้นความบันเทิงของผู้รับสาร เป็นการ สื่อสารโดยอ้อมไม่ใช้การนำเสนอสารแบบตรงไปตรงมา ซึ่งการใช้ความบันเทิงในโฆษณา ต้องสื่อสาร ผลิตภัณฑ์และตราสินค้ามากกว่าให้แค่เรื่องราวความตลกสนุกสนานเพียงอย่างเดียว

7. การใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ เป็นการโฆษณาเพื่อสร้างอารมณ์ที่พร้อม จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า และสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคได้อีก รูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นการ แสดงให้เห็นถึงจินตนาการที่จะนำเสนอประโยชน์สินค้าที่เหนือจริง

8. การใช้ภาษาจูงใจให้สิ่งตอบแทน เป็นวิธีการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคโดยการให้สิ่งตอบแทนในลักษณะโปรโมชั่นต่างๆ ได้แก่ การให้รางวัลของแถม การยืมดีคืนเงิน การลดราคาสินค้าหรือดอกเบี้ยการยืมเวลาผ่อน การบริการฟรี เป็นต้น ซึ่งโปรโมชั่นดังกล่าวมักมีกำหนดระยะเวลาเป็นช่วงๆ เพื่อจูงใจ ผู้บริโภคให้เลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

9. การใช้คำขวัญ เป็นวิธีการใช้ภาษาที่มุ่งเน้นให้เกิดความไพเราะสละสลวย โดยการ ใช้คำซ้ำคำคล้องจองสัมผัส การใช้ถ้อยคำประโยคสั้นๆ ที่ให้ความหมายได้ลุ่มลึกและจูงใจ เพื่อทำให้ผู้รับชมโฆษณา จดจำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าได้ง่าย

10. การใช้ภาษาภาพพจน์ เป็นวิธีการใช้สำนวนภาษารูปแบบหนึ่งโดยการเรียบเรียงถ้อยคำ ด้วยวิธีที่แตกต่างจากการเรียบเรียงถ้อยคำด้วยวิธีปกติ ถ้อยคำมีลักษณะไม่กล่าวอย่างตรงไปตรงมา เพื่อต้องการให้ผู้อ่านเกิดมโนภาพ มีความเข้าใจในถ้อยคำลุ่มลึกไปตามจินตนาการของแต่ละบุคคล

11. การใช้ภาษาในการเน้นจุดเด่น เป็นกลวิธีที่อ้างถึงจุดเด่นของสินค้าที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการนำเสนอ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเด่นเฉพาะ และผลประโยชน์ของสินค้าที่แตกต่างจาก คู่แข่ง เพื่อจูงใจให้นับว่าผู้รับชมโฆษณา

กาญจนา ตันโพธิ์ (2562) ได้ศึกษาวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊ก แฟนเพจยอดนิยมของไทย โดยศึกษาข้อความโพสต์ในเฟซบุ๊กแฟนเพจยอดนิยม 3 แฟนเพจ ผู้วิจัยได้สรุปกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาได้ดังนี้

กลวิธีการนำเสนอเนื้อหา คือ เทคนิค วิธีการนำเสนอเรื่องราวหรือการเรียบเรียงถ้อยคำ ภาษาเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาสาระต่างๆ ไปยังผู้อ่าน ด้วยวิธีการที่หลากหลาย ทำให้เกิดการสื่อความเข้าใจและรับรู้เนื้อหานั้นได้ถูกต้อง ผู้เขียนแต่ละคน จะมีวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันไปตามความถนัดและตามบุคลิกลักษณะของตน

1. การบอกเล่าเรื่องราวข่าวสาร กระแสสังคม คือ กลวิธีที่นำเรื่องราวหรือข่าวใน สังคมที่กำลังเป็นกระแสโด่งดังหรือเป็นที่รู้จักมานำ เสนอให้เนื้อหาเพจ ซึ่งกลวิธีนี้มีลักษณะคล้ายกับการโฆษณา

2. การอ้างอิงสื่อหรือเรื่องราวอื่นๆ ประกอบเรื่องที่เล่า หมายถึงกลวิธีการนำ สื่อหรือเรื่องราวทั้งในรูปแบบของคลิป เว็บไซต์ ข้อเขียน หรือคำกล่าวของผู้อื่นมาอ้างอิงประกอบ เรื่องที่นำเสนอ

3. การอ้างอิงรูปภาพ หมายถึง กลวิธีที่ผู้ส่งสารนำรูปภาพต่างๆ ทั้งที่สร้างขึ้นเอง หรือภาพทั่วไปมาประกอบการเล่าเรื่อง ซึ่งรูปภาพ เหล่านี้มักเป็นภาพที่เชื่อมโยงกับกระแสสังคมหรือเรื่องราวบางอย่างที่ผู้ส่งสารสร้างขึ้นมานำเสนอ เรื่องราวเพลง และรูปภาพเหล่านี้จะมีผลช่วยให้เนื้อหาที่นำเสนอสื่อถึงผู้รับสารได้อย่างชัดเจน

4. การสร้างมุกตลก คือ กลวิธีการนำ เสนอเนื้อหาโดยมีเจตนาที่จะนำเสนอความตลกขบขันหรือบางครั้งอาจใช้วิธีนำเสนอเรื่องอื่นๆ แต่ แทรกมุกตลกที่ต้องอาศัยการตีความเข้าไปด้วย กลวิธีการสร้างมุกตลกนั้นจัดเป็นกลวิธีการนำเสนอ เนื้อหาอย่างหนึ่งที่เฟซบุ๊กแฟนเพจนิยมใช้กันมาก อาจเนื่องจากมุกตลกช่วยให้เกิดความสนุกสนาน ผ่อนคลายจากความตึงเครียด

5. การบอกเล่าเรื่องราวของตัวเอง หมายถึง กลวิธีที่ผู้ส่งสารหรือผู้สร้างเพลงนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ในเพลงของตนด้วยการพูดหรือเล่า เรื่องราวของตนเองอาจมีลักษณะเหมือนการหักทนายสมาชิกเพลงหรือการพูดคุยเล่าประสบการณ์ กิจกรรมที่เกิดขึ้นกับตนให้สมาชิกรับฟัง

6. การแนะนำให้ซื้อคิดหรือเตือนสติคือ กลวิธีที่ผู้ส่งสารนำเสนอเนื้อหาโดยหวังผลให้เกิดการแก้ไขเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรม ในสังคม โดยอาจนำเสนอในรูปภาษาตรงไปตรงมาหรือบางครั้งอาจใช้ภาษาอ้อมๆ แต่แฝงเจตนา แนะนำหรือบางครั้งอาจตักเตือนแนะนำด้วยถ้อยคำ

7. การประชดประชันหรือการล้อเลียนสังคม คือ กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาเพลงที่ใช้กลวิธีทางภาษาที่มีเจตนาประชดประชันเสียดสีคน หรือเรื่องราวในสังคม กลวิธีนี้อาจปรากฏในหลายลักษณะ

จากแนวคิดและทฤษฎีของ สิริวรรณ นันทจันทุล (2543) นนทวัฒน์ เนตรเจริญ (2560) ปาริฉัตร พิมล (2562) กาญจนา ตันโพธิ์ (2562) และพระมหาสันติราษฎร์ ฆานสนธิ (พวงมลิ) (2561) ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ในการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในการนำเสนอพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดได้ดังนี้

1. กลวิธีการสร้างความสงสัย หมายถึง กลวิธีที่สื่อความหมายไม่ชัดเจนในพาดหัวข่าว ผู้อ่านจะต้องเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวจึงจะรู้ว่าหมายถึงสิ่งใดอาจมีการใช้กลวิธีพาดหัวข่าวโดยมีคำถามที่ไม่ต้องการคำตอบหรือปกปิดรายละเอียดบางส่วนเพื่อให้อ่านเกิดความสงสัย หรือการใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ สื่อรายละเอียดที่กว้างเกินไป

2. กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ หมายถึง การนำเสนอข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่ชวนให้คิดว่าข่าวหรือข้อมูลในข่าวนั้นเป็นเรื่องปัจจุบันทันด่วน

3. กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว หมายถึง การใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่สื่อความเกี่ยวข้องกับใกล้ชีวิตระหว่างข่าวกับผู้อ่านเพื่อชักจูงให้ข่าวนั้นมีความใกล้ชิดหรือเกี่ยวข้องกับพาดหัวข่าว

4. กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ หมายถึง การถ่ายทอดเรื่องราวแล้วสอดแทรกความรู้สึกเข้าไปในพาดหัวข่าวเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่ามีความพิเศษ ไม่ใช่เรื่องธรรมดาทั่วไป

5. กลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม หมายถึง การใช้ถ้อยคำเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความอยากรับข้อเท็จจริงในเนื้อหาข่าว มีใช้ถ้อยคำเพื่อให้ผู้อ่านตีความเองจากสิ่งที่ผู้เขียนสื่อ โดยไม่ได้บอกอย่างตรงไปตรงมา

6. กลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม หมายถึง การนำเรื่องราวหรือข่าวในสังคมที่กำลังเป็นกระแสโด่งดังหรือเป็นที่รู้จักมานำเสนอ

7. กลวิธีการนำเสนอโดยการประชดประชันหรือการล้อเลียนสังคม หมายถึง การใช้ถ้อยคำเสียดสี กล่าวกระทบเปรียบเปรยในลักษณะประชดประชัน

8. กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ หมายถึง เป็นการนำเสนอโดยให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกไปกับผู้เขียน

9. กลวิธีการใช้สำนวน หมายถึง การนำเสนอโดยการเปรียบเทียบ โดยอาจมีความหมายตามตัวหรือไม่ตามตัวขึ้นอยู่กับผู้เขียนจะใช้อย่างไร

10. กลวิธีการใช้ภาษาต่างประเทศ หมายถึง เป็นการนำเสนอภาษาที่มาจากต่างประเทศที่นำมาใช้ในประเทศไทย

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเขียนข่าว

ชุดิมา สาตร์ร้าย (2556) ศึกษาเรื่องภาษาข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์แจก M2F โดยการวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์แจก M2F 2) เพื่อวิเคราะห์กลวิธีการนำเสนอและการใช้ภาษาข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์แจก M2F โดยศึกษาจากหนังสือพิมพ์ M2F ฉบับเดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาของข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์แจก M2F ประกอบด้วยข่าว 13 ประเภท ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ข่าวบันเทิง ข่าวศาสนาและความเชื่อ ข่าวสุขภาพข่าวเหตุการณ์ไม่ปกติ ข่าวอุทกภัยและธรณีพิบัติ ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวในพระราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวพยากรณ์อากาศ และข่าวการศึกษา ทั้งนี้ข่าวที่เลือกมานำเสนอจัดอยู่ในประเภทข่าวเบาที่ผู้คนให้ความสนใจ และเป็นเรื่องใกล้ตัวที่เหมาะสมกับวิถีชีวิต ของคนเมือง ด้านกลวิธีการนำเสนอข่าวหน้าหนึ่ง พบว่ามีความโดดเด่นในด้านการใช้ตัวอักษรสีการพาดหัวข่าว การวางรูปภาพ การวางตัวอักษรให้สัมพันธ์กับความหมายของ

คำ และการตกแต่งตัวอักษรเพื่อช่วยสื่อความหมายของคำ ซึ่งเป็นการดึงดูดความสนใจจากผู้รับหนังสือพิมพ์ เพื่อให้สอดคล้องกับการส่งสารไปยังผู้รับสารด้วยจากแจกฟรีในชั่วโมงเร่งด่วน ด้านการใช้ภาษาข่าวหน้าหนึ่งพบว่าเป็นภาษาที่เข้าถึงคนได้ทุกเพศทุกวัย มีการสร้างคำใหม่ที่เข้ากับเหตุการณ์ในสังคมปัจจุบัน เพื่อให้ผู้อ่านรับข่าวสารได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งมีลักษณะการเล่าข่าวมากกว่าการรายงานข่าวดัง เช่นหนังสือพิมพ์ทั่วไป

ชลันธร วรรณโวหาร (2562) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ กรณีศึกษาสำนักข่าว The MATTER โดย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์และวิธีการในการนำเสนอเนื้อหาบน สื่อออนไลน์ รวมไปถึงการศึกษารูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาและกระบวนการผลิตเนื้อหาเพื่อ สื่อออนไลน์ กรณีศึกษาเฉพาะสำนักข่าว The MATTER โดยศึกษาผ่านการเข้าไปมีส่วนร่วมในการ ฝึกงานภายในสำนักข่าวThe MATTER เป็นระยะเวลา 2 เดือนและศึกษาผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ บุคลากรภายในสำนักข่าวและศึกษาผ่านเนื้อหาที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กเพจ (Facebook Page) ‘The MATTER’ และเว็บไซต์ thematter.com ผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์และวิธีการในการนำเสนอเนื้อหาบนสื่อออนไลน์เป็นไปตาม ลักษณะของสื่อใหม่ที่มีความรวดเร็ว ความหลากหลาย และความไม่จำกัดของข้อมูล ส่งผลให้เนื้อหา บนสื่อออนไลน์ต้องมีการปรับตัวไปตามคุณลักษณะของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย ส่วนรูปแบบใน การนำเสนอเนื้อหานั้น ด้วยความมัลติมีเดีย (Multimedia) ของสื่อออนไลน์ทำให้สามารถผลิตเนื้อหา ในรูปแบบที่หลากหลายได้ แต่ในการผลิตเนื้อหาแต่ละรูปแบบต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีความแตกต่างกัน เนื้อหาแต่ละรูปแบบย่อมตอบสนองต่อกลุ่มผู้รับสารที่ต่างกันไปในทั้งด้านประชากรศาสตร์ และด้านพฤติกรรมกรบริโภค นอกจากนี้เนื้อหาแต่ละประเภทยังเหมาะสมกับรูปแบบการนำเสนอที่ต่างกันอีกด้วย ส่วนกระบวนการผลิตเนื้อหาเพื่อสื่อออนไลน์มีความรวดเร็วและคล่องตัวเพื่อเป็นไปตามคุณลักษณะของสื่อใหม่นั้นเอง จึงสรุปได้ว่า กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ขึ้นอยู่กับ คุณลักษณะของสื่อ พฤติกรรมของผู้บริโภค และขีดจำกัดของการทำงานขององค์กรในการผลิตเนื้อหา สำหรับสื่อออนไลน์ส่งผลให้เนื้อหาบนสื่อออนไลน์มีลักษณะและความแตกต่างที่เฉพาะตัว ส่วนเนื้อหาของสำนักข่าว The MATTER มีกลยุทธ์ที่โดดเด่นคือการมีเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย ใกล้เคียง และ แตกต่างผ่านการมีอัตลักษณ์ของตนเอง

จากงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ในส่วนของการเขียนข่าวและพาดหัวข่าวว่าคุณสมบัติของลักษณะข่าวเชิงคลิกเบตเป็นอย่างไรมีความแตกต่างจากข่าวทั่วไปอย่างไร ข้อมูลที่นำเสนอออกสู่สาธารณะมีการบิดเบือนข้อเท็จจริงมากน้อยเพียงใด เพราะจากคุณสมบัติข่าวข้างต้นทำให้เล็งเห็นว่าเนื้อหาข่าวที่นำมาเขียนและนำเสนอออกไปยังผู้อ่านนั้น ผู้เขียนข่าวต้องเขียนข่าวให้มีคุณสมบัติเป็นไปตามคุณลักษณะของข่าวที่ดี เพราะข่าวที่นำเสนอจะต้องเป็นข้อมูลตามข้อเท็จจริงไม่มีการแต่งเติมให้เกินจริงไปจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้แล้วผู้เขียนข่าวต้องมีความเที่ยงธรรม มีความเป็นกลางไม่เอียงเอนไปทางใดทางหนึ่ง ทั้งนี้ผู้รับข้อมูลข่าวสารต้องมีวิจารณญาณในการรับ

ข้อมูลสามารถวิเคราะห์ข่าวสารได้ว่าเป็นข้อมูลจริงเท็จเพียงใดจะได้ไม่ตกเป็นเหยื่อของผู้ที่นำเสนอข่าวที่บิดเบือนความจริงหากเจอผู้ที่เขียนข่าวที่มีคุณสมบัติไม่ครบถ้วน มีเนื้อหาที่บิดเบือนความเป็นจริง นำเสนอข่าวไม่ครบถ้วน ขาดจรรยาบรรณในการนำเสนอข้อมูลข่าวลักษณะนี้เป็นข่าวประเภทเชิงคลิกเบต ผู้วิจัยจึงนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ไปวิเคราะห์ในงานวิจัย เรื่อง “การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเฟซบุ๊ก : องค์ประกอบ ลักษณะ และกลวิธีการใช้ภาษา” ต่อไป

2.4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับข่าวคลิกเบต

วิริยาภรณ์ ทองสุข (2559) ศึกษาเรื่องการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์คุณลักษณะการพาดหัวข่าวและความสอดคล้องการพาดและเนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์ ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth Interview) ตัวแทนนักวิชาการและนักวารสารศาสตร์ด้านสื่อสารมวลชน และส่วนที่ 3 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 2 กลุ่ม คือตัวแทนกลุ่มวัยทำงานและตัวแทนกลุ่มนักศึกษา ผลการศึกษาการวิเคราะห์คุณลักษณะและความสอดคล้องของการพาดหัวข่าวกับเนื้อหาข่าวของเว็บไซต์ โดยเก็บข้อมูล เว็บไซต์ boxza.com ระหว่างวันที่ 16 พฤษภาคม 2559 ถึง วันที่ 14 มิถุนายน 2559 พบว่า มีคุณลักษณะการพาดหัวข่าวที่ใช้รูปแบบของวลีที่นำมาเรียง ๆ กัน เพื่อใช้ในการพาดหัวข่าวมากที่สุด ในส่วนของภาษาที่ใช้การพาดหัวข่าวใช้คำเรียกชื่อจริง/ชื่อเล่น มากที่สุด ประกอบกับการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) คำสแลง และภาษาต่างประเทศ เพื่อเป็นการกระตุ้นความอยากรู้ให้กับผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านข่าว ส่วนเนื้อหาข่าวของเว็บไซต์ที่นำเสนอเป็นข้อความสั้น ๆ ประกอบกับภาพนิ่งมากที่สุด และการวิเคราะห์ความสอดคล้องเนื้อหาข่าวและพาดหัวข่าวของ เว็บไซต์ พบว่า ส่วนใหญ่ยังมีความสอดคล้องต้องกันอยู่ การศึกษาแนวโน้มของการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์ จากตัวแทนนักวิชาการ และนักวารสารศาสตร์ ด้านสื่อสารมวลชนระบุว่า การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตมีการปรับตัวอยู่เสมอ มักปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข่าว เพื่อเรียกร้องความสนใจของผู้อ่านเป็นหลัก โดยการนำเสนอในรูปแบบของกลเม็ดชีวิต รูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อให้ผู้อ่านแชร์ต่อในโซเชียลมีเดีย ในด้านจริยธรรมสื่อสารมวลชนถือว่าการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตเป็นข่าวที่ไม่ค่อยมีความน่าเชื่อถือ เพราะได้นำเสนอข้อเท็จจริงให้กับผู้อ่านเพียงบางส่วนหรืออาจมีการบิดเบือนข่าวให้กับผู้อ่านข่าว ซึ่งผลให้ ผู้อ่านจะได้รับรู้ข่าวที่ไม่ครบถ้วนรอบด้าน

ด้านการศึกษาความคิดเห็นผู้อ่านข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์ ตัวแทนกลุ่มวัยทำงานและตัวแทนกลุ่มนักศึกษา ให้ความคิดที่สอดคล้องกันเห็นว่า การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์มีลักษณะเป็นด้านลบ เพราะนำเสนอข่าวที่เกินความจริงและขาดความน่าเชื่อถือหลายส่วน ถึงแม้ว่าผู้อ่านจะรู้เท่าทันสื่อแต่แนวโน้มของการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตจะยังอยู่ในโซเชียลมีเดีย เพราะผู้อ่านยังคงให้ความสนใจกับข่าวสังคม ข่าวบันเทิง ผู้นำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตมักมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ

การนำเสนอเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกแปลกใหม่ เช่น การนำเสนอในรูปแบบการดำเนินชีวิต เพจกระตุ้ หรือเกร็ดความรู้ต่าง ๆ จึงทำให้การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบทของเว็บไซต์ยังอยู่กับผู้อ่านชาว โขเชียลมีต่อไป

นนท์วิช ไชยวัง (2560) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิเคราะห์เนื้อหา โดยใช้ เครื่องมือคือ แบบบันทึกทรงรหัสซึ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐและ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาธุรกิจ ใช้การสุ่มแบบอย่างมีระบบ โดยสุ่มวันเว้นวัน ของเดือนเมษายน 2560 จำนวน 150 ข่าว แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล ผลวิจัยพบว่าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวมากที่สุด คือ การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายร่ำอารมณ์ เรียกร้องความสนใจ การพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ การพาดหัวข่าวแบบใช้คำร่ำอารมณ์ความรู้สึก การพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น สมญานามแหล่งข่าว การพาดหัวข่าวโดยระบุ (ชมคลิป) (ภาพชุด) (ชมภาพ) การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพร ต่าง ๆ การพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ การพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง การพาด หัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล ตามลำดับ ส่วนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาธุรกิจมีการใช้รูปแบบการ พาดหัวข่าวมากที่สุดคือ การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายร่ำอารมณ์ความรู้สึก การพาดหัวข่าวแบบ ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/คำย่อ/ชองชื่อเฉพาะ ยศ ตำแหน่ง การ พาดหัวข่าวแบบใช้คำร่ำอารมณ์ความรู้สึก การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข การพาดหัวข่าวแบบ เรียกชื่อคนดัง/ชื่อจริง-เล่น สมญานามแหล่งข่าว การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน การพาดหัว ข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล ตามลำดับ

ทั้งนี้พบว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวที่ทั้ง 2 เว็บไซต์ใช้น้อย คือการพาดหัวข่าวที่ใช้ สุภาพิต/วลี/สำนวนการพาดหัวข่าวแบบใช้คำสแลงและการพาดหัวข่าวแบบไม่ตรงกับเนื้อหา

ฉัตร มารศรี (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลให้บุคคลเชื่อ หรือแชร์บทความเท็จ บนสื่อสังคม เนื่องจากกระแสการใช้สื่อสังคมของคนไทยที่นับวันจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ กลลวงทางสังคม ก็มีแนวทางใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เช่นกัน โดยหนึ่งในนั้นคือข่าวสาร หรือบทความเท็จ (Fake News) ที่มีการบิดเบือนเนื้อหาข้อมูล เสนอข้อมูลไม่ครบถ้วน มีข้อมูลที่ผิด โดยมีจุดประสงค์ให้บุคคลเข้าใจผิด ในตัวเนื้อหา หรือแม้กระทั่งเป็นคลิกเบท (Clickbait) เพื่อให้ได้รับยอดในการคลิก (Click) ซึ่งปัญหา ของบทความเท็จ นั้นมีให้เห็นอย่างมากมาย โดยในต่างประเทศมักจะเป็นเรื่องการเมืองที่ถูกบิดเบือน ความจริงเพื่อหวังให้ผู้คนเข้าใจผิดในตัวพรรคฝ่ายตรงข้าม และหันมาเทคะแนนเสียงให้ฝ่ายตนแทน สำหรับประเทศไทยถึงแม้จะยังไม่มีตัวอย่างที่ร้ายแรงระดับประเทศแต่มีในระดับครัวเรือน ไม่ว่าจะ เป็นด้านสุขภาพที่มีการให้ความรู้ผิด ๆ และมีคนนำไปปฏิบัติจริง หรือด้านการค้าขายที่มีการ อวดอ้างสรรพคุณที่เกินจริง เป็นต้น

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคคลให้เชื่อ หรือแชร์บทความเท็จบนสื่อสังคม เพื่อทำความเข้าใจ และนำไปใช้ในการป้องกัน รวมไปถึงวิธีช่วยลดปัญหาของบทความเท็จในสังคมได้ โดยงานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้คัดกรองกลุ่มตัวอย่าง คือต้องเป็นบุคคลที่เคยเชื่อ หรือแชร์บทความเท็จผ่านสื่อสังคมมาก่อน เพื่อความเสถียรของผลลัพธ์ในปัจจัยต่าง ๆ ผลของงานวิจัยฉบับนี้พบว่า ตามทฤษฎีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี อิทธิพล ที่ส่งผลต่อบุคคลในการเชื่อถือบทความบนสื่อสังคมเกิดจากปัจจัยด้านเพื่อนหรือ คนรู้จัก และ จำนวนการแชร์ ในขณะที่ การแชร์บทความบนสื่อสังคมได้อิทธิพลจากปัจจัยด้านทัศนคติและจำนวน การแชร์ นอกจากนี้ ผลลัพธ์ที่ตั้งบนทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจว่าด้วยอิทธิพลด้าน พฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคม แสดงให้เห็นว่า มีเพียงปัจจัยด้านความถี่ในการใช้งานเท่านั้นที่ส่งผลต่อการเชื่อถือบทความบนสื่อสังคม แต่ไม่มีปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการแชร์บทความบนสื่อสังคม ดังนั้นงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า อิทธิพลทางด้านพฤติกรรมในการใช้งานมีผลต่อการเชื่อถือบทความบนสื่อสังคมและการแชร์น้อยกว่า อิทธิพลที่ส่งผลต่อบุคคลในขณะเดียวกัน งานวิจัยฉบับนี้ยังได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเชื่อถือ และการแชร์บทความเอง โดยผลที่ได้แสดงให้เห็นว่า การเชื่อถือนั้นมีอิทธิพลทางลบต่อการแชร์ โดยสามารถตีความได้ว่าหากบทความไหนที่เป็นที่รู้กันว่าเป็นจริง หรือไม่ใช่สิ่งแปลกใหม่ใคร ๆ ก็ทราบจะไม่สามารถกระตุ้นให้บุคคลทำการแชร์ข่าวสาร หรือบทความนั้นออกไป แต่หากเป็นบทความที่ไม่แน่ชัด น่าสนใจ หรือเห็นว่ามีประโยชน์ บุคคลจะมีแนวโน้มที่จะแชร์บทความมากกว่า

จากงานวิจัยข้างต้นผู้วิจัยได้ศึกษาและนำมาประยุกต์เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ลักษณะข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊กว่ามีลักษณะเชิงคลิกเบตอย่างไร อีกทั้งยังเป็นแนวทางให้กับผู้ที่อ่านข่าว ได้รู้ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตและเพื่อป้องกันไม่ให้ตกเป็นเหยื่อข่าวประเภทนี้ที่หวังผลกำไรมากกว่าเนื้อหาสาระ

2.4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการใช้ภาษา

พรนภา ไทยสิทธิ (2550) ได้ศึกษาลีลาการใช้ภาษาในนวนิยายเรื่องเพชรพระอุมา โดยศึกษาเรื่องของการใช้คำ ประโยค สำนวน ภาพพจน์ โดยเสนอผลการศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์จากกลุ่มประชากร คือ นวนิยายเรื่องเพชรพระอุมา ฉบับสำนักพิมพ์ ณ บ้านวรรณกรรม ปี พ.ศ. 2544 ภาค 1 จำนวน 6 ตอน รวมทั้งสิ้น 24 เล่ม โดยผลการศึกษาสรุปว่า ลีลาของการใช้ภาษาในนวนิยายเรื่องเพชรพระอุมา มีลักษณะเด่น คือ การใช้คำที่หลากหลาย มีความเหมาะสมกับเนื้อเรื่องและตัวละคร ได้แก่ การใช้คำทับศัพท์ การใช้คำเสริม การใช้คำตลาด การใช้คำเรียก-ร้อง ด้านการใช้ประโยคพบว่าผู้แต่งนิยมใช้ประโยคชนิดยาว ได้แก่ ประโยคความรวมและประโยคความซ้อน ส่วนประโยคความเดียวจะพบน้อยกว่า นอกจากนี้ยังพบว่ามีการใช้ประโยคแสดงเจตนาในลักษณะต่างๆ ได้แก่ ประโยคแจ้งให้ทราบ ประโยคถามให้ตอบ ประโยคบอกให้ทำ ซึ่งผู้แต่งนิยมใช้ประโยคแสดงเจตนา ในบทสนทนาของตัวละครด้านการใช้สำนวน ผู้แต่งเลือกใช้สำนวนที่มีความ

หลากหลาย แม้จะมีลักษณะที่มาของสำนวนที่ต่างกันนำมาใช้ได้อย่างเหมาะสมกับเนื้อเรื่องและเหตุการณ์ด้านการใช้ภาษาภาพพจน์ พบว่าผู้แต่งใช้ภาษาภาพพจน์ในการบรรยายสถานที่ บุคคลและสิ่งต่างๆ ได้แก่ อุปมา อุปลักษณ์บุคลาธิษฐาน อติพจน์ สัทพจน์ สัญลักษณ์ อนุนามนัยและอนินามนัย ทำให้ภาษา มีความสละสลวยและสื่อสารรายละเอียดได้ชัดเจนมากขึ้น

ญาดา ชาญบุญชี (2551) ศึกษาเรื่อง กลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนอารมณ์ขันของ เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา จากผลการศึกษาพบกลวิธีการใช้ภาษาแสดงอารมณ์ขัน 14 กลวิธีโดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลวิธีทางศัพท์ ได้แก่ กลวิธีการใช้คำเลียนเสียง กลวิธีการใช้คำรุนแรง กลวิธีการเล่นคำ กลวิธีการใช้คำต่างประเทศ กลวิธีการสร้างคำใหม่ กลวิธีการตัดคำ 2) กลวิธีทางปริเฉทและวัจนปฏิบัติศาสตร์ ได้แก่ กลวิธีเสียดสีประชดประชัน กลวิธีการสร้างเรื่องให้เกินจริง กลวิธีการตั้งสมญานามให้กับบุคคลกลวิธีการใช้ภาษาแสดงภาพพจน์ กลวิธีความไม่เข้ากัน กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสัปดน กลวิธีการพาให้หลงทาง กลวิธีการล้อเลียน นอกจากนี้ผู้วิจัยพบ กลวิธีเพิ่มเติมอีก 4 กลวิธีได้แก่ กลวิธีการใช้คำแสดง กลวิธีการชมและตำหนิตนเอง กลวิธีการสื่อสารกับผู้อ่าน และกลวิธีการใช้สำนวนสุภาพ โดยกลวิธีที่พบส่วนใหญ่เป็นกลวิธีทางปริเฉทและวัจนปฏิบัติศาสตร์ ซึ่งเป็นกลวิธีที่ต้องมีการวิเคราะห์ความหมายแฝงโดยอาศัยบริบทและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม จาก ผลการศึกษาพบวาทศิลป์ที่ปรากฏมากในงานเขียนของเกตุเสพย์สวัสดิ์ คือกลวิธีเสียดสีประชดประชันเนื่องจากเกตุเสพย์สวัสดิ์ต้องการชี้ให้เห็นถึงสภาพของสังคมปัจจุบันว่ามีทั้งทางบวกและทางลบ จึงใช้ การเสียดสีประชดประชันเพื่อทำให้เป็นเรื่องตลกขบขัน นอกจากนี้ การศึกษา กลวิธีและความหมายแฝงแล้ว จากผลการวิจัยยังพบว่ารูปแบบการเขียน ของ เกตุเสพย์สวัสดิ์ ก็เป็นส่วนสำคัญในการนำเสนอความตลก กล่าวคือ มีการเขียนบทหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการทำให้เป็นปริศนาอักษรไขว้คอลัมน์ทำนายดวง คอลัมน์ตอบปัญหาทางเพศ ร้อยกรอง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้พูดอย่างดี

