

รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น



นางสาวสุภาพรรณ ฐิตะวสันต์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

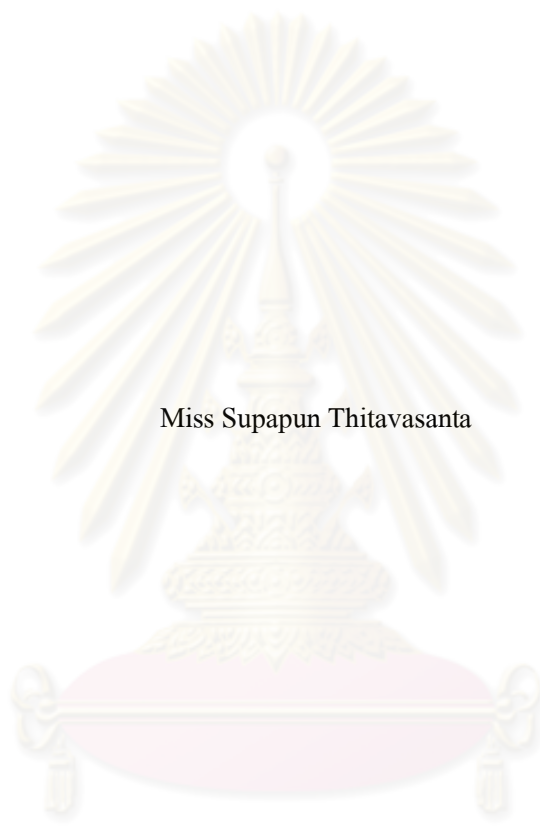
สาขาวิชาสื่อสารมวลชน ภาควิชาสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE CODE AND ENCODING PROCESS OF NEWS VIA SHORT MESSAGING SERVICE
FROM NATION NEWS AGENCY



Miss Supapun Thitavasanta

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้น
ของสำนักข่าวเนชั่น

โดย

นางสาวสุภาพรธรรม จูตะวัฒน์

สาขาวิชา

การสื่อสารมวลชน

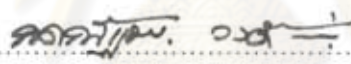
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาค้นคว้าหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... กณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ฉานัญญู วัฒนวงศ์บ้านคู)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร.ต่อสิด กสิณบัว)

ศูนย์วิทยุพัทยาศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุภาพรรณ จิตะวสันต์ : รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้น
ของสำนักข่าวเนชั่น. (THE CODE AND ENCODING PROCESS OF NEWS VIA
SHORT MESSAGING SERVICE FROM NATION NEWS AGENCY) อ. ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก : รศ. ดร.กาญจนา แก้วเทพ, 190 หน้า.

การสื่อสารในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น จำเป็นต้องใช้รหัสสัญลักษณ์ทั้งในแบบที่มี
ตามไวอากรณอยู่แล้วและแบบที่สร้างรหัสขึ้นใหม่เอง เพื่อช่วยให้สื่อสารได้กระชับฉับไวและถูกต้อง แต่ใน
บางครั้งอาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจขึ้นได้ การวิจัยครั้งนี้จึงมีขึ้นเพื่อศึกษารหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวของสำนัก
ข่าวเนชั่น ศึกษากระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น รวมถึงประสิทธิผลของการถอดรหัส
ตัวสารที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร โดยดำเนินแนวทางการวิจัยในเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์ด้วยบท
สัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างรวมถึงการสังเกตและจดบันทึกการทำงานของผู้เข้ารหัส และการสัมภาษณ์ผู้ถอดรหัสทาง
โทรศัพท์

ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะพิเศษของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น คือ มีการใส่ประเด็นข่าว
มากกว่า 1 ประเด็นใน SMS ข่าวสั้น 1 ข้อความและแม้จะมีการสลับประเด็นก็ไม่ทำให้ความหมายเปลี่ยนไป
รวมถึงการเลือกใช้รหัสเพื่อประหยัดพื้นที่ เข้ากับประเด็น ให้อารมณ์ข่าวและเลี่ยงความซ้ำซาก โดยต้อง
คำนึงถึงความเข้มงวดของรหัสที่หากเกิดความผิดพลาดในการเข้ารหัสจะทำให้ความหมายผิดเพี้ยนไป
หรือไม่ นอกจากนี้ในกระบวนการเข้ารหัสมี 4 ขั้นตอนคือ 1)แหล่งข่าว 2)คัดเลือกข่าวและเข้ารหัส 3)
เผยแพร่ข่าว 4)ถอดรหัส ซึ่งผู้เข้ารหัสไม่มีคู่มือการทำงานแต่อาศัยประสบการณ์ที่ตั้งสมาธิกลายเป็น
ความสามารถเฉพาะตัว โดยมีหลักการที่สำคัญคือ ความรวดเร็วและความถูกต้อง ที่ผู้เข้ารหัสต้องรักษา
สมดุลระหว่าง 2 สิ่งนี้ไว้

สำหรับผลการวิจัยในส่วนของผู้ถอดรหัส พบว่า ภูมิหลังและปริมาณการติดตามข่าวสารของผู้
ถอดรหัสที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิผลของการถอดรหัส SMS ข่าวสั้นที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีภูมิหลัง
และมีปริมาณการติดตามข่าวสารมากกว่าจะสามารถเข้าใจรหัส ของ SMS ข่าวสั้น ได้ดีกว่า รวมถึงยังสามารถ
สร้างการมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส ซึ่งเป็นสิ่งที่สนับสนุนให้ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นประสบ
ผลสำเร็จในการสื่อสารมาจนทุกวันนี้

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนิติศ. สุภาพรรณ จิตะวสันต์
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก เจ

5284896428 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEYWORDS : CODE / ENCODING / PROCESS / NEWS / SHORT MESSAGING

SUPAPUN THITAVASANTA : THE CODE AND ENCODING PROCESS OF
NEWS VIA SHORT MESSAGING SERVICE FROM NATION NEWS AGENCY.

ADVISOR : ASSOC. PROF. KANJANA KEAWTHERP. Ph.D., 190 pp.

Short messaging service which has been provided by Nation News Agency is necessary to use the code in common grammar and newly created acronyms. It supported communication became brief and precise. However, the service sometimes causes mistakes to decoder. So that the purpose of this qualitative research is to discover the code in short messaging service from Nation News Agency and the process of encoding including effects of encoding which affects the understanding of receiver. By qualitative methods comprised textual analysis techniques, Data was also collected from group interview and participant observation encoders and collected from telephonic interview decoders.

Results show that the special characteristic for short messaging service from Nation News Agency is that the meaning is not changed although the issue has been alternated. Including choosing the code for economy of space, relevancy, degree of mood and avoidance of redundancy by considering about strictness of code which wrong encoding could lead to mistake in decoding. The four steps of encoding process are (1) seeking informed source (2) choosing and encoding (3) announcement (4) decoding. The important principles are the quickness and the correctness.

Results in the part of decoder show that the difference of the background and following information quantity of decoder affects to difference of decoding. The people who have more background and following information quantity can better understand the code and also have participatory community in the encoding process. These are supporting short messaging service from Nation News Agency achieve success until now.

Department : .. Mass Communication Student's Signature *Supapan*

Field of Study : .. Mass Communication Advisor's Signature *Kanjana*

Academic Year : 2010

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะสำเร็จลุล่วงไปไม่ได้เลย หากขาดคำแนะนำจาก รศ.ดร. กาญจนา แก้วเทพ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งคอยดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด และคอยให้คำแนะนำลูกศิษย์ด้วยความเมตตากรุณาอย่างยิ่งมาโดยตลอด และผศ. ฌานัญฐ์ธัญ วังศ์บ้านคู่ ที่กรุณาเสียสละเวลามาเป็นประธานกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึง อาจารย์ ดร.ต่อสิต กลีบบัว ที่ให้ความกรุณาเป็นกรรมการวิทยานิพนธ์ ตลอดจนให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูงยิ่ง มา ณ ที่นี้ ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาให้ผู้วิจัยได้มีความรู้ ความเข้าใจ จนสามารถนำมาใช้ในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปได้อย่างสมบูรณ์

ขอขอบคุณทุกคนในทีมMobile แผนก New Media ของสำนักข่าวเนชั่น ที่สละเวลาได้ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ และให้ข้อมูลต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ที่ขาดไม่ได้คือ ความช่วยเหลือและกำลังใจจากครอบครัว ฐิตะวสันต์ ที่คอยดูแลเอาใจใส่คอยสอบถามความคืบหน้าและให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีมาโดยตลอด รวมทั้งกำลังใจจากเพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยเป็นห่วงเป็นใย ทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกคนที่กล่าวมา ด้วยใจจริง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | จ |
| กิตติกรรมประกาศ | ฉ |
| สารบัญ | ช |
| สารบัญตาราง | ฌ |
| สารบัญภาพ | ญ |
| | |
| บทที่ | |
| 1 | |
| บทนำ | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| ปัญหานำวิจัย | 18 |
| วัตถุประสงค์การวิจัย | 18 |
| ขอบเขตการวิจัย | 19 |
| ข้อสันนิษฐานการวิจัย | 19 |
| นิยามศัพท์ปฏิบัติการ | 19 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 22 |
| 2 | |
| แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 24 |
| แนวคิดเกี่ยวกับข่าว คุณค่าของข่าวและการเลือกสรรข่าว | 24 |
| แนวคิดนายประจักษ์ข่าวสาร | 26 |
| แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนข่าว | 28 |
| แนวคิดเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด | 30 |
| แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วม | 31 |
| ทฤษฎีสัญญาวิทยา | 34 |
| แนวคิดการใช้คำย่อในสังคมคอมพิวเตอร์ | 38 |
| ทฤษฎีสัมพันธบท | 40 |
| แนวคิดเรื่องการเข้ารหัสและการถอดรหัส | 42 |

| | | |
|---|--|-----|
| | แนวคิดเรื่องผู้รับสารและระบบของรหัสแห่งความหมาย | 44 |
| | กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) | 47 |
| 3 | ระเบียบวิธีวิจัยดำเนินการวิจัย | 48 |
| | การเก็บรวบรวมข้อมูล | 48 |
| | ขั้นตอนการวิจัย | 52 |
| | การวิเคราะห์ข้อมูล | 52 |
| | การนำเสนอข้อมูล | 54 |
| 4 | รหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น | 55 |
| | การวิเคราะห์รหัสแบบ Syntagmatic | 58 |
| | การวิเคราะห์รหัสแบบ Paradigmatic | 71 |
| | การวิเคราะห์ความเข้มงวดของรหัส | 92 |
| 5 | กระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น | 99 |
| | ขั้นที่ 1 แหล่งข่าว | 103 |
| | ขั้นที่ 2 เลือกข่าวและเข้ารหัส | 110 |
| | ขั้นที่ 3 ตั้ง SMS เผยแพร่ | 128 |
| | ขั้นที่ 4 การถอดรหัส | 131 |
| 6 | ประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสาร | 136 |
| | แบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส | 138 |
| | การมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส | 146 |
| 7 | สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ | 152 |
| | สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล | 152 |
| | ข้อเสนอแนะ | 186 |
| | รายการอ้างอิง | 187 |
| | ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ | 190 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 1 | แสดงจำนวน SMS ข้อสั้นที่ใช้ในการศึกษา..... | 57 |
| 2 | แสดงจำนวนประเด็นในการนำเสนอ SMS ข้อสั้นต่อ 1 ข้อความ..... | 59 |
| 3 | แสดงการเรียงประโยค สลับประเด็นอันมีผลต่อความหมายของ SMS ข้อสั้น... | 64 |
| 4 | แสดงรูปแบบประโยคที่นำเสนอใน SMS ข้อสั้นและการสลับตำแหน่งคำ..... | 67 |
| 5 | แสดงการใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับประธานและกรรม..... | 72 |
| 6 | แสดงการใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับกริยา..... | 77 |
| 7 | แสดงการใช้รหัส (Code) ใน SMS ข้อสั้น คำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว..... | 84 |
| 8 | แสดงการใช้รหัส (Code) ใน SMS ข้อสั้นการใช้เครื่องหมาย..... | 88 |
| 9 | แสดงความเข้มงวดของรหัส..... | 93 |

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|---|------|
| 1 | แสดงตารางโฆษณาการรับสมัครสมาชิกรับข่าว SMS..... | 5 |
| 2 | แสดงกระบวนการเขียน SMS ของสำนักข่าวเนชั่น..... | 7 |
| 3 | แสดงความเหมือนและแตกต่างของพาดหัวข่าวกับ SMS ข่าวสั้น..... | 10 |
| 4 | แสดงแบบจำลองการสื่อสาร..... | 12 |
| 5 | แสดงแผนผัง กระบวนการใส่รหัส คำย่อ คำใหม่..... | 13 |
| 6 | แสดงแบบจำลองกระบวนการเข้ารหัสและถอดรหัส..... | 43 |
| 7 | แสดงกระบวนการเข้ารหัสและถอดรหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น..... | 43 |
| 8 | แสดงรหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าว เนชั่น..... | 47 |
| 9 | แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวในบริการข้อความสั้น (Textual Analysis) | 55 |
| 10 | แสดงการวิเคราะห์กระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้น | 99 |
| 11 | แสดงกระบวนการรายงาน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น..... | 102 |
| 12 | แสดงระบบ IES (Infra structure support)..... | 104 |
| 13 | แสดงหน้า Facebook ของ Nation Photo..... | 108 |
| 14 | แสดงหน้า twitter ของผู้วิจัยที่มีการพูดคุยกับแหล่งข่าวและนักข่าวได้โดยตรง.. | 109 |
| 15 | แสดงกระบวนการคัดเลือกข่าวและเขียน SMS ข่าวสั้น..... | 111 |
| 16 | แสดงการพูดคุยปรึกษางาน ผ่าน โปรแกรม MSN Chat..... | 126 |
| 17 | แสดง Status แจ้งสถานะการส่ง SMS ข่าวสั้น..... | 128 |
| 18 | แสดงเส้นทาง SMS ข่าวสั้นที่ออกจากผู้เข้ารหัสไปถึงเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 130 |
| 19 | แสดงผู้รับสารได้รับ SMS ข่าวสั้นและถอดรหัส..... | 131 |
| 20 | แสดงการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสาร..... | 136 |
| 21 | แสดงกระบวนการถอดรหัส..... | 138 |
| 22 | แสดงความเข้มงวดของรหัส..... | 159 |
| 23 | แสดงการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสาร(Content)..... | 161 |
| 24 | แสดงการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น..... | 166 |
| 25 | แสดงการมีส่วนร่วมสร้างรหัส..... | 179 |

ภาพที่

หน้า

| | | |
|----|--------------------------------------|-----|
| 26 | แสดงการเปรียบเทียบตามประเภทข่าว..... | 182 |
|----|--------------------------------------|-----|



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกการสื่อสารกว้างไกลมากขึ้น ด้วยเทคโนโลยีที่รวดเร็วและสะดวกสบายยิ่งขึ้นทุกวัน ความตื่นตัวในเรื่องการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารขยายตัวออกไปได้อย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทอย่างสูงในวิถีชีวิต โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากในการสื่อสารระหว่างกันได้ทั่วประเทศ เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลสะดวกมากขึ้น

จากข้อมูลของสำนักสถิติแห่งชาติ ได้มีการสำรวจ จำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้ทั่วประเทศปีพ.ศ.2550 พบว่า มีผู้ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ 28,293,381 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมดในขณะนั้น 59,973,698 คน

นอกจากโทรศัพท์เคลื่อนที่จะสามารถโทรเข้า-ออกได้แล้ว ยังมีเทคโนโลยีที่ทำให้ผู้ใช้สะดวกสบายในการสื่อสารกันหลากหลายทางมากขึ้น ซึ่งทางหนึ่งนั้นคือ การส่งข้อความสั้น SMS (short message service) ซึ่งเป็นที่นิยมกันในวงกว้าง เนื่องจากเป็นบริการพื้นฐานที่ติดมากับโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยในจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด 28,293,381 คน มีผู้ใช้บริการส่งข้อความสั้น SMS – MMS จำนวน 5,210,794 คน โดยบริการข้อความสั้นในปัจจุบัน มีรูปแบบการบริการดังนี้

1. SMS (Shot message service) คือ รูปแบบการบริการเฉพาะการรับ-ส่งด้วยตัวอักษรทั้งหมด
2. EMS (Enhanced messaging service) คือ รูปแบบการบริการที่สามารถส่งรูปภาพไปพร้อมกับข้อความได้ หรือที่เรียกว่า Picture message
3. MMS (Multimedia message service) คือ รูปแบบการบริการที่ส่งได้ทั้งภาพและเสียง รวมถึงภาพเคลื่อนไหว (Animation) ได้อย่างสมบูรณ์ตามศักยภาพของโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรุ่น

แต่เดิมนั้น โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal) ซึ่งเป็นหนึ่งในระดับของการสื่อสารทั้งหมด ซึ่งมีดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ ,2552 : 28-29)

1. Intrapersonal เป็นการสื่อสารของตนเองกับความเข้าใจ การระลึกจดจำ การตีความข้อมูล ซึ่งมักใช้ในการศึกษาเรื่องการรับรู้ข่าวสาร ดังนั้นผู้ส่งสารและผู้รับสารจึงมี 1 คนคือตัวเองเท่านั้น

2. Interpersonal เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด เป็นกันเอง ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีฝ่ายละ 1 คนทำให้ยังคงง่ายต่อการสื่อสารโต้ตอบกัน
3. Intragroup คล้ายกับ interpersonal แต่เพิ่มมิติของความเป็น“กลุ่ม”เข้าไป เช่น ความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน ความจงรักภักดีต่อกลุ่ม ผู้ส่งสารมี 1 คนแต่ผู้รับสารมีมากกว่า 1 คนขึ้นไป อาจทำให้การสื่อสารยากขึ้นกว่าเดิม แต่ยังคงสร้างความเข้าใจร่วมกันได้ง่ายเนื่องจากเป็นกลุ่มเดียวกัน
4. Intergroup คล้ายระดับ Interpersonal และ Intragroup แต่เพิ่มความซับซ้อนยิ่งขึ้น เป็นการสื่อสารในองค์กรที่เป็นทางการ เน้นประสิทธิภาพของการถ่ายทอดเผยแพร่ข่าวสารที่มีมากขึ้น เช่น โฆษณา ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร เมื่อมีจำนวนผู้รับสารเพิ่ม การสร้างความเข้าใจร่วมกันก็ยากขึ้นด้วย
5. Institutional/organization เป็นระดับที่สูงขึ้นกว่ากลุ่ม เช่น สถาบันการศึกษา สถาบันการเมือง การใช้ข่าวของสถาบันธุรกิจ เป็นต้น ทั้งผู้รับและผู้ส่งสารมีจำนวนมากทั้ง 2 ฝ่ายเนื่องจากเป็นระดับสังคมกว้าง การสร้างความเข้าใจยากขึ้น แต่ยังถือว่าอยู่ในสถาบันเดียวกันมีความสนใจใกล้เคียงกัน
6. Society-Wide สื่อสารมวลชนที่สามารถครอบคลุมได้ทั่วทั้งระดับของสังคม ซึ่งรวมเอาระดับแรกๆเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เนื่องจากทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีจำนวนมาก หลากหลาย อยู่อย่างกระจัดกระจาย ในที่ต่างๆกัน ความสนใจต่างกัน จึงเป็นระดับการสื่อสารที่สร้างความเข้าใจร่วมกันได้ยากที่สุด

ต่อมา เมื่อปี พ.ศ.2530 เทคโนโลยีก้าวหน้ามากขึ้น อินเทอร์เน็ต(Internet)ได้เข้ามาในประเทศไทย และมีการเปิดให้บริการทั่วไปได้เมื่อปี พ.ศ.2538 ซึ่งสิ่งที่เกิดควบคู่กันไป (สิรินทร์ ปาลศรี ,2541 :9) คือการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายมากขึ้น หลากหลายวิธีการมากขึ้น ทั้งในส่วนของอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์และสังคมเครือข่าย(Social Network) รวมถึงผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งติดตัวอยู่ตลอดเวลา ยิ่งทำให้สะดวกสบายในการรับข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น

ข้อความสั้น SMS จึงถูกนำมาใช้ในระดัการสื่อสารที่สูงขึ้น จากการใช้สื่อสารในระดับระหว่างบุคคล (Interpersonal) มาสู่การใช้สื่อสารในระดับสังคม (Society-Wide) คือ การ

สื่อสารมวลชน โดยผู้ส่งข่าวได้คัดเลือกข่าวเพื่อส่งถึงผู้รับสาร ผ่านวิธีการส่งข้อความสั้น SMS ด้วย เรียกว่า SMS ข่าวสั้น

รูปแบบการสื่อสารของ SMS ข่าวสั้นนั้นได้เปลี่ยนจากจำนวนของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ฝ่ายละ 1 คน มาเป็นผู้ส่งสารเป็นกลุ่มบุคคล เช่น ในสำนักข่าวเนชั่น มีผู้ส่งสารที่ทำหน้าที่เขียน SMS ข่าวสั้นในแผนก Mobile ฝ่าย New Media จำนวน 6 คน และมีผู้รับสารซึ่งรับบริการข่าวสั้น อีกนับแสนราย เมื่อมีผู้รับสารจำนวนมาก ก็ทำให้เกิดความเข้าใจในตัวสารที่ส่งไปได้แตกต่างกัน อาจทำให้การส่งสารนั้นไม่สามารถสื่อสารออกไปได้อย่างสมบูรณ์ตามที่ผู้ส่งสารตั้งใจไว้

ตัวอย่างเช่น

SMS คมชัดลึก เมื่อวันที่ 7 เม.ย.53

“สื่อออกมอกรบ.ไทยใช้แนวทางสุภาพรับมือสื่อแดง-รร.ร้องสูญแล้วกว่าพันล้าน”

SMS ข่าวข้อความนี้มาจากเนื้อหาข่าวที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสาร คือ “สื่อมวลชน ต่างประเทศมองรัฐบาลไทยที่ใช้แนวทางสุภาพในการรับมือการชุมนุมของกลุ่มคนเสื้อแดง ขณะที่ผู้ประกอบการโรงแรมร้องเรียนว่าสูญเสิยรายได้ไปแล้วกว่า 1,000 ล้านบาท”

เมื่อผู้รับสารได้รับ SMS ข่าวข้อความนี้ไปแล้ว ก็อาจเกิดความเข้าใจที่แตกต่างกันไปได้ เช่น

คำว่า “รบ.” อาจเข้าใจได้ว่าเป็น รบ และ “รร.” อาจเข้าใจว่าเป็น โรงเรียน ก็ได้ ดังนั้นเมื่อรวมกับคำแวดล้อม อาจทำให้เข้าใจได้ว่าเป็น สื่อมวลชนต่างประเทศมองว่าการรบกับไทยให้ใช้แนวทางสุภาพเพื่อรับมือกับกลุ่มคนเสื้อแดง ขณะที่โรงเรียนร้องเรียนว่าเสียหายไปแล้วกว่า 1,000 ล้านบาท

ด้วยการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปด้วย สังคมเข้าสู่ยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ต้องการรับรู้ได้ตลอดเวลาผ่านหลากหลายช่องทาง รวมถึงบริการรับข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก

ดังรายงานข่าวหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ www.thairath.co.th เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2552 ได้รายงานว่

โพลชี้คนไทยบริโภคข่าวผ่าน “เอสเอ็มเอส” มากขึ้น

เมื่อวันที่ 26 ต.ค. “ศรีปทุมโพล” โดยสำนักวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นประชาชนในเขตกรุงเทพฯ เกี่ยวกับการรับข่าวสารผ่านข้อความสั้น หรือเอสเอ็มเอส (SMS) ในหัวข้อ “การรับข่าวสารผ่านข้อความสั้น(SMS) บนโทรศัพท์มือถือ” พบว่าประชาชนส่วนใหญ่บริโภคข่าวผ่าน SMS มากขึ้นถึงร้อยละ 65.50 โดยเห็นว่าเป็นข่าวสารรวดเร็วทันใจ ร้อยละ 29.32 รองลงมา ร้อยละ 27.90 เห็นว่า สะดวก ร้อยละ 24.56 เห็นว่ารับบริการฟรี และร้อยละ 8.46 เห็นว่า ประหยัด/ราคาถูก

ส่วนผู้ที่ไม่เคยรับข่าวสารจากข้อความสั้นเลย ส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นเพราะเสียค่าใช้จ่าย ร้อยละ 34.34 ขณะที่ร้อยละ 18.73 เห็นว่าข่าวที่ได้รับไม่ละเอียด/ไม่เพียงพอต่อการบริโภค

สำหรับประเภทข่าวสารจากข้อความสั้น ที่ประชาชนส่วนใหญ่มักจะติดตาม เป็นข่าวเหตุการณ์ทั่วไปมากที่สุด ร้อยละ 37.87 รองลงมา ร้อยละ 16.46 คือข่าวสังคม-บันเทิง ร้อยละ 15.49 รับข่าวการเมือง ร้อยละ 13.52 รับข่าวเศรษฐกิจ และร้อยละ 11.70 รับข่าวกีฬา

จินตวิรี เกษมสุข หัวหน้าสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กล่าวว่

“สื่อหรือช่องทางอีกประเภทหนึ่งที่น่าจับตามองในขณะนี้ คือ การรับข่าวสารผ่านข้อความสั้น(SMS) บนโทรศัพท์มือถือ เพราะประชาชน ร้อยละ 65.50 เคยรับข่าวสารผ่านข้อความสั้นบนโทรศัพท์ เพราะรับข่าวสารรวดเร็วทันใจ อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ที่ไม่เคยรับข่าวสารผ่าน SMS เลยร้อยละ 34.20 ด้วยเหตุผลที่ว่าหากรับแล้วจะเสียค่าใช้จ่าย

ดังนั้นหากผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้มีการปรับปรุงการส่งข่าว ให้กระชับ และลดราคาในการรับบริการลง(จากปกติราคา 29-49 บาทต่อเดือน) ก็น่าจะทำให้มีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต คงปฏิเสธไม่ได้ว่าศักยภาพของสื่อหรือช่องทางนี้ สามารถส่งข้อความสั้นเพียงไม่กี่ตัวอักษร แต่สร้างประเด็นข่าวให้เป็นที่สนใจได้ในเวลาอันสั้น” (ไทยรัฐออนไลน์, 2552)

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นนั้น ทางสำนักข่าวเนชั่นเป็นองค์กรข่าวที่ถือกำเนิด SMS ข่าวสั้นมาแล้วก่อนสำนักข่าวอื่นๆ โดยเริ่มก่อตั้งแผนก Mobile News ตั้งแต่ปี 2547 ถือเป็นสำนักข่าวแห่งแรกในการนำเสนอข่าวในรูปแบบใหม่นี้

คุณ ชุตินธรา วัฒนกุล ผู้อำนวยการแผนกพัฒนาสื่อใหม่ (New Media) กล่าวถึงที่มาของข่าวสั้น SMS ของสำนักข่าวเนชั่น ว่า

“สำหรับการส่ง SMS ข่าว ถ้าจะเอาเริ่มจริงๆ เราเริ่มกันตั้งแต่ยุค phone link แต่ถ้าเป็นบริการ SMS เริ่มตั้งแต่ปี 2004 ในสมัยนั้น เนชั่นเป็นเจ้าแรกในการให้บริการเนชั่นทันข่าว (local

news) เฉพาะเครือข่าย AIS โดยมีค่าบริการ SMS ภาษาไทยความยาว 71 ตัวอักษร ราคา 99 บาทต่อเดือน และ SMS ภาษาอังกฤษความยาว 140 ตัวอักษร ในราคา 200 บาทต่อเดือน” (ชุดินธรา วัฒนกุล, สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2552)

ในปี 2552 สำนักข่าวเนชั่นได้เพิ่มบริการข่าวหลายประเภทมากขึ้น จากเดิมที่ก่อตั้งมีเพียง 2 ประเภทคือข่าวทันสถานการณ์และข่าวธุรกิจ ปัจจุบันได้แยกย่อยออกเป็นทันข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ ข่าวหุ้น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน ข่าวราคาน้ำมัน ดังจะเห็นได้จาก ตารางโฆษณาการรับสมัครสมาชิกรับข่าว SMS ใน www.nationchannel.com ดังนี้

ภาพที่ 1

แสดงตารางโฆษณาการรับสมัครสมาชิกรับข่าว SMS

รับข่าวร้อน ทันเหตุการณ์ ไม่พลาดทุกข่าวในรอบวัน ด้วยบริการ SMS จากเนชั่นโมบายนิวส์ ทั้งข่าวภาษาไทย จากทีมงานเนชั่นทันข่าว, กรุงเทพธุรกิจ, และคมชัดลึก หรือข่าวภาษาอังกฤษจากทีมงานเดอะเนชั่น

| บริการ | รูปแบบ | ราคา/เดือน | มือถือระบบ | | | |
|------------------------------|---|---------------|------------------|------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| | | | AIS | DTAC | TRUE | HUTCH |
| เนชั่นทันข่าว | รับข่าวร้อน ทันเหตุการณ์ ไม่พลาดทุกข่าวที่เกิดขึ้นในรอบวัน | 49 บาท | สมัคร *424000111 | สมัคร *751111 | สมัคร ทีม R ส่ง SMS ไปที่ 4240001 | สมัคร ทีม R ส่ง SMS ไปที่ 4240001 |
| Nation English breaking news | ข่าวและความเคลื่อนไหวภาษาอังกฤษ จากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น | 49 บาท | สมัคร *424000211 | สมัคร *751121 | สมัคร ทีม ER ส่ง SMS ไปที่ 4240001 | สมัคร ทีม ER ส่ง SMS ไปที่ 4240001 |
| Thaivisa | ข่าวความเคลื่อนไหวภาษาอังกฤษ จาก ThaiVisa และ The Nation | 49 บาท | สมัคร *424010011 | สมัคร *424010011 | สมัคร *424010011 | - |
| ข่าวด่วนกรุงเทพธุรกิจ | ข่าวและความเคลื่อนไหวด้านเศรษฐกิจ, การเงิน | 49 บาท | สมัคร *424000311 | สมัคร *76111 | สมัคร ทีม SR ส่ง SMS ไปที่ 4240001 | สมัคร ทีม SR ส่ง SMS ไปที่ 4240001 |
| ข่าวด่วนคมชัดลึก | เกาะติดทุกสถานการณ์ คมทุกประเด็น | 29 บาท | สมัคร *424000611 | สมัคร *75191 | สมัคร *424000611 | - |
| ข่าวด่วนคมชัดลึกบันเทิง | บันเทิง ดารา วาไรตี้ ครบทุกรส ฮีตเทพทันที | 29 บาท | - | สมัคร *42400071 | - | - |
| Nation Oil Alert | บริการแจ้งราคาน้ำมัน ขึ้น-ลง ทันทีที่มีการเปลี่ยนแปลง (คิดค่าบริการตามจำนวนครั้งที่ส่ง) | ครั้งละ 1 บาท | - | สมัคร *19114201 | - | - |

เนื่องจากเทคโนโลยีทำให้การส่งข่าวผ่าน SMS ทำได้ในชั่วพริบตา ผู้รับสารต้องการความรวดเร็ว ทันสถานการณ์ จึงมีผลทำให้การส่งข่าว SMS ต้องทำในเวลาอันรวดเร็ว ทันสถานการณ์ และในเงื่อนไขสำคัญ คือ พื้นที่อันจำกัดเพียง 70 ตัวอักษรในส่วนของภาษาไทยและ 140 ตัวอักษรในส่วนของภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นไปตามกำหนดมาตรฐานขององค์กร ETSI (European Telecommunications Standards Institute) เพื่อให้ข้อมูลมีความรวดเร็วในการส่งต้นทางผ่านชุมสายไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ปลายทาง (สุชาติณี นิรัตติมานนท์ ,2550 : 4) ทำให้ต้องมีการใช้คำย่อ คำใหม่ เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

เนื่องจากข้อความสั้น SMS ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีพื้นที่ในการใช้ส่งข้อความค่อนข้างน้อยและต้องใช้ประโยคสั้น ๆ จึงเกิดกระบวนการในการสร้างสัญลักษณ์และรหัสภาษาขึ้นจากการ

คัดแปลง เพื่อให้การสื่อสารสมบูรณ์แบบ (กมลวรรณ พรหมพิทักษ์ ,2545 : 5) การใช้สัญลักษณ์ใน ส่วนของข้อความ ซึ่งยังคงเป็นการใช้สื่อสารในระดับระหว่างบุคคล สรุปได้ 3 แบบดังนี้

1. การใช้คำย่อ (Acronyms) เกิดขึ้นจากข้อจำกัดของการแสดงผล ที่มีพื้นที่ให้ใช้น้อย จึง จำเป็นต้องมีคำย่อที่ใช้เช่น HBD หมายถึง Happy Birth Day

2. การใช้สัญลักษณ์อารมณ์ (Emoticons) เกิดขึ้นจากความต้องการของผู้ส่งสารที่ต้องการให้ ผู้รับเข้าใจอากัปกริยา อารมณ์และสีหน้าของตน จึงได้นำภาพอารมณ์มาใช้ประกอบ เพื่อสื่อ ความหมาย เช่น :-' หมายถึงยิ้มอย่างมีความสุข หรือ -_-' หมายถึง เครียดจนเหงื่อตก

3. การใช้ภาษาคาราโอเกะ เกิดขึ้นจากความต้องการของผู้ส่งในการที่จะใช้คำพูดที่มี ลักษณะเป็นกันเอง และมีลักษณะการใช้ภาษาเฉพาะของคนไทย เช่น การพูดแบบมีหางเสียง “คะ” “จ๊ะ” เช่น I miss you ka

รูปแบบการใช้สัญลักษณ์ทั้ง 3 รูปแบบ มีความน่าสนใจตรงที่การคิดค้นของผู้ใช้เพื่อที่จะ สามารถสื่อความหมายได้อย่างสมบูรณ์ ภายใต้ข้อจำกัดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ แม้ข้อความบางส่วน จะหายไปด้วยข้อจำกัดของพื้นที่ แต่ข้อความ SMS ข่าวสั้นที่ส่งไปก็ยังสามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจ ความหมายตามที่ต้องการได้

ขณะเดียวกันข้อความ SMS ข่าวนั้นต่างกับการรับส่ง SMS โดยทั่วไปที่ใช้เพื่อการสื่อสาร ระหว่างบุคคล กล่าวคือ SMS ข่าวเป็นการสื่อสารในระดับสังคมที่มีผู้รับสารมากมายหลากหลาย ทำให้เกิดการต่อรองความหมาย และยากต่อการเข้าใจ เนื่องจากรูปสัญลักษณ์ (Signifier) เดียวกัน อาจมี หลายความหมายสัญลักษณ์ (Signified) เช่น ตัวย่อ พท.หมายถึง พื้นที่ หรือ พรรคเพื่อไทย เป็นต้น

หรือในทางตรงข้าม คือ อาจมีการใช้หลายรูปสัญลักษณ์แต่มีความหมายสัญลักษณ์เดียวกัน (พวก คำกริยา) เช่น คำว่า เหย กล่าว แจง บอก ชี้ ระบุ ลั่น ประกาศ ทั้งหมดนี้ล้วนมีความหมายว่า บอก กล่าว ทั้งสิ้น

ดังตัวอย่างที่ยกมาข้างต้น จึงเป็นปัญหาว่า ผู้เข้ารหัสจะเลือกเข้ารหัสอย่างไรให้ผู้รับสาร ถอดรหัสความหมายเดียวกับผู้เข้ารหัส ซึ่งมี SMS ข่าวบางข้อความที่ส่ง ไปไม่ได้คุณภาพ เกิดปัญหา ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่เกิดความเข้าใจไม่ตรงกัน เนื่องจากพื้นฐานความ เข้าใจในคำแต่ละคำต่างกัน

เนื่องจากข้อความข่าวนั้นเป็นการใช้ภาษา ถ้อยคำที่แตกต่างไปจากภาษาทั่ว ๆ ไป ที่ใช้ในการ ส่ง SMS เพื่อสื่อสารกัน โดยอาจมีการใช้รหัสเพื่อสร้างภาษาเฉพาะขึ้นมา เช่นการใช้ ฉายา ชื่อเล่น ของแหล่งข่าว ใช้ตัวย่อของหน่วยงานต่างๆ รวมถึงการใช้คำกริยาที่คล้ายกับการพาดหัวข่าว ซึ่ง

เลือกใช้คำที่สั้นที่สุด เนื่องจากมีพื้นที่จำกัดเพียง 70 ตัวอักษร แต่ต้องสรุปข่าวทั้งข่าวให้อยู่ในประเด็นที่เข้าใจได้ ตัวอย่างเช่น

พัสลภเพย จากคูไบ แม้ว ตั้ง จิว เป็น ผบ. กองทัพ ปชช. แห่งชาติเพื่อประชาธิปไตย

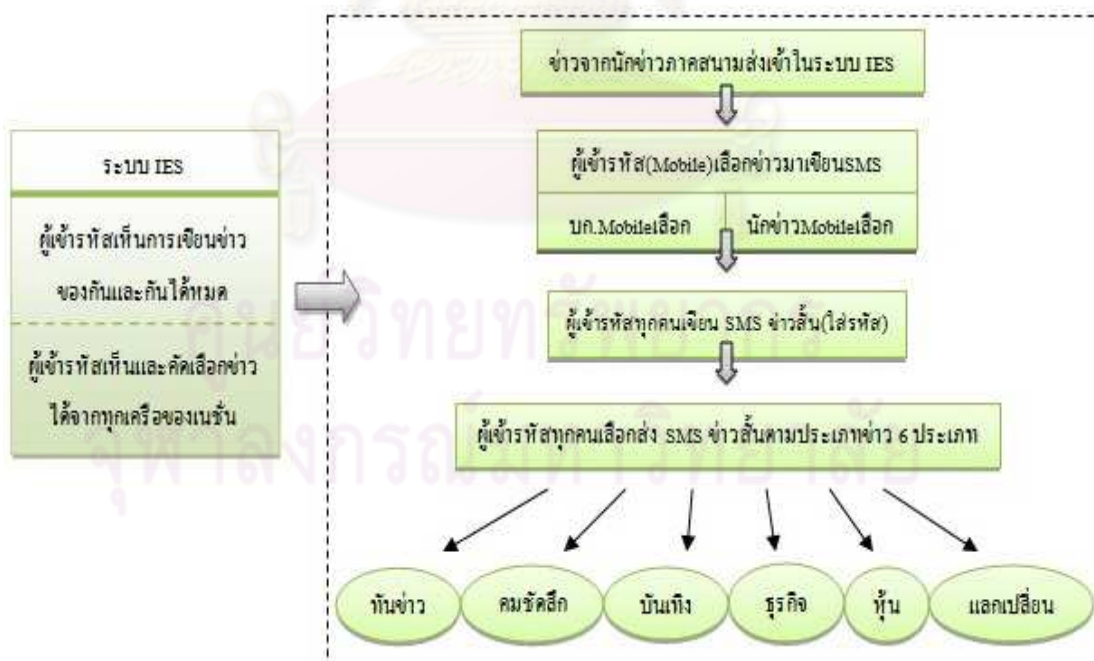
หากเป็นถ้อยคำปกติที่ใช้กัน โดยทั่วไป ประโยคSMSข่าวสั้นนี้จะมีข้อความเต็มประโยคว่า

พลเอกพัสลภ ปิ่นมณี เปิดเผย จากประเทศคูไบว่า พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร ได้แต่งตั้ง พลเอกชวลิต ยงใจยุทธ เป็น ผู้บัญชาการ กองทัพประชาชนแห่งชาติเพื่อประชาธิปไตย

การรายงานข่าวสั้นนอกจากจะมีข้อจำกัดจำนวนตัวอักษรแล้ว ยังมีข้อจำกัดด้านจำนวนข่าวในการส่งข่าวในแต่ละวัน ด้วยเหตุผลทางด้านธุรกิจของเจ้าของเครือข่ายแต่ละเครือข่าย ให้ส่ง SMS ข่าวในแต่ละวันได้เพียง 8-10 ข่าวเท่านั้น ดังนั้นจึงต้องมีการคัดเลือก คัดกรองข่าว ก่อนที่จะนำส่งสู่สาธารณชน สำหรับกระบวนการเขียน SMS ข่าวสั้น ของสำนักข่าวเนชั่น ซึ่งก็มีกระบวนการตามลำดับขั้น จากข่าวเต็มเพื่อให้กลายเป็นประเด็นข่าว SMS ภายใน 70 ตัวอักษร ซึ่งสามารถอธิบายด้วยแผนผังดังต่อไปนี้

ภาพที่ 2

แสดงกระบวนการเขียน SMS ของสำนักข่าวเนชั่น



กระบวนการเขียน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นเริ่มจากนักข่าวภาคสนามจะส่งข้อมูลข่าวเข้ามาในระบบ Nation Integrated Editorial Database System หรือ IES ซึ่งเป็นระบบ Infrastructure ที่สนับสนุนการทำงานของระบบข่าวทั้งหมดในเครือเนชั่น โดยผู้เข้ารหัสซึ่งหมายถึงบรรณาธิการ

และนักข่าวทุกคนในแผนก Mobile News จะสามารถเห็นข่าวทุกข่าวและสามารถเห็นการเข้ารหัสของกันและกันได้ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้จึงหลีกเลี่ยงเรื่องการคัดเลือกข่าวไปใส่รหัสซ้ำกัน เนื่องจากข่าวที่ถูกคัดเลือกแล้วจะไปปรากฏอยู่ในหน้าpage(ดังข่าว)ของโต๊ะ Mobile News ซึ่งแสดงว่าได้ถูกคัดเลือกไปแล้ว

หลังจากนั้นผู้เข้ารหัสซึ่งมีทั้งหมด 6 คน ก็จะทำการคัดเลือกข่าวเพื่อจะนำมาเขียนเป็น SMS ข่าวโดยใช้เกณฑ์คุณค่าข่าวในการคัดเลือก ในขั้นตอนนี้หากบรรณาธิการปฏิบัติงานอยู่ก็จะทำหน้าที่คัดเลือกข่าว แต่หากบรรณาธิการไม่อยู่ นักข่าวในแผนกก็จะคัดเลือกเอง จากนั้นผู้เข้ารหัสทุกคนก็จะนำข้อมูลข่าวนั้นมาเขียนเป็น SMS (ใส่รหัส) แล้วจึงคัดเลือกว่าข่าวนั้นๆ สมควรส่งออกไปในข่าวประเภทใด

อาจถือได้ว่าการเขียน SMS ข่าวสั้นเป็นการเขียนข่าวในพื้นที่และเวลาอันจำกัด โดยนำเสนอสารในรูปแบบสรุปข่าวสั้นๆ เน้นเฉพาะใจความสำคัญเท่านั้น ดังนั้นเมื่อคุณแต่เฉพาะรูปแบบแล้ว ลักษณะจึงคล้ายกับการพาดหัวข่าว (Head line) ในหน้าหนังสือพิมพ์เช่นกัน โดยบรรณาธิการข่าวทำหน้าที่เลือกสรรประเด็นที่เป็นจริง นำมาตกแต่งตัดย่อให้สั้นที่สุดเท่าที่พื้นที่มีอยู่ตรงข้อจำกัดด้านพื้นที่นี้เอง จึงเหมือนรายงานความจริงเพียงส่วนหนึ่งในข้อเท็จจริงส่วนใหญ่ที่มีมากมายหลายประเด็น (ทแกลัว ฎุกกล้า ,2534 : 17)

ในส่วนของหนังสือพิมพ์ ในแง่เป้าหมายการเสนอพาดหัวข่าวก็เพื่อให้ง่ายต่อการอ่าน โดยผู้อ่านจะรู้ว่าข่าวนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร ทำให้สามารถตัดสินใจเลือกสิ่งที่ต้องการอ่านในเนื้อหา รายละเอียดได้ง่าย เพราะหัวข่าวทำหน้าที่สรุปข่าวไว้ให้แล้ว (Baskette,1982 : 173)

การนำเสนอหัวข่าวเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งในการเขียนข่าว ซึ่งบรรณาธิการจะต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวแต่ละคน “ในการตัดสินใจเลือกถ่ายทอดหรือไม่ถ่ายทอดข่าวสารใดคุณสมบัติทางด้านวิชาการและความสามารถในการพิจารณาข่าวของบรรณาธิการย่อมจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เพราะบรรณาธิการหรือผู้เฝ้าประตูสารจะเป็นผู้กำหนดข่าวสารให้ผู้รับสาร จึงเปรียบเสมือนผู้ที่ช่วยตกแต่งความคิดเห็นให้กับสังคมด้วย” (Schramm ,1972 : 176)

สำหรับสำนักข่าวเนชั่น ได้มีการนำเสนอการพาดหัวข่าวอยู่แล้วในสื่อหนังสือพิมพ์ในเครือต่าง ๆ เช่น คมชัดลึก กรุงเทพธุรกิจ เดอะเนชั่น โดยบรรณาธิการเป็นผู้คัดเลือกพาดหัวข่าว และเมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้าขึ้น สำนักข่าวเนชั่นจึงได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ข่าวที่สามารถนำเสนอได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไป โดยนำพาดหัวข่าวต่าง ๆ ที่เปรียบเสมือนการสรุปข่าวสั้น มาปรับใช้ในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นในโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่มีเป้าหมายที่ต่างกัน กล่าวคือ การพาดหัวข่าวนั้นทำเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้รับสาร แต่ SMS ข่าวสั้นมีเป้าหมายเป็นการสรุปเนื้อหาข่าวให้แก่ผู้รับสาร

หากมองในแง่ของกระบวนการเข้ารหัส การเขียนพาดหัวข่าวและการเขียนข่าว SMS มีกระบวนการที่คล้ายกัน คือผู้ส่งสารจะคัดเลือกคัดกรองข่าว และการเลือกใช้ภาษา เลือกใช้คำต่างๆ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ซึ่งข่าวที่ได้มีการส่ง SMS ข่าวไปอาจกลายเป็นข่าวที่ได้ลงพาดหัวหน้าหนึ่ง หนังสือพิมพ์ในวันรุ่งขึ้น โดยกรณีนี้เกิดขึ้นได้ทุกวัน เนื่องจากการส่ง SMS ข่าวสั้นเป็นการเลือกส่งเฉพาะข่าวที่สำคัญ ๆ อยู่แล้ว

แต่ด้วยความจำเป็นในด้านความรวดเร็วที่ต่างกัน เนื่องจาก SMS ข่าวสั้นต้องอาศัยความรวดเร็ว ฉับไว ในการส่งข่าว ขณะที่การพาดหัวข่าวมีเวลาค่อนข้างมากที่จะให้บรรณาธิการข่าวตรวจคัดประเด็นข่าวก่อนจะปิดเล่มหนังสือพิมพ์ในเวลาเที่ยงคืนของวันนั้นๆ เมื่อมีบรรณาธิการเพียงผู้เดียวที่ทำหน้าที่พาดหัวข่าวจึงทำให้การสร้างรหัสในพาดหัวข่าวง่ายกว่า SMS ข่าวสั้น ที่ปริมาณของผู้เข้ารหัส จำต้องมีมากกว่าบรรณาธิการข่าว หมายรวมถึงผู้เขียนข่าวในแผนกทั้งหมด 6 คน ที่ต้องทำหน้าที่เสมือนเป็นบรรณาธิการข่าวของตัวเอง ในการคัดเลือก คัดกรองประเด็นข่าวในขณะนั้น รวมถึงการสร้างรหัสในการเขียน SMS ข่าวเอง เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการส่งข่าวได้ทันทั่วถึง เมื่อมีผู้ส่งสารหลายคนที่เข้ารหัสพร้อมกัน จึงต้องมีการสร้าง “รหัสร่วม” เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตัวอย่างเช่น การใช้คำย่อ การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ที่อาจจะไม่มีการกำหนดตัวสะกดเอาไว้ในพจนานุกรม จึงต้องมีการตกลงกันในการสะกดคำรหัสตัวนั้นให้เหมือน ๆ กัน เพื่อความเป็นเอกภาพ

เมื่อมองในแง่ผู้ส่งสาร สำหรับกระบวนการบรรณาธิการ ผู้ส่งสารก็ได้มีการนำเอาหลักการคำย่อที่ใช้ในแวดวง SMS ที่ใช้สื่อสารกันระหว่างบุคคล มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการใช้คำย่อในสื่อสารมวลชนที่มาจากพาดหัวข่าว

เมื่อมองในแง่ของผู้รับสาร เนื่องจากในการอ่านพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์นั้น ผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจข่าวเพิ่มเติมได้จาก Lead ข่าว และหากผู้รับสารต้องการทราบรายละเอียดก็สามารถเปิดเข้าไปอ่านข่าวเต็มได้ทั้งหมด ในขณะที่ SMS ข่าว มีพื้นที่เพียง 70 ตัวอักษร โดยนับรวมสระ วรรณยุกต์ เครื่องหมายและการเว้นวรรคทั้งหมด ที่จะต้องเขียนข่าวให้ครอบคลุม และผู้รับสารสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ในทันที

เมื่อมองในแง่ของตัวสารแล้ว SMS ข่าวแต่ละข้อความที่ส่งไป จะเป็นข่าวด่วนหรือข่าวสำคัญ ที่ได้มีการพิจารณาคัดเลือกแล้วว่า อาจจะเป็นข่าวที่ได้ขึ้นพาดหัวข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ในวันนั้นๆต่อไป

ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมาแล้ว ทำให้การเขียน SMS ข่าว จำเป็นต้องใช้ตัวย่อหรือคำย่อ เพื่อประหยัดพื้นที่ โดยการเขียน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น จะเป็นการใช้คำย่อที่แตกต่างจากการ

พาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ที่จะเน้นการตัดคำหรือเลือกใช้คำที่สั้นที่สุด เพื่อประหยัดพื้นที่กรอบข่าวหน้า 1 ดังตัวอย่าง

พาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก 20 พ.ค. 53



SMS คมชัดลึก 19 พ.ค. 53

“กทม.เผยเผาป่วนกรุง12จุด สอจ.ประกาศเคอร์ฟิวรวมจว.ที่ออกพรก.ฉุกเฉิน”

SMS Nation 24 มิ.ย.53 จะเห็นความเหมือนและแตกต่างระหว่าง พาดหัวข่าว และ SMS ข่าวได้ดังตารางนี้

ภาพที่ 3

แสดงความเหมือนและแตกต่างของพาดหัวข่าวกับ SMS ข่าวสั้น

| ชื่อเหมือน | ชื่อแตกต่าง | |
|-----------------------|--|--|
| | พาดหัวข่าว | SMS ข่าว |
| พื้นที่จำกัด | ขึ้นอยู่กับขนาดตัวอักษรและความสำคัญของข่าว ไม่ต้องครอบคลุม มีข่าวเต็มให้อ่าน | 70 ตัวอักษร ต้องบอกเล่าให้ครอบคลุมประเด็น |
| ใช้ภาษาพูด | ใช้คำมีสีสัน ตื่นเต้น คำแสลง | ใช้คำเข้าใจง่าย ไม่ห้วนหาว |
| ใช้ภาษาข่าว | เขียนเน้นอารมณ์ความรู้สึก | ขึ้นอยู่กับประเภทข่าว |
| ใช้คำย่อ | ตามพจนานุกรม/สร้างใหม่ | ตามพจนานุกรม/สร้างใหม่ |
| มีบรรณาธิการข่าว(บก.) | บก.ตัดสินใจคนเดียว | บก.-นักข่าวตัดสินใจ |
| | มีเวลาเลือกข่าว จัดทำหลายชั่วโมง ปิดเล่มเวลาเที่ยงคืน | มีเวลาเลือกข่าว จัดทำข่าวน้อย ต้องจัดทำไม่เกิน10นาที |
| | เป้าหมายเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้รับสารให้ซื้อ | เป้าหมายเพื่อสรุปเนื้อหา-ประเด็นข่าวให้กับผู้รับสาร |

