

รูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย

นนท์รัช ไชยวัง*

ชญัสรา อรณพ ฅ อยุธยา **

บทคัดย่อ

การศึกษางานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดใจผู้อ่านของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ และศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ประเภทธุรกิจเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ใช้การสุ่มแบบอย่างมีระบบ (Systematic sampling) โดยสุ่มวันเว้นวัน ของเดือนเมษายน 2560 จำนวน 150 ข่าว เมื่อลงรหัสแล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวที่มากที่สุด คือ การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ ตามด้วย การพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก การพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว การพาดหัวข่าวโดยระบุคำ เช่น ชมคลิป ชมภาพ ภาพชุดตามลำดับ ส่วนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวมากที่สุดคือ การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์ความรู้สึก ตามด้วย การพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/คำย่อ/ ของชื่อเฉพาะยศ ตำแหน่ง การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึกตามลำดับ

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

1. บทนำ

บทบาทของสื่อใหม่ (New Media) ในยุคปัจจุบันเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตอย่างมาก เพราะเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคนี้เติบโตไปอย่างรวดเร็วส่งผลให้ผู้คนก็ต้องปรับตัวตามเทคโนโลยีการสื่อสารโดยเฉพาะเรื่องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผู้รับสารหันมารับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อใหม่มากขึ้นเพราะสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกรวดเร็วในทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ตเข้าถึง หรือแม้กระทั่งการใช้สื่อใหม่ผ่านโทรศัพท์มือถือ และสื่อใหม่ถูกพัฒนามาใช้งานทั้งในองค์กรสื่อมวลชน ในรูปแบบการรายงานข่าวผ่านเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ซึ่งจะใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร

ผลวิจัยหัวข้อพฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่และกลุ่มคนวัยทำงานรับข้อมูล

* นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ข่าวสารจากสื่อใหม่ในอัตราที่สูงขึ้น โดยช่องทางที่เข้าไปชมหรืออ่านข่าวมากที่สุดคือ สื่อออนไลน์น้อยที่สุด คิดเป็น 4.13 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 5) รองลงมาคือโทรทัศน์ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.81 และเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันข่าวคิดเป็น 3.15 คะแนน

ปัจจุบันองค์กรสื่อมวลชน มีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ บางองค์กรโดยเฉพาะ องค์กรหนังสือพิมพ์และนิตยสารปรับตัวไม่ทันก็ต้องปิดกิจการลง เช่น ล่าสุดหนังสือพิมพ์บ้านเมือง ประกาศปิดกิจการ คงเหลือไว้เฉพาะส่วนที่เป็นข่าวเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ปรับช่องทางการสื่อสารแล้ว การพาดหัวข่าวก็เป็นส่วนหนึ่งที่ต้องปรับตัวเพราะเป็นเหมือนหน้าบ้านที่จะดึงดูดคนอ่าน

รูปแบบการพาดหัวข่าวผ่านสื่อใหม่ปัจจุบันมีการพาดหัวข่าวที่แข่งขันกันสูงเพื่อให้เป็นจุดสนใจ ให้ผู้รับสารกดเข้าไปอ่านข่าว หรือกดติดตามเป็นแฟนเพจองค์กรใดที่มีผู้อ่านติดตามจำนวนมากย่อมส่งผลทำให้โฆษณาทุ่มเม็ดเงินโฆษณาลงสู่องค์กรนั้น

กลยุทธ์คลิกเบต หรือการล่อปลาให้มาติดเบ็ดถูกนำมาใช้มากในการพาดหัวข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นการสรรหาคำ สำนวน ภาษา การเปรียบเปรย การใช้ภาพ ใช้คลิป ใช้เครื่องหมายต่างๆ มาเล่นในการพาดหัวข่าวเพื่อให้คนกดเข้าไปอ่านข่าว นอกจากนี้คลิกเบต ยังเป็นการใช้คำในการพาดหัวข่าวเพื่อกระตุ้นให้คนอ่านเกิดอารมณ์อยากกดแชร์ต่อไปเป็นไวรัล

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ในยุคปัจจุบันว่ามีรูปแบบอย่างไร มีการนำคลิกเบตมากใช้มากน้อยเพียงใด รวมไปถึงการพาดหัวข่าวแบบดั้งเดิมยังมีการนำมาใช้บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์หรือไม่ โดยงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจะเลือกศึกษาเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไป คือ ไทยรัฐ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ธุรกิจ คือ ประชาชาติธุรกิจ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกันว่ารูปแบบการพาดหัวข่าว มีความเหมือนและแตกต่างกันอย่างไร สาเหตุที่เลือกทั้ง2เว็บไซต์นี้มาเป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย เพราะว่าเว็บไซต์ไทยรัฐ มียอดคนดูลำดับต้น ๆ ของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไป ที่จัดลำดับโดยทฤษฎี เว็บไซต์จัดลำดับที่มีความน่าเชื่อถือได้ ส่วนเว็บไซต์ประชาชาติธุรกิจ ก็เป็นเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ที่มียอดคนดูสูงสุด