วรวรรณ สุขใส (2551) ลักษณะเด่นของงานเขียนนำเที่ยวต่างประเทศในนิตยสารท่องเที่ยวภาษาไทย พ.ศ. 2549 ได้ ศึกษา รูปแบบ ลักษณะเด่น และกลวิธีการใช้ภาษาของงานเขียนนำเที่ยวต่างประเทศในนิตยสารท่องเที่ยวภาษาไทย พ.ศ. 2549 โดยเก็บข้อมูลจากนิตยสารท่องเที่ยวภาษาไทย 4 รายชื่อฉบับ ได้แก่ เที่ยวรอบโลก เพื่อนเดินทาง Travel Guide และ Anywhere รวมทั้งสิ้นจำนวน 90 เรื่อง ผลการวิจัยพบว่าลักษณะเด่นของงานเขียนนำเที่ยวต่างประเทศในนิตยสารท่องเที่ยวภาษาไทย ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 2 ส่วนคือ ภาพ และเนื้อความ ภาพเป็นภาพถ่ายที่มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจให้ชวนติดตาม และเสริมความเข้าใจให้สาระสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังทำให้ผู้อ่านได้รับความรู้และความประทับใจ ส่วนเนื้อความเป็นส่วนสำคัญที่ใช้ในการบอกเล่าเรื่องราวให้ข้อมูลข้อเท็จจริง อารมณ์ ความรู้สึก รวมทั้งประสบการณ์ ความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้เขียนจากการเดินทางท่องเที่ยวผู้อ่าน โดยมีรูปแบบการนำเสนอด้วยงานเขียนประเภท

บทความสารคดีที่ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 2 องค์ประกอบคือ ชื่อเรื่อง และเนื้อเรื่อง ในส่วนเนื้อเรื่องสามารถแบ่งได้เป็น 5 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ หัวเรื่อง บทนำ เนื้อหา บทสรุป และข้อความล้อมกรอบ องค์ประกอบเหล่านี้จะช่วยโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านที่มีเวลาและสนใจการท่องเที่ยว อาจจะติดตามไปดูสถานที่จริง ส่วนกลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนนำเที่ยวต่างประเทศ พบว่ามี 7 กลวิธี ได้แก่ การบรรยาย การพรรณนา การเปรียบเทียบ การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ การใช้ภาษาระดับกันเอง การใช้ภาษาเพื่อการเสนอแนะ และการใช้คำภาษาต่างประเทศ ในงานเขียนนำเที่ยวหนึ่งๆ จะใช้กลวิธีการใช้ภาษาหลายกลวิธีประกอบกัน เพื่อทำหน้าที่โน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเห็นภาพ แสง สี รวมทั้งอารมณ์ความรู้สึกให้คล้อยตาม จนเกิดความรู้สึกต้องการจะไปท่องเที่ยวด้วยตนเอง

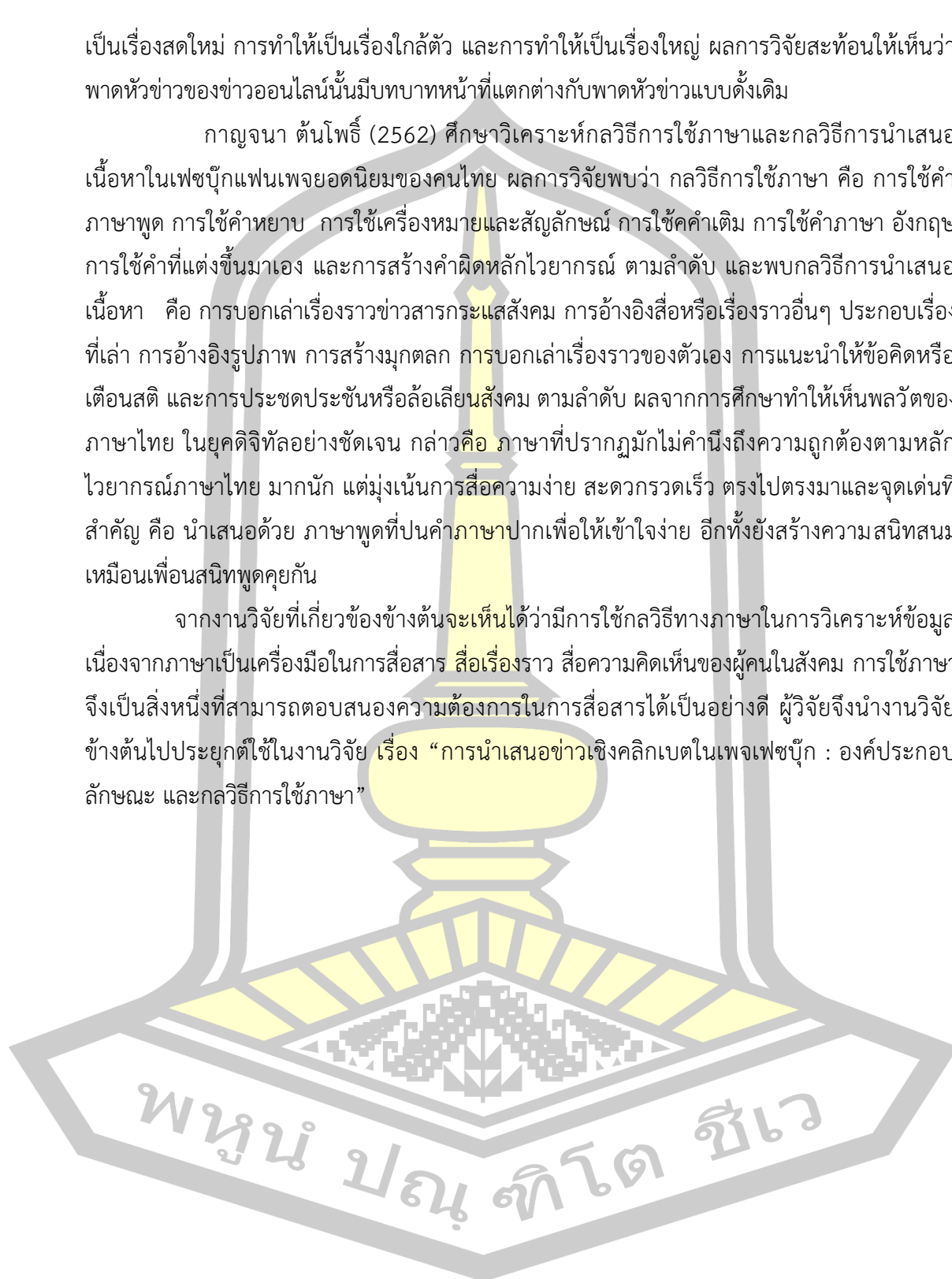
พิริยา เพชรแก้ว (2552) ศึกษาเรื่องลักษณะการใช้ภาษาในข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันตามหลักภาษาศาสตร์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการเปลี่ยนแปลงระดับภาษาในข่าวหน้าหนึ่งและการเปลี่ยนแปลงระดับภาษากับการรับรู้ของผู้อ่านโดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 วิธี ได้แก่การวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ มติชน ไทยโพสต์ ไทยรัฐ และกรุงเทพธุรกิจ และวิธีการสัมภาษณ์เชิงบุคคล ได้แก่ นักหนังสือพิมพ์และผู้อ่านหนังสือพิมพ์ทั่วไป ผลการวิจัยพบว่าการเปลี่ยนแปลงระดับภาษาในข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันตามหลักภาษาศาสตร์ในลักษณะการใช้ภาษาที่เป็นนามธรรมนั้นแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การเปลี่ยนแปลงระดับของที่ต้องการสื่อความหมายถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลและการเปลี่ยนแปลงระดับของภาษาที่ต้องการสื่อความหมายถึงเหตุการณ์หรือเรื่องราวส่วนสาเหตุที่นักหนังสือพิมพ์เลือกใช้ภาษาที่เป็นนามธรรมเนื่องจากขนาดพื้นที่ข่าวมีจำกัดหลีกเลี่ยงจากคำที่เป็นทางการเพื่อผ่อนคลายบรรยากาศของข่าว เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและเรื่องคุณค่าข่าว ผลจากการสัมภาษณ์ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ทั่วไป พบว่า การเปลี่ยนแปลงระดับของภาษาในลักษณะนามธรรมนี้ส่งผลให้ข่าวมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากรับรู้ที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความคาดเดาและความอยากรู้ ส่วนข้อเสียของการใช้ภาษาที่เป็นนามธรรมคือ บางครั้งผู้อ่านเลือกอ่านข่าวเพียงบางส่วนทำให้เกิดความเข้าใจผิดพลาดได้

นันท์วัฒน์ เนตรเจริญ (2560) ศึกษาเรื่อง กลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการเขียนพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านจากข่าวออนไลน์ โดยรวบรวมพาดหัวข่าวจำนวน 600 พาดหัวข่าว จากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ที่พบการใช้พาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่าน 6 เว็บไซต์ ผลการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาพบว่าพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านมีกลวิธีทางภาษา 3 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการสร้างความสงสัย กลวิธีการสร้างคุณค่าและกลวิธีการสร้างการมีส่วนร่วม กลวิธีการสร้างความสงสัยประกอบด้วยกลวิธีย่อย 5 กลวิธี คือ การใช้คำอ้างถึงสิ่งที่มีอยู่ข้างหน้า การใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ การใช้คำถาม การละข้อมูลบางส่วน และการเฉลยด้วยภาพวิดีโอ ส่วนกลวิธีการสร้างคุณค่าประกอบด้วยกลวิธีย่อย 3 กลวิธีคือ การทำให้

เป็นเรื่องสดใหม่ การทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว และการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า พาดหัวข่าวของข่าวออนไลน์นั้นมีบทบาทหน้าที่แตกต่างกับพาดหัวข่าวแบบดั้งเดิม

กาญจนา ตันโพธิ์ (2562) ศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจยอดนิยมของคนไทย ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการใช้ภาษา คือ การใช้คำภาษาพูด การใช้คำหยาบ การใช้เครื่องหมายและสัญลักษณ์ การใช้คำเต็ม การใช้คำภาษา อังกฤษ การใช้คำที่แต่งขึ้นมาเอง และการสร้างคำผิดหลักไวยากรณ์ ตามลำดับ และพบกลวิธีการนำเสนอเนื้อหา คือ การบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสดังคม การอ้างอิงสื่อหรือเรื่องราวอื่นๆ ประกอบเรื่องที่เล่า การอ้างอิงรูปภาพ การสร้างมุกตลก การบอกเล่าเรื่องราวของตัวเอง การแนะนำให้ซื้อคิดหรือเตือนสติ และการประชดประชันหรือล้อเลียนสังคม ตามลำดับ ผลจากการศึกษาทำให้เห็นพลวัตของภาษาไทย ในยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน กล่าวคือ ภาษาที่ปรากฏมักไม่คำนึงถึงความถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาไทย มากนัก แต่มุ่งเน้นการสื่อความง่าย สะดวกรวดเร็ว ตรงไปตรงมาและจุดเด่นที่สำคัญ คือ นำเสนอด้วย ภาษาพูดที่ปนคำภาษาปากเพื่อให้เข้าใจง่าย อีกทั้งยังสร้างความสนิทสนมเหมือนเพื่อนสนิทดคุยกัน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้กลวิธีทางภาษาในการวิเคราะห์ข้อมูลเนื่องจากภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร สื่อเรื่องราว สื่อความคิดเห็นของผู้คนในสังคม การใช้ภาษาจึงเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงนำงานวิจัยข้างต้นไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัย เรื่อง “การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเฟซบุ๊ก : องค์ประกอบลักษณะ และกลวิธีการใช้ภาษา”



บทที่ 3

องค์ประกอบและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

การศึกษาเรื่อง “การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก : องค์ประกอบ ลักษณะ และกลวิธีการ ใช้ภาษา” โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์องค์ประกอบและลักษณะจากข่าวเชิงคลิกเบตซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์องค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

3.1 วิเคราะห์องค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

3.1.1 องค์ประกอบด้านความสดใหม่

ข่าวที่ 1 “เลขนวดสวย จัดไปเลยป้า”

เนื้อหาข่าวที่ 1 เรียกว่าหลังประกาศผลรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลไปเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2564 เจ้าพ่อมดลึกลับ คำสร้อย ของเราก็ดอนไปเต็มๆ สำหรับรางวัลเลขท้ายสองตัวหลังแพนๆ ต่างเข้ามาแสดงความยินดีกันยกใหญ่เลยทีเดียว ล่าสุดเจ้าตัวถูกรางวัล และโพสต์ภาพรอสีเหลืองสวยระบุข้อความว่า มารับรางวัล ส่งมาจากญี่ปุ่น งานนี้แพนๆ ก็ไม่พลาดที่จะส่งป้ายทะเบียนอีกเช่นเคย โปรดใช้วิจารณญาณ

จากข่าวที่ 1 “เลขนวดสวย จัดไปเลยป้า” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความสดใหม่เนื่องจากการนำเสนอข่าวมีความรวดเร็วต่อเหตุการณ์ ซึ่งเนื้อหาข่าวเป็นการนำเสนอโดยเฟซบุ๊กของคุณมดลึกลับ คำสร้อย นักร้องลูกทุ่งของเมืองไทย ในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2564 หลังจากนั้นเพจสถานะได้นำเสนอข่าวนี้ในวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2564 ซึ่งการนำเสนอข่าวอยู่ในช่วงผลการออกสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้ผู้คนที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารให้ความสนใจ และจากรายงานผลการสำรวจปี 2561 ในหัวข้อ “สถานการณ์ พฤติกรรม และผลกระทบการพนันในประเทศไทย ประจำปี 2560” ที่จัดทำโดย “ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ” ผลสำรวจพบว่า พฤติกรรมการพนันปี 60 พบคนไทยเริ่มเล่นตั้งแต่ 7 ขวบ มีคนไทย 66 ล้านคนเล่นพนัน 29 ล้านคน เป็นกลุ่มวัยทำงานเล่นการพนันมากที่สุดถึง 19 ล้านคน โดยมีอายุตั้งแต่ 30-59 ปี การพนันที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอันดับที่ 1 คือสลากกินแบ่งรัฐบาลที่มีการเล่นมากถึง 21.43 ล้านคน (ไทยพับลิก้า, 2566: ออนไลน์)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าคนไทยวัยทำงานนิยมเล่นการพนันมากที่สุด และการเสพยาออนไลน์ก็เป็นช่องทางหนึ่งในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการพนัน เพราะเป็นการนำเสนอข่าวที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์เสมอจึงมีผู้คนสนใจมากขึ้น

ข่าวที่ 2 “ไผเอาปากยายไปใส่”

เนื้อหาข่าวที่ 2 เรียกได้ว่าเรื่องราวของการสแกนหน้าโครงการเราชนะเพื่อรับ 7000 บาท หลายคนพบปัญหาสแกนหน้าไม่ผ่าน บางคนที่ผ่านมาแล้วมาแนะนำ ทริคว่าต้องทาแป้งถึงจะผ่าน วันนี้เรามีเรื่องราวชวนให้ขำขันมาฝากกันอีก เช่นเคยสำหรับคุณยายท่านหนึ่งที่สมัครเราชนะสำเร็จแล้ว เหลือขั้นตอนการยืนยันตัวตนสแกนหน้า บอกเลยว่าคุณยายน่ารักมากๆ เป็นคลิปจากผู้ใช้ Tik Tok ชื่อว่า titatoyota ได้โพสต์คลิประบุว่า เมื่อให้ยายสแกนหน้าแล้วไม่มีปาก เราชนะ

จากข่าวที่ 2 “เลขรอสวย จัดไปเลยป้า” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความสดใหม่ เนื่องจากการนำเสนอข่าวเป็นช่วงระหว่างที่รัฐบาลมีโครงการเราชนะเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและเยียวยาประชาชน ผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 รอบใหม่ โดยให้มีการลงทะเบียนในวันที่ 29 มกราคม – 12 กุมภาพันธ์ 2564 ผ่านเว็บไซต์เราชนะและจะได้รับสิทธิ์ 7,000 บาท ซึ่งมีผู้เข้าร่วมโครงการจำนวนมากเพื่อรับสิทธิ์และสามารถยืนยันตัวตนผ่านการสแกนใบหน้า โดยในข่าวมีรูปคุณยายท่านหนึ่งได้เข้าร่วมโครงการเราชนะและมีการยืนยันตัวตนเองผ่านระบบโดยการสแกนใบหน้าแต่ไม่สำเร็จปรากฏว่าสแกนใบหน้าครั้งสุดท้ายสำเร็จแต่ไม่มีปาก หลานจึงทำคลิปน่ารักลงในบัญชีตลกตลก จึงสร้างความขำขันให้กับผู้ที่พบเจอเป็นอย่างมากนับได้ว่าเป็นข่าวที่สร้างความคลายเครียดและความขำขันได้เป็นอย่างดี ถือได้ว่าเป็นข่าวสดใหม่และอยู่ในช่วงที่ประชาชนทำการลงทะเบียนเพื่อรับสิทธิ์การเข้าร่วมโครงการดังกล่าว

3.1.2 องค์ประกอบด้านเป็นเรื่องใกล้ตัว

ข่าวที่ 1 “เหมือนได้ของขวัญปีใหม่”

เนื้อหาข่าวที่ 1 เมื่อวันที่ 2 ม.ค.64 พ.ต.อ.เด่นหล้า รัตนกิจ ผกก.8 บก.ทล. เปิดเผยว่าตนขอชื่นชมในไหวพริบ ความช่างสังเกตของผู้ได้บังคับบัญชาจนนำมาสู่การติดตามรถหายและคืนให้กับเจ้าของและยินดีกับทางเจ้าของรถด้วยที่ได้รถคืน ซึ่งถือว่าโชคดีมาก อาจจะเป็นเพียงไม่กี่คันที่ถูกก่อเหตุและติดตามคืนได้อย่างไรก็ตามปัจจุบันมีรถที่ถูกลักเป็นจำนวนมาก ซึ่งทางเจ้าหน้าที่ไม่นิ่งนอนใจจะดำเนินการเฝ้าระวังเหตุ พร้อมฝากถึงเจ้าของรถว่าสิ่งสำคัญต้องรู้จักป้องกัน ดูแลรถ

ของตัวเองให้ดี ซึ่งการติดอุปกรณ์ติดตามอย่างจีพีเอสก็เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถช่วยได้

จากข่าวที่ 1 “เหมือนได้ของขวัญปีใหม่” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวซึ่งในส่วนรายละเอียดของข่าวเป็นเรื่องเกี่ยวกับการลักขโมยรถแต่โชคดีที่รถกลับคืนหาเจ้าของได้ จากข้อมูลเว็บไซต์ link2hand.com เปิดสถิติรถหายปีละ 10,000 คัน ได้คืนเพียง 10% เท่านั้น โดยข้อมูลของศูนย์ปราบปรามการโจรกรรมรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ พบว่า เมื่อปี พ.ศ. 2557 ประเภทที่ถูกโจรกรรมมากที่สุด คือรถจักรยานยนต์ ซึ่งหายกว่า 8,500 คัน ได้คืนเพียง 1,053 คัน รองลงมาเป็นรถกระบะ หาย 585 คัน ได้คืน 38 คัน และรถยนต์หาย 439 คัน ได้คืน 43 คัน ส่วนช่วงเวลาที่ตำรวจพบว่า คนร้ายก่อเหตุขโมยรถมากที่สุดคือช่วงเวลาเที่ยงคืนไปจนถึง 06.00 น. รถที่ถูกโจรกรรมบางส่วนจะถูกนำไปแยกชิ้นส่วน และบางส่วนจะส่งไปขายยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยส่วนใหญ่จะถูกนำออกทางชายแดน จังหวัดนครพนมและมุกดาหาร ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวของผู้ที่ใช้รถให้ระมัดระวังป้องกันดูแลรถของตนเองให้ปลอดภัยเพื่อไม่ให้เกิดเหตุลักขโมยดังข่าวข้างต้น

ข่าวที่ 2 “อารมณ์คนถูกรางวัลที่ 1”

เนื้อหาข่าวที่ 2 อัน กับ จิยอน ผลัดกันตรวจผลสลากกินแบ่งรัฐบาลตรวจไปตรวจมาผิดหัวอยู่หลายรอบแต่สุดท้าย จิยอน และ อัน ถึงกับอึ้งเอามือปิดปากตัวเองจนทีมงานรีบเข้ามาดูก็ตกใจเห็นผลตรวจสลากแจ้งว่าถูกรางวัลที่ 1 จิยอนรีบหยิบลอตเตอรี่มาตรวจสอบใหม่แต่ก็หาไม่เจอจิยอนถึงกับถามอันที่รักกรอกเลขผิดหรือเปล่าก่อนอันเฉลยแกลังจิยอนทำแฟนสาวถึงกับโวยลั่นเรียกที่รักเสียงดังบอกทำไมทำแบบนี้อันหัวเราะชอบใจใหญ่บอกอารมณ์คนถูกรางวัลที่ 1 เป็นแบบนี้แหละ อันบอกแฟนสาวด้วยว่าซ้อมไว้ก่อนเผื่องวดหน้าถูก จิยอนถามกลับยังจะซื้ออีกเหรอโดยอันถามจิยอนว่า เมื่อก็คิดอะไรอยู่เจ้าตัวบอกว่าคิดว่าต้องทำบุญก่อนแล้วก็ได้แม่แล้วก็ได้ อันหัวเราะถามว่า แต่เมื่อก็เป็นเงินเขาไม่ใช่เหรอตัวเองจะเก็บไปไหนจิยอนบอกว่าจะเก็บไว้ให้สรุป 200 ใบ ไม่ถูกเลยงวดหน้าจะซื้ออีกหรือไม่ตามไปดูกันเลย

จากข่าวที่ 2 “อารมณ์คนถูกรางวัลที่ 1” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวจากข่าวที่นักแสดงหนุ่มอันเดอะสตาร์กับแฟนสาวจิยอนกำลังนั่งตรวจสลากกินแบ่งรัฐบาลอยู่เป็นจำนวนมากทำให้เห็นว่าผู้นำเสนอข่าวพยายามนำเสนอเรื่องราวที่เป็นเรื่องใกล้ตัวของผู้รับข่าวสารนั้นคือเรื่องการเสี่ยงโชคลุ้นรางวัลเพราะ จากผลวิเคราะห์ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจที่เอ็มบีพีเผยแพร่ผลสำรวจพบว่าคนไทยกว่า 9 ล้านคน เสพติดหวยแบ่งเป็นชอบ 7.6 ล้านคน และติดหวย 1.3 ล้านคน โดยคน

ไทย 1 ใน 4 หรือประมาณ 20 ล้านคน ซื้อลอตเตอรี่และหวยรวมกัน 250,000 ล้านบาท/ปี (พลวุฒิ สงสกุล, 2561: ออนไลน์) เนื่องจากปัจจุบันคนไทยพบปัญหาสังคมที่ส่งผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจทำให้มีภาวะเครียดจึงหาความตื่นเต้นเพื่อไม่ให้มีชีวิตที่จำเจมีความตื่นเต้นสนุกสนานประกอบกับคนไทยเป็นคนที่ต้องอยู่ในสังคม การเล่นหวยจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมไปกับคนในสังคมได้

3.1.3 องค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียง หรือความสำคัญ

ข่าวที่ 1 “ขอจีบกลางรายการ”

เนื้อหาข่าวที่ 1 เชื่อว่าหลายท่านคงทราบกันดีว่าลิเกขวัญใจแม่ยกอย่าง เอ ไชยา มิตรชัย ที่ได้ออกมาเปิดตัวครอบครัวภรรยาและลูกสาวลูกชายที่ต้องปิดบังมานานกว่า 20 ปี ทำเอาหลายๆ คนตกอกตกใจ แต่ในขณะเดียวกันก็เข้ามาแสดงความดีใจด้วยเช่นกัน ซึ่งต้องบอกเลยว่าลูกสาวและลูกชายของ เอ ไชยา นั้นได้คุณแม่มาแบบเต็มๆ เพราะทั้งคู่ก็ชื่นชอบการเล่นลิเกเช่นเดียวกันกับคุณแม่ โดยเฉพาะลูกสาว น้องแป้ง นั้นได้เดินตามรอยคุณแม่เข้าวงการบันเทิงไปอย่างเต็มตัวแล้วอีกด้วยล่าสุดทางด้าน เอ ไชยา ได้ควงลูกสาวน้องแป้ง มาเป็นแขกรับเชิญในรายการซูเปอร์หม่าซึ่งงานนี้ทางด้าน เบิ้ล ปทุมราช ได้บุกเซอร์ไพรส์กลางรายการขณะกำลังอัดรายการอยู่ โดยทางด้าน เบิ้ล ปทุมราช ได้บุกจีบกลางรายการถือพวงมาลัยขึ้นมาพร้อมขออนุญาต เอ ไชยา จีบลูกสาว น้องแป้ง จนทางด้าน เอ ไชยา นั้นทำหน้าไม่ถูกเลยทีเดียวจากนั้น เบิ้ล ปทุมราช ได้ขอแต่งลิเกสดกลางรายการให้กับน้องแป้งอีกด้วยงานนี้ต้องบอกเลยว่าถึงแม้จะเป็นแค่การหยอกล้อกันแต่ก็แอบมีลุ้นเพราะทางด้านเอ ไชยา ได้กล่าวชม เบิ้ล ปทุมราช ว่าเป็นคนน่ารักและนิสัยดี อีกด้วย

จากข่าวที่ 1 “ขอจีบกลางรายการ” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียง หรือความสำคัญ จากการนำเสนอข่าวพบว่า เบิ้ล ปทุมราช ไชยา มิตรชัย และน้องแป้ง ศรันฉัตร มิตรชัย เป็นการนำบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง ซึ่งเป็นที่รู้จักของประชาชนในสังคมเป็นวงกว้าง เนื่องจาก เบิ้ล ปทุมราช เป็นนักร้องหนุ่มลูกทุ่งอินดี้सानมากความสามารถ สังกัดค่ายอาร์สยาม โดยมีผลงานที่สร้างชื่อเสียงคือ เพลงอ้ายมีเหตุผล ซึ่งนักร้องหนุ่มเป็นคนแต่งเพลงขึ้นมาเอง ขับร้องเพลงและเล่น MV ด้วยตนเอง มียอดชมผลงานผ่านช่องทางยูทูบ 180 ล้านครั้ง และมีผลงานเพลงอื่น ๆ ที่โด่งดังอีกมากมายรวมทั้งหมด 1,000 ล้านครั้ง อีกทั้งยังมีฐานแฟนคลับที่ชื่นชอบและติดตามสื่อต่าง ๆ จากเฟซบุ๊ก เพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบและติ๊กต็อก ของนักร้องหนุ่มรวม 10 ล้านคน น้องแป้ง ศรันฉัตร มิตรชัย ลูกสาวของพระเอกลิเก เอ ไชยา มิตรชัย เป็นสาวสวย หน้าตาดี

คมหวาน ตามฉบับนางเอกโลก โดยมีผลงานการแสดงละคร เล่นมิวสิกวิดีโอ พิธีกรและผลงานการแสดงเล็กตามรอยคุณพ่อเอชยา มิตรชัย มีเหล่าบรรดาพ่อยกแม่ยกขึ้นชอบอย่างมากมายและมีฐานแฟนคลับที่ติดตามผลงานทางสื่อโซเชียลในช่องทางต่าง ๆ รวม 5 ล้านคน

เอ ชยา มิตรชัย ก็เป็นอีกบุคคลหนึ่งที่มีชื่อเสียงและมีฉายาว่า “พระเอกโลก เงินล้าน” ขวัญใจพ่อยกแม่ยกทั่วประเทศ โดยมีผลงานตั้งแต่ปี พ.ศ.2530 มีผลงานละคร ผลงานเพลง ผลงานลิเก ผลงานด้านพิธีกร ผลงานด้านภาพยนตร์ นับได้ว่าเป็นบุคคลที่มากความสามารถและมีฐานแฟนคลับที่ติดตามผลงานตามสื่อโซเชียลในช่องทางต่าง ๆ รวม 20 ล้านคน การนำเสนอข่าวด้านบุคคลมีชื่อเสียงของ เปิ้ล ประทุมราช น้องแป้ง ศรันฉัตร มิตรชัย และ เอ ชยา มิตรชัย จึงเป็นที่น่าสนใจของเหล่าบรรดาแฟนคลับและบุคคลทั่วไปอย่างมาก อีกทั้งการพาดหัวข่าวก็ทำให้แฟนคลับมีความอยากรู้การดำเนินชีวิตต่าง ๆ ความเป็นตัวตน ของบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ (คอลัมน์นิสต์, 2560: ออนไลน์)

ข่าวที่ 2 “เลิกกันแล้ว”

เนื้อหาข่าวที่ 2 มีเรื่องให้ชาวเผือกตามสืบกันอีกแล้วจ้ะสำหรับความลึกลับแสนหวานของนางแบบสาว “น้ำหวาน รักษณณ์ วงศ์ธนทัต” หรือน้ำหวาน เดอะเฟซ กับแฟนหนุ่มไฮโซ “แชมป์ จิรัชญ์ เพชรนนทวงศ์” หลังจากที่ทั้งคู่เปิดตัวคบกันก็เผยโมเมนต์สวีทรัว ๆ แต่ล่าสุดดูเหมือนว่ารักของคู่นี้จะสะบัดลงแล้วหรือเปล่าเพราะมีคนตาดีแอบเห็นว่าทั้งคู่อินฟอลโลว์อินสตาแกรมกันแล้ว

จากข่าวที่ 2 “เลิกกันแล้ว” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียง หรือความสำคัญจากพาดหัวข่าวที่มีบุคคลที่มีชื่อเสียงคือไฮโซ “แชมป์ จิรัชญ์ เพชรนนทวงศ์” เป็นนักธุรกิจหนุ่มคลื่นลูกใหม่ที่มีความสามารถมากมายหลายด้านและเป็นทายาทธุรกิจพันล้าน อีกทั้งเคยมีข่าวโด่งดังกับนักแสดงชื่อดังอย่างรัศมีแข ฟ้าเกื้อล้น ที่ถูกไฮโซแชมป์เอาขวิดพาดหน้าจนเลือดอาบ สร้างความตกใจให้กับแฟนคลับในช่วงหนึ่ง นางแบบสาวน้ำหวาน รักษณณ์ วงศ์ธนทัต หรือ น้ำหวาน The FaceThailand Season 2 ซึ่งนางแบบสาวน้ำหวานโด่งดังจากการร่วมรายการ The FaceThailand Season 2 ในปี พ.ศ. 2558 ด้วยความสวยที่โดดเด่นทำให้ถูกเซ็นสัญญากับค่ายกันตนะและมีผลงานการแสดงจนเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีฐานแฟนคลับที่คอยติดตามผลงาน ผ่านช่องทางอินสตาแกรมส่วนตัวจำนวน 971k คน นับว่าทั้งสองคนเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงไม่ว่าจะเคลื่อนไหวอะไรก็ได้รับความนิยมนอยู่เสมอ

3.1.4 องค์ประกอบด้านผลกระทบกระเทือน

ข่าวที่ 1 “ดาราท้อแห่ออกช่อง 3”

เนื้อหาข่าวที่ 1 เพราะละครถูกต้องแต่ช่องหันไปสนใจ ละครรีรัน โดยโพสต์ข้อความว่า ดาราช่องน้อยสี ส่วนใหญ่ท้อ เพราะละครถูกต้อง แต่ช่องหันไปสนใจละครรีรัน

จากข่าวที่ 1 “ดาราท้อแห่ออกช่อง 3” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านผลกระทบกระเทือนจากการนำเสนอข่าว เป็นการใช้คำที่ทำให้เกิดผลกระทบกับบุคคลที่อยู่ในรูปภาพ นั่นคือนักแสดงชื่อดัง อย่าง ญาญ่า อรัญญา และ แต้พญ ฐพร ซึ่งเป็นนักแสดงหญิงที่มีชื่อเสียงลำดับต้น ๆ ของประเทศไทย การนำเสนอข่าวที่มีการพาดหัวข่าวเช่นนี้ส่งผลกระทบต่อนักแสดงทั้งสองคนเป็นอย่างมากในด้านชื่อเสียง รายได้ และภาพลักษณ์ อาจมีการยกเลิกการจ้างงานการออกผลงาน การนำเสนอข่าวนี้ออกไปทำให้ผู้ที่รับข้อมูลข่าวสารเกิดความเข้าใจผิด สามารถคิดได้ว่านักแสดงทั้งสอง คิดทรยศไม่จงรักภักดีต่อต้นสังกัด ไปทำงานที่สังกัดอื่นแทน เป็นการนำเสนอข่าวที่สร้างผลกระทบต่อนักแสดงและอาจรวมไปถึงสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 อีกด้วย ทั้งที่ข้อเท็จจริงไม่เป็นไปตามที่พาดหัวข่าวระบุไว้

ข่าวที่ 2 “อาการรุนแรงกว่าที่คิด”

เนื้อหาข่าวที่ 1 ศบค. แถลงสถานการณ์โควิดวันนี้ 1 ม.ค. 2564 เสียชีวิต 2 ศพ พบผู้ติดเชื้อเพิ่ม 279 ราย เป็นทั้งผู้เดินทางมาจากต่างประเทศ ต่างตัวจากค้นหาเชิงรุก และติดเชื้อในประเทศ ยอดป่วยยืนยันสะสม 7,163 ราย เมื่อเวลา 11.35 น. วันที่ 1 ม.ค. 2564 ผู้สื่อข่าวรายงานว่า นายแพทย์ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน โฆษกศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) หรือ ศบค. รายงานสถานการณ์ผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในประเทศไทยเป็นดังนี้ ผู้ป่วยยืนยันติดเชื้อในประเทศ 273 ราย สถานที่กักกันที่รัฐจัดให้ 6 ราย

รักษาหายเพิ่มขึ้น 33 ราย กลับบ้านแล้ว 4,273 ราย อยู่ระหว่างรักษาตัว 2,827 ราย มีผู้เสียชีวิตเพิ่มอีก 2 ศพ ยอดผู้เสียชีวิตรวม 63 ศพ ยอดผู้ป่วยยืนยันสะสม 7,163 ราย นับเป็นรายที่ 6,885 - 7,163 ประเทศไทย เป็นอันดับที่ 136 ของโลก โควิด ตายเพิ่มอีก 2. ราย. ชายไทย 44 ปี อ้วน เที่ยวร้านอาหารกึ่งบาร์ในกทม. วันที่ 26 ธ.ค. มีไข้ น้ำมูก วันที่ 28 เหนื่อยหอบ วันที่ 30 ธ.ค. รู้สึกเหนื่อย ไปตรวจที่ รพ.เจริญกรุงประชารักษ์ หายใจเหนื่อยหอบ ออกซิเจนต่ำ ส่ง icu วันที่ 31 ธ.ค. ผู้ป่วยอาการไม่ดีขึ้น หายใจล้มเหลว ส่งต่อไปที่ รพ.จุฬา เวลาประมาณ 15.00 น.เสียชีวิต มีผู้เสี่ยงสูงในครอบครัว 7 คน ในรพ. 6 คน รายที่ 2 เป็นชายไทยอายุ 70 ปี อ.แม่สอด จ.ตาก เป็นผู้ป่วยที่เคยรายงานแล้ว ลักลอบเดินทางเข้า

ประเทศ เมื่อวันที่ 29 พ.ย. มีลูกเขยดูแล วันที่ 2 ธ.ค. ลูกสาวกลับมาจาก กทม.ดูแล วันที่ 4 ธ.ค. เหนื่อยเรียกรถ รพ.เอกชนมารับ ไม่ได้ขึ้น ส่งรพ.รัฐ วันที่ 31 ธ.ค. รักษา โควิดครบแล้ว แต่ปอดอักเสบ ระบบทางเดินหายใจล้มเหลว เสียชีวิต เวลา 22.00 น.