คังแนวกคิดเรื่องการมีส่วนร่วม (Participation) โดยกาญจนา แก้วเทพ (2552) กล่าวว่า ในแวดวงการพัฒนาทั้งของไทยและทั่วโลกนั้น หลักการ “มีส่วนร่วมของประชาชน” คือเครื่องรับประกันอย่างดีที่สุดของการพัฒนา การยอมรับดังกล่าว มิได้เกิดจากข้อโต้แย้งอภิปรายทางทฤษฎีเท่านั้น หากแต่เกิดจากสภาพข้อเท็จจริงในความเป็นจริงด้วย ตามข้อเท็จจริงที่ว่า ความรู้สึก “มีส่วนร่วม” นั้นจะผูกโยงกับความรู้สึก “เป็นเจ้าของ” (sense of belonging)

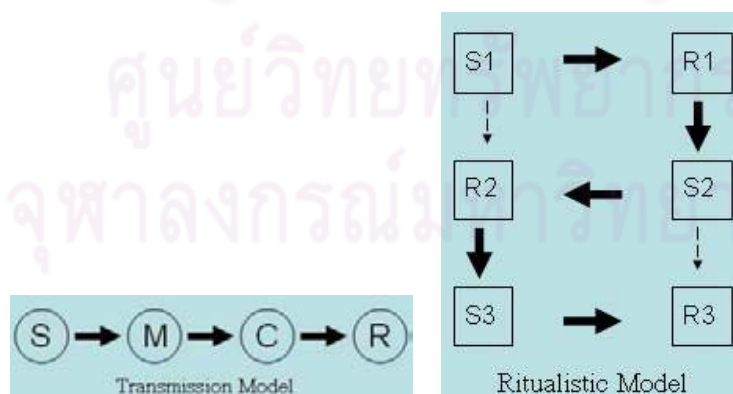
เมื่อนำแนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วม” ข้างต้นมาผูกกับแนวคิดเรื่องการสื่อสาร ในรูปแบบที่เป็น การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไป “มีส่วนร่วม” ในระบบ “การสื่อสารเอง” ที่มีชื่อเรียกเฉพาะว่า “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (participatory communication)

ในส่วนของระบบการสื่อสารของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นก็เช่นกันก็ได้มีช่องทาง Call Center ของทางสำนักข่าวเพื่อเปิดให้ผู้รับสารได้เข้ามามีส่วนร่วมในการติชม แสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อใด ๆ ก็ตามในสำนักข่าวเนชั่นได้

เมื่อนำกระบวนการสื่อสารของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมาเปรียบเทียบกับมุมมองของข้อคำนึงเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สามารถอธิบายได้ ดังนี้

(1) ข้อคำนึงประการแรกเกี่ยวกับคำถามที่ว่า การสื่อสารแบบไหนที่จะเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมได้มาก โดยทั่วไปวงการนิเทศศาสตร์จะแบ่งประเภทของการสื่อสารออกเป็น 2 แบบจำลอง คือ แบบจำลองเชิงถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission Model) และแบบจำลองเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) ดังภาพ

ภาพที่ 4
แสดงแบบจำลองการสื่อสาร



สำหรับกระบวนการสื่อสารของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้นจะเป็นการผสมผสานระหว่าง แบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร(Transmission Model) กับ แบบจำลองเชิงพิธีกรรม(Ritualistic Model) กล่าวคือ การส่ง SMS ข่าวสั้นถือว่าการถ่ายทอดข่าวสารตามแบบ

one-way communication แต่เนื่องจากทางสำนักข่าวเนชั่นได้เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาตอบกลับได้ด้วย จึงถือว่าเป็นการสื่อสารแบบสองทิศทาง two-way communication ด้วยแม้จะไม่ใช้การสื่อสารกันต่อหน้าก็ตาม

(2) ความสำคัญของบริบทการสื่อสารและการมีส่วนร่วม ในวงการนิเทศศาสตร์ยุคใหม่ มีความสนใจในเรื่องบริบทของการสื่อสาร (communication context) ในฐานะตัวแปรที่มีผลต่อการรับรู้ ตีความ และปฏิริยาต่อเนื้อหาข่าวสารทั้งในด้านความเข้าใจ (cognition) อารมณ์ความรู้สึก (affection) และการกระทำ (behavior/performance) คำว่า “บริบทของการสื่อสาร” อาจหมายรวมถึงตั้งแต่เวลา (time) สถานที่ (space/place) เหตุการณ์ (event) และผู้คนที่อยู่ด้วย รวมถึงมิติด้านความรู้ ความเข้าใจด้วย

สำหรับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นในกรณีนี้อาจหมายถึง การรับรู้และการตีความของผู้รับสารที่อาจมีการรับรู้และเข้าใจได้แตกต่างกัน เนื่องจากมีบริบทของทางการสื่อสารที่แตกต่างกันไป และหากเป็นผู้รับสารที่มีบริบทเกี่ยวกับข่าวสารที่ได้รับ ก็ย่อมสร้างการมีส่วนร่วมได้มากขึ้น

ตัวอย่างเช่น

ผู้สื่อข่าว นิตยสารบันเทิง รับ SMS ข่าวสั้นประเภทข่าวบันเทิง และติดตามข่าวบันเทิงจากสื่ออื่น ๆ ตลอดเวลา ได้มีการแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมให้คำแนะนำมา ดังนี้

“ประเด็นต่างๆ ส่วนใหญ่จะเหมือน ๆ กันทุกสื่อ อยากให้แตกประเด็นแปลก ๆ ออกไปอีก น่าจะมีประเด็นที่หลากหลาย”

ภาพที่ 5

แสดงแผนผัง กระบวนการใส่รหัส คำย่อ คำใหม่



ภาษาหรือคำต่างๆที่ใช้เขียน SMS ข่าวสั้น ในขั้นตอนของการถอดรหัส จึงเป็นไปดังที่ Stuart Hall(1993) ได้มองการสื่อสารในเชิงวัฒนธรรม โดยเสนอแนวคิดว่าการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารนั้นเป็นแบบ Interaction มีการโต้ตอบ โดยทุกครั้งที่มีการรับสารและมีการถอดรหัส ตัวผู้รับสารจะเกิดปฏิกิริยา 3 แบบ (กาญจนา แก้วเทพ ,2541 :38) คือ

1. Preferred reading ผู้ส่งสารใส่รหัสตีความมาอย่างไร ผู้รับสารก็ตีความถอดรหัสได้เข้าใจตามนั้น เกิดความเข้าใจที่ตรงกันทั้ง 2 ฝ่าย

2. Negotiated reading ผู้ส่งสารตีความมาแล้วผู้รับสารก็เข้าใจ แต่อาจจะมึะอะไรเพิ่มเติมเข้ามาอีก ไม่ได้เข้าใจตรงตามนั้นเลยเสียทีเดียว

3. Oppositional reading ผู้ส่งสารตีความมาอย่างไร ผู้รับสารกลับตีความไปคนละแบบ ทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน

ในกรณีแรกนั้น สามารถเห็นได้ชัดในการสร้างรหัสความหมายของราชบัณฑิตยสถาน ในการสร้างความหมายของคำในพจนานุกรม ซึ่งทุกคำที่กำหนดความหมายลงไปในนั้น ผู้รับสารพร้อมจะตีความตามแบบที่รับรู้ โดยไม่มีการคัดค้านหรือข้อสงสัยหรือใดๆ แต่สำหรับในการเขียน SMS ข่าว เป็นการสร้างรหัสที่ยากกว่า เนื่องจากผู้รับสารสามารถตีความให้เป็นไปได้ทั้ง 3 กรณีและผู้รับสารสามารถร่วมสร้างรหัสด้วยได้ ดังที่กล่าวมาแล้ว

หากมองในแง่ของการใช้รหัสสัญลักษณ์ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น จะต่างจากกรณีอื่นๆ ที่เป็นการเลือกใช้รหัสที่มีอยู่แล้วให้ถูกต้อง แต่ในกรณีของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ต้องใช้รหัสถึง 2 รูปแบบ คือ

1.การเลือกใช้รหัสตามไวยากรณ์ที่มีอยู่แล้ว เช่น กรณี รหัสเครื่องหมาย

ตัวอย่างเช่น

“คนร้ายกราดยิงอาคารไซเบอร์เวสต์รัชดา/ตรวจภาพวงจรปิดเช้านี้”

2.การสร้างรหัสขึ้นใหม่เอง เช่น รหัส คำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว

ตัวอย่างเช่น

“ฉั้รัฐฉฉประกาศคั้ฉ พท. ผ่านฟ้ารวมทัพใหญ่ราชประสงคั้ วันฉั้ฉไม่ไปรบฉฉ”

สำหรับการเลือกใช้รหัสตามไวยากรณ์ในข้อ 1 มักไม่เกิดปัญหาในการเข้ารหัส เนื่องจากเป็นรหัสที่คนรับรู้โดยทั่วไปอยู่แล้ว แต่จะเกิดปัญหากับรหัสที่สร้างขึ้นใหม่เองในข้อ 2 เนื่องจากรหัสบางรหัสคนส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับรู้ ไม่คุ้นเคย ทำให้ไม่เข้าใจหรือคาดเดาความหมายไม่ถูก

ดังนั้นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากในการที่จะทำให้ผู้ส่ง SMS ข่าวสั้น สามารถสื่อข่าวต่าง ๆ ให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจที่ตรงกับสิ่งที่ผู้ส่งต้องการสื่อได้ ต้องมีการสร้างรหัสสัญญาณในกระบวนการสร้างความหมาย เพื่อช่วยให้สื่อสารได้อย่างเป็นระบบ และเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ซึ่งในส่วนนี้ Stuart Hall ได้อธิบายเรื่องสื่อเป็นระบบของสัญญาณไว้ (อ้างจาก วันเพ็ญ กัลป์ศิริไพศาล ,2545 : 4)

Stuart Hall(1993) ได้กล่าวถึง เรื่อง “ความเป็นจริง (Reality)” โดยนำแนวคิดของ De Saussure ซึ่งได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง “ภาษา” กับสิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นจริง” เอาไว้ว่า แต่เดิมนั้นวิชาภาษาศาสตร์เคยอธิบายว่าคนเราตั้งชื่อสิ่งต่างๆขึ้นมา เพื่อที่จะนำเอาไปใช้อ้างอิงถึง กล่าวถึงในครั้งต่อไป แต่ De Saussure เห็นว่าบทบาทหน้าที่ของการตั้งชื่ออันเป็นรูปแบบหนึ่งของภาษานั้นมีมากกว่าประโยชน์ที่ได้กล่าวมา เพราะภาษาทำให้มนุษย์สามารถจัดระบบ สร้าง และเป็นเครื่องมือให้มนุษย์เราเข้าสู่ “ความเป็นจริง” อีกด้วย จึงอาจสังเกตได้ว่า เราไม่เพียงแต่ “ตั้งชื่อ” สิ่งต่างๆขึ้นมาเท่านั้น หากแต่ยังเอาใจใส่เลือกสรรสร้างชื่อที่ตั้งอีกด้วย ซึ่งแท้จริงแล้ว ไม่มีสิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นจริง” ลอยๆอยู่ จนกว่าจะมีผู้ “สร้าง” ขึ้นมา ดังนั้นจึงไม่มีความเป็นจริงจนกว่าสื่อมวลชนจะใช้ภาษาของสื่อสร้างขึ้น

จากแนวคิดของ De Saussure สามารถนำมาประยุกต์กับกรณีของสื่อมวลชนว่า ในขั้นตอนแรกสื่อมวลชนได้ทำการประกอบสร้างทางสังคมในการให้ความหมายต่อความเป็นจริง (Social Construction of Meaning of Reality) ขึ้นมา ขั้นตอนที่สอง คือ การเผยแพร่ถ่ายทอด เรียบเรียง เขียน และตีความ “ความเป็นจริง” ตามความหมายที่สื่อได้ตีความและให้นำหนักแก่ผู้รับสาร หากกระบวนการการสร้างและการถ่ายทอดนี้ประสบความสำเร็จ คือ กระบวนการ Encoding เหมือนกับ Decoding ก็จะทำให้เกิดระบบความหมายร่วม (Shared meaning) ทั้งจากฝ่ายผู้ส่งสารกับผู้รับสาร หรืออาจจะกล่าวว่าผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารร่วม “รับรู้” ความหมายเดียวกับที่ผู้ส่งต้องการ

สิ่งที่ De Saussure ได้พัฒนาแนวคิดดังกล่าวมาอย่างมากคือ การวิเคราะห์ว่ามีวิธีการอะไรบ้างที่ ภาษา ได้ “กลั่นความหมาย (Generate meaning)” ทั้งจากฝ่าย ผู้ส่งสารและผู้รับสารมา ได้อย่างไร กระบวนการดังกล่าวนี้ Hall ให้ศัพท์ว่า “การเข้ารหัส” และ “การถอดรหัส” นั่นเอง

หากเปรียบเทียบกับงานวิจัยชิ้นนี้ ในส่วนของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ก็เป็นวิธีการการเข้ารหัสและถอดรหัสด้วยการจัดระบบของสัญญาณ (Organization of sign) ตามกฎเกณฑ์การเลือกใช้ความหมาย(Law of Selection) และการผสมผสานความหมาย(Law of Combination)

1) Law of Selection คือการเลือกใช้ความหมาย แบบ Paradigmatic ใช้ชุดของสัญญาณ set of signs ที่อยู่ในระบบทศน์เดียวกัน โดยเลือกใช้คำที่มีความหมายในแนวทางเดียวกัน แม้จะเปลี่ยนคำที่ใช้แต่ความหมายยังคงเดิม เนื่องจากในการเขียน SMS ข่าวมีย่อจำกัดเพียง 70 ตัวอักษร ดังนั้น

การเลือกใช้คำให้ประหยัดพื้นที่ เข้ากับประเด็นข่าวนั้นๆ แสดงอารมณ์ หรือหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก
 ย่อมเป็นสิ่งจำเป็นมาก ตัวอย่างเช่น

“โคลเซ/โพคอสกี้/มุลเลอร์จากเยอรมัน**ทูป**อังกฤษ**และ**4-1ลอยลำเข้ารอบ8ทีม”

“อาร์เจนติน่า**ชนะ**เม็กซิโก3-1**เข้ารอบ8ทีม**นัดหน้าเจอเยอรมนีที่**ถล่ม**อังกฤษ4-1”

“บอลโลกJapan**โค่น**โคเนม3-1**เข้าพบ**ปารากวัย**ฮอลแลนด์ชนะ**แคเมอรูน2-1**รอ**เจอสโลวัก”

จาก SMS ข่าวรายงานผลฟุตบอลโลก ทั้ง 2 ข่าวนี้ โดยความหมายแล้วก็คือ การรายงานว่
 ฝ่ายใดชนะแพ้ด้วยคะแนนเท่าใด แต่ต่างตรงพื้นที่ข่าวที่ใช้และคำที่เลือกใช้ ซึ่งทั้งคำว่า **ทูป**-และ
ชนะ ถล่มและโค่น ต่างก็มีความหมายเดียวกัน คือการทำคะแนนนำชนะทีมฝ่ายตรงข้าม เนื่องจาก
 เป็นการรายงานผลการแข่งขันที่มีอยู่ทุกวันในช่วงเวลาเดียวกัน ภายในระยะเวลาการแข่งขัน 1 เดือน
 ทำให้การนำเสนอข่าวเป็นประโยคตายตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก จึงจำเป็นต้องเลือกใช้คำที่
 แตกต่างกันไป ในความหมายเดียวกัน เพื่อแสดงถึงอารมณ์ข่าว(mood)ที่ต่างกัน ให้ผู้รับสารได้รับรู้
 ถึงอารมณ์ของเกมการแข่งขันได้ด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ถึงเหตุผลในการเลือกใช้ความหมาย แบบ
 Paradigmatic ออกมาได้ดังนี้

- 1.เลือกใช้เพื่อให้ประหยัดพื้นที่ (economy of space)
- 2.เลือกใช้เพื่อให้เข้ากับประเด็นข่าว (relevancy)
- 3.เลือกใช้เพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน (degree of mood)
- 4.หลีกเลี่ยงความซ้ำซาก (avoidance of redundancy)

2) Law of Combination คือการนำสำัญญะ (รหัส) มารวมกันโดยการเล่าเรื่อง แบบ
 Syntagmatic ก็มีการนำมาใช้ในการเขียน SMS ข่าวเช่นเดียวกัน เนื่องจากการเขียนข่าวมีพื้นที่ไม่
 มากนัก ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการใช้คำหรือการจัดวางตำแหน่งประเด็น หรือตำแหน่งประธาน-กรรม
 ย่อมมีผลในการให้น้ำหนักของข่าวว่าจะให้ความสำคัญกับอะไร หรือประเด็นใดมากกว่า และการ
 วางตำแหน่งคำต่างกัน ก็ทำให้เกิดความเข้าใจข่าวที่ต่างกัน เช่น

“ก่อน**แคว้น**รถคู่จากคุกไป**สมัคร**ส.ส.-**พนิช**ถึงเขตคลองสามวา **ตร.180**นาย**คุมเข้ม**”

ข่าวนี้ประเด็นหลักคือการรับสมัครเลือกตั้งซ่อม ส.ส. กทม.เขต 6 โดยมี 3 ประเด็นย่อยคือ

1. นายก่อแก้วนั่งรถตู้จากคุกไปสมัครส.ส.
2. นายพนิชถึงเขตคลองสามวา
3. ตร.180นายคุมเข้ม (สถานที่รับสมัครผู้ลงเลือกตั้ง)

ในตัวอย่างที่ยกมา มีการเลือกนำประเด็นนายก่อแก้วขึ้นก่อน เนื่องจากอยู่ในความสนใจของประชาชน ที่เป็นแกนนำกลุ่มนปช.และเป็นผู้ต้องขัง แต่ก็สามารถออกจากคุกมาสมัครลงเลือกตั้งส.ส.ได้ และนำประเด็นนายพนิช มาต่อ เพราะเป็นผู้สมัครเลือกตั้งของพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งเป็นคู่แข่งลงชิงเลือกตั้งครั้งนี้ ส่วนประเด็นตำรวจคุมเข้มนั้นเป็นการเสริมบรรยากาศให้ทราบว่า ในสถานที่รับสมัครผู้ลงเลือกตั้ง มีการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด เนื่องจากหวั่นเกรงว่าจะเกิดเหตุวุ่นวายขึ้น

หากเปลี่ยนตำแหน่งประเด็นข่าวเป็น

1. “พนิชถึงเขตคลองสามวา-ก่อแก้วนั่งรถตู้จากคุกไปสมัครส.ส. ตร.180นายคุมเข้ม”
2. หรือ “พนิชถึงเขตคลองสามวา ตร.180นายคุมเข้ม ก่อแก้วนั่งรถตู้จากคุกไปสมัครส.ส.”

ในแบบที่ 1 จะทำให้ลดความสำคัญของประเด็นนายก่อแก้วลงไป โดยเน้นให้ความสำคัญกับประเด็นนายพนิชที่เป็นผู้สมัครจากพรรคประชาธิปัตย์แทน รวมถึงผู้รับสารอาจสับสนกับอักษรย่อ ส.ส.และตร.ที่เขียนอยู่ติดกัน และอาจทำให้ผู้รับสารเข้าใจผิดได้ว่า ตร.180นายนั้นมาคุมตัวนายก่อแก้ว ซึ่งความจริงแล้วตร.180นายมาทำหน้าที่คุมเข้มรักษาความปลอดภัยสถานที่รับสมัครผู้ลงเลือกตั้ง เนื่องจากเกรงว่าจะเกิดเหตุวุ่นวาย หรือในแบบที่ 2 หากนำประเด็นนายก่อแก้วไปไว้ท้ายสุด ยิ่งทำให้อารมณ์ของข่าวเปลี่ยนไป ทำให้ข้อความ SMS ข่าวนี้ ดูเบาไปจากการจัดเรียงประเด็นแบบแรกอย่างชัดเจน ซ้ำยังทำให้เกิดความเข้าใจผิดไปได้ว่า ตร.นั้นมาทำหน้าที่คุมเข้มคุณพนิช ซึ่งในความเป็นจริงเนื้อหาข่าวต้องการสื่อสาร ตร.มาคุมเข้มสถานที่รับสมัครผู้ลงเลือกตั้ง

สืบเนื่องมาจากแนวคิดเรื่อง “ความเป็นจริงนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น” Stuart Hall ได้นำมาขยายความว่า ในฐานะที่ “ข่าวสาร” ก็เป็นความจริงประเภทหนึ่ง ดังนั้น ข่าวสารที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติจึงไม่มี จะมีก็แต่ข่าวสารที่ถูกสร้างขึ้นเท่านั้น ใช้รหัสคนละแบบก็สร้างความเป็นจริงคนละอย่าง และในกระบวนการสร้างข่าวสาร และกระบวนการรับข่าวสารล้วนดำเนินไปอย่าง Active และมีการตีความสอดแทรกตลอดเวลา จึงสามารถสรุปได้ว่า เมื่อสื่อมวลชนจะส่งสารใดสารหนึ่งไปยังผู้รับสาร จะต้องผ่านกระบวนการการสร้างความหมาย โดยมีองค์ประกอบมากมาย แต่สิ่ง

ที่ขาดไม่ได้คือ จะต้องผ่านกระบวนการใช้ชุดของสัญญาณ เพื่อสื่อความหมายของเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตามความต้องการของสื่อ นั้น ๆ

ดังนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับการสื่อสารก็คือ ประสิทธิภาพในการสื่อสารว่าสารที่ได้ถูกส่งออกไปนั้น สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามความต้องการหรือไม่ ดังนั้นกลไกสำคัญที่จะบอกได้ถึงประสิทธิภาพของตัวสารก็คือ ผู้รับสารนั่นเองที่จะบอกได้ว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ที่ได้ถูกส่งออกไปนั้นจะมีประสิทธิภาพในการถอดรหัส และทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจได้มากน้อยเพียงใด

จุดนี้จึงกลายเป็นประเด็นที่ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงรูปแบบวิธีการประกอบสร้างสัญญาณและรหัสที่เป็นคำย่อ แสลง หรือคำใหม่ เพื่อให้ผู้ส่งสารสามารถสื่อประเด็นข่าว จากที่มีรายละเอียดข่าวเต็มหน้ากระดาษ ผ่านทาง SMS ข่าวความยาวเพียง 70 ตัวอักษร ให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจตรงกัน เพื่อประสิทธิภาพของการสื่อข่าวที่สมบูรณ์

ปัญหาวิจัย

1. รหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น เป็นอย่างไร มีอะไรบ้าง
2. ผู้เข้ารหัสในสำนักข่าวเนชั่นมีกระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าว อย่างไร
3. การถอดรหัสตัวสารมีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร มากน้อยแค่ไหน อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น
2. เพื่อศึกษากระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าว ของสำนักข่าวเนชั่น
3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการถอดรหัสตัวสาร ที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษารูปแบบการใช้สัญญาณและรหัสในการสื่อความหมายของบริการข้อความสั้น SMS เพื่อส่งข่าวประเภทต่าง ๆ 6 ประเภท ได้แก่ ทักข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ ข่าวหุ้น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน เฉพาะที่เป็นภาษาไทย ของสำนักข่าวเนชั่น

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาศึกษารวบรวมข้อความข่าวสั้น SMS ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง 20 พฤษภาคม 2553 รวมระยะเวลา 50 วัน เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์วิกฤติทางการเมือง ทำให้ต้องมีการรายงานข่าวแบบเกาะติดสถานการณ์ จึงทำให้จำนวนการส่ง SMS ข่าวในแต่ละวันมีจำนวนมาก สามารถนำมาเลือกศึกษาได้มากกว่าข่าวในช่วงเวลาปกติ ซึ่งจะกล่าวโดยละเอียดในส่วนของระเบียบวิธีวิจัยต่อไป

ข้อสันนิษฐานงานวิจัย

1.กระบวนการใส่รหัสใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น เป็นการกำหนดขึ้นจาก ข้อจำกัดด้านพื้นที่ จำนวนข่าว ประเภทของข่าว อารมณ์ของข่าว (Mood) โดยผู้ส่งสารทั้งหมดได้ร่วมกันสร้างรหัสขึ้นแล้วกำหนดเป็นมาตรฐาน เพื่อการสื่อความหมายถึงเนื้อหาข่าวทั้งหมดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจตรงกัน

2.ปริมาณการติดตามข่าวสารที่แตกต่างกันของผู้รับสาร มีผลต่อความเข้าใจในตัวสารที่แตกต่างกัน ผู้รับสารจะต้องมีพื้นฐานการติดตามข่าวสารในระดับหนึ่ง เนื่องจากภาษาข่าวเป็นรหัสเฉพาะ นอกเหนือจากการใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อการถอดรหัสที่เข้าใจตรงกันตามความประสงค์ของผู้ส่งสาร

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง อุปกรณ์โทรศัพท์ที่ใช้กับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยที่ผู้ใช้สามารถนำโทรศัพท์นี้ เคลื่อนที่ได้อย่างอิสระในขณะที่ติดต่อสนทนาภายในขอบเขตพื้นที่ให้บริการ

SMS ข่าว หมายถึง ข้อความสั้น ที่เป็นข้อความข่าวภาษาไทย ที่ปรากฏในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งถูกกำหนดโดยรูปแบบการเขียนข่าวแต่ละประเภท ที่กำหนดไว้ว่าการส่ง 1 ครั้งจะต้องมีจำนวนไม่เกิน 70 ตัวอักษร โดยศึกษาเฉพาะกรณี บริการ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ซึ่งแบ่งเป็น 6 ประเภท

ได้แก่

1. ท้นข่าว (Local news) ข่าวด่วนทันเหตุการณ์ทั่วไป ข่าวการเมือง ข่าวบุคคลสำคัญ ข่าวเหตุการณ์สำคัญระดับชาติหรือข่าวที่กระทบคนหมู่มาก

ตัวอย่างเช่น

“ศอ.รส.ประกาศ3ทุ่มราชประสงค์ต้องสลาย โทษคุก1ปี-ปณิธานบอกยังไม่มีการฟิว”

2. ข่าวคมชัดลึก ข่าวชาวบ้าน อาชญากรรม ดารา หรือข่าวในส่วนภูมิภาค (ต่างจังหวัด) โดยแนวทางการนำเสนอจะเป็นแนวทางเดียวกับการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก

ตัวอย่างเช่น

“2คนร้ายควบจยย.ป้าบีมบ้านบรรหารกลางดึกตร.-ปชช.เจ็บ11ราย จนท.รุดสอบ”

3. ข่าวบันเทิง (Entertain) ข่าวที่เกี่ยวกับบุคคลหรือเหตุการณ์ในวงการบันเทิงทั้งในไทยและต่างประเทศ

ตัวอย่างเช่น

“ธัญญาอินรักHappyได้สามีซัอม-ไม่หวั่นหากฟังก์ก็ฟองที่ไม่ยอมหยุดพูด”

4. ข่าวธุรกิจ เกี่ยวกับธุรกิจ เศรษฐกิจ ภาครัฐ และภาคเอกชน โดยแนวทางการนำเสนอจะเป็นแนวทางเดียวกับการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

ตัวอย่างเช่น

“กรม.อนุมัติขายพันธบัตรไทยเข้มแข็งรอบ2วงเงิน1แสนล. เปิดจอง17-21พ.ค.นี้”

5. ข่าวหุ้น (Index) ข่าวหุ้นเปิด หุ้นปิด ทั้งช่วงเช้าและบ่าย โดยมีเวลาในการส่งข่าวที่ตายตัวตามเวลา คือ เปิด-ปิดหุ้นภาคเช้า 10.00น.-12.30น. และ เปิดปิดหุ้นภาคบ่าย 14.30น.-16.30น.

ตัวอย่างเช่น

“SET10.10น.อยู่ที่798.12 +10.14 SET50ที่566.44 +8.16 maiที่213.27 +0.84”

6. ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน (Currency) ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราประจำวัน ราคาทอง และราคาน้ำมัน โดยมีเวลาในการส่งข่าวที่ตายตัวตามเวลา คือ อัตราแลกเปลี่ยนเวลา 8.30น. และราคาทองคำเวลา 9.30น. เว้นวันหยุดเสาร์อาทิตย์ละวันนขัตฤกษ์

ตัวอย่างเช่น

“แลกเปลี่ยนวันนี้บาทต่อUSD32.45/GBP49.47/EUR43.97/JPY(100)34.93/HKD4.18”

เนื้อหา หมายถึง ตัวเนื้อหาข่าวที่ผู้ส่งสารใส่ลงไป SMS ข่าว ที่กำหนดไว้ไม่เกิน 70 ตัวอักษร

บริบท หมายถึง เหตุการณ์ สถานการณ์ ข่าว คำอื่นๆที่แวดล้อม ในข่าวนั้นๆ ซึ่งมีผลกับการใส่รหัส และการถอดรหัสสัญญาณในข่าว SMS

ผู้ส่งสาร/ผู้เข้ารหัส หมายถึง บรรณาธิการและนักข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ในแผนก Mobile News ฝ่าย New Media ที่ทำหน้าที่ ส่ง SMS ข่าว ซึ่งทำหน้าที่ในการใส่รหัสความหมายในข่าว เพื่อส่งต่อไปถึงผู้รับสาร

ผู้รับสาร/ผู้ถอดรหัส หมายถึง ประชาชนโดยทั่วไปในประเทศไทย ที่สมัครใช้บริการ ข่าว SMS ประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือ หลายประเภท ของสำนักข่าวเนชั่น

กระบวนการเข้ารหัส หมายถึง กระบวนการสร้างรหัสความหมายใน SMS ข่าวของนักข่าวและบรรณาธิการข่าวรวมทั้ง 6 คน ในแผนก Mobile News ฝ่าย New Media ของสำนักข่าวเนชั่น ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 4 ขั้นตอนได้แก่

1. แหล่งข่าว
2. เลือกข่าวและเข้ารหัส
3. ส่ง SMS เผยแพร่
4. การถอดรหัส

สัญญาณ หมายถึง สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นให้มีความหมาย (meaning) แทนของจริง (object) ในตัวบท (text) และในบริบท (context) หนึ่งๆ ซึ่งมี 2 ส่วนคือ ตัวหมาย (signifier) และตัวหมายถึง (signified)

รหัส หมายถึง สิ่งที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อใช้ในการสื่อสารการรายงานข่าวให้ตรงตามความต้องการของผู้ส่งสาร โดยรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ได้แก่ รูปประโยค ประชาน กิริยา กรรม คำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว เครื่องหมาย

การวิเคราะห์รหัส หมายถึง การจำแนกวิธีที่จะนำเอาสัญญาณมาจัดระบบ สำหรับงานวิจัยขั้นนี้จะมี การวิเคราะห์รหัส 3 รูปแบบ ได้แก่

1. Paradigmatic เป็นรหัส (Code) ที่มีความหมายเหมือนกัน โดยที่ในทุก ๆ Unit (สัญญาณแต่ละตัว) ที่อยู่ใน Paradigm เดียวกันจะต้องมีลักษณะบางอย่างร่วมกัน แต่ก็ต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถแยกออกจากกันได้เช่นกัน ซึ่งการจัดระบบสัญญาณด้วยวิธีการ Paradigmatic จึงเป็นเรื่อง ความสัมพันธ์เกี่ยวกับการเลือก สัญญาณย่อยตัวที่ถูกเลือกออกมาจากกลุ่ม Paradigm ทั้งหมด

2. Syntagmatic เป็นวิธีการประกอบรหัส (Code) ย่อย ๆ เข้าด้วยกันตามลำดับขั้นตอน (sequence) เพื่อให้ได้ความหมายตามที่ต้องการ เช่น เรื่องของภาษา

3. ความเข้มงวดของรหัส เป็นการหาความผิดพลาดของรหัสเมื่อถูกนำส่งออกไปแล้ว ว่าเมื่อเข้ารหัสผิดพลาดแล้ว SMS ข่าวนั้นข้อความนั้นจะยังคงความหมายเดิมได้อยู่หรือไม่

การถอดรหัสของผู้รับสาร หมายถึง การตีความถอดรหัสของผู้รับสารที่มีต่อรหัสใน SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น

โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบคือ

1. ผู้รับสารถอดรหัสแล้วเข้าใจ
2. ผู้รับสารถอดรหัสแล้วไม่เข้าใจ
3. ผู้รับสารเข้าใจรหัสผิด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ แบ่งเป็น 3 มุมมอง ได้แก่

ประโยชน์ทางวิชาการ

1. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่เน้นการศึกษาเรื่องรหัสโดยตรง จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางแก่ งานวิจัยที่เกี่ยวกับการสื่อสารด้วยการใช้รหัส โดยเฉพาะข้อค้นพบที่ในเรื่องความสำคัญของรหัสคือ ความเข้มงวดของรหัส

2. เพื่อชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของบริบทในการสื่อสารข่าวในขณะนั้น กรณีนั้น ๆ ซึ่งมีผลต่อการ กำหนดรหัสและความเข้าใจในเนื้อหาสาร หรือตัวสาร

3. เป็นแนวทางในการสร้างความเข้าใจรูปแบบและวิธีการนำเสนอรหัสความหมายของ SMS ข่าวที่ เป็นการใช้รหัสเฉพาะ หรือชุดของสัญลักษณ์ในรูปแบบต่าง ๆ ยังผลให้เกิดประสิทธิภาพการสื่อ ความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ประโยชน์ทางวิชาชีพ

1. การวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อไป ในการสร้างสรรค์เนื้อหาสาร หรือตัวสาร (text) เพื่อตอบสนอง ความสนใจของผู้รับสารได้อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพยิ่งขึ้น ในสังคมยุคข่าวสาร

2. ได้ทราบถึงปัญหาของรหัสและการเข้ารหัสของ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น รวมถึงแนวทางการปรับปรุงแก้ไข และได้มีการทำงานที่เป็นระบบมากขึ้น

ประโยชน์ทางโลกความเป็นจริง

- 1.สามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ในการจัดทำเป็นคู่มือ หลักการเขียน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานต่อไป
- 2.สามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ในการจัดทำคู่มือการอ่าน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น แล้วส่งข้อความเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าที่รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง กระบวนการใส่รหัสสัญลักษณ์ใน SMS ข้อสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ได้จำแนกหมวดหมู่ในการใช้ทฤษฎี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวกับข่าว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับรหัสสัญลักษณ์และการสื่อความหมาย
4. แนวคิดเกี่ยวกับการเข้ารหัส-ถอดรหัส

1. แนวคิดที่เกี่ยวกับข่าว

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับข่าว คุณค่าของข่าว และการเลือกสรรข่าว

นิยามของคำว่า “ข่าว” มีมากมายหลายประการ เช่นข่าวคือสิ่งที่ประชาชนสนใจ ข่าวคือข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ ซึ่งไม่มีคำจำกัดความที่แน่นอนตายตัว อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนจะรู้ได้จากประสบการณ์ว่าอะไรคือข่าว และอะไรควรนำเสนออย่างไร (เครือวัลย์ ชัชกุล, 2535 : 9)

มีแนวคิดเชิงอธิบายความหมายซึ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมของผู้ทำข่าวและองค์กรข่าวมากกว่าบรรทัดฐานของสังคม เพราะสังคมไม่ได้เป็นตัวกำหนดความหมายของข่าว คุณค่าของข่าวเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา โดยผู้ทำข่าวเป็นผู้กำหนดความหมายและลักษณะเหตุการณ์ ที่จะให้ออกมาในรูปแบบใด เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจึงเป็นเพียงวัตถุดิบของข่าว และได้ถูกนำมาผ่านการอธิบายความหมาย กำหนดความหมายหลายขั้นตอน ดังนั้นข่าวตามแนวคิดนี้จึงมิได้สะท้อนสังคม แต่ทำให้สังคมได้รับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมร่วมกัน

Schutz (1962, quoted in Tuchman, 1978) นักสังคมวิทยาได้พัฒนาแนวความคิดนี้ว่า คนเรายอมรับปรากฏการณ์ที่มีผู้เสนอให้โดยไม่มีข้อกังขาใดๆ เพราะสิ่งที่เราได้รับดูเหมือนเป็นความจริงที่เป็นภาววิสัย ซึ่งเขากล่าวว่า การยอมรับนี้เป็นไปตามธรรมชาติ (natural attitude) เพราะคนเราเชื่อว่าปรากฏการณ์ที่เราได้รับนั้นคือความจริง แต่โดยแท้จริงแล้วเราได้รับรู้เรื่องราวที่มีทัศนะของผู้ทำข่าวปะปนอยู่ด้วย และย้ำว่ามนุษย์เราเป็นผู้สร้างความหมายและใช้ความหมายร่วมกันในสังคม

ศิริชัย สิริกาษะ และกาญจนา แก้วเทพ (2533 : 206-208) ได้กล่าวถึงงานศึกษาของ Galtung & Ruge (1965) เกี่ยวกับปัจจัยสำคัญสำหรับการเลือกข่าวว่า มีอยู่ 3 แบบคือ 1.ปัจจัยด้านองค์กร 2. ปัจจัยเกี่ยวกับประเภทของข่าว 3.ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม

สำหรับปัจจัยด้านองค์กรเป็นปัจจัยที่พบได้มากที่สุด หลีกเลียงได้ยากที่สุดและมักมีปัญหาคอขวดตามธรรมชาติ ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประเภทของข่าวคือการคัดเลือกเหตุการณ์ที่เข้ากับความคาดหวังของผู้รับสาร (หมายความว่าเข้ากันได้กับเหตุการณ์ข่าวที่เคยมีมาแล้วในอดีต) เป็นข่าวประเภทที่ช่วยให้ลักษณะของเหตุการณ์ที่เคยได้รับการยอมรับนับถือกันอยู่แล้วว่า คุณค่าของข่าวนั้นยังคงมีอยู่ต่อไปและตลอดไป ส่วนปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม คือการให้คุณค่าของข่าวกับเหตุการณ์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับบุคคลชั้นนำในชาติที่เป็นชาติชั้นนำ หรือมิฉะนั้นก็เป็นเหตุการณ์ที่เลวร้าย มีความเชื่อว่าบรรดาเหตุการณ์ที่กล่าวมานี้ล้วนอยู่ในความสนใจของประชาชน และเป็นค่านิยมที่สอดคล้องไปกับปัจจัยด้านองค์กรสื่อมวลชน และปัจจัยการเลือกประเภทของข่าวดังกล่าว

Rosengren(1974) กล่าวว่า ข่าวที่กระตุ้นหรือธำรงรักษาระดับความสนใจของผู้รับสารนั้น ก็อาจเป็นข่าวที่เกิดขึ้นมาจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ-การเมือง พอๆกับข่าวที่มาจากคัดเลือกของผู้ทำข่าวที่ใช้เกณฑ์ตามแบบฉบับของคุณค่าของข่าวก็เป็นได้

คุณค่าของข่าวตามแนวคิดทั้งในอดีตและปัจจุบัน (Cramp , 1974 : 47 Gamble , 1987 : 94) มีอยู่ 10 ประการคือ

- 1.ผลกระทบ (Consequence) ข่าวซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อเนื้อต่อชีวิตของผู้คนเป็นจำนวนมากเช่น สงคราม เงินเฟ้อ หรือภาษีมูลค่าเพิ่ม
- 2.ความเด่น (Prominence) ความเป็นที่รู้จักหรือความเด่นของบุคคล สิ่งของ สถานที่
- 3.ทันเวลา (Timeliness) ทำให้ข่าวไม่เก่าแต่ใหม่สด ไม่เพียงแต่เป็นเหตุการณ์เพิ่งผ่านพ้นมาเร็วนี้ แต่เป็นเรื่องราวครอบคลุมถึงปัจจุบัน
- 4.ความใกล้ชิด (Proximity) เหตุการณ์ใกล้ตัว ทำให้ประชาชนสนใจ ใกล้ตัวทางภูมิศาสตร์หรือทางความรู้สึก
- 5.ความขัดแย้ง (Conflict) เรื่องราวที่เป็นปัญหาขัดแย้งกัน โดยเฉพาะถ้าเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้คน หรือเกี่ยวกับบุคคลจำนวนมาก
- 6.ความสนใจของมนุษย์ (Human interest) เป็นเรื่องราวที่ดึงดูดอารมณ์ เรื่องราวที่ไม่ปกติ
- 7.ความมีเงื่อนงำ (Suspense) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่คลี่คลายความสงสัยได้
- 8.ความแปลกประหลาด (Oddity) เรื่องราวที่ผิดธรรมชาติ ผิดธรรมดา ปრაกฏการณ์ที่แปลกประหลาด
- 9.ความก้าวหน้า-ภัยพิบัติ (Progress Disaster) เหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดผลต่อมนุษย์ในด้านความเจริญก้าวหน้า หรือในทางตรงข้ามคือเป็นเรื่องความหายนะ

10.เพศ (Sex) เรื่องเพศ ความผิดปกติทางเพศ พฤติกรรมที่เบี่ยงเบน รวมไปถึงกิจกรรมทางสังคม

1.2 แนวคิดนายประตูข่าวสาร (Gatekeeper)

เนื่องจากโลกความเป็นจริงมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมากมายในแต่ละวัน ในขณะที่พื้นที่ในการรายงานข่าวมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นจำเป็นต้องมีการคัดเลือก หรือ กรั่นกรองเอาเฉพาะข่าวที่สำคัญ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชนอันเป็นที่มาของ แนวคิดนายประตูข่าวสารได้พัฒนาขึ้นในกลางศตวรรษที่ 1950 โดย David Manning White (สุธาสิณี นิรัตติมานนท์, 2550 : 30) ซึ่งหน้าที่ของนายประตูข่าวสาร คือการคัดกรองข่าวสารที่ไม่ต้องการ ไม่น่าสนใจ หรือข้อมูลที่ไม่สำคัญทิ้ง ก่อนที่จะนำมาเสนอต่อสาธารณชน โดยเขาได้นำแนวคิดจิตวิทยาสังคมของ Kurt Lewin(1947) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาการคัดเลือกข่าวของบรรณาธิการข่าวโทรพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกันฉบับหนึ่ง พบว่า บรรณาธิการจะคัดเลือกข่าวเพียง 1 ใน 10 ของข่าวที่รับมาเท่านั้นเพื่อนำมาเสนอ โดยข่าวสารที่ถูกคัดเลือกจะถูกตัดแต่งให้เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่ หรือลักษณะของสื่อเพื่อส่งไปยังผู้อ่าน ผู้ฟัง หรือผู้ชม White ได้สรุปว่า การคัดเลือกข่าวมักจะขึ้นอยู่กับอัตวิสัยของแต่ละบุคคล (highly subjective) นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของประสบการณ์ (experience) ทัศนคติ (attitude) และความคาดหวัง (expectation) ของผู้คัดเลือกข่าวแต่ละคนด้วย

Shoemaker (1991) ให้นิยามการคัดเลือกและกระจายข่าวของนายประตูข่าวสารว่าเป็นกระบวนการควบคุมข่าวสารที่รวมถึงการคัดเลือก คัดทิ้ง ถ่ายโอน กำหนดรูปแบบ และเขียนซ้ำของข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งไปถึงผู้รับ มีบรรณาธิการข่าว ซึ่งบางครั้งเรียกว่า “หัวหน้าข่าว” เป็นแกนสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจลงพิมพ์ข่าวและภาพทั้งหมด (เบญจวรรณ สมสิน, 2548 : 15)

มาลี บุญศิริพันธ์ กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอเรื่องราวเหตุการณ์ต่างๆของผู้เฝ้าประตูข่าวสาร ดังต่อไปนี้ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2526 : 50-53)

- 1.นโยบายของสื่อมวลชนเป็นตัวกำหนดแนวโน้มในการพิจารณาคุณค่าข่าวที่ทำให้เน้นในแง่มุมที่แตกต่างกันออกไป
- 2.ทัศนคติของกองบรรณาธิการ ถ้ามีแนวโน้มไปในทิศทางใดก็ย่อมนำเสนอข่าวไปตามนั้น
- 3.ระดับผู้รับสารเป็นตัวแปรสำคัญในการวินิจฉัยคุณค่าของข่าวให้สอดคล้องกัน
- 4.เนื้อที่ปริมาณ การจำกัดของเวลา อาจทำให้ต้องตัดเหตุการณ์บางประการทิ้งไป หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวจึงมีมากขึ้น
- 5.เวลา ข่าวใดที่เกิดขึ้นในเวลาอันรวดเร็ว มีความสด มีผลกระทบต่อองค์ประกอบที่สำคัญรุนแรงกว่า จึงควรได้รับความสนใจมากกว่า

6. สิ่งที่ย่างงานมาก่อนข่าวที่ได้รับการเสนอไปครั้งหนึ่ง ย่อมทำให้คุณค่าข่าวลดลง
7. การตรวจข่าวล่วงหน้า ซึ่งขึ้นอยู่กับภาวะการณ์ของสภาพแวดล้อมด้วย และอาจทำให้การประเมินคุณค่าข่าวไม่สอดคล้องกับผู้รับสาร
8. การปกครอง การเมือง เศรษฐกิจ สังคม อันเป็นส่วนในการวินิจฉัยทางอ้อม
9. เจ้าของหรือนายทุน เหตุการณ์ใดที่อาจกระทบต่อผลประโยชน์ของเจ้าของแล้วมักจะหลีกเลี่ยง ไม่นำเสนอ
10. โฆษณา ข่าวบางชิ้นอาจต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อเจ้าของสินค้าด้วยแต่ก็ไม่ใช่กฎเกณฑ์สำคัญ
11. ศาสนาและเชื้อชาติ ควรหลีกเลี่ยงในการนำเสนอข่าวที่ทำให้เกิดความขัดแย้งในเชิงศาสนาและชนกลุ่มน้อย

การศึกษาของ เครือวัลล์ ชัชกุล(2535) เรื่องการวิเคราะห์การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาจาก ข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐหน้า 1 , ข่าวของวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และข่าวของวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

ผลการวิจัยพบว่าข่าวที่มาจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน หรือข่าวที่ผู้สื่อข่าวได้จากการทำข่าว จะถูกส่งเข้าไปในกองบรรณาธิการ และเมื่อได้รับการตกแต่งเรียบร้อยแล้ว(Rewrite) บรรณาธิการจะทำหน้าที่เลือกสรรข่าวนั้นๆ เพื่อนำลงพิมพ์หรือนำออกอากาศ และในท้ายที่สุดจะสร้างความสำคัญให้กับข่าวนั้นๆ มีความหมายมากกว่าข่าวอื่นด้วยการนำมาเป็นหัวข้อ

สำหรับผู้ที่ทำหน้าที่คัดเลือกข่าวขึ้นมา ก็คือ บรรณาธิการข่าว โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีนโยบายของแต่ละองค์กรมาคอยกำหนด แต่จากการที่ทำงานที่ทำสืบเนื่องกันมารุ่นต่อรุ่นเป็นเวลานานจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของสื่อ นั้น ทำให้ไม่ว่าผู้ที่ทำหน้าที่พาดหัวข่าว(บรรณาธิการ) จะเปลี่ยน ไปกี่คนก็ตาม แต่ตัวพาดหัวข่าวก็จะมีแนวทางเดียวกันไปโดยปริยาย

หัวข้อข่าวมีวิธีการสร้างได้ 2 ประเภทคือ สร้างความหมายโดยตรง ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร และสร้างความหมายโดยนัย ที่เป็นความหมายระดับลึกซึ้งอ่อนเร้น โดยผู้ส่งสารมีเจตนาบางประการแฝงอยู่ กล่าวคือ นอกจากหัวข่าวนั้นจะมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อบ่งบอกข่าวหรือให้ติดตามเรื่องราวต่อไปแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความหมายให้กับบุคคลผู้ให้ข่าว หรือเพื่อการขายอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม การสร้างความหมายให้กับหัวข้อข่าวในบางครั้ง อาจเกิดหน้าที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งอาจเกิดผลกระทบต่อผู้รับสาร หรือต่อนโยบายขององค์กร หรือต่อตัวผู้พาดหัวข่าวเอง เนื่องจาก

นโยบายขององค์กรที่มีผลทางด้านธุรกิจเข้ามากำหนด ต้องแข่งขัน จึงเกิดความผิดพลาดโดยไม่เจตนา หรือเจตนาพาดหัวข่าวเกินความเป็นจริง

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนข่าว

สุกัญญา สุตบรรทัด (อ้างถึงใน เสริมศิริ นิลดำ, 2541 : 26) ได้กล่าวถึงภาษาของหนังสือพิมพ์ว่า เป็นภาษาที่มีกฎเกณฑ์พิเศษ แตกต่างจากภาษาธรรมดาที่ใช้ในหนังสือประเภทวิชาการ หรือวรรณกรรม เหตุที่เป็นดั่งนั้น ก็เพื่อให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของวารสารศาสตร์ รูปแบบและลักษณะของสื่อ ดังนั้นความพิเศษของภาษาหนังสือพิมพ์จึงอยู่ที่การเขียนให้เข้าใจง่าย และในบางครั้งต้องเขียนเพื่อให้ผลทางอารมณ์แก่ผู้อ่าน

สิริวรรณ นันทจินทุล (2543) ได้กล่าวถึงลักษณะทั่วไปของภาษาหนังสือพิมพ์ไว้ดังนี้

1. ใช้ถ้อยคำภาษาแปลกใหม่ เพื่อสะดุดตาสะดุดใจผู้อ่าน และให้จดจำได้ง่าย โดยเฉพาะในส่วนของพาดหัวข่าวทั้งข่าวหน้า 1 และข่าวหน้าใน หรือแม้แต่ว่ารรคเดียวก็ตาม
2. ใช้ภาษาในระดับภาษาปากมากที่สุด กล่าวคือ มีการใช้คำง่าย ๆ คำเฉพาะกลุ่ม คำตลาด คำคนอง คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อการสื่อความหมายในคนทุกระดับการศึกษาเข้าใจได้ง่าย นอกจากนี้ยังใช้ภาษาระดับกึ่งแบบแผน และภาษาแบบแผนบ้างในข่าวบางประเภท เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวในพระราชสำนัก ประกาศแจ้งความ เป็นต้น
3. ใช้ถ้อยคำพุ่มเฟียก เพื่อขยายรายละเอียดให้มีความยาวพอเหมาะกับพื้นที่
4. ใช้ถ้อยคำกะทัดรัด กระชับความเพื่อให้ข้อความสั้นเพียงพอกับเนื้อที่
5. ใช้เครื่องหมาย เช่น ปรศนีย์ อัสเจริญย์ อัญประกาศ ทับ สัญลักษณ์ เป็นต้น ทั้งนี้มีหลายจุดประสงค์ เช่น เพื่อแบ่งแยกข้อความ เพื่อเน้นข้อความให้เห็นเป็นสำคัญ เพื่อแสดงว่าเป็นคำเฉพาะ เพื่อแสดงการขึ้นหัวข้อใหม่ ซึ่งบางครั้งการใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายต่าง ๆ ก็ได้เป็นไปตามหลักเกณฑ์เท่าใดนัก

สำหรับการเขียนข่าว มีหลักการใช้ภาษาดังต่อไปนี้ (เสริมศิริ นิลดำ, 2541)

1. รูปประโยคของข่าว

รูปประโยคของภาษาไทยประกอบด้วย

ประธาน + กริยา + กรรม “ ฉันทน์ กิน ข้าว ”

หรือรูปประโยคไม่มี กรรม “ จโมย วิ่งหนี ”

ลักษณะประโยคเช่นนี้เข้าใจง่าย สื่อความหมายได้ชัดเจนทั่วไปในหนังสือพิมพ์ แต่ในบางโอกาสเพื่อผลพิเศษอันจะพึงมีต่อผู้อ่าน (ภาษาหนังสือพิมพ์เรียกว่า Special effect) นักข่าวอาจเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้บ้าง เช่น

ประโยคปกติ “ชาย 20 คนถูกฆ่าโดยวิธีการฝังทั้งเป็น ”

เพื่อเน้นส่วนสำคัญของเหตุการณ์ จึงอาจพบรูปประโยคที่นำคำกริยามาขึ้นหน้าประโยค กลายเป็น “ฆ่าโหด 20 ศพ ฝังทั้งเป็น ”

หรือการเน้นความสำคัญของกรรมมากกว่าประธาน อาจเอากรรมมาขึ้นหน้าประโยคได้ เช่น “สิ้นค้ำเหล่านี้ผลิตโดยคนไทย ”

2. การใช้เครื่องหมาย

หนังสือพิมพ์มีวิธีการใช้เครื่องหมายในรูปแบบของตนเพื่อความเข้าใจง่ายและความสวยงาม ดังนี้