2.วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดใจผู้อ่านของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์

2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ประเภทธุรกิจ

3.ปัญหาคำวิจัย

3.1 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดใจผู้อ่านอย่างไร

3.2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีรูปแบบการพาดหัวข่าวแตกต่างจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ธุรกิจอย่างไร

4. การทบทวนวรรณกรรม

จากการจัดทำวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย เพื่อให้การศึกษามีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมในการนำมาศึกษาในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 แนวคิดการเขียนข่าวออนไลน์

จิระ ห้องสำเร็จ (2551) กล่าวว่า การเขียนข่าวออนไลน์ที่ดีต้องเน้นความถูกต้อง กระชับ ชัดเจน สิ่งที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล เพราะหากผิดพลาดจะส่งผลกระทบต่อสังคม นอกจากนี้ต้องมีความเที่ยงตรง ไม่มีอคติ เพื่อให้ผู้อ่านนำไปเป็นข้อมูลในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

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

นอกจากการเขียนข่าวตามหลักการเบื้องต้นแล้วต้องการตรวจสอบความถูกต้องเช่นชื่อ - นามสกุล ตำแหน่ง แหล่งข่าว ตัวเลขต่างๆ ประเด็นข่าวที่น่าสนใจ ที่มาจากไหน ใครเป็นคนพูด ผู้สื่อข่าวคือผู้รายงานเหตุการณ์ความเป็นไปของเหตุการณ์สำคัญ ให้เกิดความน่าสนใจ ดังนั้นต้องยึดที่เที่ยงตรงต้องมาก่อนอันดับแรก จากนั้นต้องมีความกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ ความเป็นอิสระ เป็นกลาง เชื่อถือได้ ข้อความทุกคำต้องมีความหมาย หลักการเขียน สำหรับสื่อในเว็บไซต์หลักการเบื้องต้นจะเหมือนกับสื่อดั้งเดิม คือ ต้องเขียนจากข้อเท็จจริงที่เที่ยงตรง ไม่บิดเบือน มุ่งเพื่อประโยชน์แก่สาธารณะเป็นหลัก

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการพาดหัวข่าว (Headline) และคลิกเบต (Clickbait)

นรินทร์ นำเจริญ (2549, น. 195-209) ได้ให้ความหมายของไว้ดังนี้ การพาดหัวข่าวคือสิ่งแรกที่ผู้อ่านจะพบเจอในการอ่านข่าว และจะมีผลต่อการเข้าติดตามอ่านข่าวต่อไปในรายละเอียด เป็นส่วนสำคัญที่ผู้อ่านจะตัดสินใจอ่านหรือไม่ ชื่อเรื่องต้องสะดุดตา ครอบคลุมเนื้อหา สั้นกะทัดรัด วิธีการตั้งชื่อหรือการพาดหัวข่าว มีหลายแบบเช่น การพาดหัวข่าวแบบสรุปความ การพาดหัวข่าวแบบตั้งคำถาม การพาดหัวข่าวแบบอ้างคำพูด การพาดหัวข่าวแบบเล่นสัมผัส การพาดหัวข่าวแบบใช้คำอุทาน การพาดหัวข่าวแบบยกย่อง การพาดหัวข่าวแบบเปรียบเทียบ การพาดหัวข่าวแบบบอกเล่า และการพาดหัวข่าวแบบปริศนา

Dolors Palau-Sampio (2015) กล่าวว่า ได้ศึกษาการใช้รูปแบบและกลยุทธ์คลิกเบตในการพาดหัวข่าว สื่อในประเทศสเปน สามารถสรุปได้ดังนี้ส่วนใหญ่จะใช้คำเร้าอารมณ์ ให้ผู้อ่านรู้สึกถึงอารมณ์ และให้อารมณ์คล้อยตามเพื่อให้เกิดเข้าไปอ่านในรายละเอียดข่าว และยังมีเครื่องมือต่างๆเข้ามาช่วยในการพาดหัวข่าวเพื่อให้เกิดการสะดุดตา บางครั้งก็พบว่าการพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ แต่ที่ขาดไม่ได้เลยคือรูปแบบการพาดหัวข่าวระบุว่ามิดคลิป ภาพ ภาพชุด และการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน ให้ซับซ้อน และยังมีพบว่าการพาดหัวข่าวที่นำเอาเรื่องเพศ เรื่องความขัดแย้งหรือดราม่า อีกด้วย ส่วนรูปแบบหนึ่งคือการพาดหัวข่าวที่ไม่ตรงกับเนื้อหาที่มีการนำมาใช้น้อย เพราะจะทำให้ชื่อเสียงองค์กรเสื่อมเสีย

4.3 แนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์

สุธารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัดฒนากุล และคณะ (2557) กล่าวว่า วารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์เกิดขึ้นเนื่องจากประเทศไทยเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตมากขึ้นนับตั้งแต่ปี 2536 เป็นต้นโดยมีคนไทยที่เข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตได้มากถึงร้อยละ 30 และมีโอกาสที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้สื่อกระแสหลักอย่างหนังสือพิมพ์ต้องเร่งปรับตัวสู่สื่อดิจิทัลเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต และมีพฤติกรรมชอบอ่านข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต สื่อหลายสำนักจัดทำเว็บไซต์หรือปรับปรุงโครงสร้าง ให้ทันสมัยเพื่อรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ มีการปรับปรุงเนื้อหา ทั้งหนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการหารายได้เข้าองค์กรเพิ่มจากสื่อเดิมที่มีอยู่