จากข่าวที่ 2 “อาการรุนแรงกว่าที่คิด” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านผลกระทบกระเทือน จากข้อความพาดหัวข่าวดังกล่าวและรูปภาพประกอบมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์โรคระบาดเชื้อไวรัสโควิด 19 ในปัจจุบันซึ่งมีความรุนแรงเป็นอย่างมากมีผู้คนล้มตายทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งการรักษาก็ไม่ทั่วถึงประกอบกับอุปกรณ์ป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 มีราคาค่อนข้างสูง ถือได้ว่าเป็นข่าวที่ประชาชนให้ความสำคัญและให้ความสนใจเนื่องจากส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน

3.1.5 องค์ประกอบด้านความขัดแย้ง

ข่าวที่ 1 “ผู้ใหญ่ควรสั่งสอน”

เนื้อหาข่าวที่ 1 ใครจะคิดว่าคลิปของน้องพายุ จะเป็นประเด็นในโลกออนไลน์จนได้หลังจากที่ พลอย ชวพร ได้ลงคลิปในไอจีสตอรี่ของตัวเอง ซึ่งในคลิปดังกล่าว น้องพายุบุตรชายของชมพู่ กำลังเล่นสนุกกับกัปตัน ชลธร ด้วยการปีนป่ายขึ้นไปบนหัวของกัปตันอย่างสนุกสนานตามประสาเด็ก ซึ่งหลังจากที่มีเพื่อนำคลิปกดังกล่าวไปโพสต์ลง ก็ทำให้มีตริมา่าจากชาวโซเชียลบางกลุ่มเกิดขึ้น

จากข่าวที่ 1 “ผู้ใหญ่ควรสั่งสอน” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความขัดแย้ง ผู้รับข้อมูลข่าวสารสามารถตีความได้ว่าบุคคลในรูปคือ ชมพู่ อารยา นักแสดง นางแบบ พิธีกร ลูกครึ่งไทย อังกฤษ ที่มีชื่อเสียงลำดับต้น ๆ ของประเทศไทย มีบุตรด้วยกัน 2 คือ ชื่อ พายุ และสายฟ้า จากพาดหัวข่าวพบน้องพายุ น่าจะมีปัญหาความขัดแย้งกับอีกบุคคลหนึ่งในรูปพาดหัวข่าว เนื่องจากการใช้คำพาดหัวข่าวประกอบกับรูปภาพทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจผิดได้ว่ามีความสัมพันธ์อันไม่ดีเกิดขึ้น จึงทำให้ข่าวมีความน่าสนใจและดึงดูดใจผู้อ่านมากขึ้นกว่าข่าวที่ไม่ได้มีความขัดแย้ง

ข่าวที่ 2 “ฮัลโหล อย่าโง่”

เนื้อหาข่าวที่ 2 จากกรณีจี๊ อาร์สยาม ที่เจ้าตัวนั้นได้ไปเหมาลอตเตอรี่ 2 แผง โดยรวมแล้วประมาณ 101 ใบ แต่กลับถูกชาวเน็ตรายหนึ่งนั้นแะอวดรวยจนทำเอาเจ้าตัวนั้นต้องมาตอกกลับโดย จี๊ นางผณี ได้ทำกาไลฟ์สดในเฟซบุ๊กหลังกลับไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งผู้นำท้องถิ่นที่บ้านเกิด หลังจากเลือกตั้งเสร็จก็โชว์ทักษะวิชาคณิตคิดเร็วไป 1 แมทช์ ด้วยการเหมาลอตเตอรี่ 2 แผงเรียบ! นับได้จำนวน 101 ใบ เจ้าตัวบอก งานนี้ต้องมีลูกกันบ้าง แต่ ชาวเน็ตเข้ามาคอมเมนต์แะอวดรวยคนไม่มีจะกินก็เยอะ...ขอให้ไม่ถูก เจ้าตัวถึงกับแะ

ปรุปรุมาโพสต์ในคอมเมนต์ไลฟ์ดังกล่าว เราซื้อลอตเตอรี่ ช่วยคนพิการ บอกว่า อวดรวย งบกับตรรกะพีเค้างัง ทำเอาบรรดาแฟน ๆ นั้นเข้ามาให้กำลังใจและอวดพรให้ถูกรางวัลที่ 1

จากข่าวที่ 2 “ฮัลโหล อย่าโง่” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความขัดแย้ง จากพาดหัวข่าวที่มีรูป จ๊ะ อาร์สยาม ซึ่งเป็นนักร้องที่แจ้งเกิดและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในคลิปเพลง คั่นหู ทำให้นักร้องสาวจะอาร์สยามเป็นที่รู้จักในชั่วข้ามคืน และมีข้อความพาดหัวว่า “ฮัลโหล อย่าโง่” ซึ่งเป็นข้อความที่แสดงถึงความรุนแรงและความไม่พอใจระหว่าง จ๊ะ อาร์สยามกับบุคคลอื่น ผู้อ่านพาดหัวข่าวสามารถตีความได้ว่ามีสถานการณ์ที่ไม่ดีบางอย่างที่เกิดขึ้นกับนักร้องสาวจะอาร์สยาม เนื่องจากการใช้คำพาดหัวข่าวที่เป็นเชิงลบประกอบกับบุคคลที่เป็นข่าวเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงต่อสังคมเป็นวงกว้าง ข่าวนี้นี้จึงได้รับความสนใจของผู้ที่รับข้อมูลข่าวสาร ว่าเนื้อหาข่าวที่แท้จริงเป็นอย่างไร

3.1.6 องค์ประกอบด้านความมีเจตนา

ข่าวที่ 1 “รู้เลยว่าเป็นใคร”

เนื้อหาข่าวที่ 1 จากคดีของน้องชมพูได้มีการพูดคุยกันไม่ให้สื่อเข้าไปสำหรับคุณ อัจฉริยะ เรื่องรัตนพงษ์ กับแม่ น้องชมพูและคุณพ่อ น้องชมพูเรียกได้ว่าสื่อใหญ่ทุกสำนักต่างก็รื้อเกาะติดสถานการณ์ดังกล่าวเนื่องจากว่ามีความหวังว่าเจ้าหน้าที่จะสามารถจับคนร้ายได้ในอีกไม่กี่วันนี้ผู้สื่อข่าวรายงานว่า คุณอัจฉริยะได้มีการให้กำลังใจคุณแม่ น้องชมพูว่าให้สบายใจได้ พร้อมกับบอกว่าอีกไม่นานจะจับได้ และยืนยันครอบครัวน้องชมพูไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับน้องชมพูแน่นอน

จากข่าวที่ 1 “รู้เลยว่าเป็นใคร” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความมีเจตนา จากข้อความและรูปภาพในพาดหัวข่าว ผู้รับข่าวสามารถตีความได้ว่าคติน้องชมพูอาจใกล้ถึงเวลาสิ้นสุด และได้ทราบถึงตัวคนร้ายที่แท้จริง เนื่องจากว่าคติน้องชมพูเป็นคดีที่มีความยาวนานไม่สามารถปิดคดีได้ซึ่งน้องชมพูเสียชีวิตเมื่อวันที่ 11 พ.ค. 2563 ในระยะเวลาที่ผ่านมามีข่าวพบผู้ต้องสงสัยมากมายแต่สุดท้ายแล้วตำรวจก็ยังไม่สามารถตามหาคนร้ายที่แท้จริงได้ จะเห็นได้ว่าข่าวดังกล่าวมีความเจตนาสร้างความสนใจแก่ผู้ที่รับข้อมูลข่าวสารและอยากทราบข้อเท็จจริงของข่าวว่าสามารถจับกุมคนร้ายได้หรือไม่ ประกอบกับบุคคลที่อยู่ในข่าว คือ ทนายอัจฉริยะ เรื่องรัตนพงษ์ ถือว่าเป็นทนายที่คนในสังคมไทยรู้จักกันเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นทนายที่ได้ยื่นมือช่วยเหลือคดีต่างๆ ที่ตกเป็นเหยื่อความของความไม่ยุติธรรมและได้ตั้งชมรมช่วยเหลือเหยื่ออาชญากรรมขึ้นในปี 2552 ซึ่งดำรงตำแหน่งประธานชมรมจนถึงปัจจุบัน เรียกได้ว่าเป็นบุคคลหนึ่งที่มีชื่อเสียงผู้คนมากมายต่างชื่นชมทนายอัจฉริยะในความดีที่ช่วยเหลือเหยื่อที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม นับได้ว่าเป็นข่าวที่มีผู้คนให้

ความสนใจและสืบเสาะหาเบาะแสคนร้ายช่วยตำรวจ และจากข้อความพาดหัวข่าวทำให้ผู้ที่รับข้อมูลข่าวสารเกิดความดีใจและอาจคิดได้ว่าสามารถจับผู้ร้ายที่ทำร้ายน้องชมพูได้แล้ว

ข่าวที่ 2 “เข้าไปดูใกล้ๆ เจอเต็มๆ”

เนื้อหาข่าวที่ 2 เมื่อวันที่ 13 มกราคม เพจ Station2hand เลือกรูปมือสอง ได้โพสต์ข้อความระบุว่า ไปส่องเชียด ส่องกบ ช่วงค่ำ ส่องไฟ ไปเห็น ผู้หญิงใส่ชุดไทยนั่งอยู่ ที่บ้านร้าง โดนแน่แล้ว วังสิ ไม่รอแล้วนะ แต่คิดได้ตั้งสติ ทำใจกลัวายากดูชัดๆ เอาใจเอากันวะ เข้าไปใกล้ๆ ที่ไหนได้เป็นภาพโปสเตอร์ ทำกันดี แฮม

จากข่าวที่ 2 “เข้าไปดูใกล้ๆ เจอเต็มๆ” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความมีเงื่อนไข จากพาดหัวข่าว “เข้าไปดูใกล้ๆ เจอเต็มๆ” สามารถวิเคราะห์ได้ว่าเป็นข่าวที่ต้องการนำเสนอความมีเงื่อนไขโดยใช้เรื่องลึกลับมาเป็นข้อความพาดหัวข่าวประกอบกับรูปภาพทำให้ผู้ที่รับข้อมูลข่าวสารเกิดความสนใจและสงสัยว่ามีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น โดยปกตินิสัยของคนไทยชอบความสงสัยจึงเป็นข่าวที่ผู้รับข่าวสารให้ความสนใจและอยากทราบข้อเท็จจริงว่าเป็นอย่างไร ประกอบกับการนำเสนอข่าว “มีความรวดเร็วต่อเหตุการณ์ซึ่งเนื้อหาข่าวเป็นการนำเสนอโดยเพจ Station2hand ในวันที่ 13 มกราคม 2564 หลังจากนั้นเพจอื่นอีกก็พากันนำเสนอข่าวนี้นี้ในวันที่ 13 มกราคม 2564 ในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกันการนำเสนอเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นข้อมูลที่สดใหม่และรวดเร็วทันเหตุการณ์ ยิ่งข่าวใดมีความสดใหม่เท่าใดยิ่งมีคุณค่ามากเท่านั้น ผู้รับข้อมูลข่าวสารยิ่งให้ความสำคัญกับข่าวเป็นพิเศษเพราะเป็นข่าวที่เกิดขึ้นทันทีทันใดไม่ใช่ข่าวที่เกิดขึ้นนานแล้วนำมาเสนอข่าว

3.1.7 องค์ประกอบด้านความแปลกประหลาด

ข่าวที่ 1 “เ็นดูหน้าคล้ายคน”

เนื้อหาข่าวที่ 1 นายอับดุลเลาะห์ นูเรน ชาวประมงที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านเปเปลาบนเกาะโรเต้ จังหวัดนุซาเต็งการาตะวันออกเผยซากลูกฉลามที่มีลักษณะแปลกประหลาดดูเหมือนมีตา จมูก และปากคล้ายคน ดวงตากลมโตของมัน แทนที่จะอยู่ด้านบนกลับลงมาอยู่ตรงด้านล่างใกล้กับส่วนที่เป็นปาก นายอับดุลเลาะห์ นูเรน เผยว่าเมื่อวันเสาร์ที่ 20 ก.พ.ที่ผ่านมา เขาได้ออกไปจับปลาตามปกติแล้วก็มีฉลามเพคะเมียตัวหนึ่งติดอวนขึ้นมา พอเอามาชำแหละผ่าท้องออกดูก็พบว่ามีลูกฉลามตัวเล็กๆ 3 ตัวอยู่ในท้อง โดย 2 ตัวมีหน้าตาเป็นลูกฉลามตามปกติ ส่วนเจ้าตัวนี้มีหน้าตาที่ทำให้เขาต้องตกตะลึง เลยเอามาขมามาไว้ที่บ้าน

จากข่าวที่ 1 “เอ็นดูหน้าคล้ายคน” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความแปลกประหลาด โดยจากรูปภาพหัวข่าวและข้อความที่ว่า “เอ็นดูหน้าคล้ายคน” ผู้อ่านข่าวสามารถตีความได้ว่า สิ่งของดังกล่าวเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีหน้าตาแปลกประหลาดผิดไปจากปกติธรรมดาและเป็นสิ่งที่ไม่เคยพบ เจอมาก่อนด้วยความแปลกประหลาดจึงทำให้ข่าวนี้มีคุณค่าของข่าวสูงผู้รับข้อมูลข่าวสารให้ความสนใจเป็นมากเป็นพิเศษกว่าข่าวประเภทอื่น ๆ ประกอบกับการนำเสนอข่าวมีความรวดเร็วต่อ เหตุการณ์ซึ่งเนื้อหาข่าวเป็นการนำเสนอโดยนักข่าว ในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2564 หลังจากนั้นเพจ ข่าวไทย ได้นำเสนอข่าวนี้ในวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2564 การนำเสนอเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นข้อมูลที่สดใหม่และรวดเร็วทันเหตุการณ์จึงทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารมีความสนใจในข่าว มากยิ่งขึ้นเพราะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันไม่ใช่เหตุการณ์ที่ผ่านมานานแล้ว

ข่าวที่ 2 “นึกว่ารูปปั้นกุมารทอง”

เนื้อหาข่าวที่ 2 เรียกได้ว่าใครเห็นก็ต้องวังง่อนเป็นอันดับแรก ถ้าไปเจอ ตอนกลางคืน เมื่อวันที่ 26 มกราคม เพจ ที่นี้ ศรีมหาโพธิ smp.link ได้โพสต์ข้อความ ระบุว่า คาคาว่ออีกไม่ถึง 24 ชม. ที่วิหาลายซ่องคงปักหลักที่นี่ พร้อมกับนักแสวงโชคทั้ง ในและนอกพื้นที่ปะติมากรรมปลวก พักด ฌ ปาโคกกลั่น หมู่2 ต.ทมอ อ.ปราสาท จ. สุรินทร์ ขอบคุณเครดิตคุณเล็ก ฌภัทร

จากข่าวที่ 2 “นึกว่ารูปปั้นกุมารทอง” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความแปลก ประหลาด โดยจากรูปภาพหัวข่าวและข้อความข้อความพาดหัวข่าว “นึกว่ารูปปั้นกุมารทอง” ผู้รับ ข้อมูลข่าวสารสามารถตีความได้ว่า รูปปั้นดังกล่าวอาจมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งลี้ลับ ซึ่งเป็นความเชื่อ ของคนไทยมาช้านานเพราะถ้าหากเจอเรื่องราวเหตุการณ์หรือวัตถุอะไรที่ผิดแปลกไปจากธรรมชาติ ผู้คนย่อมให้ความสนใจในข่าวมากเป็นพิเศษเพราะคิดว่าเป็นสิ่งลี้ลับและจะให้โชคลาภตามมา จาก ข้อมูลเว็บไซต์ Parknumfishing ให้ข้อมูลว่า ความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความลี้ลับต่าง ๆ กับคนไทย เป็นของ คู่กัน อย่างเรื่องหนึ่งที่คงมีคนจำนวนไม่น้อยสงสัยกันคือความเชื่อของ “จอมปลวกให้โชค” ที่มักได้ยินคำกล่าวจากคนสมัยโบราณ หรือคนเฒ่าคนแก่บอกเอาไว้ว่า หากเจอจอมปลวกบริเวณไหน อย่าไปทำลายเด็ดขาด ไม่อย่างนั้นอาจเกิดเรื่องไม่ดีขึ้นกับตัวได้ อย่างไรก็ตามประเทศไทยนั้นจะมี ความเชื่อของเรื่องจอมปลวกให้โชคจะทำให้อยู่ดี ร่ำรวยเงินทองแต่ขึ้นอยู่กับว่าจอมปลวกนั้นมี ลักษณะเป็นอย่างไร และไปขึ้นอยู่ตรงจุดใด แต่ไม่ว่าจะอย่างไรก็ตามการมีความเชื่อไม่ใช่เรื่องผิด สิ่ง ไหนที่มองว่าไม่ควรลบหลู่ ไม่ควรยุ่งก็ปล่อยให้มันเป็นแบบนั้นไว้จะดีกว่า เพราะสิ่งที่มองไม่เห็นมีอะไร อีกมากที่คนเราคาดไม่ถึงก็เป็นได้ เห็นได้จากความเชื่อและความแปลกประหลาดของจอมปลวก เป็นข่าวที่มีผู้คนให้ความสนใจมากเป็นพิเศษมากกว่าข่าวประเภทอื่น ๆ

3.1.8 องค์ประกอบด้านทางเพศ

ข่าวที่ 1 “เรียกสามี เต็มปาก เต็มคำ”

เนื้อหาข่าวที่ 1 ชวนดู รายการผู้หญิงทำมาหากิน กับแขกรับเชิญเธอคนนี้ แอน จักรพงษ์ จักรจุฑาธิบดี ผู้บริหารข้ามเพศคนสวย บริษัท เจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน) เจ้าของฉายาข้ามเพศหมั่นล้าน ซีอีโอคนสวยและรวยมาก ที่ไม่เคยเว้นว่างห่างผู้ชายสายผอเคียงกาย รอบนี้เห็นจะเป็นที่ของ น้องหมี เคิร์ก บอนแดด ที่น่าจะมาแรงแข่งอีก 3 คนที่กำลังอดิชั่นอยู่ เพราะคงออกสื่อถี่เหลือเกิน และเจ้าตัวเองก็ออกปากชดกลางรายการเรียก เคิร์ก ว่า สามี”และย้ำชัด เคิร์กคะแนนน่าโด่งดัง พิธีกรอย่าง หนูแหม่ม สุริวิภา, ตั๊ก ศิริพร, สุ สุณารี และ ฮาย อาภาพร ไม่พลาดจัดเต็มทุกประเด็น ในวันพฤหัสบดีที่ 21 มกราคม 2564 เวลาบ่ายโมงตรง ช่องวัน 31 รับรองสนุกแซ่บแน่นอน!!

จากข่าวที่ 1 “เรียกสามี เต็มปาก เต็มคำ” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านทางเพศ จากพาดหัวข่าวที่มีรูปแอน จักรพงษ์ จักรจุฑาธิบดี ผู้บริหารข้ามเพศคนสวย บริษัท เจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน) จากข้อมูลไทยรัฐออนไลน์เมื่อ พ.ศ. 2563 ติดอันดับเศรษฐกิจหุ้นอันดับที่ 149 ของประเทศไทย และถือเป็นสตรีข้ามเพศที่มีมูลค่าสินทรัพย์มากที่สุดในประเทศไทยและเอเชีย และเป็นอันดับ 3 ของโลก (ไทยรัฐ, 2565: ออนไลน์) ถือได้ว่าเป็นหญิงข้ามเพศที่คนไทยชื่นชมในความเก่งและความสามารถที่ล้นหลาม ได้รับความสนใจของคนในสังคมเป็นวงกว้างและมีคุณค่าของข่าวค่อนข้างสูงเพราะด้วยความแปลกประหลาดผิดธรรมชาติจึงทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารเกิดความสนใจในเนื้อหาข่าวประกอบกับการใช้คำพาดหัวข่าวยิ่งชวนให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ประกอบกับเป็นข่าวที่ต้องการนำเสนอความสะเทือนอารมณ์ เนื่องจากรูปภาพจากพาดหัวข่าวเป็นผู้หญิงข้ามเพศ เมื่อมีพาดหัวข่าวในลักษณะนี้ ผู้ที่พบเห็นย่อมตีความได้ว่ามีเรื่องราวบางอย่างเกิดขึ้นอาจจะเป็นเรื่องที่ดีหรือไม่ดี ประกอบกับภาษาที่ใช้ในพาดหัวข่าวยิ่งทำให้ผู้รับข่าวสารเกิดความสนใจและอยากทราบข้อเท็จจริงของข่าวว่าเป็นอย่างไร

3.1.9 องค์ประกอบด้านความสะเทือนอารมณ์

ข่าวที่ 1 “สุดเศร้า! แฟนคลับแห่ แสดงความเสียใจ”

เนื้อหาข่าวที่ 1 “พี สะเดิด” นักร้องชื่อดัง ประกาศข่าวร้ายสูญเสีย “คุณพ่อบุญธรรม” ชาวญี่ปุ่น โดยเขานั่นก็ได้โพสต์ ระบุข้อความว่า “อาลัยพ่อบุญธรรม ชาวญี่ปุ่นของพีสะเดิด พีสะเดิดแฟนเพจขอแสดงความอาลัยอย่างสุดซึ้งในการจากไปของคุณพ่อมาซาฮิสะ

จากข่าวที่ 1 “สุดเศร้า! แพนคลับแห่ แสดงความเสียใจ” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความสะเทือนอารมณ์ สามารถวิเคราะห์ได้ว่า เป็นข่าวที่ต้องการนำเสนอความสะเทือนอารมณ์ ผู้ได้รับข่าวสารสามารถตีความได้ว่าเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ดีขึ้นของนักร้องหนุ่ม พี สะเดิด ด้วยข้อความที่พาดหัวข่าวและรูปภาพประกอบทำให้คิดได้นักร้องลูกทุ่งเสียงดี พี สะเดิด ได้เสียชีวิตลง ทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารเกิดความสนใจในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวว่าเหตุการณ์ที่แท้จริงเป็นไปตามที่พาดหัวข่าวระบุไว้หรือไม่ อีกทั้งบุคคลที่เป็นข่าวคือนักร้องหนุ่มลูกทุ่ง พี สะเดิด เจ้าของฉายา ตำนานร็อกอีสานของเมืองไทย มีผลงานเพลงมากมายและคันทูของคนไทยเกือบทุกเพลง มีอัลบั้มเพลงมากกว่า 10 ชุดและประสบความสำเร็จจนได้รับรางวัลเพลงลูกทุ่งยอดเยี่ยมจากเวทีมาลัยทองรางวัลนักร้องลูกทุ่งชายยอดเยี่ยม รางวัลเพลงลูกทุ่งยอดเยี่ยมจากเวที Star Entertainment Awards 2006 และรางวัลนักร้องลูกทุ่งชายยอดเยี่ยมกับรางวัลเพลงลูกทุ่งยอดเยี่ยมจากเวที รางวัลมหานครอวอร์ดส ครั้งที่ 3 นับได้ว่าเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงและมีแฟนคลับคอยติดตามผลงานอยู่ตลอดเวลา

ข่าวที่ 2 “แห่ให้กำลังใจ ตึก มยุรา”

เนื้อหาข่าวที่ 2 หลายคนคงรู้จักกันดีสำหรับ ตึก มยุรา เซตตศิลา นักแสดงพิธีกรสาวสองพันปีมากความสามารถ นับเป็นคนในวงการบันเทิงคนหนึ่งที่ยืนชื่อเรื่องความสวย ความสาว และการใส่ใจดูแลตัวเองเป็นอย่างมาก จึงทำให้เธอยังคงดูดีแม้ปัจจุบันจะมีอายุที่เพิ่มมากขึ้น แต่ความสวยส่งก็ไม่เคยจืดจาง ล่าสุดปีใหม่นี้ไม่ได้เห็นภาพไปฉลองของ ตึก มยุรา แต่ได้โพสต์ภาพอยู่หน้าห้องไอชียู ท่ามกลางพี่น้องคนบันเทิงและแฟนคลับแห่ส่งกำลังใจ ก่อนเจ้าตัวจะโพสต์อีกภาพที่โรงพยาบาล พร้อมเผยอีกว่า คุณแม่ไม่สบายค่ะ ขอบพระคุณทุกท่านที่ส่งกำลังใจมา ขอบพระคุณค่า

จากข่าวที่ 2 “แห่ให้กำลังใจ ตึก มยุรา” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความสะเทือนอารมณ์สามารถวิเคราะห์ได้ว่า เป็นข่าวที่ต้องการนำเสนอความสะเทือนอารมณ์ ผู้ได้รับข่าวสารสามารถตีความได้ว่าเกิดเหตุการณ์บางอย่างที่ไม่ดีกับนักแสดงสาว ตึก มยุรา จนต้องส่งกำลังใจไปให้ และเป็นข่าวที่มีความรวดเร็วต่อเหตุการณ์ซึ่งเนื้อหาข่าวได้ถูกเผยแพร่โดยนักแสดงดังกล่าวในวันที่ 28 มกราคม 2564 หลังจากนั้น เพจออนแอกซ์แพ๊ไปได้นำเสนอข่าวนี้นี้ในวันที่ 29 มกราคม 2564 การนำเสนอเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงความสดใหม่และรวดเร็วต่อเหตุการณ์ ยิ่งข่าวมีความสดใหม่เท่าไรยิ่งมีคุณค่ามากเท่านั้นผู้รับข้อมูลข่าวสารยิ่งให้ความสำคัญและสนใจในข่าวนั้นมากเป็นพิเศษ ประกอบกับรูปตึก มยุรา เซตตศิลา เป็นนักแสดงหญิงรุ่นใหญ่ที่เข้าวงการบันเทิงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 มีแฟนคลับติดตามผลงานทางอินสตราแกรมส่วนตัวมากถึง

3.58 แสนคน นับได้ว่าเป็นนักแสดงหญิงรุ่นใหญ่ที่มีผลงานด้านวงการบันเทิงมากมายที่การันตีคุณภาพและมีแฟนคลับตั้งแต่รุ่นเด็กไปจนถึงรุ่นผู้ใหญ่ที่คอยติดตามผลงานอยู่เสมอ

3.1.10 องค์ประกอบด้านความเปลี่ยนแปลง

ข่าวที่ 1 “มิติใหม่ของการประกวดนางงาม”

เนื้อหาข่าวที่ 1 เข้าสู่เทศกาลของการประกวดนางงามอย่างเต็มรูปแบบ สำหรับเวที Miss Star online 2021 โดยการประกวดในครั้งนี้จะเป็นการประกวดในรูปแบบออนไลน์ ไม่ต้องเดินทาง ไม่เสียค่าสมัคร ไม่มีการเก็บตัว ทุกกิจกรรมทำได้ทุกที่ทั่วประเทศ โดยมีมาตรฐานการคัดเลือกสูง ! อีกหนึ่งไฮไลต์ นั่นคือรอบชุดว่ายน้ำบอกละเอียดงานนี้หนุ่ม ๆ น้ำลายไหลกันเลยทีเดียวที่เดียวที่ โดยผู้ชนะเลิศจะได้รับถ้วยรางวัลเกียรติยศ จากหม่อมราชวงศ์ จิราคม กิตติยากร พร้อมสายสะพาย รวมทั้งเงินสด มูลค่าหลักแสน และรางวัล บัตรกำนัลต่าง ๆ อีกมากมาย รวมทั้งโอกาสในการทำงานในวงการบันเทิง ตามความถนัดและเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีนักแสดงชื่อดัง ฟังกี้ สาวิกา เป็นที่ปรึกษาของประกวดอีกด้วย และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสาขาอาชีพเกือบ 50 ท่าน ร่วมเป็นเกียรติ โดยรอบตัดสินจะจัดขึ้นในวันที่ 3 เมษายน 2564 นี้