2.1 เครื่องหมายมหัพภาค (.) ที่นิยมใช้ในสื่อ ซึ่งอาจไม่เหมือนที่ใช้กันทั่วไป ได้แก่ ใช้ตัวย่อ เช่น กรม. รมต. ตร. เป็นต้น

ใช้กับเวลา เช่น 10.00 น. เป็นต้น

2.2 เครื่องหมายจุลภาค (,) ที่ใช้กันมากคือ ใช้ในการแยกตัวเลข เช่น 5,000 นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังอาจใช้เครื่องหมายจุลภาคในการแยกคำ แยกประโยค เพื่อให้อ่านง่ายขึ้น

2.3 เครื่องหมายอัญประกาศ (“ ”) มักใช้ในกรณีต่อไปนี้

ใช้กับประโยคคำพูด

ใช้กับชื่อคนที่ไม่มีการตั้งฉายา เช่น “เสียดิโกศล”

ใช้กับวลีที่ต้องการเน้นให้ตื่นเต้น เช่น “ตายสยอง”

ใช้กับชื่อหนังสือ บทประพันธ์ เพลง เช่น “เจมร ไทรโยค” เป็นต้น

ใช้กับคำที่ยังไม่เป็นที่คุ้นหู เช่น “ทอม-ดี้”

2.4 เครื่องหมายอื่นๆ เช่น / ใช้สำหรับแยกชื่อ

3. การย่อ

การย่อกำ ผู้เขียนข่าวจะต้องจดจำคำย่อที่ใช้กันจนเป็นที่คุ้นตา เช่น UN พ.ร.บ. เพราะการใช้คำย่อมีความสำคัญมากในการเขียนข่าวสั้น คำบางคำแทนที่จะใช้ตัวย่อ กลับตัดส่วนของคำออกไป

เพื่อให้สิ้นเข้า เช่น จุฬาฯ ม.รามฯ ในบางกรณีอาจเป็นการย่อด้วยการเปลี่ยนรูปคำเดิม เช่น จีนแดง ย่อมาจาก สาธารณรัฐประชาชนจีน หรือ ญวน ย่อมาจาก เวียดนาม

4. การเขียนตัวเลข

4.1 การเขียนบอกจำนวน

4.1.1 นิยมใส่ตัวเลขไปตรงๆ ถ้ามีตัวเลขหลายตัว เช่น 49 วัน 22,180 บาท แต่ถ้าตัวเลขน้อยก็จะแสดงด้วยตัวอักษรเช่น หนึ่งวัน สองบาท

4.1.2 ใช้เครื่องหมายจุลภาค (,) กับตัวเลขที่มีตั้งแต่ 4 หลักขึ้นไป ยกเว้นปีและบ้านเลขที่ เช่น 1,500 2,389,000 บ้านเลขที่ 6910 ถนนพิชัย

4.1.3 ใช้คำว่า ประมาณ เกือบ มากกว่า ร่วม เมื่อไม่สามารถระบุตัวเลขที่แน่นอนได้ เช่น “คนร่วมงานกว่า 10,000”

4.2 การเขียนบอกเลขที่หรือการบอกวัด การเขียนบ้านเลขที่ อายุ หน่วยของระยะทาง ขนาดความเร็ว อุณหภูมิ น้ำหนัก เปอร์เซ็นต์ เวลา ใช้ตัวเลขทั้งสิ้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.1 แนวคิดเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism)

Marshall McLuhan (1911-1980) สนใจวิเคราะห์อำนาจของสื่อในระดับจุลภาค (microscopic) หรือลงมาในระดับผลและความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคล และท่าทีของเขามีสื่อเทคโนโลยีการสื่อสารจะค่อนข้างมองโลกแง่ดี โดยเขาได้ให้คำนิยามของสื่อ ว่าเป็นกระบวนการขยายศักยภาพของมนุษย์ออกไป (the extensions of man) หรืออีกนัยหนึ่ง เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือขยายสัมผัสทางหูให้ได้ยินเสียงจากระยะไกล หรือโทรทัศน์ก็คือช่องทางของสื่อสัมผัสทางตาให้เราได้เห็นสิ่งที่แพร่ภาพมาจากแดนไกล (กาญจนา แก้วเทพ, สมสุข หินวิมาน, 2551: 141-142)

จากจุดยืนของ McLuhan ที่สนใจวิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารต่อสังคมระดับจุลภาคนั้น ได้สรุปมุมของการกำหนดผ่านสื่อเอาไว้ 3 มิติ คือ

1.ผลกระทบของสื่อต่อมิติเรื่อง เวลา (time) เช่น สื่อหลายชนิดที่สามารถบันทึกสารข้ามเวลา หรือย่อระยะเวลาในการสื่อสาร โดยในกรณีนี้ก็สามารถใช้ได้กับ SMS ข่าวสั้นที่สามารถบันทึกข่าวไว้ในโทรศัพท์ที่เคลื่อนที่หลายวัน และหลายข้อความ ขึ้นอยู่กับศักยภาพของเครื่องรุ่นต่างๆ

2.ผลกระทบของสื่อต่อมิติเรื่อง พื้นที่ (Space) เช่น สื่อต่างๆ ที่พยายามเอาชนะพื้นที่ ซึ่งในกรณีนี้ก็คือ SMS ข่าวสั้น สามารถส่งข่าวเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นแม้ผู้รับสารจะอยู่ที่ใดก็สามารถกดอ่านข่าวได้ และปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่สามารถติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้แม้อยู่ต่างประเทศด้วย

3.ผลกระทบของสื่อต่อมิติเรื่อง ประสบการณ์ของมนุษย์ (Human experience) เช่น สื่อโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ที่ทำให้เราได้เห็นในสิ่งที่ไม่เคยเห็นมาก่อน หรือจัดระเบียบประสบการณ์ที่เราจะไปสัมผัสโลกรอบตัวแบบใหม่

จากผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารใน 3 มิตินี้ ยังสามารถอธิบายได้ถึงระบบการทำงานข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ที่มีการใช้ระบบ Infrastructure เพื่ออำนวยความสะดวกในการคัดเลือกข่าว และส่งข่าวออกไปตามสื่อต่างๆ ในเครือเนชั่น โดยระบบนี้มีชื่อเรียกว่า “ระบบIES” ทำให้ผู้เข้ารหัส SMS ข่าวสั้นในแผนก Mobile News ทั้ง 6 คน มองเห็นการเขียนข่าวของทุกคนในเวลาพร้อมๆ กัน สะดวกในการสร้าง “รหัสรวม” และเมื่อเขียนข่าวเสร็จแล้ว ด้วยระบบนี้เองก็สามารถส่งข่าวถึงผู้รับสารได้ทันที

2.2 แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วม (Participation)

กาญจนา แก้วเทพ (2552) กล่าวว่า ในแวดวงการพัฒนาทั้งของไทยและทั่วโลกนั้น เมื่อมาถึงวันนี้ก็แทบจะไม่ต้องมีการถกเถียงหรือให้คำอธิบายกันแล้วว่า หลักการ “มีส่วนร่วมของประชาชน” คือเครื่องรับประกันอย่างดีที่สุดของการพัฒนา การยอมรับดังกล่าว มิได้เกิดจากข้อโต้แย้งอภิปรายทางทฤษฎีเท่านั้น หากแต่เกิดจากสภาพข้อเท็จจริงในความเป็นจริงด้วย

คำอธิบายปรากฏการณ์ข้างต้นมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า ความรู้สึก “มีส่วนร่วม” นั้นจะผูกโยงกับความรู้สึก “เป็นเจ้าของ” (sense of belonging) ซึ่งเป็นเสมือนเหรียญ 2 ด้าน ด้านหนึ่งความรู้สึกเป็นเจ้าของจะนำมาซึ่งความสนใจห่วงใยดูแลรักษา แต่อีกด้านหนึ่งความรู้สึกเป็นเจ้าของจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้เป็นเจ้าของมีอำนาจที่สามารถจะเข้าไป “จัดการ” กับสิ่งของหรือเรื่องราว นั้นได้ ซึ่งก็คือการเข้าไปมีส่วนร่วมได้นั่นเอง

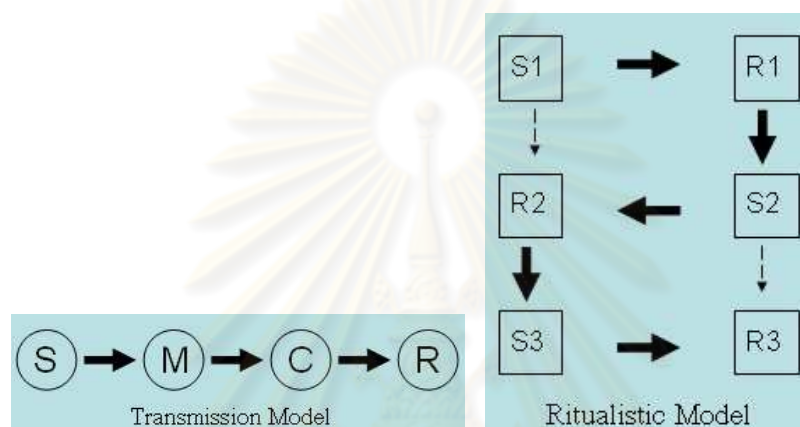
เมื่อนำแนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วม” ข้างต้นมาผูกกับแนวคิดเรื่องการสื่อสาร ผลลัพธ์ที่ออกมาจะมี 2 รูปแบบ คือ

(ก) การสื่อสารจะเป็นวิถีทาง (Means) หรือเป็น “เครื่องมือ” (tool) ในการนำประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในชีวิตสาธารณะของสังคม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนในสังคมประชาธิปไตยคือ การใช้การสื่อสารรณรงค์ให้ประชาชนมาเลือกตั้ง

(ข) การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไป “มีส่วนร่วม” ในระบบ “การสื่อสารเอง” ที่มีชื่อเรียกเฉพาะว่า “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (participatory communication)

ข้อค้ำนึ่งเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มีดังนี้

(1) ข้อค้ำนึ่งประการแรกเกี่ยวกับค้ำถามที่ว่า การสื่อสารแบบไหนที่จะเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมได้มาก โดยทั่วไปวงการนิเทศศาสตร์จะแบ่งประเภทของการสื่อสารออกเป็น 2 แบบจำลองใหญ่ๆ คือแบบจำลองเชิงถ่ายทอค้ำวาร (Transmission Model) และแบบจำลองเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) ดังภาพที่ 4 หน้าที่ 12



สำหรับแบบจำลองเชิงการถ่ายทอค้ำวาร (transmission Model) นั้น จะมีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว (one-way communication) คือมีการถ่ายทอค้ำวารจากผู้รับสารไปยังผู้ส่งสาร โดยบทบาทของผู้รับและผู้ส่งจะตายตัว และหลังจากสื่อสารผ่านช่องทาง/สื่อต่าง ๆ แล้ว ผู้รับสารก็จะรับรู้/คิดตามค้ำผู้ส่งต้องการ ในแง่นี้ผู้ส่งสารจะเป็นผู้ควบคุมกระบวนการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ ส่วนผู้รับจะมีบทบาทเพียงรับสารที่ถ่ายทอค้ำไปเท่านั้น เช่น การดูโทรทัศน์ เป็นต้น

ส่วนแบบจำลองเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) โดยผู้รับสารและส่งสารจะมีการสลับบทบาทไปมา เช่น การนั่งสนทนากัน ซึ่งหลังจากการสนทนาแล้ว คู่สนทนาทั้งสองฝ่ายก็จะเรียนรู้ข้อมูลค้ำวารของกันและกันแบบพบกันครึ่งทาง (shared meaning) ดังนั้นแบบจำลองเชิงพิธีกรรมจึงเปิดโอกาสให้คู่การสื่อสารทั้งสองฝ่ายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารมากกว่าแบบจำลองเชิงการถ่ายทอค้ำวาร เนื่องจากการสื่อสารสองทาง ทำให้คู่สื่อสารสามารถปรับปรุงรหัสสัญลักษณ์ได้

(2) ศักยภาพของการสื่อสารในการเชื่อมโยงปัจเจกบุคคลเข้ากับประเด็นเรื่องราวต่าง ๆ เช่น เมื่อเกิดการตัดไม้ทำลายป่าต้นน้ำในภาคเหนือ แต่คนกรุงเทพฯกลับไม่รู้สึกละไร จนเมื่อมีรายการโทรทัศน์รายการหนึ่งนำแผนค้ำประเทศไทยมาทางแล้วชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของแม่น้ำปิงกับแม่น้ำเจ้าพระยา การให้ข้อมูลค้ำวารดังกล่าว คือ การติดตั้งโปรแกรมวิถีคิด รวมทั้งประกอบ

สร้าง“ความเป็นจริง”เกี่ยวกับป่าของคนบนดอยกับน้ำของคนกรุงเทพฯ และการสื่อสารยังประกอบสร้าง“ความรู้สึกมีส่วนร่วม”ขึ้นมา แต่ในทางปฏิบัติยังมีกลไกหนึ่งขั้วความรู้สึกอีกหลายประการ

(3) กระบวนการรับส่งระหว่างการสื่อสารกับการสร้างความรู้สึกผูกพัน (Engagement) นับแต่ยุคของอริสโตเติล มีการตั้งข้อสังเกตว่าคุณสมบัติที่สำคัญของการสื่อสาร คือ เป็นจุด“ก้าวใจ”ที่โยงผู้ส่งและผู้รับเข้าหากัน นอกจากนี้การสื่อสารยังมีคุณภาพในการชักจูงความรู้สึกผูกพันต่อผู้คน สิ่งของ หรือเรื่องราวให้เกิดขึ้นได้ เช่น หลังดูรายการ “วงเวียนชีวิต” ก็จะมีคนโทรศัพท์เข้าไปให้ความช่วยเหลือ เป็นต้น

การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมและความผูกพันนั้น เป็นกระบวนการที่รับส่งซึ่งกันและกัน กล่าวคือ เมื่อเริ่มต้นด้วยการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร เช่น การทำข่าวเรื่องถ่วงละเมิดทางเพศต่อเด็กของนักข่าว หลังจากที่ได้รู้ข้อมูลมากขึ้น ก็จะเปลี่ยนแปลงระดับความเข้าใจ อารมณ์ และอาจถึงการกระทำ ซึ่งจะแปรเปลี่ยนไปเป็นความรู้สึกผูกพันกับตัวบุคคลหรือประเด็น และเมื่อเกิดความผูกพันก็จะกลายเป็นแรงจูงใจให้เพิ่มการมีส่วนร่วมในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น เช่น ยิ่งผูกพันก็ยิ่งหาข้อมูลมากขึ้น เป็นกระบวนการรับส่งที่เพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและคุณภาพ

(4) ความสำคัญของบริบทการสื่อสารและการมีส่วนร่วม ในวงการนิเทศศาสตร์ยุคใหม่ มีความสนใจในเรื่องบริบทของการสื่อสาร(communication context) ในฐานะตัวแปรที่มีผลต่อการรับรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมต่อเนื้อหาข่าวสารทั้งในด้านความเข้าใจ(cognition) อารมณ์ความรู้สึก (affection) และการกระทำ(behavior/performance) คำว่า“บริบทของการสื่อสาร”อาจหมายรวมถึงตั้งแต่เวลา(time) สถานที่(space/place) เหตุการณ์(event) และผู้คนที่อยู่ด้วย เช่นการศึกษาอารมณ์ความรู้สึกของผู้สื่อสารที่เป็นแฟนฟุตบอล เมื่อเวลานั่งดูคนเดียวในบ้านกับการออกไปนั่งดูร่วมกับเพื่อนคนอื่นตามศูนย์การค้า ผลการศึกษาจะพบอย่างแน่นอนว่า ในแง่อารมณ์มันส์สะใจนั้น ทั้ง 2 บริบทย่อมต่างกัน

มิติด้านความรู้ ความเข้าใจก็เช่นกัน ตัวอย่างเช่น หากเรารู้ข้อมูลว่าถ้าเราดับไฟคนเดียวสัก 1 นาที ก็สามารถประหยัดไฟได้ 20 สตางค์ แต่หากทุกครัวเรือนในไทยประหยัดไฟพร้อมๆ กันใน 1 นาที จะประหยัดไฟได้หลายสิบล้านบาท หากผู้รับสารทุกคนได้รับข้อมูลแบบหลังด้วยการสร้างบริบทการสื่อสารแบบร่วมกัน ก็จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความเข้าใจและการกระทำอย่างมาก

3. แนวคิดเกี่ยวกับรหัสสัญลักษณ์และการสื่อความหมาย

3.1 ทฤษฎีสัญญะวิทยา (Semiological Theory)

C. Peirce (1839-1914) นักวิชาการด้านภาษาชาวอเมริกัน กล่าวถึง สัญลักษณ์ ว่ามี 2 ส่วน คือ ตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) คำนิยามของสัญลักษณ์ก็คือ สิ่งที่มีความหมายมากกว่าตัวของมันเอง (Sign is something which stands to somebody for something in some respect)

จากองค์ประกอบทั้ง 2 ส่วนนี้ Peirce ได้นำเอาระยะห่างระหว่าง ตัวหมาย กับ ตัวหมายถึง มาจัดประเภทของ sign ได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. Icon
2. Index
3. Symbol

ส่วนในฝ่ายของผู้รับสารนั้น เราดูว่าในขั้นตอนของการรับสัญลักษณ์ สามารถถอดความหมาย ออกมาจากสัญลักษณ์นั้นๆ ได้อย่างไร ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึง ไม่ใช่ กระบวนการที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่ต้องอาศัยการเรียนรู้ ซึ่งสิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่ช่วยให้กระบวนการส่งและรับความหมายเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ก็คือ ทั้ง 2 ฝ่าย จะต้องมี รหัส (Code) อันเดียวกัน

โดยในกระบวนการใส่รหัสสัญลักษณ์ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น จึงมีการนำทฤษฎี สัญลักษณ์วิทยาในบางส่วนมาวิเคราะห์ โดยใช้แนวคิดของ C. Peirce ซึ่งสามารถสรุปเป็นกระบวนการ ดังนี้

sign \longrightarrow assign \longrightarrow meaning

โดยในขั้นตอนของการ assign ทำได้ 3 วิธี คือ - การใส่ความหมาย construction

- การถอดความหมายออก

deconstruction

- การใส่ความหมายใหม่ reconstruction

สำหรับกระบวนการใส่รหัสสัญลักษณ์ในข่าว SMS ของสำนักข่าวเนชั่นนั้น ได้ใช้ กระบวนการเดียวกันนี้เช่นกัน โดยสรุปเป็นกระบวนการ ดังนี้

นักข่าว \longrightarrow ผู้ส่ง SMS \longrightarrow ผู้รับสาร

เนื่องจากกระบวนการส่งข่าวนั้น นักข่าวจะเป็นผู้ส่งข่าวต้นฉบับเข้ามายังสำนักข่าว จากนั้นผู้ส่ง SMS จะทำการคัดลอกข่าว แล้วนำมาเขียนสรุปใหม่ (rewrite) ให้เหลือเพียง 70 ตัวอักษร เป็นการ Recoding แล้วนำส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งเป็นผู้ที่ถอดรหัสจากที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อความหมาย

นอกจากนี้ ลักษณะความสัมพันธ์ (Relation) รูปแบบหนึ่งที่สัญญาวิทยาวิเคราะห์ คือ ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวบท (text) กับ บริบท (context) โดย De Saussure ตั้งข้อสังเกตว่า ความหมายจะถูกบรรจุอยู่ในพื้นที่ของภาษาเรียกว่า ตัวบท (text) ซึ่งจะแปรเปลี่ยนได้ตามแต่เงื่อนไขที่เรียกว่า บริบท (context) ของการสร้าง ความหมาย เช่น ถ้าตัวบทสัญญาเป็น “ดอกกลิ่นหอม” หากอยู่ในบริบทของสังคมไทย จะถูกบรรจุความหมายว่าเป็นดอกไม้ไม่ใช่มงคลและมักปลูกในวัด แต่หากอยู่ในบริบทของสังคมลาว ความหมายก็จะเปลี่ยนไปเป็นดอกไม้ประจำชาติที่ชื่อ “ดวงจำปา” ดังนั้นบริบทก็คือสิ่งที่อยู่รอบๆตัวบทนั่นเอง หากบริบทเปลี่ยนแปลงไป แม้ตัวบทจะเป็นตัวบทเดิม แต่ความหมายก็อาจเปลี่ยนแปลงได้

ในการเขียนข่าว ตัวบทก็คือ เนื้อหา (Content) ว่าเป็นประเด็นข่าวอะไร และ รูปแบบ (form/format) ในการเขียนข่าว SMS ส่วนบริบท ก็คือ เหตุการณ์ สถานการณ์ ณ ขณะนั้น หรือคำข้อความอื่นๆ ที่แวดล้อม ซึ่งมีผลต่อการกำหนดการเขียนข่าว เพราะฉะนั้นความหมายของเนื้อหาจะเป็นอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับรูปแบบและบริบทของเนื้อหานั้นๆ เช่น เนื้อหาข่าว SMS ของสำนักข่าวเนชั่น การใช้คำๆเดียวกันในประโยคที่ต่างกัน ย่อมสื่อความหมายได้ต่างกันออกไป เช่น

1. สำนักพระราชวังแถลงจ.35ในหลวงทรงหายประชวรแล้วแต่ยังประทับศิริราชพักฟื้น
2. บาท/คอลล์เข้าทรงตัวที่33.33-36/ทองฮ่องกงเปิด1,093-1,094คอลล์/ออนซ์

โดยในประโยค 1. คำว่า “ทรง” เป็นตัวบท(text) เมื่ออยู่ในบริบท(context)ของการส่งข่าวทันสถานการณ์ มีการใช้เป็นราชาศัพท์ ก็ถูกบรรจุความหมายเอาไว้ว่า “ทรง”เป็นคำที่ใช้หน้าหน้าคำกริยาธรรมดาเพื่อใช้แทนคำราชาศัพท์ที่ใช้กับกษัตริย์ ราชนิ และพระบรมวงศานุวงศ์ ซึ่งเป็นรหัสทางวัฒนธรรมของข่าวพระราชสำนัก ที่ไม่สามารถใช้คำอื่นๆแทนได้

ขณะที่ประโยค 2. คำว่า “ทรง” ตัวบท(text) กับ บริบท (context) ที่ใช้ในการส่งข่าวธุรกิจ ก็ถูกบรรจุความหมายว่า ไม่มากขึ้น ไม่ลดลง มีภาวะเท่าเดิม ไม่เปลี่ยนแปลง

เมื่อผู้รับสารได้อ่านทั้ง 2 ข้อความดังกล่าวแล้วก็สามารถเข้าใจได้ว่า คำว่า “ทรง”ในแต่ละประโยคมีความหมายว่าอย่างไร โดยดูจากคำที่อยู่แวดล้อมในประโยค ก็สามารถตีความได้ในความหมายที่ถูกต้อง

ในกระบวนการเข้ารหัส(Encoding) และถอดรหัส (Decoding) ผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้นไม่จำเป็นต้องถือรหัสเล่มเดียวกัน เท่าที่อ้างสื่อสารกันได้ก็เพราะมีรหัสที่คล้ายกัน แต่ไม่ใช่เล่มเดียวกัน

U.Eco (1979) กล่าวว่า “การถอดรหัสเพี้ยนไปเป็นกฎของการสื่อสาร ไม่ใช่เป็นข้อยกเว้น” เนื่องจากผู้รับสารเองต้องมีกรอบอ้างอิง (Reference) ที่นำมาสร้างรหัสต่างๆมากมาย เพราะฉะนั้นจึงไม่มีการถอดรหัสที่ผิดพลาด มีเพียงการถอดรหัสที่แตกต่างไปจากที่ผู้ส่งสารต้องการเท่านั้นเอง

สำหรับการวิเคราะห์รหัสเหล่านั้นจะมีอยู่ 2 แบบ คือ Syntagmatic และ Paradigmatic การวิเคราะห์แบบ Paradigmatic คือการแสวงหาชุดของสัญลักษณ์ต่างๆ ที่อยู่ในกระบวนการที่สัมพันธ์กัน และสามารถนำมาใช้แปรเปลี่ยนกันได้ โดยยังคงรักษาความหมายเดิมเอาไว้ เช่น

| | | |
|---------|--------------|----------|
| พ่อ | ตี | ลูก |
| ครู | หักคะแนน | นักเรียน |
| เจ้านาย | ตัดเงินเดือน | ลูกน้อง |

เช่นประโยค พ่อตีลูก หมายถึงผู้มีอำนาจมากกว่า กระทำการด้านลบกับผู้ที่ด้อยกว่า ดังนั้นครูและ เจ้านายก็เป็นผู้ที่มีอำนาจมากกว่า กระทำการด้านลบ คือ หักคะแนนนักเรียน และตัดเงินเดือนลูกน้อง ซึ่งเป็นการกระทำการด้านลบกับผู้ที่ด้อยกว่า เช่นเดียวกัน จึงสามารถใช้แปรเปลี่ยนกันได้

สามารถนำหลักการวิเคราะห์แบบ Paradigmatic มาใช้ในการวิเคราะห์การส่งข่าว SMS ได้ เช่น

1. นายกฯ **บอก** CNNทำกมขมต้องเคารพศาล ยอมรับผลของการกระทำอันไม่เคยห้ามขมขม
2. **พัลลภ เผย** จากคูไบแม้ตั้งจิวเป็นผบ.กองทัพชช.แห่งชาติเพื่อประชาธิปไตย

ทั้งคำว่า **บอก** และ **เผย** มีความหมายเช่นเดียวกันคือ การบอกกล่าว หรือ กล่าวหา โดยการวิเคราะห์แบบ Paradigmatic ก็คือการหาชุดของสัญลักษณ์ต่างๆ (set of sign) นั้นเอง

ในสื่อบันเทิงมีการใช้ชุดของสัญลักษณ์ในลักษณะต่างๆมากมาย ดังจะเห็นได้จาก การศึกษาของ วันเพ็ญ กัลป์ศิริไพศาล (2545) ศึกษาชุดสัญลักษณ์ในการสร้างความหมายของข่าวอาชญากรรม ที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อทางโทรทัศน์ โดยศึกษาจากวิเคราะห์ด้วยบททั้งเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข่าวอาชญากรรมในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ เพื่อวิเคราะห์ชุดสัญลักษณ์ที่นำเสนอในสื่อทั้ง 2 ประเภท

ผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอข่าวอาชญากรรมในสื่อสิ่งพิมพ์ ไทยรัฐ มีลักษณะวิธีการจัดหน้า การเขียนหัวข้อข่าว การใช้ภาพประกอบข่าว สะท้อนให้เห็นชุดของสัญญาณที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของข่าวอาชญากรรมในแง่ของความรุนแรง ส่วนรายละเอียดเนื้อหาของข่าวจะมีลักษณะการเชื่อมโยง ด้วยวิธีการเล่าเรื่องเชิงพรรณนา โดยเสนอรายละเอียดข่าวเสมือนผู้สื่อข่าวอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย และให้ความสำคัญกับการขยายความหมาย และความรุนแรงในวิธีการกระทำอาชญากรรม

ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์กรุงเทพมหานครธุรกิจและมติชน ใช้ชุดสัญญาณที่มีรูปแบบการนำเสนอรายละเอียดเนื้อหาของข่าวในลักษณะของการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ด้วยวิธีการนำเสนอข่าวแบบสรุปความ โดยให้ความสำคัญที่สาเหตุของอาชญากรรม ไม่มีภาพประกอบข่าว จึงมีผลให้ความรุนแรงของข่าวในการนำเสนอน้อยกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

สื่อโทรทัศน์ทั้งช่อง 7, ช่อง 9 และ ITV นำเสนอหัวข้อข่าว รายละเอียดของเนื้อหาข่าว รวมถึงการสร้างการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของเหตุการณ์ข่าวในลักษณะสรุปความ คล้ายกับการนำเสนอของหนังสือพิมพ์แนวคุณภาพ และด้วยธรรมชาติของสื่อที่มีภาพประกอบข่าวที่เคลื่อนไหว กรณีที่มีภาพข่าวทำแผนประกอบคำสารภาพซึ่งเน้นถึงวิธีการกระทำอาชญากรรม การนำเสนอข่าวจะใช้ภาพเล่าเรื่องอย่างโจ่งแจ้งมากขึ้น ชุดของสัญญาณในการเสนอข่าวอาชญากรรมในสื่อประเภทนี้จึงมีทั้ง 2 ลักษณะ ขึ้นอยู่กับการใช้ภาพข่าวว่าเน้นความหมายและความรุนแรงในแง่ใด

สำหรับการวิเคราะห์แบบ Syntagmatic จะเน้นลำดับขั้นหรือช่วงของระยะเวลาของเหตุการณ์ หรือการปรากฏของสัญญาณ เช่น

การวิเคราะห์วากยสัมพันธ์ (Syntax) ของโครงสร้างภาษา

“ อังเดร อากัสซี / สามารถเอาชนะ / ฟิท แชมพราส ”

“ ฟิท แชมพราส / สามารถเอาชนะ / อังเดร อากัสซี ”

ในการเขียน SMS ข่าวสั้นก็สามารถใช้การวิเคราะห์ในรูปแบบนี้ได้เช่นกัน เนื่องจากในรายงานข่าวบางประเด็น การสลับที่หรือเรียงประโยคใหม่ก็ทำให้ความหมายเปลี่ยนไปได้ เช่น

หาม / นร.ย่านปทุมฯกว่า50คน / ส่งรพ.เป็นลมแดดขณะยืนรอ / ผู้ว่า / เปิดงานวันวิสาขบูชา

หาม / ผู้ว่า / ส่งรพ.เป็นลมแดดขณะยืนรอ / นร.ย่านปทุมฯกว่า50คน / เปิดงานวันวิสาขบูชา

หรือ

คนัย สมุทร โคจร / ถูกสาคน้ำกรดเจ็บพร้อมแฟนใหม่ / ขณะทะเลาะ / แฟนเก่า

แฟนเก่า / ถูกสาคน้ำกรดเจ็บพร้อมแฟนใหม่ / ขณะทะเลาะ / คนัย สมุทร โคจร

การวิเคราะห์แบบ Syntagmatic จะพบมากในการเล่าเรื่อง เนื่องจากโครงสร้างของการเล่าเรื่องจะต้องกำหนดลำดับขั้นของเหตุการณ์ไว้อย่างแน่ชัด หากสลับขั้นตอนกัน จะทำให้ความหมายเปลี่ยนไป ซึ่งการเล่าเรื่องนี้ เป็นแบบแผนของรูปแบบการถ่ายทอดข่าวสารที่ใช้กันมากในสื่อมวลชนทุกชนิด รวมถึงการรายงานข่าวผ่าน SMS ข่าวสั้นดังตัวอย่างข้างต้นด้วย

3.2 แนวคิดการใช้คำย่อในสังคมคอมพิวเตอร์ (Acronyms used in the Computer Community)

เนื่องจากการใช้ภาษาในโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นเป็นภาษาในระดับไม่เป็นทางการ ซึ่งมีกฎเกณฑ์ที่ไม่แน่นอนตายตัว ดังนั้นแนวคิดนี้จึงเป็นการรวบรวมแนวคิดต่างๆ โดยนำมาจากบทความเกี่ยวกับการใช้ภาษาเฉพาะทางด้านการสื่อสารในคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับการใช้ภาษาในโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งมีทั้งหมด 3 ลักษณะคือ

1. การใช้คำย่อ Acronyms หรืออาจเรียกว่า Abbreviation มี 2 แบบคือ

1.1 แบบคำย่อ มีหลักการใช้ 3 หลักคือ

- ย่อคำแบบเลียนเสียง เช่น C หมายถึง see , U หมายถึง you , 2 หมายถึง too,to
- ย่อคำแบบใช้สัญลักษณ์แทน เป็นการกำหนดสัญลักษณ์เพื่อใช้แทนคำนั้น ๆ โดยเฉพาะ เช่น x หมายถึง kiss , @ หมายถึง at
- ย่อคำแบบตัดอักษรแล้วใช้การเติม ซึ่งลักษณะเช่นนี้มักตัดสระออก เช่น ur หมายถึง your , PLS หมายถึง please , MSG หมายถึง message

1.2 แบบย่อประโยค ใช้หลักการคือนำตัวอักษรหน้าของคำในประโยคมาเพียง 1 ตัวมาเรียงต่อกันเป็นสัญลักษณ์ใหม่ เช่น HAND หมายถึง Have a nice day , HBD หมายถึง Happy birth day

2. Expressions เป็นการแสดงออกถึงอารมณ์ สีหน้า ของผู้ส่งข้อความ โดยใช้คำที่มีความหมายโดยตรง ควบคู่ไปกับการใช้ข้อความ เช่น <<Smiling>> ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะนิยมใช้ในการ Chat มากกว่า และเริ่มเสื่อมความนิยมลง โดยมีการพิมพ์รูปไอคอนแบบอิโมติคอนเข้ามาแทนที่

3. Emoticon มาจากคำ 2 คำ คือ Emotion กับ Icon เป็นการแสดงออกถึงอารมณ์และความรู้สึก โดยใช้การเรียงสัญลักษณ์ ที่มีอยู่บนแป้นพิมพ์ออกมาเป็นรูปภาพ เพื่อใช้ให้เข้าใจกันโดยทั่วไป ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 3 รูปแบบ คือ

3.1 ใช้แทนอารมณ์และสีหน้า ส่วนใหญ่จะใช้สัญลักษณ์ที่มีอยู่บนแป้นพิมพ์ทั้งหมด มาสร้างสรรค์เป็นภาพหน้าคนในอารมณ์ต่างๆ โดยผู้จะต้องเรียงข้างคู่ เช่น :-) หมายถึง รูปยิ้ม

3.2 แบบที่ใช้แทนคน สัตว์ สิ่งของ จะมีการจัดเรียงสัญลักษณ์ทั้งหมดให้คล้ายกับรูปภาพที่ต้องการสื่อความหมาย เช่น @-^--^-- หมายถึง ดอกกุหลาบ

3.3 แบบญี่ปุ่น ใช้แทนอารมณ์และสีหน้าเช่นกัน แต่สามารถเห็นได้เลย ไม่ต้องเรียงข้างคู่ เช่น @^_^@ หมายถึงคนยิ้มกว้าง very happy (กมลวรรณ พรหมพิทักษ์ , 2545 : 15)

กมลวรรณ พรหมพิทักษ์ (2545) ศึกษาการใช้สัญลักษณ์และรหัสในการสื่อความหมายของบริการข้อความสั้นจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยการศึกษาพบว่า

การประกอบสร้างความหมายของสัญลักษณ์ อักษรรูปและรหัสภาษาที่เป็นภาพนั้น เป็นการนำคุณลักษณะร่วมบางประการของแบบแผนจากประสบการณ์จริง มาประกอบสร้างเป็นภาพการ์ตูน แล้วจึงนำภาพการ์ตูนมาเป็นแม่แบบ ในการประกอบสร้างเป็นภาพ โดยใช้ตัวอักษร เครื่องหมายในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมาประกอบกัน

ส่วนการประกอบสร้างความหมายของสัญลักษณ์ อักษรรูปและรหัสภาษาที่เป็นข้อความนั้น มีการประกอบสร้างตามรหัสไววยากรณ์ภาษาอังกฤษ สัญลักษณ์และอักษรรูปที่ถูกกำหนดขึ้นมาใช้ เฉพาะคือ คำย่อ ภาษาคาราโอเกะ เครื่องหมายที่แสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึกและสัญลักษณ์อารมณ์ เมื่อนำภาพและข้อความที่ได้ มาเข้ารหัสความหมายได้บริบทวาระและโอกาสทางการสื่อสาร ดังกล่าว พบว่า มีการใช้ภาพและข้อความร่วมกันได้

ในการเขียนข่าว SMS นั้น มีกระบวนการคล้ายกับแนวคิดในการสร้าง Emoticon ด้วยสัญลักษณ์บนแป้นพิมพ์ กล่าวคือ นำคำภาษาไทยที่มีความหมายต่างๆในตัวอยู่แล้ว นำมาร้อยเรียงผ่านกระบวนการใส่รหัส สัญลักษณ์ เพื่อให้เกิดความหมายใหม่ โดยขึ้นอยู่กับบริบท ณ ขณะนั้น เพื่อส่งความหมายที่ผู้ส่งต้องการไปยังผู้รับ เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน เช่น

“บั้นขุรประเมินศก. ไทยปี53 ไตร้อยละ3-3.5สินเชื่อแบงก์พื้นตามเพิ่มร้อยละ6-7”

คำว่า ศก โดยปกติแล้ว ความหมายเดิม แปลว่า ปี วันขึ้นศก หมายถึง วันที่ขึ้นปีใหม่ เช่น ส่งชิงโชคได้ถึง 30 กุมภาพันธ์ศกนี้ แต่เมื่อมีการใส่รหัส การย่อคำโดยใช้เฉพาะตัวหน้า เข้าไปโดยการใส่ จุด เป็น ศก. ดังตัวอย่างด้านบน ทำให้คำว่า ศก.กลายเป็นตัวย่อ มาจากคำว่า เศรษฐกิจ

ส่วนตัวเลข 53 โดยปกติแล้วคือจำนวนนับของจำนวนเต็มที่มีค่า ห้าสิบสาม แต่เมื่อมีการใส่รหัสโดยการใช้อยู่คำแบบตัดอักษรแล้วใช้การเดา ประกอบกับบริบทคือคำก่อนหน้า “ปี” ทำให้เข้าใจความหมายถึง ปีพุทธศักราช 2553

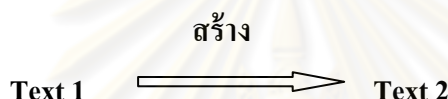
ดังนั้นความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อไปยังผู้รับสาร ซึ่งกรณีนี้คือผู้รับบริการข่าว เศรษฐกิจของสำนักข่าวเนชั่น ก็คือ

“ บัณฑิตประเมิน เศรษฐกิจ ไทยปี พุทธศักราช2553 โตร้อยละ3-3.5 สินเชื่อแบงก์ฟื้นตัวตามเพิ่ม ร้อยละ6-7 ”

4.แนวคิดเกี่ยวกับการเข้ารหัส-ถอดรหัส

4.1 ทฤษฎีสัมพันธบท (Intertextuality)

กระบวนการเขียนข่าว SMS ยังสอดคล้องกับ แนวคิดสัมพันธบท (Intertextuality) ซึ่ง A.A.Berger ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการนำ text เก่าที่มีอยู่เดิม มาสร้างให้เกิด text ใหม่ ดังนี้



เช่นเดียวกับขั้นตอนของการเขียนข่าว SMS ของสำนักข่าวเนชั่น ซึ่งต้องใช้ Text 1 คือ เนื้อหาข่าวดิบที่มาจากนักข่าวโดยตรง ซึ่งมีความยาวตั้งแต่ 1 บรรทัดในกรณีที่เป็นการรายงานข่าว ค่วนเบื้องต้น ไปจนถึง 1 หน้ากระดาษในกรณีที่เป็นรายละเอียดของข่าว เพื่อนำมาผ่านกระบวนการ สร้างความหมายโดยการใส่รหัสสัญลักษณ์ตามกฎเกณฑ์ที่ถูกกำหนดไว้คือ ประเด็นข่าวทั้งหมดต้องไม่เกิน 70 ตัวอักษร ต่อ 1 ข่าว เพื่อให้กลายเป็น Text 2 คือ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ดังนี้

สร้างโดยเข้ารหัส

ข่าวดิบจากนักข่าว \longrightarrow SMS ข่าว 70 ตัวอักษร

เช่น ข่าวดิบจากนักข่าว (ข่าวเต็ม) จากสำนักข่าวเนชั่น เมื่อ 15 มกราคม 2552 เวลา 14.22 น.

(CR)ฝากขัง7นศ.ปทุมวันค้านประกันตัว เร่งล่ามือหัวโจกทุบหัวข้างซุ่มมือถือ

สำนักข่าวเนชั่น โดย เจษฎา จันทรักษ์

สน.ปทุมวัน --- เมื่อเวลา 10.00 น. วันที่ 15 มกราคม พ.ศ.อุทาสิน ฤทธิ์เรืองเดช รอง ผบก.น.6 พ.ต.อ.ไพศาล ลือสมบูรณ์ ผกก.สน.ปทุมวัน และ พ.ต.ท.ณพงศ์ กปิถลัย พนักงานสอบสวน (สบ 2)สน.ปทุมวัน ทำการเบิกตัว นายเช็ก นาคลดดา อายุ 23 ปี นายยุรนนท์ ชันสุระ อายุ 21 ปี นายฉัตรชัย ประดับชนกิจ อายุ 22 ปี นายกริธาพล พุ่มพวง อายุ 21 ปี นายโฆมิต อินทรสูตร อายุ 26 ปี นายปรีชา สุขเมฆ อายุ 25 ปี และ นายกิตติพงศ์ แจ็งเสมอ อายุ 21 ปี ทั้งหมดเป็นนักศึกษา สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน ซึ่งตกเป็นผู้ต้องหาคดีร่วมกันพยายามฆ่า จากกรณีรุมทำร้ายร่างกาย นาย

เกษม เทพไทย อายุ 27 ปี พนักงานซ่อมโทรศัพท์มือถือ และเจ้าหน้าที่ รมภ.ของสถานีรถไฟฟ้ามหานครที่ได้รับบาดเจ็บ เหตุเกิดด้านหน้าห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง เมื่อวันที่ 13 มกราคม ที่ผ่านมาออกจากห้องควบคุมผู้ต้องหา สน.ปทุมวัน ขึ้นรถไปขออำนาจศาลฝากขังยังศาลอาญากรุงเทพใต้ โดยพนักงานสอบสวนได้ทำบันทึกแนบท้ายคำร้องขอคัดค้านการให้ประกันตัวผู้ต้องหาทั้ง 7 ราย ให้ศาลพิจารณาอีกด้วย

พ.ต.อ.ไพศาล กล่าวว่า การส่งตัวผู้ต้องหาทั้ง 7 ราย ไปฝากขังเป็นผลัดแรกวันนี้พนักงานสอบสวนได้ทำเรื่องคัดค้านการให้ประกันตัวไปด้วยเนื่องจากมีพฤติกรรมการกระทำต่อผู้เสียหายในที่สาธารณะซึ่งไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ประกอบกับเกรงว่ากลุ่มผู้ต้องหาจะไปคุกคามอิสรภาพของผู้เสียหายอีก ซึ่งหลังจากนี้ก็คงจะไม่รับตัวกลับมาสอบสวนอีกแล้ว แต่ก็อยู่ที่ดุลยพินิจของศาลว่าท่านจะอนุญาตให้ประกันตัวหรือไม่ ส่วนการจับกุมตัวทั้ง 7 คนนั้น ตำรวจมั่นใจในพยานและหลักฐานที่มีอยู่ ประกอบด้วย ความเป็นห่วงของผู้เสียหาย และภาพที่กล้องวงจรปิดบันทึกเอาไว้ได้ อีกทั้งระหว่างเกิดเหตุเจ้าหน้าที่ตำรวจกำลังตั้งด่านอยู่ในบริเวณนั้นพอดี จึงถือว่าเป็นการจับกุมตามความผิดแบบซึ่งหน้าตามมาตรา 80 ป.วิอาญา สำหรับการออกหมายจับผู้ร่วมก่อเหตุรายต่อไปนั้นยังไม่สามารถระบุได้ว่าจะมีใครบ้าง แต่ตอนนี้อยากได้ตัวผู้ต้องหาคนที่ใช้ไม้พาดศีรษะผู้เสียหายก่อนเพราะถือว่าเป็นคนเปิดงานที่สำคัญตำรวจทราบตัวแล้วว่าเป็นใครหลังจากนี้หากพยานและหลักฐานเชื่อมโยงไปถึงบุคคลใดก็จะออกหมายจับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

ผู้สื่อข่าวถามว่าหลังจากนี้ตำรวจท้องที่จะดำเนินการกับนักศึกษาช่างกลที่ก่อเหตุตีกันอย่างไรจริงจังมากแค่ไหน พ.ต.อ.ไพศาล กล่าวว่า ตนมองว่านักศึกษาเหล่านี้ทุกคนยังมีอนาคต ยังสามารถทำความประโยชน์ให้กับประเทศชาติได้อีกมาก คิดตรงที่ว่า ตำรวจพยายามทำทุกทางเพื่อแก้ปัญหาแล้ว แต่นักศึกษาก็ยังไม่ยอมหยุด ทางผู้บังคับบัญชาทั้ง พล.ต.ท.ภานุพงศ์ สิงหรา ณ อยุธยา ที่ปรึกษา (สบ 10) และ พล.ต.ท.สันฐาน ชยนนท์ ผบช.น.จึงมีพยายามอย่างแรงกล้าที่จะแก้ปัญหาเหล่านี้ให้ได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นทั้งตน และผู้บังคับบัญชามีมติที่จะให้อภัยนักศึกษาทุกคนอยู่แล้ว หากนับตั้งแต่นี้เป็นต้นไปสถานการณ์มีท่าทีที่ดีขึ้นตำรวจก็อาจจะยอมอ่อนข้อใช้ไม้นวมเข้าแก้ปัญหาที่เป็นได้

เมื่อถามถึงกรณีที่ ผบช.น.นำกำลังเข้าตรวจค้นภายในสถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน เมื่อกลางดึกที่ผ่านมา พ.ต.อ.ไพศาล กล่าวว่า เมื่อคืนเข้าไปตรวจค้นภายในสถานศึกษาแล้วก็พบแต่เหล้าเบียร์ อาวุธมีด และอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการพักผ่อนในพื้นที่ประกอบด้วยเสื้อผ้าและที่นอนเป็นส่วนใหญ่ แต่ที่ผมและผู้บังคับบัญชา รู้สึกไม่ดีคือ นักศึกษาเหล่านี้ใช้สถานศึกษาเป็นที่หลับนอนแถมยังทำลายข้าวของเช่น ทูบกระจกห้องประชุมและห้องเรียน เพื่อแอบเข้าไปซ่อนตัวจึงพอลาดคาได้ว่า นักศึกษาอาจจะใช้สถานที่ที่เป็นแหล่งซ่อนสมจากนั้นพอเวลาตั้งวงดื่มเหล้าจนเมาแล้วค่อยออกไปจับกลุ่มกันก่อเหตุ

เมื่อผ่านกระบวนการใส่รหัสสัญญาณได้ถูกระเบียบที่กำหนดไม่เกิน 70 ตัวอักษร และการจัดระเบียบหมวดหมู่ข่าวสาร ที่เป็นข่าวอาชญากรรม ทำให้ถูกจัดอยู่ใน SMS ข่าว หมวดคมชัด ลึก ดังนี้

“ ผ่าขังผลัดแรก 7 นศ. ปทุมวัน รุมแทงช่างซ่อมมือถือ พุทธการณฺ์ถูกอาจค้ำประกัน ”

ในการสื่อความหมายจะได้ผลสัมฤทธิ์ดังที่ผู้ส่งสารต้องการ หรือผู้รับสารจะสามารถถอดรหัสจากสิ่งที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมาได้ถูกต้องตรงกันหรือไม่ ก็ต้องขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารเองด้วย

โดยต้องอาศัยหลักการของ J.Fiske เพื่อศึกษาตัวผู้รับสาร เนื่องจาก J.Fiske สนใจศึกษาเกี่ยวกับตัวผู้รับสาร โดยเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นแบบ Active ไม่ใช่ Passive เมื่อผู้รับสารได้อ่านสารแล้วก็จะนำเอาประสบการณ์ส่วนตัวในชีวิตของตัวเองใส่เข้ามาในการถอดรหัส ดังนั้นการถอดรหัสของผู้รับสารแต่ละคนก็จะแตกต่างกันออกไป เช่น

“ ข่าวสอนลูกงานหนังให้เป็นประสบการณ์ฝึกฝนเดี่ยวดีเองยินดีหนังเรื่องแรกลูก ”

หากผู้รับสารได้ติดตามข่าวในแวดวงบันเทิง ก็จะทราบได้ว่า “ซ่า” หมายถึง คารานักร้องม่ายสาวสวยเสน่ห์แรง “มาซ่า วัฒนพานิชย์” ที่มี “ลูก” ชื่อ “กาย นวพล” ซึ่งเพิ่งเข้าวงการได้ไม่นาน และได้เล่นเป็นพระเอกในภาพยนตร์เรื่องแรกคือ “อยากได้ฮันนี่ว่ารักกัน”

แต่หากผู้รับสารไม่ได้ติดตามหรือสนใจข่าวบันเทิง ก็อาจจะไม่เข้าใจว่า ซ่า ย่อมาจาก มาซ่า และ ลูกคือ กาย กำลังเล่นหนังเรื่องแรกคือเรื่องอะไร เมื่อไหร่ ซึ่งเป็นสาเหตุให้ การสื่อความหมายจากผู้ส่งสารมาถึงผู้รับสารไม่ประสบความสำเร็จ ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรจะเป็น โดยมักจะเกิดขึ้นกับข่าวที่มีการใช้ชื่อเล่น หรือ ฉายาโดยเฉพาะ หากผู้รับสารมีการติดตามข่าวสารเป็นประจำก็จะสามารถเข้าใจความหมายได้ แต่หากผู้รับสารไม่ได้ติดตามข่าวสารในชีวิตประจำวันมากนัก ก็อาจทำให้เข้าใจไปคนละอย่างกับสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการได้

4.2 แนวคิดเรื่องการเข้ารหัสและการถอดรหัส (Encoding and Decoding)

Stuart Hall(1993) คือนักคิดในช่วงปี 1960-70 ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อน “ศูนย์แห่งการศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัย” มหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮม ประเทศอังกฤษ เขากล่าวถึงการเข้ารหัสและการถอดรหัส (Encoding and Decoding) ว่า รหัสในการเข้ารหัสและการถอดรหัสนั้น อาจจะไม่ตรงกันแบบสมบูรณ์ อาจเกิดความเข้าใจหรือเข้าใจผิดกันได้ ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ที่เหมาะสมระหว่าง 2 ฝ่ายคือ ผู้เข้ารหัสหรือผู้ส่งสารและผู้ถอดรหัสหรือผู้รับสาร ซึ่งทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของรหัสว่าถูกส่งออกไปโดยสมบูรณ์หรือไม่ มีการ “บิดเบือน” หรือ “เข้าใจผิด” หรือไม่

สำหรับเรื่องนี้ Hall ได้อธิบายว่า “การบิดเบือน” และ “เข้าใจผิด” เกิดได้จากการแลกเปลี่ยนในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ที่มีการให้ความหมายในเรื่องต่าง ๆ ที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละคนที่แตกต่างกันซึ่งรวมถึงภูมิหลังและสถานะของผู้ส่งสารหรือผู้เข้ารหัสและผู้รับสารหรือผู้ออกรหัสที่ต่างกันอย่าง โดย Stuart Hall ได้คิดแบบจำลองขึ้นดังนี้

ภาพที่ 6
แสดงแบบจำลองกระบวนการเข้ารหัสและถอดรหัส



เมื่อนำมาใช้กับกระบวนการเข้ารหัสและถอดรหัส SMS ข้อสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ก็สามารถนำมาปรับให้เกิดกระบวนการได้ดังนี้

ภาพที่ 7
แสดงกระบวนการเข้ารหัสและถอดรหัส SMS ข้อสั้นของสำนักข่าวเนชั่น



ในกระบวนการเข้ารหัสและถอดรหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ได้รับการสนับสนุนจากระบบ Infrastructure ก็คือระบบ IES โดยมีบรรณาธิการและนักข่าว Mobile News ในแผนก New Media รวม 6 คนทำหน้าที่เข้ารหัสซึ่งสถานะของผู้ส่งสารจะแบ่งเป็น 2 รูปแบบคือ

1.กรณีที่บรรณาธิการอยู่ในหน้าที่ บรรณาธิการจะเป็นผู้ตัดสินใจคัดเลือกข่าวและกำหนดรหัสใน SMS ข่าวสั้น ก่อนที่จะส่งออกไปยังผู้รับสารผ่านระบบ IES

2.กรณีบรรณาธิการไม่อยู่ในหน้าที่ นักข่าวทุกคนจะต้องทำหน้าที่คัดเลือกข่าวและสร้างรหัสใน SMS ข่าวสั้นเอง โดยทุกคนจะมีสถานะเสมือนเป็นบรรณาธิการ