ทักษะการใช้ภาษา (News Language Skill) ภาษาที่ใช้ต้องเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย มีความชัดเจน ไม่คลุมเครือ ต้องมีความกระชับ ตรงประเด็น การสื่อสารแต่ละช่องทางก็จะมีวิธีการใช้ภาษา ที่แตกต่างกันออกไป เช่นภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์ และออนไลน์ ก็จะไม่เหมือนกันออกไป เพื่อให้เหมาะสมกับช่องทาง การสื่อสาร และตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้ ปัจจุบันต้องมีเทคนิคการถ่ายภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ตกแต่งภาพ ตัดต่อ ทำกราฟฟิก การเล่าเรื่องบนสื่อใหม่ หัวใจสำคัญที่สุดต้อง กระชับ ตรวจสอบข้อมูลให้ดี การตัดสินใจเลือกประเด็นข่าวที่จะนำเสนอข้อมูลต้องชัดเจน

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พัฒนารอบการวิเคราะห์รูปแบบการพาดหัวข่าวได้ 18 รูปแบบการพาดหัวข่าว ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 รูปแบบการพาดหัวข่าว

ลักษณะการพาดหัวข่าว 18 รูปแบบ	คำอธิบายลักษณะรูปแบบการพาดหัวข่าว
1.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง	ถ้อยคำที่ใช้เข้าใจกันเฉพาะชนหมู่มุ่ใดหมู่มุ่หนึ่ง คำพูดแปลก ๆ ภาษามักใช้กันชั่วระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น, คำตลาด เป็นภาษาปาก สร้างความสนุก สนาน
2.การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด	เป็นการอ้างอิงคำพูดของบุคคลที่ให้ความสนใจความสำคัญใจความใดใจความหนึ่ง
3.การพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว	เรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว
4.การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ คำย่อของชื่อเฉพาะยศตำแหน่ง	ใช้ตัวอักษรย่อ คำย่อ ของชื่อเฉพาะ ยศตำแหน่ง
5.การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพต่าง ๆ	เป็นการเรียกอาชีพมาใช้ในการพาดหัวข่าว
6.การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน	เป็นการเรียกชื่อหน่วยงานมาในการพาดหัวข่าว
7.การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ	เป็นการใช้ภาษาประเทศทับศัพท์ในการพาดหัวข่าว
8.การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง	- คำไม่สุภาพ - การซ้ำเติมผู้เสียหาย/ผู้กระทำผิด

ลักษณะการพาดหัวข่าว 18 รูปแบบ	คำอธิบายลักษณะรูปแบบการพาดหัวข่าว
	- คำ วลี ประโยคที่ชี้ชัดถึงการกระทำรุนแรง
9. การพาดข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล	1. ความชัดเจน - 5W 1H ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ทำไม 2. รูปประโยคอย่างง่าย
10. การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่ออยากให้อ่านอยากรู้	1. คลุมเครือ - ไม่ระบุ 5W 1 H ชัดเจน 2. เน้นใช้วลี มากกว่าประโยค 3. ใช้ตัวย่อ (ที่คนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจร่วมกัน หรือไม่รู้)
11. การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก	(ตกใจ ตื่นเต้น เศร้า สนุก ประทับใจ ฯลฯ) - คำอุทาน - คำอุปมา ให้เกิดจินตนาการ ความรู้สึก - คำแสลง
12. การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเพื่อเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ	เครื่องหมายอัศเจรีย์ - เครื่องหมายคำพูด - เครื่องหมายจุด
13. การพาดหัวข่าวโดย ระบุว่า (ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด)	เพื่อบอกให้ผู้อ่านทราบว่า มีเนื้อหาอื่นนอกจากตัวหนังสือในเนื้อข่าว / หรือประกอบพาดหัวข่าวในประเด็นที่เป็นที่สนใจของสังคมอยู่ ณ ขณะนั้น
14. การพาดหัวข่าวโดยระบุคำ	เป็นการพาดหัวข่าวที่นำเอาเรื่องเพศมาเป็นจุดดึงดูด
15. การพาดหัวข่าวแบบสุภาพ/วลี/สำนวน	เป็นการใช้สุภาพ/วลี/สำนวน มาพาดหัวข่าว ส่วนใหญ่เป็นการเปรียบเทียบให้ขบขัน
16. การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง	- พาดหัวข่าวความขัดแย้ง แบบเน้นที่คู่ขัดแย้ง โดยชี้ว่าใครผิด-ถูก ชี้ว่าใครเป็นพระเอก นางเอก ผู้ร้าย หรือชูประเด็นความขัดแย้งให้เป็นจุดเด่นในพาดหัวข่าว
17. การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข	เป็นการใช้ตัวเลขในหัวข่าว หรือภาษาเขียนที่บอกถึงจำนวน
18. การพาดหัวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา	เป็นการพาดหัวข่าวที่เนื้อข้างในไม่ตรงกับหัวข่าว