จากข่าวที่ 1 “มิติใหม่ของการประกวดนางงาม” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความเปลี่ยนแปลงสามารถวิเคราะห์ได้ว่า มีเวทีการประกวดนางงามในรูปแบบใหม่ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงการประกวดที่ไม่เหมือนรูปแบบเดิมโดยมีนักแสดงชื่อดังเข้าร่วมในเวทีด้วย จึงเป็นข่าวที่เสนอในด้านความเปลี่ยนแปลงการประกวดนางงามที่ไม่เคยมีมาก่อนทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารเกิดความสนใจในรายละเอียดของเนื้อหาข่าว อีกทั้งมีบุคคลที่มีชื่อเสียงอย่างดัง ฟังกี้ สาวิกา ที่มีผลงานมากมายทั้งในด้านงานละคร ผลงานเพลงและภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นับได้ว่าเป็นนักแสดงแถวหน้าของเมืองไทยที่เข้าวงการบันเทิงตั้งแต่อายุ 7 ขวบ โดยเริ่มจากการถ่ายโฆษณาและมีผลงานละครทางโทรทัศน์มากมายมีรางวัลการันตีคุณภาพเช่น รางวัล คมชัดลึก อวอร์ด ครั้งที่ 10 สาขานักแสดงหญิงยอดเยี่ยม จากละครเรื่อง มารยาธิธรรมา รางวัล นาฏราช ครั้งที่ 13 สาขานักแสดงนำหญิงยอดเยี่ยม จากละครเรื่อง ลวงฆ่าล่ารัก มีแฟนคลับติดตามผลงานทางอินสตาแกรมส่วนตัว 1 ล้านคน นับได้ว่าจะกระทำการใดก็เป็นข่าวให้แฟนคลับติดตามอยู่เสมอ

ข่าวที่ 1 “ครั้งแรกของหาดกะตะ”

เนื้อหาข่าวที่ 1 ข่าวได้รับต้นปีจำเือนานนี้ (1 มกราคม 2564) ผู้ใช้เฟซบุ๊ก "Thon Thamrongnawasawat" ซึ่งเป็นเฟซบุ๊กของ ดร.ธรณ์ อํารงนาวาสวัสดิ์ นักวิชาการด้านทะเลและสิ่งแวดล้อม ได้โพสต์ข้อความผ่าน เฟซบุ๊ก บอก ดีใจสุดๆ หลังแม่เต่ามะเฟืองขึ้นวางไข่ครั้งที่ 13 ประมาณตี 1 ครึ่ง ในคืนวันที่ 1 มกราคม 2564 ที่ผ่านมา บริเวณกลางหาดกะตะ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังของเกาะภูเก็ต

ดร.ธรณ์ เล่าอีกว่าที่น่าว้าวของการวางไข่ครั้งนี้ คือ แม่เต่ามะเฟืองเลือก ขึ้นมาวางไข่ที่หาดกะตะ ซึ่งเป็นจุดใต้สุดที่เต่ามะเฟืองเคยวางไข่เพราะที่ผ่านมาในรอบ 10-20 ปี เต่ามะเฟืองขึ้นมาวางไข่แถวพังงา อย่างเก่งก็ภูเก็ตตอนเหนือ ไม่เคยลงใต้ขนาดนี้ อาจเป็นเพราะหาดกะตะทะเลสงบกว่าทุกปี เลยทำให้แม่เต่าขึ้นมาวางไข่เท่าที่ทราบ หาดกะตะไม่เคยมีเต่ามะเฟืองวางไข่ ถือเป็นหนแรกเลยก็ว่าได้ยังเป็นรังแรกของภูเก็ตในซีซั่นนี้ เพราะก่อนหน้านี้ 12 รังอยู่พังงาตลอด (ซีซั่นก่อนมีวางที่ภูเก็ต 2-3 รัง) น่าจะเป็นแม่เต่าตัวใหม่ เพราะวางไข่ในพื้นที่ห่างจากตัวก่อนๆ ที่วางไข่ในพังงา ทั้งนี้ ดร.ธรณ์ ยังขอบคุณคนที่ไปเจอแม่เต่าวางไข่ครั้งนี้ด้วย ที่ไม่เอะอะโวยวาย จนแม่เต่าวางไข่ได้สำเร็จปกติเต่าจะวางไข่หลายหน ประมาณ 3-5 หน นี่น่าจะเป็นครั้งแรก ยังมีลุ้นครั้งต่อไป ซึ่งหากแม่เต่าวางอีกหน จะเป็นรังที่ 14 ทำลายสถิติซีซั่นก่อน

จากข่าวที่ 2 “ครั้งแรกของหาดกะตะ” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านความเปลี่ยนแปลงจากเนื้อหาของข่าวได้นำเสนอแม่เต่ามะเฟืองขึ้นวางไข่ซึ่งเมื่อก่อนเต่ามะเฟืองขึ้นมาวางไข่แถวพังงา แต่ในปัจจุบันได้ขึ้นวางรังไข่บริเวณกลางหาดกะตะ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังของเกาะภูเก็ตซึ่งเป็นจุดใต้สุดที่เต่ามะเฟืองเคยวางไข่เพราะที่ผ่านมาในรอบ 10-20 ปี แสดงให้เห็นว่ามีการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้นและชายหาดมีความเงียบสงบกว่าทุกปีที่ผ่านมาและผู้วิจัยพบว่ามีความแปลกประหลาดที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ซึ่งเป็นเรื่องที่ผิดไปจากปกติธรรมดาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้เหตุการณ์มีคุณค่าของข่าวสูงอีกทั้งข่าวมีความรวดเร็วต่อเหตุการณ์เพราะในเนื้อหาข่าวเป็นการนำเสนอโดยผู้ใช้ เฟซบุ๊ก "Thon Thamrongnawasawat" ในวันที่ 1 มกราคม 2564 หลังจากนั้น เพจเพชรมาया ได้นำเสนอข่าวนั้นในวันเดียวกันคือวันที่ 1 มกราคม 2564 ต่างกันแค่ช่วงเวลาการนำเสนอ เหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วถือว่าเป็นข่าวที่มีคุณค่าต่อผู้อ่านเพราะถ้าข่าวไหนมีการนำเสนอที่รวดเร็วสดใหม่ผู้รับข้อมูลข่าวสารยังมีความสนใจในข่าวนั้นๆ มากยิ่งขึ้น

3.1.11 องค์ประกอบด้านปฏิกิริยา

ข่าวที่ 1 “ไผ่ พุดแล้วเรื่องความรัก”

เนื้อหาข่าวที่ 1 ถ้าพูดถึงนักร้องลูกทุ่งชายเสียงคุณภาพ หลายคนคงต้องนึกถึง ไผ่ พงศธร เพราะเค้าได้รับฉายาเป็นขวัญใจแรงงานมีชื่อเสียงโด่งดังยาวนานกว่า 15 ปีแล้ว ที่โลดแล่นในวงการบันเทิงทุกวันนี้แฟนคลับก็ยังให้การตอบรับเป็นอย่างดีกับทุกผลงานเพลง ไม่ว่าจะร้องเพลงอะไรก็เป็นที่ถูกอกถูกใจแฟนคลับทั่วประเทศเมืองเพราะหนุ่ม ไผ่ นั้นมีเสียงที่เป็นเอกลักษณ์ และหน้าตาที่หล่อเหลา ล่าสุด ไผ่ พงศธร ได้เปิดใจกับทีมข่าว ถึงการทำงานและการอยู่ในวงการเพลงมากกว่า 15 ปี ซึ่งไผ่ เล่าให้ฟังว่า ตลอดการทำงาน 15 ปีนี้ ได้มีการเปลี่ยนแปลงอะไรหลายๆ อย่าง ด้วยอายุที่มากขึ้นด้วย และการรับงานที่น้อยลง เปิดโอกาสให้เด็กรุ่นใหม่เข้ามา แต่ทุกวันนี้ก็ยังอยู่ได้ เพราะแฟนเพลงและกำลังใจของทุกคนที่ส่งให้ ส่วนเรื่องความรักนั้น หนุ่มไผ่ บอกว่า ตอนนี้มีคนคุย ถ้าจะมีครอบครัวเมื่อไหร่ จะบอกแน่นอน มีข่าวว่า ไผ่ กับ ต่าย อรทัย คบกันอยู่ จริงๆ มันเป็นความรู้สึกของมุมมองของแต่ละคนมากกว่า อันนี้ต้องขอบคุณแล้วก็ยินดีที่เราสองคนทำให้ทุกคนที่ชื่นชอบเรามีความสุขจริงๆ แล้วผมกับพี่ต่ายเป็นเพื่อนร่วมงาน เป็นพี่น้องกัน ชอบในลักษณะเดียวกัน เช่น ชอบเล่นกีฬา มีเรื่องอะไรก็จะปรึกษากัน และที่สำคัญพี่ต่ายก็เป็นไอดอลผม ผมชอบที่เค้าดำเนินชีวิตเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับน้อง ๆ เราก็ดูวิธีการทำงานของเค้า ซึ่งเราชื่นชอบผลงานของเค้าอยู่แล้วครับ หลายคนจะมองว่าเราเป็นคู่จิ้นกัน เราเป็นคู่รักกัน ก็ไม่ใช่สิ่งที่ผิด คนไม่มองก็ไม่ผิด คนมองก็ไม่ผิด ถ้ามีความสุขเรายินดี

จากข่าวที่ 1 “ไผ่ พุดแล้วเรื่องความรัก” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านปฏิกิริยา ต้องการนำเสนอเพื่อให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารเกิดความสนใจในรายละเอียดของเนื้อหาข่าว เนื่องจากข้อความ พาดหัวข่าวมีการใช้คำเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความสงสัย สนใจ และรู้สึกลุ้นตามศิลปินที่ตนเองชื่นชอบจนทำให้ผู้อ่านอยากติดตามในเนื้อหาข่าวว่าเหตุการณ์ที่แท้จริงเป็นเช่นไรและพบบุคคลที่มีชื่อเสียงคือ ไผ่ พงศธร เป็นนักร้องลูกทุ่งชายขวัญใจแรงงาน ซึ่งเป็นนักร้องที่มีเสียงเป็นเอกลักษณ์และมีความโด่งดังมายาวนานไม่ว่าจะมีผลงานเพลงใหม่ ๆ มาเรื่อย ๆ ก็เป็นเพลงฮิตติดหูผู้ฟังอยู่เสมอ บุคคลดังอีกคนหนึ่งคือ ต่าย อรทัย ดาบคำ นักร้องลูกทุ่งหญิง เจ้าของฉายา “ราชินีสาวดอกหญ้า” เป็นนักร้องลูกทุ่งคนแรกที่สร้างสถิติยอดขายไว้มากที่สุดติดต่อกัน ถึง 3 อัลบั้มรวดและยังสร้างสถิติยอดดาวน์โหลดเพลงสูงสุดในเพลง “เจ้าชายของชีวิต” ตลอดจนมีผลงานเพลงที่ทะลุ 100 ล้านวิว บนยูทูบอีกมากมาย หลายผลงานเพลง ถือได้ว่าบุคคลทั้งสองในพาดหัวข่าวเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและมีฐานแฟนคลับ

มากมายที่คอยติดตามผลงานอยู่เสมอ ดังนั้นการนำเสนอข่าวที่มีคนรู้จักเป็นจำนวนมากย่อมทำให้ข่าวนี้มีความน่าสนใจและอยากติดตามในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวมากยิ่งขึ้น

ข่าวที่ 2 “กระเป๋าท่อแทบฉีก”

เนื้อหาข่าวที่ 2 เป็นอีกหนึ่งนักร้องสาวที่เรียกว่าเปย์พ่อกับแม่หนักมาก ๆ สำหรับ จ๊ะ นงผณี มีหาดไทย ที่กลับบ้านแต่ละทีก็หอบเงินเป็นปึก ๆ มาให้พ่อแม่แถมตอนนี้ออกคอนเสิร์ตแทบทุกวันเหนือได้ออกตลกนางก็ไปมาหมด เรียกได้ว่าไม่เคยเกียจงานทำให้เธอประสบความสำเร็จในชีวิตเป็นอย่างมาก เพราะเปลี่ยนรถหรูเป็นว่าเล่น แถมยังสร้างบ้านให้พ่อแม่ที่ต่างจังหวัดหลังใหญ่โต ส่วนตัวเองก็มีบ้านหลังใหญ่อีกด้วย

จากข่าวที่ 2 “กระเป๋าท่อแทบฉีก” ผู้วิจัยพบองค์ประกอบด้านปฏิกิริยาสนใจ สามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้รับข้อมูลข่าวสารสามารถตีความได้ว่า นักร้องสาวจะ อาร์สยาม ขอเงินคุณพ่อจน “กระเป๋าท่อแทบฉีก” สร้างความรู้สึกไม่ดีแก่ผู้ที่รับข่าวสารได้อ่านนักร้องสาวถึงคราวที่ต้องตกอับไม่มีเงิน จนทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกในแง่ลบกับนักร้องสาว จ๊ะ อาร์สยาม จึงเป็นข่าวที่สร้างความสนใจแก่ผู้อ่านว่าข้อเท็จจริงของข่าวเป็นอย่างไร แต่ปรากฏว่าเนื้อหาข่าวไม่เป็นไปตามพาดหัวข่าว เพราะคำว่ากระเป๋าท่อแทบฉีก หมายความว่า นักร้องสาวกตัญญูให้เงินคุณพ่อเยอะมากจนกระเป๋าท่อแทบฉีก จะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวมีการใช้คำเพื่อให้อ่านเกิดความเข้าใจผิดและใช้คำเร้าอารมณ์เพื่อให้ผู้อ่านเข้าไปอ่านรายละเอียดของเนื้อหาข่าวและนักร้องสาว จ๊ะ อาร์สยาม ถือได้ว่าเป็นนักร้องลูกทุ่งที่มีชื่อเสียงแถวหน้าของเมืองไทยฐานแฟนเพลงที่ติดตามผลงานตามช่องทางเฟสบุ๊กส่วนตัว จำนวน 1.9 ล้านคน ช่องทางอินสตาแกรม จำนวน 2.9 ล้านคนและช่องทางอื่น ๆ อีกมากมาย ประกอบกับข่าวมีความสดใหม่ทันต่อเหตุการณ์มีเพจข่าวอื่นๆ แชรการนำเสนอข่าวออกไปอีกด้วย ทำให้การนำเสนอข่าวสามารถเข้าถึงผู้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ประกอบกับการใช้คำพาดหัวข่าวมีการใช้คำในลักษณะที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจผิด ยิ่งทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจที่จะเข้าไปอ่านในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวมากยิ่งขึ้น

3.2 วิเคราะห์ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

3.2.1 ลักษณะข่าวเบา

ข่าวที่ 1 “ขอจีบกลางรายการ”

เนื้อหาข่าวที่ 1 เชื่อว่าหลายท่านคงทราบกันดีว่าลิเกขวัญใจแม่ยกอย่าง เอ ไชยา มิตรชัย ที่ได้ออกมาเปิดตัวครอบครัวภรรยาและลูกสาวลูกชายที่ต้องปิดบังมานานกว่า 20 ปี ทำเอาหลายคนตกอกตกใจ แต่ในขณะเดียวกันก็เข้ามาแสดงความดีใจด้วยเช่นกัน ซึ่งต้องบอกเลยว่าลูกสาวและลูกชายของ เอ ไชยา นั้นได้คุณพ่อมาแบบเต็มๆ เพราะทั้งคู่ก็ชื่นชอบการเล่นลิเกเช่นเดียวกันกับคุณพ่อ โดยเฉพาะลูกสาวน้องแป้ง นั้นได้เดินตามรอยคุณพ่อเข้าวงการบันเทิงไปอย่างเต็มตัวแล้วอีกด้วย ล่าสุดทางด้าน เอ ไชยา ได้ควงลูกสาวน้องแป้ง มาเป็นแขกรับเชิญในรายการซูเปอร์หม่าซึ่งงานนี้ทางด้าน เบิ้ล ปทุมราช ได้บุกเซอร์ไพรส์กลางรายการขณะกำลังอัดรายการอยู่ โดยทางด้าน เบิ้ล ปทุมราช ได้บุกจีบกลางรายการถือพวงมาลัยขึ้นมาพร้อมขออนุญาต เอ ไชยา จีบลูกสาว น้องแป้ง จนทางด้าน เอ ไชยา นั้นทำหน้าไม่ถูกเลยที่เดียวจากนั้น เบิ้ล ปทุมราช ได้ขอแต่งลิเกสดกลางรายการให้กับ น้องแป้งอีกด้วย งานนี้ต้องบอกเลยว่าถึงแม้จะเป็นแค่การหยอกล้อกันแต่ก็แอบมีลุ้นเพราะทางด้าน เอ ไชยา ได้กล่าวชม เบิ้ล ปทุมราช ว่าเป็นคนน่ารักและนิสัยดี อีกด้วย

จากการวิเคราะห์ข่าวที่ 1 ขอจีบกลางรายการ” ผู้วิจัยพบว่ามีลักษณะข่าวเบาซึ่งเป็นข่าวบันเทิง หรือข่าวที่มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านเป็นหลัก เนื่องจากรายละเอียดของเนื้อหาข่าวนั้นเกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านวงการบันเทิงและมีฐานแฟนคลับจำนวนมากมีการใช้รูปพาดหัวข่าวที่กระตุ้นความเร้าอารมณ์ของผู้รับข่าวสาร ทำให้มีผู้เข้าไปอ่านรายละเอียดของข่าวเป็นจำนวนมาก อีกทั้งการรับรู้ข่าวสารประเภทนี้ยังสร้างความจรรโลงใจ ความผ่อนคลาย ไม่รู้สึกเครียดกับข่าวที่สร้างความหนักใจหรือความเครียดให้กับผู้ที่รับข้อมูลข่าวสาร

ข่าวที่ 2 “ใจหายใจคว่ำหมด”

เนื้อหาข่าวที่ 2 เมื่อวันที่ 11 มีนาคม เพจมีงเพ็ญรู้เธอ ได้โพสต์ข้อความระบุว่า เหม่งเรียกทรัพย์ เรียกได้ว่าเป็นภาพที่ถูกส่งต่อกันเป็นจำนวนมากสำหรับภาพของสาวสวยตัดผมหน้าม้าน่ารักมากๆ แต่สิ่งที่ซ่อนอยู่ภายใต้หน้าม้าน่ารักที่ยังไม่มีคนเคยเห็นสาวรายนี้จึงทำการเปิดเหม่งเรียกทรัพย์ให้ดูงานนี้มีชาวโซเชียลจำนวนมากต่างก็เข้ามาแสดงความคิดเห็นว่าเหม่งแบบนี้ต้องรวยแน่ๆ

จากการวิเคราะห์ข่าวที่ 2 “ใจหายใจว่าหมด” ผู้วิจัยพบลักษณะข่าวเบามีการใช้กลวิธีทางภาษาในการพาดหัวข่าวที่ส่งผลต่อความรู้สึกผู้อ่านทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารจึงเกิดความอยากรู้อยากเห็นของข่าวซึ่งภายในรายละเอียดข่าว และรูปที่ใช้พาดหัวข่าวมีความกระตุ้นความเร้าอารมณ์ของผู้รับข่าวสาร ทำให้มีผู้เข้าไปอ่านรายละเอียดของข่าวเป็นจำนวนมาก

3.2.2 ลักษณะข่าวหนัก

ข่าวที่ 1 “ยายชนะ”

เนื้อหาข่าวที่ 1 สืบเนื่องจาก อำเภอดอนพุด ได้รับแจ้งจากผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 3 ตำบลดอนพุด ว่ามีราษฎรในหมู่บ้านคือคุณยายจำรูญ สาชาติ ผู้สูงอายุ อายุ 85 ปี ที่เป็นผู้ป่วยอัมพฤกษ์กล้ามเนื้ออ่อนแรงขยับร่างกายไม่ได้ครึ่งซีก อีกทั้งเป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวอาศัยอยู่เพียงลำพังคนเดียว ไม่มีบัตรประจำตัวประชาชนแบบ Smart Card เนื่องจากบัตรเดิมยังเป็นแบบแถบแม่เหล็กและสูญหายไปนานแล้วแน่นอนว่าบัตรประชาชนเป็นสิ่งที่จำเป็นมากต่อการทำธุรกรรมต่าง ๆ ใช้ยืนยันตัวบุคคลและเข้าถึงสิทธิสวัสดิการต่าง ๆ ที่พึงได้รับแต่คุณยายไม่สามารถเดินทางไปขอทำบัตรประจำตัวประชาชนที่สำนักทะเบียนอำเภอเองได้ เนื่องจากเป็นผู้ป่วยและผู้พิการช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ไม่มีผู้ดูแลประกอบกับบ้านที่อยู่อาศัยมีบันไดสูงหลายชั้นทำให้มีความยากลำบากในการเดินทางมาขอรับบริการ ซึ่งคุณยายไม่เคยออกจากบ้านมาเป็นเวลา 16 ปีแล้ว เมื่อรับทราบข้อมูลนายอำเภอดอนพุด จึงได้นำทีมเร่งรัดรับตัวราษฎรรายดังกล่าวมาดำเนินการทำบัตรประจำตัวประชาชน ณ สำนักทะเบียนอำเภอดอนพุด โดยช่วยอำนวยความสะดวกรับ-ส่ง จากบ้านที่พักอาศัยมายังสำนักทะเบียนอำเภอ โดยมีปลัดอำเภอและเจ้าหน้าที่ประจำสำนักทะเบียนอำเภอให้การบริการในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชน ณ สำนักทะเบียนอำเภอ อีกทั้งมีปลัดอำเภอประจำตำบลและผู้ใหญ่บ้านอำนวยความสะดวกในการสมัครลงทะเบียนตามโครงการ “เราชนะ” สำหรับประชาชนกลุ่มพิเศษ นั่นคือ กลุ่มที่ 4 ประชาชนที่ไม่มี Smart Phone

จากการวิเคราะห์ข่าวที่ 1 ผู้วิจัยพบลักษณะข่าวเป็นข่าวหนัก ซึ่งมีเนื้อหาข่าวที่มีเนื้อหาสาระ ประกอบกับข่าวนี้นี้แสดงถึงความเอาใจใส่และช่วยเหลือประชาชนจากนายอำเภอที่รับผิดชอบ เมื่อพิจารณาจากข่าวแล้วพบว่า เนื้อหาหลักของข่าวได้กล่าวถึงคุณยายท่านหนึ่งมีบัตรประชาชนไม่มีแถบ Smart Card ซึ่งไม่สามารถร่วมโครงการของรัฐได้ ทำให้นายอำเภอในพื้นที่เข้าช่วยเหลือคุณยายที่พิการช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ โดยนายอำเภอได้นำทีมเร่งรัดรับตัวราษฎรราย

ดังกล่าวมาดำเนินการทำบัตรประจำตัวประชาชน ณ สำนักทะเบียนอำเภอดอนพุด โดยช่วยอำนวยความสะดวกให้กับ-ส่ง จากบ้านที่พักอาศัยมายังสำนักทะเบียนอำเภอ

ข่าวที่ 2 ขายเกิน 2.50 บาท เจอโทษ !

เนื้อหาข่าวที่ 2 วันที่ 13 มกราคม 2564 นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฐ์ หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ กล่าวถึง การพิจารณาทบทวนรายการสินค้าควบคุมและทบทวนมาตรการสินค้า ควบคุมว่า ที่ประชุมมีมติเห็นชอบให้ต่ออายุสินค้าควบคุม 4 รายการ ที่เคยอยู่ใน ประกาศฉบับเดียวกัน คือ หน้ากากอนามัย ยาสีงเคราะห์ แอลกอฮอล์-เจลล้างมือ และเศษกระดาษ ที่จะหมดอายุในวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2564 โดยจะให้มีการควบคุม ราคาต่อไป สำหรับหน้ากากอนามัยนั้นมี 3 ส่วน

1. หน้ากากอนามัยทางการแพทย์ ที่ผลิตจากโรงงานในประเทศไทยที่ขึ้น ทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ อย. ปัจจุบันมีอยู่ 30 กว่า โรงงาน ที่มีกำลังการผลิตอย่างมีนัยยะสำคัญจะคุมราคาอยู่ที่ไม่เกินชิ้นละ 2.50 บาท เช่นเดิม
2. หน้ากากอนามัย ทางเลือก ที่ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจะคุมราคา เช่นเดิมขายปลีกได้ในราคาไม่เกินต้นทุนบวกไม่เกินร้อยละ 60
3. หน้ากากผ้า ไม่กำหนดให้เป็นสินค้าควบคุมและรัฐบาลมีนโยบาย ส่งเสริมให้ประชาชนที่ไม่ป่วยใช้หน้ากากผ้าในการป้องกัน โควิด

จากข่าวที่ 2 “ขายเกิน 2.50 บาท เจอโทษ” ! ผู้วิจัยพบลักษณะข่าวหนักมีเนื้อหาข่าว ในเชิงให้ความรู้และเป็นข่าวที่มีอิทธิพลกับคนส่วนใหญ่ในสังคม เนื่องจากประเด็นหลักของข่าวส่วน อื่นได้กล่าวถึงการพิจารณาทบทวนรายการสินค้าควบคุมและทบทวนการต่ออายุสินค้าควบคุม 4 รายการ ที่เคยอยู่ในประกาศฉบับเดียวกันที่จะหมดอายุในเวลาอันใกล้และควบคุมราคาสินค้าไม่ให้ ราคาสูงเกินไป อีกทั้งพาดหัวข่าวยังสร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้อ่านเนื่องจากมีรูปนายจรินทร์ ลักษณ วิศิษฐ์ หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ กับบุคคล อื่น หากไม่เข้าไปอ่านในรายละเอียดของข่าวก็จะไม่ทราบว่าแท้จริงแล้วไม่ใช่ผู้หญิงในรูปพาดหัวข่าว ได้รับโทษ เพียงแต่เป็นการกล่าวถึงมาตรการสำหรับผู้ที่ขายหน้ากากอนามัยเกินราคา 2.50 บาท อิทธิพลกับคนส่วนใหญ่ในสังคม

3.3 สรุปท้ายบท

จากการศึกษาองค์ประกอบและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก พบว่าด้านองค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบต อยู่ 11 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านความสดใหม่ พบอยู่ 34 องค์ประกอบ 2) องค์ประกอบด้านเป็นเรื่องใกล้ตัว พบอยู่ 4 องค์ประกอบ 3) องค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียงหรือความสำคัญ พบอยู่ 38 องค์ประกอบ 4) องค์ประกอบด้านผลกระทบกระเทือน พบอยู่ 8 องค์ประกอบ 5) องค์ประกอบด้านความขัดแย้ง พบอยู่ 14 องค์ประกอบ 6) องค์ประกอบด้านความมีเงื่อนไข พบอยู่ 4 องค์ประกอบ 7) องค์ประกอบด้านความแปลกประหลาด พบอยู่ 6 องค์ประกอบ 8) องค์ประกอบด้านทางเพศ พบอยู่ 1 องค์ประกอบ 9) องค์ประกอบด้านความสะเทือนอารมณ์ พบอยู่ 30 องค์ประกอบ 10) องค์ประกอบด้านความเปลี่ยนแปลง พบอยู่ 3 องค์ประกอบ 11) องค์ประกอบด้านปฏิกิริยาสนใจพบอยู่ 12 องค์ประกอบ องค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบตที่ไม่พบ คือ องค์ประกอบ ด้านความก้าวหน้าทางวิทยาการต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียงหรือความสำคัญ พบมากที่สุดหากสิ่งใดก็ตามที่มีชื่อเสียงสิ่งนั้นย่อมได้รับความสนใจอยู่เสมอข่าวนั้นก็ย่อมมีคุณค่าและได้รับความสำคัญอยู่เสมอ

ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบต พบอยู่ 2 ลักษณะคือ ลักษณะข่าวเบาพบ 58 ลักษณะ และลักษณะข่าวหนักพบ 2 ลักษณะ จะเห็นได้ว่าลักษณะข่าวเบาพบมากที่สุด เนื่องจากว่าข่าวเชิงคลิกเบตส่วนใหญ่เป็นข่าวประเภทบันเทิงที่เน้นความรู้สึกบันเทิงใจต่อผู้อ่าน เมื่อผู้อ่านได้รับข้อมูลข่าวสารทำให้มีความรู้สึกจรรโลงใจไม่เคร่งเครียด ถือได้ว่าเป็นการผ่อนคลายวิธีหนึ่งที่จะช่วยได้

จากข้อมูลข้างต้นเรื่ององค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบตและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตผู้วิจัยสรุปผลได้ตามตาราง ดังต่อไปนี้



ตารางที่ 3 องค์ประกอบของข่าวจากเพจเฟซบุ๊ก

เพลงข่าวเชิงสถิติ		ชาวไทย										อเมริกัน										สถานะ										เพศมลายา										สยามว่าไว้										หยุดเลือกไม่ได้จริงๆ										รวม																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
ลำดับ	ที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
องค์ประกอบของข่าว		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
1	องค์ประกอบด้านความสดใหม่	1	1	1					1	1	1	1	1		1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

ตารางที่ 4 ผลสรุปองค์ประกอบของข่าวจากเพจเฟซบุ๊ก

ลำดับที่	องค์ประกอบของข่าว	เพจชาวไทย	เพจ อ่อนแอ ก็แพ้ไป	เพจ สถานะ	เพจมารยา	เพจ สยาม วาไรตี้	เพจ หยุดเผือก ไม่ได้จริงๆ	รวม
1	องค์ประกอบด้านความสดใหม่	6	4	9	4	8	3	34
2	องค์ประกอบด้านเป็นเรื่องใกล้ตัว	0	0	0	0	4	0	4
3	องค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียง หรือความสำคัญ	7	8	7	8	3	5	38
4	องค์ประกอบด้านผลกระทบกระเทือน	2	0	2	2	2	0	8
5	องค์ประกอบด้านความขัดแย้ง	3	2	4	1	2	2	14
6	องค์ประกอบด้านความมีเงื่อนงำ	1	2	1	0	0	0	4
7	องค์ประกอบด้านความแปลกประหลาด	1	0	0	2	0	3	6
8	องค์ประกอบด้านทงเพศ	0	0	0	1	0	0	1
9	องค์ประกอบด้านความสะท้อนอารมณ์	1	6	5	7	7	4	30
10	องค์ประกอบด้าน ความก้าวหน้าทางวิทยาการต่าง ๆ	0	0	0	0	0	0	0
11	องค์ประกอบด้านความเปลี่ยนแปลง	0	0	1	1	0	1	3
12	ด้านปฏิชนสนใจ	6	3	1	0	0	2	12
รวม		27	25	30	26	26	20	154

บทที่ 4

กลวิธีการใช้ภาษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

การศึกษาเรื่อง “การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก : องค์ประกอบ ลักษณะ และ กลวิธีการ ใช้ภาษา” กลวิธีการใช้ภาษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษา

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์กลวิธีการพาดหัวข่าว

4.1 วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษา

1. กลวิธีการสร้างความสงสัย

ข่าวที่ 1 “ขอจีบกลางรายการ”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการสร้างความสงสัย โดยมีการใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ คือ การพาดหัวข่าวแบบกว้าง ๆ ไม่ได้ให้รายละเอียดแบบชัดเจนซึ่งมีการใช้คำว่า “ขอจีบกลางรายการ” แทนการระบุของชื่อบุคคลที่จีบว่าคือใครและรายการใด จากพาดหัวมีการใช้คำที่กว้างเกินกว่าที่ผู้อ่านจะระบุได้ว่าพาดหัวข่าวกล่าวถึงบุคคลใดจึงทำให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยและสนใจในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวจนต้องไปค้นหาข้อเท็จจริงในที่สุด อีกทั้งพาดหัวข่าวยังชวนให้ผู้อ่านติดตามเนื่องจากพาดหัวข่าวไม่มีความชัดเจนทำให้ผู้อ่านได้รับรู้รับทราบเพียงเท่านั้นโดยมีเจตนาให้ผู้อ่านพาดหัวข่าวเกิดความสงสัยและชวนติดตามไม่มีการใช้โวหารภาพพจน์ใดมาประกอบ แต่มุ่งเน้นที่กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ เข้าใจง่าย และชวนให้เปิดอ่าน

ข่าวที่ 2 “ดาราท้อแท้ออกช่อง 3”

ผู้วิจัยยังพบ กลวิธีการสร้างความสงสัย โดยการใช้คำเรียกอย่างกว้าง ๆ จะเห็นได้ว่าพาดหัวข่าวข้างต้นคำว่า “ดารา” ไม่ได้มีการระบุอย่างชัดเจนว่าเป็นดาราคอนไหนสื่อให้เห็นได้ว่าความหมายกว้างเกินไปทำให้ผู้อ่านไม่สามารถคาดเดาได้ว่าเป็นใคร และจากพาดหัวข่าวมีรูปนำเสนอหน้าหญิงของช่อง 3 สองคนคือ ญาญ่า อุรัสยา และ แด้ว ณัฐพร ทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจผิดได้ว่าเป็นดาราทั้งสองคนดังกล่าว จึงเป็นการนำเสนอข่าวที่มีการใช้คำพาดหัวข่าวเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยและสนใจในเนื้อหาของข่าวมากยิ่งขึ้นแต่เมื่อเข้าไปอ่านในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวพบว่าไม่ใช่ดาราทั้งสองคนตามรูปพาดหัวข่าว แต่เป็นการนำรูปมาขึ้นพาดหัวข่าวเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความสนใจเนื่องจาก นักแสดงทั้งสองคนเป็นนักแสดงนำหญิงที่มีชื่อเสียงของสถานีโทรทัศน์

ข่าวที่ 3 “จบรุ่นไหน”

ผู้วิจัยพบว่ามีการสร้างความเสี่ยงโดยใช้คำถาม ในพาดหัวข่าวใช้คำว่า “รุ่นไหน” เพื่อสร้างความสงสัยแก่ผู้อ่านซึ่งเป็นคำถามที่ไม่ต้องการคำตอบจากผู้อ่านแต่เพื่อชี้นำประเด็นของข่าวและตรวจสอบว่าข่าวและเนื้อหาสอดคล้องกันหรือไม่ อีกทั้งรูปภาพประกอบพาดหัวข่าวเป็นนักแสดงดัง “ดีเจมะตูม” ที่มีฐานแฟนคลับจำนวนมากที่ติดตามผลงานและเป็นที่รู้จักของคนในสังคมเป็นวงกว้าง จึงเป็นพาดหัวข่าวที่ชวนให้ผู้อ่านอยากติดตามในเนื้อหาของข่าวว่าข้อเท็จจริงเป็นอย่างไร เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาข่าวพบว่า เป็นเพียงเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวกับข้อมูลของชาวอินเทอร์เน็ตไปค้นหาประวัติของนักแสดงคนดังกล่าวตามสื่อต่าง ๆ แต่ปรากฏว่าข้อมูลไม่ตรงกับที่ดีเจหนุ่มมะตูม ได้เคยกล่าวไว้ว่าชาวโลกโซเชียลเลยได้มีการตั้งคำถามไปยัง ดีเจมะตูมว่าจบรุ่นไหน

2. กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสดใหม่

ข่าวที่ 1 “ภาพล่าสุดชัดเจนแล้ว”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสดใหม่จากการที่ใช้คำว่า “ล่าสุด” เพื่อสื่อว่าเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไม่นาน ทำให้ผู้อ่านรู้สึกข่าวมีข้อมูลใหม่ เป็นเรื่องที่เพิ่งเกิดขึ้นสด ๆ ใหม่ ๆ จึงทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและรีบอ่านเพื่อให้ทันกระแสสังคม จะเห็นได้ว่าพาดหัวข่าวนี้นักร้องคู่จิ้นอย่าง นึก-ปาย ที่มีฐานแฟนคลับจำนวนมากและแอบลั่นให้ทั้งสองคนได้คบหาดูใจกันการนำเสนอโดยใช้คำพาดหัวข่าวในลักษณะนี้จึงทำให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยและเข้าใจผิดในสถานะของนักร้องทั้งสองคนดังกล่าวได้

ข่าวที่ 2 “ธรรมชาติพันธุ์”

ผู้วิจัยพบ กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ จากการที่ใช้คำว่า “พันธุ์” เพื่อสื่อว่ามี การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นของธรรมชาติ ทำให้ผู้อ่านรู้สึกข่าวมีข้อมูลใหม่ เป็นเรื่องที่เพิ่งเกิดขึ้น จะเห็นได้ว่าการใช้ถ้อยคำลักษณะนี้จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับข่าวทำให้ผู้อ่านมีความสนใจและเข้าไปอ่านในรายละเอียดของเนื้อหาข่าว ซึ่งในเนื้อหาข่าวได้อธิบายไว้ว่า มีโลมาสีชมพู จำนวน 4 ตัว มาว่ายน้ำบริเวณอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทองแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของอาหารใต้ท้องทะเล และธรรมชาติที่สงบสวยงาม และมีการใช้คำที่สื่อความหมายโดยตรง โดยใช้คำว่า ธรรมชาติพันธุ์ ซึ่งคำว่า “พันธุ์” มีความหมายว่า กลับดีขึ้นอย่างช้า ๆ เมื่อผู้อ่านได้อ่านพาดหัวข่าวจะทำให้ทราบทันทีว่าธรรมชาติถูกฟื้นฟูจนคืนสภาพดังเดิม ทำให้รู้สึกสมจริง ช่วยให้เกิดความรู้สึกรักและกระตุ้นให้เกิดจินตนาการ สร้างสรรค์ความคิดให้เป็นไปตามธรรมชาติ ทำให้จิตใจเบิกบาน สดชื่น ซึ่งการใช้กลวิธีดังกล่าวทำให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม ใช้ภาษาเพื่อให้อ่านเกิดความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และชวนให้เปิดอ่าน

ข่าวที่ 3 “ครั้งแรกของหาดกะตะ”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ จากการที่ใช้คำว่า “ครั้งแรก” เพื่อสื่อว่ามีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่และไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนทำให้ผู้อ่านรู้สึกข่าวมีข้อมูลใหม่เป็นสิ่งที่เพิ่งเกิดขึ้นจึงน่าจะรีบอ่านเพื่อให้ทันกระแสสังคม ซึ่งเมื่อพิจารณาจากเนื้อหาของข่าวแล้วพบว่า เป็นการวางไข่ของแม่เต่ามะเฟืองที่ขึ้นมาวางไข่ในหาดตะกั่วครั้งแรกในรอบ 20 ปี นอกจากนี้การใช้กลวิธีทางภาษาพาดหัวข่าวชวนให้น่าสนใจเพราะเมื่อผู้อ่านพาดหัวข่าวจะทำให้รู้สึกเกิดความสงสัยว่าครั้งแรกของหาดกะตะ คืออะไร มีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น ผู้อ่านสามารถตีความไปได้หลากหลายรูปแบบเมื่อพิจารณาจากรูปภาพประกอบพาดหัวข่าวผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ว่ามีแม่เต่าไปวางไข่ที่หาดกะตะ แต่ทั้งนี้สิ่งที่ผู้อ่านได้ตีความจะมีความตรงจากเนื้อหาข่าวหรือไม่ ดังนั้นผู้อ่านจึงเข้าไปดูรายละเอียดของเนื้อหาข่าวเพื่อทราบข้อเท็จจริงว่าเป็นอย่างไร

3. กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว

ข่าวที่ 1 “อาการรุนแรงกว่าที่คิด !!”

ผู้วิจัยพบ กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว โดยพาดหัวข่าวใช้ถ้อยคำที่สื่อความเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดระหว่างข่าวกับผู้อ่านและการใช้คำว่า “อาการรุนแรง” เพื่อแสดงปฏิสัมพันธ์โดยการเตือนจากผู้เขียนพาดหัวข่าวไปยังผู้อ่านโดยตรง ทำให้ข่าวมีความใกล้ชิดกับผู้อ่านทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าข่าวเป็นข้อมูลที่ใกล้ตัวจึงควรทราบข้อเท็จจริงของเนื้อหาข่าวและพบว่ามีการใช้ เครื่องหมายอัศจรรย์ เพื่อเน้นข้อความให้เห็นความสำคัญของข่าว มีการใช้คำขยายเพื่อเพิ่มความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และแสดงอารมณ์ความรู้สึกรุนแรงมากขึ้น ในการพาดหัวข่าว โดยมีเจตนาเพื่อให้คนอ่านพาดหัวข่าวเกิดความสงสัยชวนให้ติดตาม โดยไม่มีการใช้โวหารภาพพจน์ใดมาประกอบ แต่มุ่งเน้นที่กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อให้อ่านเกิดความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และชวนให้เปิดอ่าน

ข่าวที่ 2 “เลขรถสวย จัดไปเลยป้า”

กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว จากการที่มีการใช้คำว่า “เลขรถสวย” ผู้นำเสนอข่าวต้องการนำเสนอข่าวที่เป็นเรื่องใกล้ตัวในเรื่องของการเสี่ยงโชคลุ้นรางวัลจากป้ายทะเบียนรถ เพราะโดยปกติแล้วคนไทยมีความเชื่อในเรื่องของโชคลาภในสิ่งของที่ตนเองได้มาใหม่ เช่น ป้ายทะเบียนรถใหม่ เลขที่บ้านใหม่ และบางครั้งก็จะหาเลขทะเบียนมงคลจากบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ทะเบียนรถมักถูกรางวัลอยู่บ่อยครั้ง แม้กระทั่งการนำเลขทะเบียนรถของตัวเอง ไปเปรียบเทียบกับสถิติที่ผ่านมา เพื่อดูว่ามีโอกาสลุ้นมากน้อยแค่ไหน หรือบางครั้งเราก็มักจะหยิบเลขขึ้นมาสักชุดหนึ่งโดยที่ไม่มีอ้างอิงกับสิ่งใดเลย ถือได้ว่าเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ผู้คนให้ความสนใจกับข่าวประเภทนี้เป็นอย่างมาก

ข่าวที่ 3 “GPS พาช่วย”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว เนื่องจากพาดหัวข่าวใช้ภาษาที่สื่อถึงความใกล้ชิดระหว่างข่าวกับผู้อ่านเพื่อชักจูงให้ผู้อ่านรู้สึกว่าคุณเองมีความเกี่ยวข้องกับพาดหัวข่าว จากคำว่า “GPS” เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในยุคสมัยใหม่ที่ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เพราะช่วยในเรื่องการนำทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จะเห็นได้ว่าการพาดหัวข่าวแสดงให้เห็นว่าการนำทางของ GPS เกิดข้อผิดพลาด เมื่อผู้อ่านพบเจอย่อมต้องการอยากรับข้อเท็จจริงของเนื้อหาข่าวว่าเป็นอย่างไร

4. กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่

ข่าวที่ 1 “จากไปไม่ทันรำล้า”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ เนื่องจากข้อความพาดหัวข่าวทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่า เป็นเรื่องการจากไปของบุคคลในรูปภาพพาดหัวข่าวที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียงของเมืองไทย ซึ่งคนในสังคมรู้จักเป็นวงกว้างจึงได้รับความสนใจจากผู้อ่าน เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาข่าวแล้วพบว่าไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับพาดหัวข่าวแต่อย่างใด แต่เป็นการกล่าวถึงประวัติคร่าว ๆ ของบุคคลที่อยู่ในพาดหัวข่าวเท่านั้น ถือได้ว่าข่าวนี้เป็นข่าวคลิกเบตที่ลวงให้ผู้อ่านเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวแต่กลับพบข้อมูลไม่ตรงกับพาดหัวข่าว จะเห็นได้ว่าการใช้กลวิธีทำให้เป็นเรื่องใหญ่จะดึงดูดความสนใจของผู้อ่านเป็นอย่างมากประกอบกับมีบุคคลที่มีชื่อเสียงอีกด้วย

ข่าวที่ 2 “แห่ให้กำลังใจ ตึก มยุรา”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ อีกทั้งยังทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าข่าวนี้น่าจะมีความพิเศษหรือมีเหตุการณ์บางอย่างเกิดขึ้นกับนักแสดงชื่อดังของเมืองไทย อย่าง ตึก มยุรา ซึ่งมีคำว่า “แห่ให้กำลังใจ” เป็นการใช้คำที่แสดงถึงความห่วงใยต่อดารานักแสดงสาว ดังนั้นผู้อ่านข่าวก็สามารถตีความได้ว่าน่าจะมีเหตุการณ์บางอย่างที่ไม่ดีเกิดขึ้นกับนักแสดงสาวข้างต้น ทำให้พาดหัวข่าวนี้น่าจะมีความพิเศษและดึงดูดความสนใจของผู้อ่านมากยิ่งขึ้นและมีการใช้ภาษาตลาดคือ แห่ หมายถึง การร่วมแรง ร่วมใจ เป็นคำพูดของคนทั่ว ๆ ไปโดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องหรือเหมาะสมแต่สามารถสื่อความหมายกันได้เป็นอย่างดี ทำให้พาดหัวข่าวน่าสนใจและคำว่า “กำลังใจ” หมายถึง สภาพจิตใจที่มีความเชื่อมั่นและเข้มแข็งพร้อมที่จะต่อสู้ หรือเผชิญกับทุกอย่าง เพื่อให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจกระตุ้นความอยากรู้ของผู้อ่าน และชวนติดตาม โดยมุ่งเน้นที่กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อให้อ่านเกิดความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และชวนให้เปิดอ่าน เป็นความฉลาดในการใช้ภาษาอย่างหนึ่ง โดยไม่คำนึงถึงสาระสำคัญของข่าว

ข่าวที่ 3 “ทนมัโหวแล้วโวย”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ ซึ่งมีการใช้คำว่า “โวย” ที่แสดงถึงอารมณ์และความรู้สึกให้ผู้อ่านได้รับรู้และเกิดความสนใจว่าน่าจะมีเหตุการณ์บางอย่างเกิดขึ้นกับบุคคลในข่าว เมื่อพิจารณาพาดหัวข่าวแล้วพบว่า รูปภาพประกอบพาดหัวข่าวเป็นคู่รักนักแสดงที่มีชื่อเสียงของเมืองไทย คือ ดีเจเพชรจ้าและนิวเคลียร์ ھرรษา จึงเป็นการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจและเป็นข่าวที่มีความสดใหม่ทำให้ผู้อ่านให้ความสนใจและเข้าไปอ่านรายละเอียดของเนื้อหาข่าวเพื่อหาข้อเท็จจริงของข่าว และมีการใช้คำตำหนิหรือคำหยาบ “โวย” มาเสริมประโยคที่ว่า ทนมัโหวแล้ว และมีการเพิ่มคำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกของผู้พูด เมื่อผู้อ่านได้อ่านพาดหัวข่าวจะทำให้รู้สึกว่ามีอารมณ์รุนแรงเกิดขึ้น และมีความน่าสนใจจนต้องกดเข้าไปอ่านรายละเอียด การใช้กลวิธีดังกล่าวทำให้หัวข้อข่าวมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม เป็นความฉลาดในการใช้ภาษาอย่างหนึ่ง โดยไม่คำนึงถึงสาระสำคัญของข่าว ใช้ภาษาเพื่อให้อ่านเกิดความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และชวนให้เปิดอ่าน

5. กลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม

ข่าวที่ 1 “ครูชอบหาว่าผมเสพยา”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตามเพราะเมื่อผู้อ่านพาดหัวข่าวจะทำให้รู้สึกเกิดความสงสัยว่านักเรียนนั้นได้เสพยาเสพติดตามที่ครูได้กล่าวหาจริงหรือไม่ จนต้องหาข้อเท็จจริงในรายละเอียดของข่าว เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาข่าวพบว่า มีนักเรียนชาย 3 คน อายุ 13-14 ปี ขอให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบหาสารเสพติดให้ซึ่งเจ้าหน้าที่ก็ตรวจให้และผลออกมาไม่พบสารเสพติดแต่อย่างใดกลุ่มนักเรียนจึงขอให้เจ้าหน้าที่ช่วยถ่ายรูปไว้เป็นหลักฐาน เนื่องจากคุณครูชอบกล่าวว่าติดยาเสพติดซึ่งเมื่อพิจารณาจากเนื้อหาของข่าวกับพาดหัวข่าว อันเป็นข้อเท็จจริงที่สวนทางกัน แต่เป็นกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน และจากพาดหัวข่าวข้างต้น เป็นเพียงการใช้วลีเพื่อบอกเล่าบอกกล่าว ในการพาดหัวข่าว โดยมีเจตนาเพื่อให้คนอ่านพาดหัวข่าว เกิดความสงสัย และชวนติดตาม โดยมุ่งเน้นที่กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อให้อ่านเกิดความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และชวนให้ เปิดอ่านเป็นความฉลาดในการใช้ภาษาอย่างหนึ่ง โดยไม่คำนึงถึงสาระสำคัญของข่าว

ข่าวที่ 2 “ใจหายใจคว่ำหมด”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม เนื่องจากเมื่อผู้อ่านพบเจอพาดหัวข่าวทำให้เกิดความสงสัยได้ว่าเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นกับบุคคลที่อยู่ในรูปภาพพาดหัวข่าวทำให้ผู้อ่านอยากทราบข้อเท็จจริงจึงเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวในที่สุด เมื่อพิจารณาเนื้อหาข่าวพบว่า เป็นเพียงหญิงสาวรายหนึ่งที่ตัดผมหน้าม้าหน้าตาน่ารัก แต่เมื่อเปิดผมหน้าม้าขึ้นทำให้เห็นหน้าผากกว้างอย่างชัดเจน

ข่าวที่ 3 “ดาราท้อแห่ออกช่อง 3”

ผู้วิจัยพบว่ามีกลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าความสนใจของผู้อ่าน การใช้กลวิธีดังกล่าวทำให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจ มีข้อเท็จจริงในการใช้ภาษาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน และจากพาดหัวข่าวข้างต้น เป็นเพียงการใช้วลีเพื่อบอกเล่า บอกกล่าว ในการพาดหัวข่าว โดยมีเจตนาเพื่อให้คนอ่านพาดหัวข่าว เกิดความสงสัย และสะท้อนอารมณ์ชวนติดตาม โดยไม่มีการใช้โวหารภาพพจน์ใดมาประกอบ แต่มุ่งเน้นที่กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และชวนให้เปิด

6. กลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม

ข่าวที่ 1 “เลิกกันแล้ว”

ผู้วิจัยพบ กลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม เพราะการพาดหัวข่าว เรื่องการเลิกกันไม่ว่าจะเป็นนักร้องหรือดารา ย่อมที่เป็นที่น่าสนใจและได้รับความนิยมจากกระแสสังคม อีกทั้งบุคคลในพาดหัวข่าวเป็นคนที่มิชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงการบันเทิง ดังนั้นหากมีข่าวหรือเหตุการณ์อะไรที่มีความเคลื่อนไหวเกิดขึ้น ก็จะถูกนำมาเป็นข่าวอยู่เสมอเนื่องจากได้รับความสนใจจากแฟนคลับและเป็นข่าวที่มีความสดใหม่ทันต่อเหตุการณ์ เมื่อผู้อ่านพบเจอก็จะเกิดความสนใจและอยากรู้อยากเห็นในเนื้อหาข่าวว่าข้อเท็จจริงเป็นอย่างไรจนสุดท้ายก็ต้องไปหาคำตอบในเนื้อหาข่าว นอกจากนี้พาดหัวข่าวยังใช้ภาษาที่สื่อความความหมายโดยตรงโดยใช้คำว่า เลิกกันแล้ว ที่มีความหมาย คือ การไม่มีความสัมพันธ์แบบคู่รัก คู่ชีวิตกันอีกต่อไป การใช้กลวิธีดังกล่าวทำให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจ มีข้อเท็จจริงในการใช้ภาษาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน และจากพาดหัวข่าวข้างต้น เป็นเพียงการใช้วลีเพื่อบอกเล่า บอกกล่าว ในการพาดหัวข่าว โดยมีเจตนาเพื่อให้คนอ่านพาดหัวข่าว เกิดความสงสัย และสะท้อนอารมณ์ ชวนติดตาม โดยไม่มีการใช้โวหารภาพพจน์ใดมาประกอบ แต่มุ่งเน้นที่กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และชวนให้เปิดอ่าน เป็นความฉลาดในการใช้ภาษาอย่างหนึ่ง โดยไม่คำนึงถึงสาระสำคัญของข่าว

ข่าวที่ 2 “เรียกสามี เต็มปาก เต็มคำ”

ผู้วิจัยพบ กลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม โดยพาดหัวข่าวมีการนำเสนอรูปภาพประกอบซึ่งเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเจ้าของฉายาข้ามเพศหมื่นล้าน จึงทำให้ดึงดูดความสนใจของผู้รับสารและติดตามความตามเรื่องราวที่น่าสนใจ เมื่อพิจารณาเนื้อหาข่าวผู้วิจัยพบว่า บุคคลที่อยู่ในพาดหัวข่าวคือ แอน จักรพงษ์ เป็นนักธุรกิจหญิงข้ามเพศชาวไทย ที่เป็นแขกรับเชิญรายการผู้หญิงทำมาหากิน ซึ่งในรายการมีชายหนุ่มชื่อน้องหมี เคิร์ก บอนแดด เป็นบุคคลที่อยู่ในรูปภาพพาดหัวข่าว ออกรายการร่วมด้วย ด้วยความสุภาพของชายหนุ่ม แอน จักรพงษ์ จึงเอ่ยปากหยอกล้อว่า “สามี”

จะเห็นได้ว่าเนื้อหาข่าวเป็นเพียงการพุดคุยหยอกล้อกันสนุกสนานเพียงเท่านั้น ไม่ใช่สามีที่แท้จริง พาดหัวข่าวต้องการนำเสนอผู้ให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจผิดจนต้องทำให้เข้าไปอ่านในรายละเอียดของเนื้อหาข่าว

ข่าวที่ 3 ขายเกิน 2.50 บาท เจอโทษ !

ผู้วิจัยพบกลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม ซึ่งเป็นการนำเสนอพาดหัวข่าวในรูปแบบภาษาที่ตรงไปตรงมาในเรื่องของการลงโทษหากทำผิดกฎ ซึ่งจะส่งผลกับผู้ชายโดยตรง หากมีการขายเกินราคาที่กำหนด เนื่องจากในปัจจุบันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 มีการแพร่กระจายไปอย่างกว้างขวาง หน้ากากอนามัยจึงเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญในการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 ได้เป็นอย่างดี แต่เนื่องจากหน้ากากอนามัยมีความต้องการสูงของท้องตลาดทำให้สินค้าขาดตลาดและหาได้ยาก เหล่าบรรดาร้านค้าจึงขายในราคาที่สูงเพื่อเอาเปรียบลูกค้า จะเห็นได้ว่าการนำเสนอข่าวอยู่ในกระแสสังคมทำให้ผู้คนจำนวนมากเกิดความสนใจในข่าว และผู้วิจัยพบว่ามีผู้ใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ เพื่อเน้นข้อความให้เห็นความสำคัญของข่าวและภาษาตลาด ได้แก่ เจอโทษ ซึ่งหมายถึง การได้รับโทษเมื่อกระทำความผิด ทำให้พาดหัวข่าวน่าสนใจ การใช้กลวิธีดังกล่าวทำให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจ มีข้อเท็จจริงในการใช้ภาษาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน

7. กลวิธีการนำเสนอโดยการประชดประชันหรือการล้อเลียนสังคม

ข่าวที่ 1 “ฮัลโหล อย่าโง่”

ผู้วิจัยพบ กลวิธีการนำเสนอโดยการประชดประชันหรือการล้อเลียนสังคม จากคำว่า “อย่าโง่” ซึ่งสื่อความหมายไปในทางลบเมื่อผู้อ่านได้รับข้อมูลข่าวสารจึงเกิดความสนใจและสงสัยว่าเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นเมื่อพิจารณาจากเนื้อหาผู้วิจัยพบว่า เป็นการกล่าวประชดประชันของนักร้องชื่อดังของเมืองไทยอย่าง จ๊ะ อาร์สยาม ที่มีการพุดถึงบุคคลอื่นที่มาแสดงความคิดเห็นในบัญชีส่วนตัวในถ้อยคำไปในทางลบ นักร้องสาวจ๊ะ อาร์สยาม เลยแสดงความคิดเห็นตอบกลับชี้แจงข้อเท็จจริง จากพาดหัวข่าวจะเห็นได้ว่าหากเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักของคนในสังคม ไม่ว่าจะกระทำการใดก็จะถูกนำมาเสนอข่าวอยู่เสมอ แม้เรื่องนั้นจะเป็นเรื่องที่เล็กน้อยก็ตาม เพราะการนำเสนอข่าวของบุคคลที่มีชื่อเสียงย่อมได้รับความสนใจของผู้คนอยู่เสมอ

ข่าวที่ 2 “ไม่ใช่เด็กเล่นขายของนะ”

ผู้วิจัยพบ กลวิธีการนำเสนอโดยการประชดประชันหรือการล้อเลียนสังคม มีการใช้ถ้อยคำเชิงเสียดสีพาดพิงผู้อื่นใช้ภาษาอ้อม ๆ ให้ผู้อ่านตีความได้เองทำให้ผู้อ่านรู้สึกถึงความรุนแรง สะเทือนอารมณ์และให้ข้อคิดหรือเตือนสติ เมื่ออ่านพาดหัวข่าวจะทำให้รู้สึกว่าเป็นการเตือนสติและ

โน้มนำไปสู่การให้ข้อคิด เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาข่าวพบว่า มีพ่อค้าขายข้าวโพดรายหนึ่งถูกยกเลิกสินค้า จนทำให้เกิดความเสียหายเพียงเท่านั้น แต่กลวิธีพาดหัวข่าวมีการใช้ถ้อยคำภาษาเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่าเหตุการณ์นี้น่าจะมีความรุนแรงเกิดขึ้น นับว่าเป็นกลวิธีอย่างหนึ่งที่ผู้เขียนสามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้ไม่น้อย

ข่าวที่ 3 “ชี้เก็ก!! คิดว่าเป็นคาราฮอลลิวูดหรือ !”