ในการใช้รหัสต่างๆก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ทำงานและความรู้เรื่องข่าวและการใช้คำศัพท์ต่างๆ เพื่อเข้ารหัสออกมาเป็นตัวท คือ SMS ข่าวสั้นแล้วส่งต่อไปยัง Infrastructure ของผู้รับสารก็คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อที่จะถอดรหัส SMS ข่าวสั้นออกมาได้ 3 รูปแบบ คือ 1.เข้าใจ 2.ไม่เข้าใจ 3.เข้าใจผิด โดยการถอดรหัสจะออกมาในรูปแบบใดก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ความรู้ของแต่ละคน รวมถึงสถานะที่แตกต่างกัน เช่น หากผู้รับสารเป็นนักธุรกิจ เล่นหุ้น ก็สามารถเข้าใจรหัสใน SMS ข่าวสั้นประเภท ข่าวธุรกิจ ข่าวหุ้น และข่าวอัตราแลกเปลี่ยนได้เป็นอย่างดี

4.3 แนวคิดเรื่องผู้รับสารและระบบของรหัสแห่งความหมาย (Audience and Coding System)

Stuart Hall(1993) สนใจเรื่องกลยุทธการใส่รหัสและการถอดรหัส (Encoding & Decoding) โดย Hall ได้แย้งแนวคิดที่มีต่อผู้รับสารของการศึกษาเรื่องผลกระทบและทฤษฎีมวลชน (Media Effect Theory) ซึ่งเชื่อว่า ผู้รับสารมีลักษณะตั้งรับ (passive) ต่ออิทธิพลของสื่อ หากแต่เขาได้เสนอการเข้ารหัสและถอดรหัส (Encoding & Decoding) ที่อธิบายว่า ระบบรหัส (Coding System) ของผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเป็นรหัสการสื่อสารชุดเดียวกันเสมอไป โดยการถอดรหัสมี 3 ลักษณะคือ

1. ถอดรหัสด้วยจุดยืนแบบที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา เรียกว่า Dominant preferred reading
2. ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต้องต่อรองความหมายเสียใหม่ ที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่ไม่ได้คัดค้านโดยตรง เรียกว่า negotiated reading
3. ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อต้าน หรือ ขัดแย้ง กับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา เรียกว่า oppositional reading (กาญจนา แก้วเทพ , 2541)

จุดยืนของการตีความทั้ง 3 แบบนี้เกิดขึ้นตลอดเวลาทุกเวทีของการสื่อสาร เพียงแต่ว่าสัดส่วนของแต่ละจุดยืนจะมากน้อยต่างกันเพียงใดเท่านั้น ซึ่งโดยพื้นฐานแล้ว Stuart Hall ปฏิเสธแนวคิดด้านการสื่อสารที่ว่า “การสื่อสารคือกระบวนการที่ผู้ส่งเป็นคนสร้างความหมายลงไปในการ

แล้วส่งผ่านความหมายนั้นผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร ซึ่งจะทำการถอดความหมายนั้นออกมา” แบบจำลองนี้เรียกว่า Transmission Model ซึ่ง Hall กลับเสนอว่า การกระจายความหมายนั้นมีอยู่ 3 ขั้นตอน และแต่ละช่วงตอนล้วนมีลักษณะของตนเอง

1. ช่วงตอนแรกเป็นขั้นตอนเตรียมการเพื่อการผลิตสื่อ ซึ่งโดยปกติแล้วผู้ผลิตมักจะคิดว่าตนเองไปเอา “วัตถุดิบทั้งหมดที่มี” มานำเสนอ ในการคัดเลือกนี้จะถูกกำหนดจากอุดมการณ์ของผู้ผลิตเอง ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการคัดเลือกจะมีหลายอย่าง นับตั้งแต่ความรู้ความเข้าใจในเรื่องโลกของผู้ผลิต ความรู้ในการผลิต เทคนิคในการผลิต อุดมการณ์วิชาชีพที่ถูกปลูกฝังข้อกำหนดจากสถาบัน ความคิดซึ่งให้แนวทางแก่ผู้ผลิตว่าจะ “ใส่รหัส” ต่อวัตถุดิบอย่างไร ซึ่งจะมีรหัสหลายประเภทที่ทำงานประสานกัน

2. ช่วงขั้นตอนที่สอง เป็นการลงมือทำการผลิต ในขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลง “ความเป็นจริง” ที่เป็นโลก 3 มิติ อันมีโครงสร้างและกรอบของตนเอง มีความหมายอันหลากหลาย ให้แปรรูปมาอยู่ในสื่อต่างๆ ซึ่งขั้นตอนนี้ก็เป็นขั้นตอนการใส่รหัสอีกเช่นกัน

3. ช่วงสุดท้ายเป็นขั้นตอนการถอดรหัส (Decoding) จาก 2 ขั้นตอนข้างต้นจะเห็นว่า สิ่งที่ผู้รับสารรับรู้มันไม่ใช่ “วัตถุดิบจากเหตุการณ์จริง” แต่เป็น “วัตถุดิบที่ผ่านกระบวนการผลิตแล้ว” ซึ่งมีความหมายของผู้ผลิตใส่มาด้วย ส่วนขั้นตอนการถอดรหัสนั้น Hall เชื่อว่า ขั้นตอนนี้เป็นอิสระจาก 2 ขั้นตอนแรก โดยเขากล่าวว่า ความหมายและเนื้อหาสาระไม่เคยถูก “ถ่ายทอด” หากแต่มี “การผลิต” อยู่ตลอดเวลา

จากทั้ง 3 ขั้นตอนจะเห็นว่า Stuart Hall ได้ให้ความสำคัญระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในฐานะของ “ผู้สร้างความหมาย” อย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากความหมายไม่ได้ถูกสร้างไปในขั้นตอนของผู้ผลิตเท่านั้น หากแต่ได้ถูกสร้างขึ้น 2 ครั้ง ครั้งแรกในช่วงผู้ผลิตและครั้งที่ 2 ในช่วงผู้รับสาร โดยที่ในแต่ละช่วงจังหวะทั้ง 3 ที่กล่าวมานั้น ล้วนมีกฎเกณฑ์ของตัวเอง

การศึกษาของ สมัชชา นิลปัทม์ (2549) เรื่องการถอดรหัสของผู้รับสารต่อการเสนอข่าวของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรณีกรือเซะและตากใบ โดยใช้การศึกษาด้วยทฤษฎีการข่าวภาคบังคับ ของทั้ง 2 กรณีและศึกษาผู้รับสารในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยวิธีสนทนากลุ่ม

สำหรับผลการวิจัยจากการสนทนากลุ่มผู้รับสาร 3 กลุ่มหลักคือ กลุ่มชาวบ้าน กลุ่มผู้นำทางความคิด กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ พบว่า ผู้รับสารส่วนใหญ่มีการตีความปฏิเสธความหมายมากกว่าที่จะคล้อยตามการรายงานข่าวของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

ขณะที่กลุ่มผู้นำทางความคิดมีการตีความต่อรองความหมายอยู่บนจุดยืนเชิงผลประโยชน์ของตนและพบว่า ผู้รับสารกลุ่มชาวบ้าน ไม่เพียงแต่ปฏิเสธความหมายจากการรายงานข่าวของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังเรียกร้องหาสื่อต่างประเทศในการรายงานข่าวกรณีตากใบ ซึ่งแสดงให้เห็นภาวะความไม่เชื่อถือ ไม่เพียงแต่เฉพาะสื่อมวลชนของรัฐเท่านั้น แต่หมายรวมถึงว่า กลุ่มชาวบ้านไม่มีความไว้วางใจต่อสื่อมวลชนทุกแขนงของประเทศไทยอีกด้วย

ด้วยปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้เอง ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่า ตัวสาร สามารถสร้างความหมายและสื่อได้ตรงตามความต้องการของผู้ส่งสารมากน้อยแค่ไหน อย่างไร และประสบการณ์ส่วนตัวในการติดตามข่าวสารที่แตกต่างกันไปในผู้รับสารแต่ละคนนั้น จะมีผลต่อการถอดรหัสจากตัวสารหรือไม่ อย่างไร



ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้น ของสำนักข่าวเนชั่น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเมื่อพิจารณาตามปัญหาคำวิจัยที่ระบุไว้ในที่มาและความสำคัญของปัญหา พบว่าผู้วิจัยต้องทำการศึกษาใน 3 ส่วน คือ

- 1.ศึกษารหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น
- 2.ศึกษากระบวนการสร้างรหัส SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น
- 3.ศึกษาการตีความ ถอดรหัสของผู้รับสารต่อการนำเสนอ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น

ระเบียบวิธีวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดใช้ การวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) ของ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น เป็นการวิเคราะห์รหัสและวิเคราะห์การเข้ารหัส เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการสร้างรหัสสัญญาณอย่างละเอียด โดยมีการใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Group Interview) รวมถึงการสังเกตและจดบันทึก เสริมในการศึกษาในด้านของผู้ส่งข่าวว่ามีการใช้รหัสสัญญาณใน SMS ข่าวอย่างไรบ้าง มีการใช้วิธีการสนทนาทางโทรศัพท์ (Tele Interview) ในการศึกษาการตีความถอดรหัสของผู้รับสารด้วยเช่นกัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจัดแบ่งตามแหล่งข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยดังนี้

- 1.ข้อมูลเพื่อศึกษาตัวสาร (Text)

SMS ข่าว ของสำนักข่าวเนชั่นในประเภทต่างๆ ได้แก่ ทันข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ ข่าวหุ้น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน เฉพาะที่เป็นภาษาไทยของสำนักข่าวเนชั่น ผู้วิจัยได้กำหนดเลือกโดยการสุ่มตัวอย่างข้อความข่าวแต่ละประเภทมาให้เหลือ 224 ข้อความ จากประชากรข่าวทั้งหมด 2,278 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 9.83

โดยกำหนดระยะเวลาศึกษารวบรวมข้อข่าวสั้น SMS ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง 20 พฤษภาคม 2553 รวมระยะเวลา 50 วัน

โดยจะมีการสุ่มตัวอย่าง 2 แบบให้ครอบคลุม SMS ข่าว ทั้ง 6 ประเภท ดังนี้

- (1) สำหรับข่าวทันข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ จะสุ่มวันละ 1 ข่าวต่อ 1 ประเภทข่าว ซึ่งเป็นการสุ่มเลือกแบบ 1 ข้อความวัน 1 ข้อความไล่ไปทุกวัน เช่น วันที่ 1 เลือก

ข้อความที่ 1 ,วันที่ 2 เลือกข้อความที่ 3, วันที่ 3 เลือกข้อความที่ 5, วันที่ 4 เลือกข้อความที่ 7 เมื่อสุ่มจนครบ 50 ข้อความในแต่ละประเภทข่าว จะได้จำนวนข่าวทั้งหมดดังนี้

$$50 + 50 + 50 + 50 = 200 \text{ ข้อความ}$$

(2) สำหรับประเภท ข่าวหุ้น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน จะสุ่มมาประเภทละ 12 ข้อความ โดยเลือกสุ่มวันละ 1 ข้อความแบบ วันเว้นวันจนครบ 12 ข้อความ เช่น วันที่ 1 เลือกข้อความที่ 1, วันที่ 3 เลือกข้อความที่ 3, วันที่ 5 เลือกข้อความที่ 5 ไปจนครบ 12 ข้อความ เนื่องจากเป็นข่าวที่มีรูปแบบตายตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลงการใช้คำหรือภาษา ได้จำนวน

$$12 \times 2 = 24 \text{ ข้อความ}$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างข่าวทั้ง 6 ประเภทจึงรวมเป็น 224 ข้อความ

2. ข้อมูลเพื่อศึกษาผู้ส่งสาร มี 2 ประเภทคือ

2.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคล

กลุ่มผู้ส่งสาร ได้แก่ ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการส่งข่าว SMS ของสำนักข่าวเนชั่นในทุกประเภทข่าว ซึ่งจะศึกษาโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Group Interview) คือบุคคลดังต่อไปนี้

(1) สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน)

(2) ดิยากร วงศ์เลิศวาทิก Rewriter แผนกMobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน)

(3) ธนิตา ทองแจ่ม Rewriter แผนกMobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน)

(4) พิชชาพัทธ์ อัจพงษ์ Rewriter แผนกMobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน)

(5) อธิพัทธ์ ปิ่นละโรจน์ Rewriter แผนกMobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน)

มีประเด็นคำถามหลัก ๆ ดังนี้

1. ความหมายของข่าวสั้นในความคิดท่าน คืออะไร ?
2. กระบวนการทำงานในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นอย่างไร ?
3. ใครเป็นคนคัดเลือกข่าวมาเขียน SMS ใช้เกณฑ์ใดในการคัดเลือก ?
4. ข้อจำกัดของการส่งข่าวสั้นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ 70 ตัวอักษร ภายใต้ข้อจำกัดนี้ ท่านมีกลวิธีในการเขียนอย่างไรบ้าง ?
5. หากมีคำใหม่ ๆ เกิดขึ้น มีวิธีการสร้างรหัสร่วม หรือแบบแผนในการเขียนข่าวร่วมกันหรือไม่ เช่น กลุ่มมือ ?
6. ในการส่งข่าวแต่ละประเภท ใช้อะไรเป็นหลักในการสร้างความแตกต่าง ?
7. ความยากง่ายในการเข้ารหัสข่าวแต่ละประเภท ยากง่ายต่างกันหรือไม่ อย่างไร ?
8. เคยส่ง SMS ข่าวไปแล้วมีปัญหาบ้างหรือไม่ อย่างไร ?
9. หากเคยเกิดปัญหาแล้วมีวิธีแก้อย่างไร ?

2.2 ข้อมูลจากการสังเกตและจดบันทึก

เป็นการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) แบบปิดลับ การทำงานของนักข่าวและบรรณาธิการ แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) ในช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง 20 พฤษภาคม 2553 รวมระยะเวลา 50 วัน

เนื่องจากผู้วิจัยเป็น 1 ในทีมข่าว ซึ่งมีอยู่ทั้งหมด 6 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถสังเกตและจดบันทึกการทำงานของผู้ร่วมงาน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้เข้ารหัสทั้ง 5 คนได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด แต่เนื่องจากเป็นผู้ร่วมงานที่มีความสนิทสนมและร่วมกันทำงานมาเป็นเวลานาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกการสังเกตแบบปิดลับ ไม่ให้ผู้ร่วมงานรู้ตัว เพื่อป้องกันการสร้างภาพ หรือประกอบสร้างข้อมูลบางอย่างซึ่งอาจเกิดขึ้นได้

3. ข้อมูลเพื่อศึกษาผู้รับสาร

กลุ่มผู้รับสาร ได้แก่ กลุ่มผู้ที่ใช้บริการเนชั่นโมบายนิวส์ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายประเภท โดยคัดเลือกจากผู้โทรเข้ามาทางแสดงความเห็น ดิชมหรือร้องเรียนเกี่ยวกับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นผ่านทาง Call Center ของสำนักข่าวเนชั่น

ในช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง 20 พฤษภาคม 2553 รวมระยะเวลา 50 วัน เพื่อศึกษาเรื่องความเข้าใจที่มีต่อการถอดรหัสตัวสาร

ทำการสุ่มเลือกมาประเภทข่าวละ 2 คน จาก SMS ข่าวสั้นทั้ง 6 ประเภท รวมทั้งสิ้น 12 คน ทำการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์(Tele Interview) โดยมีบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ประเภททันข่าว

- (1) ศุภวิทย์ บุญยยืน อาชีพ พนักงานบริษัท
- (2) กัญญาภัทร์ เพ็ญคารา อาชีพ Sale Marketing

ประเภทคมชัดลึก

- (1) บัณฑิต เตือคขุนทด อาชีพ ช่างเทคนิคช่างยนต์
- (2) วสุ กลิ่นเกษร อาชีพ พนักงานส่งเอกสาร

ประเภทบันเทิง

- (1) ธนพงศ์ ภูอากาศ อาชีพ ผู้สื่อข่าวบันเทิง
- (2) ยุพเรศ ดุกร อาชีพ พนักงานการเงิน

ประเภทธุรกิจ

- (1) สิทธิศักดิ์ จรรยาอังกูร อาชีพ พนักงานบริษัท
- (2) พรชัย ชวานาวิก อาชีพ ผู้ช่วยช่างภาพ

ประเภทหุ้น

- (1) เพ็ญจันทร์ แสงพิลิตี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
- (2) พิมพีภา ชัยอู่ อาชีพ พนักงานบริษัท

ประเภทอัตราแลกเปลี่ยน

- (1) ชปทิตตา หงษ์จักรเพชร อาชีพ พนักงานฝ่ายบุคคล
- (2) ปรียาลักษณ์ บุญมั่น อาชีพ ผู้สื่อข่าวสายเศรษฐกิจ

สำหรับประเด็นคำถามหลัก ๆ มีดังนี้

1. ท่านใช้บริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นประเภทใด ใช้มานานเท่าใด ?
2. ทำไมท่านจึงตัดสินใจรับบริการ SMS ข่าวสั้น ?
3. เมื่อได้รับ SMS ข่าวสั้นแล้ว มีความเข้าใจในตัวเนื้อหาหรือไม่ อย่างไร ?
4. หากไม่เข้าใจ จะไม่เข้าใจในส่วนใด เพราะเหตุใด ?
5. เคยมี feedback กลับมายังสำนักข่าวเนชั่นใหม่ หากเคย ทำอย่างไร ?

6.เท่าที่ได้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น มีความพอใจหรือไม่ อย่างไร ?

7.นอกจากรับบริการ SMS ข่าวสั้น ท่านได้ติดตามข่าวสารจากช่องทางอื่นหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ?

ขั้นตอนการวิจัย

สำหรับขั้นตอนการวิจัย จะเรียงลำดับตามความยากง่ายในการเก็บข้อมูล และการใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ของ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ไปพร้อมๆกับการสังเกตและจดบันทึกการทำงานของกลุ่มผู้ส่งสาร

เมื่อวิเคราะห์ตัวบทไปได้สักระยะ จึงเริ่มทำการสัมภาษณ์ผู้ส่งสาร โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) เพื่อนำรหัสที่สามารถวิเคราะห์ได้บางอย่าง รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและจดบันทึกวิธีการทำงานของผู้ส่งสาร มาสร้างเป็นคำถามในการสัมภาษณ์ เพื่อการเจาะลึกข้อมูลในส่วนของการกระบวนการใส่รหัสได้มากขึ้น

จากนั้นจึงวิเคราะห์ ข้อมูล record การร้องเรียนของผู้ใช้บริการ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อศึกษา feedback ของผู้รับสาร แล้วคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก record ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอยู่ แล้วเพื่อมาสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อศึกษาการถอดรหัส และการมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการพิจารณา โดยจะแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วนคือ

1.วิเคราะห์กระบวนการสร้างรหัสสัญลักษณ์ ของ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1.1 การวิเคราะห์ตัวบท (Text) ของ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นในประเภทต่างๆ นำมาแยกคำ จัดประเภท หมวดหมู่ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการใช้คำย่อในสังคมคอมพิวเตอร์ (Acronyms used in the Computer Community) ซึ่งเป็นการใช้คำย่อ Acronyms หรืออาจเรียกว่า Abbreviation โดยเลือกใช้ 1 วิธีคือ การย่อคำแบบตัดอักษรแล้วใช้การเดา ซึ่งลักษณะเช่นนี้มักตัดสระออก เช่น ur หมายถึง your , PLS หมายถึง please , MSG หมายถึง message

รวมถึงการใช้ Emoticon มาจากคำ 2 คำ คือ Emotion กับ Icon เป็นการแสดงออกถึงอารมณ์และความรู้สึก โดยใช้การเรียงสัญลักษณ์ ที่มีอยู่บนแป้นพิมพ์ออกมาเป็นรูปภาพ เพื่อใช้ให้เข้าใจกัน

โดยทั่วไป ซึ่งการเขียนข่าว SMS นั้น มีกระบวนการคล้ายกับแนวคิดในการสร้าง Emoticon กล่าวคือ นำคำภาษาไทยที่มีความหมายต่างๆในตัวอยู่แล้ว นำมาผ่านกระบวนการใส่รหัส สัญลักษณ์ เพื่อให้เกิดความหมายใหม่ เพื่อส่งความหมายที่ผู้ส่งต้องการไปยังผู้รับสาร

ดังนั้นในการวิเคราะห์ตัวบท (Text) จึงต้องใช้ทฤษฎีสัญญาวิทยา (Semiological Analysis) ตามแนวคิดของ U.Eco (1979) โดยใช้การวิเคราะห์หา Paradigmatic คือการแสวงหาชุดของสัญลักษณ์ต่างๆ ที่อยู่ในระบบที่สัมพันธ์กัน และยังสามารถนำมาใช้แปรเปลี่ยนกันได้ โดยยังคงรักษาความหมายเดิมเอาไว้

ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น มาอธิบายการสร้างรหัสสัญลักษณ์ที่มีอยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อสนับสนุนข้อสันนิษฐานข้อที่ 1

1.2 การวิเคราะห์ผู้ส่งสาร (Sender) จะใช้แนวคิดเกี่ยวกับข่าว คุณค่าของข่าว และการเลือกสรรข่าว มาเป็นกรอบในการอธิบายการปฏิบัติหน้าที่ของผู้นำเสนอข่าว SMS

รวมถึงทฤษฎีสัญญาวิทยา (Semiological Analysis) ในหลักการของ Saussure ที่กล่าวถึงสัญลักษณ์ว่ามี 2 ส่วน คือ ตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) คำนิยามของสัญลักษณ์ก็คือสิ่งที่มีความหมายมากกว่าตัวของมันเอง โดยในกระบวนการใส่รหัสสัญลักษณ์ทำได้ 3 วิธี คือ การใส่ความหมาย (construction) การถอดความหมายออก (deconstruction) และการใส่ความหมายใหม่ (reconstruction)

ผู้วิจัยจะนำแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่ออธิบายถึงกระบวนการสร้างความหมาย การใส่รหัสสัญลักษณ์ของผู้ส่งสารที่ปฏิบัติงานส่งข่าว SMS ของสำนักข่าวเนชั่น

2.วิเคราะห์การตีความ/ถอดรหัสของผู้รับสารต่อการนำเสนอ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น

เป็นการวิเคราะห์ทางฝ่ายผู้รับสาร โดยประยุกต์มาจากแนวคิดเรื่องผู้รับสารและระบบของรหัสแห่งความหมาย (Audience and Coding System) ซึ่ง Stuart Hall(1993) ได้เสนอการเข้ารหัสและถอดรหัส (Encoding & Decoding) ที่อธิบายว่า ระบบรหัสของผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเป็นรหัสการสื่อสารชุดเดียวกันเสมอไป โดยการถอดรหัสมี 3 ลักษณะคือ การถอดรหัสด้วยจุดยืนแบบที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต้องต่อรองความหมายใหม่ ซึ่งแตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร และการถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อต้านหรือขัดแย้งกับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวข้างต้นมาประยุกต์ใช้กับการถอดรหัสของผู้รับสารต่อการนำเสนอ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น โดยมีการถอดรหัสใน 3 ลักษณะ คือ การถอดรหัสแล้วเข้าใจรหัส ถอดรหัสแล้วไม่เข้าใจรหัส และถอดรหัสแล้วเข้าใจรหัสผิด ซึ่งผู้วิจัยจะใช้หลักการนี้

เพื่ออธิบายถึงการตีความและถอดรหัสของผู้รับสารในการรับบริการ SMS ข่าว ของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อสนับสนุนข้อสันนิษฐานข้อที่ 2

การนำเสนอข้อมูล

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จะนำมาจัดเรียงข้อมูลเพื่อนำเสนอตามปัญหาคำถามการวิจัย หรือ วัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเรียงลำดับดังนี้

บทที่ 4 นำเสนอข้อมูล ตัวบท (text) เพื่ออธิบายว่าใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นแต่ละประเภท มีการใส่รหัสสัญญาณ อย่างไรบ้าง โดยจัดเป็นหมวดหมู่ เป็นชุดของสัญญาณ (set of sign) เพื่อให้เข้าใจได้กระจ่างชัดเจนมากขึ้น

บทที่ 5 นำเสนอข้อมูลจากตัวผู้เข้ารหัสว่ามีกระบวนการในการสร้างรหัสสัญญาณใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นอย่างไรบ้าง โดยอธิบายในรายละเอียดว่ามีขั้นตอนในการทำงานอย่างไร มีวิธีการคัดเลือกข่าว เลือกคำที่ใช้ในข่าวอย่างไรบ้าง เพื่ออธิบายถึงกระบวนการสร้างรหัสสัญญาณใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

บทที่ 6 นำเสนอข้อมูลการตีความ/ถอดรหัสของผู้รับสารต่อการนำเสนอ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น โดยอธิบายว่าตัวสารเองสามารถสื่อได้ตรงตามความตั้งใจของผู้ส่งสารมากน้อยเพียงใด มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความเข้าใจ รวมถึงเมื่อผู้รับสารถอดรหัสแล้วจะมีปฏิกิริยาตอบกลับ (feedback) หรือไม่ อย่างไร

บทที่ 7 เป็นการสรุปผลการศึกษาวิจัยของทั้ง 3 ส่วนดังที่กล่าวไปแล้ว และการอภิปรายผลการศึกษาวิจัย โดยจะใช้แนวคิดเรื่องการเข้ารหัสและการถอดรหัส (Encoding and Decoding) เป็นกรอบในการอภิปรายผล พร้อมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

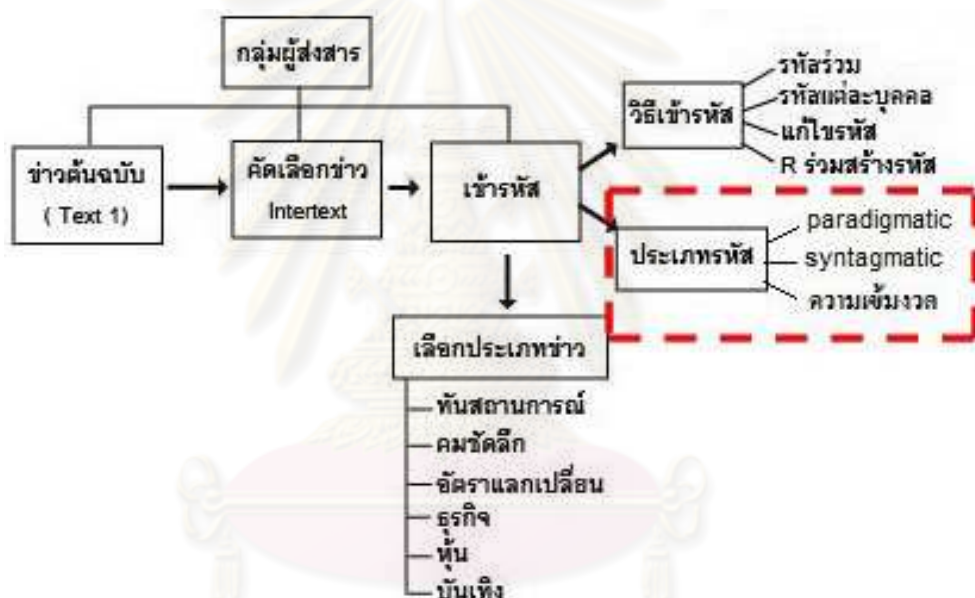
บทที่ 4

การวิเคราะห์รหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

การวิจัย เรื่อง “รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น” ในครั้งนี้ ได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการรายงานผลการวิจัยในบทนี้ เป็นการรายงานผลการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวในบริการข้อความสั้น (Textual Analysis) เพื่อศึกษารหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ในการตอบโจทย์การวิจัยข้อ 1 ว่ารหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นนั้นเป็นอย่างไรและมีอะไรบ้าง ดังแผนผัง

ภาพที่ 9

แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวในบริการข้อความสั้น (Textual Analysis)



สำหรับการรายงานผลการวิจัยจะนำเสนอในรูปแบบของตารางแสดงจำนวน SMS ข่าวตามข้อค้นพบ โดยเปรียบเทียบกับข่าวทั้ง 6 ประเภทคือทันข่าว คมชัดลึก บันเทิง ธุรกิจ หุ้น และอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แยกส่วนเป็นหัวข้อดังนี้

1) วิเคราะห์รหัสแบบ syntagmatic เป็นการวิเคราะห์รหัสโดยภาพรวมของ SMS ข่าวสั้นทั้งข้อความ เพื่อศึกษารูปแบบการเรียบเรียงประโยค ประเด็น ลำดับชั้นของเนื้อหาข่าวว่าจะมีผลต่อความตีความหมายของข่าวแต่ละข่าวหรือไม่อย่างไร โดยการวิเคราะห์รหัสแบบ syntagmatic

มีดังนี้ 1.1 วิเคราะห์ SMS ข่าวสั้นแบบประเด็นเดียวและหลายประเด็น

1.2 วิเคราะห์การเรียงประโยค สลับประเด็นอันจะมีผลต่อความหมายของ SMS ข่าว

1.3 วิเคราะห์รูปแบบประโยคที่นำเสนอใน SMS ข่าวนและการสลับตำแหน่งคำ

2) วิเคราะห์รหัสแบบ paradigmatic วิเคราะห์หาชุดของสัญญาณ (set of sign) เป็นการวิเคราะห์รหัสโดยการแยกส่วน SMS ข่าวสั้นออกเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อศึกษารูปแบบของรหัสภาษาที่มีอยู่ใน SMS ข่าวว่าการเลือกใช้รหัสแต่ละส่วนมีผลต่อการตีความหมาย และสามารถสื่อความหมายออกไปได้ครบถ้วนหรือไม่ อย่างไร โดยการวิเคราะห์รหัสแบบ paradigmatic

มีดังนี้ 2.1 วิเคราะห์ชุดของสัญญาณสำหรับประธานและกรรม

2.2 วิเคราะห์ชุดของสัญญาณสำหรับคำกริยา

2.3 วิเคราะห์การใช้รหัส (code) ใน SMS ข่าวสั้น แบ่งการรายงานผลเป็น

- ก. การใช้คำและภาษา
- ข. การใช้เครื่องหมาย

3) วิเคราะห์ความเข้มงวดของรหัส เพื่อศึกษาความผิดพลาดของรหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นว่าจะก่อให้เกิดผลเสียหายในการตีความหมาย ประเด็น และเนื้อหาข่าวใน SMS ข่าวสั้น ๆ หรือไม่ อย่างไร

ข้อมูลเบื้องต้น : ปริมาณ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา

ในขั้นแรกนี้ก่อนที่จะเข้าสู่การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวในบริการข้อความสั้น (Textual Analysis) ในรูปแบบต่าง ๆ ผู้วิจัยจะทำการอธิบายถึงจำนวนประชากรและการสุ่มตัวอย่างของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่นำมาศึกษา ดังนี้

(ก) ประชากรของปริมาณ SMS ข่าวสั้น

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สำหรับการรายงานผลการศึกษาเนื้อหา SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เป็นจำนวน 6 ประเภท คือ ทันข่าว คมชัดลึก บันเทิง ธุรกิจ หุ่น และอัตราแลกเปลี่ยน โดยใช้ช่วงเวลาในการเก็บกลุ่มตัวอย่างของข่าวสั้น เป็นเวลา 50 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง 20 พฤษภาคม ซึ่งมีจำนวนข่าวที่นำเสนอทั้งหมด 2,278 ข้อความ และในจำนวนนี้มีการสุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาศึกษาทั้งหมด 224 ข้อความ โดยมีการแยกจำนวน SMS ข่าวทั้งหมด และจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน SMS ข่าวสั้นที่ใช้ในการศึกษา

| ประเภทข่าว | จำนวนSMSข่าว(ข่าว) | จำนวนSMSข่าวเฉลี่ย/วัน |
|-----------------|--------------------|------------------------|
| ทันข่าว | <u>877</u> | <u>17.54</u> |
| คมชัดลึก | 736 | 14.72 |
| บันเทิง | 209 | 4.18 |
| ธุรกิจ | 315 | 6.3 |
| หุ้น | 72 | 1.44 |
| อัตราแลกเปลี่ยน | 69 | 1.38 |
| รวม | 2,278 | 7.59 |

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่าจำนวน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นในแต่ละประเภทมีจำนวนไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารจะนำเสนอข่าวมากน้อยเพียงใดในแต่ละประเภทและแต่ละวัน จากตารางข้างต้นพบว่า ทันข่าวเป็นประเภทข่าวที่มีการนำเสนอข่าวเป็นจำนวนมากที่สุด คือ 877 ข้อความ และมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 17.54 ข้อความ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นประเภทข่าวที่นำเสนอข่าวเด่นในแต่ละวันโดยไม่จำกัดว่าจะจะเป็นข่าวการเมือง กีฬา เศรษฐกิจ หรืออื่น ๆ แต่เน้นข่าวที่สำคัญเปรียบเสมือนข่าวที่จะลงพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์หน้า 1 จึงทำให้มีปริมาณข่าวที่ต้องส่งมากกว่าข่าวสั้นประเภทอื่น

อันดับสอง คือ ข่าวคมชัดลึกมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 14.72 ข้อความ **อันดับสาม** คือ ข่าวธุรกิจมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 6.3 ข้อความ **อันดับสี่** คือ ข่าวบันเทิงมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 4.18 ข้อความ **อันดับห้า** คือ ข่าวหุ้นมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 1.44 ข้อความ และประเภทข่าวที่มีการนำเสนอขำน้อยที่สุด คือข่าวอัตราแลกเปลี่ยนซึ่งมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 1.38 ข้อความ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นข่าวที่มีเนื้อหาตายตัว และข้อมูลของข่าวก็คืออัตราแลกเปลี่ยน จะมีการนำเสนอเพียง 1 ครั้งต่อวันเท่านั้น

รวมจำนวน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 2,278 ข้อความ และมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 7.59 ข้อความ ซึ่งจากจำนวนทั้งหมดจะมีการสุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุม SMS ข่าว ทั้ง 6 ประเภท โดยจะแบ่งแยกลักษณะของ SMS ข่าวสั้นได้ 2 แบบคือ

1. แบบเปลี่ยนแปลงหลากหลาย (dynamic) คือ ประเภท ทันข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ
2. แบบตายตัว (static) คือ ประเภท ข่าวหุ้น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งจากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ประเภทข่าวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนในการนำเสนอน้อยกว่ากลุ่มแรก

(ข) กลุ่มตัวอย่างของปริมาณ SMS ข่าวสั้น

จากลักษณะประเภทของข่าว ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการสุ่มตัวอย่าง โดยการแบ่ง SMS ข่าวทั้ง 6 ประเภทออกเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 มี 4 ประเภทคือ ทันข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ จะสุ่มวันละ 1 ข่าวต่อ 1 ประเภทข่าว จะได้จำนวนข่าวดังนี้ $50 + 50 + 50 + 50 = 200$ ข้อความ

กลุ่มที่ 2 มี 2 ประเภทข่าวคือ ข่าวหุ้น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน จะสุ่มมาประเภทละ 12 ข้อความ เนื่องจากเป็นข่าวที่มีรูปแบบตายตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลงการใช้คำหรือภาษา ดังนั้นจำนวนรวมเป็นดังนี้ $12 + 12 = 24$ ข้อความ

รวมสุ่มตัวอย่างจากทั้ง 2 กลุ่ม $200 + 24 = 224$ ข้อความ

เมื่อแยกกลุ่มประเภทข่าวแล้ว สามารถนำ SMS ข่าวประเภทต่าง ๆ มาวิเคราะห์ได้ โดยใช้ตัวแปรประเภทข่าวในการวิเคราะห์ผลความแตกต่างในการสร้างรหัสของข่าวแต่ละประเภท

1) การวิเคราะห์รหัสแบบ Syntagmatic

สำหรับการวิเคราะห์รหัสแบบ Syntagmatic คือการวิเคราะห์หาระบบสัญญาณ โดยเน้นลำดับขั้นตอน(sequence) หรือช่วงระยะเวลาของเหตุการณ์ หรือการปรากฏของสัญญาณ เนื่องจากลำดับขั้นหรือการเรียบเรียงประโยคและประเด็นใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น อาจมีส่วนทำให้ความหมายของเนื้อหาเปลี่ยนแปลงไป

1.1 วิเคราะห์ SMS ข่าวสั้นแบบประเด็นเดียวและหลายประเด็น

ในเบื้องต้นนี้ ผู้ศึกษาจะแสดงข้อมูลจำนวนประเด็นในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นต่อ 1 ข้อความ เนื่องจากจำนวนประเด็นเป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเรียงลำดับ เป็นการวิเคราะห์ให้เห็นความแตกต่างของการนำเสนอข่าวประเด็นเดียวและหลายประเด็น

ตัวอย่างเช่น

ข่าวประเด็นเดียว “พลอยชิดจันทร์แถลงแต่งงานกับเจษฎาภรณ์พงษ์ทองลูกชาย7ค.ตั้งชื่อทาจิโน่”
 ข่าวสองประเด็น “จตุพรอัคพรม.ชี้คสช.7วันรัฐหวังทหารปฏิวัติ / ลั่น20เมษาปิดถ.ยาวถึงสี่

เพื่อศึกษาว่าการส่ง SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นแต่ละประเภทมีการนำเสนอจำนวนประเด็นแตกต่างกันอย่างไร ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนประเด็นในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นต่อ 1 ข้อความ

| จำนวนประเด็น | ทันข่าว | คมชัดลึก | บันเทิง | ธุรกิจ | หุ้น | อัตราแลกเปลี่ยน | รวมทุกประเภทข่าว |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|---------------------|
| 1) ประเด็นเดียว | 19 (38%) | 20 (40%) | 39 (78%) | 31 (62%) | - | 12 (100%) | <u>121</u> (54%) |
| 2) สองประเด็น | 31 (62%) | 30 (60%) | 11 (22%) | 19 (38%) | 12 (100%) | - | 103 (46%) |
| 2.1 ทิศทางเดียวกัน | 20 (40%) | 18 (36%) | 11 (22%) | 18 (36%) | 12 (100%) | - | 79 (35.25%) |
| 2.2 คนละทิศทาง | 11 (22%) | 12 (24%) | - | 1 (2%) | - | - | 24 (10.75%) |
| รวม | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 12 (100%) | 12 (100%) | 224 (100%) |

จากตารางที่ 2 พบว่าจำนวนประเด็นในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นต่อ 1 ข้อความนั้นไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับประเภทข่าวและเนื้อหาข่าวที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อในข้อความนั้น ๆ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างประเด็นเดียวกับสองประเด็น พบว่า เป็นการนำเสนอข่าวประเด็นเดียวมากที่สุดคือ 121 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54 โดยข่าวอัตราแลกเปลี่ยนเสนอข่าวประเด็นเดียวทั้งหมด 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวนตัวอย่างทั้ง 12 ข้อความที่นำมาศึกษา ข่าวบันเทิงนำเสนอ 39 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 78 ของจำนวนตัวอย่างที่นำมาศึกษา ข่าวธุรกิจนำเสนอ 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 20 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40 และทันข่าวนำเสนอ 19 จาก 50 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 38 ขณะที่ข่าวหุ้นไม่มีการนำเสนอข่าวประเด็นเดียวเลย

สำหรับข่าวหุ้นที่ไม่มีการนำเสนอข่าวประเด็นเดียว อันเนื่องมาจากการนำเสนอข่าวจะมีลักษณะตายตัวและต้องมียกอย่างน้อยสองประเด็น คือ การนำเสนอตัวเลขสภาวะหุ้น ณ ขณะนั้น (ประเด็นที่ 1) และ 5 อันดับการซื้อขายสูงสุด(ประเด็นที่ 2)

ตัวอย่างเช่น

“SET บ่ายปิด 761.18 +3.33 วอลุ่ม 22,574.98 ต. TOP5 PTT, PTTEP, IVL, PTTCH, BBL”

สาเหตุที่ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนเสนอข่าวประเด็นเดียวทั้งหมด เนื่องจากข่าวประเภทดังกล่าว มีรูปแบบตายตัวเช่นกัน คือต้องรายงานประเด็นเดียวกันทุกวัน ซึ่งเป็นข้อมูลเฉพาะที่ไม่สามารถ ดัดแปลง เปลี่ยนคำหรือใส่หลาย ๆ ประเด็นได้ เนื่องจากหากนำเสนอข่าวในลักษณะคำย่อหรือสั้น ห้วนมากเกินไปอาจมีผลต่อความเข้าใจที่ไม่สมบูรณ์ ทั้งยังเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง(fact) เพียง อย่างเดียว โดยไม่มีข้อมูลประเภทความคิดเห็น(opinion)

ตัวอย่างข่าวประเด็นเดียว คือประเด็นบอกอัตราแลกเปลี่ยน

“แลกเปลี่ยนวันนี้บาทต่อUSD32.45/GBP49.47/EUR43.97/JPY(100)34.93/HKD4.18”

อันดับสอง พบว่า เป็นการนำเสนอข่าวสองประเด็น 103 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 โดยข่าวประเภทหุ้นมีการนำเสนอมากที่สุดคือ 12 ข้อความจากจำนวนตัวอย่างทั้ง 12 ข้อความที่ นำมาศึกษาคิดเป็นร้อยละ 100 ทันท่วงทีนำเสนอ 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 คมชัดลึก นำเสนอ 30 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 60 ธุรกิจนำเสนอ 19 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 38 บันเทิงนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22 ขณะที่ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการนำเสนอ ในลักษณะนี้

ในกลุ่มการนำเสนอข่าวสองประเด็นแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ การนำเสนอข่าวสอง ประเด็นในทิศทางเดียวกัน และ การนำเสนอข่าวสองประเด็นแบบคนละทิศทาง

สำหรับการนำเสนอข่าวสองประเด็นในทิศทางเดียวกันมีการนำเสนอมากกว่า โดยนำเสนอ 79 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 35.35 โดยข่าวหุ้นเป็นประเภทข่าวที่มีการนำเสนอมากที่สุดคือ 12 ข้อความจากจำนวนตัวอย่างทั้ง 12 ข้อความที่นำมาศึกษา คิดเป็นร้อยละ 100 ประเภททันท่วงที นำเสนอ 20 จาก 50 ข้อความที่นำมาศึกษาคิดเป็นร้อยละ 40 ประเภทข่าวคมชัดลึกและข่าวธุรกิจ นำเสนอ 18 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 36 และข่าวบันเทิงนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็น ร้อยละ 22

ตัวอย่างข่าว 2 ประเด็นในทิศทางเดียวกัน

“SETเช้าปิด800.07 -1.25 วอลุ่ม13,502.60ล.TOP5PTTEP,PTT,BANPU,PTTAR,CPF”

(ประเด็น1) SETเช้าปิด800.07 -1.25 วอลุ่ม13,502.60ล.

(ประเด็น2) TOP5PTTEP,PTT,BANPU,PTTAR,CPF

ทั้ง 2 ประเด็นเป็นข่าวความเคลื่อนไหวของตลาดหุ้นจึงถือว่าเป็นข่าวในทิศทางเดียวกัน แต่ ก็แยกได้เป็น 2 ประเด็นคือ 1.ประเด็นตัวเลขหุ้นปิดตลาดภาคเช้า

2.ประเด็นการจัดลำดับหุ้่นที่มีการซื้อขายกันมากที่สุดใภภาคเข้า

สำหรับการเสนอข่าวแบบ ข่าวสองประเด็นคนละทิศทางการนำเสนอ 24 จาก 224 ข้อคิดเป็นร้อยละ 10.75 ประเภทข่าวคมชัดลึกนำเสนอ12 จากตัวอย่างที่นำมาศึกษาจาก 50 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 24 ทันข่าวนำเสนอ 11 จาก 50 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 22 ข่าวธุรกิจนำเสนอ 1 ข่าวจากตัวอย่างที่นำมาศึกษา 12 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 2 ขณะที่ข่าวบันเทิง หุ้่น และอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการนำเสนอในรูปแบบดังกล่าวเลย

ตัวอย่างข่าว 2 ประเด็นคนละทิศทาง

“ศอฉ.แฉลวงรวบมือขวาเสชแดงสอบภาค1-ปฉิธานยัันรัฐเจรจาถ้านปช.หยุคก้อจราจล”

(ประเด็น1) ศอฉ.แฉลวงรวบมือขวาเสชแดงสอบภาค1

(ประเด็น2) ปฉิธานยัันรัฐเจรจาถ้านปช.หยุคก้อจราจล

นอกจากนี้ หากพิจารณาในแง่ของประเภทข่าว ด้วยการเปรียบเทียบการนำเสนอประเด็นข่าว 1 ประเด็นและ 2 ประเด็นแล้ว จะพบว่า ข่าวบันเทิงและธุรกิจมีการใส่ประเด็นข่าวแบบประเด็นเดียวมากกว่า 2 ประเด็น โดยข่าวบันเทิงนำเสนอข่าวประเด็นเดียว 39 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 78 ของตัวอย่างที่นำมาศึกษา ขณะที่นำเสนอข่าว 2 ประเด็นรวม 11 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 22 และข่าวธุรกิจนำเสนอข่าวประเด็นเดียว 31 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 62 ขณะที่นำเสนอข่าว 2 ประเด็นรวม 19 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 38 เนื่องจากข่าวทั้ง 2 ประเภทนี้เป็น การนำเสนอข่าวแบบเฉพาะด้าน โดยข่าวบันเทิงมีการนำเสนอเฉพาะข่าวที่เกี่ยวข้องกับดารา นักร้อง และเหตุการณ์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงเท่านั้น ในขณะที่ข่าวธุรกิจเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการเงินและเศรษฐกิจ ซึ่งในแต่ละวันจำนวนข่าวที่เข้ามาไม่มากนัก สามารถนำเสนอได้พอดีกับจำนวนข้อความที่ถูกจำกัดให้ส่งได้วันละ 8-10 ข้อความ ประกอบกับความเป็นข้อมูลข่าวสารที่เฉพาะด้าน ดังนั้นในการใช้คำบางคำอาจต้องมีการอธิบายหรือใช้คำเต็ม เพื่อความสะดวกในการเข้าใจเนื้อหา เช่น

ข่าวธุรกิจ

“ศูนยััยกสิกรฯคาดเงินเพื่อQ2ไม่เกินร้อยละ3.4 ครึ่งปีหลังมีโอกาสเพิ่ม 6 พค. 53”

จาก SMS ข่าวข้างต้นเห็นได้ว่ามีคำว่า Q2 ซึ่งย่อมาจากคำว่า ไตรมาสที่สองของปี อยู่แล้ว ดังนั้นหากใส่ข่าว 2 ประเด็นจะทำให้ต้องตัดคำหรือเพิ่มคำย่ออื่น ๆ อีก ซึ่งอาจทำให้ผู้รับ SMS ข่าวไม่เข้าใจความหมายของเนื้อหาหรือเข้าใจผิดไปได้

ข่าวบันเทิง

“ผู้ยปีทววรรณศุคปลั้มคลอดลูกสาวสุขภาพแข็งแรงทั้งแม่ลูกตั้งชื่อน้องพริม”

หากมีการใส่ 2 ประเด็นข่าวอาจต้องย่อคำ หรือตัดคำ จาก “ผู้ประท้วง” เหลือเพียง “ผู้” ซึ่งอาจทำให้ผู้รับ SMS ขำขบสับสน เนื่องจากในวงการบันเทิงมีนักแสดงชื่อผู้มากกว่า 1 คน

ดังกล่าวสัมภาษณ์ของ พิชชาพัทธ์ อาจพงษา Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“บันเทิงก็มี 2 ประเด็นนะบางข่าว แต่ส่วนใหญ่ที่มีประเด็นเดียวเพราะเนื้อที่ไม่พอ และถ้าใส่ชื่อเล่นคนรับบางคนก็ไม่ว่าเป็นใคร พอเราใส่ชื่อจริงด้วยทำให้เนื้อที่เหลือน้อย ก็เลยอาจเหลือประเด็นเดียว แต่จริง ๆ แล้วควรเป็นชื่อเล่นมากกว่าถ้าเป็น mood ขำ แต่เรากลัวคนรับไม่รู้ เพราะชื่อเล่นบางทีมันซ้ำ เช่น เมย์ ก็ต้องใช้ เมย์เฟื่อง เมย์พิชญ์ แอนทองฯ แอนอลิษา แอนลิริยม”

นอกจากนี้ ยังพบว่า แม้จำนวนเฉลี่ยรวม SMS ข่าวนั้นทุกประเภทของสำนักข่าวเน้นในการนำเสนอข่าว 2 ประเด็นทั้งแบบทิศทางเดียวกันและแบบคนละทิศทางรวมกันแล้ว มีการนำเสนอน้อยกว่าแบบประเด็นเดียว กล่าวคือ การนำเสนอข่าวประเด็นเดียวมีการนำเสนอเฉลี่ยรวม 121 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54 ขณะที่มีการนำเสนอข่าว 2 ประเด็นรวมกัน 103 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 แต่จากตารางที่ 2 พบว่า ข่าวประเภททันข่าวและคมชัดลึกมีการนำเสนอข่าว 2 ประเด็นมากกว่าข่าวประเด็นเดียว กล่าวคือ SMS ทันข่าว มีการเสนอข่าว 2 ประเด็นรวม 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 ขณะที่นำเสนอข่าวประเด็นเดียวร้อยละ 38 และ SMS คมชัดลึกนำเสนอข่าว 2 ประเด็นรวมร้อยละ 60 ขณะที่นำเสนอข่าวประเด็นเดียวร้อยละ 40

เนื่องจากทั้ง 2 ประเภทข่าวเป็นข่าวรายงานสถานการณ์โดย SMS ทันข่าวเป็นการรวมข่าวสำคัญที่อาจจะขึ้นหน้า 1 ในหน้าหนังสือพิมพ์ในวันถัดไปโดยเน้นนำเสนอข่าวการเมือง และข่าวคมชัดลึกเป็นการรายงานข่าวสำคัญโดยเน้นข่าวอาชญากรรมและข่าวบันเทิง ดังนั้นในแต่ละวันจึงมีข่าวที่ต้องคัดเลือกมานำเสนอเป็น SMS ข่าวมามากมาย แต่ด้วยจำนวน SMS ที่ถูกจำกัดโดยเจ้าของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ส่งข้อความ SMS ข่าวในแต่ละวันได้ไม่เกิน 8-10 ข่าวเท่านั้น ทำให้ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก. Mobile News) จำเป็นต้องใช้พื้นที่ SMS ให้ได้ประโยชน์มากที่สุด เช่น

ทันข่าว

“กอ.รมน.ยื่นฟ้องศาลสั่งแดงออกราชประสงค์แล้ว-นายแดงยื่นคัดค้านทันที”

(ประเด็น1) กอ.รมน.ยื่นฟ้องศาลสั่งแดงออกราชประสงค์แล้ว

(ประเด็น2) นายแดงยื่นคัดค้านทันที

คมชัดลึก

“ศูนย์เอร์วัฒน์รายงานยอดตายจากเหตุปะทะ52คนแล้ว เจ็บ399/กทม.เผยไฟไหม้36จุด”

(ประเด็น1) ศูนย์เอร์วัฒน์รายงานยอดตายจากเหตุปะทะ52คนแล้ว เจ็บ399

(ประเด็น2) กทม.เผยไฟไหม้36จุด

ดังกล่าวสัมภาษณ์ของ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“เป็นเพราะอยากให้ประโยชน์สูงสุดของคนรับ เป็นความแตกต่างของบริการเราด้วย เท่าที่เห็นหลัง ๆ นี้ เจ้าอื่น ๆ ก็เริ่มทำเหมือนกัน แต่เราเน้น 2-3 ประเด็นในเรื่องคล้ายคลึง ไม่ใช่ 2 ประเภทที่แตกต่าง อย่างของบางเจ้าส่งแบบผลก็เท่ากับการเมืองมาด้วยกัน

การส่งข่าวประเด็นเดียว เหมือนให้คนรู้เรื่องเดียว แต่การส่งข่าว 2 ประเด็นเท่ากับว่าให้คนรู้เรื่องมากขึ้น คือเป็นการต่อยอดของข่าวนั้น เช่น ข่าวว่าคนร้ายจะไปยังขอประกันตัวแล้ว ก็มีคำถามต่อว่าแล้วได้ประกันมั้ย มันก็คือเป็นอีกข่าวหนึ่งซึ่งเราต้องรอผล ไอ้คนนั้นโดนเสกไฟฟ้า คือรายงานบอกว่าโดนลงมาแล้วยังไงล่ะ ก็ต้องมีคนถามต่อว่าโดนแล้วตายมั้ย มันเป็นภาษาปกติที่คนเราใช้สื่อสารกันแบบนี้ เราก็เลยให้มันจบไปในข่าว การส่งข่าว 2 ประเด็นคือการให้รายละเอียดข่าวมากที่สุด 2 ประเด็นของเรามันคือทางเดียวกัน ข่าวเดียวกัน แต่เป็นการเพิ่มความเคลื่อนไหวเราก็คือสรุปข่าว ก็เป็นแบบนี้”