4.4 วิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดย สุรัตน์ ศรีราษฎร์ (2545) ศึกษาวิจัย เรื่องการใช้คำในการพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์รายวัน สรุปได้ว่า การใช้คำในการพาดหัวข่าวมีการใช้คำอยู่ 2 ลักษณะ ดังนี้ลักษณะที่ 1 ใช้รูปคำเดิมแต่ความหมายของคำเปลี่ยนไปหรือแตกต่างจากความหมายในพจนานุกรมแต่ยังมีเค้าโครงความหมายเดิมอยู่ ขณะเดียวกันมีบางสำนักข่าวใช้รูปแบบคำเดิมแต่ความหมายของคำเปลี่ยนไปไม่มีเค้าโครงเดิมลักษณะที่ 2 คือการใช้คำโดยรูปคำเปลี่ยนแปลงไปจากรูปคำตามพจนานุกรม โดยการตัดคำหรือพยางค์บางพยางค์ออกไปแต่ยังคงความหมายที่ระบุไว้พจนานุกรม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะให้พอดีกับเนื้อที่ที่จะใช้ในการพาดหัวข่าว บางบริษัทใช้

บุษดี พนมภู (2556) ศึกษาวิจัยเรื่องการปรับตัวของคนข่าวในยุคออนไลน์ : ศึกษาเฉพาะกรณี หนังสือพิมพ์บ้านเมือง สรุปผลการวิจัยพบว่าการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ในยุคออนไลน์ ปรับตัวหันไปเพิ่มการนำเสนอข่าวเว็บไซต์ คนทำงานข่าวยุคออนไลน์ต้องมีการปรับตัวให้ทันตามกระแสสังคมปัจจุบัน และเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เพื่อให้รู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง ต้องเรียนรู้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ บุคคลกรข่าวในยุคออนไลน์ต้องมีความคิดแปลกใหม่เพื่อให้ข่าวมีความแตกต่างจากคู่แข่ง แยกแยะประเด็นข่าวให้เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภค นอกจากนี้ต้องเรียนรู้ความต้องการและช่องทางการรับสื่อของผู้บริโภคด้วยการวางแผนด้านเนื้อหาที่ดี และการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดจะดึงดูด

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ การพาดหัวข่าวที่นำเสนอบนเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ โดยเลือกศึกษาพาดหัวข่าวจากเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์จากประเภททั่วไปและประเภทหนังสือพิมพ์ธุรกิจ โดยใช้เกณฑ์จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์สูงสุดที่ได้จัดลำดับโดยทรูฮิต (truehits.net) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่มีการจัดทำสถิติเว็บไซต์ไทยยอดนิยมให้บริการสารบัญเว็บไทย ซึ่งพบว่าทั้ง 2 เว็บไซต์มียอดผู้เข้าไปอ่านข่าวสูงสุด เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (www.thairath.co.th) และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ (www.prachachat.net)

งานวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการพาดหัวข่าวหน้าเว็บไซต์ข่าวของหนังสือพิมพ์ ใช้วิธีการสุ่มอย่างมีระบบ (Systematic Random Sampling) โดยเลือกสุ่ม 1 วัน เว้น 1 วัน เริ่มศึกษาตั้งแต่วิเคราะห์เนื้อหาข่าวบนเว็บไซต์ตั้งแต่วันที่ 2 เมษายน 2560-วันที่ 30 เมษายน 2560 รวมทั้งสิ้น 15 วัน โดยเลือกศึกษาเฉพาะข่าวที่ติดลำดับยอดนิยม 5 อันดับแรก เท่านั้นจำนวนทั้งสิ้น 150 ข่าว ใช้เครื่องมือคือออกแบบ แบบบันทึกลกรหัส (Coding Sheet) ซึ่งได้ออกแบบรูปแบบการพาดหัวข่าวที่จะใช้บันทึกลกรหัสทั้งสิ้น 18 รูปแบบ โดยรูปแบบทั้งหมดเป็นไปตามแนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการพาดหัวข่าวทั้งในรูปแบบสื่อดั้งเดิม และรูปแบบคลิกเบต จากนั้นนำข้อมูลมาสรุปผล และอภิปรายผลวิจัย

6. ผลการวิจัย

6.1 ผลการศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าวเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (เว็บไซต์นสพ.ทั่วไป)

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดความสนใจ โดยจะเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังต่อไปนี้ 1.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบการใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ 2.รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ 3.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก 4.รูปแบบการพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว 5. รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุ(ชมคลิป) (ชมภาพ) (ภาพชุด) 6.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข 7. รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพต่าง ๆ 8.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ 9.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง และ 10. รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล ตามลำดับ

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวที่พบว่านำมาใช้น้อยคือ การพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/คำย่อ/ชื่อเฉพาะ ยศ ตำแหน่ง รูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด รูปแบบการพาดหัวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน สำหรับผลวิจัยที่ไม่พบเลย คือรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้คำแสลง และการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/สำนวน รวมถึงการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา

6.2 ผลการศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าวเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ (เว็บไซต์ นสพ.ธุรกิจ)

จากที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปในบท 4 ในงานวิจัย เรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ผู้วิจัยได้สรุปผลวิจัยของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มีรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ดึงดูดความสนใจ โดยจะเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังต่อไปนี้ 1.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์ความรู้สึก 2.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ 3. รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/คำย่อ/ ชองชื่อเฉพาะ ยศ ตำแหน่ง 4.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ความรู้สึก 5. รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข 6. รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อคนดัง/เรียกชื่อจริง-เล่น สมญานามแหล่งข่าว ลำดับ 7 รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน 8. รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง 9.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้น้อย ได้แก่ รูปแบบการพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้ รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุชมคลิป ภาพ ภาพชุด รูปแบบการพาดหัวแบบอ้างอิงคำพูด รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุเพศ รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำรุนแรง รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำแสลง นอกจากนี้ยังพบว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ที่ไม่ใช่เลยมี 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบสุภาษิต/วลี/สำนวน และรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา (Misleading)

6.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐกับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

ขณะเดียวกันผลวิจัยทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ หากนำมาเปรียบเทียบกันจะพบว่ามีความเหมือนและแตกต่างกัน โดยพบว่าสิ่งที่แตกต่างกันมากที่สุด แบ่งเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้ 1. เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุชมคลิป ชมภาพ ภาพชุด มากกว่าเว็บไซต์

ประชาชาติธุรกิจอย่างเห็นได้ชัดเจน 2.เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวโดยระบุเพศมากกว่า 3.เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพ มากกว่าเว็บไซต์ประชาชาติธุรกิจ อย่างเห็นได้ชัดเจน 4.เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนตั้ง/เรียกชื่อจริง-เล่น/สมญานามแหล่งข่าว มากกว่า 5.รูปแบบสุดท้ายที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้มากคือการพาดหัวข่าวแบบใช้คำรุนแรง

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ที่ใช้มากที่สุดและแตกต่างจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐที่มีการใช้น้อยมีดังต่อไปนี้ 1. การพาดหัวข่าวแบบทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ 2.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน และ 3.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ/ของชื่อเฉพาะ ยศ ตำแหน่ง

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวที่ทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ใช้ใกล้เคียงกัน ได้แก่ 1.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ ความรู้สึก 2.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ 3.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด 4.รูปแบบการพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้คนอ่านอยากรู้ 5.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล 6.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำสแลง 7.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบเน้นความขัดแย้ง 8.รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาพ/วลี/สำนวน และรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา พบว่าทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไม่มีการใช้

7. อภิปรายผล

จากการสรุปผลวิจัยข้างต้นมีประเด็นที่นำมาอภิปรายทั้งหมด 7 ประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การใช้เครื่องหมายและคำเร้าอารมณ์เป็นรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ที่ยอดนิยมในการดึงดูดความสนใจผู้อ่านทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมายเร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจสูงสุดเหมือนกันทั้งคู่ ส่วนใหญ่ใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์และเครื่องหมายคำพูดมากที่สุด จะเห็นได้ว่าการใช้เครื่องหมายเข้ามาช่วยในการเร้าอารมณ์และหรือเรียกความสนใจ ได้รับความนิยมจากการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ เพราะการใช้เครื่องหมายต่างๆเข้ามาช่วยการพาดหัวข่าวที่เป็นตัวอักษรจะช่วยให้ดึงดูดคนอ่านมากขึ้นสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Dolores Palau-Sampio. (2015) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคลิกเบตในประเทศสเปนพบว่ามีการใช้เครื่องหมายเพื่อช่วยให้เร้าอารมณ์หรือเรียกความสนใจ

รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ หรือเรียกความสนใจ สามารถช่วยดึงดูดผู้อ่านได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ข่าวขึ้นไปติดลำดับข่าวยอดนิยม เมื่อองค์กรข่าวใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบคำเร้าอารมณ์ และเรียกความสนใจ สอดคล้องกับ Dolores Palau-Sampio (2015) ที่กล่าวว่า คำเร้าอารมณ์ คือแรงจูงใจ และสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้อ่านตัดสินใจกดเข้าไปอ่านข่าว บนสื่อออนไลน์และยัง สอดคล้องกับ นรินทร์ นำเจริญ (2549) กล่าวว่า การพาดหัวข่าวจะต้องดึงดูดใจความสนใจผู้อ่านให้มากที่สุด โดยการใช้คำภาษาต่างๆ ให้มีความน่าสนใจ

ผลวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์มีการปรับตัวมากเพื่อรับมือในการแข่งขันในธุรกิจสื่อที่นับวันจะมีความรุนแรงมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสื่อของ สมสุข หินวิมาน และคณะ