กลวิธีการนำเสนอโดยการประชดประชันหรือการล้อเลียนสังคม เพราะเมื่อผู้อ่านพาดหัวข่าวจะทำให้รู้สึกเกิดความสงสัยว่าการพาดหัวข่าวนั้นประชดประชันกันเพราะเหตุผลใด ทำให้ผู้อ่านต้องไปหาข้อเท็จจริงในเนื้อหาของข่าว นอกจากนี้พบการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ เพื่อเน้นข้อความให้เห็นความสำคัญของข่าว พบการใช้ความเปรียบ คิดว่าเป็นคาราฮอลลิวูดหรือ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบในเชิงประชดประชัน และพบการใช้ภาษาตลาด คำว่า ชี้เก็ก เพื่อให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจ และชวนติดตาม โดยมุ่งเน้นที่กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความน่าสนใจ

8. กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ

ข่าวที่ 1 “อารมณ์คนถูกรางวัลที่ 1”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ จากพาดหัวข่าวจะเห็นได้ว่าการใช้ถ้อยคำ ภาษาเพื่อให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ร่วมและจินตนาการว่า ถูกรางวัลที่ 1 กับบุคคลที่อยู่ในพาดหัวข่าว เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาข่าวพบว่า เป็นการหยอกล้อกันว่าถูกรางวัลที่ 1 เพียงแค่นั้นเอง แต่ไม่ได้มีการถูกรางวัลจริง ๆ เมื่อผู้อ่านพบเจอพาดหัวข่าวและรูปภาพประกอบที่เป็นคู่รักนักแสดง จึงเกิดความสนใจและมีอารมณ์ร่วมยินดี จึงเข้าไปอ่านในเนื้อหาข่าวเพื่อหาข้อเท็จจริงในที่สุด

ข่าวที่ 2 “เข้าไปดูใกล้ๆ เจอเต็มๆ”

ผู้วิจัยพบว่าพาดหัวข่าวมีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการโดยมีการใช้คำว่าเจอเต็มๆ ประกอบกับรูปภาพพาดหัวข่าวจึงทำให้ผู้อ่านสามารถคิดได้ว่าเป็นเจอสิ่งลึกลับ ส่งผลให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกและจินตนาการไปกับการนำเสนอพาดหัวข่าวที่ต้องการสื่อทั้งนี้รายละเอียดของเนื้อหาข่าวไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งลึกลับแต่อย่างใด แต่กลวิธีการนำเสนอพาดหัวข่าวก็สามารถทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและมีความรู้สึกร่วมในการนำเสนอเป็นอย่างมากและพบว่าการใช้คำซ้ำที่เกิดจากการซ้ำเสียงเดียวกันจำนวนสองครั้งเพื่อให้คำนั้นมีความหมายชัดเจนมากยิ่งขึ้น คำว่าใกล้ หมายถึง สิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวคำว่าใกล้ๆ หมายถึง สิ่งที่อยู่ใกล้ตัว เมื่อเติมไม่ยั้งเข้าไปคำนั้นก็มีความหมายที่หนักแน่นมากขึ้น

ข่าวที่ 3 “แกะออกดู ถึงกับเซ็ง”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ เนื่องจากว่าพาดหัวข่าวและรูปภาพประกอบพาดหัวข่าวทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกร่วมหรือจินตนาการกับพาดหัวข่าวได้ว่าสิ่งของที่บุคคลในพาดหัวข่าวจะเป็นสิ่งใด จะเห็นได้ว่าพาดหัวข่าวมีการใช้คำ “ถึงกับเซ็ง” ซึ่งให้เห็นถึงความผิดหวัง จึงทำให้ผู้อ่านมีความรู้สึกและจินตนาการร่วมด้วยว่าของที่อยู่ในกล่องไม่ตรงกับสิ่งที่ตนต้องการและพบว่ามีการใช้คำสแลง คือคำว่า เซ็ง คำสแลง หมายถึง คำที่ใช้ให้คลาดเคลื่อนไปจากปกติในด้านใดด้านหนึ่งซึ่งอาจจะเป็นด้านเสียง การเขียน และความหมาย เช่น สแลงในด้านเสียงและการเขียน มัลล์ เด็น (เดิ้ล) สแลงด้านความหมาย เซ็งระเบิด ไม่อยากเซด มันเป็นบ้า ชั่วบริสุทธิ์ เป็นต้น ซึ่งคำสแลงที่นำมาใช้ดังกล่าวทำให้พาดหัวข่าวน่าสนใจ เพื่อให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจอีกทั้งข่าวยังชวนให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกสงสัย ซึ่งมีการใช้คำว่า “แกะออกดู” เป็นการไม่ชี้แจงข้อมูลทั้งหมดว่าแกะสิ่งใดออกดูทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกสงสัยและอยากรู้ว่าพาดหัวข่าวได้กล่าวถึงสิ่งใด จะเห็นได้ว่าการละข้อมูลของพาดหัวข่าวมีความกระตุ้นความอยากรู้ของผู้อ่านเพราะผู้อ่านได้รับรู้เรื่องราวไปส่วนหนึ่งแล้ว ผู้อ่านจะเกิดความอยากรู้อยากรู้รายละเอียดในส่วนที่ถูกละไว้ จนสุดท้ายผู้อ่านต้องไปค้นหาคำตอบในรายละเอียดของเนื้อหาเพื่อที่จะทำให้ไม่รู้สึกค้างคาใจ

9. กลวิธีการใช้สำนวน

ข่าวที่ 1 “หนังคนละม้วน”

ผู้วิจัยพบ กลวิธีการใช้สำนวน โดยรูปแบบของพาดหัวข่าวใช้สำนวนสุภาพิต “หนังคนละม้วน” หมายถึง เรื่องราวหรือข้อมูลที่มีความแตกต่างกัน จากพาดหัวข่าวผู้อ่านอาจรู้สึกเกิดความสงสัยว่าหนังคนละม้วนมีความหมายว่าอย่างไรใช้เปรียบเทียบกับอะไรในการพาดหัวข่าวทำให้ผู้อ่านเกิดภาพไม่ชัดเจนและมีความสงสัยว่าสื่อถึงสิ่งใด ประกอบกับบุคคลที่อยู่ในพาดหัวข่าวเป็นคนที่ชื่อเสียงยิ่งทำให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจมากขึ้นว่าเกิดเหตุการณ์ใดเพราะถ้าเป็นเรื่องที่เพิ่งเกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ ข่าวนั้นยิ่งมีคุณค่า จึงทำให้ผู้อ่านสนใจและอยากทราบข้อเท็จจริงในเนื้อหาข่าว นอกจากนี้พาดหัวข่าวยังทำให้เกิดความรู้สึกสงสัยว่า “หนังคนละม้วน” มีความหมายว่าอย่างไรใช้เปรียบเทียบกับสิ่งใดในการพาดหัวข่าว จะเห็นได้ว่าพาดหัวข่าวไม่ได้กล่าวถึงความชัดเจนแต่เป็นการแนะนำให้ผู้อ่านไปตีความเองหรือชวนให้ขบคิดเอง

ข่าวที่ 2 “ใจหายใจคว่ำหมด”

ผู้วิจัยพบ กลวิธีการใช้สำนวน ใจหายใจคว่ำ ซึ่งหมายถึง ใจไม่อยู่กับเนื้อกับตัวหรือเกิดอาการ เพื่อให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจกระตุ้นความอยากรู้ของผู้อ่าน เป็นการแสดงอาการที่ผู้อ่านสามารถจินตนาการ เพื่อให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจ และผู้วิจัยยังพบว่าพาดหัวข่าวทำให้เกิดความสงสัยได้ว่าเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นกับบุคคลที่อยู่ในรูปภาพพาดหัวข่าวทำให้ผู้อ่านอยากทราบ

ข้อเท็จจริงจึงเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวในที่สุด เมื่อพิจารณาเนื้อหาข่าวพบว่าเป็นเพียงหญิงสาวรายหนึ่ง ที่ตัดผมหน้าม้าหน้าตาน่ารัก แต่เมื่อเปิดผมหน้าม้าขึ้นทำให้เห็นหน้าผากกว้างอย่างชัดเจน

ข่าวที่ 3 “ไม่ใช่เด็กเล่นขายของนะ”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการใช้สำนวน มีการใช้สำนวนเด็กเล่นขายของ ซึ่งหมายถึง การทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งแบบไม่ตั้งใจ ไม่จริงจัง ซึ่งทำให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจ ซึ่งเป็นกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน นอกจากนี้ยังมีการใช้ถ้อยคำเชิงเสียดสีพาดพิงผู้อื่นใช้ภาษาอ้อม ๆ ให้ผู้อ่านตีความเองทำให้ผู้อ่านรู้สึกถึงความรุนแรงสะท้อนอารมณ์และให้ข้อคิดหรือเตือนสติ เมื่ออ่านพาดหัวข่าวจะทำให้รู้สึกว่าเป็นการเตือนสติและโน้มน้าวไปสู่การให้ข้อคิด เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาข่าวพบว่า มีพ่อค้าขายข้าวโพดรายหนึ่งถูกยกเลิกสินค้าจนทำให้เกิดความเสียหายเพียงเท่านั้น

10. กลวิธีการใช้ภาษาต่างประเทศ

ข่าวที่ 1 “ฮัลโหล อย่าโง่”

ผู้วิจัยพบกลวิธีการใช้ภาษาต่างประเทศ คำว่า “ฮัลโหล” และคำตำหนิหรือคำหยาบ “อย่าโง่” ในลักษณะการเสียดสี เพื่อพาดพิงหรือตำผู้อื่น เมื่อผู้อ่านได้อ่านพาดหัวข่าวจะทำให้รู้สึกถึงความรุนแรงเกิดขึ้น เนื่องจากมีการใช้ประโยคที่มีความร้ายอารมณ์ของผู้อ่าน โดยมีเจตนาเพื่อให้คนอ่านพาดหัวข่าว เกิดความสงสัย และสะท้อนอารมณ์ ขวนวิตกกังวล โดยมุ่งเน้นที่กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความน่าสนใจ

ข่าวที่ 2 “จบดราม่า เคลียร์ทุกประเด็น”

ผู้วิจัยพบว่ามีการใช้ คำภาษาต่างประเทศ คือ คำว่า “ดราม่า” หมายถึง เรื่องราว ข่าวลือ เรื่องโกหก เรื่องที่กล่าวเกินจริง หรือเรื่องราวระหว่างบุคคลที่มีการแสดงที่ทำเกินจริง และคำว่า เคลียร์ หมายถึง กระจ่าง ชัดเจน ชัดแจ้ง และ คำว่า ดราม่า ยังเป็น ภาษาตลาด ซึ่งในพาดหัวข่าวนี้นสื่อความหมายว่าเป็นเรื่องร้ายแรง เพื่อให้พาดหัวข่าวน่าสนใจ การใช้กลวิธีดังกล่าวทำให้พาดหัวข่าวมีความน่าสนใจและจากคำว่า “ดราม่า” ซึ่งเป็นการใช้คำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกของผู้เขียนเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่าข่าวนี้น่าจะมีความพิเศษไม่ใช่ข่าวธรรมดาทั่วไปและทำให้คิดได้ว่าคงมีเรื่องราวหรือเหตุการณ์บางอย่างที่สะท้อนจิตใจ ซึ่งในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวได้อธิบายถึงสาเหตุประเด็นที่ดราม่าในเรื่องการแต่งตั้งของนักร้องสาว กระแต อาร์สยาม ว่าตนเองนั้นมีการเซฟตัวเองอย่างดีและมองว่ามันคือศิลปะ จะเห็นได้ว่าเนื้อหาข่าวไม่ได้มีความขัดแย้งกับใครตามที่พาดหัวข่าวได้เสนอไว้ ซึ่งก็เป็นกลวิธีการเขียนพาดหัวข่าวอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและอยากทราบข้อเท็จจริงของเนื้อหาข่าวในที่สุด

4.2 วิเคราะห์กลวิธีการพาดหัวข่าว

1. พาดหัวข่าวไม่ตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าว

ข่าวที่ 1 “จากไปไม่ทันรำลา”

เนื้อหาข่าวที่ 1 สำหรับผู้หญิงคนนี้ ที่เรากำลังจะพูดถึงเชื่อว่าหลายคนต้องรู้จักเธอคนนี้กันอย่างแน่นอนเพราะเธอมีชื่อเสียงถึงระดับชาติและต่างประเทศ ซึ่งเธอคนนี้ก็ไม่ใช่ว่าใครที่ไหนไกลค่ะเธอคือมือตบสาวหนอง ปลื้มจิตร ถินขาว นั่นเอง ค่ะ นักกีฬาวอลเลย์บอลหญิงชาวไทยที่มีความสามารถและมากฝีมืออย่างมากๆ เลย นะคะสำหรับพี่หน่องปัจจุบันเธอมีอายุ 38 ปีแล้วนะคะโดยเธอเกิดเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2526 พี่หน่อง เธอเป็น 1 ในสมาชิกของ 7 เซียน เธอทำหน้าที่ในตำแหน่งของ Middle Blocker ซึ่งรูปแบบการเล่นคือ บอลเร็วพี่หน่อง เธอขึ้นติดทีมชาติเมื่อตอนที่เธอเรียนอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 และหลังจากที่เธอติดทีมชาติมาตั้งแต่ในตอนนั้น เธอก็เล่นให้กับทีมชาติมาตลอดจนเธอมีอายุ 37 ปี ถือว่าเป็นระยะเวลาที่ยาวนานอย่างมากๆ เลยนะคะ และฝีมือการเล่นของเธอก็ไม่เป็นรองใครด้วยนะคะ ทำให้เธอเป็นที่ยรักและที่ชื่นชอบของแฟนคลับ และแฟนวอลเลย์บอลชาวไทยไม่น้อยเลยนะคะ

จากการวิเคราะห์ข่าวที่ 1 ผู้วิจัยพบว่า พาดหัวข่าวไม่ตรงกับประเด็นกับเนื้อหาข่าว จากพาดหัวข่าว “จากไปไม่ทันรำลา” ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ว่ามีเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นกับนักกีฬาวอลเลย์บอล หน่อง ปลื้มจิตร ทำให้ผู้อ่านรู้สึกได้ว่าเป็นข่าวใหม่และเป็นข่าวที่ทันต่อกระแสสังคมทำให้เกิดความสนใจในเนื้อหาข่าว แต่เมื่อพิจารณาเนื้อหาข่าวแล้วพบว่า เป็นเพียงแค่การบอกกล่าวประวัติคร่าว ๆ และความสามารถในการเล่นวอลเลย์บอลจนมีฝีมือในการติดทีมชาติ ตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 จนถึงอายุ 37 ปี จะเห็นได้ว่าพาดหัวข่าวและเนื้อหาข่าวไม่ตรงประเด็นกัน เนื้อหาข่าวไม่ได้กล่าวถึงการจากไปของบุคคลใด ถือได้ว่าผู้เขียนข่าวใช้กลวิธีการเขียนเพื่อให้อ่านเกิดความสนใจและสงสัยอีกทั้งยังนำบุคคลที่มีชื่อเสียงมานำเสนอ เพื่อให้ผู้อ่านสนใจในข่าวมากยิ่งขึ้น

ข่าวที่ 2 “เข้าใจตรงกันนะ”

เนื้อหาข่าวที่ 2 ใครที่จะจ้างผมทำงาน หรือจะเอาผมไปทำงานไม่ต้องห่วงนะ ครับ ผมไม่ได้ไปไหน หรือเดินทางต่างประเทศ สบายใจได้ ปลอดภัย

จากการวิเคราะห์ของข่าวที่ 2 พบว่าพาดหัวข่าวไม่ตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าว เนื่องจากว่าเนื้อหาของข่าวเป็นการแจ้งข่าวสารให้กับผู้ที่ทำงานได้ทราบว่าตนเองนั้นมีความปลอดภัย เนื่องจากในปัจจุบันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ทำให้ผู้คนจำนวนมากใช้ชีวิตอย่างระมัดระวังมากขึ้น นักแสดงหลายท่านเกิดการว่างงานและติดเชื้อโควิด 19 จึงเป็นเหตุผลให้นักแสดงหนุ่มแพค ภรณ์ญ ออกมาโพสต์บนอินสตาแกรมส่วนตัวหลังจากนั้นเพจข่าวเฟสบุ๊กจึงนำมาเสนอข่าว โดยการใช้คำพาดหัวข่าวว่า “เข้าใจตรงกัน” ซึ่งเป็นคำที่เร้าอารมณ์ผู้อ่านทำให้เกิดความเข้าใจผิดไปในทางที่ไม่ดีและไม่มีความสอดคล้องกับเนื้อหาข่าว

ข่าวที่ 3 “อนาคอนด้าซัดๆ !!”

เนื้อหาข่าวที่ 3 เรียกได้ว่าเป็นคลิปที่ต่างก็แชร์ต่อกันเป็นจำนวนมากในโลก โซเชียล แทบไม่ยากเชื่อว่าประเทศไทยเราก็มียักษ์ตัวใหญ่มากๆ อย่างกับอนาคอนด้าเลยทีเดียวเมื่อวันที่ 15 มกราคม ผู้ใช้ดี๊ดี้ตอกชื่อว่า suchana_kook KOOK_suchanan ได้โพสต์คลิประบุว่า ของจริงใหญ่มาก อนาคอนด้า อยู่ในบ้านเราได้ไง รอเจ้าหน้าที่มาจับจำ น้ากลัว กลืนเราได้สบายอะ

จากการวิเคราะห์ของข่าวที่ 3 พบว่ามีเนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบต คือพาดหัวข่าวไม่ตรงกับประเด็นเนื้อหาข่าว เนื่องจากว่าเนื้อหาข่าวไม่สามารถตรวจสอบแหล่งข้อมูลได้หรือไม่มีข้อเท็จจริง เป็นเพียงการนำเสนอข่าวที่นำมาจากผู้ใช้นิยายดี๊ดี้ตอก ชื่อว่า suchana_kook ได้ถ่ายรูปปูที่มีขนาดใหญ่ลงสื่อโซเชียลและมีการใช้คำเกินจริง เพราะงูอนาคอนด้าไม่ได้อาศัยอยู่ที่เวียดนาม ทั้งนี้ก็มีผู้คนมากมายให้ความสนใจและแสดงความคิดเห็นกันแต่ก็ไม่สามารถตรวจสอบได้ว่าแท้จริงแล้วเป็นงูอนาคอนด้าจริงหรือไม่หากไม่เข้าไปอ่านในรายละเอียดของข่าวจะไม่ทราบว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแท้จริงเป็นอย่างไร

2.พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน

ข่าวที่ 1 “อารมณ์คนถูกรางวัลที่ 1”

เนื้อหาข่าวที่ 1 อัน กั๊บ จียอน ผลัดกันตรวจผลสลากกินแบ่งรัฐบาลตรวจไปตรวจมาผิดหวังอยู่หลายรอบแต่สุดท้าย จียอน และ อัน ถึงกับอึ้งเอามือปิดปากตัวเองจนที่งานรีบเข้ามาดูก็ตกใจเห็นผลตรวจสลากแจ้งว่าถูกรางวัลที่ 1 จียอนรีบหยิบลอตเตอรี่มาตรวจสอบใหม่แต่ก็หาไม่เจอจียอนถึงกับถามอันที่รักกรอกเลขผิดหรือเปล่าก่อนอันเฉลยแกล้งจียอนทำแฟนสาวถึงกับโวยลั่นเรียกที่รักเสียงดังบอกทำไมทำแบบนี้ฮั่นหัวเราะชอบใจใหญ่ บอกอารมณ์คนถูกรางวัลที่ 1 เป็นแบบนี้หรือ

ฮั่นบอกแฟนสาวด้วยว่าซ่อมไว้ก่อนเผื่องวดหน้าถูก จียอนถามกลับยังจะซื้ออีกหรือ โดยฮั่นถามจียอนว่า เมื่อก็คิดอะไรอยู่เจ้าตัวบอกว่าคิดว่าต้องทำบุญก่อนแล้วก็ให้แม่ แล้วก็เก็บ ฮั่นหัวเราะถามว่า แต่เมื่อก็เป็นเงินเขาไม่ใช่หรือตัวเองจะเก็บไปไหน จียอนบอกว่าจะเก็บไว้ให้สรูป 200 ใบ ไม่ถูกเลยงวดหน้าจะซื้ออีกหรือไม่ตามไปดูกัน เลย

จากการวิเคราะห์ข่าวที่ 1 พบว่าเป็นข่าวเชิงคลิกเบต โดยพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วนไม่ใช่เนื้อหาของข่าวทั้งหมด หากไม่กดเข้าไปอ่านในรายละเอียดของข่าวจะสามารถตีความได้ว่านักแสดงหนุ่มฮั่น เดอะสตาร์กับซอ จียอน ถูกรางวัลที่ 1 ผลปรากฏว่าเมื่อกดเข้าไปอ่านในรายละเอียดของข่าวพบว่าไม่ได้ถูกรางวัลที่ 1 ตามพาดหัวข่าวที่สร้างความตื่นเต้นให้แก่ผู้รับสาร เพราะเป็นเพียงการแก่งัดกันระหว่างฮั่นกับจียอนเท่านั้น

ข่าวที่ 2 “พร้อมเปิดใจรับรักใหม่”

เนื้อหาข่าวที่ 2 ต้องบอกเลยว่าเวลาผ่านไปเร็วมากสำหรับ “น้องทิกเกอร์” ลูกชายหัวแก้วหัวแหวนของนักร้องสาวสวยตลอดกาลอย่าง “สาวนิโคล เทริโอ” ล่าสุดนิโคลคงลูกชายสุดหล่อ น้องทิกเกอร์ มาเปิดใจผ่านทางรายการ คุยแชน Show ทางช่องone31 แล้วคิดว่าจะปิดประตูความรักใหม่มั้ย นิโคล : คือความรักเนี่ยเป็นสิ่งสวยงาม ความรักเราไม่ควรไปปิดประตูใ้มัน ความรักมีอยู่ทั่วไป อันนี้เรื่องจริงนะคะ คือจะบอกว่ามันมีอยู่ช่วงนึงที่มันมีเรื่องสตรๆร้อนๆเลย แล้วเราก็ไม่อยากพูด ทุกคนก็รู้ด้วยว่าเราไม่อยากพูด และก็คิดว่าจะพยายามไม่พูดต่อไป เพราะมันผ่านไปแล้วค่ะ

จากการวิเคราะห์ข่าวที่ 2 ผู้วิจัยพบว่า พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วนซึ่งในรายละเอียดเนื้อหาข่าวเป็นการนำศิลปินสาวและลูกชายไปสัมภาษณ์การดำเนินชีวิตประจำวันในรายการหนึ่งแค่นั้นเองและได้มีการพูดคุยเรื่องราวชีวิตต่าง ๆ ในเนื้อหาข่าวมีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ได้กล่าวถึงการเปิดใจกับรักครั้งใหม่ของศิลปินสาวแต่ปัจจุบันยังโสดไม่มีผู้ชายเข้ามาในชีวิต ในส่วนรูปภาพพาดหัวข่าวเป็นเพียงลูกชายของศิลปินสาวไม่ใช่คู่รักต่างวัยแต่อย่างใด

ข่าวที่ 3 “เ็นดูหน้าคล้ายคน”

เนื้อหาข่าวที่ 3 นายอัปดุลเลาะห์ นูเรน ชาวประมงที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านเปเลาบนเกาะโรเต้ จังหวัดนุซาเต็งการาตะวันออกเผยซากลูกฉลามที่มีลักษณะแปลกประหลาดดูเหมือนมีตา จมูก และปากคล้ายคน ดวงตากลมโตของมัน แทนที่จะอยู่ด้านบนกลับลงมาอยู่ตรงด้านล่างใกล้กับส่วนที่เป็นปาก นายอัปดุล

เลาะห์ นูเรน เปิดเผยว่าเมื่อวันเสาร์ที่ 20 ก.พ.ที่ผ่านมา เขาได้ออกไปจับปลาตามปกติแล้วก็มีฉลามเพศเมียตัวหนึ่งติดอวนขึ้นมา พอเอามาชำแหละผ่าท้องออกดูก็พบว่า มีลูกฉลามตัวเล็กๆ 3 ตัวอยู่ในท้อง โดย 2 ตัวมีหน้าตาเป็นลูกฉลามตามปกติ ส่วนเจ้าตัวนี้มีหน้าตาที่ทำให้เขาต้องตกตะลึง เลยเอามาถนอมมาไว้ที่บ้าน

จากการวิเคราะห์ข่าวที่ 3 ผู้วิจัยพบว่าพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน แต่ไม่ใช่ทั้งหมดของเนื้อหาข่าว เนื่องจากว่าในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวได้กล่าวถึงข่าวประมวงที่จับฉลามเพศเมียที่ติดอวนแล้วนำมาชำแหละผ่าท้องพบลูกฉลาม 3 ตัว โดยมีลูกฉลามตัวหนึ่งมีลักษณะที่ผิดปกติจากลูกฉลามทั่วไปคือ มีตา จมูก และปาก คล้ายมนุษย์ ดวงตากลมโตอยู่ใกล้บริเวณปากซึ่งมีลักษณะคล้ายรูปหน้าของมนุษย์ จะเห็นได้ว่าผู้เขียนข่าวมีกลวิธีการนำเสนอโดยเลือกส่วนใดส่วนหนึ่งของเนื้อหาข่าวมาเขียนพาดหัวข่าวเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในข่าวมากขึ้น

3. พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ

ข่าวที่ 1 “ไม่ขอเจอหน้า”เอ๋

เนื้อหาข่าวที่ 1 ปิดฉากชีวิตคู่เซ็นใบหย่าทั้งน้ำตา! เปิดบ้าน‘ป้อ ณ์รัฐฉมิ’
ทวงนามสกุลคืน รักร้าง 18 ปีไม่ขอเจอหน้า‘เอ๋ พรทิพย์’ ป้อ-ณ์รัฐฉมิ สกิดใจ คง
ภรรยาคนสวย เอ๋ พรทิพย์ เคลียร์เหตุทะเลาะกันหนักมากจนต้องไปหย่าเพื่อแก้เคล็ด
6 เดือน ก่อนหน้านี้เคยทะเลาะกันตลอดเวลา

จากการวิเคราะห์ของข่าวที่ 1 พบว่าพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ แต่ประเด็นสำคัญของเนื้อหาข่าวคือป้อ ณ์รัฐฉมิ และเอ๋ พรทิพย์ ได้ทะเลาะกันจริงจนถึงเคยจดทะเบียนหย่ากันแต่ทั้งสองแค่หย่าเพื่อแก้เคล็ดตามความเชื่อแค่นั้นและจะกลับมาจดใหม่อีกครั้ง จึงสรุปได้ว่าใจความสำคัญของเนื้อหาข่าวไม่มีความตรงกับพาดหัวข่าวแต่ไปตรงกับเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ จะเห็นได้ว่าพาดหัวข่าวสร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้ที่รับข้อมูลข่าวสารหากไม่กดเข้าไปอ่านรายละเอียดจะไม่ทราบว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแท้จริงเป็นอย่างไร

ข่าวที่ 2 “สุดเศร้า! แฟนคลับแห่ แสดงความเสียใจ”

เนื้อหาข่าวที่ 2 “พี สะเดิด” นักร้องชื่อดัง ประกาศข่าวร้ายสูญเสีย “คุณพ่อบุญธรรม”ชาวญี่ปุ่น โดยเขานั้นก็ได้โพสต์ ระบุข้อความว่า “อาลัยพ่อบุญธรรมชาวญี่ปุ่นของพีสะเดิด พีสะเดิดแฟนเพจขอแสดงความอาลัยอย่างสุดซึ้งในการจากไปของคุณพ่อมาซากุสะ

จากการวิเคราะห์ข่าวที่ 2 ผู้วิจัยพบว่าพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่สำคัญ คือ ประเด็นหลักที่สำคัญของเนื้อหาข่าวไม่ตรงกับพาดหัวข่าวแต่ตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญเนื่องจากว่าเนื้อหาของข่าวเป็นเพียงการแสดงความเสียใจแก่คุณพ่อบุญธรรมของศิลปินหนุ่ม พี สะเดิด เท่านั้น ไม่ใช่เป็นการจากไปของศิลปินหนุ่มดังกล่าวซึ่งพาดหัวข่าวมีการใช้คำเพื่อให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารเกิดความเข้าใจผิด หากไม่เข้าไปอ่านในรายละเอียดของข่าวก็อาจจะไม่ทราบว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแท้จริงเป็นอย่างไร

ข่าวที่ 3 “GPS พาขาย”

เนื้อหาข่าวที่ 3 วันที่ 28 ม.ค.2564 ที่สภ.เต่างอย จ.สกลนคร นายดำรงค์ ลีริวิชัย อีมีพิเศษ รอง ผวจ.สกลนคร พ.ต.อ.พยุงค์ศักดิ์ นามวรรณ รอง ผบก.ภ.จว.สกลนคร พ.ต.อ.สิปปนันท์ สรรพ์คุณแก้ว ผกก.ตชด.23 พ.อ.ธงชาติ โลงจิตตร รองผอ.กอ.รมน.สกลนคร นายพิเชษฐ์ สุขสบาย นักวิชาการป่าไม้ชำนาญการอุทยานแห่งชาติภูผายลร่วมแถลงจับกุม นายศิริชัย อุณาพร อายุ 42 ปี และ นายมานิช แสงปาน อายุ 27 ปี พร้อมของกลางยาบ้า 70 มัด รวม 420,000 เม็ด ไอซ์ 2 กิโลกรัม รถเก๋งฮอนด้า ทะเบียน กม 5030 พิษณุโลก การจับกุมครั้งนี้สืบเนื่องจากเจ้าหน้าที่ทหารตำรวจฝ่ายปกครองและเจ้าหน้าที่ป่าไม้ร่วมกันตั้งจุดสกัดกั้นตามแผนปฏิบัติการป้องกันการบุกรุกตัดไม้ทำลายป่าและสกัดกั้นสิ่งผิดกฎหมายบริเวณรอยต่อสามแยกทางไปบ้านกกกอก ต.กกตูม จ.มุกดาหาร กับ บ้านกวนบูน ต.จันทร์เพ็ญ อ.เต่างอย จ.สกลนคร แล้วเรียกตรวจรถเก๋งฮอนด้าแฉิส สีเทา ทะเบียน กม 5030 พิษณุโลก ที่ขับผ่านด่านเข้ามาในรถมีชาย 2 คน จากการสอบถามมีอาชีพทำไร่ เจ้าหน้าที่จะตรวจค้นรถจนพบยาเสพติดซุกซ่อนอยู่ สอบสวนทั้งคู่ รับสารภาพมีอาชีพเป็นช่างแอร์แต่ด้วยสภาพเศรษฐกิจและโรคโควิดระบาดทำให้ไม่ค่อยมีงานเมื่อมีคนรู้จักมาจ้างให้ไปส่งของจึงรับทำงานนี้โดยที่ไม่รู้ว่าในกระสอบเป็นยาเสพติดและตกลงค่าจ้างกันเพียงหลักหมื่นบาทเท่านั้นจะจ่ายเงินเมื่อส่งของสำเร็จให้ไปรับของที่จ.มุกดาหารแล้วนำไปส่งที่ร้อยเอ็ดโดยขับรถมาตาม GPS จนกระทั่งขับมาเจอด่านตรวจแล้วถูกจับ เบื้องต้นเจ้าหน้าที่แจ้งข้อหาควบคุมตัวไว้สอบสวนขยายผลก่อนส่งดำเนินคดีต่อไป

จากการวิเคราะห์ข่าวที่ 3 ผู้วิจัยพบว่า พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่สำคัญประเด็นสำคัญของเนื้อหาข่าวคือการจับกุมชายหนุ่ม 2 คน ที่มียาบ้า 70 มัด รวม 420,000 เม็ด ยาไอซ์ 2 กิโลกรัม โดยโดนจับกุมจากเจ้าหน้าที่ทหารตำรวจฝ่ายปกครองและเจ้าหน้าที่ป่าไม้ร่วมกัน

ตั้งจุดสกัดกันตามแผนปฏิบัติการป้องกันการบุกรุกตัดไม้ทำลายป่าและสกัดกันสิ่งผิดกฎหมายบริเวณรอยต่อสามแยกทางไปบ้านกกกอก ต.กกตูม จ.มุกดาหารและ อ.เต่างอย จ.สกลนคร ชายหนุ่มทั้งสองคนรับสารภาพว่ามีคนมาจ้างให้ไปส่งของโดยที่ไม่รู้ว่าเป็นยาเสพติด และนำของไปส่งที่ จ. มุกดาหาร โดยขับรถไปตาม GPS จะเห็นได้ว่าผู้เขียนข่าวนำประเด็นที่ไม่สำคัญของเนื้อหาข่าวนำมาเขียนพาดหัวข่าวเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยว่าเพราะเหตุใดทำไม GPS ถึงได้พาขวย ทำยที่สุดผู้อ่านจึงต้องไปอ่านเนื้อหาของข่าวเพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงว่าเป็นอย่างไรจึงจะเข้าใจได้ว่าผู้เขียนพาดหัวข่าวหมายถึงสิ่งใด

4. พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวแต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว

ข่าวที่ 1 “มีลูกกับพระเอก”

เนื้อหาข่าวที่ 1 ไม่มีรายละเอียดเนื้อหาข่าว

จากการวิเคราะห์ข่าวที่ 1 ผู้วิจัยพบว่าพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวแต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว เนื่องจากว่าในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวไม่พบข้อมูลข่าวใดๆ มีเพียงพาดหัวข่าวที่ทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารเกิดความอยากรู้และสงสัยว่าบุคคลที่อยู่ในรูปภาพพาดหัวข่าวเป็นไปตามที่พาดหัวข่าวได้ระบุไว้หรือไม่ อาจกล่าวได้ว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวคลิกเบตที่ลงให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารเกิดความสนใจและคลิกเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวเพื่อสร้างยอดวิวให้กับเว็บไซต์ที่สร้างข่าวปลอมขึ้นมา

ข่าวที่ 2 “ดาราท้อแห่ออกช่อง 3”

เนื้อหาข่าวที่ 2 เพราะละครถูกต้องแต่ช่องหันไปสนใจ ละครรีรัน โดยโพสต์ข้อความว่า ดาราช่องน้อยสี ส่วนใหญ่ท้อ เพราะละครถูกต้อง แต่ช่องหันไปสนใจ ละครรีรัน

จากการวิเคราะห์ข่าวที่ 2 พบว่าพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าว แต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว เนื่องจากว่าเนื้อหาของข่าวไม่สามารถตรวจสอบแหล่งข้อมูลได้ ไม่มีข้อเท็จจริงเป็นเพียงการคาดคะเนของผู้ที่นำเสนอข่าวเพียงเท่านั้น เนื่องจากสถานการณ์ในช่วงนี้เป็นช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 จึงมีมาตรการให้เว้นระยะห่างกัน นักแสดงจึงได้พักการทำงานและปฏิบัติตามมาตรการอย่างเคร่งครัด ทำให้ต้นสังกัดอย่างสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 3 จำเป็นต้องนำละครเก่ามารีรันให้กับผู้ชมทางบ้านแทนละครที่มีการฉายในปัจจุบันและจากรูปพาดหัวข่าวไม่เกี่ยวข้องกับ

บุคคลในรายละเอียดของข่าว นักแสดงทั้งสองคนยังไม่ได้ออกจากช่อง 3 แต่อย่างใด หากไม่กดเข้าไปอ่านรายละเอียดจะไม่ทราบว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแท้จริงเป็นอย่างไร