จากผลการวิจัยในตารางที่ 2 ทำให้ทราบว่า ในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นนั้นสามารถใส่ประเด็นเข้าไปในข้อความข่าวได้หลากหลาย แต่ด้วยข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่เพียง 70 ตัวอักษร ดังนั้นการใส่ประเด็นข่าวและเรียบเรียงลำดับชั้นของเนื้อหา จึงต้องทำตามความเหมาะสมของประเภทข่าว และเนื้อหาโดยรวมของข้อความข่าวนั้น ๆ เนื่องจากหากการเรียบเรียงประเด็นข่าวไม่ถูกต้องเหมาะสม หรือมีการสลับสับเปลี่ยนลำดับชั้นไป จะมีผลต่อการตีความหมายของข่าวได้

ตัวแปร คือ พื้นที่อันจำกัดเพียง 70 ตัวอักษร หากนำเสนอจำนวนประเด็นมากเท่าไรก็ยิ่งทำให้กินพื้นที่ ดังนั้นจึงมีการนำเสนอแบบประเด็นเดียวมากกว่าสองประเด็น โดยเฉพาะข่าวบันเทิงและข่าวธุรกิจ

สำหรับการนำเสนอข่าวสองประเด็นในส่วนของข่าวแบบตายตัว(static) คือ ข่าวหุ้น ในส่วนของข่าวแบบเปลี่ยนแปลงหลากหลาย(dynamic) คือ ทินข่าวและคมชัดลึก สำหรับทิศทางการนำเสนอข่าวจะเป็นการเสนอข่าวสองประเด็นในทิศทางเดียวกันขณะที่การนำเสนอข่าวสองประเด็นแบบคนละทิศทางมีน้อยมาก

ดังเช่นทฤษฎีการวิเคราะห์ระบบสัญลักษณ์แบบ Syntagmatic ซึ่งจะเน้นลำดับชั้นหรือช่วงของระยะเวลาของเหตุการณ์ หรือการปรากฏของสัญลักษณ์โดยการวิเคราะห์หน่วยสัมพันธ์ (Syntax) ของโครงสร้างภาษา หากลำดับชั้นเปลี่ยนไป ความหมายจะเปลี่ยนแปลง โดยการวิเคราะห์แบบ Syntagmatic จะพบมากในการเล่าเรื่อง เนื่องจากโครงสร้างของการเล่าเรื่องจะต้องกำหนดลำดับชั้นของเหตุการณ์ไว้อย่างแน่ชัด หากสลับชั้นตอนกัน จะทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลง ซึ่งการเล่าเรื่อง

ดังที่กล่าวมา ก็เป็นแบบแผนของรูปแบบการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการรายงานข่าวผ่าน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นด้วย

1.2 วิเคราะห์การเรียงประโยค สลับประเด็นอันจะมีผลต่อความหมายของ SMS ข่าว

หลังจากที่ได้ข้อค้นพบจากตารางที่ 2 ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้นว่า ในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้นมีการนำเสนอข่าวทั้งแบบ 1 ประเด็นใน 1 ข้อความและมากกว่า 1 ประเด็นใน 1 ข้อความ ดังนั้นผู้วิจัยจะได้นำการวิเคราะห์ระบบสัจพจน์แบบ Syntagmatic มาใช้วิเคราะห์การนำเสนอ SMS ข่าวสั้นเฉพาะในส่วนที่มีการนำเสนอมากกว่า 1 ประเด็นเป็นจำนวน 103 ข้อความจากข้อความที่นำมาศึกษาทั้งหมด 224 ข้อความ เพื่อศึกษาว่าเมื่อใน SMS ข่าวสั้น 1 ข้อความมีมากกว่า 1 ประเด็น ดังนั้นหากมีการสลับประเด็นหรือสลับการเรียงประโยคแล้ว จะมีผลต่อการตีความหมายของข่าวหรือไม่ อย่างไร ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงการเรียงประโยค สลับประเด็นอันจะมีผลต่อความหมายของ SMS ข่าวสั้น

| การตีความหมาย | ต้นข่าว | คมชัดลึก | บันเทิง | ธุรกิจ | หุ้น | อัตราแลกเปลี่ยน | รวมทุกประเภทข่าว |
|-------------------|----------------|--------------|----------------|----------------|--------------|-----------------|------------------|
| ความหมายคงเดิม | 26 (83.90%) | 27 (90%) | 10 (90.90%) | 17 (89.54%) | 12 (100%) | - | 92 (89.32%) |
| ความหมายเปลี่ยนไป | 5 (16.10%) | 3 (10%) | 1 (9.01%) | 2 (10.60%) | - | - | 11 (10.70%) |
| รวม | 31 (100%) | 30 (100%) | 11 (100%) | 19 (100%) | 12 (100%) | 0 (0%) | 103 (100%) |

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่มีการนำเสนอมากกว่า 1 ประเด็นใน 1 ข้อความ เมื่อมีการสลับประเด็น หรือสลับที่การเรียงประโยค ก็ยังสามารถคงความหมายเดิมได้มากกว่าจะทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลงไปโดยมี 92 จาก 103 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 89.32 ประเภทข่าวที่จะมีความหมายคงเดิมทุกข่าวแม้จะสลับประเด็น คือ ประเภทข่าวหุ้น ซึ่งจะมีความหมายคงเดิมทั้ง 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 100 จากข้อความที่นำมาศึกษา ข่าวบันเทิงจะมีความหมายเดิม 10 จาก 11 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 90.90 ข่าวคมชัดลึกมีความหมายคงเดิม 27 จาก 30 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 90 ข่าวธุรกิจมีความหมายคงเดิม 17 จาก 19 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 89.54 และต้นข่าวมีความหมายคงเดิม 26 จาก 31 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 83.90

จากข้อค้นพบดังกล่าวข้างต้น แสดงว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นส่วนใหญ่ที่มีการใส่ประเด็นข่าวมากกว่า 1 ประเด็นต่อ 1 ข้อความไม่ได้เป็นไปตามหลักการวิเคราะห์แบบ Syntagmatic แต่กลับยังสามารถคงความหมายของเนื้อหา SMS ข่าวที่ต้องการสื่อออกมาได้ครบ

สมบูรณ์ดั้งเดิม แม้จะมีการเปลี่ยนลำดับชั้นของประโยคก็ตาม เนื่องจาก SMS ข่าวดังกล่าวเป็นการนำเสนอแต่ละประโยคเป็นวลีสั้น ๆ ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยเฉพาะข่าวสั้นที่มีตัวเลขเป็นองค์ประกอบใหญ่ ไม่มีการใช้คำหรือภาษามากนัก ขณะที่ประเภทข่าวอื่น ๆ เน้นการใช้ภาษาที่ไม่มีคำเชื่อม คำขยาย คำวิเศษ ที่จะมิตต่อความหมายของประโยค ทำให้สามารถสลับที่หรือเปลี่ยนการวางรูปประโยคได้ โดยที่ความหมายยังคงเดิม

ตัวอย่างเช่น

“ฉัฐวุฒิประกาศ คินพท.ผ่านฟ้ารวมทัพใหญ่ราชประสงค้กันสลาย / วันนีไม่ไปราบ11”

“ฉัฐวุฒิประกาศ วันนีไม่ไปราบ11 / คินพท.ผ่านฟ้ารวมทัพใหญ่ราชประสงค้กันสลาย”

จะเห็นได้ว่าแม้จะมีการสลับตำแหน่งประเด็น แต่ก็ไม่ทำให้ความหมายเปลี่ยนไป

อย่างไรก็ตาม จากข้อค้นพบตามตารางที่ 3 ยังแสดงว่า มี SMS ข่าวสั้นบางส่วนที่มีความหมายเปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการสลับประเด็น หรือสลับการเรียงประโยค มีการนำเสนอ 11 จาก 103 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10.70 โดยข่าวบันเทิงจะมีความหมายคงเปลี่ยนไป 1 จาก 11 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 9.01 คมชัดลึกจะมีความหมายเปลี่ยนไป 3 จาก 30 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10 รุทธิกิจจะมีความหมายเปลี่ยนไป 2 จาก 19 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10.60 และทันข่าวจะมีความหมายเปลี่ยนไป 5 จาก 31 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 16.10

เมื่อมองในแง่การวิเคราะห์แบบ Syntagmatic จะเห็นว่า SMS ข่าวสั้นทั้ง 11 ข้อความนี้เป็นไปตามกฎของลำดับชั้นในการเรียงประโยค เพราะเมื่อมีการสลับสับเปลี่ยนลำดับชั้น ก็ทำให้ความหมายเปลี่ยนไป บางครั้งอาจเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย แต่บางครั้งอาจเปลี่ยนไปในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบทแวดล้อมและความหมายโดยรวมของประโยค

ตัวอย่างเช่น

“สุเทพบอกรม.7เม.ย.นี้ / อาจประชุมทำเนียบ / มีลู่้นเจรจารอบ3ภายใต้กรอบ90วัน”

สลับเป็น

“สุเทพบอกรม.7เม.ย.นี้ / มีลู่้นเจรจารอบ3ภายใต้กรอบ90วัน / อาจประชุมทำเนียบ”

ข้อความแรก มีความหมายว่า นายสุเทพ เทือกสุบรรณ รองนายกรัฐมนตรี กล่าวว่าการประชุมคณะรัฐมนตรีในวันที่ 7 เมษายนอาจจะไปประชุมที่ทำเนียบรัฐบาล และนายสุเทพยังกล่าวถึงการเจรจากับกลุ่มคนเสื้อแดง ว่า มีลู่้นว่าอาจมีการเจรจารอบที่ 3 เกิดขึ้นภายในเวลา 90 วัน

ข้อความที่ 2 เมื่อสลับประเด็นกัน กลับมีความหมายว่า นายสุเทพ เทือกสุบรรณ รองนายกรัฐมนตรี กล่าวว่าการประชุมคณะรัฐมนตรีในวันที่ 7 เมษายน มีลู่้นที่จะเจรจากันรอบที่ 3 ภายในเวลา 90 วันและอาจจะเป็นการประชุมที่ทำเนียบ

สาเหตุที่ทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลง ก็เนื่องจากประโยคเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นการใช้ภาษา ไม่ใช่การใช้ตัวเลขเป็นส่วนใหญ่ ดังเช่น SMS ข่าว 3 ประเภทแรก และยังมีการใส่คำขยาย คำวิเศษ คำเชื่อม ทำให้เมื่อเปลี่ยนลำดับชั้นแล้ว ความหมายก็เปลี่ยนไปด้วยดังคำที่ว่า “ภาษาดีนได้”

จากข้อค้นพบในการวิเคราะห์การเรียงประโยค สลับประเด็นอันจะมีผลต่อความหมายของ SMS ข่าว ที่กล่าวมา ทำให้ได้ข้อสรุปผลการวิจัยในส่วนนี้ว่ารูปแบบการเรียงประโยค ประเด็นของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมี 2 รูปแบบ คือ

- 1) ประโยคย่อย ๆ ที่เป็นอิสระต่อกัน ซึ่งทำให้ความหมายยังคงเดิมแม้มีการสลับที่กัน ซึ่งรูปแบบนี้มีการนำเสนอมากกว่า
- 2) ประโยคย่อย ๆ ที่ขึ้นต่อกัน อันจะมีผลต่อความหมายที่เปลี่ยนไปหากมีการสลับที่

1.3 วิเคราะห์รูปแบบประโยคที่นำเสนอใน SMS ข่าวและการสลับตำแหน่งคำ

นอกจากการสลับประเด็น และสลับการเรียงประโยคจะมีผลต่อการตีความหมายแล้ว เมื่อลดหน่วยการวิเคราะห์ลงมาที่ระดับของโครงสร้างประโยคและการใช้คำในแต่ละประเด็นที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นแล้ว จะสังเกตได้ว่าการนำเสนอข่าวแต่ละประเภทและแต่ละข้อความนั้น มีการนำเสนอรูปแบบของประโยคที่แตกต่างกันออกไป ด้วยการเรียงลำดับประธาน กริยา และ กรรม ที่แตกต่างกันไป ดังแนวคิดสำหรับการเขียนข่าว ในส่วนรูปประโยคของข่าวดังนี้ (เสริมศิริ นิลคำ, 2541)

รูปประโยคของภาษาไทยประกอบด้วย

ประธาน + กริยา + กรรม “ ฉัน กิน ข้าว ”

หรือรูปประโยคไม่มี กรรม “ จโมย วิ่งหนี ”

ลักษณะประโยคเช่นนี้เข้าใจง่าย สื่อความหมายได้คิดใช้กันทั่วไปในหนังสือพิมพ์ แต่ในบางโอกาสเพื่อผลพิเศษอันจะพึงมีต่อผู้อ่าน (ภาษาหนังสือพิมพ์เรียกว่า Special effect) นักข่าวอาจเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้บ้าง เช่น

ประโยคปกติ “ ชาย 20 คนถูกฆ่าโดยวิธีการฝังทั้งเป็น ”

เพื่อเน้นส่วนสำคัญของเหตุการณ์ จึงอาจพบรูปประโยคที่นำคำกริยามาขึ้นหน้าประโยค

กลายเป็น “ ฆ่าโหด 20 ศพ ฝังทั้งเป็น ”

ลักษณะรูปประโยคดังที่กล่าวไปข้างต้นตามแนวคิดสำหรับการเขียนข่าว ล้วนแล้วแต่มีการนำเสนอใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นทั้งสิ้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้นำ SMS ข่าวสั้นมาวิเคราะห์ถึงการเรียงลำดับเหล่านี้ว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงลำดับชั้นแล้ว จะทำให้การตีความหมาย

เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไร เพื่อวิเคราะห์ระบบรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ตามที่แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงรูปแบบประโยคที่นำเสนอใน SMS ข่าวสั้นและการสลับตำแหน่งคำ

| รูปแบบประโยค | ต้นข่าว | คมชัดลึก | บันเทิง | ธุรกิจ | หุ้น | อัตราแลกเปลี่ยน | รวมทุกประเภทข่าว |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|----------------------------|
| ประธาน+กริยา+กรรม | 29 (58%) | 28 (56%) | 34 (68%) | 18 (36%) | - | 3 (25%) | 112 (50%) |
| ประธาน+กริยา | 13 (26%) | 12 (24%) | 11 (22%) | 30 (60%) | 12 (100%) | 4 (33.3%) | 82 (36.50%) |
| กริยา+กรรม | 8 (16%) | 10 (20%) | 3 (6%) | 2 (4%) | - | 5 (41.6%) | 28 (12.50%) |
| คำขยาย+คำเชื่อม | - | - | 2 (4%) | - | - | - | 2 (0.90%) |
| รวม | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 12 (100%) | 12 (100%) | 224 (100%) |

จากตารางที่ 4 สามารถนำรูปแบบประโยคของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมาเปรียบเทียบกันตามหลักแนวคิดสำหรับการเขียนข่าวใน 2 รูปแบบก็คือ

1. ประโยคบอกเล่าปกติ คือรูปแบบ ประธาน+กริยา+กรรม และ ประธาน+กริยา
2. ประโยคเพื่อผลพิเศษ(Special effect) คือรูปแบบ กริยา+กรรม และ คำขยาย+คำเชื่อม

จากรูปแบบประโยคดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นต้องทำตามหลัก 5W1H คือ ใคร(Who) ทำอะไร(What) ที่ไหน(Where) เมื่อไหร่(when) ทำไม(why) อย่างไร(How) และในกรณีที่มีพื้นที่อันจำกัดอย่างน้อยต้องบอกว่าใคร(Who)+ทำอะไร(What) โดยเลือกที่จะไม่ลดรูปประโยคยังคงไว้ซึ่ง ประธาน+กริยา แต่เลือกที่จะลดพื้นที่โดยการย่อคำหรือเลือกใช้คำที่สั้นกว่าแทน เช่นคำว่า ระเบิด เขียนให้สั้นลงเป็น บีม

ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบประโยคที่มีการนำเสนอใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมากที่สุด คือ ประโยคบอกเล่าปกติมีการนำเสนอมากที่สุดคือ 194 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 86.6 โดยข่าวหุ้นมีการนำเสนอมากที่สุดทั้ง 12 ข้อความจากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100 ธุรกิจนำเสนอ 48 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 96 บันเทิงนำเสนอ 45 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 90 ต้นข่าวนำเสนอ 42 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 84 และคมชัดลึกนำเสนอ 40 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 80

อันดับสอง คือ **ประโยชน์เพื่อผลพิเศษ(Special effect)** มีการนำเสนอ 30 จาก 224 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 13.4 โดยข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอมากที่สุด 5 จาก 12 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 41.6 คมชัดลึคนำเสนอ 10 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 20 ทันท่วงทีนำเสนอ 8 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 16 บันทึงบ่งชี้นำเสนอ 5 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 10 และธุรกิจนำเสนอ 4 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 4 ขณะที่ข่าวหุ้นไม่มีการนำเสนอในลักษณะนี้เลย

หากมองในกลุ่มประโยชน์บอกเล่าปกติ **รูปประโยคที่มีการนำเสนอมากที่สุดคือ แบบ ประธาน+กริยา+กรรม** มีการนำเสนอ 112 จาก 224 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 50 โดยข่าวบันเทิงมีการนำเสนอมากที่สุด 34 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 68 ประเภททันข่าวนำเสนอ 29 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 58 ข่าวคมชัดลึคนำเสนอ 28 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 56 ข่าวธุรกิจมีการนำเสนอ 18 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 36 และข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 3 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 25 ขณะที่ข่าวหุ้นไม่มีการนำเสนอข่าวในรูปแบบนี้เลย

ตัวอย่างเช่น

“*ก็(ประธาน) นำ(กริยา) แดง(กรรม) ฟังประตูบุกเข้าสภาแล้ว ประกาศปิดล้อมทุกประตู-ผู้การแค้นเจราจา*”

อันดับสอง คือ **รูปประโยคแบบประธาน+กริยา** มีการนำเสนอ 82 จาก 224 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 36.60 โดยข่าวหุ้นมีการนำเสนอรูปประโยคแบบนี้ทั้งหมด 12 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 100 ของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่นำมาศึกษา ข่าวธุรกิจมีการนำเสนอ 30 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 60 ข่าวทันข่าวมีการนำเสนอ 13 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 26 ข่าวคมชัดลึกมีการนำเสนอ 12 จาก 50 ข้อ ข่าวบันเทิงนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 22 และข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 4 จาก 12 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 41.6

สำหรับ SMS ข่าวหุ้นที่มีการนำเสนอในรูปประโยคแบบประธาน+กริยา ทุกข้อความเนื่องจาก SMS ข่าวหุ้น เป็นรูปแบบการนำเสนอข่าวที่ตายตัวในการรายงานข่าวเปิด ปิดหุ้นประจำวัน ทุกวันที่ตลาดหลักทรัพย์เปิดทำการก็คือ วันจันทร์-ศุกร์ ภาคเช้าเวลา 10.00น. - 12.30น. ภาคบ่ายเวลา 14.30 - 16.30น. ดังนั้นการรายงานข่าว SMS จึงต้องถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ชำนาญและรอบรู้ในสายข่าวนี้อีกคือ ฝ่ายข่าวเศรษฐกิจของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เพื่อให้การรายงานข้อมูลครบถ้วนตรงตามความต้องการของผู้ถือครหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ที่จะนำข่าวสารนี้ไปเป็นข้อมูลสำคัญในการประกอบธุรกิจได้

ตัวอย่างเช่น

“*SETเข้าปิด800.07 -1.25 วอลุ่ม13,502.60ล.TOP5PTTEP,PTT,BANPU,PTTAR,CPF*”

หากมองในกลุ่มประโยคเพื่อผลพิเศษ(Special effect) พบว่า มีการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นในรูปประโยคแบบกริยา+กรรมมากที่สุด 28 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 12.5 โดยประเภทข่าวอัตราแลกเปลี่ยนมีการนำเสนอมากที่สุด 5 จาก 12 ข้อความที่นำมาศึกษาคิดเป็นร้อยละ 41.6 ข่าวคมชัดลึคนำเสนอ 10 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 20 ประเภททันข่าวนำเสนอ 8 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 16 ข่าวบันเทิงนำเสนอ 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6 และข่าวธุรกิจนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 ในขณะที่ข่าวหุ้นไม่มีการนำเสนอในรูปแบบนี้

อันดับสอง คือ การใส่คำขยายและคำเชื่อมใน SMS ข่าวสั้น มีการนำเสนอ 2 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 0.90 ซึ่งจากตารางที่ 4 แสดงว่าการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นในลักษณะนี้ไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากพื้นที่ในการเขียนข่าวจำกัด 70 ตัวอักษร ไม่มีเนื้อที่มากพอที่จะใส่คำขยายหรือคำเชื่อม พบว่า มี SMS ข่าวประเภทเดียวที่นำเสนอคือข่าวบันเทิง ซึ่งมีการนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4

ตัวอย่างเช่น

“กบขอมรับใจหาย และ(คำเชื่อม) เสียขายป้อลาจอจันทร์พันดาวหลังทำงาน มา(คำขยาย)ด้วยกัน4ปีเต็ม”

ดังคำสัมภาษณ์ของ อิทธิพัทธ์ ปิ่นละโรจน์ Rewriter แผนกMobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับวิธีเขียน SMS ข่าวซึ่งจำกัดเพียง 70 ตัวอักษร ว่า

“เขียน SMS ให้พอ ส่วนใหญ่ต้องตัดคำฟุ่มเฟือย คำเชื่อมหรือ ใช้คำย่อ แต่ต้องย่อแล้วให้ผู้รับสารเข้าใจได้ด้วย”

จากข้อค้นพบข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ข่าวเชิงเศรษฐกิจอีก 3 ประเภทข่าวคือ ธุรกิจ หุ้น และอัตราแลกเปลี่ยนนั้นนิยมนำเสนอไม่เต็มรูปแบบประชาน+กริยา และ กริยา+กรรมมากกว่าแบบเต็มรูปแบบ ประชาน+กริยา+กรรม เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการรายงานข้อมูลและตัวเลขซึ่งมีรูปแบบเฉพาะตายตัว ไม่ได้เป็นการรายงานเหตุการณ์เท่าไรนัก จึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับรูปประโยคที่สวยงาม แต่เน้นความเข้มงวดในการให้ข้อมูลตัวเลขที่ห้ามผิดพลาดมากกว่า

ขณะที่ข่าวทั้ง 3 ประเภทคือ ทันข่าว คมชัดลึก และบันเทิง มีการนำเสนอในรูปแบบประโยคประชาน+กริยา+กรรม มากกว่า 2 แบบหลังรวมกันคือ ประชาน+กริยา และ กริยา+กรรม สรุปได้ว่าข่าวทั้ง 3 ประเภทข้างต้นนั้นนิยมนำเสนอข้อความ SMS ข่าวแบบเต็มรูปแบบมากกว่า เนื่องจากการรายงานข่าวเหตุการณ์ ดังนั้นจึงต้องนำเสนอในรูปแบบครบถ้วนเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจได้

เนื้อหาง่ายและครบถ้วนตามหลักการเขียนข่าว 5W1H คือ Who(ใคร) What(ทำอะไร) When(เมื่อไหร่) Where(ที่ไหน) Why(ทำไม) และ How(อย่างไร)

นอกจากนี้ ตารางที่ 4 ยังพบว่า ในการนำเสนอข่าว 3 ประเภทคือ ท้นข่าว คมชัดลึก และบันเทิงก็ยังคงมีการนำเสนอรูปประโยคแบบไม่เต็มประโยคอยู่ด้วย ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเนื้อหา

ตัวอย่างเช่น

“บีเอ็ม(กริยา)สงกรานต์พม่า(กรรม) 3หนซ้อนในสวนสาธารณะนครย่างกุ้งขณะคนเล่นน้ำ คับ9เจ็บ62”

เมื่อมองในแง่ของหลักการเขียนข่าวก็สามารถเปรียบเทียบกับการนำเสนอ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นได้ในส่วนการเขียนรูปประโยคของข่าว ดังนี้

รูปประโยคของภาษาไทยประกอบด้วย

ประธาน + กริยา + กรรม “ ฉันทน์ กิน ข้าว ”

ตรงกับ SMS

“ก็(ประธาน) นำ(กริยา) แดง(กรรม) ฟังประตูบุกเข้าสภาแล้ว ประกาศปิดล้อมทุกประตู-ผู้การเต็มเจรจา”

หรือรูปประโยคไม่มี กรรม “ จโมย วิ่งหนี ”

ตรงกับ SMS

“SETเข้าปีค800.07 -1.25วอลุ่ม13,502.60ล.TOP5PTTEP,PTT,BANPU,PTTAR,CPF”

ขณะที่ในส่วนของการเรียงรูปประโยคเพื่อผลพิเศษอันจะพึงมีต่อผู้อ่าน หรือ Special effect ซึ่งเป็นการเขียนโดยการปรับเปลี่ยนรูปประโยคใหม่ เพื่อเน้นส่วนสำคัญของเหตุการณ์ หรือให้ความสำคัญของกรรมมากกว่าประธาน เช่น

ประโยคปกติ “ ชาย 20 คนถูกฆ่าโดยวิธีการฝังทั้งเป็น ”

ตรงกับ SMS

“บีเอ็ม(กริยา) สงกรานต์พม่า(กรรม) 3หนซ้อนในสวนสาธารณะนครย่างกุ้งขณะคนเล่นน้ำ คับ9เจ็บ62”

ในเรื่องนี้ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ดีจังกัด (มหาชน) อธิบายว่า

“ คำว่าประชน+กรียา+กรรม กับ ประชน+กรียา เนี่ยรูปประโยครู้เรื่อง แต่ถ้า กรียา+กรรม บางทีอาจไม่รู้เรื่อง SMS คมชัดลึกเราก็ใช้เช่น ไฟไหม้ที่ไหน ไฟไหม้บ้านใคร ก็คือว่าเราจะส่งข่าวที่เป็น กรียา+กรรม ในกรณีที่ คนเค้ารู้เรื่องแล้วว่าเกิดอะไร แล้วเราเอาข่าว กรียา+กรรม มาต่อ ก็โอเคก็รู้เรื่อง เช่นข่าว 7 คนไทย เราส่งแบบประชน+กรียา+กรรมไปก่อนว่า กัมพูชาจับ 7 คนไทยข้อหาลักแคน ข่าวมันต่อเนื่องหลายวันเราก็ส่งทีหลังได้ว่า จับ 7 คนไทย ไม่ต้องเขียนว่าเขมรจับ เพราะคนรู้แล้ว คือใช้กับข่าวต่อเนื่องเป็นความคับหน้า ”

2) การวิเคราะห์รหัสแบบ Paradigmatic

การวิเคราะห์รหัสแบบ Paradigmatic เป็นการวิเคราะห์ชุดของสัญญาณ (set of sign) โดยการแสวงหาชุดของสัญญาณชุดหนึ่ง ๆ (signifier) ที่อยู่ในระบบวนทัศน์เดียวกัน และสามารถนำมาใช้แปรเปลี่ยนกันได้ โดยยังคงรักษาความหมายเดิมเอาไว้ (signified)

หลังจากจำแนกรูปแบบของประโยคที่แตกต่างกันแล้ว เมื่อนำข้อมูล SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมาวิเคราะห์แยกส่วนเจาะลึกลงไปประโยคเหล่านั้น จะพบว่ามีระบบของภาษาที่ประกอบเป็น ชุดของสัญญาณ ซึ่งผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) นำมาประกอบสร้างให้เกิดความหมายแทนเรื่องราวของข่าว โดยผู้ศึกษาจะได้นำ SMS ข่าวสั้นมาวิเคราะห์เพื่อศึกษารูปแบบของรหัสภาษาที่มีอยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ว่าการเลือกใช้รหัสแต่ละส่วนมีผลต่อการตีความหมาย และสามารถสื่อความหมายออกไปได้ครบถ้วนหรือไม่ อย่างไร

2.1 วิเคราะห์รหัสแบบ paradigmatic สำหรับประชนและกรรม

ในรูปแบบประโยคของไทยที่สมบูรณ์นั้นประกอบไปด้วย ประชน + กรียา + กรรม ดังที่กล่าวไปแล้ว เมื่อนำมาแยกส่วนวิเคราะห์ จะสามารถแบ่งออกเป็นส่วนย่อยได้ 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นประชนและกรรม และส่วนที่เป็นกรียา เนื่องจากประชนและกรรมมีสถานะเป็นบุคคลในข่าว ซึ่งเป็นคำนามและคำสรรพนาม ดังนั้นในส่วนแรก ผู้ศึกษาจะรายงานผลของการวิเคราะห์ประชนและกรรม ว่าใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้นมีการใช้ชุดของสัญญาณหรือไม่ อย่างไรบ้าง ตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงการใช้รหัส แบบ paradidmatic สำหรับประธานและกรรม(คำนาม/สรรพนาม)

| รูปแบบ ชุดสัญญา | ต้นข่าว | คมชัดลึก | บันเทิง | ธุรกิจ | หุ้น | อัตรา แลกเปลี่ยน | รวมทุก ประเภทข่าว |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|------------------------------|
| ฉายา | - | - | - | - | - | - | 0 (0%) |
| ชื่อเล่น | 2 (4%) | 1 (2%) | 22 (44%) | | | | 25 (11.16%) |
| ชื่อจริง | 13 (26%) | 10 (20%) | 7 (14%) | 2 (4%) | | | 32 (14.29%) |
| ตำแหน่ง | 5 (10%) | 9 (18%) | | 2 (4%) | | | 16 (7.14%) |
| ภาพรวม องค์กร,สถาบัน | 23 (46%) | 19 (38%) | | 37 (74%) | 12 (100%) | 8 (66.66%) | 99 (44.20%) |
| สถานภาพ | 7 (14%) | 11 (22%) | | 9 (18%) | | 4 (33.33%) | 31 (13.84%) |
| ชื่อเล่น+ชื่อจริง | | | 16 (32%) | | | | 16 (7.14%) |
| ชื่อเล่น+ องค์กร,สถาบัน | | | 5 (10%) | | | | 5 (2.23%) |
| รวม | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 12 (100%) | 12 (100%) | 224 (100%) |

จากตารางที่ 5 พบว่า รหัสแบบ paradidmatic สำหรับประธานและกรรมใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น มีอยู่ 6 รูปแบบ คือ การใช้ฉายา การใช้ชื่อเล่น การใช้ชื่อจริง การใช้ตำแหน่ง การใช้ภาพรวม และการใช้สถานภาพ เนื่องจากในการนำเสนอข่าวต้องมีการเลือกใช้รหัสให้เหมาะสมกับข่าวแต่ละประเด็น รวมถึงการเลือกใส่รหัสตามเงื่อนไขของข่าวแต่ละประเภท

ตัวอย่างเช่น

ชื่อเล่น “โหน่ง ปัดข่าวเกาหลี หม่า ถึงขั้นต้องออกจากเวิร์คพอยท์ฯยื่นต่อสัญญาแน่นอน”

ชื่อจริง “จตุพร อัครม.ขีดเส้น7วันขูรัฐหวังทหารปฏิวัติ ลั่น20เมษาปิดถ.ยาวถึงสี่ม”

ตำแหน่ง “ผ.ทบ. เรียก ผู้บังคับหน่วยที่พบ ประชุมด่วน19เมษา-เล็งแจ้งข่าวขัดแย้งรัฐ”

องค์กร “ศูนย์วิจัยกสิกรฯ คาดเงินเพื่อQ2ไม่เกินร้อยละ3.4 ครั้งปีหลังมีโอกาสเพิ่ม”

สถานภาพ “คนร้าย กราตยิงอาคารไซเบอร์เวสต์รัชดา-กระจกร้าว ตรวจภาพวงจรปิดเช้านี้”

อันดับหนึ่ง ของรหัสแบบ **paradigmatic** สำหรับประธานและกรรม ที่มีการนำเสนอมากที่สุดคือ แบบภาพรวม องค์กร หรือสถาบัน มีการนำเสนอ 99 จาก 224 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 44.20 เนื่องจากรหัสในรูปแบบนี้เป็นการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประเด็นข่าวมากกว่ารหัสประเภทอื่น ๆ

ข่าวหุ่นนำเสนอทั้งหมด 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 100 จากตัวอย่างที่นำมาศึกษา ข่าวธุรกิจ มีการนำเสนอ 37 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 74 ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 8 จาก 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 66.6 ประเภทข่าวนำเสนอ 23 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 19 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 38 ขณะที่ข่าวบันเทิงไม่มีการนำเสนอชุดของสัญญาณในรูปแบบนี้เลย

จากข้อค้นพบนี้จะเห็นว่ามี SMS ข่าวถึง 5 ประเภทคือ ทันข่าว คมชัดลึก ธุรกิจ หุ่น และอัตราแลกเปลี่ยน ที่เลือกใช้แบบภาพรวม องค์กร หรือสถาบัน มากกว่าชุดของสัญญาณอื่น ๆ เนื่องจาก SMS ข่าว 5 ประเภทข้างต้น เป็นการรายงานข่าวสำคัญที่มีผลต่อคนส่วนใหญ่ เป็นการรายงานเหตุการณ์หรือรายงานข้อมูลซึ่งมีแหล่งข่าวหรือเนื้อหาข่าวเกี่ยวข้องกับสถาบัน และองค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะข่าวสายเศรษฐกิจ คือ SMS ข่าวประเภทธุรกิจ หุ่น และอัตราแลกเปลี่ยนที่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือจากแหล่งข่าวเป็นหลัก บุคคลที่ให้ข่าวหรือแหล่งข่าวส่วนใหญ่จะแสดงความเห็นหรือแถลงออกมาในลักษณะภาพรวม ฐานะที่เป็นตัวแทนขององค์กรหรือสถาบันอยู่แล้ว

ตัวอย่างเช่น

*“ตลท.(สถาบันตลาดหลักทรัพย์) / ปธ.ตลท. / สมพล บอกพ่วงนี้ตลาดหุ้นเปิดปกติ-
ประธานต.นคปร.สน.ลุมพินี คุ่มเข้ม”*

จากตัวอย่างสามารถเลือกใช้รหัสได้ 3 รูปแบบคือ

- 1) ภาพรวม องค์กรและสถาบัน คือ ตลท.
- 2) ตำแหน่ง คือ ปธ.ตลท.
- 3) ชื่อจริง คือ สมพล

จากตัวอย่างเลือกใช้รหัสแบบภาพรวม องค์กรและสถาบันเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์

ขณะที่ SMS ประเภทข่าวบันเทิงนั้นไม่ได้มีการใช้ชุดของสัญญาณประเภทนี้เลย เนื่องจากข่าวบันเทิงที่อยู่ในความสนใจของผู้รับสารในปัจจุบันจะเป็นข่าวของบุคคลที่เรียกว่า “คนบันเทิง” ดังนั้นจึงกลายเป็นเรื่องส่วนตัว หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลเหล่านั้นมากกว่าผลงานหรือเรื่องราวเหตุการณ์ในสังกัดหรือองค์กรที่คนบันเทิงเหล่านั้นสังกัดอยู่ จะเน้นไป

ที่การใช้ชื่อเล่นของบุคคลนั้น ๆ เสียเลยมากกว่า เนื่องจากคนบันเทิงที่เป็นจุดสนใจจนสามารถเป็นข่าวได้ จะต้องมียี่ห้อที่ประชาชนทั่วไปรู้จักในระดับหนึ่งอยู่แล้ว

อันดับสอง คือ รหัสแบบ **paradigmatic** แบบใช้ชื่อจริง มีการนำเสนอ 32 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 14.29 ประเภททันข่าวนำเสนอ 13 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 26 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 10 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 20 ข่าวบันเทิงนำเสนอ 7 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 14 และข่าวธุรกิจนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 ขณะที่ข่าวหุ้นและอตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้รหัสรูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“**อริสมันต์** แดงพาดตร.มาแค่ให้ส่งถึงเวลาที่ปล่อยตัวแล้ว ประกาศทำสงครามกับรัฐ”

อันดับสาม คือ รหัสแบบ **paradigmatic** แบบสถานภาพ มีการนำเสนอ 31 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 13.84 โดยประเภทข่าวที่มีการนำเสนอ คืออตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 4 จาก 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 33.3 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22 ข่าวธุรกิจนำเสนอ 9 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 18 และประเภททันข่าวนำเสนอ 7 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 14

เนื่องจากข่าวในประเภทคมชัดลึก นอกจากจะเป็นการรายงานเหตุการณ์สำคัญแล้ว ส่วนใหญ่นำเสนอข่าวอาชญากรรม ดังนั้นประชานและกรรม ในที่นี้จะหมายถึงผู้ก่อเหตุและเหยื่อ ซึ่งในบางกรณีกฎหมายกำหนดให้ไม่สามารถเอ่ยชื่อจริงได้ รวมถึงบุคคลในข่าวก็ไม่ใช่คนสำคัญหรือคนดังที่ประชาชนส่วนใหญ่รู้จักหรือสนใจ แต่ประชาชนจะให้ความสนใจกับลักษณะของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมากกว่า ดังนั้นจึงเลือกใช้ชื่อย่อของสัญลักษณ์แบบสถานภาพ

ตัวอย่างเช่น

“**รวบ โจร 17 ปี** วิจารณ์ทองคำฟูร์แจ้งวัฒนะสารภาพเลียนแบบคนจี้ก่อนหน้านี้”

อันดับสี่ คือ รหัสแบบ **paradigmatic** แบบการใช้ชื่อเล่น มีการนำเสนอ 25 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 11.16 โดยประเภทข่าวบันเทิงมีการนำเสนอ 22 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 44 ประเภททันข่าวนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 และข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 1 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2 ในขณะที่ประเภทข่าวธุรกิจ หุ้น และอตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้ชื่อย่อของสัญลักษณ์รูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“**นัท** ปิดตอบข่าว **อัม** ชวนร่วมธุรกิจให้ฝ่ายชายตนเอง-สงกรานต์ขอยู่กับแม่”

อันดับห้า ปรากฏว่ามีการนำเสนอในจำนวนรวมที่เท่ากัน โดยมีการนำเสนอรวมแล้ว 16 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 7.14 คือ แบบใช้ตำแหน่ง และ ชุดของสัญญาแบบใช้ชื่อเล่นกับชื่อจริง

สำหรับรหัสแบบ paradigmatic แบบใช้ตำแหน่ง ประเภทข่าวคมชัดลึคนำเสนอ 9 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 18 ประเภททันข่าวนำเสนอ 5 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10 และข่าวธุรกิจนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 ขณะที่ข่าวบันเทิง ข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยน ไม่มีการใช้ชุดของสัญญารูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“มทก.2-รองผวจ.ขอนแก่น ชี้คุยนปช. ไม่ยุติ เสนอใช้พรก.ลูกหนี้เคลียร์ยี่ห้อไฟ”

ในส่วนรหัสแบบ paradigmatic แบบใช้ชื่อเล่นกับชื่อจริง ข่าวบันเทิง เป็นข่าวประเภทเดียวที่ใช้ชุดของสัญญารูปแบบนี้ โดยมีการนำเสนอ 16 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 32

ตัวอย่างเช่น

“ต้องสาวตรี โคนแม่บ้านพาผู้ชายบุกเข้าบ้านขโมยรถวีเออส ร้องลือช่วย”

อันดับหก คือ รหัสแบบ paradigmatic แบบชื่อเล่นและภาพรวมองค์กรสถาบัน มีการนำเสนอ 5 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2.23 โดยข่าวบันเทิงเป็นประเภทข่าวเดียวที่นำเสนอ 5 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10

ตัวอย่างเช่น

“น้อย วงพรุ รับบทพระในหลวงที่เพิ่ง3-ไนต์ ไม่โกรธแค่น้อยใจเพิ่งทำหนังพระสู้”

เป็นที่สังเกตว่า รหัสแบบ paradigmatic ในลักษณะการใช้ฉายาไม่เป็นที่นิยมและไม่มีการนำมาใช้เลยจากตัวอย่าง SMS ข่าวที่สุ่มเลือกมา เนื่องจากในการเขียน SMS ข่าวนั้น มีผู้รับข่าวสารที่มากมายหลากหลาย รวมถึงความรู้พื้นฐานในการติดตามข่าวก็แตกต่างกันด้วยเช่นกัน ในการนำเสนอข่าวของสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์มักจะมีการใช้ฉายาเรียกแทนบุคคลในข่าว เช่น “สามเกลอ” ใช้เรียกแทน นายจตุพร พรหมพันธุ์ นายวีระ มุสิกพงษ์ และนายฉัตรฐิติ ไสยก้อ 3 แกนนำกลุ่มคนเสื้อแดง แต่ในการเขียน SMS จะไม่เลือกใช้ฉายาหากไม่จำเป็น เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่เพียง 70 ตัวอักษรทำให้การสื่อความหมายทำได้ยากกว่าปกติอยู่แล้ว ดังนั้นข้อความที่จะถูกส่งออกไปจะต้องทำให้ชัดเจนที่สุด เข้าใจง่ายที่สุด เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

โดย สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) อธิบายว่า

“ถามพี่น้องที่ว่ามันก็เพลน ๆ นะ คือจะมาใช้ฉายาทำไม แค่ชื่อจริงบางทีคนยังไม่รู้จักเลยจะใช้ฉายา ฉายามันก็เป็นแค่สิ่งที่คนพูด ใช้ชื่อเลยดีกว่า อย่างสมมุติว่าเนี่ย พี่บอก เดี่ยวจะเอาของไปให้ยัยสวยก่อน งงไหม สวยไหนล่ะ ”

จากข้อค้นพบข้างต้นทั้งหมดที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์การใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับประชาชนและกรรมสามารถสรุปได้ว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นแต่ละประเภทมีธรรมชาติของข่าวที่แตกต่างกันไป โดยแบ่งได้เป็น 4 กรณี คือ

1. ข่าวที่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวหุ้น และ อัตราแลกเปลี่ยน โดยมีการเลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic เพียง 2 ประเภทคือ ภาพรวมองค์กร สถาบัน มากที่สุด รองลงมาเป็นแบบสถานภาพ เนื่องจากข่าวทั้ง 2 ประเภท เป็นข่าวที่มีเนื้อหาข้อมูลที่เป็นทางการต้องอาศัยความน่าเชื่อถือ รวมถึงบุคคลที่ให้ข่าวส่วนใหญ่จะแสดงความเห็นในฐานะที่เป็นตัวแทนองค์กรหรือสถาบันต่าง ๆ อยู่แล้ว สำหรับการใช้รหัสแบบ paradigmatic แบบสถานภาพเป็นการรายงาน ราคาทองคำ และอัตราแลกเปลี่ยน เน้นรายงานข้อเท็จจริง ซึ่งเป็นการรายงานข่าวแบบรูทีนเป็นประจำทุกวันอยู่แล้ว

2. ข่าวค่อนข้างเป็นทางการ ได้แก่ ข่าวธุรกิจ มีการใช้รหัสแบบ paradigmatic แบบภาพรวมองค์กร สถาบัน เหมือนกันข่าวที่เป็นทางการ (หุ้นและอัตราแลกเปลี่ยน) ถึงร้อยละ 74 แต่ก็มีการใช้รหัสแบบ paradigmatic แบบสถานภาพ ชื่อจริง ตำแหน่ง ร่วมด้วย เนื่องจากเนื้อหาข่าวธุรกิจจะมีทั้งการส่งข่าวที่เป็นทางการ เช่น ตัวเลขทางเศรษฐกิจ และข่าวที่ค่อนข้างไม่เป็นทางการ เช่น การรายงานสถานการณ์บ้านเมือง และการแสดงความคิดเห็นของบุคคลสำคัญที่มีผลทางเศรษฐกิจ แต่ก็ยังคงต้องอาศัยความน่าเชื่อถือด้วย จึงยังต้องใช้ภาษาที่เป็นทางการบ้าง

3. ข่าวค่อนข้างไม่เป็นทางการ ได้แก่ ทันข่าว และ คมชัดลึก มีการใช้รหัสแบบ paradigmatic แบบภาพรวมองค์กร สถาบันมากที่สุด เนื่องจาก แม้จะไม่ได้เป็นการรายงานข้อมูลตัวเลขทางเศรษฐกิจ แต่ข่าวทั้ง 2 ประเภทก็เป็นการรายงานข่าวด่วน เหตุการณ์สำคัญ ดังนั้นความน่าเชื่อถือก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน เพียงแต่อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้ภาษาในระดับที่เป็นทางการมากเท่ากับ 2 กลุ่มข้างต้น ดังนั้นจึงมีการใช้ทั้งชื่อเล่น ชื่อจริง ตำแหน่ง และสถานภาพ กับแหล่งข่าวหรือบุคคลในข่าวด้วย

4. ข่าวที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวบันเทิง ซึ่งมีการใช้รหัสแบบ paradigmatic ที่ต่างจากข่าวประเภทอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัดโดยมีการใช้ชื่อเล่นมากที่สุดถึงร้อยละ 44 เนื่องจากเนื้อหาข่าวเป็นข่าวบันเทิงที่ไม่ต้องการการใช้ภาษาที่เป็นทางการ ไม่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือจากองค์กร สถาบัน ไฉมารองรับ เนื่องจากการนำเสนอข่าวจะเป็นข่าวส่วนตัวของคนในวงการบันเทิงที่อยู่ในความสนใจของประชาชน

จุดที่น่าสังเกต ก็คือ ชาวบ้านเชิงเป็นชาวประเภทเดียวที่มีการใช้ชุดของสัญลักษณ์ 2 ชุดด้วยกัน คือ แบบชื่อเล่น+ชื่อจริง และ ชื่อเล่น+องค์กรสถาบัน เนื่องจากบุคคลในวงการมีค่อนข้างเยอะและหากใช้เพียงชื่อเล่น ซึ่งบางคนมีชื่อเล่นที่ซ้ำกันก็ทำให้สับสนได้ จึงต้องเพิ่มชื่อจริงหรือ องค์กรสถาบัน ค่ายสังกัดที่ บุคคลนั้นสังกัดอยู่ เพื่อไม่ให้เกิดความสับสน เข้าใจผิด และในการนำเสนอ ชาวบ้านเชิงก็เป็นการนำเสนอชาวบุคคลเพียง 1 คนหรือ 1 คู่ต่อ SMS ชาวสั้น 1 ข้อความ ดังนั้นจึงมีเนื้อที่มากพอที่จะใช้รหัสแบบ paradigmatic ร่วมกัน 2 ชุดได้

2.2 วิเคราะห์รหัสแบบ paradigmatic สำหรับคำกริยา

เนื่องจากคำกริยาเป็นคำที่ใช้แสดงอาการ กริยาท่าทาง หรือแสดงอารมณ์ ซึ่งในภาษาไทย คำกริยาเป็นคำที่สามารถใช้ภาษาได้หลากหลาย ในคำกริยาที่มีความหมาย 1 อย่างอาจมีคำให้เลือกใช้ได้มากมาย เช่น คำว่า “กล่าว เผย ระบุ ชี้” คำเหล่านี้ล้วนหมายถึงคำกริยาที่แสดงการบอกเล่าทั้งสิ้น พบว่า มีการใช้คำกริยาใน SMS ชาวสั้นเพื่อเหตุผล 4 ประการ คือ

1. เลือกใช้เพื่อประหยัดพื้นที่ (economy of space)
2. เลือกใช้เพื่อให้เข้ากับประเด็นข่าว (relevancy)
3. เลือกใช้เพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน (degree of mood)
4. เลือกใช้เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก (avoidance of redundancy)

จากเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น สามารถแสดงการเลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับกริยา ได้ ตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงการเลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับกริยา

| เหตุผลในการเลือกใช้รหัส | ทันข่าว | คมชัดลึก | บันเทิง | ธุรกิจ | หุ้ | อัตราแลกเปลี่ยน | รวมทุกประเภทข่าว |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|-------------------------------|
| ประหยัดพื้นที่ | 11 (22%) | 7 (14%) | 1 (2%) | 13 (26%) | 6 (50%) | 6 (50%) | 44 (19.64%) |
| เข้ากับประเด็นข่าว | 29 (58%) | 31 (62%) | 32 (64%) | 24 (48%) | 6 (50%) | 6 (50%) | 128 (57.14%) |
| ให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน | 8 (16%) | 10 (20%) | 17 (34%) | 4 (8%) | | | 39 (17.41%) |
| เลี่ยงความซ้ำซาก | 2 (4%) | 2 (4%) | | 9 (18%) | | | 13 (5.80%) |
| รวม | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 12 (100%) | 12 (100%) | 224 (100%) |

จากตารางที่ 6 แสดงว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนิยมเลือกใช้รหัส **paradigmatic** สำหรับกริยา เพื่อให้เข้ากับประเด็นมากที่สุด(relevancy) โดยมีการนำเสนอ 128 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 57.14 โดยข่าวบันเทิงมีการนำเสนอมากที่สุด 32 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 64 รองมาคือ คมชัดลึกมีการนำเสนอ 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 ทันข่าวนำเสนอ 29 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 58 ข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอเท่ากัน 6 จาก 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 50 และข่าวธุรกิจนำเสนอ 24 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 48 เมื่อเปรียบเทียบกันทุกประเภทข่าวแล้วจะพบว่ามีจำนวนการนำเสนอไม่แตกต่างกันมาก เนื่องจากรายงาน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเน้นรายงานแบบสรุปข่าวว่าเกิดอะไรขึ้น ที่ไหน อย่างไร ดังนั้นจึงต้องเลือกใช้รหัสให้เข้ากับประเด็นเพื่อสร้างความเข้าใจเป็นหลัก

ตัวอย่างเช่น

“อธิสมันต์ แกลง พวตร.มาแค่ให้ส่งถึงเวทีปล่อยตัวแล้ว ประกาศ ทำสงครามกับรัฐ”

จากตัวอย่างจะเห็นว่า คำว่า “แกลง” และ “ประกาศ” เป็นการเลือกใช้รหัสเพื่อให้เข้ากับประเด็นข่าวเท่านั้น โดยไม่ได้เน้นการให้อารมณ์หรือคำที่หือหาวมีสีสัน โดยเป็นการรายงานข่าวเพื่อให้ได้รับทราบข้อเท็จจริงเป็นหลัก

อันดับสอง คือ การเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกริยา เพื่อประหยัดพื้นที่(economy of space) โดยมีการนำเสนอ 44 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 19.64 โดยข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนมีการนำเสนอในลักษณะนี้มากที่สุด 6 จาก 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 50 รองมาคือข่าวธุรกิจมีการนำเสนอ 13 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 26 ทันข่าวนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22 คมชัดลึกนำเสนอ 7 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 14 และบันเทิงนำเสนอ 1 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2 เนื่องจากข้อจำกัดของการส่ง SMS ข่าวสั้นต้องใส่เนื้อหาข่าวทั้งหมดลงไปภายใน 70 ตัวอักษร ดังนั้นการเลือกใช้รหัสให้ประหยัดพื้นที่ที่สุดก็เป็นสิ่งสำคัญมากเช่นกัน

ตัวอย่างเช่น

“ชมรมนักธุรกิจ ค้าน แดง จ่อ ปิดสโลม หวัน สก. พัง เล็ง ถก แนวทางเคลื่อนไหวตอบ

จากตัวอย่างจะเห็นว่า คำว่า “ค้าน แดง จ่อ หวัน สก. พัง เล็ง ถก” ล้วนเป็นรหัสที่พยายามเลือกใช้คำที่สั้นที่สุดทั้งการลดคำ ย่อคำ และเลือกใช้คำที่สั้นที่สุดเพื่อประหยัดพื้นที่ โดยความจริงแล้วคำเหล่านี้มาจากคำเต็ม ดังนี้