(2558) ที่กล่าวว่า การปรับปรุงเนื้อหาการนำเสนอข่าวเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการรับมือการแข่งขันในธุรกิจยุคดิจิทัล และยังคงคล้องกับงานวิจัยของบุษดี พนมภู (2556) ศึกษาวิจัยเรื่องการปรับตัวของคนข่าวในยุคออนไลน์ : ศึกษาเฉพาะกรณี หนังสือพิมพ์บ้านเมือง กล่าวว่ารูปแบบการปรับตัวปัจจุบันองค์กรหนังสือพิมพ์หันมาใช้สื่อใหม่ในการรายงานข่าวเช่น เว็บไซต์ ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม โดยมีการปรับปรุงเนื้อหา การพาดหัวข่าวเป็นอีกหนึ่งรูปแบบที่มีการปรับปรุงเพื่อสู้กับการแข่งขัน

ประเด็นที่ 2 รูปแบบการพาดหัวข่าวที่นิยมใช้แตกต่างกันระหว่างเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ธุรกิจกับเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ทั่วไป ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ธุรกิจ(เว็บไซต์ นสพ.ธุรกิจ) มีการใช้รูปแบบพาดหัวข่าวทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ มากกว่าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรับ (เว็บไซต์นสพ.ทั่วไป) สาเหตุที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจเป็นเว็บไซต์ข่าวธุรกิจที่มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวเศรษฐกิจเป็นส่วนใหญ่เห็นได้จากผลวิจัยข้างต้นที่แยกประเภทข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจใช้มากที่สุดพบว่าข่าวเศรษฐกิจ จึงพบการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข มีการใช้มาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dolors Palau-Sampio (2015) ที่บอกว่ามีการนำการพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลขจำนวนมากยิ่งทำให้ดึงดูด

ทั้งนี้รูปแบบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไป (เว็บไซต์นสพ.ไทยรัฐ) ที่มีความแตกต่างจากเว็บไซต์หนังสือธุรกิจ คือเว็บไซต์ข่าวทั่วไปมีการใช้รูปแบบ การพาดหัวข่าวโดยระบุเรียกเพศ การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อคนตั้ง/ชื่อจริง-เล่น มากกว่า การที่ผลวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัย ของธีรวัชร ชะบุรณ์ (2557) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่องวิเคราะห์การใช้ภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ผลวิจัยพบว่า การพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวเรียกชื่อจริง/ -เล่น/สมญานามแหล่งข่าว มีการใช้การพาดหัวลักษณะนี้จำนวนมากเพราะเป็นการนำชื่อของคนตั้งหรือสมญานามไปเป็นจุดดึงดูดบนหัวข่าว

นอกจากนี้ยังมีการรูปแบบที่ถูกนำมาใช้มาก คือรูปแบบการพาดหัวข่าวระบุ สอดคล้องกับแนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ของ สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทรวัดานากุล และคณะ (2557) กล่าวว่า วารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ยุคปัจจุบันมีการนำคลิป รูปภาพ เทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการรายงานข่าวมากขึ้น ช่วยให้คนอ่านได้รู้รายละเอียดของข่าวได้ทั้งเนื้อหาที่เป็นตัวอักษร รวมถึงภาพคลิปไปได้ในเวลาเดียวกัน

ประเด็นที่ 3 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไม่นิยมใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวด้วยคำสแลงและคำรุนแรง ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการพาดหัวข่าวที่พบว่าทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีการใช้น้อย ได้แก่ รูปแบบการพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง และรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้คำรุนแรง สาเหตุที่ทำให้ผลวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะถูกกระแสวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของสื่อออนไลน์ว่ามีการพาดหัวข่าวดังกล่าวผิดจรรยาบรรณ สอดคล้องกับ เทียนทิพย์ เดียวกี (2559) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล พบว่าสื่อโซเชียลมีเดีย รวมถึงการรายงานข่าวผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีการกระทำที่ไร้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ ทำให้ถูกสังคมวิพากษ์ ทำให้สื่อตระหนักจรรยาบรรณ สอดคล้องกับ เทียนทิพย์ เดียวกี (2559) ที่อ้างถึงในเรื่องปทัสถานสื่อมวลชนตามทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบทางสังคม

ประเด็นที่ 4 รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบดที่ไม่เป็นที่นิยมในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบคลิกเบดที่ไม่นิยมใช้ในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ทั้งเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ได้แก่ 1.) รูปแบบการพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้อยากรู้ รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน และรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา 2.) รูปแบบการพาดหัวข่าวคลุมเครือเพื่อให้อยากรู้ และ 3.) รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา

การที่พบรูปแบบการพาดหัวข่าวที่กล่าวมาข้างต้นน้อยอาจเป็นเพราะอาจเป็นเพราะเรื่องจรรยาบรรณ จริยธรรมสื่อ เข้ามาเป็นปัจจัยทำให้มีการพาดหัวข่าวลักษณะนี้น้อยสอดคล้องกับ เทียนทิพย์ เตียวกี (2559) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล พบว่าสื่อโซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ข่าวมีการกระทำที่ไร้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและเป็นเช่นนี้อาจเกิดจากการแข่งขันด้านธุรกิจและด้านเวลา เป็นตัวกำหนดทิศทางในการทำงานของสื่อมวลชนจนทำให้จิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนลดน้อยลง การนำเสนอข่าวขององค์กรหนังสือพิมพ์ในยุคดิจิทัลต้องระวังข้อบ่งชี้ว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติพ.ศ. 2541 หมวด 2 จริยธรรมขององค์กรหนังสือพิมพ์ ข้อที่ 4 องค์กรหนังสือพิมพ์ต้องยึดถือข้อเท็จจริง ความถูกต้องแม่นยำและความครบถ้วน

ส่วนรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบการใช้สำนวน/วลี/สุภาษิต พบว่ามีการใช้น้อยเช่นกัน แต่ งานวิจัยของ Dolors Palau-Sampio.(2015) พบว่ามีการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวลักษณะนี้มาก สาเหตุที่งานวิจัยชิ้นนี้พบการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใช้สุภาษิต/วลี/สำนวน น้อยอาจเป็นเพราะว่าช่วงเวลาในการศึกษาน้อยทำให้ไม่พบ เพราะผู้วิจัยได้ทดลองไปศึกษาข้อมูลย้อนหลังเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจพบว่าการใช้การพาดหัวข่าวลักษณะนี้มากพอสมควร

ประเด็นที่ 5 ประเภทข่าวที่รูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ใช้มากที่สุด ผลการศึกษาพบว่าประเภทข่าวที่รูปแบบการพาดหัวข่าวของแต่ละเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ใช้มากที่สุด คือ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้มากที่สุด คือประเภทข่าวบันเทิง ข่าวสังคม ข่าวอาชญากรรม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวกีฬา ตามลำดับ ส่วนประเภทข่าวที่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจใช้มากที่สุด คือ ประเภทข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ข่าวสังคม ข่าวอาชญากรรม ข่าวการเมือง และข่าวในพระราชสำนัก ตามลำดับ

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐใช้ก่อน สาเหตุที่ทำให้ผลวิจัยเป็นเช่นนั้นก็เพราะว่าเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ไทยเป็นเว็บไซต์ข่าวหนังสือพิมพ์ทั่วไปที่มุ่งเน้นการเสนอข่าวทั่วไป (ที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki/>) หรือบางครั้งก็เรียกหนังสือพิมพ์ทั่วไปว่าหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม (Popular Newspaper) หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่มุ่งเสนอเนื้อหาที่คนทั่วไปสนใจ และความเพลิดเพลินแก่ผู้อ่าน ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับอาชญากรรม อุบัติเหตุ วิบัติภัย ความหายนะ กีฬา ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคม โดยมักจะมีการตอบสนองแบบทันทีทันใด รวดเร็วต่อสถานการณ์บ้านเมืองสดทันต่อเหตุการณ์ รายงานข่าวตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้งานวิจัยเรื่องรูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ค้นพบว่าประเภทข่าว บันเทิง สังคม และอาชญากรรม ติดลำดับสูงสุดของข่าวยอดนิยม

ส่วนประเภทข่าวต่าง ๆ ของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจใช้มาก พบว่าประเภทข่าวข่าวเศรษฐกิจ ติดอันดับสูงสุด การที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้ ก็เพราะสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทมติชนจำกัด (มหาชน) ที่มีนโยบายให้หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจเป็นหนังสือพิมพ์ที่มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวธุรกิจ (ที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki>)

ประเด็นที่ 6 รูปแบบการพาดหัวข่าวของแต่ละประเภทข่าวมีการใช้ภาษาที่ใกล้เคียงกัน รูปแบบการพาดหัวข่าวแต่ละประเภทข่าวมาเปรียบเทียบกันพบว่ามีการใช้สำนวนภาษาที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ยกตัวอย่างเช่นการพาดหัวข่าวของประเภทข่าวเศรษฐกิจ ของวันที่ 16 เมษายน 2560 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการพาดหัวข่าวว่า ทฤษฎีพ่อ+ตำราอิสราเอลสวนผัก1ไร่ได้6แสน เปรียบเทียบการพาดหัวข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจวันที่ 2 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่า ปลุกสตอร์รี่เบอร์รี่ในป่ายาง...แลนด์มาร์กใหม่จังหวัดบึงกาฬ จะเห็นได้ว่าทั้ง เว็บไซต์มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเหมือนกัน แม้ว่าข่าวของเว็บไซต์ไทยรัฐจะเป็นข่าวเศรษฐกิจแนวเกษตร ส่วนข่าวของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ เป็นข่าวเศรษฐกิจแนวท่องเที่ยว สาเหตุที่ทั้ง 2 เว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีการใช้ภาษาและรูปแบบการพาดหัวข่าวประเภทเดียวกัน มีลักษณะคล้ายกัน อาจเป็นเพราะข่าวเศรษฐกิจเป็นข่าวที่เข้าใจยาก จึงจำเป็นต้องใช้สำนวนภาษาให้เข้าใจง่าย