4.3 สรุปท้ายบท

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้ภาษาเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก พบพฤติกรรมการใช้ภาษาอยู่ 10 กลวิธี ได้แก่ 1) กลวิธีการสร้างความสงสัย พบอยู่ 19 กลวิธี 2) กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ พบอยู่ 4 กลวิธี 3) กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว พบอยู่ 3 กลวิธี 4) กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ พบอยู่ 14 กลวิธี 5) กลวิธีการใช้ภาษาชวนติดตาม พบอยู่ 27 กลวิธี 6) กลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสวิกฤต พบอยู่ 8 กลวิธี 7) กลวิธีการนำเสนอโดยการประชันประชันหรือการล้อเลียนสังคม พบอยู่ 4 กลวิธี 8) กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ พบอยู่ 4 กลวิธี 9) กลวิธีการใช้สำนวน พบอยู่ 3 กลวิธี 10) กลวิธีการใช้ภาษาต่างประเทศ พบอยู่ 2 กลวิธี จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการใช้ภาษาที่พบมากที่สุดคือ กลวิธีการใช้ภาษาชวนติดตาม การใช้กลวิธีนี้ในการนำเสนอพาดหัวข่าวจะชวนให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในเนื้อหาข่าวได้มากกว่ากลวิธีด้านอื่น ๆ เนื่องจากว่าเป็นพาดหัวข่าวที่เปิดเผยมعلوماتไม่ชัดเจนทำให้อ่านเกิดความสงสัยและสนใจที่จะเข้าไปหาข้อเท็จจริงในเนื้อหาข่าวในที่สุด

พฤติกรรมการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก พบพฤติกรรมการพาดหัวข่าวอยู่ 4 กลวิธี ได้แก่ 1) พาดหัวข่าวไม่ตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าว พบ 20 กลวิธี 2) พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน พบ 24 กลวิธี 3) พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ พบ 14 กลวิธี 4) พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวแต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว พบ 2 กลวิธี โดยพฤติกรรมการพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน พบมากที่สุด เนื่องจากเป็นวิธีการนำเสนอการพาดหัวข่าวอย่างหนึ่งของผู้เขียนที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจผิดเพราะนำเสนอพาดหัวข่าวแค่บางส่วน of ข่าวแต่ไม่ใช่ทั้งหมดของเนื้อหาข่าว พาดหัวข่าวบางส่วนที่ผู้เขียนนำมาเขียนพาดหัวข่าวนั้นอาจไม่ใช่ประเด็นหลักหรือประเด็นสำคัญของเนื้อหาข่าว เช่น นำเรื่องส่วนใดส่วนหนึ่งของข่าวมาเขียนพาดหัวข่าวที่กำลังเป็นกระแสวิกฤต การนำเรื่องที่กำลังเป็นที่สนใจในขณะนั้นมาเขียนพาดหัวข่าวย่อมมีผู้คนให้ความสนใจมากเป็นพิเศษมากกว่าข่าวทั่วไป นับได้ว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่ดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าข่าวนั้นจะมีเพียงส่วนเดียวที่เกี่ยวข้องกับพาดหัวข่าวก็ตาม

จากข้อมูลข้างต้นเรื่องพฤติกรรมการใช้ภาษาและพฤติกรรมการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยสรุปผลได้ตามตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 สรุปกลวิธีการใช้ภาษาเชิงคลิกเบตในเพลงเพชฌัญญู

ลำดับที่	กลวิธีทางภาษา	เพลงชาวไทย	เพลง อ่อนแอ ก็แพ้ไป	เพลง สถานะ	เพชรมาया	เพลงสยาม ว่าไรดี	เพลง หยุด เผือกไม่ได้ จริงๆ	รวม
1	กลวิธีการสร้างความสงสัย	8	2	4	2	2	1	19
2	กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสดใหม่	0	1	1	1	0	1	4
3	กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว	0	0	2	0	1	0	3
4	กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่	2	2	3	3	2	2	14
5	กลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม	5	3	2	4	5	8	27
6	กลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม	1	3	1	2	0	1	8
7	กลวิธีการนำเสนอโดยการประชันหรือการ โต้เถียงสังคม	0	0	1	0	2	1	4
8	กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ	2	1	0	0	1	0	4
9	กลวิธีการใช้สำนวน	0	1	0	0	2	0	3
10	กลวิธีการใช้ภาษาต่างประเทศ	0	0	1	1	0	0	2
รวม		18	13	15	13	15	14	88

ตารางที่ 8 สรุปกลวิธีการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

ลำดับที่	กลวิธีการพาดหัวข่าว	เพจชาวไทย	เพจ อ่อนแอ็ก แพไป	เพจ สถานะ	เพชรมาया	เพจ สยาม วาไรตี้	เพจ หยุดเด็ก ไม่ได้จริงๆ	รวม
1	พาดหัวข่าวไม่ตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าว	3	5	4	3	2	3	20
2	พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน	4	2	5	5	2	6	24
3	พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่ สำคัญ	2	3	1	2	6	0	14
4	พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวแต่ไม่มี รายละเอียดของข่าว	1	0	0	0	0	1	2
รวม		10	10	10	10	10	10	60

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก : องค์ประกอบ ลักษณะ และกลวิธีการ ใช้ภาษา” มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาองค์ประกอบ ลักษณะ และศึกษากลวิธีการใช้ภาษา การพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 60 พาดหัวข่าวที่มียอดผู้ติดตามจำนวน 1 ล้านคนขึ้นไปโดยศึกษาในช่วงระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง วันที่ 31 มีนาคม 2564 รวมเป็นระยะเวลา 3 เดือนซึ่งมีเพจเฟซบุ๊กจำนวน 6 เพจเฟซบุ๊ก ประกอบด้วย 1) ข่าวไทย 2) อ่อนแอก็แพ้ไป 3) สถานะ 4) เพชรมาया 5) สยามวไรตี้ และ 6) หยุดเผือกไม่ได้จริง ๆ จากการศึกษาสามารถสรุปผลและอภิปรายผลได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษากลวิธีการใช้ภาษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาองค์ประกอบและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

1.1 องค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบต ผู้วิจัยได้ศึกษาตามแนวคิดการแบ่งองค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบต 12 องค์ประกอบได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านความสดใหม่ 2) องค์ประกอบด้านเป็นเรื่องใกล้ตัว 3) องค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียง หรือความสำคัญ 4) องค์ประกอบด้านผลกระทบกระเทือน 5) องค์ประกอบด้านความขัดแย้ง 6) องค์ประกอบด้านความมีเงื่อนงำ 7) องค์ประกอบด้านความแปลกประหลาด 8) องค์ประกอบด้านทางเพศ 9) องค์ประกอบด้านความสะเทือนอารมณ์ 10) องค์ประกอบด้าน ความก้าวหน้าทางวิทยาการต่าง ๆ 11) องค์ประกอบด้านความเปลี่ยนแปลง 12) องค์ประกอบด้านปฏิกิริยาสนใจ โดยองค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบตที่พบมากที่สุดคือ องค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียง หรือความสำคัญ เนื่องจากบุคคล สถานที่ หรืออะไรก็ตามที่มีชื่อเสียง ผู้คนส่วนมากมักจะรู้จักกันโดยทั่วไป จะเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจและมีความสำคัญอยู่เสมอ ยิ่งถ้าเป็นบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ ศิลปิน นักแสดง หรือเรื่องราวที่ตนสนใจ ข่าวนั้นก็ยิ่งมีคุณค่าและได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น หากมีการนำเสนอข่าวที่มีความสดใหม่ทันต่อเหตุการณ์ข่าวนั้นก็จะถูกสนใจอยู่เสมอ เพราะในปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่ว่าจะเป็น ค่านิยม ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามามีบทบาทการใช้ชีวิตมากขึ้นการได้รับข้อมูลใหม่ ๆ ทำให้ผู้คนปรับเปลี่ยนตามสภาพสังคมเพื่อให้ดำรงอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข

ประกอบกับผู้เขียนใช้กลวิธีที่ทำให้ดูน่าสนใจ น่าค้นหา ยิ่งทำให้ผู้อ่านเกิดความอยากรู้และอยากทราบข้อเท็จจริงของเนื้อหาข่าวว่าเป็นเช่นไร

1.2 ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบต ผู้วิจัยได้ศึกษาตามแนวคิดการแบ่งลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบต ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นข่าวเบาซึ่งเป็นข่าวบันเทิงเน้นผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านเป็นหลัก แสดงให้เห็นว่าผู้คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข่าวที่มีความสบายใจ เสพสมข่าวที่ทำให้ไม่เครียด เนื่องจากปัจจุบันสังคมไทยเจอสภาพปัญหาเรื่องสังคม การเมือง มลภาวะ ที่ทำให้ชีวิตเจอแต่เรื่องเครียด ไม่สบายใจ การเสพข่าวที่จรรโลงใจจึงเป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่ช่วยให้ผ่อนคลายจากการใช้ชีวิตมาในแต่ละวัน

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ภาษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

2.1 ผลการศึกษา พฤติกรรมการใช้ภาษาของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยได้นำแนวคิด พฤติกรรมการใช้ภาษามาประยุกต์ใช้ในส่วนของการวิเคราะห์ภาษาพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตว่ามีกลวิธีใดที่ชวนให้ผู้อ่านอยากรู้ อยากกดทราบข้อเท็จจริง เกิดความสนใจ มีการใช้คำ ถ้อยคำ และการนำเสนออย่างไรโดยผู้วิจัยพบพฤติกรรมการใช้ภาษาของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก 10 กลวิธี คือ 1) กลวิธีการสร้างความสงสัย 2) กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ 3) กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว 4) กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ 5) กลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม 6) กลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารกระแสสังคม 7) กลวิธีการนำเสนอโดยการประชดประชันหรือการล้อเลียนสังคม 8) กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ 9) กลวิธีการใช้สำนวน และ 10) กลวิธีการใช้ภาษาต่างประเทศ โดยกลวิธีที่ถูกนำมาใช้มากที่สุด ได้แก่ กลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม เนื่องจากการใช้กลวิธีการนำเสนอที่มีลักษณะปกปิดหรือเปิดเผยข้อมูลไม่ชัดเจนทำให้ผู้อ่านเกิดความสงสัย ความสนใจและน่าค้นหาที่จะติดตามในเนื้อหาข่าวเพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงในที่สุด อีกทั้งการนำเสนอพาดหัวข่าวมีถ้อยคำการใช้ภาษา เพื่อชวนให้ดึงดูดและกระตุ้นความสนใจจากผู้รับข้อมูลข่าวสาร ผู้วิจัยยังพบอีกว่าการนำเสนอข่าวในลักษณะนี้เป็นกลวิธีหนึ่งที่สร้างรายได้แก่ผู้เขียนข่าว หากมีผู้คนเข้าไปอ่านข่าวจำนวนมากเท่าใด ผู้เขียนหรือเจ้าของเว็บไซต์ก็สามารถมีรายได้ตามจำนวนยอดเข้าชมมากเท่านั้น ดังนั้นผู้เขียนข่าวจึงต้องมีกลวิธีการเขียนข่าว การใช้ภาษา ถ้อยคำต่างๆ มาเขียนพาดหัวข่าวเพื่อให้มีความดึงดูด กระตุ้นความอยากรู้หรือหล่อล่อให้ผู้อ่านสนใจในข่าวของตนเองได้มากที่สุด

2.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบพฤติกรรมการพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน รองลงมาคือ พาดหัวข่าวไม่ตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าว พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ และพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวแต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าการนำเสนอการพาดหัวข่าวส่วนมากเนื้อหาของข่าวจะตรงประเด็นหลักของข่าวบางส่วน เนื่องจากเป็นวิธีการนำเสนออย่างหนึ่ง

ของผู้เขียนที่ต้องการให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจผิดหรือนำเสนอเพียงส่วนเดียวของเนื้อหาข่าว แต่เมื่อเข้าไปอ่านรายละเอียดในเนื้อหาข่าวกลับพบว่า เนื้อหาข่าวตรงประเด็นกับพาดหัวข่าวเพียงประเด็นเดียว หรือไม่ตรงเลย ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การนำเสนอข่าวที่มีลักษณะนี้เป็นข่าวเชิงคลิกเบต เนื่องจากพาดหัวข่าวมีการปกปิดข้อมูลหรือเปิดเผยข้อมูลไม่ครบถ้วน หลอกล่อให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจผิดและทำให้เข้าไปอ่านในรายละเอียดของเนื้อหาข่าว นับว่าเป็นการสร้างรายได้ทางหนึ่งของผู้เขียน ถ้ามียอดผู้เข้าอ่านข่าวมากเท่าใดก็จะมีรายได้มากเท่านั้น

5.2 อภิปรายผล

1. องค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

การศึกษาองค์ประกอบและลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก พบว่ามีองค์ประกอบของข่าวเชิงคลิกเบตอยู่ 12 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านความสดใหม่ องค์ประกอบด้านเป็นเรื่องใกล้ตัว องค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียง หรือความสำคัญ องค์ประกอบด้านผลกระทบกระเทือน องค์ประกอบด้านความขัดแย้ง องค์ประกอบด้านความมีเจื่อนำ องค์ประกอบด้านความแปลกประหลาด องค์ประกอบด้านทางเพศ องค์ประกอบด้านความสะเพียร อารมณ์ องค์ประกอบด้าน ความก้าวหน้าทางวิทยาการต่าง ๆ องค์ประกอบด้านความเปลี่ยนแปลง และองค์ประกอบด้านปลุกเร้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทวัฒน์ เนตรเจริญ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์ ผลการวิเคราะห์ กลวิธีทางภาษา พบว่ามี พาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านมีกลวิธีทาง 3 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการสร้าง ความสงสัย กลวิธีการสร้างการมีส่วนร่วม และกลวิธีสร้างคุณค่าซึ่งประกอบด้วยกลวิธีย่อย 3 กลวิธี คือ การทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ การทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว และการทำให้เป็นเรื่องใหญ่เช่นเดียวกับงานวิจัยนี้ นอกจากนี้กลวิธีการใช้ภาษาดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นความแตกต่างในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ด้านการเขียนพาดหัวข่าว คือลักษณะการเขียนพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์จะมีความสั้นกระชับได้ใจความ (ภาควิภา วรรณภา, 2555) แต่ลักษณะพาดหัวข่าวในสื่อเว็บไซต์ข่าวออนไลน์จะไม่เน้นความสั้นจะมีลักษณะข้อความที่ยาว มีการปกปิดข้อมูลส่วนใดส่วนหนึ่งเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยและเข้ามาอ่านเนื้อหาข่าวเพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงในที่สุด

2. ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

ผลการศึกษาลักษณะข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่าเนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นข่าวเบาะและผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าเป็นข่าวบันเทิง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้อ่านไม่ต้องตีความ สามารถอ่านให้เข้าใจได้ในระยะเวลาอันสั้น ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ ผู้อ่านสามารถเข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัยจากข้อมูลเว็บไซต์กระปุก ได้กล่าวว่าเมื่อเรากำลังเสพข่าวเรื่องฉาว ๆ ร่างกายจะหลั่ง

ฮอร์โมนความเครียดหรือฮอร์โมนคอร์ติซอล (Cortisol) ออกมา แล้วส่งผลให้ร่างกายเกิดความตึงเครียดอ่อน ๆ เกิดความรู้สึกว่าวุ่นใจและพารานอยด์เล็ก ๆ ซึ่งทุกความรู้สึกที่เกิดจะอยู่ในระดับที่กระตุ้นความพึงพอใจต่อการเสพข่าวไปได้เรื่อย ๆ ทำให้เกิดความรู้สึกสนุก จะเห็นได้ว่าการรับข่าวสารประเภทนี้เป็นข่าวที่เน้นให้เกิดอารมณ์มากกว่าให้ความรู้ ผู้อ่านเกิดความพึงพอใจทันทีเมื่ออ่านเสร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของอรสา ชันเงิน ได้ศึกษาเรื่องลักษณะ การนำเสนอข่าวโทรทัศน์ในรูปแบบสารบบบันเทิงศึกษาเฉพาะกรณีรายการ “สะกิดข่าว” ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาของรายการ “สะกิดข่าว” จะเป็นข่าวเบา ครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ ประกอบด้วย เรื่องที่เป็นเหตุการณ์และสถานการณ์ปัจจุบัน เรื่องนักการเมืองและบุคคลที่มีชื่อเสียง เรื่องที่อยู่ในความสนใจ เรื่องแปลกประหลาด เรื่องความน่ารักของคน สัตว์และเรื่องอื่น ๆ โดยการนำเสนอสะกิดข่าว มีลักษณะการรายงานข่าวซึ่งเป็นลักษณะร่วมรายงานข่าวปกติ ผู้ผลิตรายการ “สะกิดข่าว” ยังคงมุ่งให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวที่เน้นความบันเทิงมากกว่าข่าวประเภทอื่น ๆ และสอดคล้องกับ ภาควิทยา (2555) ให้แนวคิดว่าการพิจารณาประเมินคุณค่าข่าวของหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม มักจะเป็นข่าวประเภทเบา สมองเช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวกีฬา ข่าวนันทนาการ โดยที่ผู้อ่านใช้เวลาไม่นานก็สามารถเข้าใจเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างดี

3. กลวิธีการใช้ภาษาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

ผลการศึกษาการวิเคราะห์การใช้ภาษาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก พบว่ามีกลวิธีอยู่ 10 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการสร้างความสงสัย กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องสดใหม่ กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใกล้ตัว กลวิธีการทำให้เป็นเรื่องใหญ่ กลวิธีการใช้ภาษาชวนให้ติดตาม กลวิธีการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสาร กระแสวิพากษ์วิจารณ์ กลวิธีการนำเสนอโดยการประชันประชันหรือการล้อเลียนสังคม กลวิธีการใช้สำนวน กลวิธีการใช้ภาษาต่างประเทศ

จากผลการศึกษาการวิเคราะห์การใช้ภาษาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก พบว่ากลวิธีการใช้ภาษาที่มีความโดดเด่นจนเป็นเอกลักษณ์ของการนำเสนอข่าวผ่านเพจเฟซบุ๊กซึ่งมีกลวิธีที่หลากหลายแต่กลวิธีที่มีการใช้ถ้อยคำภาษาที่โดดเด่นมีการเลือกสรรได้ดีกว่าการใช้ถ้อยคำแบบธรรมดาทั่วไป แต่มีวิธีการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างมาก ถึงแม้ว่าการใช้ภาษาอาจไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ทางภาษา แต่มุ่งเน้นถึงความสะดวกรวดเร็วสื่อความหมายได้อย่างรวดเร็วและเข้าใจง่าย เพจเฟซบุ๊กจึงเป็นสื่อออนไลน์รูปแบบหนึ่งที่มีผู้คนเสพข่าวสารเนื่องจากว่าเป็นสื่อที่นำเสนอข่าวได้อย่าง real time มีภาพ วิดีโอ และเสียง ที่สามารถเข้าถึงข่าวได้อย่างรวดเร็ว ทำผู้รับข้อมูลข่าวสารมีอารมณ์ร่วมและได้รรถรสในการเสพข่าวไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับพระมหาสันติราษฎร์ ฌานสนธิ (พวงมณี) (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่องภาษาในการโฆษณาทางโทรทัศน์ทั้งหมด ได้กล่าวว่า การใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและจินตนาการ เป็นการโฆษณาเพื่อสร้างอารมณ์ที่พร้อม จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า และสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคได้อีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึง

จินตนาการที่จะนำเสนอประโยชน์สินค้าที่เห็นจริง จะเห็นได้ว่าการใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมไป กับผู้อ่านเป็นกลวิธีอย่างหนึ่งที่สามารถดึงดูดความน่าสนใจได้เป็นอย่างดี เพราะผู้คนในสังคมออนไลน์ ปัจจุบันนิยมเสพข่าวสารหรือซื้อสินค้าผ่านสื่อกันมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกสบายสินค้ามีการ อัปเดตอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังราคาถูกกว่าท้องตลาดทั่วไป แต่ทั้งนี้การใช้ภาษาในการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารหรือประชาสัมพันธ์สินค้านั้น ผู้เขียนนิยมเขียนพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้ติดตาม กล่าวคือมีการ นำเสนอข่าวที่ไม่ชัดเจน เจตนาปกปิด ไม่เปิดเผยข้อมูลบางส่วน ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและสงสัย ว่าข้อเท็จจริงในเนื้อหาข่าวกล่าวถึงสิ่งใด ซึ่งสอดคล้องกับ ปาริฉัตร พิมล (2562) ที่ได้ศึกษา กลวิธีการใช้ภาษาของ อิมะ กาญจนไพริน ในรายการข่าว “จัด ชัดทุกความจริง” ได้กล่าวถึงการใช้ ภาษาชวนติดตามว่า ความท้าทายอย่างหนึ่งของผู้ดำเนินรายการข่าว คือการหากลวิธีในการนำเสนอ ข่าวให้ผู้ชมสนใจและติดตามไปตั้งแต่ต้นจนจบ และจากการศึกษาการใช้ภาษาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจ เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบการใช้ภาษาชวนให้ติดตามมากที่สุดซึ่งผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตได้ว่าผู้เขียนข่าวมักจะเขียน พาดหัวข่าวไม่ชัดเจนนิยมนำส่วนใดส่วนหนึ่งของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญนำมาเขียนเป็นพาดหัวข่าวและ ข่าวที่ไม่สำคัญนั้นเป็นสิ่งที่อยู่ในกระแสสังคม ณ ขณะนั้น อีกทั้งยังนิยมใช้คำทับศัพท์หรือคำ ภาษาต่างประเทศเพื่อให้พาดหัวข่าวนั้นดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากภาษาไทยถูกอิทธิพลภาษาทาง ตะวันตกโดยเฉพาะภาษาอังกฤษเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้คนไทยนำ ภาษาอังกฤษเข้ามาใช้ทั้งในภาษาพูด ภาษาเขียน การใช้ภาษาอังกฤษในการนำเสนอข่าวสารมัก ปรากฏคำทับศัพท์ จึงส่งผลให้ผู้อ่านเกิดการใช้ตาม ดังที่ ชำนาญ รอดเหตุภัย (2526) กล่าวว่า ภาษา ที่ปรากฏในสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ จะเป็นแบบอย่างให้ผู้อ่านใช้ตามโดยเฉพาะกลุ่ม นักเรียน นักศึกษา ที่ยังไม่ได้มีทักษะการใช้ภาษาทำให้เข้าใจผิดได้ว่าภาษาที่ปรากฏตามสื่อเป็นภาษาที่ถูกต้องและอาจยึด ปฏิบัติตาม จากข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับ กาญจนา ต้นโพธิ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษา วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอในเฟซบุ๊กแฟนเพจยอดนิยมของไทย ผลการศึกษา พบว่า กลวิธีการใช้ภาษา คือ การใช้คำพูด การใช้คำหยาบ การใช้เครื่องหมายและสัญลักษณ์ การใช้คำ เติมการใช้คำภาษาอังกฤษ การใช้คำที่แต่งขึ้นมาเอง และการใช้คำผิดหลักไวยากรณ์ ผลจากการศึกษา ทำให้เห็นพลวัตของภาษาไทย ในยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน กล่าวคือ ภาษาที่ปรากฏมักไม่คำนึงถึงความ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาไทย มากนัก แต่มุ่งเน้นการสื่อความง่าย สะดวกรวดเร็ว ตรงไปตรงมา และจุดเด่นที่สำคัญ คือ นำเสนอด้วย ภาษาพูดที่ปนคำภาษาปากเพื่อให้เข้าใจง่าย อีกทั้งยังสร้างความ สนุกสนมเหมือนเพื่อนสนิพูดคุยกัน

4. การศึกษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

ผลการศึกษาการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊กพบว่ามีกลวิธีอยู่ 4 กลวิธี ได้แก่ พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน พาดหัวข่าวไม่ตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าว

พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ และพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าว แต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว

จากผลการศึกษากลวิธีการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบต พบว่าเป็นกลวิธีการนำเสนอพาดหัวข่าวที่บอกเนื้อหาเพียงบางส่วนเพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้อ่านให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นและอยากทราบข้อเท็จจริงของเนื้อหาข่าวว่าเป็นเช่นไร โดยพาดหัวข่าวนั้นไม่ได้คำนึงถึงหลักการเขียนพาดหัวข่าวที่ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับ สรานนท์ อินทนนท์ (2562) ได้กล่าวถึงลักษณะของข่าวปลอมไว้ว่ามีข้อมูลเท็จ ไม่ว่าจะเป็นข้อเท็จจริงเพียงบางส่วนหรือปราศจากข้อเท็จจริง กระตุ้นให้เกิดการแชร์ออกไป และเจตนาจะบิดเบือนหรือบิดบังความจริงด้วยการใช้อารมณ์มากกว่าตรรกะกระตุ้นอคติของผู้อ่าน นอกจากนี้ยังได้จัดรูปแบบเนื้อหาของข่าวปลอมไว้ 7 แบบโดยเรียงตามระดับความรุนแรงจากน้อยไปหามาก ดังนี้ 1) ข่าวล้อเลียน ไม่ได้มีเจตนาในการสร้างความเข้าใจผิดหรือต้องการให้ผู้อ่านหลงเชื่อ แต่ต้องการล้อเลียน หรือทำให้ขบขัน มักเป็นการล้อเลียนเหตุการณ์บ้านเมืองในปัจจุบัน หรือล้อเลียนคนมีชื่อเสียง 2) เนื้อหาไม่ตรงพาดหัว คือข่าวมีการเชื่อมโยงเนื้อหาที่ผิด พาดหัวข่าวรูปภาพ หรือคำบรรยาย ไม่ได้เชื่อมโยงกับเนื้อหาข่าวจริงๆ เป็นการโยงสองสิ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกันเลยแต่ถูกนำมากล่าวถึงในข่าวเดียวกันหรือทำให้มาเชื่อมโยงกัน 3) เนื้อหาชี้นำ เป็นข่าวที่มีเนื้อหาข้อเท็จจริงแต่จงใจบิดเบือนเรื่องราวหรือใส่ร้ายผู้อื่นให้เข้าใจผิดโดยการชี้นำไปในทางใดทางหนึ่ง 4) เนื้อหาที่ผิดบริบท เป็นข่าวที่มีเนื้อหาข้อมูลจริงแต่นำบริบทอื่นที่ไม่เกี่ยวกับเนื้อหานั้นมาเชื่อมโยงทำให้คนตีความผิด 5) เนื้อหาแอบอ้าง คือข่าวที่มีการแอบอ้างบุคคล แหล่งข้อมูลหรือแหล่งข่าวที่ไม่จริง หรืออ้างตัวเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ 6) เนื้อหาหลอกลวง คือข่าวตัดต่อ หรือข่าวที่มีเนื้อหาข้อมูลหรือภาพข่าวจริง ๆ แต่ถูกดัดแปลงด้วยการปลอมหรือตัดต่อ เพื่อสร้างเรื่องหลอกลวง 7) เนื้อหาขี้ขึ้นมาคือข่าวที่ทุเรื่องขึ้นมามาทั้งหมด เป็นข้อมูลเท็จ 100% มีเจตนาที่จะหลอกลวงหรือใส่ร้ายข่าวถูกสร้างขึ้นมาโดยผู้ไม่หวังดี

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า กลวิธีการพาดหัวข่าวมีการเปลี่ยนแปลงไปจากพาดหัวข่าวในอดีต ผู้เขียนใช้กลวิธีการพาดหัวโดยใช้ภาษาที่สื่อความหมายโดยนัยและอิงกระแสสังคม ณ ขณะนั้น อีกทั้งการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่เปิดกว้าง ทำให้มีบุคคลที่ไม่มีตัวตนมาเขียนข่าวโดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องเพียงเพราะต้องการสร้างรายได้จากยอดผู้คลิกเข้าอ่านข่าว ซึ่งสอดคล้องกับ วิริยาภรณ์ ทองสุข (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์ พบว่า มีรูปแบบ คือ ประโยคบอกเล่า ประโยคบังคับบอกผู้กล่าว ประโยคคำถาม และวลี พบว่า การพาดหัวข่าวโดยใช้รูปแบบของวลีสั้น ๆ นำมาใช้ในการพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์เพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านข่าว คุณลักษณะการพาดหัวข่าว เชิงคลิกเบตไม่ได้มีการสรุปใจความสำคัญทั้งหมดของข่าวมาพาดหัวข่าว และจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth Interview) จากนักวิชาการและนักวารสารศาสตร์ได้ให้สัมภาษณ์คุณลักษณะการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบต พบว่า การนำเสนอ

ข่าวเชิงคลิกเบต ของเว็บไซต์ เป็นการพาดหัวข่าวที่บอกเนื้อหาเพียงบางส่วนเพื่อกระตุ้นความอยากรู้ของผู้อ่านให้คลิกเข้าไปอ่าน ซึ่งไม่ได้คำนึงถึงหลักการพาดหัวข่าวที่ต้องนำเสนอข้อสรุปของประเด็นสำคัญทั้งหมดของข่าว ไม่มีความคิดเห็นส่วนตัวในการพาดหัวข่าว เพื่อต้องให้อ่านทราบถึงเนื้อหาภายในข่าวได้ทันที

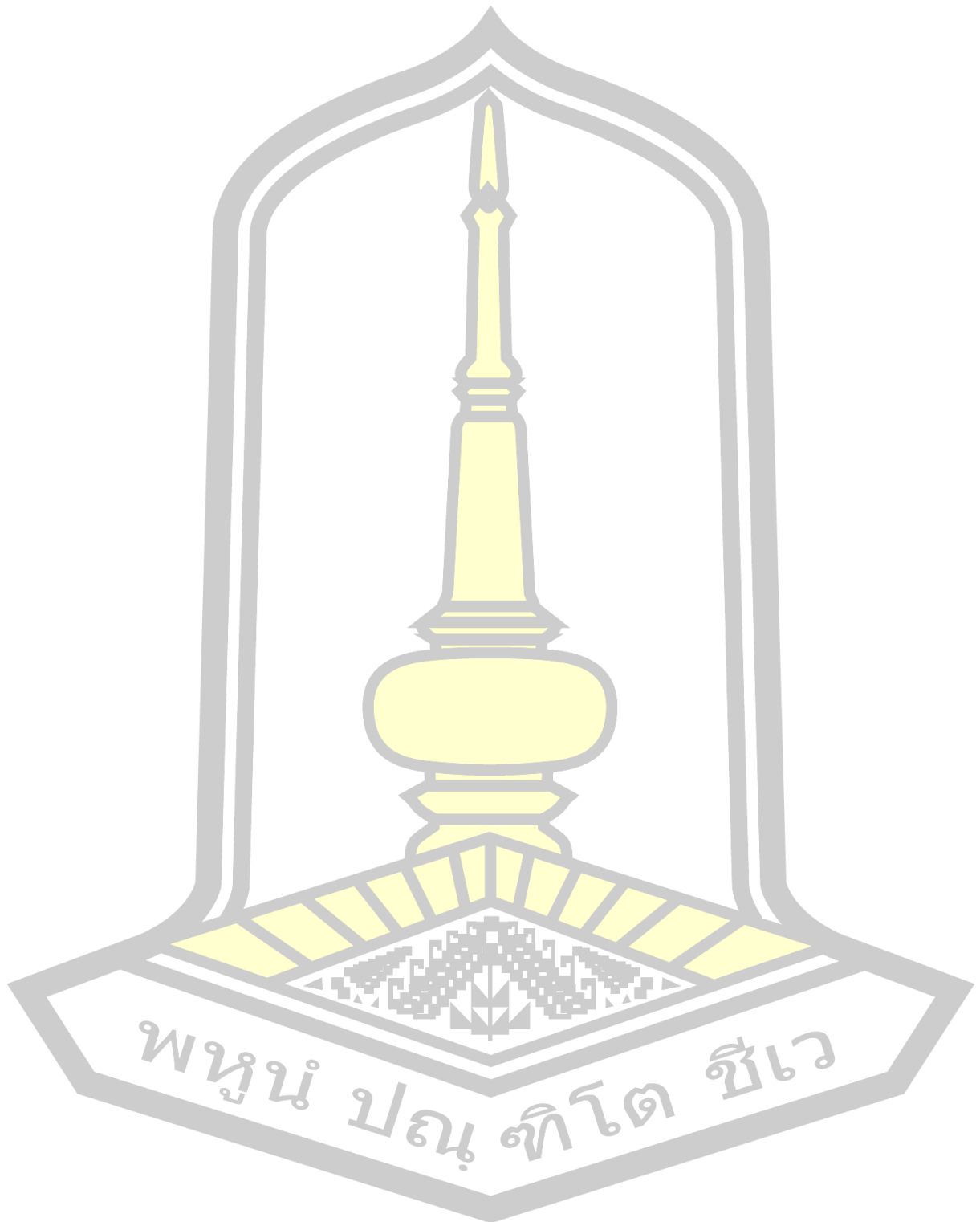
กลวิธีการพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน ซึ่งผู้วิจัยพบมากที่สุดและเป็นข่าวประเภทบันเทิงของนักแสดง ศิลปิน หรือบุคคลสำคัญที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงกว้าง การนำเสนอด้วยกลวิธีนี้ทำให้อ่านข่าวรับรู้ได้ว่าผู้เขียนข่าวนำเสนอข่าวตามข้อเท็จจริง ไม่ใช่ข่าวลวงที่ต้องการนำเสนอเพื่อสร้างยอดวิวแค่นั้น เนื่องจากกลวิธีการนำเสนอพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วนเป็นการนำเสนอข่าวที่มีข้อเท็จจริงในเนื้อหาข่าวแต่ไม่ใช่ทั้งหมดของข่าวเมื่อผู้อ่านเข้าไปอ่านข่าวทำให้รู้สึกได้ว่าเป็นการนำเสนอที่ไม่หลอกลวงผู้อ่าน และผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตได้ว่าผู้เขียนพาดหัวข่าวมีการใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ แต่มีการรังสรรค์คำที่สื่อความหมายได้กระชับ ชัดเจน น่าสนใจและส่งผลต่อความรู้สึกของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี อาจเนื่องด้วยมีการปรับเปลี่ยนประยุกต์การใช้คำให้เข้ากับยุคสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนในสมัยนั้น ๆ แสดงให้เห็นว่าภาษาสามารถคงอยู่ได้ทุกยุคสมัยและมีวิธีการใช้ตามกาลเวลาอย่างไม่รู้จบ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ภาษาไม่ใช่เป็นแค่เครื่องมือสื่อสารเท่านั้นแต่ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างผลกำไรให้กับคนบางกลุ่มที่ไม่ประสงค์ดีอีกด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาองค์ประกอบ ลักษณะ และกลวิธีการใช้ภาษาของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่านอกเหนือจากการศึกษาในประเด็นข้างต้นแล้วยังมีประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ศึกษาวิธีการนำเสนอเนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตในสื่อออนไลน์ เพื่อแสดงให้เห็นว่าการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตกับการนำเสนอข่าวทั่วไป กลวิธีการนำเสนอจะมีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง
2. ศึกษาการใช้โวหารภาพพจน์ในการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในสื่อออนไลน์ เนื่องจากการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตมีการใช้ภาษาในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก ความคิด ที่มีความแตกต่างจากการนำเสนอข่าวทั่วไป