ค้าน ลดคำมาจาก กัดค้าน

แดง ลดคำมาจาก กลุ่มคนเสื้อแดง

ห้วน ลดคำมาจาก หวาดห้วน หรือ ห้วนกลัว

ศก. ย่อคำมาจาก เศรษฐกิจ

จ่อ, เต็ง มาจากความหมาย เตรียม

พัง มาจากความหมาย เสียหาย

ถก มาจากความหมาย พุดคุย ประชุม เจรจา

จากข้อค้นพบจะเห็นได้ว่าใน SMS ข่าวสั้น 1 ข้อความสามารถเลือกรหัสเพื่อประหยัดพื้นที่ได้เป็นจำนวนมากโดยที่เนื้อหาสามารถคงความหมายได้ดั้งเดิม

อันดับสาม คือ การเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกิริยา เพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน (degree of mood) โดยมีการนำเสนอ 39 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 17.41 ข่าวบันเทิงนำเสนอมากที่สุด 17 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 34 รองมาคือคมชัดลึกลำเสนอ 10 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 20 ทันข่าวนำเสนอ 8 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 16 และธุรกิจนำเสนอ 4 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 8 ขณะที่ข่าวหุ้นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการนำเสนอในลักษณะนี้ เนื่องจากการรายงานข่าวนอกจากจะเป็นการรายงานสถานการณ์หรือสรุปข่าวแล้ว ในการรายงานข่าวบางข่าวจำเป็นต้องเลือกใช้คำเพื่อแสดงให้เห็นภาพของอารมณ์ข่าวนั้น ๆ ผ่านตัวหนังสือได้ชัดเจนขึ้น

ตัวอย่างเช่น

“แน็ปเรท โทรสเปค เอิร์ทจัด เลิกคาเอ็น โดรฟิน- อั้ง ฝ่ายหญิงแอบคบกับดีเจบุดค้า”

จากตัวอย่างจะเห็นว่า คำว่า “เอิร์ทจัด” เป็นการแสดงให้เห็นถึงอารมณ์เสียใจอย่างหนัก และคำว่า “อั้ง” เป็นการแสดงให้เห็นถึงอารมณ์ที่คิดไม่ถึงและพูดไม่ออก ซึ่งมีความหมายว่า แน็ปเรท โทรสเปค มีความเสียใจอย่างหนักในการเลิกคบกับคาเอ็น โดรฟิน และยังคิดไม่ถึงกับข่าวที่ว่า ฝ่ายหญิงแอบคบกับดีเจบุดค้า

นอกจากนี้ จากตารางที่ 6 ยังพบข้อสังเกตว่า ในการเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกิริยาระหว่างการเลือกใช้เพื่อประหยัดพื้นที่ ที่มีการนำเสนอ 44 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 19.64 และการเลือกใช้เพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน ที่มีการนำเสนอ 39 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 17.41 นั้นเมื่อเปรียบเทียบกันแล้วจะเห็นว่ามิจำนวนการนำเสนอที่ไม่แตกต่างกันมาก

อันดับสี่ คือ การเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกิริยา เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก (avoidance of redundancy) โดยมีการนำเสนอ 13 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 5.80 ข่าวธุรกิจมีการนำเสนอมากที่สุด 9 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 18 รองมาคือ ทันข่าวและคมชัดลึกลำเสนอ

เท่ากัน 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 50 ในขณะที่ ชาวบ้านเทิง หุ่นและอัคราแลกเปลี่ยนไม่มีการนำเสนอในลักษณะนี้ เนื่องจากในการส่ง SMS ชาวสั้น นอกจากข่าวที่มีการเปลี่ยนแปลงตามประเด็นข่าวทุกวันแล้ว ยังมีในส่วนที่จะต้องรายงานข่าวความเคลื่อนไหวในประเด็นเดิมทุก ๆ วัน ดังนั้นจึงต้องมีการเลือกใช้รหัสเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากด้วย

ตัวอย่างเช่น

“ดาวโจนส์ **ลบ** 50.79จุดคู่10,856.63 Nymex **บวก** 1.39ดอลลาร์ที่83.76ดอลลาร์/บาร์เรล”

“ดาวโจนส์ **พุ่ง** 148.65จุดปีด10,896.91Nymex **ดิ่ง** 72เซนต์ปีด75.65ดอลลาร์/บาร์เรล”

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า คำว่า “ลบ” และ “ดิ่ง” เป็นคำที่มีความหมายเดียวกัน เพียงแต่เป็นการเลือกใช้รหัสเพื่อให้หลีกเลี่ยงความซ้ำซาก เช่นเดียวกับคำว่า “พุ่ง” และ “บวก” ที่มีความหมายเดียวกันแต่เมื่อเป็นการรายงานข่าวในประเด็นเดียวกันทุกวัน ดังนั้นจึงต้องมีการเลือกใช้รหัสที่แตกต่างกันเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก

จากข้อค้นพบสามารถสรุปได้ว่า ชาวทั้ง 6 ประเภทมีการเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกิริยา เพื่อให้เข้ากับประเด็นและเพื่อให้ประหยัดพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากทั้ง 2 ประการเป็นเหตุผลจำเป็นที่ต้องใช้ในการรายงาน SMS ชาวสั้น โดยการเลือกรหัสให้เข้ากับประเด็นเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากการเลือกรหัสให้เข้ากับประเด็นจะทำให้เนื้อหาข่าวและประเด็นข่าวที่ถูกนำเสนอ นั้น ๆ ชัดเจนมากขึ้น ในขณะที่การเลือกรหัสเพื่อประหยัดพื้นที่เป็นสิ่งสำคัญภายใต้ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่มีเพียง 70 ตัวอักษร โดยเหตุผลในการเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกิริยา เพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกันและเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก เป็นเหตุผลที่ถูกพิจารณารองลงมา เนื่องจากการรายงาน SMS ชาวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นจะเน้นไปที่การรายงานเหตุการณ์มากกว่าการสร้างสีสันให้กับข่าว

นอกจากนี้ ในบางกรณี ข่าวที่เกิดขึ้นเป็นเหตุการณ์สำคัญจนทำให้ต้องรายงานข่าวประเด็นเดียวกันนั้นใน SMS ข่าวหลาย ๆ ประเภท การเลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับคำกริยา ก็เป็นวิธีหนึ่งในการสร้างความแตกต่างให้ข่าวแต่ละประเภทมีอารมณ์ที่ต่างกันออกไป

สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า

“มุมมองขึ้น ก็มีรายละเอียดมากขึ้นก็สามารถส่งให้แตกต่างกันได้ละ เน้นย้ำ เพราะทีมที่ทำงาน ผ่านเรื่องใหญ่ ๆ เหตุการณ์สำคัญ ๆ มาแล้ว การมีประสบการณ์ ความรู้ภาษาไทยดี ทำให้เขียนแตกต่างได้สบาย ๆ รู้จักใช้ภาษาที่ง่ายและตรงประเด็น ได้ความรู้สึกด้วย”

2.3 วิเคราะห์การใช้รหัสเฉพาะ ใน SMS ข่าวล้น

เนื่องจากการเขียน SMS ข่าวล้นของสำนักข่าวเนชั่นมีพื้นที่อันจำกัดเพียง 70 ตัวอักษร และต้องใส่ประเด็นข่าวลงไปให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ทันที ดังนั้น นอกจากการใช้รูปประโยค ใส่ประเด็น และการใช้ชุดของสัญลักษณ์ดังกล่าวแล้ว ยังมีสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญอย่างมาก คือการเข้ารหัสเฉพาะ จากการศึกษาพบว่า ผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) มีการเข้ารหัสเฉพาะ 4 ประเภท คือ เครื่องหมาย คำย่อ ภาษาข่าว และคำใหม่

(ก) เครื่องหมาย

สำหรับแนวคิดเรื่องการเขียนข่าว (เสริมศิริ นิลคำ, 2541) นอกจากจะมีหลักการใช้ภาษาในแง่ของการใช้รูปประโยคดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ยังมีหลักการในเรื่องการใช้เครื่องหมาย ซึ่งแนวคิดนี้นำเสนอว่า หนังสือพิมพ์มีวิธีการใช้เครื่องหมายในรูปแบบของตนเพื่อความเข้าใจง่ายและความสวยงาม ดังนี้

1) เครื่องหมายมหัพภาค (.) ที่นิยมใช้ในสื่อ ซึ่งอาจไม่เหมือนที่ใช้กันทั่วไป ได้แก่

ใช้ตัวย่อ เช่น กรม. รมต. ตร. เป็นต้น

ใช้กับเวลา เช่น 10.00 น. เป็นต้น

2) เครื่องหมายจุลภาค (,) ที่ใช้กันมากคือ ใช้ในการแยกตัวเลข เช่น 5,000 นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังอาจใช้เครื่องหมายจุลภาคในการแยกคำ แยกประโยค เพื่อให้อ่านง่ายขึ้น

3) เครื่องหมายอัญประกาศ (“ ”) มักใช้ในกรณีต่อไปนี้

ใช้กับประโยคคำพูด ใช้กับชื่อคนที่ไม่มีการตั้งฉายา เช่น “เสี่ยโกศล” หรือใช้กับวลีที่ต้องการเน้นให้ตื่นเต้น เช่น “ตายสยอง”

4 เครื่องหมายอื่นๆ เช่น / ใช้สำหรับแยกชื่อ

(ข) คำย่อ

การใช้ คำย่อ ผู้เขียนข่าวจะต้องจดจำคำย่อที่ใช้กันจนเป็นที่คุ้นตา เช่น UN พ.ร.บ. เพราะการใช้คำย่อมีความสำคัญมากในการเขียนข่าวสั้น คำบางคำแทนที่จะใช้ตัวย่อ กลับตัดส่วนของคำออกไปเพื่อให้สั้นเข้า เช่น จุฬาฯ ม.รามฯ ในบางกรณีอาจเป็นการย่อด้วยการเปลี่ยนรูปคำเดิม เช่น จีนแดง ย่อมาจาก สาธารณรัฐประชาชนจีน หรือ ฉวน ย่อมาจาก เวียดนาม

(ค) ภาษาข่าว

สำหรับการใช้ ภาษาข่าว ก็เป็นไปตามการใช้ภาษาลักษณะทั่วไปของภาษาหนังสือพิมพ์ ที่เป็นดังนี้ (สิริวรรณ นันทจันทุล ,2543)

1. ใช้ถ้อยคำภาษาแปลกใหม่ เพื่อสะดุดตาสะดุดใจผู้อ่าน และให้จดจำได้ง่าย โดยเฉพาะใน ส่วนของพาดหัวข่าวทั้งข่าวหน้า 1 และข่าวหน้าใน หรือแม้แต่ข่าววรรคเดียวก็ตาม

2. ใช้ภาษาในระดับภาษาปากมากที่สุด กล่าวคือ มีการใช้คำง่าย ๆ คำเฉพาะกลุ่ม คำตลาด คำคะนอง คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อการสื่อความหมายในคนทุกระดับการศึกษาเข้าใจ ได้ง่าย นอกจากนี้ยังใช้ภาษาระดับกึ่งแบบแผน และภาษาแบบแผนบ้างในข่าวบางประเภท เช่น ข่าว เศรษฐกิจ ข่าวในพระราชสำนัก ประกาศแจ้งความ เป็นต้น

(ง) คำใหม่

ในส่วนของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ต้องมีการใช้ภาษาแปลกใหม่ เป็นคำง่าย ๆ ที่ ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ แต่จะมีความแตกต่างเล็กน้อยกับภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ ไม่ใช่คำที่คะนองปาก คำตลาด หรือเป็นคำที่แสดงอารมณ์มากเกินไป เพื่อยังให้เกิดความ เป็นกลางในการรายงานข้อเท็จจริง มากกว่าการรายงานข่าวแบบแต่งเติมสีสัน ดังที่เคยกล่าวไว้แล้ว สำหรับภาษาข่าว ที่มีการใช้ใน SMS ข่าวสั้น เช่น

| | |
|-----------------------|--|
| “ปัด , โต้” | หมายถึง การพุดปฏิเสธ |
| “ซัด , ติง , จวก” | หมายถึง การพุดถึงอีกฝ่ายในทางลบ |
| “ผุด” | หมายถึง การมีความคิดใหม่ ๆ หรือ โครงการใหม่ ๆ |
| “คอด” | หมายถึง การแอบกระทำการใด โดยไม่ให้สื่อมวลชนรู้ |
| “ควง” | หมายถึง การนำพาไปด้วย อาจหมายถึงบุคคล หรือ อาวุธ |
| “เชือด , ฟัน , ลงดาบ” | หมายถึง การลงโทษหรือการจัดการอย่างเด็ดขาด |
| “ชี้ , เผย , ลั่น” | หมายถึง การบอกกล่าว |
| “โอด , พ้อ” | หมายถึง บ่นด้วยความน้อยใจ หรือ ต่อว่าด้วยว่าน้อยใจ |
| “จ่อ , เล็ง” | หมายถึง เตรียมกระทำบางอย่างในเวลาอันใกล้ |
| “จี , บี” | หมายถึง กดดันหรือบังคับให้ทำ |

ในส่วนของ คำใหม่ นั้น จากการเก็บข้อมูล SMS ข่าวที่ส่งตัวอย่างมา พบว่ามีการใช้คำใหม่หลายคำในช่วงที่เก็บตัวอย่าง เนื่องจากเป็นช่วงที่สถานการณ์บ้านเมืองที่ไม่ปกติ เกิดการชุมนุมทางการเมืองและการก่อจลาจล ทางรัฐบาลได้จัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้น เพื่อดูแลและควบคุมสถานการณ์ จึงเกิดการบัญญัติคำใหม่ขึ้น โดยรัฐบาล ดังนี้

“เสื้อแดง” หมายถึง กลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ ตัวย่อ นปช. เป็นกลุ่มที่ให้การสนับสนุนอดีตนายกรัฐมนตรี พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร และต่อต้านขับไล่รัฐบาลของนายกรัฐมนตรี อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ โดยใส่เสื้อสีแดงเป็นสัญลักษณ์

“เสื้อหลากสี” หมายถึง กลุ่มประชาชนเพื่อพิทักษ์ชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ เป็นการรวมตัวของกลุ่มคนใน Facebook เพื่อต่อต้านการชุมนุมของกลุ่มคนเสื้อแดง เนื่องจากได้รับความเดือดร้อนจากการชุมนุม และเรียกร้องให้รัฐบาลดำเนินการกับกลุ่มคนเสื้อแดง

“ศอฉ.” หมายถึง ศูนย์อำนวยการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน ตั้งขึ้นโดยรัฐบาลนายกรัฐมนตรี อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มีหน้าที่ควบคุมและติดตามสถานการณ์การชุมนุมของกลุ่มคนเสื้อแดงและกลุ่มที่มีการเคลื่อนไหวทางการเมืองต่าง ๆ ในช่วงเวลาสถานการณ์ไม่ปกติ

“กระชับพื้นที่” หมายถึง การปฏิบัติการของทหารและตำรวจเพื่อโอบกระชับวงล้อม ปิดล้อมกลุ่มที่มีการชุมนุมเคลื่อนไหวทางการเมือง (ในที่นี้คือกลุ่มเสื้อแดง) เพื่อควบคุมสถานการณ์ให้อยู่ในความสงบและรอคำสั่งการปฏิบัติการขั้นเด็ดขาด

“ขอคืนพื้นที่” หมายถึง การปฏิบัติการของทหารและตำรวจในการเข้าสลายการชุมนุมของกลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง เพื่อขอคืนพื้นที่การชุมนุมให้ประชาชนสามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติ โดยกระทำการตามหลักสากล 7 ขั้นตอนจากเขาไปหาหนัก

“ยกระดับการชุมนุม” หมายถึง การเพิ่มระดับการก่อความวุ่นวายในการชุมนุมประท้วงของกลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง (ในที่นี้คือกลุ่มเสื้อแดง) โดยเพิ่มการป่วนตั้งแต่การเคลื่อนขบวนไปตามสถานที่สำคัญต่าง ๆ จนถึงการก่อเหตุไม่สงบ

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมาวิเคราะห์การเข้ารหัส 4 ประเภท คือ การใช้คำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว และเครื่องหมาย เพื่อศึกษาว่าข่าวแต่ละประเภทมีการเข้ารหัสที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งในการรายงานผลเรื่องการเข้ารหัสนี้ สามารถแบ่งเป็น 2 ตาราง คือ ตาราง 7 การใช้รหัสเฉพาะ(ภาษา) และตาราง 8 การใช้เฉพาะ(เครื่องหมาย) เริ่มจากตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงการใช้รหัสเฉพาะ(ภาษา) ใน SMS ข่าวสั้น คำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว

| ลักษณะ รหัส | ทันข่าว | คมชัดลึก | บันเทิง | ธุรกิจ | หุ้น | อัตรา แลกเปลี่ยน | รวมทุก ประเภทข่าว |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|----------------------|
| คำย่อ | 12 (24%) | 11 (22%) | 3 (6%) | 27 (54%) | 12 (100%) | 12 (100%) | 77 (34.4%) |
| คำใหม่ | 2 (4%) | 4 (8%) | 1 (2%) | 1 (2%) | - | - | 8 (3.60%) |
| ภาษาข่าว | 5 (10%) | 6 (12%) | 35 (70%) | 5 (10%) | - | - | 51 (22.80%) |
| คำย่อ+ คำใหม่ | 11 (22%) | 9 (18%) | - | 3 (6%) | - | - | 23 (10.30%) |
| คำย่อ+ ภาษาข่าว | 20 (40%) | 20 (40%) | - | 14 (28%) | - | - | 54 (24.10%) |
| ไม่ใช้รหัส | | | 11 (22%) | | | | 11 (5.01%) |
| รวม | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 12 (100%) | 12 (100%) | 224 (100%) |

จากตารางที่ 7 แสดงว่า ในการใช้รหัสเฉพาะใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้น นอกจากการเลือกใช้รหัสเฉพาะ 1 รูปแบบใน 1 ข้อความ ยังพบว่าใน SMS ข่าวสั้น มีการใช้รหัสเฉพาะ 2 รูปแบบร่วมกันใน 1 ข้อความ รวมถึงในบางข้อความข่าวก็ไม่มีการใช้รหัสเฉพาะเลย

หากมองในภาพรวม พบว่า การใช้รหัสเฉพาะ 1 รูปแบบใน 1 ข้อความ ได้รับการนำเสนอมากที่สุด คือ 136 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 60.71 โดยข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนมีการนำเสนอทั้ง 12 ข้อความจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่นำมาศึกษาคิดเป็นร้อยละ 100 ข่าวบันเทิงมีการนำเสนอ 39 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 78 ข่าวธุรกิจนำเสนอ 33 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 66 คมชัดลึกนำเสนอ 21 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 42 และทันข่าวนำเสนอ 19 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 38

สาเหตุที่ข่าวประเภทหุ้นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยน ไม่มีการใช้รหัสแบบอื่นเลย เนื่องจากข่าว 2 ประเภทนี้มีรูปแบบการนำเสนอที่ตายตัวอยู่แล้ว เนื้อหาข่าวเป็นเพียงการรายงานข่าวสั้น ๆ มีเหตุการณ์เล็กน้อย ต้องรายงานข้อมูลซ้ำเดิมเหมือนเดิมทุกวันในรูปแบบของตัวเลข ที่มีผลทางเศรษฐกิจ ซึ่งข้อความที่ส่ง SMS ไปดังตัวอย่างข้างต้นก็เป็นเพียงการรายงานความเคลื่อนไหวล่าสุดอย่างเดียวเท่านั้น ไม่จำเป็นต้องมีคำอื่น ๆ ใส่เข้ามาในข้อความอีก ดังนั้นจึงไม่มีการใช้รหัสแบบอื่น

ตัวอย่างเช่น SMS อัตราแลกเปลี่ยน

“แลกเปลี่ยนวันนี้บาท(ค่าเงินบาท) ต่อUSD(ดอลลาร์สหรัฐ)32.35 /GBP(ปอนด์สเตอร์ลิง)50.01/ EUR(ยูโร)44.24/ JPY(เยน)(100)34.87/ HKD(ดอลลาร์ฮ่องกง)4.17”

อันดับสอง คือ การใช้รหัสเฉพาะ 2 รูปแบบร่วมกันใน 1 ข้อความ มีการนำเสนอ 77 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 34.4 โดยทันข่าวมีการนำเสนอมากที่สุด 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 คมชัดลึคนำเสนอ 29 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 58 และบันเทิงนำเสนอ 17 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 34

อันดับสาม คือ การไม่ใช้รหัสเฉพาะเลย พบว่า มี 11 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 5.01 โดยข่าวบันเทิงเป็นข่าวประเภทเดียวที่มีการนำเสนอในรูปแบบนี้ โดยนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22

หากมองในกลุ่มการใช้รหัสเฉพาะ 1 รูปแบบใน 1 ข้อความ พบว่า รหัสเฉพาะที่มีการใช้ใน SMS ข่าวมากที่สุด คือ คำย่อ มีการนำเสนอ 77 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 34.40 ข่าวหุ้นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอทั้งหมด 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนตัวอย่างที่นำมาศึกษา และข่าว 2 ประเภทนี้ก็ไม่มีการใช้รหัสแบบอื่นเลย ข่าวธุรกิจมีการนำเสนอ 27 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54 ประเภททันข่าวนำเสนอ 12 จาก 50 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 24 ข่าวคมชัดลึคนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22 และข่าวบันเทิงนำเสนอ 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6

เมื่อมองในแง่ แนวคิดการเขียนข่าว ในเรื่องหลักการใช้คำย่อ แล้ว จะพบว่า นอกจากในการเขียนพาดหัวข่าวแล้ว การใช้คำย่อใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นก็เป็นที่ยอมรับมากเช่นกัน เนื่องจากการใช้คำย่อมีความสำคัญมากในการเขียนข่าวสั้น

ตัวอย่างเช่น SMS ทันข่าว

“BTS (รถไฟฟ้ามหานคร) บริการทุกสถานี6-20น.(6.00-20.00นาฬิกา)/รถไฟฟ้าใต้ดินวิ่งทุกสถานี6-24น. (6.00-20.00นาฬิกา) เว้นสีลมถึง1ทุ่ม (19.00นาฬิกา)”

นอกจากนี้ ตามแนวคิดการเขียนข่าวยังมีหลักการเรื่องการตัดส่วนของคำออกไป เพื่อให้สั้นเข้า แทนการใช้คำย่อ เช่น นายกฯ ม.รามฯ ซึ่งในตัวอย่างข้างต้นก็ใช้คำว่า จุฬาฯ แทนคำว่า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นั่นเอง

ในแนวความคิดเขียนข่าวยังมีหลักการให้การย่อคำด้วยการเปลี่ยนรูปคำเดิม เช่น จีนแดง ย่อมาจาก สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งในตัวอย่างข้างต้นดังกล่าวก็มีคำว่า บีม แทนคำว่า ระเบิด เพื่อการประหยัดเนื้อที่ด้วย

ตัวอย่างเช่น

“พบบีมแสวงเครื่องริมรั้วภูเขาจนท.กู้ทัน อีกลูกขว้างM67ใส่บ้านคนช.พหลฯ44”

อันดับสอง คือ การใช้รหัสภาษาข่าว โดยข่าวบันเทิงนำเสนอ 35 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 70 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 6 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 12 ข่าวธุรกิจและทันข่าวนำเสนอ 5 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10 ขณะที่ ข่าวหุ้นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้รหัสในรูปแบบนี้ เมื่อเฉลี่ยรวม SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นทุกประเภทข่าว พบว่า การใช้รหัสภาษาข่าวมีการนำเสนอ 51 จาก 225 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22.80

ตัวอย่างเช่น

“แอนคริว รับ อยากมีแฟน แจง หายหน้าเพราะทำเบื้องหลัง ปิด เรื่องมากเลือกงาน”

อันดับสาม คือ การใช้คำใหม่ มีการนำเสนอ 8 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 3.60 โดยข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 4 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ ประเภททันข่าวนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 ข่าวบันเทิงและข่าวธุรกิจนำเสนอ 1 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2 ขณะที่ ข่าวบันเทิงข่าวหุ้นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้รหัสในรูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“สุเทพจ่อ ขอคืนพื้นที่ ไม่รับรองจับตายแกนนำออกหมายจับก่อการร้ายสัปดาห์นี้”

หากมองในกลุ่มการใช้รหัส 2 รูปแบบใน 1 ข้อความ พบว่า การใช้คำย่อและภาษาข่าวมีการนำเสนอมากที่สุด 54 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 24.11 โดยข่าวประเภทคมชัดลึกและทันข่าวมีการนำเสนอ 20 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40 ข่าวธุรกิจนำเสนอ 14 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 28 ขณะที่ข่าวบันเทิง ข่าวหุ้น และข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้รหัสในรูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“ป่วน!(ภาษาข่าว) ยิงถล่มศาลาแดง ตร.(คำย่อ)ตาย1 /บีม(ภาษาข่าว) M79ค่านตรวจหน้าสวนลุมฯ(คำย่อ) เจ็บ8 ตร.(คำย่อ) ดับ1(ภาษาข่าว)”

อันดับสอง คือ การใช้คำย่อและคำใหม่ร่วมกัน มีการนำเสนอ 23 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10.27 โดยประเภทต้นข่าวนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22 ข่าวกมชัดลึคนำเสนอ 9 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 18 และข่าวธุรกิจนำเสนอ 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6 ขณะที่ข่าวบันเทิง ข่าวหุ้น และข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้รหัสในรูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“สอน.(คำย่อ) แอลงพรงนี้ขอคืนพื้นที่(คำใหม่) รพ.(คำย่อ) จุฬา(คำย่อ) ให้ผู้ป่วย-บุคลากรแพทย์ทำงานสะดวก”

ข้อค้นพบที่เห็นได้ชัดจากตารางที่ 7 คือ SMS ข่าวบันเทิงที่มีการใช้รหัสใน SMS ข่าวสั้นแตกต่างจากข่าวประเภทอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง เนื่องจากข่าวบันเทิงมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับบุคคลที่ประชาชนให้ความสนใจ การรายงานข่าวเน้นไปทางการรายงานความรู้สึกหรือเรื่องส่วนตัวของบุคคลบันเทิงมากกว่ารายงานสถานการณ์ ดังนั้นจึงเน้นการใช้คำภาษาข่าวเพื่อเพิ่มสีสันและโน้มน้าวผู้รับสารให้มามีอารมณ์ร่วมไปด้วย เช่นการใช้คำว่า ปลื้ม บัด เกาเหลา เป็นต้น ไม่เน้นภาษาทางการมากเกินไป และเนื่องจากส่วนใหญ่จะเน้นส่งข่าวเพียงประเด็นเดียว จึงไม่จำเป็นต้องใช้คำย่อเพื่อประหยัดพื้นที่

นอกจากนี้ยังเป็นที่น่าสนใจที่ SMS ข่าวบันเทิง ไม่ได้มีการใช้รหัสตามรูปแบบดังกล่าวในทุก ๆ ข้อความ โดยมีการใช้รหัสต่าง ๆ 39 ข้อความจากทั้งหมด 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 78 และมีอีก 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22 ที่ไม่มีการใช้รหัสในรูปแบบต่าง ๆ เลย จากรูปแบบดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า SMS ข่าวบันเทิงมีการนำเสนอข่าวที่ใกล้เคียงกับการพาดหัวข่าวในประเภทเดียวคือข่าวบันเทิงมากที่สุด ดังตัวอย่าง

SMS บันเทิง 3 พค.53

“ณเดชน์” คว้าภาพนิ้วเนี่ยสาวหลุด บัดแค่ถ่ายภาพเล่นสมัยเรียน ไม่ใช่แฟน”

พาดหัวข่าว คมชัดลึกบันเทิง 5 พค.53

“เครือข่ายนิ้วเนี่ยสาว”ณเดชน์”ได้แค่เพื่อนสมัยเรียน”

Leadข่าว ณเดชน์ ภูมิยะ รับเครือข่ายนิ้วเนี่ยสาว บัดเป็นแค่ภาพถ่ายเล่น แงงภาพดังกล่าวเป็นเพื่อนสมัยเรียน ม.2 ไม่ใช่แฟน ไม่หวั่นหากโดนขุดคุ้ยเรื่องในอดีต เพราะตั้งรับกับข่าวแฉลบไว้แล้ว

นอกจากการใช้รหัสทางภาษา ดังข้อค้นพบข้างต้นแล้ว ในการเขียน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นยังมีการใช้รหัสที่สำคัญอีกประเภทหนึ่งนั่นก็คือการใช้เครื่องหมาย

ตามแนวคิดเรื่องการเขียนข่าว ตามข้อเสนอของ สิริวรรณ นันทจันทุล (2543) ได้กล่าวถึงลักษณะทั่วไปของภาษาหนังสือพิมพ์ ไว้ ซึ่งลักษณะข้อหนึ่งก็คือ การใช้เครื่องหมาย เช่น ปรศนีย์

อัศจรรย์ ัญประกาศ ทับ สัญลักษณ์ เป็นต้น ทั้งนี้มีหลายจุดประสงค์ เช่น เพื่อแบ่งแยกข้อความ เพื่อเน้นข้อความให้เห็นเป็นสำคัญ เพื่อแสดงว่าเป็นคำเฉพาะ เพื่อแสดงการขึ้นหัวข้อใหม่ ซึ่งบางครั้งการใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายต่าง ๆ ก็ได้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ทำได้นัก

สำหรับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นก็มีการใช้เครื่องหมายใส่ลงใน SMS ข่าวสั้นมากพอสมควร เนื่องจากข้อจำกัดของ SMS ข่าวสั้นที่มีพื้นที่เพียง 70 ตัวอักษร ดังนั้นนอกจากจะใช้การย่อคำหรือเลือกใช้คำที่สั้นที่สุดเพื่อประหยัดเนื้อที่แล้ว ยังสามารถใช้เครื่องหมายต่าง ๆ เพื่อแสดงความหมายได้โดยไม่จำเป็นต้องบรรยายให้เปลืองพื้นที่ตัวอักษร

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิเคราะห์การใช้เครื่องหมาย เพื่อศึกษาว่า SMS ข่าวสั้นประเภทต่าง ๆ มีการใช้เครื่องหมายใดบ้างและใช้อย่างไรบ้าง ซึ่งถือเป็นรหัสรูปแบบหนึ่งของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ดังที่ได้แบ่งการรายงานผลออกเป็น 2 ตารางคือ ตาราง 7 การใช้รหัสเฉพาะ (ภาษา) และตาราง 8 การใช้เฉพาะ(เครื่องหมาย)

ตารางที่ 8 แสดงการใช้รหัส (Code) ใน SMS ข่าวสั้นการใช้เครื่องหมาย

| เครื่องหมาย สัญลักษณ์ | ทันท่วง | คมชัดลึก | บันเทิง | ธุรกิจ | หุ้น | อัตรา แลกเปลี่ยน | รวมทุก ประเภทข่าว |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|------------------------------|
| / ทับ | 1 (2%) | 1 (2%) | 2 (4%) | - | - | - | 4 (1.90%) |
| , จุดภาค | - | - | 5 (10%) | - | - | - | 5 (2.23%) |
| . มหัพภาค | 13 (26%) | 15 (30%) | - | 15 (30%) | - | 3 (6%) | 46 (20.53%) |
| - ยัติภังค์ | 5 (10%) | 4 (8%) | 16 (32%) | 3 (6%) | - | - | 28 (12.5%) |
| ! อัศจรรย์ | - | - | - | 1 (2%) | - | - | 1 (0.45%) |
| + บวก | - | - | - | - | - | - | 0 (0%) |
| “ _ ” ัญประกาศคู่ | - | - | - | - | - | - | 0 (0%) |
| ๑ ไปยาลน้อย | - | 1 (2%) | - | - | - | - | 1 (0.45%) |
| 2 เครื่องหมาย ขึ้นไป | 27 (54%) | 20 (40%) | - | 27 (54%) | 12 (100%) | 9 (18%) | 95 (42.41%) |
| ไม่ใช้ เครื่องหมาย | 4 (8%) | 9 (18%) | 27 (54%) | 4 (8%) | - | - | 44 (19.64%) |
| รวม | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 12 (100%) | 12 (100%) | 224 (100%) |

จากตารางที่ 8 สามารถสรุปได้ว่า หลักในการเลือกใช้รหัสเครื่องหมายใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมี 3 ข้อ คือ

1. มีการใช้เครื่องหมายมากกว่าไม่ใช้ โดยพบว่าข่าวที่ไม่ใช้จะเป็นข่าวบันเทิง
2. มีการใช้บริบทเครื่องหมายค่อนข้างมากคือ 2 เครื่องหมายขึ้นไปต่อ SMS ข่าวสั้น 1 ข้อความ
3. ประเภทเครื่องหมายที่มีการใช้มากที่สุดคือ . มหัพภาค เนื่องจากเป็นเครื่องหมายที่ใช้กับคำย่อและใช้เป็นจุดทศนิยมในการบอกจำนวน

ในการใช้เครื่องหมายใน SMS ข่าวสั้นนั้น การใช้เครื่องหมายส่วนใหญ่จะนิยมใช้ 2 เครื่องหมายขึ้นไป โดยมีการนำเสนอ 95 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 42.41 โดยข่าวประเภทบันเทิงมีการใช้เครื่องหมาย 2 เครื่องหมายทั้งหมด 12 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนตัวอย่างที่นำมาศึกษา ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 9 จาก 12 คิดเป็นร้อยละ 18 ข่าวธุรกิจและทันข่าวนำเสนอ 27 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 30 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40 ขณะที่ข่าวบันเทิงไม่มีการใช้เครื่องหมายในลักษณะนี้

เนื่องจากรูปแบบในการนำเสนอตายตัว ที่ต้องมีการใช้เครื่องหมายบอกจุดทศนิยมหรือจำนวนนับของตัวเลขทางเศรษฐกิจ และเนื่องจากเนื้อหาที่ต้องใส่ค่อนข้างเยอะ จึงมีการใช้เครื่องหมายบางอย่างแทนคำ ดังตัวอย่างที่ใช้เครื่องหมาย /(ทับ) แทนคำว่า ต่อ

ตัวอย่างเช่น

“ดาวโจนส์บวก70.44จุดคู่10,927.07Nymexพุ่ง1.11ดอลลาร์ปิด84.87ดอลลาร์/บาร์เรล”

อันดับสอง คือ การใช้ 1 เครื่องหมายต่อ 1 ข้อความ มีการนำเสนอ 85 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 37.95 โดยข่าวบันเทิงนำเสนอมากที่สุด 23 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 คมชัดลึกนำเสนอ 20 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40 และทันข่าวกับธุรกิจนำเสนอในจำนวนที่เท่ากันคือ 19 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 38

อันดับสาม คือ การไม่ใช้เครื่องหมาย มีการนำเสนอ 44 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 19.64 โดยข่าวบันเทิงมีมากที่สุด 27 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54 คมชัดลึกมี 9 จาก 50 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 18 และทันข่าวกับธุรกิจมีจำนวนเท่ากันคือ 4 จาก 50 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 8

หากมองในกลุ่มของ การใช้ 1 เครื่องหมายต่อ 1 ข้อความ พบว่า เครื่องหมาย . มหัพภาค มีการนำเสนอมากที่สุดคือ 46 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 20.53 ข่าวคมชัดลึกและธุรกิจ

นำเสนอ 15 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 30 ประเภททันข่าวนำเสนอ 13 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 26 และอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 3 จาก 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 25 ขณะที่ข่าวบันเทิงและข่าวหุ้นไม่มีการใช้เครื่องหมายนี้

เนื่องจากเครื่องหมาย . มหัพภาค ใช้สำหรับตัวย่อ ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่ SMS ข่าวจำเป็นต้องใช้เครื่องหมายนี้ในข้อความส่วนใหญ่ เพื่อประหยัดพื้นที่ให้สามารถใส่รายละเอียดของข่าวให้ได้มากที่สุดในพื้นที่จำกัด 70 ตัวอักษร

หากมองในแง่ แนวคิดเรื่องการเขียนข่าว (เสริมศิริ นิลคำ, 2541) เรื่องหลักการใช้เครื่องหมายแล้ว ข้อค้นพบการใช้เครื่องหมายใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นดังกล่าวนี้ ตรงกับการใช้เครื่องหมายมหัพภาค (.) ที่นิยมใช้ในสื่อ ซึ่งอาจไม่เหมือนที่ใช้กันทั่วไป ได้แก่

ใช้ตัวย่อ เช่น กรม. รมต. ตร. เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น

“จตุพรอัคพรม.ขีดเส้น7วันขู่รัฐหวังทหารปฏิวัติ ลั่น20เมษาปิดก.ยาวถึงสี่ลม”

จาก SMS ข่าวสั้นในตัวอย่าง คำว่า พรม. ย่อมาจาก พันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย และ คำว่า ก. ย่อมาจาก ถนน นั่นเอง

อันดับสอง คือ เครื่องหมาย - ยัติภังค์ มีการนำเสนอ 28 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 12.5 โดยข่าวบันเทิงมีการนำเสนอ 16 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 32 ประเภททันข่าวนำเสนอ 5 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 4 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 8 และข่าวธุรกิจนำเสนอ 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6

สำหรับเครื่องหมายนี้ส่วนใหญ่ใช้เพื่อเป็นการแบ่งประเด็น เนื่องจากข้อค้นพบจากที่ตารางที่ 2 พบว่ามีนำเสนอข่าว SMS ข่าวสั้นที่ใส่ประเด็นมากกว่า 1 ประเด็นต่อ 1 ข้อความข่าว

ตัวอย่างเช่น

“ธัญญาอันรักHappy ได้สามี่ซ้อม-ไม่หวั่นหากฟังก์ก็ฟองที่ไม่ยอมหยุดพูด”

อันดับสาม คือ เครื่องหมาย , จุลภาค มีการนำเสนอ 5 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2.23 มีเพียงข่าวประเภทเดียวที่ใช้คือข่าวบันเทิงนำเสนอ 5 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10

หากมองในแง่ แนวคิดเรื่องการเขียนข่าว (เสริมศิริ นิลคำ, 2541) เรื่องหลักการใช้เครื่องหมายแล้ว ข้อค้นพบการใช้เครื่องหมายใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นดังกล่าวนี้ ตรง

กับหลักการใช้เครื่องหมายจุลภาค (,) ซึ่งแนวคิดนี้กล่าวว่า เครื่องหมายจุลภาค (,) ที่นิยมใช้กันมาก คือ ใช้ในการแยกตัวเลข เช่น 5,000 นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังอาจใช้เครื่องหมายจุลภาคในการแยกคำ แยกประโยค เพื่อให้อ่านง่ายขึ้น

ตัวอย่างเช่น

“ตลท.เผย วันนี้นักลงทุนต่างชาติขายสุทธิ 4,715.46 ล้านบาท”

จาก SMS ข่าวนั้นในตัวอย่าง 4,715.46 ล้านบาท สามารถอ่านเป็นจำนวนนับได้ว่า สี่พันเจ็ดร้อยสิบห้าล้านสี่แสนหกหมื่นบาท

อันดับสี่ คือ เครื่องหมาย / ทับ มีการนำเสนอ 4 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 1.90% โดยข่าวบันเทิงใช้มากที่สุดร้อยละ 4 รองมาคือข่าวคมชัดลึกและทันข่าวร้อยละ 2 ส่วนข่าวธุรกิจ หุ่น และอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้เครื่องหมายในลักษณะนี้

หากมองในแง่ แนวคิดเรื่องการเขียนข่าว (เสริมศิริ นิลคำ, 2541) เรื่องหลักการใช้เครื่องหมายแล้ว ข้อค้นพบการใช้เครื่องหมายใน SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นดังกล่าวนี้ ตรงกับหลักการใช้เครื่องหมายอื่น ๆ เช่น เครื่องหมาย / ทับ ใช้สำหรับแยกชื่อ ตรงตาม SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นดังที่ยกตัวอย่างนี้ คือ

ตัวอย่างเช่น

“สรุปบทอิแพนในดวงตาสวรรค์เป็นของแคทอลิก- โทม/จอย วัลลณี พระนาง”

อันดับห้า คือ เครื่องหมาย ! อักเจริย์ และเครื่องหมาย ฯ ไปยาลน้อย มีการนำเสนอเท่ากันคือประเภทละ 1 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 0.45

โดยข่าวธุรกิจนำเสนอ 1 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2 เครื่องหมาย ฯ ไปยาลน้อย โดยข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 1 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2 เช่นกัน ขณะที่ไม่มีประเภทข่าวอื่นใช้เครื่องหมาย 2 เครื่องหมายนี้เลย

ตัวอย่างเช่น

“ราคาทองพุ่ง300บาท/วิกฤปัญหาหนี้กรีซ ทองแท่งขาย18700 รูปพรรณขาย19100”

ขณะที่เครื่องหมาย + บวกและ “_” อัญประกาศคู่ ไม่มีการใช้ใน SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น ซึ่งข้อค้นพบนี้ไม่เป็นไปตามหลักแนวคิดการเขียนข่าว ในเรื่องหลักการใช้เครื่องหมาย ซึ่งอธิบายไว้ว่า การใช้เครื่องหมายอัญประกาศ (“_”) มักใช้ในกรณีต่อไปนี้ คือ

ใช้กับประโยคคำพูด

ใช้กับชื่อคนที่ไม่มีการตั้งฉายา เช่น “เสี่ยโกศล”

หรือใช้กับวลีที่ต้องการเน้นให้ตื่นเต้น เช่น “ตายสยอง”

เนื่องจากระบบการส่งข่าวไม่เอื้ออำนวยให้ใช้ 2 เครื่องหมายนี้ได้ ดังคำอธิบายของ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) ว่า

“เรื่องเครื่องหมาย ที่ไม่มีการใช้ + กับ “...” เพราะระบบส่งไม่ได้ เป็นเรื่องของทางไอทีในการสร้างโปรแกรมที่ไว้ใช้เขียนส่งข่าว ก็กลายเป็นว่าตัวเครื่องหมายนี้มันไปติดกลายเป็นคำสั่งของระบบ เราก็ตัดปัญหา SMS เราส่ง 4 เจ้า (AIS TRUE DTAC HUTCH) แต่เครื่องหมาย 2 อันนี้ไม่ขึ้นอยู่เจ้าเดียว เราก็แก้ปัญหาด้วยตัวของเราเองว่า ก็ไม่ส่งมันซะเลยใช้ตัวอักษรแทน เพราะว่าบางทีส่งได้ แต่ ใช้ + 2 ตัวใน 1 ข้อความก็ไม่ขึ้น”

นอกจากนั้นหากสรุปที่จำนวนรวมของ SMS ข่าวที่มีการใช้เครื่องหมาย จะเห็นได้ว่าข่าวหุนและอัตราแลกเปลี่ยนมีการใช้เครื่องหมายมากที่สุดทั้งหมด 12 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวนตัวอย่างที่นำมาศึกษา รองมาเป็นประเภทข่าวและข่าวธุรกิจมีการใช้เครื่องหมาย 46 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 92 ข่าวคมชัดลึกมีการใช้เครื่องหมาย 14 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 82 และข่าวบันเทิงใช้เครื่องหมาย 23 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 เมื่อเฉลี่ยรวมทุกประเภท SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น พบว่า มีการใช้เครื่องหมาย 180 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 80.40

3) การวิเคราะห์ความเข้มงวดของรหัส

ในส่วนของการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้น เมื่อเป็นรายงานข่าวจากสื่อสารมวลชนไปยังผู้รับ ย่อมจะเกิดความผิดพลาดไม่ได้หรืออาจจะทำได้แต่น้อยมาก เนื่องจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้น อาจทำให้การตีความหมายคลาดเคลื่อนหรือเข้าใจผิดได้ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มีเวลาในการเข้ารหัสน้อย ทำให้มีโอกาสเกิดความผิดพลาดได้สูง ซึ่งความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับความเข้มงวดของรหัส ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น มาวิเคราะห์ความเข้มงวดของรหัสเพื่อศึกษาความผิดพลาดของรหัสที่ถูกละไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

อย่างไรก็ตาม ในการส่ง SMS ข่าวสั้นแต่ละประเภทก็ยังมีเข้มงวดของรหัสที่แตกต่างกันไปตามประเภทและความเหมาะสมของเนื้อหาข่าว โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1.รหัสที่ไม่เข้มงวด หมายถึงการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นที่อนุญาตให้มีข้อผิดพลาดได้บ้าง เมื่อเกิดการใส่รหัสผิดเล็กน้อย SMS ข่าวสั้นข้อความนั้น ๆ ยังสามารถคงความหมายเดิมไว้ได้อย่างสมบูรณ์ ไม่เกิดการตีความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่จำเป็นต้องส่ง SMS ข่าวสั้นแก้ไขไปใหม่ เช่น การสะกดคำผิดเล็กน้อย การใช้วรรณยุกต์ผิด การสะกดคำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศผิด

2.รหัสที่เข้มงวด หมายถึงการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นที่ไม่อนุญาตให้มีข้อผิดพลาดได้เลย เนื่องจากหากมีการใส่รหัสผิดไปเพียงตัวเดียว ก็สามารถก่อให้เกิดการตีความหมายที่เปลี่ยนไป หรือ ทำให้กลายเป็นความหมายที่ตรงกันข้ามได้ ซึ่งความผิดพลาดลักษณะนี้จำเป็นต้องส่ง SMS ข่าวสั้นแก้ไขไปใหม่ เพื่อความเข้าใจและการตีความหมายที่ถูกต้อง โดยรหัสที่เข้มงวดมี 3 รูปแบบ คือ

2.1 รหัสตัวเลข หากเกิดข้อผิดพลาด หมายถึงจำนวนที่แตกต่างไปทันที

2.2 รหัสชื่อบุคคล หากเกิดข้อผิดพลาด อาจหมายถึงบุคคลอีกคนหนึ่งไปเลย

2.3 รหัสราชาศัพท์ รหัสรูปแบบนี้มักไม่อนุญาตให้เกิดความผิดพลาด

สำหรับวิธีการวัดผล เนื่องจากการส่ง SMS ข่าวสั้นนั้นเกิดข้อผิดพลาดในการเข้ารหัสค่อนข้างน้อย ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใช้ตัวอย่าง SMS ข่าวสั้นที่มีอยู่ทั้งหมด 224 ข้อความมาทดลองเปลี่ยนรหัสให้เกิดความผิดพลาด เพื่อวัดผลว่า SMS ข่าวสั้นข้อความนั้น ๆ หากเกิดการเข้ารหัสผิดพลาดแล้วจะยังสามารถคงความหมายเดิมอยู่ได้หรือไม่

ตัวอย่างเช่น

ทหารเสริมกำลังคุมเชิงพท.สีลมก่อนรุ่งสาง แดงวางถ้งแก๊สกั้รอบ จราจรหนีบ
เปลี่ยนรหัสเป็น

ทหารเสริมกำลัง คุย เชิงพท. สีลมก่อนรุ่งสาง แดงวางถ้งแก๊สกั้รอบ จราจรหนีบ

ตารางที่ 9 แสดงความเข้มงวดของรหัส

| ความเข้มงวด | ทันข่าว | คมชัดลึก | บันเทิง | ธุรกิจ | หุ้น | อัตราแลกเปลี่ยน | รวมทุกประเภทข่าว |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|-------------------------------|
| 1)รหัสไม่เข้มงวด | 27 (54%) | 30 (60%) | 47 (94%) | 17 (34%) | - | - | 121 (54.02%) |
| 2)รหัส เข้มงวด | 23 (46%) | 17 (40%) | 3 (6%) | 33 (66%) | 12 (100%) | 12 (100%) | 103 45.98% |
| 2.1เข้มงวดตัวเลข | 20 (40%) | 17 (34%) | 3 (6%) | 31 (62%) | 12 (100%) | 12 (100%) | 95 (42.41%) |
| 2.2เข้มงวดชื่อบุคคล | 1 (2%) | 3 (6%) | - | 2 (4%) | - | - | 6 (2.80%) |
| 2.3 เข้มงวดราชาศัพท์ | 2 (4%) | - | - | - | - | - | 2 (0.90%) |
| รวม | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 50 (100%) | 12 (100%) | 12 (100%) | 224 (100%) |

จากตารางที่ 9 สรุปได้ว่า รหัส SMS ข่าวสั้นมีรหัสที่ไม่เข้มงวดมากที่สุด เป็นรหัสที่อนุญาตให้มีข้อผิดพลาดได้บ้างขณะที่ยังคงความหมายเดิมได้อยู่ จำนวน 121 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54.02

ตัวอย่างเช่น

“ผู้ก็บอกตอนนี้ขอโกยเงินก่อนค่อยแต่ง วางแผนเดินตามรอยหมาทำให้ดีที่สุด”

“ผู้ก็บอก ตอนนี้ ขอโกยเงินก่อนค่อยแต่ง วางแผน เดิม ตามรอยหมาทำให้ดีที่สุด”

จะเห็นว่าแม้จะมีการใส่รหัสผิดพลาดด้วยการสะกดผิดจาก ตอนนี้ เป็น ตอนนี้ และจาก เดิน เป็น เดิม แต่ก็ยังสามารถคงความหมายเดิมไว้ได้โดยสมบูรณ์ ดังนั้นจึงถือว่าเป็นรหัสที่ไม่เข้มงวด

อันดับสอง รหัสแบบเข้มงวด เป็นรหัสที่ไม่อนุญาตให้เกิดความผิดพลาดได้เลย เนื่องจากจะทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งมีการนำเสนอ 103 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 45.98

ตัวอย่างเช่น

“บางจาก-ปตท. ขึ้นราคาทุกประเภท 60 สต. ฟรุ้งนี้ เบนซิน 91 ขาย 37.34 ดีเซล 29.39”

“บางจาก-ปตท. ขึ้นราคาทุกประเภท 6 สต. ฟรุ้งนี้ เบนซิน 91 ขาย 37.34 ดีเซล 293.9”

จะเห็นว่าการใส่รหัสที่ผิดพลาดด้วยการสะกดผิดจาก 60 เป็น 6 และจาก 29.39 เป็น 239.9 ทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลงไปทันที ดังนั้นจึงถือว่าเป็นรหัสที่เข้มงวด

นอกจากนี้ จากตารางที่ 9 ยังพบข้อสังเกตว่าหากเปรียบเทียบระหว่างจำนวนข้อความ SMS ข่าวสั้นของรหัสไม่เข้มงวด 121 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54.02 กับรหัสเข้มงวด 103 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 45.98 จะพบว่าเป็นจำนวนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก

หากมองในแง่ รหัสไม่เข้มงวด พบว่า ข่าวบันเทิงมีจำนวน 47 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 94 ข่าวคมชัดลึกมีจำนวน 30 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 60 ประเภททันข่าวมีจำนวน 27 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54

สาเหตุที่ข่าวบันเทิงไม่มีความเข้มงวดในการเข้ารหัสมากถึงร้อยละ 94 เนื่องจากธรรมชาติของข่าวประเภทนี้ไม่ค่อยมีการใส่ตัวเลขหรือการใช้ราชาศัพท์อยู่แล้ว ส่วนใหญ่มีเพียงการใช้ชื่อบุคคลในวงการบันเทิงซึ่งจะมีการใส่ทั้งชื่อจริงและชื่อเล่น จึงทำให้ผิดความหมายหรือเกิดการเข้าใจผิดได้น้อย แม้จะมีการสะกดผิดไปบ้างแต่ก็ไม่ทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นบุคคลอื่น

ในเรื่องนี้ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) อธิบายว่า

“อย่างข่าวบันเทิงเนี่ย เช่น ซิตคอมเนี่ยก็อยากรู้ว่าใครเตรียมจัดกิจกรรมแฟนคลับ เขียนเป็น ซิมคอมเนี่ยก็อยากรู้ว่าใครเตรียมจัดกิจกรรมแฟนคลับ ก็อ่านแล้วมันก็ยิ่งรู้เรื่อง เนื้อหาประเด็นยังอยู่”

หากมองในแง่รหัสแบบเข้มงวด ซึ่งมีการนำเสนอ 103 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 45.98 โดยข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนเป็นรหัสที่มีความเข้มงวดทุกข้อความคือทั้ง 12 ข้อความที่นำมาเป็นตัวอย่างในการศึกษาคิดเป็นร้อยละ 100 ข่าวธุรกิจนำเสนอ 33 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 พันข่าวนำเสนอ 23 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 คมชัดลึก 20 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40