ประเด็นที่ 7 การใช้ภาษาถิ่นเป็นรูปแบบการพาดหัวข่าวแบบใหม่ที่พบในเว็บไซต์ข่าวปัจจุบัน สิ่งที่ค้นพบใหม่ในงานวิจัยรูปแบบการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ คือการพาดหัวข่าวปัจจุบันมีการนำภาษาถิ่นเข้าใช้ในการพาดหัวข่าวด้วย ยกตัวอย่างเช่น การพาดหัวข่าวของเว็บไซต์ไทยรัฐ เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2560 มีการพาดหัวข่าวว่าจำเป็นต้องเฮ็ด! พ่อจัญลูกใส่กล่องนั่งรถกระบะเค็บเห็นตำรวจให้ก้มหัว (ชมคลิป) ซึ่งความจำเป็นต้องเฮ็ด เป็นภาษาอีสาน เหตุผลนำภาษาถิ่น และเครื่องหมายที่หลากหลายมาใช้ในการพาดหัวข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์อาจเป็นเพราะต้องการดึงดูด สร้างความสนุก ขบขัน ให้กับผู้อื่นให้มากยิ่งขึ้น

8. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

8.1 การศึกษาครั้งต่อไปจะศึกษาสื่อใหม่ให้มีความหลากหลายกว่านี้ เช่นเว็บไซต์ที่ไม่ใช่เว็บข่าวหนังสือพิมพ์ เพื่อให้เห็นถึงการใช้รูปแบบการพาดหัวข่าวหรือที่หลากหลายสื่อยิ่งขึ้นไป

8.2 ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ที่เป็นสื่อกระแสหลักเปรียบเทียบกับเว็บไซต์ที่ไม่ใช่สื่อกระแสหลัก

8.3 ควรทำการวิจัยทั้งในรูปแบบของการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลและผลวิจัยที่ละเอียดยิ่งขึ้น

8.4 ระยะเวลาในการศึกษาควรใช้เวลาที่มากกว่า 1 เดือน เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการพาดหัวข่าวที่มีความหลากหลาย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จิระ ห้องสำเร็จ. (2551). แนวคิดการเขียนข่าวออนไลน์. *เอกสารประกอบการเรียนสอนรายวิชา JR 202, คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย รามคำแหง*
- ทรูฮิต. (2559, 30 มกราคม). สถิติเว็บไทย. สืบค้น 30 มกราคม 2560, จาก http://truehits.net/index_stat.php
- ทีมข่าวเศรษฐกิจ.คลิกเบต...จบข่าวนะ. (2558, 5 กรกฎาคม).หนังสือพิมพ์มติชน, น.6
- ทีมข่าวการเมือง.(2556, 9 มิถุนายน). *เพื่อไทยตกหลุมเกมประชามติโยนเผือก*. ประชาชาติธุรกิจ, สืบค้น 9 มิถุนายน 2560, จาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1357721895
- จบข่าว'พาดหัวชวนอึ้ง (2558, 3 กรกฎาคม). *หนังสือพิมพ์มติชน*, น. 17
- ธิดาพร ชนะชัย .(2550, 18 พฤษภาคม). *ความหมายของสื่อใหม่ New Media Challenges: Marketing Communication Through New Media*. สืบค้น 18 พฤษภาคม 2559, จาก http://commarts.hcu.ac.th/images/academic_article/nok/new_media_newchallenges.pdf
- ธีรวิภา ชะบุรณ์.(2556). วิเคราะห์การใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นรินทร์ นำเจริญ.(2549). *แนวคิดเกี่ยวกับการพาดหัวข่าว. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรายงานข่าว*, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุษดี พนมภ. (2556). *การปรับตัวของคนข่าวในยุคออนไลน์ กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์บ้านเมือง*. (สารานุกรมวิทยานิพนธ์ปริญญาโท) กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- เทียนทิพย์ เตียวกี (2559) .จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์*, ปีที่13 ฉบับ 2 , พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- วิกิพีเดีย.(2560). ไทยรัฐหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวทั่วไป. สืบค้น 3 สิงหาคม 2560, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>
- วิกิพีเดีย.(2560). ประชาชาติธุรกิจหนังสือพิมพ์ที่เน้นการนำเสนอข่าวธุรกิจ. สืบค้น 3 สิงหาคม 2560, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>
- ศุภนิธย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ .(2556). หนังสือพิมพ์ออนไลน์ : มองอดีต สู่ปัจจุบัน และเส้นทางอนาคต. Z เอกสารประกอบการสอนคณะนิเทศศาสตร์), กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สมสุข หินวิมาน และคณะ .(2558). *หนังสือธุรกิจสื่อมวลชน*. ปทุมธานี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุตารัตน์ ดิษยวรรณะ และคณะ .(2557). *แนวคิดสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์*. กรุงเทพมหานคร : สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.

สุรัตน์ ศรีราษฎร์ .(2545). การใช้คำในการพูดหัวข่าว. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ),
กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
อรชา เพ็อกสุวรรณ .(2544). การใช้ภาษาในการพูดหัวข่าวหนังสือพิมพ์รายวัน. สำนักงาน
คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ: กรุงเทพมหานคร

ภาษาอังกฤษ

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