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). เปิดสถิติคนไทยเสพติด 'ออนไลน์ โซเชียล' สูงติดอันดับโลก. [ออนไลน์]
ได้จาก: <https://www.bangkokbiznews.com/tech/950958> [สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2565].
- กันยารัตน์ ผ่องสุข. (2553). เนื้อหาและกลวิธีทางภาษาในงานเขียนสารคดีท่องเที่ยวของ "นิวกลม".
วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา ตันโพธิ์. (2563). การศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาใน
เฟซบุ๊กแฟนเพจยอดนิยมของคนไทย. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.
- กุนทีนี้ โคตรพัฒน์. (2560). กลวิธีทางภาษาและความหมายทางสังคมในเพลงลูกทุ่งอีสานแนวสอง
แ่งสองง่าม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- คณาจารย์ภาควิชาภาษาไทยคณะศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2544). การใช้ภาษาไทย
2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตรกร เอ็มพันธ์. (2545). พญานาค เจ้าแห่งแม่น้ำโขง : พิธีกรรมกับระบบความเชื่อพื้นบ้านแห่ง
วัฒนธรรมอีสาน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉอาน วุฒิกรรมรักษา. (2536). หลักการรายงานข่าว. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- ชนันพร เหมสกุล. (2566). กลวิธีการใช้ภาษาในข้อความโฆษณาตามวัตถุประสงค์ของแบรนด์สินค้า
รัสเซีย. วารสารรามคำแหง มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชไมพร กุลบุตรดี. (2564). กลวิธีการนำเสนออัตลักษณ์วัยรุ่นในวรรณกรรมสำหรับวัยรุ่นที่ได้รับ
รางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการสอนภาษาและวรรณกรรมไทย
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชลันธร วรรณโฆหาร. (2562). กลยุทธ์นำเสนอเนื้อหาบนสื่อข่าวออนไลน์กรณีศึกษาสำนักข่าว
The MATTER. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. (2541). "เทคนิคการเขียนข่าว" การเขียนข่าวและบรรณาธิการ. พิมพ์ครั้งที่ 2.
นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- ชำนาญ รอดเหตุภัย. (2526). *สัมมนาการใช้ภาษา(ปัญหาการใช้ภาษาไทยในปัจจุบัน)*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานครพิมพ์.
- ชุติมา สาตร์ร้าย. (2556). *ภาษาข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์แจก M2F*. ปริญญาอักษรศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาภาษาไทยเพื่อการพัฒนาอาชีพ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉัตร มารศรี. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลให้บุคคลเชื่อหรือแชร์บทความเท็จบนสื่อสังคม*. สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ญาดา ขาญบุญชี. (2551). *กลวิธีการใช้ภาษาในงานเขียนอารมณ์ขันของ เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา*. ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตรศึกษา.
- ดรณี หิรัญรักษ์. (2538). *เทคนิคการหาข่าวและเขียนข่าวหนังสือพิมพ์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงพร เกียงคำ. (2549). *คู่มือสร้างเว็บไซต์ด้วยตนเอง*. กรุงเทพฯ : โปรวิชัน.
- ไตรสิทธิ์ ศิริธนู และธีรภัทร วรรณฤมล. (2561). *การสื่อความหมายด้วยภาพของภาพถ่ายรางวัลโครงการประกวดภาพถ่ายนานาชาติเนื่องในงานนริศ. วารสารสื่อสารมวลชน คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- ทักษพร กุมชาด. (2565). *กลวิธีการนำเสนอสินค้าของเพจเฟซบุ๊ก “SALE HERE”*. ภาควิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนากร เลิศสุตวิชัย. (2560). *ทำความเข้าใจกับ CLICKBAIT คือ? สื่อเว็บไซต์กับพาดหัวลวงให้คลิก*. [ออนไลน์] ได้จาก: <https://digitalmarketingwow.com/2017/06/21/clickbait>. [สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564].
- ธวัชชัย จารนัย. (2541). *พาดหัวข่าวภาษาวิวัฒนาการหรือภาษาวิบัติ*. กรุงเทพฯ:
- ธัญญา สังขพันธานนท์. (2539). *วรรณกรรมวิจารณ์*. ปทุมธานี: นาคร.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2559). *สื่อมืออาชีพในยุคสงครามออนไลน์*. กรุงเทพฯ: สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ.
- ธีรวัรา แสงอินทร์. (2562). *กลวิธีการใช้ภาษาพาดหัวข่าวออนไลน์*. วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นนท์ธวัช ไชยวัง, ชนัญสุรา อรณพ ณ อยุธยา. (2560). *รูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย*. สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- นรินทร์ นำเจริญ. (2549). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรายงานข่าว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นันทนิตา วาริปาน, นพสรณ์ แดงวิชัย, ลักขณา รุ่งโรจน์. (2558). *วัจนลีลาในกวีนิพนธ์ไฉนหลักเกณฑ์ : หนังสือเรื่องไม่มีหญิงสาวในบทกวี ของชะการิยะยา อมตยา. คณะศิลปศาสตร์ ศูนย์* สุพรรณบุรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- นันทวัฒน์ เนตรเจริญ. (2560). *กลวิธีทางภาษาในพาดหัวข่าวเพื่อชวนให้อ่านของข่าวออนไลน์. วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- นันทิกา หนูสม และวิโรจน์ สุทธิสีมา. (2562). *ลักษณะของข่าวปลอมในประเทศไทยและระดับความรู้เท่าทันข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- นิรุธ อำนวยศิลป์. (2542). *ความหมายของเว็บไซต์. [ออนไลน์] ได้จาก: <https://sites.google.com/site/sao561031269/khwamh?tmpl>. [สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2564].*
- บงอร กล่องสูงเนิน. (2542). *การวิเคราะห์การใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และเดอะเนชั่นในแง่ของความหมายของคำศัพท์โครงสร้างของประโยคและวลี. ปริญาการศึกษามหาบัณฑิตวิชาเอกภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยทักษิณ.*
- บุญยงค์ เกศเทศ. (2525). *วรรณกรรมวิเคราะห์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.*
- บุญเลิศ ช่างใหญ่. (2545). *นักข่าวมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.*
- ประชัน วัลลิโก. (2539). *การพิมพ์หนังสือพิมพ์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*
- ปรีชา ช่างขวัญยืน. (2525). *ศิลปะการฟัง การอ่าน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิชาการ.*
- ปาริฉัตร พิมพ์. (2562). *กลวิธีการใช้ภาษาของ อีระ กาญจนไพริน ในรายการข่าว “จัด ชัดทุกความจริง”. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.*
- ปิยวิธ เจนกิจจาไพบลูย์. (2540). *ประวัติความเป็นมาของเว็บไซต์. [ออนไลน์] ได้จาก: <https://sites.google.com/site/rudchanonm512557/prawati-khwam-pen-ma-khxng-website>. [สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2564].*
- บุญยาพร เส้าเปา และตุลาภรณ์ แสนปรน. (2564). *การศึกษาศิลปะการใช้ภาษาในวรรณกรรมคำวของแม่ครูจันทร์ดีจันทร์หนั้ว. วารสารมังรายสาร สถาบันภาษาและกิจการต่างประเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. พชรกานต์การพิมพ์. 2535.*
- พรนภา ไทยสิทธิ. (2550). *ลีลาการใช้ภาษาในนวนิยายเรื่องเพชรพระอุมา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*

พระมหาสันติราษฎร์ ฌานสนธิ (พวงมลิ). (2562). กลวิธีการใช้ภาษาในการโฆษณาทางโทรทัศน์.

วารสารมหาจุฬาราชการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พลวุฒิ สงสกุล.(2561). คนไทยเล่นหวยปีละ 2.5 แสน คนปลกการวิจัยพบคนรวยยิ่งซื้อเยอะกว่าคนจน.

[ออนไลน์] ได้จาก: <https://thestandard.co/thai-people-buy-lottery-2-5-hundred-billion/>. [สืบค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2566].

พิริยา เพชรแก้ว. (2552). ลักษณะการใช้ภาษาในข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันตามหลักน

ยาศาสตร์. สาขาวิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิศิษฐ์ ขวราธวัช. (2543). การรายงานข่าวชั้นสูง. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดับเบิล
นายน์.รัชดาออฟเซต.

ภาควิภาหิ วรรณภา. (2555). การเขียนข่าวเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์อินทนิล.

มนชิตา หนูแก้ว. (2562). กลวิธีในการนำเสนอเนื้อหาและการใช้ภาษาในนวนิยายของ รอมแพง.

ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ.

มาลินี ผลประเสริฐ, บงกช เจนชัยภูมิ, เดือนฉาย ผ่องใส, มิลินท์ ศิริรินทร์กัญญา และเบญจสิริ

เจริญสวัสดิ์. (2566). กลวิธีการใช้ภาษาพาดหัวข่าวออนไลน์. วารสารวิชาการวิทยาลัย
สันตพล.

มาลี บุญศิริพันธ์. (2537). หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์ประกายประกาย.

วรวรรณ สุกใส. (2551). ลักษณะเด่นของงานเขียนนำเที่ยวต่างประเทศ ในนิตยสารท่องเที่ยว

ภาษาไทย พ.ศ.2549. ปริญญากักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย

สาขาวิชาภาษาไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันดี รัตนกายแก้ว. (2554). พฤติกรรมการซื้อสินค้าในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก :

กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วิริยาภรณ์ ทองสุข. (2559). การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์.

วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศุภววรรณ พิพิธสมบัติ และยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2551). การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์

ในหนังสือพิมพ์รายวันของไทย. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา.

สดศรี เผ่าอินจันทร์. (2530). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์. เชียงใหม่: โครงการตำราและ

เอกสารทางวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สมควร กวียะ. (2535). การสื่อสารมวลชน: บทบาทหน้าที่ สิทธิ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ. กรุงเทพฯ:

- สรานนท์ อินทนนท์. (2562). รู้ทันข่าว. มุลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน.
- สรานนท์ อินทนนท์. (2562). รู้เท่าทันข่าว (News Literacy). [ออนไลน์] ได้จาก:
<https://resourcecenter.thaihealth.or.th/files/.pdf>. [สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2564].
- สุรศักดิ์ นามนัย. (2548). การศึกษารูปแบบของหน้าโฮมเพจ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเนตมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สายทิพย์ นุกูลกิจ. (2534). วรรณกรรมปัจจุบัน. กรุงเทพฯ: การพิมพ์พระนคร.
- สิริวรรณ นันทจินทุล. (2543). การเขียนเพื่อการสื่อสาร 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุทธิดา นาคเจริญ. (2559). การพาดหัวข่าวในสื่อออนไลน์. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2545). การสื่อข่าว : หลักการและเทคนิค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2546). การสื่อข่าวหลักการและเทคนิค. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- โสรัชช์ นันทวชิรวิบูลย์. (2545). สู่เส้นทางกราฟิกดีไซน์เนอร์ = Be Graphic. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์พิมพ์ดี
- อภินันท์ ยิ่งยืน. (2554). แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ที่ดีเป็นอย่างไร. [ออนไลน์] ได้จาก:
<http://www.techno.edu.buu.ac.th/wkshopwebdesign/12550/webdesignSAT402/49540811 /Web%20design.doc>. [สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2564].
- อรสา ชันเงิน. (2548). ลักษณะการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ในรูปแบบ สารระบันเชิงศึกษาเฉพาะกรณีรายการ “สะกิดข่าว”. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อวยพร พานิชและคณะ. (2544). ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอกธิดา เสริมทอง. (2561). ข่าวบันเทิง กรอบจำกัดและการพัฒนา. ศรีปทุมปริทัศน์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.
- CHOUR SEREYLTA. (2565). การศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการนำเสนอและแนวคิดในภาพยนตร์แนวรักของบริษัท จีดีเอช ห้าห้าเก้า จำกัด. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- Jaba Siam Times. (2021). ETDA เผย ปี 62 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที Gen Y ครองแชมป์ 5 ปีซ้อน กิจกรรมออนไลน์สุดฮิต “สั่งอาหาร-ชำระเงิน-รับ ส่งสินค้าพัสดุ-ดูหนังฟังเพลง-ใช้บริการรถโดยสาร”. [ออนไลน์] ได้จาก: <https://www.siamtimes.net/2020/03/Thailand-Internet-User-Behavior-2019-by-ETDA.html>. [สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2564].

Madooseo. (2560). Traffic. คืออะไร สำคัญอย่างไรต่อ SEO. [ออนไลน์] ได้จาก: <https://www.seo-winner.com/what-is-traffic-and-how-important-is-it-toSEO>
[สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564].

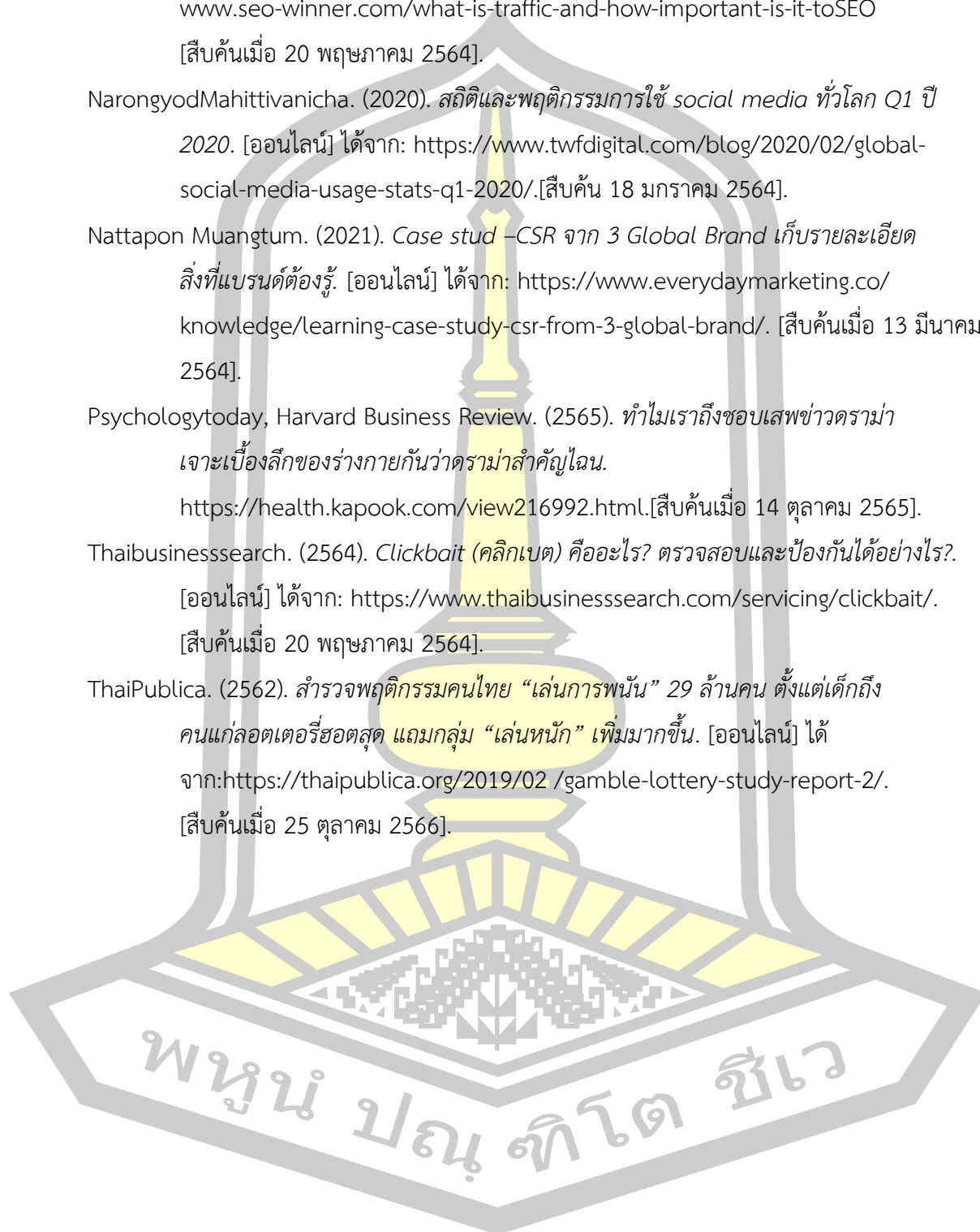
NarongyodMahittivanicha. (2020). สถิติและพฤติกรรมการใช้ social media ทั่วโลก Q1 ปี 2020. [ออนไลน์] ได้จาก: <https://www.twfdigital.com/blog/2020/02/global-social-media-usage-stats-q1-2020/>. [สืบค้น 18 มกราคม 2564].

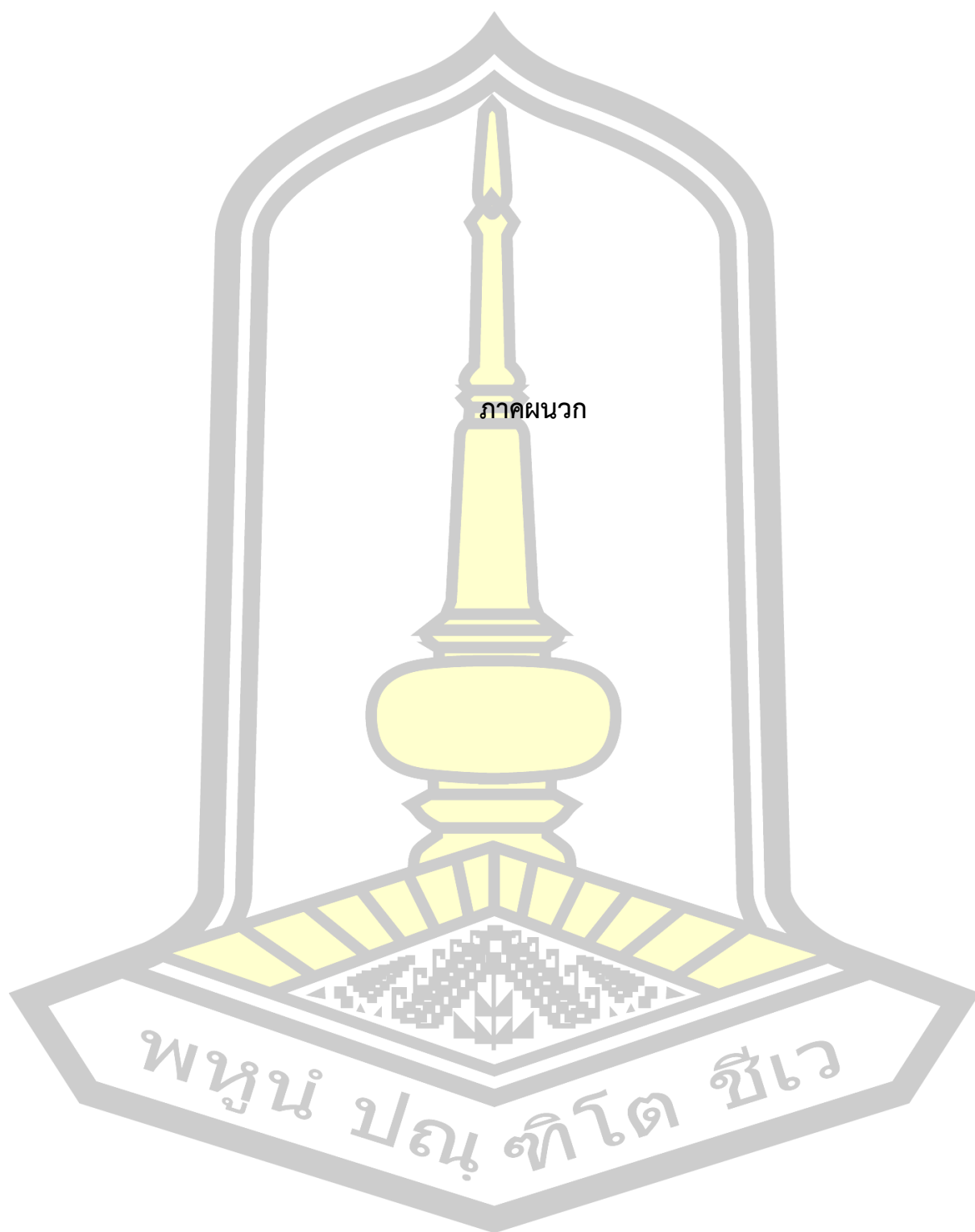
Nattapon Muangtum. (2021). Case stud –CSR จาก 3 Global Brand เก็บรายละเอียด สิ่งที่เราควรต้องรู้. [ออนไลน์] ได้จาก: <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/learning-case-study-csr-from-3-global-brand/>. [สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2564].

Psychologytoday, Harvard Business Review. (2565). ทำไมเราถึงชอบเสพข่าวดราม่า เจาะเบื้องลึกของร่างกายกันว่าดราม่าสำคัญไฉน.
<https://health.kapook.com/view216992.html>. [สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2565].

Thaibusinesssearch. (2564). Clickbait (คลิกเบต) คืออะไร? ตรวจสอบและป้องกันได้อย่างไร?. [ออนไลน์] ได้จาก: <https://www.thaibusinesssearch.com/servicing/clickbait/>. [สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564].

ThaiPublica. (2562). สำรวจพฤติกรรมคนไทย “เล่นการพนัน” 29 ล้านคน ตั้งแต่เด็กถึง คนแก่ตลอดชั่วชีวิต กลุ่ม “เล่นหนัก” เพิ่มมากขึ้น. [ออนไลน์] ได้ จาก: <https://thaipublica.org/2019/02 /gamble-lottery-study-report-2/>. [สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2566].





ภาคผนวก

พูน ปณ จิต ชีเว

รูปภาพพาดหัวข่าว

1. พาดหัวข่าว “ขอจับกลางรายการ”



2. พาดหัวข่าว “กระเป๋าท่อแทบฉีก”



3. พาดหัวข่าว “เข้าใจตรงกันนะ”



4. พาดหัวข่าว “ดาราท้อ! แห่ออกช่อง 3”



5. พาดหัวข่าว “ไม่ขอเจอหน้า” เอ”



6. พาดหัวข่าว “อนาคอนด้าซัดๆ !!”



7. พาดหัวข่าว “จบรุ่นไหน”



8. พาดหัวข่าว “ไผเอาปากยายไปใส่”



9. พาดหัวข่าว “แกะออกดู ถึงกับแข็ง”



10. พาดหัวข่าว “เลิกกันแล้ว”



11. พาดหัวข่าว “รู้เลยว่าใคร”



12. พาดหัวข่าว “ไม่คิดว่าจะเป็นคนนี้”



13. พาดหัวข่าว “หนึ่งคนละม้วน”



14. พาดหัวข่าว “แท้ให้กำลังใจ ตัก มยุรา”



15. พาดหัวข่าว “คีนามสกุล”

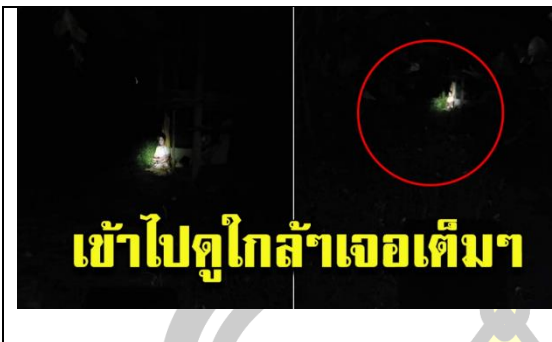


16. พาดหัวข่าว “ลุงโดนรุม”



17. พาดหัวข่าว “เข้าไปดูใกล้ๆ เจอเต็มๆ”

18. พาดหัวข่าว “ทุกอย่างที่เคยชื่นชอบไม่เหลือเลย”

 เข้าไปดูใกล้ๆ เจอเต็มๆ	 ทุกอย่างที่เคยชื่นชม ไม่เหลือเลย
19. พาดหัวข่าว “ภาพล่าสุดชัดเจนแล้ว”  ภาพล่าสุดชัดเจนแล้ว	20. พาดหัวข่าว “เลิกกันแล้ว”  เลิกกันแล้ว!!
21. พาดหัวข่าว “ผู้ใหญ่ควรสั่งสอน”  ผู้ใหญ่ควรสั่งสอน!!	22. พาดหัวข่าว “คนเอาไปใจร้ายมาก”  คนเอาไปใจร้ายมาก
23. พาดหัวข่าว “ธรรมชาติพันธุ์”  ธรรมชาติพันธุ์	24. พาดหัวข่าว “ฮัลโหล อย่าโง่”  ฮัลโหล อย่าโง่

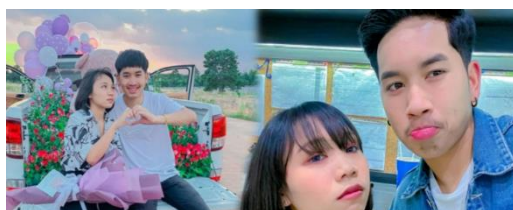
25. พาดหัวข่าว “เลขรถสวย จัดไปเลยป้า”

26. พาดหัวข่าว “เป็นใครก็ไม่ทน”

	
27. พาดหัวข่าว “ทนไม่ไหวแล้วโว้ย” 	28. พาดหัวข่าว “ปื๊ดแล้วใครนอนไม่หลับ เตรียมตัว!!” 
29. พาดหัวข่าว “อาการรุนแรงกว่าที่คิด” 	30. พาดหัวข่าว “ไม่คิดว่าเขาจะทำ” 
31. พาดหัวข่าว “ครั้งแรกของหาคะตะ” 	32. พาดหัวข่าว “สุดเศร้า! แฟนคลับแห่ แสดงความเสียใจ” 

33. พาดหัวข่าว “เรียกสามี เต็มปาก เต็มคำ”

34. พาดหัวข่าว “ส่อแววรักลุ่มอีกคู่”





35. พาดหัวข่าว “จบดราม่า เคลียร์ทุกประเด็น”



36. พาดหัวข่าว ขายเกิน 2.50 บาท เจอโทษ !



37. พาดหัวข่าว “กระเพรนางฟ้า”



38. พาดหัวข่าว “ชาวเน็ตถล่ม อีกครั้ง!”



39. พาดหัวข่าว “จากไปไม่ทันรำล้า”



40. พาดหัวข่าว “ลุงคนนี่คือใคร ?”



พาดหัว ปณ จิตโต ชีว

41. พาดหัวข่าว “อยากกรีดตั๋งๆ ชาวเน็ตแห่ถาม สุดท้ายคือพลิก”



42. พาดหัวข่าว “น้ำตาไหล เข้าแทบทรุด”



43. พาดหัวข่าว “ไม่ใช่เด็กเล่นขายของนะ”



44. พาดหัวข่าว “คุณยายไฟเขียวแล้ว”



45. พาดหัวข่าว “อารมณ์คนถูกรางวัลที่ 1”



46. พาดหัวข่าว “GPS พาช่วย”



47. พาดหัวข่าว “ครูชอบหาว่าผมเสพยา”



48. พาดหัวข่าว “ชี้เก็ก!! คิดว่าเป็นดาราสอลสี่วัดหอร”



49. พาดหัวข่าว “ใจหายใจคว่ำหมด”



50. พาดหัวข่าว “เหมือนได้ของขวัญปีใหม่”



51. พาดหัวข่าว “ยายชนะ”



52. พาดหัวข่าว “มีลูกกับพระเอก”



53. พาดหัวข่าว “มิติใหม่ของการประกวดนางงาม”



54. พาดหัวข่าว “ไฟ พุดแล้วเรื่องความรัก”



55. พาดหัวข่าว “พร้อมเปิดใจรับรักใหม่”



56. พาดหัวข่าว “นึกว่ารูปปั้นกุมารทอง”



57. พาดหัวข่าว “เอ็นดูหน้าคล้ายคน”



58. พาดหัวข่าว “สะเทือนถึงข้างเตียงหน้า”



59. พาดหัวข่าว “ผิวเมียชั่ว”



60. พาดหัวข่าว “ไข่มุกขาว ในท้องไก่”



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวชนันพร โนชัย
วันเกิด วันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2534
สถานที่เกิด อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ 98 หมู่ 7 ตำบลพอกน้อย อำเภอพรรณานิคม
จังหวัดสกลนคร รหัสไปรษณีย์ 47130
ตำแหน่งหน้าที่การงาน อาจารย์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมศรีสงคราม มหาวิทยาลัยนครพนม
ตำบลศรีสงคราม อำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม รหัสไปรษณีย์ 48150
ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2553 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนธาตุนารายณ์วิทยา
จังหวัดสกลนคร
พ.ศ. 2557 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.)
สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
พ.ศ. 2566 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.)
สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พูน ปณ ทัต ชีเว