ในกลุ่มของ รหัสแบบเข้มงวด พบว่า รหัสเข้มงวดรูปแบบตัวเลขมีจำนวนมากที่สุดคือ 95 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 42.41 โดยข่าวหุ้นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยนมีทั้งหมด 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 100 จากตัวอย่างที่นำมาศึกษา ข่าวธุรกิจมีจำนวน 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 ประเภทพันข่าวมีจำนวน 20 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40 ข่าวคมชัดลึกมีจำนวน 17 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 34 และข่าวบันเทิงมีจำนวน 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6

จากข้อค้นพบข้างต้นแสดงว่า การเข้ารหัส SMS ข่าวสั้น 2 ประเภทดังกล่าวไม่อนุญาตให้มีความผิดพลาดเลย หากเข้ารหัสผิดจะต้องส่ง SMS ข่าวสั้นแก้ไขไปใหม่ทันที เนื่องจากเป็นข่าวที่รายงานตัวเลขเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งเป็นตัวเลขที่มีผลในทางเศรษฐกิจตัวเลขที่ผิดพลาดเพียงเล็กน้อยก็สามารถก่อความเสียหายทางธุรกิจได้

ตัวอย่างเช่น

“แลกเปลี่ยนวันนี้บาท/USD32.27-GBP49.90-EUR43.29-JPY(100)34.44-HKD4.165”

อันดับสอง คือ รหัสเข้มงวดรูปแบบชื่อบุคคล มีจำนวน 6 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2.79 โดยเฉพาะบุคคลสำคัญ หากมีการสะกดชื่อผิด อาจทำให้เข้าใจผิดไปเป็นอีกคนหนึ่งเลยและผู้ที่อยู่ในข่าวซึ่งเป็นเจ้าของชื่อนั้นจะเกิดความไม่พอใจได้ โดยข่าวคมชัดลึกมีจำนวน 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6 ข่าวธุรกิจมีจำนวน 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 และพันข่าวมีจำนวน 1 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2 ขณะที่ข่าวบันเทิง หุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีความเข้มงวดของรหัสในลักษณะนี้

อันดับสาม คือ รหัสเชิงวงจรรูปแบบราชาศัพท์ มีจำนวน 2 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 0.90 โดยประเภททันท่วงเป็นประเภทเดียวที่มีความเข้มงวดของรหัสในลักษณะนี้ โดยมีจำนวน 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 เนื่องจากเป็น SMS ข่าวประเภทเดียวที่ส่งข่าวในพระราชสำนัก

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างข่าวหุ้่นและอัตราและเปลี่ยน กับข่าวอีก 4 ประเภท เห็นได้ชัดว่าในการส่ง SMS ข่าว 4 ประเภทนั้นส่วนใหญ่ไม่มีความเข้มงวดในการเข้ารหัส ขณะที่ข่าวหุ้่นและอัตราแลกเปลี่ยน การเข้ารหัสมีความเข้มงวดทุกข้อความ ไม่อนุญาตให้ผิดพลาดเลย

สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหา(Textual Analysis)

จากผลการวิเคราะห์เนื้อหา (text) SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นดังที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปได้ว่า ลักษณะของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่แตกต่างกันทั้ง 2 กลุ่มคือ

1. แบบตายตัว (static) คือ ประเภท ข่าวหุ้่น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน
2. แบบเปลี่ยนแปลงหลากหลาย (dynamic) คือ ประเภท ทันท่วง ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ

หากมองในแง่ของการคงความหมายใน SMS ข่าวสั้น กลุ่มข่าวแบบตายตัว คือ ข่าวหุ้่นสามารถคงความหมายเดิมของ เนื้อหา ประเด็น ที่ต้องการสื่อสารได้มากที่สุด แม้จะมีการสลับที่หรือสลับการเรียงประโยคใหม่ก็ตาม เนื่องจาก แต่ละประเด็นเป็นประโยควลีที่เป็นอิสระต่อกัน ในขณะที่ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีผลต่อการตีความที่เปลี่ยนไปแน่นอน เนื่องจากเป็นการนำเสนอข่าวประเด็นเดียวทั้งหมด

ขณะที่กลุ่มข่าวแบบเปลี่ยนแปลงหลากหลาย คือ ทันท่วง คมชัดลึก บันเทิง ธุรกิจ หากมีการเปลี่ยนลำดับการเรียงประโยค หรือสลับที่ประเด็น ก็ยังสามารถคงความหมายเดิมได้มากกว่าที่จะทำให้เกิดความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงความหมายนี้ เนื่องจากเป็นประโยคที่มีลักษณะเป็นประโยคย่อย ๆ ที่ขึ้นต่อกัน

หากมองในแง่ เหตุผลที่เลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic แล้ว จะพบว่า กลุ่มข่าวแบบตายตัว คือ ข่าวหุ้่นและอัตราแลกเปลี่ยน ล้วนมีเหตุผลในการเลือกใช้รหัสเพื่อให้ประหยัดพื้นที่ (economy of space) และเพื่อให้เข้ากับประเด็นข่าว (relavancy) เนื่องจากเป็นข่าวรูทีน ที่ต้องรายงานข้อมูลเดิมทุกวัน เปลี่ยนเพียงตัวเลข จึงต้องเลือกใช้รหัสเพื่อรายงานข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง(fact)เป็นหลัก

ขณะที่กลุ่มข่าวแบบเปลี่ยนแปลงหลากหลาย คือ ท้นข่าว คมชัดลึก บันเทิง ธุรกิจ มีเหตุผลในการเลือกใช้รหัสเพื่อให้ประหยัดพื้นที่ (economy of space) และเพื่อให้เข้ากับประเด็นข่าว (relevancy) เช่นกัน แต่ก็มีการใช้รหัสเพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน (degree of mood) และเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก (avoidance of redundancy) ด้วย แต่ก็มีการนำเสนอที่น้อยกว่า 2 เหตุผลแรกอยู่มาก เนื่องจากสิ่งสำคัญที่เน้นคือ การรายงานข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง(fact) มากกว่าการรายงานความคิดเห็น(opinion)

หากมองในแง่ของความเข้มงวดของรหัส ข่าวประเภทข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยน เป็นการนำเสนอข่าวแบบตายตัว เป็นข่าวประจำวันหรือที่เรียกว่าข่าวรูทีน เนื้อหาในการนำเสนอมีประเด็นเดียวกันทุกวันเพียงแต่เป็นการรายงานความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของตัวเลขเท่านั้น ดังนั้นจึงมีการใช้รูปแบบประโยค ชุดของสำนัญะรวมถึงการใช้รหัสที่เหมือน ๆ กันในการรายงานข่าวทุกวัน เนื่องจากเป็นการรายงานข่าวตามเหตุการณ์ปกติ ไม่จำเป็นต้องเพิ่มเติมสีสันหรือใช้ภาษาข่าวในการดึงดูดผู้รับสาร ผู้รับจำเป็นต้องรับรู้ความเคลื่อนไหวจากข่าวสารนี้ทุกวัน ดังนั้นจึงมีผลถึงความเข้มงวดของรหัสที่ไม่สามารถจะผิดพลาดได้ เนื่องจากจะก่อความเสียหายทางธุรกิจ

สำหรับข่าวประเภท ท้นข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ เป็นการรายงานข่าวที่มีหลายประเด็นแตกต่างกันไปในแต่ละวัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและขึ้นอยู่กับผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) ที่จะคัดเลือกประเด็นใดมารายงาน SMS ข่าวสั้น ดังนั้นจึงมีการใช้รูปแบบประโยค ชุดของสำนัญะ และรหัสที่หลากหลายแตกต่างกันไป จึงมีผลให้ความเข้มงวดของรหัสมีไม่มากนัก เนื่องจากการตีความหมายจะต้องใช้ภาพรวมของข้อความ SMS ทั้งข้อความ เพื่อให้เข้าใจประเด็นข่าวที่ผู้เข้ารหัสต้องการสื่อสาร ดังนั้นหากมีข้อผิดพลาดในตัวสะกดเล็กน้อย ก็สามารถทำความเข้าใจกับรหัสตัวอื่นในข้อความข่าวนั้น ๆ ได้

นอกจากนี้ สำหรับประเภทข่าวธุรกิจนั้น เป็นที่น่าสังเกตว่า เป็นประเภทข่าวที่มีทั้ง 2 รูปแบบ กล่าวคือ มีทั้งข่าวที่ต้องรายงานข่าวแบบตายตัว รายงานทุกวัน และต้องมีความเข้มงวดของรหัสเหมือนข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยน

ตัวอย่างเช่น

“หุ้นเข้าปีด 791.69 -20.94 วอ ลุ่ม 20,348 ล.Sentiment ไม่ดี หลังประกาศพรก.1”

รวมถึงข่าวที่มีประเด็นหลากหลาย ไม่จำเป็นต้องรายงานความเคลื่อนไหวทุกวัน แต่เป็นการรายงานตามสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น และไม่จำเป็นต้องมีความเข้มงวดของรหัสมากนัก

ตัวอย่างเช่น

“ชมรมนักธุรกิจค้านแดงจ่อปิดสลิสมหวันศก. พัง เล็งถกแนวทางเคลื่อนไหวตอบโต้”

เนื่องจากปัจจุบัน โครงสร้างสังคมของไทยนั้นเน้นการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจและการเมืองเป็นหลัก ดังนั้นความเคลื่อนไหวของสถานการณ์บ้านเมืองโดยเฉพาะความเคลื่อนไหวทางการเมืองย่อมมีผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ข้อมูลข่าวสารของสถานการณ์ปัจจุบันที่สำคัญมาก ผู้ที่ต้องการรับรู้ข่าวสารภาคเศรษฐกิจ จึงมีความสนใจที่จะต้องรับรู้ความเคลื่อนไหวในภาคสังคมและการเมืองเช่นกัน

ติยากร วงศ์เลิศวาทิก Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“ข่าว SMS กระชับ จับใจทันเวลา อาจจะไม่ค่อยละเอียดมาก แต่เป็นสาระสำคัญที่สุดของเหตุการณ์นั้น ๆ คือข่าวที่เข้าถึงผู้รับสารได้ง่ายที่สุดตอนนี้ เพราะมือถือคืออุปกรณ์ที่เกือบทุกคนมีอยู่แล้ว ไม่ต้องใช้ Internet ไม่ต้องแวะซื้อหนังสือพิมพ์จากร้าน เป็นอุปกรณ์พกพาง่ายกว่าโทรทัศน์หรือวิทยุ เราส่งข่าวทุกประเภทที่สำคัญหรือกระทบต่อประชาชนผู้รับสาร หรือน่าสนใจในช่วงเวลานั้น”

นอกจากนี้หากวิเคราะห์ตาม SMS ข่าวสั้นแต่ละประเภท จะพบว่า ข่าวสั้นแต่ละประเภทมีธรรมชาติของข่าวที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถแยกออกได้เป็น 4 กรณีคือ

1. ข่าวที่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวหุ้น และ อัตราแลกเปลี่ยน โดยมีการเลือกใช้รหัสเพียง 2 ประเภทคือ ภาพรวมองค์กร สถาบัน มากที่สุด รองลงมาเป็นแบบสถานภาพ เนื่องจากเป็นข่าวที่มิเนื้อหาข้อมูลที่เป็นทางการ ข้อมูลตายตัว และต้องอาศัยความน่าเชื่อถือจากแหล่งข่าว

2. ข่าวค่อนข้างเป็นทางการ ได้แก่ ข่าวธุรกิจ มีการใช้ชุดของสัญลักษณ์แบบภาพรวม องค์กร สถาบัน เหมือนกับข่าวที่เป็นทางการ (หุ้นและอัตราแลกเปลี่ยน) ถึงร้อยละ 74 แต่ก็มีการใช้รหัสแบบสถานภาพ ชื่อจริง ตำแหน่ง ร่วมด้วยบ้าง เนื่องจากเนื้อหาข่าวธุรกิจจะมีทั้งการส่งข่าวที่เป็นข่าวตายตัว และข่าวเปลี่ยนแปลงหลากหลาย

3. ข่าวค่อนข้างไม่เป็นทางการ ได้แก่ ทันข่าว และ คมชัดลึก มีการใช้รหัสแบบภาพรวม องค์กรสถาบันมากที่สุด แม้จะไม่ได้เป็นการรายงานข้อมูลตัวเลขทางเศรษฐกิจ อย่างเป็นทางการ แต่ก็ยังเป็นข่าวสำคัญที่มีผลต่อคนส่วนใหญ่ ดังนั้นความน่าเชื่อถือก็เป็นสิ่งสำคัญ เพียงแต่อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้ภาษาในระดับที่เป็นทางการมากเท่ากับ 2 กลุ่มข้างต้น

4. ข่าวที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวบันเทิง ซึ่งมีการใช้รหัสต่างจากข่าวประเภทอื่น ๆ โดยมีการใช้ชื่อเล่นมากที่สุดถึงร้อยละ 44 เนื่องจากเนื้อหาข่าวเป็นข่าวบันเทิงที่ไม่ต้องการภาษาที่เป็นทางการ ไม่ต้องอาศัยองค์กรสถาบันใดมารองรับ เนื่องจากการนำเสนอข่าวส่วนตัวของคนในวงการบันเทิงที่อยู่ในความสนใจของประชาชนอยู่แล้ว

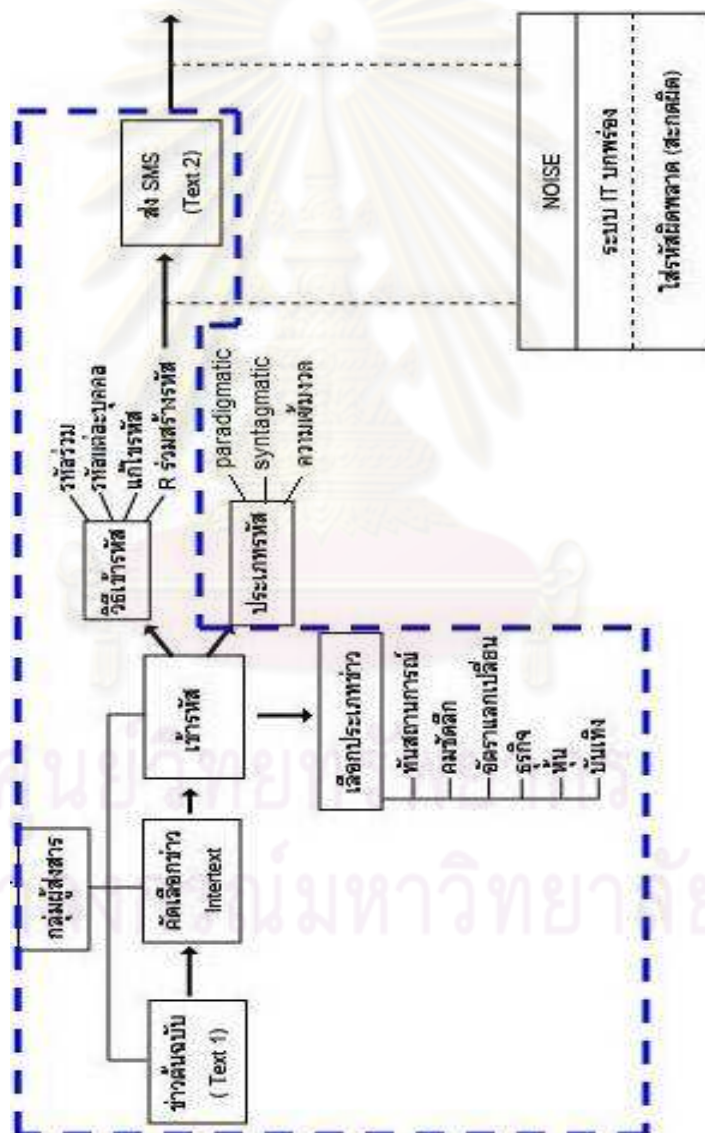
บทที่ 5

กระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าว ของสำนักข่าวเนชั่น

หลังจากได้รับทราบรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นในรูปแบบต่าง ๆ แล้ว ในบทนี้จะเป็นการรายงานผลการวิเคราะห์ กระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อตอบโจทย์การวิจัยข้อที่ 2 ว่ารหัสใน SMS ข่าวสั้นเหล่านั้นมีกระบวนการเข้ารหัสอย่างไรบ้าง สามารถแสดงแผนผังได้ดังนี้

ภาพที่ 10

แสดงการวิเคราะห์กระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้น



จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เข้ารหัส SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ทั้ง 5 คน ได้แก่ บรรณาธิการ และนักข่าว แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) สรุปขั้นตอนการทำงานได้ ดังนี้

ขั้นที่ 1 แหล่งข่าว (Text1)

เป็นขั้นตอนก่อนที่จะนำไปสู่การเข้ารหัส เนื่องจากในทุก ๆ วันมีข่าวข้อมูลข่าวสารและเหตุการณ์เกิดขึ้นมากมาย ในขั้นตอนนี้จะอธิบายถึงแหล่งข่าวที่ผู้เข้ารหัสนำข้อมูลข่าวสารมาใช้เพื่อคัดเลือกนำเสนอเป็น SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เพื่ออธิบายกระบวนการเข้ารหัสว่า SMS ข่าวสั้นที่นำเสนอในทุก ๆ ข้อความนั้นมีที่มาจากที่ใด และได้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้นมาได้อย่างไร โดยสามารถสรุปแหล่งข่าวต่าง ๆ ได้ดังนี้

- 1.1 นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES
- 1.2 จากแหล่งข่าวโดยตรง
- 1.3 มอนิเตอร์สื่อมวลชนสำนักอื่น โดยได้จากโทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์
- 1.4 เครือข่ายสังคมออนไลน์ (social Network) ได้แก่ Facebook Twitter

ขั้นที่ 2 เลือกข่าว-เข้ารหัส (Intertext)

เนื่องจาก SMS ข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่นถูกเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำกัดให้ส่งได้ 8-10 ข้อความต่อวัน ขั้นตอนนี้จะอธิบายว่าผู้เข้ารหัสจะมีหลักเกณฑ์อย่างไรในการคัดเลือกข่าวสาร และหลังจากที่คัดเลือกข่าวได้แล้ว จะมีวิธีการอย่างไรในการเข้ารหัสจากข่าวเต็มมาเหลือ 70 ตัวอักษรกลายเป็น SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

สามารถแบ่งกระบวนการเขียน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เป็น 2 ขั้นตอนหลักคือ

- 2.1 การเข้ารหัสของแต่ละบุคคล โดยมี 2 ขั้นตอนย่อย คือ
 - ก. ผู้เข้ารหัสคัดเลือกข่าวจากแหล่งข่าว
 - ข. ผู้เข้ารหัสทำการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้น
- 2.2 การเข้ารหัสรวม โดยมี 2 ขั้นตอนย่อย คือ
 - ก. ผู้เข้ารหัสปรึกษา ปรับปรุงแก้ไข SMS ข่าวสั้น
 - ข. ผู้เข้ารหัสเลือกประเภทข่าวในการส่ง SMS ข่าวสั้น

ขั้นที่ 3 ส่งเผยแพร่ (Text2)

เป็นการส่ง SMS ข่าวนั้นจากผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) ผ่านไปเข้าระบบ IES เพื่อส่งออกไปยังเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Operator) จากนั้น SMS ข่าวนั้นจะถูกนำส่งต่อไปถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น)

ขั้นตอนนี้จะเป็นการอธิบายรายละเอียดขั้นตอนการทำงานของระบบทางเทคนิค ที่นับว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากหากเกิดปัญหาในการส่งข้อความ อาจทำให้ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ไม่ได้รับ SMS ข่าวที่ส่งไปในช่วงเวลานั้น ๆ ซึ่งในการรายงานผลจะอธิบายว่าหากเกิดเหตุดังกล่าว จะมีสาเหตุจากการเกิดปัญหาทางเทคนิคในขั้นตอนนี้

ขั้นที่ 4 ถอดรหัส

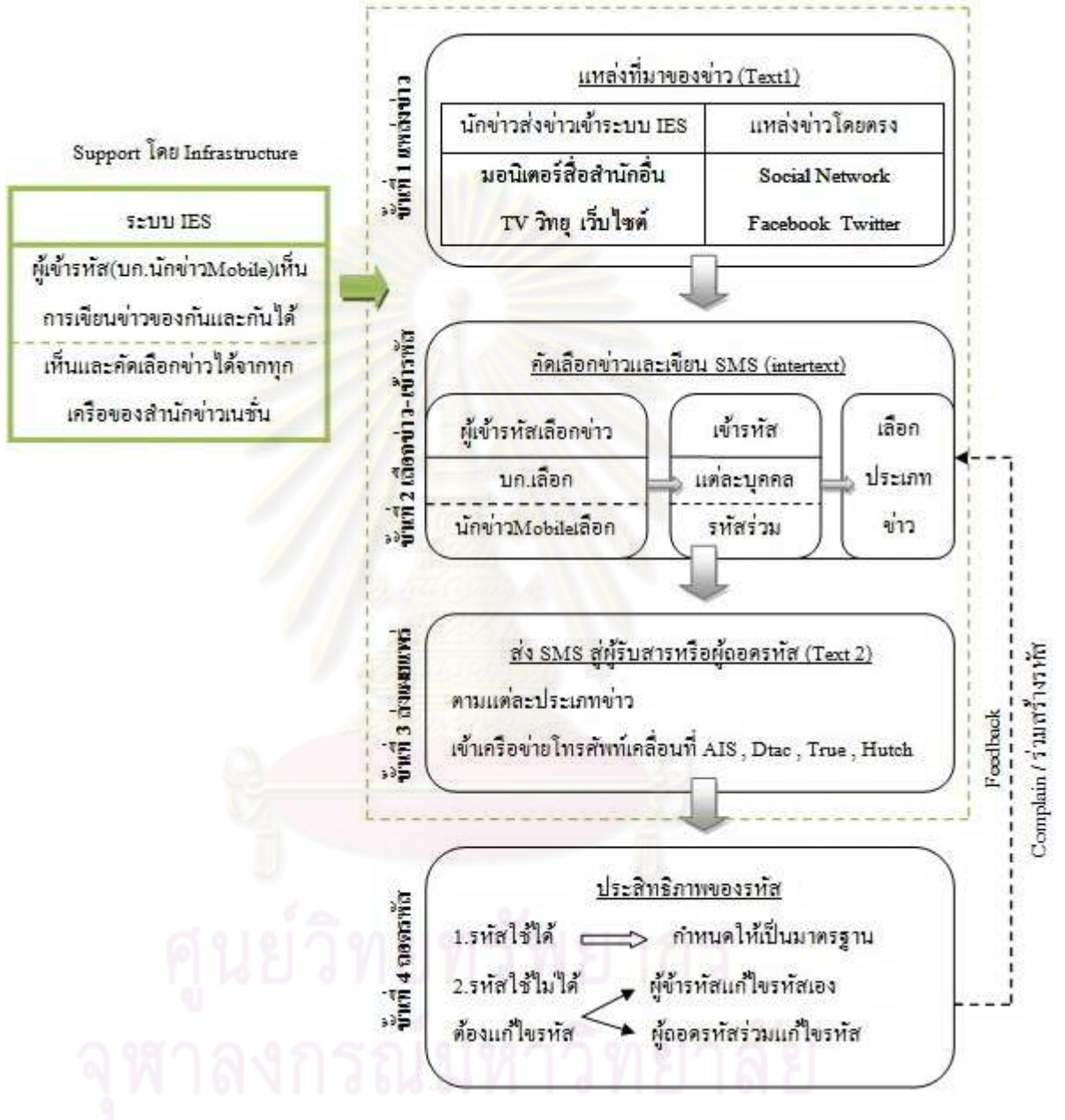
หลังจากที่ได้ส่ง SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นเผยแพร่ออกไปแล้ว แม้จะมีการปรึกษาหรือแก้ไขกันก่อนที่จะส่งออกไป แต่เมื่อข้อความได้ถูกส่งไปแล้วก็ยังพบว่า รหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวนั้นมีทั้งรหัสที่สามารถสื่อสารประเด็น เนื้อหาข่าวได้อย่างสมบูรณ์ รวมถึงรหัสที่ผิดพลาดทำให้การสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งในส่วนนี้ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น) สามารถแจ้งเข้ามายังสำนักข่าวเนชั่นได้ สามารถสรุปรหัสที่ถูกส่งออกไปได้ดังนี้

1. รหัสที่ใช้ได้ จะกำหนดให้เป็นมาตรฐาน ให้ใช้เหมือน ๆ กันต่อไป
2. รหัสที่ใช้ไม่ได้ โดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ
 - รหัสไม่เข้มงวด หมายถึง ผิดพลาดแล้วความหมายยังคงเดิม จะเก็บข้อมูลไว้ปรับปรุงในครั้งต่อไป
 - รหัสเข้มงวด หมายถึง ผิดพลาดแล้วผิดความหมาย ต้องส่ง SMS ข่าวนั้น ข้อความใหม่ เป็นข้อความแก้ไขทันที

สามารถสรุปเป็นแผนผังกระบวนการรายงานข่าว SMS ของสำนักข่าวเนชั่นได้ ดังนี้

ภาพที่ 11

แสดงกระบวนการรายงาน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น



ขั้นที่ 1 แหล่งข่าว (Text1)

ในขั้นตอนนี้เป็นการอธิบายแหล่งที่มาของข่าว (text1) ที่จะนำมาเขียนเป็น SMS ข่าวสั้น จากการสังเกตและจดบันทึกการทำงานของผู้เข้ารหัส ทั้ง 5 คน ได้แก่ บรรณาธิการ และนักข่าว แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) สามารถหาข้อมูลข่าวสารมาได้จาก 4 แหล่ง คือ

- 1 นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES
- 2 ข่าวจากแหล่งข่าวโดยตรง
- 3 มอนิเตอร์ข่าวสื่อมวลชนสำนักอื่น โดยได้จากโทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์
- 4 ข่าวใน Social Network ได้แก่ Facebook Twitter

1. นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES

วิธีการทำงานเริ่มจากผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) เมื่อเริ่มทำงานในแต่ละวัน จะต้องมาอ่านข่าวในระบบ Nation Integrated Editorial Database System หรือ IES ไป เพื่อรับทราบข่าวในวันนั้น ๆ และคัดเลือกข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการเขียน SMS ข่าวสั้น โดยระบบ IES คือระบบ Infrastructure ที่ support การทำงานของระบบข่าวทั้งหมดในเครือเนชั่น ผู้เข้ารหัสสามารถเห็นข่าวทุกข่าว เห็นการเข้ารหัสของกันและกันได้ โดยเห็นว่าข่าวใดยังไม่ถูกคัดเลือก ข่าวใดถูกคัดเลือกแล้ว ใครกำลังถือคข่าว(ใส่เครื่องหมายเป็นรูปแม่กุญแจ แสดงว่ากำลังแก้ไขข่าวอยู่) ใดเพื่อเข้ารหัสอยู่ และข่าวใดผ่านการเข้ารหัสแล้ว

โดยเฉลี่ยต่อวันจะมีข่าวที่เข้ามาในระบบมากกว่า 100 ข่าวขึ้นไป โดยที่มาของข่าวในสำนักข่าวเนชั่น หากเป็นข่าวในประเทศจะนิยมใช้ข่าวที่มาจากนักข่าวของตนเองที่ลงพื้นที่ตามหมายข่าว (กำหนดการที่บรรณาธิการแต่ละโต๊ะข่าวมอบหมายให้นักข่าวออกไปทำข่าวในแต่ละวัน) แล้วหาข้อมูลมาเขียนข่าวลงในศูนย์ข่าวผ่านระบบ IES เพื่อให้ให้นักข่าวที่นั่งทำงานอยู่ในสำนักข่าว หรือเรียกว่า rewriter มาเลือกข่าวนำไปรายงานได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 12

แสดงระบบ IES (Infra structure support)

NewsMonitor - [IES Main]

UserLogin File Action Print Menu Windows & Help

Rooms Call Join Set Rooms Photo Panel

My Queue My Desk All Wires สำนักข่าวเนชั่น > สำนักข่าวเนชั่น [N-CENTER]

BackByRecords 100 records Sort by UpdateDate 32297139 3:10Z

Headline like

| LastUpdated | Headline | Inches | CreatedBy | Expor... |
|---------------------|---|---------|--------------------------------|----------|
| 20/01/2011 12:04:42 | (เสียงใหม่)แจงไม่ไปปรับขึ้นค่าตอบแทนอบต.-เทศบาล เขตดุสิตช้อคม. | 30.493* | Varattaya cha | 0 |
| 20/01/2011 12:03:28 | (นราธิวาส)แจงได้วางแผนลดฐานทหารหริ่งเป็นน้ำก่อนเหตุร้ายครั้งใหญ่ | 23.247* | Supitcha Cha... | 0 |
| 20/01/2011 12:00:36 | (ไม่ต้องออนไลน์) ถ้าใช้สูตร 375+125 ปชป. จะได้เปรียบ | 98.92* | Boonlert Su... Boonlert Sup... | 8 |
| 20/01/2011 12:00:27 | (เบื้องต้น) | 0.433* | Anyamin Ph... Anyamin Phai... | 0 |
| 20/01/2011 11:59:09 | (นราธิวาส) ใจจริงจะเปิดจอย.บอมบ์ตั้งทหารจนท.บา.ละ.เจบ 2 นาย | 12.187* | Supitcha Cha... | 0 |
| 20/01/2011 11:56:29 | สมุทรปราการ - สร.พร้อมรับมือให้วัดนาในชวงศุขจีน | 8.947* | Supitcha Cha... | 0 |
| 20/01/2011 11:49:11 | (พิษณุโลก) สร้างเครือข่ายผู้ปลูกสัปะรดแม่บ้านหาคาดคตั่ว | 29.527* | Supee Sang... | 0 |
| 20/01/2011 11:44:58 | (เบื้องต้น) กลุ่มคนไทยฯ ร้องลดช.ขอความเป็นธรรม ตร.จับผิดตัว-ทำร้ายร่างกายสื่อ | 3.94* | Anyamin Ph... Anyamin Phai... | 1 |
| 20/01/2011 11:44:29 | (เบื้องต้น) 6 เดือนองการหนีเงิน.องค.การหาผ่านตัก-ม.สรรพาวุชจวิตชื่อเสื่อเกาะ | 4.313* | Nittayapom... Nittayapom M... | 1 |
| 20/01/2011 11:42:00 | มือเบ็ดพิษณุโลกนำฟ้าเนียบ 1 เสน.จรก.โยกกระทบสิทธิ์ | 12.613* | Nittayapom... Nittayapom M... | 1 |
| 20/01/2011 11:32:56 | ยะลา - รมว.พัฒนาสังคมฯ มอบเอกสารสิทธิแสดงประโยชน์แก่สมาชิกในนิคมสร้างตนเองพัฒนาภาคใต้ | 10.62* | Supitcha Cha... | 0 |
| 20/01/2011 11:28:13 | "สุเทพ"เน้นประช.คดี ๑1 สท.ฟ้องศาลโลก | 10.92* | Nittayapom... Anyamin Phai... | 2 |
| 20/01/2011 11:27:14 | ปทุมธานี - พื้นที่ ๑๓๓๐๗.๖๖ ไร่ เตรียมพร้อมรับมือภัยแล้ง | 8.933* | Supitcha Cha... | 0 |
| 20/01/2011 11:23:59 | "สุเทพ" ปราบ "เด็กปอป." ลุมหัวกตสันทรค่วม | 29.46* | Anyamin Ph... Anyamin Phai... | 1 |
| 20/01/2011 11:23:41 | "สุเทพ" สั่งตร.กตม.แดงอย่าปิดถนนเขียนแบบมือรักษาติ | 9.7* | Nittayapom... Anyamin Phai... | 1 |
| 20/01/2011 11:20:16 | (CR) "ผช.น." มั่นใจคุมสถานการณ์ "มือเบ็ด" ลุม 23 ม.ค.อยู่ | 18.447* | Punya Punp... Purnya Punph... | 0 |
| 20/01/2011 11:18:08 | "สุเทพ"คิดหวังศาลรธน.ชี้ตัดสินคดี 7 คนไทย | 9.467* | Nittayapom... Anyamin Phai... | 1 |

Annotations:

- จำนวนคอลัมน์นิ้ว (ความยาว) - points to 30.493*
- ชื่อ rewriter - points to Varattaya cha
- นักข่าวที่ส่งข่าวนี้เข้ามา - points to Varattaya cha

Taskbar: Network Access, SETTRADE.COM, JESAIL (Last update...), Windows Live Mes..., A(so)TE™ itulld <w..., TweetDeck, TH, 12:06

จากภาพที่ 12 เป็นระบบ IES ในถึง (หน้าpage) สำนักข่าวเนชั่น ซึ่งเป็นถึงกลางที่นักข่าวจากทุกจังหวัด ทุกศูนย์ข่าวจะเขียนข่าวลงในถึงนี้ เพื่อให้ rewriter และกองบรรณาธิการของสื่อกลุ่มต่าง ๆ ในเครือเนชั่นมาคัดเลือกข่าวที่น่าสนใจไปเป็นข้อมูลในการทำข่าวได้เลย โดยช่องด้านหลังจะเป็นจำนวนคอลัมน์นิ้ว (ความยาว) ของข่าว และชื่อนักข่าวที่เขียนข่าวนั้น รวมถึง rewrite ที่รับข่าวเพื่อความสะดวกในการตามหาต้นตอกรณีเกิดข้อผิดพลาด แหล่งข่าวต้องการแก้ข่าว หรือถูกฟ้องร้อง

หากดูตามความแตกต่างของหัวข้อข่าวจะแบ่งแยกได้ดังนี้

สีดำ คือ ข่าวที่ยังไม่มีใคร copy ไปใช้ จะเป็นข่าวที่นักข่าวเพิ่งเขียนรายงานเข้ามาใหม่

สีเขียว คือ ข่าวที่มีคน copy นำไปใช้ทำข่าวแล้ว

สีแดง คือ ข่าวด่วน ข่าวสำคัญ หรือเกิดเหตุการณ์รุนแรง สมควรนำรายงานออกสื่อทันที

(ไม่ต้องออนไลน์) คือ ข่าว exclusive ที่นักข่าวไปแกะ ซึ่งภาษานักข่าวหมายถึงการล้วงข้อมูลมาจากแหล่งข่าวได้ โดยห้ามนำข่าวนั้นไปออกในสื่อออนไลน์หรือ Social Media ต่าง ๆ เนื่องจากสำนักข่าวอื่น ๆ อาจมา Copy ไปได้ จะต้องรอให้หนังสือพิมพ์ตีพิมพ์ หรือโทรทัศน์นำข้อมูลข่าวไปออกอากาศก่อน จึงจะเล่นข่าวนั้นพร้อม ๆ กันได้ และในบางครั้งจะเป็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับข่าว ที่นักข่าวควรศึกษา เบื้องลึก เบื้องหลัง ของแต่ละเหตุการณ์ที่นักข่าวจะต้องอ่านเสริมความรู้ เพื่อการรายงานข่าวได้อย่างถูกต้อง สมบูรณ์

(เบื้องต้น) คือ ข่าวที่นักข่าวส่งมาเพียงประเด็นสำคัญก่อน เพื่อให้สื่อ SMS , website หรือโทรทัศน์ นำมารายงาน ณ เวลานั้นก่อนเพื่อความรวดเร็ว แล้วหลังจากนั้นนักข่าวจึงค่อยเขียนรายละเอียดข่าว ส่งให้สื่อหนังสือพิมพ์อีกครั้ง เนื่องจากสื่อหนังสือพิมพ์มีการยิงหน้าและปิดแทนพิมพ์ตอนเที่ยงคืน

แต่หากเป็นข่าวต่างประเทศ สำนักข่าวเนชั่นจะใช้ข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศที่ตกลงทำสัญญากันไว้ ซึ่งในกรณีที่ใช้แหล่งข่าวเป็นสำนักข่าวต่างประเทศมักมีการอ้างอิงชื่อสำนักข่าวนั้น ๆ ไว้ในข่าวด้วยเสมอ

2. ข่าวจากแหล่งข่าวโดยตรง

หลังจากที่ได้ข่าวจากในระบบ IES หรือแหล่งอื่น ๆ แล้ว ผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) ทำการคัดเลือกข่าวนั้น ๆ นำมาเข้ารหัสและส่งผ่านระบบเพื่อเผยแพร่ไปเรียบร้อยแล้ว ในบางกรณีหากเป็นข่าวที่อาจมีผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจของแหล่งข่าวนั้น ๆ หรือเมื่อแหล่งข่าว(ซึ่งเป็นบุคคลในข่าว)ได้เห็นข้อความ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่ส่งออกไปแล้ว อาจจะชี้แจงเพิ่มเติมหรือแก้ไขข้อมูลว่าไม่เป็นความจริงอย่างไร แหล่งข่าวก็จะโทรศัพท์ติดต่อเข้ามาทางเนชั่น

โดยโอเปอร์เรเตอร์ผู้รับสายก็จะโอนมาให้ทางผู้เข้ารหัส ซึ่งเป็นผู้ส่งข่าวนั้น ๆ ได้พูดคุยกับแหล่งข่าวโดยตรง

ดังกรณีเกิดอุบัติเหตุแผ่นดินไหวในเมืองไครสต์เชิร์ช ประเทศนิวซีแลนด์ โดยมีข่าวว่ามีนักศึกษาพยาบาลชาวไทย 6 คนที่เรียนภาษาอยู่ในตึก CTV ซึ่งเกิดอุบัติเหตุถล่มพังราบหลังจากแผ่นดินไหว และหลังจากนั้น เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ที่ผ่านมา มีข่าวว่าทางครอบครัวยืนยันว่าพบ 2 ใน 6 นักศึกษาพยาบาลชาวไทยแล้ว ทางผู้เข้ารหัสจึงส่ง SMS ข่าวนั้นไป ข้อความว่า

“พบแล้ว! 2 คนไทยในNZ ปลอดภัยดีไม่ได้ติดอยู่ในตึกถล่ม เร่งติดตามอีก4คน”

หลังจากนั้น เอกอัครราชทูตไทยประจำนิวซีแลนด์ ก็ได้ติดต่อมาทางเนชั่น โดยได้พูดคุยกับผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) โดยตรงว่า เพื่อยืนยันว่ายังไม่มีการพบ 2 นักศึกษาไทยตามที่ออกข่าว และขณะนี้ข่าวยังสับสนเนื่องจากมีข่าวว่าพบตัวแล้ว แต่เมื่อตรวจสอบอีกครั้งกลับไม่มีใครเลยที่ได้เห็นตัวจริง ๆ ของ 2 นักศึกษาพยาบาลดังกล่าว เป็นแต่เพียงการพูดคุยกันปากต่อปากเท่านั้น หลังจากนั้นนายชวนนท์ โภมาสุทธิ โฆษกกระทรวงการต่างประเทศก็ได้ให้สัมภาษณ์ทางเนชั่นชาแนลและหลาย ๆ สื่อว่า ยังไม่พบ 2 นักศึกษาดังกล่าว ดังนั้นทางผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) จึงได้ส่ง SMS ข่าวนั้นไปอีก 1 ข้อความ ว่า

“ทูตยัง ยังไม่พบ 6 นศ. ไทยดินไหวNZ แนะนำเตรียมเอกสารเพื่อพิสูจน์เอกลักษณ์”

3. มอนิเตอร์ข่าวสื่อมวลชนสำนักอื่น โดยได้จากโทรศัพท์มือถือ วิทยู เว็บไซต์

ในกรณีของโต๊ะข่าว Mobile News ของสำนักข่าวเนชั่นนั้น เนื่องจากการส่ง SMS ข่าวนั้น ซึ่งมีข้อจำกัดด้านเวลา ต้องเป็นการรายงานข่าวด่วน รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ดังนั้นนอกจากรอข่าวจากนักข่าวในสำนักข่าวเนชั่นที่จะส่งเข้ามาในระบบ IES แล้ว ยังต้องทำหน้าที่ในการมอนิเตอร์สื่อสำนักอื่น ๆ ตลอดเวลา เพื่อหาข้อมูลนำมาเขียนข่าว SMS ให้ได้รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ที่สุด อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานข่าวเป็นงานที่ต้องทำตลอดเวลาไม่มีวันหยุดพัก ดังนั้นจึงมีการจัดเวรทำงาน โดยเขียนไว้ในระบบ IES ดังนี้ คือ

วันจันทร์-ศุกร์ แบ่งเวรเป็น 5 เวิร์ทำงาน

หน้าที่แต่ละเวร จะต้องมอนิเตอร์ ข่าวต้นชั่วโมงและข่าวช่วงหลักของช่องต่าง ๆ ทั้งโทรศัพท์และวิทยู

06.00 - 14.00 มอนิเตอร์ ทวิตเตอร์/ข่าวเช้าช่อง3 (เขียนลงในศูนย์ข่าวกลาง) บันเทิง ช่อง5/7/9

08.00 - 16.00 มอนิเตอร์ ทวิตเตอร์/เปิด-ปิดหุ้นเช้า SMS หุ้น , SMS อัตราแลกเปลี่ยน , SMS ธุรกิจ

11.00 - 19.00 เปิด-ปิดหุ้นบ่าย SMS ข่าวหุ้น, SMS ธุรกิจ/มอนิเตอร์รายการเจาะข่าวฯ (เย็น)

13.00 - 21.00 SMS ธุรกิจ / มอนิเตอร์ข่าวTVช่องข่าวค่ำ, ข่าวในพระราชสำนัก

15.00 - 23.00 มอนิเตอร์ ทวิตเตอร์/ รายการสัมภาษณ์ / สรุปข่าว Dtac 19.00น.

วันเสาร์-อาทิตย์ แบ่งเวรเป็น 2 เวิร์กงาน เช้าและบ่าย คือ 07.30-15.30น. และ 15.00-23.00น.

เวรวันเสาร์เช้า ฟังรายการวิทยุ อสมท มอนิเตอร์สัมภาษณ์แหล่งข่าว

เวรวันอาทิตย์เช้า ฟังรายการเชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯอภิสิทธิ์ มอนิเตอร์ส่งข่าว

ศุภิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“SMS ข่าวสั้นก็คือข้อความข่าวที่สั้นและได้ใจความมีข้อจำกัด 70 อักขร ซึ่งมันคือข่าวทุกประเภท เราหาข่าวจากที่นักข่าวส่งเข้ามาในถึงกลาง(ศูนย์ข่าวกลาง) หรือข่าวจากสื่อทีวีวิทยุ ที่ได้ยินเอง จากที่เรามอนิเตอร์ช่องทางต่างๆ ข่าวจากเหตุการณ์ที่ไปเจอเอง หรือนักข่าวรายงานแจ้งมาที่กอง บก. โดยตรง”

ชนิดา ทองเงิน Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“SMS ข่าวสั้นก็คือ ข้อความสั้น ๆ ที่บอกเหตุการณ์ อะไร ที่ไหน อย่างไร ข่าวทุกประเภทที่น่าสนใจในช่วงเวลานั้นๆ จากผู้สื่อข่าว ซึ่งเรามอนิเตอร์จาก วิทยุ โทรทัศน์ และสื่ออื่นด้วย”

4. ข่าวใน social Network ได้แก่ Facebook Twitter

จากการสังเกตและจดบันทึกการทำงานของผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) พบว่าแหล่งข่าว social Network กลับกลายเป็นช่องทางที่ผู้เข้ารหัสใช้ในการหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุดและรวดเร็วที่สุด เนื่องจากประสิทธิภาพของ Social Network สามารถรวมเอาแหล่งข่าวขึ้นต้นทั้ง 3 แหล่งอันได้แก่ นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบIES แหล่งข่าวโดยตรง และมอนิเตอร์สื่อสำนักอื่น มาไว้ใน Facebook และ Twitter ได้ในคราวเดียว

เนื่องจาก Facebook เป็นโปรแกรมทำงานผ่านระบบ Internet โดยใส่ข้อมูลข่าวสาร หรือข้อมูลส่วนตัวของแต่ละบุคคลที่เป็นเจ้าของหน้า page นั้น ๆ ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในประเทศไทย แต่ผู้ที่สนใจข้อมูลในหน้า page นั้นๆ สามารถ add ขอเป็นเพื่อนและเข้าไปดูข้อมูล รวมทั้งแสดงความคิดเห็นโต้ตอบกันได้กับคนทั่วโลก ดังนั้นในแง่ข้อมูลข่าวสาร Facebook ก็เป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นที่นิยมของสำนักข่าวต่างๆ ที่จะสร้าง fan page ขึ้นมา เพื่อให้ผู้ที่สนใจรับทราบข้อมูลข่าวสารได้เข้ามา add ขอเป็นเพื่อนและแสดงความคิดเห็นกับข่าวสารต่าง ๆ หรือพูดคุยโต้ตอบกับนักข่าวหรือสำนักข่าวนั้น ๆ เป็นการสร้างเครือข่ายผู้รับสารได้อีกทางหนึ่ง

ภาพที่ 13

แสดงหน้า Facebook ของ Nation Photo



จากภาพที่ 13 Facebook ของ Nation Photo มีการทำภาพข่าวมาลงอย่างทันเหตุการณ์ซึ่งช่างภาพที่ลงสนามไปพร้อมกับนักข่าวได้อัพโหลดรูปภาพลงตลอดเวลา เพื่อให้ทางสำนักข่าวนำรูปไปใช้งานได้รวดเร็วที่สุด รวมถึง Facebook ของนักข่าวเนชั่นหลายคน ที่สามารถ Add เป็นเพื่อนและเข้าไปรับรู้ข่าวสารได้ทันเหตุการณ์โดยไม่ต้องถนัดกรองอีก เนื่องจากเป็นนักข่าวของสำนักข่าวเนชั่นเอง ดังนั้นผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) สามารถนำข้อมูลมาใช้ได้เลย

ขณะที่หน้า Twitter ก็สามารถหาข่าวได้เนื่องจากปัจจุบันมีนักข่าวหลายสำนักรวมถึงนักข่าวของเนชั่นเองหันมาเล่น Twitter เนื่องจากผู้บริหารมีนโยบายให้นักข่าวใช้ Social Media เพื่อการติดต่อสื่อสารในการรายงานข่าวที่ง่ายขึ้น และยังสามารถติดต่อสอบถาม พูดคุยกับแหล่งข่าวได้โดยตรง เนื่องจากมีนักการเมือง นักแสดง ข้าราชการ ตำรวจ ทหาร และบุคคลสำคัญในวงการต่างๆ นิยมเล่น twitter แม้แต่การสัมภาษณ์แหล่งข่าวผ่านทวิตเตอร์ สำนักข่าวเนชั่นก็เคยทำมาแล้ว ทำให้นักข่าวที่เขียนข่าว SMS ในแผนก Mobile เองก็สามารถสอบถามแหล่งข่าวหรือนำข้อมูลจากแหล่งข่าวที่ทวิตลง ไป นำมาเขียนข่าวได้เลย เนื่องจากเป็นข้อมูลข่าวจากตัวแหล่งข่าวเองโดยตรง

แต่หากเป็นกรณีที่ได้ทราบข่าวสารจากสำนักข่าวอื่น ๆ หรือบุคคลที่ไม่สามารถหาที่มาแน่ชัดได้ เช่นบุคคลที่ไม่ใช่ข่าวมาโพสต์ข้อความ จะต้องนำข้อมูลมาตรวจสอบกับนักข่าวของสำนักข่าวเนชั่นเสียก่อนว่ามีเหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้นจริงหรือไม่ ถ้ามีจริง จะมีความคืบหน้าล่าสุดเป็นเช่นไร แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้จากสำนักข่าวเนชั่นเองไปเขียน SMS ส่งข่าว

ภาพที่ 14

แสดงหน้า twitter ของผู้วิจัยที่มีการพูดคุยกับแหล่งข่าว และนักข่าวได้โดยตรง



ในภาพที่ 14 เป็นกรณีการมีข่าวพบระเบิดในที่ชุมนุมของกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย เมื่อวันที่ 24 มค.2554 ซึ่งการข่าวมีความสับสนมากกว่า มีการเจอที่จุดใดกันแน่ และมีจริงหรือไม่ และด้วย Twitter นี้เอง นักข่าวในแผนก Mobile News สามารถสอบถามแหล่งข่าวคือ พล.ต.ต.ประวุฒิ ถาวรศิริ โฆษกสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (โฆษก ตร.) ได้โดยตรง ไม่ต้องรอเช็คข่าวจากนักข่าวซึ่งบางครั้งก็อยู่ระหว่างการเดินทาง ยังเข้าไปไม่ถึงพื้นที่ อาจทำให้การรายงานข่าวล่าช้าออกไป โดยในกรณีนี้ท่านโฆษกตำรวจก็ได้ทวีตตอบชี้แจงกลับมาว่า “มีครับ” แปลว่ามีการพบระเบิดจริง และข้อความ “เบื้องต้นพบระเบิดแสงเครื่อง 2 ลูก จับกุมผู้ต้องหาได้ 1 คน เก็บกู้เรียบร้อยแล้ว” ซึ่งทีม Mobile News สามารถนำข้อมูลมาเขียน SMS ส่งได้ทันเหตุการณ์ หลังจากนั้นทางเจ้าหน้าที่ตำรวจก็ได้มีการจัดแถลงข่าวขยายผลการจับกุม โดยสามารถจับกุมคนร้ายได้ 5 คนพร้อมระเบิดแสงเครื่อง เครื่องยิงและกระสุน RPG รวมถึง M79 อีก 30 ลูก ในภายหลัง

อิทธิพัทธ์ ปิ่นละโรจน์ Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“ข่าวสั้นที่น่าเสนอ เนชั่นเราจะเป็นแบบสั้น ง่าย ๆ ใ้ใจความ รู้ว่าใคร ทำอะไร ที่ไหนอย่างไร แหล่งข้อมูลก็เอามาจากนักข่าวภาคสนามในส่วนกลาง มอนิเตอร์จากสถานีวิทยุ โทรทัศน์ เดียวนี้ก็มี Social Network จาก Facebook Twitter แล้วก็นำมาถั่นกรองพิจารณา ตรวจสอบความถูกต้องอีกที”

ดิยากร วงศ์เลิศวาทิก Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“แหล่งข่าวก็จะได้มาจากนักข่าว จากสื่อประเภทอื่นๆ หรือประเภทเดียวกันคือ SMS เจ้าอื่นจะว่าไปตรงจุดนี้ก็ได้ประโยชน์ในเรื่องการตรวจสอบซึ่งกันและกัน รวมถึงข้อมูลข่าวสารจาก Social Network ต่าง ๆ แล้วก็ยังมีข่าวจากสถานที่จริงในฐานะเป็นผู้สื่อข่าวเอง หรือโทรหาแหล่งข่าวเองได้”

พิชชาพัทธ์ อัจพงษ์ Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“เราเอาข่าวมาจากระบบข่าวในถึงข่าว (ศูนย์ข่าวกลาง) ของสำนักข่าวเราของเราก็มีผู้สื่อข่าวออกไปหาข่าว ทำข่าว แล้วส่งเข้ามา นั่นก็คือทางหนึ่ง และอีกหลายช่องทางในตอนนี้ก็คือการมอนิเตอร์ จากสื่ออื่น ๆ เช่น Twitter ที่วี วิทยุ”

จากแหล่งข่าวทั้ง 4 แหล่งที่กล่าวมาทั้งหมด ในปัจจุบัน SMS ข่าวสั้นที่ถูกส่งออกไปจะมาจากข้อมูลของ 2 ช่องทาง คือ นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES และ ข่าวใน Social Media เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากช่องทาง นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES เป็นช่องทางที่ได้ข้อมูลข่าวแต่ละข่าวนั้นมาแบบเนื้อหาครบ เมื่ออ่านข่าวแล้วสามารถนำมาเลือกประเด็นในการเข้ารหัสได้หลากหลาย ส่วนช่องทางข่าวใน Social Media ก็เป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็วกว่าช่องทางที่ต้องรอนักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES แต่ก็เป็นเพียงประเด็นสั้น ๆ โดยส่วนใหญ่แล้วผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) จึงใช้วิธีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารร่วมกันจากหลาย ๆ ช่องทาง เพื่อเป็นการตรวจสอบ ตรวจสอบเช็คที่มาของแหล่งข่าวและความถูกต้องของเนื้อหาข่าวไปในตัว เช่น หากเป็นกรณีข่าวด่วนต้องรายงานให้ทันทั่วทั้งที่ แต่นักข่าวยังไม่ส่งข่าวเข้าระบบ IES ก็จะใช้ข้อมูลที่น่ามาจาก Social Media แล้วตรวจสอบด้วยการมอนิเตอร์ข่าวจากสื่อมวลชนสำนักอื่นอีกครั้ง

ขั้นที่ 2 เลือกข่าวและเข้ารหัส (Intertext)

หลังจากที่ได้ข้อมูลข่าวมาจากแหล่งข่าวต่าง ๆ แล้ว ในขั้นที่ 2 นี้จะเป็นการอธิบายถึงรายละเอียดของวิธีการคัดเลือกข่าวเพื่อที่จะนำมานำเสนอเป็น SMS ข่าวสั้นของสำหรับข่าวเนชั่นว่ามีหลักเกณฑ์อย่างไร รวมถึงหลังจากคัดเลือกข่าวได้แล้วจะมีหลักเกณฑ์ในการเข้ารหัสโดยนำข้อมูลจากข่าวมาเขียนให้เป็น SMS ขนาด 70 ตัวอักษรได้อย่างไร

จากการสังเกตและจดบันทึกการทำงานของนักข่าวและผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) พบว่าหลังจากที่ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) ได้คัดเลือกข่าวที่น่าสนใจมาแล้ว ก็จะนำข่าวนั้นมานำเสนอกันในแผนก เมื่อเลือกได้ข่าวที่น่าสนใจก็จะแยกย้ายกันไปเข้ารหัสโดยการเขียน SMS

ข่าวสั้นขนาด 70 ตัวอักษร แล้วจึงนำมาปรึกษากันในแผนกอีกครั้งผ่านโปรแกรม MSN แชท เพื่อปรับปรุงแก้ไขและกำหนดประเภทข่าวที่จะส่งเพื่อเผยแพร่ไปยังเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

สำหรับรายละเอียดในการทำงานสามารถแบ่งได้เป็น 2 ขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้

2.1 การเข้ารหัสของแต่ละบุคคล โดยมี 2 ขั้นตอนย่อย คือ

- ก. ผู้เข้ารหัสคัดเลือกข่าวจากแหล่งข่าว
- ข. ผู้เข้ารหัสทำการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้น

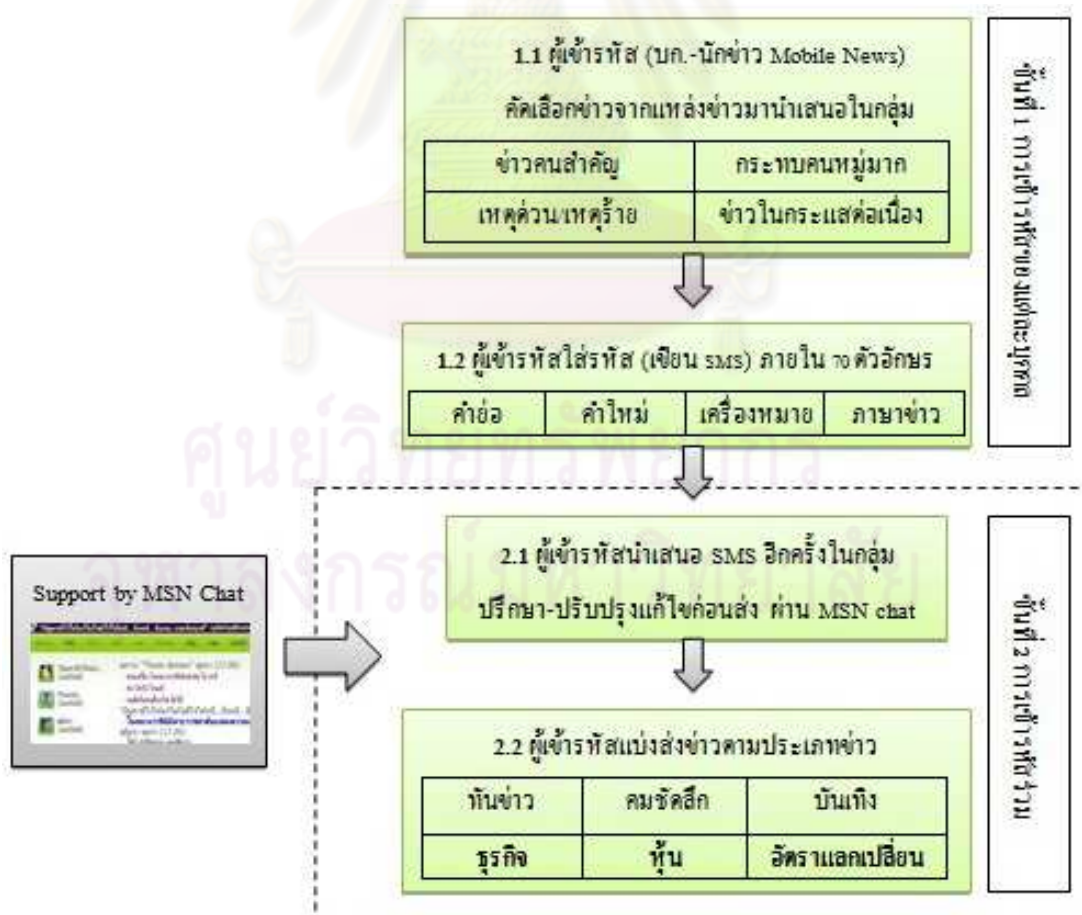
2.2 การเข้ารหัสร่วม โดยมี 2 ขั้นตอนย่อย คือ

- ก. ผู้เข้ารหัสปรึกษา ปรับปรุงแก้ไข SMS ข่าวสั้น
- ข. ผู้เข้ารหัสเลือกประเภทข่าวในการส่ง SMS ข่าวสั้น

สามารถสรุปเป็นแผนผังกระบวนการคัดเลือกข่าวและเขียน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นได้ ดังนี้

ภาพที่ 15

แสดงกระบวนการคัดเลือกข่าวและเขียน SMS ข่าวสั้น



2.1 การเข้ารหัสของแต่ละบุคคล

จากการสังเกตและจดบันทึกการทำงาน รวมถึงสัมภาษณ์ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) พบว่า การเข้ารหัสของแต่ละบุคคลในแผนกนั้นจะยึดเอาตามประสบการณ์ของตนเองที่สั่งสมมาจากการส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น โดยไม่มีคู่มือหลักการเข้ารหัสอย่างเป็นทางการแต่อย่างใด แต่จะอาศัยการพูดคุยประชุมข่าวกันตลอดเวลาผ่าน MSN แชท ทำให้เข้าใจทิศทางการเข้ารหัสไปในทางเดียวกัน และยังสอดคล้องกับข้อค้นพบตัวรหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ตามการวิเคราะห์ด้วยบท (Textual Analysis) ด้วย

ก. ผู้เข้ารหัสคัดเลือกข่าวจากแหล่งข่าว

ในขั้นตอนนี้พบว่า การจัดรูปแบบโต๊ะข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ส่วนใหญ่จะเป็นการแบ่งตามประเภทข่าวคือ โต๊ะเศรษฐกิจ โต๊ะการเมือง โต๊ะต่างประเทศ โต๊ะภูมิภาค โต๊ะอาชญากรรม เป็นต้น ซึ่งแต่ละโต๊ะจะมีนักข่าวหาข่าวและทำข่าวเฉพาะทางตามประเภทข่าวนั้น ๆ

แต่สำหรับการทำงานของผู้เข้ารหัส ซึ่งอยู่สังกัดโต๊ะ Mobile News จะเป็นการทำงานแบบบูรณาการ ทำข่าวทุกประเภทเพื่อออกสื่อ New Media โดยนักข่าวในแผนกทุกคนจะต้องทำข่าวและหาข้อมูลข่าวได้ทุกประเภทข่าว ไม่มีการแบ่งแยกว่าใครทำเฉพาะข่าวประเภทใด เนื่องจากนักข่าว SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ไม่ใช่สำนักข่าวในแผนกออกไปทำข่าว แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการ rewrite จากข่าวที่นักข่าวภาคสนามส่งเข้ามาอีกที จะมีเพียงบางข่าวที่ผู้เข้ารหัสสามารถพูดคุยกับแหล่งข่าวได้โดยตรงผ่านโทรศัพท์ หรือผ่านทาง Social network ก็จะได้ข้อมูลจากแหล่งข่าวโดยตรง ซึ่งนำมาใช้ได้ทันที

นอกจากนี้เนื่องจาก SMS ข่าวเป็นการรายงานข่าวด่วนและข่าวสำคัญตลอดเวลา ดังนั้นหากมีนักข่าวคนใดลาพักหรือเกิดเหตุกระทันหัน นักข่าวที่เหลือจะต้องทำงานแทนกันได้ รวมถึงเมื่อบรรณาธิการไม่อยู่ นักข่าวทุกคนจะมีหน้าที่เสมือนเป็นบรรณาธิการพิจารณา SMS ข่าวของตัวเองที่เขียนก่อนส่งออกไปด้วย

สำหรับแนวคิดนายประตูข่าวสาร (Gatekeeper) David Manning White ได้กล่าวว่าหน้าที่ของนายประตูข่าวสาร คือการคัดกรองข่าวสารที่ไม่น่าสนใจ หรือข้อมูลที่ไม่สำคัญซึ่งก่อนที่จะนำมาเสนอต่อสาธารณชน ซึ่งจากการศึกษาการคัดเลือกข่าวของบรรณาธิการข่าวโทรพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกัน พบว่า บรรณาธิการจะคัดเลือกข่าวเพียง 1 ใน 10 ของข่าวที่รับมาเท่านั้นเพื่อนำมาเสนอ โดยการคัดเลือกข่าวมักจะขึ้นอยู่กับอัตวิสัยของแต่ละบุคคล พื้นฐานของประสบการณ์ทัศนคติ และความคาดหวังของผู้คัดเลือกข่าวแต่ละคน

ขณะที่ Shoemaker (1991) กล่าวว่า เป็นการคัดเลือก คัดทิ้ง ถ่ายโอน กำหนดรูปแบบ และเขียนซ้ำของข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งไปถึงผู้รับ มีบรรณาธิการข่าว ซึ่งบางครั้งเรียกว่า “หัวหน้าข่าว” เป็นแกนสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจทั้งหมด (เบญจวรรณ สมสิน ,2548 : 15)

หากมองในแง่หน้าที่การทำงานในตำแหน่งบรรณาธิการและrewriterของผู้เข้ารหัส(นักข่าว และบก.Mobile News) พบว่า ในกรณีของผู้เข้ารหัสผู้เข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้น ไม่ได้มีบทบาทเป็นเพียงนายประตูข่าวสาร(Gatekeeper) ที่ต้องคัดเลือก คัดกรองข้อมูลข่าวสารเท่านั้น แต่ยังมีหน้าที่เป็นผู้แปลงข่าวสาร(transformer)ด้วย

ธนิศา ทองแจ่ม Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“บก.จะเน้นข่าวที่ได้รับผลกระทบกับประชาชนที่ควรรู้ ต้องรู้ และเป็นเหตุการณ์ที่เป็นอุทหาธรรมได้ จะได้ระวังหรือเตรียมตัวรับสถานการณ์ต่าง ๆ ไว้ได้ ถ้าอยู่ในช่วงเวลาทำงานปกติทุกคนในทีมจะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แต่ถ้าเป็นเวลาทำงานคนเดียว (เข้าเวรวันหยุด) ก็จะต้องตัดสินใจเอง แต่ถ้าบางครั้งไม่แน่ใจจริง ๆ ไม่กล้าตัดสินใจเองจะโทรถามบก.ได้ตลอดอยู่แล้ว”

สำหรับหลักการคัดเลือกข่าวนั้น แนวคิดเกี่ยวกับข่าว คุณค่าของข่าว และการเลือกสรรข่าว ได้กล่าวถึงคุณค่าของข่าวทั้งในอดีตและปัจจุบัน (Cramp , 1974 : 47 Gamble , 1987 : 94) มีอยู่ 10 ประการคือ

- 1.ผลกระทบ (Consequence) ข่าวซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อองค์ชีวิตของผู้คนเป็นจำนวนมาก เช่น สงคราม เงินเฟ้อ หรือภาษีมูลค่าเพิ่ม
- 2.ความเด่น (Prominence) ความเป็นที่รู้จักหรือความเด่นของบุคคล สิ่งของ สถานที่ ตัวอย่างเช่น SMS บันเทิง ข่าวดารานักร้อง
- 3.ทันเวลา (Timeliness) ทำให้ข่าวไม่เก่า แต่ใหม่สด ไม่เพียงเหตุการณ์เพิ่งผ่านพ้นมาเร็วนี้ แต่รวมถึงเรื่องราวที่ครอบคลุมถึงปัจจุบันด้วย
- 4.ความใกล้ชิด (Proximity) เหตุการณ์ใกล้ตัว ทำให้ประชาชนสนใจ ใกล้ตัวทางภูมิศาสตร์ หรือทางความรู้สึก
- 5.ความขัดแย้ง (Conflict) เรื่องราวที่เป็นปัญหาขัดแย้งกัน โดยเฉพาะถ้าเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้คน หรือเกี่ยวกับบุคคลจำนวนมาก
- 6.ความสนใจของมนุษย์ (Human interest) เป็นเรื่องราวที่ดึงดูดอารมณ์ เรื่องราวที่ไม่ปกติ
- 7.ความมีเงื่อนงำ (Suspense) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่คลี่คลายความสงสัยได้

8.ความแปลกประหลาด (Oddity) เรื่องราวที่ผิดธรรมชาติ ผิดธรรมดา ปრაกฏการณ์ที่แปลกประหลาด

9.ความก้าวหน้า-ภัยพิบัติ (Progress Disaster) เหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดผลต่อมนุษย์ในด้านความเจริญก้าวหน้า หรือในทางตรงข้ามคือเป็นเรื่องความหายนะ

10.เพศ (Sex) เรื่องเพศ ความผิดปกติทางเพศ พฤติกรรมที่เบี่ยงเบน รวมไปถึงกิจกรรมทางสังคม

จากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) พบว่า จะเน้นการคัดเลือกข่าวที่เป็นข่าวสำคัญ ข่าวใหญ่ มีผลกระทบต่อคนหมู่มากเป็นลำดับแรก รวมถึงข่าวที่อยู่ในกระแสที่อยู่ในความสนใจของประชาชน โดยจะเน้นการรายงานข้อเท็จจริง รายงานเหตุการณ์ ไม่เน้นการรายงานความคิดเห็น หากมองในแง่หลักการคัดเลือกข่าวตามแนวคิดดังกล่าว จะมีทั้งส่วนที่เหมือนและต่างกับแนวคิดดังกล่าว ดังนี้

ส่วนที่เป็นไปตามกับแนวคิดนายประตูข่าวสาร(Gatekeeper) คือ

1. ผลกระทบ (Consequence) ผู้เข้ารหัสจะให้ความสำคัญกับข่าวที่กระทบต่อคนหมู่มาก ซึ่งในที่นี้อาจรวมถึง ภัยพิบัติ (Progress Disaster) ซึ่งเกิดขึ้นและมีผลกระทบในวงกว้างหรือความเสียหายมาก

ตัวอย่างเช่น SMS อัตราแลกเปลี่ยนรายงานราคาน้ำมันด้วย

“พ่วงนี้ปตท.ลดทุกชนิด40สต.เบนซิน91ขาย36.04 โซลล์95ที่32.24 ดีเซล29.09”

2. ทันเวลา (Timeliness) เนื่องจากการรายงาน SMS ข่าวสั้น เป็นข่าวด่วนดังนั้นข้อมูลข่าวสารที่คัดเลือกมารายงานจะรวมถึงเรื่องที่เกิดขึ้น ณ เวลานั้น ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นและจบลงไปแล้ว หรือเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและยังคงดำเนินอยู่ ณ ขณะนั้น

ตัวอย่างเช่น SMS ข่าวรายงานจราจร ให้คนเลี่ยงเส้นทางได้ทัน

“กทม.ฝนยังตก ราชการติดถึงรัชโยธิน พระราม3,หน้าม.รามรชชหลายคันติด

3. ความใกล้ชิด (Proximity) หากมีเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งเกิดขึ้นในวงกว้าง ก็จะเลือกรายงานในเรื่องที่คนส่วนใหญ่สามารถมีส่วนร่วมทางการรับรู้ได้มากกว่า เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้ตัวกว่า เช่น หากเกิดแผ่นดินไหวใน หลายจุดของโลกในเวลาใกล้เคียงกัน ผู้เข้ารหัสจะเลือกจุดที่ใกล้ประเทศไทยมากที่สุด ที่อาจเกิดผลกระทบกับคนส่วนใหญ่มากกว่า

ตัวอย่างเช่น SMS คมชัดลึก รายงานแผ่นดินไหวใกล้ไทย

“แผ่นดินไหว7.4ริกเตอร์เกาะสุมาตรา เตือนสึนามิในไทย-อิน โคนีเซีย”

4. ความสนใจของมนุษย์ (Human interest) เป็นเรื่องราวที่ดึงดูดอารมณ์ ผู้เข้าหัท (นักข่าวและบก.Mobile News) จะให้ความสำคัญกับข่าวที่กระทบจิตใจคนส่วนมากทั้งในความรู้สึกด้านบวกและลบ บางครั้งอาจเป็นคดีอาชญากรรมซึ่งรวมถึง ความมีเงื่อนงำ (Suspense) ทำให้สังคมเกิดข้อสงสัย และต้องรายงานข่าวนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างเช่น SMS เหตุเจ้าหน้าที่ปะทะมือบนปช.ในกรุงเทพฯ

“เพลงใหม่ตีกแหวคินแดงสงบ/กาชาดแจกของช่วยชาวบ่อนไก่/ยอดปะทะตาย36เจ็บ279”

5. ความขัดแย้ง (Conflict) ในการนำเสนอข่าวประเภทนี้ จะเกี่ยวข้องกับหลักการด้านความเด่น (Prominence) ด้วย โดยจะเลือกรายงานความขัดแย้งที่เป็นเหตุการณ์มากกว่า หากเป็นการโต้ตอบกันไปมา ผู้เข้าหัท (นักข่าวและบก.Mobile News) จะคัดเลือกเฉพาะการโต้ตอบกันในเรื่องที่มีผลกระทบกับสังคม หรือ เป็นคำพูดของคนสำคัญระดับประเทศที่อาจกระทบความเป็นไปของบ้านเมืองเท่านั้น

ตัวอย่างเช่น SMS เหตุเจ้าหน้าที่ปะทะมือบนปช.ในกรุงเทพฯ

“ทหารปะทะแดงแยกคอกวัว มีอบนำถั่งแก๊สมาจุค-ส. โปรยแก๊สน้ำตา10ลูกลงผ่าน”

ศุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“เลือกจากประเด็นที่ใหญ่สุด หรือน่าสนใจ โดยใช้ประสบการณ์ข่าววัดข่าวที่น่าสนใจ ความสำคัญของข่าว เลือกจากสถานการณ์ช่วงนั้น ๆ แล้วให้ทุกคนในกองบก.ร่วมกันตัดสินใจ ก็เป็นการเพิ่มพูนความรู้และใช้ประสบการณ์ของทุกคนในทีมด้วย”

อิทธิพัทธ์ ปิ่นละโรจน์ Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) อธิบายว่า

“อย่างข่าวอาชญากรรม ก็เลือกจากที่มีผลกระทบกับคนจำนวนมาก ความเสียหายมาก หรือเป็นประโยชน์กับการดำเนินชีวิตประจำวัน แต่ถ้าการเมืองก็ดูประเด็นว่าสำคัญยังไง ใครพูด เป็นประโยชน์กับบ้านเมืองแค่ไหน ถ้าเป็นการตอบโต้กันก็ต้องดูว่ามั่นน่าเชื่อถือแค่ไหน นอกจากนี้ก็ดูทิศทางข่าวในแต่ละวัน บางข่าวบางประเด็นมันตามต่อได้อย่างข่าวอาชญากรรม สังคม เช่นข่าวสาวชีวิตขับชนรถตู้บนโทลเวย์ หรือว่าอาจเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ คือด้วยสัญชาตญาณของมนุษย์ถ้าเป็นเรื่องที่สร้างผลกระทบกับชีวิตประจำวันของคน หรือเรื่องแปลก ๆ ใหม่ ทุกคนก็ต้องอยากรู้เป็นธรรมดา และถ้ามีประเด็นให้ตามต่อ ก็เชื่อว่าทุกคนต้องอยากรู้”

ดิยากร วงศ์เลิศวาทิก Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน)

“ในส่วนข่าวเศรษฐกิจ จะเน้นที่มหภาคก่อน คือเน้นที่ตลาดในประเทศ แต่ถ้าเป็นข่าวต่างประเทศก็จะเลือกข่าวที่กระทบกับตลาดบ้านเรา เช่น ราคาน้ำมันขึ้นลง ราคาทอง การลดดอกเบี้ยของFED (ธนาคารกลางสหรัฐ) เพราะเป็นผู้นำตลาดโลก”

นอกจากข้อค้นพบที่เป็นไปตามแนวคิดนายประตูข่าวสาร(Gatekeeper)แล้ว ยังมีส่วนที่ต่างกัน คือ

1. ข่าวเจ้า หรือ ข่าวในพระราชสำนัก จะเป็นข่าวที่ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) ให้ความสำคัญ โดยเฉพาะพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระบรมราชินีนาถ เนื่องจากทั้ง 2 พระองค์เป็นบุคคลสำคัญที่สุดที่อยู่ในความสนใจของคนทั้งประเทศ และหากเป็นแถลงการณ์สำนักพระราชวังเกี่ยวกับพระพลานามัย ก็ยังถือเป็นข้อมูลข่าวสารที่กระทบความรู้สึกของประชาชนอีกด้วย

ตัวอย่างเช่น SMS รายงานพระมหากษัตริย์คุณ ช่วงมีอบเสื่อแดงในกรุงเทพฯ

“ในหลวงราชินีโปรดเกล้าฯรับคนเจ็บตายเหตุปะทะกทม. ไว้ในพระบรมราชานุเคราะห์”

2. ข่าวที่อยู่ในกระแส เป็นข่าวที่สื่อสำนักอื่นให้ความสนใจและนำเสนอข่าวนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยมากเมื่อเกิดเหตุการณ์ใด ๆ ขึ้นอันมีผลกระทบต่อคนหมู่มากหรือเป็นเรื่องที่เกิดกับคนสำคัญหรือข่าวที่นำเสนอไปแล้ว เกิดมีผู้คนสนใจเป็นอันมาก ข่าวนั้นก็จะได้รับการนำเสนอซ้ำกันในสื่อหลาย ๆ สำนัก โดยอาจจะเลือกนำเสนอในแง่มุมที่ต่างกัน ซึ่งคุณสมบัติในข้อนี้ถือว่าเป็นความพิเศษที่แตกต่างจากการนำเสนอข่าวโดยทั่วไป เนื่องจากผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) นำเสนอ SMS ข่าวสั้นซึ่งเป็น text 2 ที่คัดเลือกมาจากแหล่งข่าวทั้งนักข่าวของสำนักข่าวเนชั่นเองและมีโอกาสได้มอเนเตอร์สื่อสำนักอื่น ๆ ตลอดเวลา ดังนั้นจึงสามารถรับรู้รับทราบได้ว่าในแต่ละวันสำนักข่าวอื่น ๆ ให้ความสนใจกับประเด็นอะไรบ้าง แล้วจึงนำมาพิจารณาว่าจะนำเสนอข่าวตามสื่อสำนักอื่นหรือไม่ เนื่องจากหากข่าวที่สำคัญแล้วผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) ไม่ได้คัดเลือกมานำเสนอจะถือว่าตกข่าว ซึ่งในทางสื่อมวลชนถือว่าเป็นสิ่งที่ไม่ควรให้เกิดขึ้นเลย ในขณะที่บางข่าวผู้เข้ารหัสพิจารณาแล้วอาจตัดสินใจไม่คัดเลือกข่าวนั้นมานำเสนอก็ได้

ในส่วนของข่าวที่ไม่นำเสนอ ทางผู้เข้ารหัสก็มีหลักการคัดทั้งข่าวเหล่านั้นเช่นกัน คือ

1. ข่าวแปลกประหลาด ผิดธรรมชาติ หรือ ปาฏิหาริย์ จนมีผู้คนไปกราบไหว้เคารพบูชา หรือไปขอหวยตามที่ต่าง ๆ รวมถึงข่าวความศักดิ์สิทธิ์ของสิ่งลึกลับหรือเกจิอาจารย์ชื่อดัง ข่าว

เหล่านี้เป็นข่าวที่ ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) จะไม่คัดเลือกมานำเสนอเลย ตามนโยบายของสำนักข่าวเนชั่น ไม่ได้ให้ความสำคัญกับข่าวประเภทนี้เนื่องจากไม่ได้มีผลกระทบต่อคนหมู่มาก นอกเสียจากสิ่งเหล่านี้จะเกิดเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่

2. ข่าวโพลล์ หรือ ผลสำรวจความคิดเห็นจากสำนักต่าง ๆ ที่สำรวจความเห็นประชาชนในหัวข้อต่าง ๆ เนื่องจากนโยบายของสำนักข่าวเนชั่นจะเน้นนำเสนอข่าวที่เป็นเหตุการณ์ สถานการณ์ ข้อเท็จจริง ไม่นำเสนอข่าวที่เป็นความคิดเห็น ซึ่งในบางหัวข้อของการสำรวจความคิดเห็นผลสำรวจที่ออกมากลับกลายเป็นการชี้นำสังคม ซึ่งเกินเลยหน้าที่การรายงานข่าวไปแล้ว

3. ข่าวเหตุการณ์ส่วนตัว ที่ไม่กระทบกับคนหมู่มาก ในที่นี้หมายถึงข่าวอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในทุก ๆ วัน เช่น ข่าวโจรวิ่งราวกระเป๋าผีผู้เสียหาย 1 ราย แต่หากเป็นข่าวโจรปล้นแบงก์จะคัดเลือกมานำเสนอเพราะความเสียหายมีมาก และกระทบกับคนส่วนใหญ่

พิชชาพัทท์ อาจพงษา Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวในเรื่องนี้ว่า

“การเลือกข่าว เราก็เลือกจากเรื่องที่กำลังเป็นประเด็นตามสื่อต่าง ๆ หมายถึงสื่ออื่น ๆ ด้วยไม่เฉพาะของเนชั่นอย่างเดียว หนังสือพิมพ์ ทีวี ข่าวอะไรที่กำลังเกาะติดกันต่อเนื่องรวมถึงข่าวใหม่ที่เป็นข่าวใหญ่ และเป็นข่าวที่คาดว่าจะขึ้นหน้า 1 หนังสือพิมพ์ในวันรุ่งขึ้น ก็คืออย่างที่เบื่องบนหรือผู้บริหารจะไม่ค่อยมายุ่ง เขาไม่ได้มายุ่งกับเราว่าต้องมาจำกัดให้ว่าเลือกข่าวไหนข่าวไหน

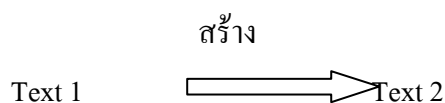
แนวทางหลัก ๆ ในการเลือกก็เช่น ข่าวเจ้า ข่าวในวัง เราจะเล่นเกือบทุกข่าว แต่ต้องเชื่อมั่นในข้อมูลความถูกต้องก่อน

ส่วนข่าวที่ไม่เล่นก็คือพวกข่าวเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น นายสีหูกอดตายได้คืนมะม่วง เราก็ไม่เอามาเขียนเป็น SMS ให้คนติดตามทางหน้าหนังสือพิมพ์ดีกว่า ข่าวโพลล์ก็เป็นอีกข่าวที่ไม่เล่น เพราะมันเป็นความคิดเห็นความรู้สึกไม่ใช่ข้อเท็จจริง เรื่องบางเรื่องมันกลายเป็นการชี้นำไป เกินเลยไปจากการรายงานข่าว”

จ. ผู้เข้ารหัสทำการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้น

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดก่อนที่จะส่งข่าวออกไป เนื่องจากการสื่อสารเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับตัวผู้เข้ารหัสที่จะเข้ารหัสอย่างไร ใน SMS ข่าวที่จะส่งถึงตัวผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) โดยขั้นตอนนี้จะอธิบายว่า วิธีการเข้ารหัสนั้นเป็นอย่างไร สอดคล้องกับข้อค้นพบรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นหรือไม่ และเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

ตามหลักทฤษฎีสัมพันธภาพ (Intertextuality) A.A.Berger ได้ให้นิยามว่าเป็นการใช้หรือการสร้างตัวบทใหม่ด้วยบทหนึ่ง จากวัตถุเดิมอื่น ๆ ซึ่งเป็นตัวบทเดิมที่มีอยู่แล้ว เป็นเสนอการนำ text เก่าที่มีอยู่เดิม มาสร้างให้เกิด text ใหม่ ดังนี้



จากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) รวมถึงการสังเกตและจดบันทึก พบว่า ในการเขียน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ก็เป็นไปตามหลักทฤษฎีสัมพันธภาพเช่นกัน เนื่องจากต้องนำ Text 1 คือ เนื้อหาข่าวเดิมที่มาจากนักข่าวโดยตรง ซึ่งเลือกจากระบบ IES หรือมอนิเตอร์ตามแหล่งต่าง ๆ ดังที่กล่าวไว้ เพื่อนำมาผ่านการเข้ารหัสสร้างความหมาย เขียนสรุปประเด็น เนื้อหา ในข้อความใหม่ให้ไม่เกิน 70 ตัวอักษร กลายเป็น Text 2 คือ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ดังนี้



ตัวอย่างเช่น SMS ทันข่าว

“นายกเต็งเส่งได้เป็นปธน.คนแรกของพม่า หลังรัฐสภาโหวตจากแคนดิเดต 3 ชื่อ”

นำมาจากข่าวเต็มจากสำนักข่าวต่างประเทศ ในระบบ IES ข้อความว่า

รัฐสภาพม่าโหวตเลือก พลเอก เต็ง เส่ง เป็นปธน.

ข่าวต่างประเทศ 4 กุมภาพันธ์ 2554

ที่ประชุมรัฐสภาของพม่าได้ลงมติแต่งตั้งพลเอก เต็ง เส่ง นายกรัฐมนตรีเป็นประธานาธิบดีของสาธารณรัฐสหภาพพม่าแล้วในวันนี้ โดยมีรองประธานาธิบดีอีก 2 คนได้แก่ ทิน อ่อง มินต์ อู อดีตนายพลระดับสูงและพันธมิตรของพลเอกอาวุโส ตาน ฉ่วย ผู้นำสูงสุดพม่า อีกคน คือ สายหมอก คำ สมาชิกชนกลุ่มน้อยแห่งรัฐฉาน

การแต่งตั้งประธานาธิบดีครั้งนี้ถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายตามกระบวนการฟื้นฟูประชาธิปไตยตามที่ทางรัฐบาลทหารกล่าวอ้าง หลังจากได้จัดการเลือกตั้งทั่วไปครั้งแรกในรอบ 20 ปี เมื่อเดือนพฤศจิกายนปีที่แล้ว

แต่นักวิจารณ์ตำหนิกระบวนการเลือกตั้งในพม่า ว่า ได้ถูกกำหนดแนวทางให้กองทัพยังคงได้กุมอำนาจการปกครองประเทศต่อภายใต้หน้าฉากของรัฐบาลพลเรือน หลังจากพลเอก เต็ง เส่งได้ลาออกจากกองทัพเมื่อเดือนเมษายนเพื่อเข้าสู่การเมืองและได้รับการเลือกตั้งตำแหน่งประธานาธิบดี มีวาระดำรงตำแหน่ง 5 ปี และจะควบตำแหน่งประธานสภาไกลโหมและความมั่นคงแห่งชาติด้วย

ซึ่งมีอำนาจตัดสินใจใดๆ ได้โดยไม่ต้องรอความเห็นชอบของรัฐสภา รวมถึงเรื่องการประกาศภาวะฉุกเฉิน และมีอำนาจแต่งตั้งคณะรัฐมนตรี

+++++จูไรรัตน์+++++

เมื่อผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News)แต่ละคนได้คัดเลือกข่าวที่สนใจแล้ว ก็เริ่มเข้ารหัสโดยการเขียน SMS ข่าวสั้นของแต่ละคนออกมา โดยมีหลักสำคัญก็คือแม้จะมีพื้นที่อันจำกัด แต่ก็จะไม่เน้นให้คำย่อมากเกินไป โดยคำย่อที่ใส่เข้าไปใน SMS ข่าวสั้นจะเน้นคำย่อที่รู้จักกันแพร่หลายมากกว่าคำย่อที่ไม่เป็นที่รู้จัก

สำหรับขั้นตอนในการเขียน SMS ข่าวสั้นมีดังนี้

1. อ่านข่าวเต็ม(text1)ทั้งข่าวให้เข้าใจ
2. สรุปเป็นคำพูดของตัวเองให้อยู่ใน 70 ตัวอักษร
3. อ่านออกเสียง ตรวจสอบเรื่องการใช้ภาษา
4. ทบทวนประเด็นว่านำเสนอประเด็นที่ถูกต้องหรือไม่
5. ในกรณีที่ยังเกิน 70 ตัวอักษร ให้เปลี่ยนคำให้สั้นลง

ดังคำอธิบายของ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) ที่กล่าวถึงการทำงานในขั้นตอนนี้ โดย

“วิธีการเขียนอย่างแรก เริ่มแรกต้องอ่านข่าวให้เข้าใจทั้งข่าวก่อน แล้วสรุปเป็นคำพูดตัวเองเป็น SMS 70 ตัวอักษร แล้วอ่านเสียงดัง ๆ ว่าจะรู้เรื่องไหม เข้าใจผิดประเด็นหรือเปล่า ถ้ายังเกิน 70 ก็ เปลี่ยนภาษา เล่นคำให้ สั้นลง เช่น ปฏิเสธ เหลือแค่ ปิด แต่พยายามเน้นย้ำไม่ใส่คำย่อ ถ้าคำย่อนั้นไม่ใช่คำที่รู้จักกันแพร่หลาย

จากข้อค้นพบในการวิเคราะห์ข้อความ(Textaul Analysis) คือ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ที่พบว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมีการใส่ประเด็นลงใน SMS ข่าวสั้นมากกว่า 1 ประเด็นใน 1 ข้อความ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการใส่ประเด็นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันมากกว่าคนละทิศทาง ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารหัส พบว่า มีการใส่ประเด็นข่าวมากกว่า 1 ประเด็นใน SMS ข่าวสั้น 1 ข้อความจริง แต่ไม่นิยมใส่ประเด็นลงไปมากกว่า 2 ประเด็น โดยสาเหตุที่ต้องทำเช่นนี้เนื่องจากเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มีข้อดกลงให้ทางสำนักข่าวเนชั่นส่งข่าวได้เพียง 8-10 ข้อความต่อวันเท่านั้น ขณะที่ในวันหนึ่ง ๆ มีเหตุการณ์เกิดขึ้นมากมาย ผู้เข้ารหัสจึงต้องคัดเลือกข่าวและพยายามใส่ข้อมูลสำคัญลงไปให้ได้เยอะมากที่สุด เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) นั่นเอง

พิชชาพัทธ อาจพงษา Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“ถ้าพูดถึงการยัดประเด็น ต้องเรายัดประเด็นที่สำคัญจริง ที่คิดว่ามันสำคัญ ไม่เยิ่นเย้อ หรือถ้าจะยัด 2 ประเด็นแล้วไม่ได้ ก็ต้องตัดเหลือประเด็นเดียว แล้วใส่คำที่สำคัญลงไป เพราะค่ายมือถือบางค่ายกำหนดให้เราส่งได้แค่ 8 ข้อความต่อวัน ถ้าใน 1 SMS สามารถยัดได้ 2 ประเด็นเราก็ทำเพื่อให้ ลูกค้า ได้ประโยชน์สูงสุด ลูกค้าจะได้ไม่คิดว่าจ่ายเงินแพงกว่าเจ้าอื่นแล้วไม่ได้อะไร แต่เราไม่ได้เน้นว่า ต้องใส่ประเด็นเยอะ ๆ เราจะมีแค่ 2 ประเด็นเท่านั้น”

นอกจากนี้ จากข้อค้นพบในการวิเคราะห์ด้วยบท(Textual Analysis) คือ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ที่พบว่า รหัสที่มีการใช้ใน SMS ข่าวสั้นมีทั้งหมด 4 ประเภท คือ 1.คำย่อ 2.คำใหม่ 3.ภาษาข่าว 4.เครื่องหมาย โดยผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) อธิบายว่า การใช้คำย่อจะเน้นใช้เฉพาะคำที่เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายเท่านั้น และหากไม่มีความจำเป็นก็จะไม่ใช่คำย่อ แต่เลือกใช้คำที่สั้นที่สุดแทน ถือเป็นกระบวนการควบคุมความหมาย (meaning control) ในกรณีที่ใช้คำย่อบางคำเป็นคำใหม่ที่อาจไม่ได้มีอยู่ในพจนานุกรมแต่จำเป็นต้องใช้เพื่อประหยัดพื้นที่ ก็จะใช้ต่อเมื่อคำแวดล้อม(Context)ใน SMS ข่าวสั้นข้อความนั้นมีเนื้อหาที่ทำให้สามารถเข้าใจได้ว่า คำย่อนั้นคืออะไร รวมไปถึงการใช้เครื่องหมายเพื่อแยกประเด็นหรือใช้แทนคำบางคำได้อีกด้วย

จากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารหัส พบว่า ในการใช้รหัสคำย่อ คำใหม่ จะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ คำที่มีอยู่ตามหลักภาษาไทยและคำที่ผู้เข้ารหัสสร้างขึ้นใหม่เอง

1. คำที่มีอยู่ตามหลักภาษาไทย หมายถึง คำย่อหรือคำต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วในพจนานุกรม ซึ่งเป็นที่รู้จัก หรือมีการใช้กันมานานจนรับรู้โดยทั่วไป เช่น “กทม.” ย่อมาจาก กรุงเทพมหานคร , “พศ.” ย่อมาจาก พุทธศักราช

2. คำที่ผู้เข้ารหัสสร้างขึ้นใหม่เอง หมายถึง คำย่อหรือคำใหม่ที่ผู้เข้ารหัสสร้างขึ้นมาเอง เพื่อช่วยในการประหยัดพื้นที่การรายงาน SMS ข่าวสั้นที่ถูกจำกัดพื้นที่เพียง 70 ตัวอักษร ซึ่งมีการนำมาใช้น้อยกว่าคำที่มีอยู่ตามหลักภาษาไทย โดยคำที่สร้างขึ้นใหม่เองเหล่านี้อาจไม่ได้มีอยู่ในพจนานุกรมและอาจไม่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย เช่น “ศก.” ย่อมาจาก เศรษฐกิจ , “รบ.” ย่อมาจาก รัฐบาล หรือเป็นชื่อพรรคการเมืองที่ตั้งขึ้นมาใหม่ เช่น “พท.” ย่อมาจาก พรรคเพื่อไทย ซึ่งในกรณีนี้ก็ไปซ้ำกับตัวย่อเดิมที่มีอยู่แล้วคือ “พท.” ย่อมาจาก พื้นที่ โดยสิ่งที่เข้ามาช่วยในการตีความให้สามารถถอดรหัสได้ตรงตามกับผู้เข้ารหัสต้องการก็คือ บริบท(Context) ที่เป็นคำแวดล้อมรหัสตัวนั้น เมื่อผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ได้อ่านข้อความ SMS ข่าวสั้นโดยรวมทั้งข้อความก็สามารถเข้าใจความหมายที่ถูกต้องได้

ตัวอย่างเช่น

1. ประกาศ.6ห้ามผู้ชุมนุมเข้า-ออกพท.รอบราชประสงค์เช่นสลิสม พระราม4 กุฎ1ปี
2. มติสภาไม่หนุนญัตติตั้งกมธ.สอบเหตุ10เมษา-พท.จนwalkoutหลังอภิปราย4ชม.

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า “พท.” ในข้อความ 1. ย่อมาจาก พื้นที่ เนื่องจากบริบทที่แวดล้อมทำให้เข้าใจได้ว่า มีประกาศฉบับที่ 6 ของรัฐบาลออกมาโดยสั่งห้ามผู้ชุมนุมเสื้อแดงเข้า-ออกพื้นที่โดยรอบสี่แยกราชประสงค์ เช่น ถนนสีลม ถนนพระราม 4 หากฝ่าฝืนคำสั่งจะมีโทษจำคุก 1 ปี

ส่วน “พท.” ในข้อความ 2. ย่อมาจาก พรรคเพื่อไทย เนื่องจากบริบทที่แวดล้อมทำให้เข้าใจได้ว่า รัฐสภามีมติไม่สนับสนุนญัตติให้ตั้งกรรมาธิการสอบสวนเหตุการณ์ปะทะกันระหว่างผู้ชุมนุมเสื้อแดงและเจ้าหน้าที่รัฐ ในวันที่ 10 เมษายนที่สี่แยกคอกวัว โดยฝ่ายส.ส.พรรคเพื่อไทยซึ่งเป็นฝ่ายค้านจึงเกิดความไม่พอใจ รวมตัวกันเดินออกจากห้องประชุมสภา (walk out) หลังจากที่มีการเปิดอภิปราย 4 ชั่วโมง

จากข้อค้นพบดังกล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปเป็นหลักเกณฑ์ในการเข้ารหัสได้ ดังนี้

1. ผู้เข้ารหัสมีการสร้างพจนานุกรมในใจ(Mental Dictionary) เนื่องจากผู้เข้ารหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) มีบทบาทหน้าที่เป็น Rewriter จำเป็นต้องอ่านข่าวจำนวนมากอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาการทำงาน จึงสะสมประสบการณ์ในการเข้ารหัสได้ว่า คำใดที่ควรใช้ และคำใดไม่ควรใช้บ้าง โดยไม่จำเป็นต้องมีคู่มือในการเข้ารหัสอย่างเป็นรูปธรรม
2. ย้อนกลับไปอ่านรหัสที่เคยใช้ ด้วยความสามารถของระบบ IES ที่ทำให้ผู้เข้ารหัสสามารถย้อนกลับไปดูข้อความเก่า ๆ และรหัสเก่า ๆ ที่เคยใช้ได้ว่า คำใดเคยใช้อย่างไร สะกดอย่างไร คำใดไม่นิยมใช้
3. ใช้รหัสตามหลักภาษาไทย ตามแบบที่เคยร่ำเรียนมาซึ่งเป็นหลักเกณฑ์การใช้คำการใช้ภาษา ที่คนรับรู้โดยทั่วไปอยู่แล้ว และจะไม่ย่อคำตามอำเภอใจของผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก. Mobile News) เนื่องจากการใช้คำตามหลักภาษาไทยจะสามารถสร้างความเข้าใจได้ดีกว่า
4. มีบริบท(Context)ช่วยสร้างความเข้าใจ หากในกรณีที่ต้องใช้คำย่อ คำใหม่หรือภาษาข่าวที่ผู้เข้ารหัสสร้างขึ้นมาก็ยังมีบริบทแวดล้อมตัวรหัสนั้น ๆ ซึ่งมีส่วนช่วยให้ผู้ถอดรหัสสามารถถอดรหัสความหมายของรหัสตัวนั้นและเข้าใจเนื้อหา SMS ข่าวสั้นโดยรวมได้

ดิยากร วงศ์เลิศวาทิก Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“บางครั้งก็เปลี่ยนคำกริยาในประโยค เพราะภาษาไทยมีคำศัพท์ให้ใช้เยอะ ใช้คำย่อ หรือเลือกใช้คำที่มีจำนวนตัวอักษรน้อยที่สุด ละประธาน แล้วใช้เครื่องหมาย หรือเว้นวรรคกันแทน หมายถึงว่าอย่างไรประโยคหรือแหล่งข่าวคนนั้น พูดหลายประเด็นหรือทำหลายอย่าง เราก็เอามาเขียนใส่ SMS รวมเป็นข่าวเดียวได้”

ธนิตา ทองเงิน Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“เราก็อาจจะเขียนอักษรย่อที่รู้กันแพร่หลาย ใช้เครื่องหมายคั่น หรือตัวเลข บาง SMS เราส่งได้หลายประเด็น คนรับได้ประโยชน์ แต่ต้องเขียนให้ได้ใจความ เข้าใจง่าย แต่ถ้าประเด็นเยอะแล้วย่อเยอะ ตัดออกซักประเด็น แล้วเขียนใหม่ให้อ่านแล้วลื่นไหลไม่ขัด ได้ใจความจะดีกว่า”

พิชชาพัทธ อัจจงษา Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“ตัวย่อที่ได้ก็เป็นตัวย่อที่หลายคนรู้จักและนิยมใช้ เราจะไม่ใช่ตัวย่อที่นิมิตรขึ้นมาเอง และหลัง ๆ เราจะพยายามเลี่ยงการใช้ตัวย่อมากมายใน 1 ข้อความ เราไม่มีคู่มือนะ แต่เราใช้ประสบการณ์ส่งข่าวว่าคำ ๆ นี้เราใช้บ่อย เพราะไม่ใช่แค่เราใช้ สื่ออื่นก็ใช้กัน ถ้าเป็นคำใหม่ไม่เคยมีเลยอย่างสะพานแขวน เราก็คงไม่ใช่ สพข. เพราะไม่มีคนรู้จักแน่นอน”

สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“ถ้าจำเป็นต้องใช้ตัวย่อก็ใช้ แต่ปกติไม่ต้องใช้ก็ส่งได้ 2 ประเด็นใน 70 ตัวอักษร แต่อย่างของเจ้าอื่นบางเจ้า(จส.100)ใช้ถึงขั้น สพข. ตรค. ย่อมาจาก สะพานข้ามแยก ต่างระดับ ส่วนของเราถ้าจะใช้ก็จะใช้ให้เหมือน ๆ กันทุกคน ส่วนใหญ่จะใช้คำย่อเพราะเคยใช้ ใช้เพราะมีต้นแบบไว้แล้ว หรือ ข่าวที่เคยเขียนส่งไว้ ก็กลับไปให้อ่านย้อนหลังได้ว่าเราเคยย่อไว้ยังไง ก็ทำให้เหมือน ๆ กัน”

อิทธิพัทธ์ ปิ่นละโรจน์ Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“ตามหลักภาษาไทย ก็จะมีตัวย่ออย่างที่เคยเรียนกันมา แต่นอกเหนือจากนี้ ถ้าจะต้องให้ลูกค้าเดาเอาเอง เราก็ควรเลี่ยงหาคำอื่นใช้แทน คำบางคำคนรับข่าวอาจจะไม่รู้ แต่ถ้ามีบริบทบอกก็มีเนื้อหาทั้งประโยคก็เดาได้เหมือนกัน เราจะไม่ย่อตามอำเภอใจ”

2.2 การเข้ารหัสร่วม

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การเข้ารหัสร่วมเป็นขั้นตอนการให้คำปรึกษากันในกลุ่มผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) ในการเลือกรหัส สร้างรหัส ที่จะนำไปใส่ลงใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น โดยเป็นขั้นตอนหลังจากที่ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) แต่ละคนได้เข้ารหัสออกมาเป็น SMS ข่าวสั้นแล้วก็จะนำข้อความนั้นมาพูดคุยปรึกษากันอีกครั้ง เนื่องจากการใช้รหัสบางตัวหรือคำบางคำที่อาจไม่ได้มีในพจนานุกรมกำหนดว่าจะต้องสะกดอย่างไรจึงถูกต้อง รวมถึงการใช้คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศด้วย ดังนั้นผู้เข้ารหัส จึงมีการตกลงกันในการใช้รหัสให้เหมือนกัน แล้วกำหนดให้เป็นมาตรฐานต่อไป

ตัวอย่างเช่นคำว่า “ริกเตอร์” หรือ “ริคเตอร์” ซึ่งเป็นหน่วยวัดความรุนแรงแผ่นดินไหว เป็นคำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) จึงประชุมข่าวผ่านโปรแกรม MSN ตกลงกันโดยให้บรรณาธิการเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะใช้วิธีสะกดแบบ “ริกเตอร์” ตามที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึกและกรุงเทพมหานครกิจใช้ หลังจากนั้นจึงใช้ต่อ ๆ กันมา หากหลงลืมหรือไม่แน่ใจก็สามารถกลับไปเปิดดูข่าวเก่า ๆ ที่ส่งไปแล้วว่าใช้ตัวสะกดแบบใด เพราะการใช้ตัวสะกดเหมือนเดิมทุกครั้งที่ส่งข่าว ถือได้ว่ารหัสตัวนั้น ได้ถูกกำหนดเป็นมาตรฐานแล้ว

ในการเขียน SMS ข่าวเนชั่นจะเน้นใช้คำที่เรียบง่าย เป็นภาษาระดับภาษาเขียนแต่เข้าใจง่าย รวมถึงการเลือกใช้คำให้เห็นภาพ คล้ายกับการสรุปข่าวใน 1 ข้อความ เพื่อรายงานข้อเท็จจริง ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ด้วยท(Textual Analysis) คือ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ที่พบว่า การเลือกใช้รหัส paradigmatic นิยมนำเสนอคำเพื่อให้ประหยัดพื้นที่และเข้ากับประเด็นมากกว่า แต่ก็ยังคงมีบางส่วนที่ใช้รหัสสำหรับกริยาเพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกันและเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก เนื่องจากข่าวบางข่าวมีความสำคัญจนต้องส่ง SMS ข่าวสั้นในประเด็นนั้นไปมากกว่า 1 ประเภท

สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน)

“การเขียน SMS ก็คือต้องใช้ภาษาเขียนที่เข้าใจง่าย ไม่ใช่ใช้ภาษาพูด มันจะกลายเป็นพาดหัวข่าว ภาษามันมีอารมณ์ คุณสุทธิชัย (นายสุทธิชัย หยุ่น บรรณาธิการอำนวยการ เครื่องเนชั่น) บอกว่า เราต้องใช้ภาษาเป็นกลางที่สุด จะเอาอารมณ์ใส่ลงในข่าวไม่ได้ ภาษาพูดหลาย ๆ คำเวลาพูดให้อารมณ์อย่างหนึ่ง แต่เวลาเอาลงมาเขียนมันอ่านแล้วกลายเป็นอีกอย่าง ถ้าเราเอาภาษาพูดมาเขียนข่าวมันทำไม่ได้ง่าย ๆ แล้วมันจะผิดความหมาย เพราะฉะนั้นเราต้องใช้ภาษาเขียนที่เข้าใจง่าย ไม่ใช่ภาษาพูด

การใช้คำก็เหมือนกัน เช่น ข่าวยิงคนบนรถเมล์ ถ้าคำว่ายิงเนี่ย มันต้องดูว่ากี่นัด ถ้าเห็นคำว่า กราดมองว่ามากกว่า 1 นัดแน่นอน เนื้อหาเหมือนกัน แต่คำว่า “ยิง” กับคำว่า “กราด” อารมณ์ของ ความเข้าใจภาษาไทยกราดต้องเยอะกว่า อันนี้ในข่าวเต็มบอกว่ายิง 5 นัด โอเค ใช้กราดได้ เราใช้ว่า กราดยิง เพราะมันยิงในรถเมล์ ก็ยิงหลายนัดและยิงโดนหลาย ๆ คน

คนมีประสบการณ์ข่าว อ่านหนังสือเยอะ อ่านข่าวทุกวัน จะทำให้อ่านข่าวแล้วเข้าใจเร็วขึ้น และเลือกใช้คำได้ดี พอเขียนออกมาเป็น SMS จะทำให้อ่านเข้าใจได้ง่าย”

ก. ผู้เข้ารหัสปริศนา ปรับปรุงแก้ไข SMS ข่าวสั้น

หลังจากที่ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) ได้นำเสนอประเด็นข่าวที่น่าสนใจแล้ว ก็จะแบ่งกันไปเพื่อแยกย้ายกันเขียน SMS ข่าวในแต่ละประเภทที่ตนรับผิดชอบ โดยไม่ได้มีกำหนดตายตัวว่าใครจะทำ SMS ข่าวประเภทใดและส่งเครือข่ายมือถือเครือข่ายใดบ้าง (AIS DTAC TRUE HUTCH) ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ขณะนั้น ๆ เมื่อเขียนเสร็จก็จะนำมาเสนออีกครั้ง เพื่อปรึกษาปรับแก้ภาษา การใช้คำ หรือแก้คำผิด เป็นการrecheck เพื่อให้ไม่ให้เกิดความผิดพลาด ซึ่งการทำงานขึ้นตอนนี้จะมีการพูดคุยปรึกษากันตลอดเวลา

สามารถเทียบได้กับแนวคิดเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด(Communication Technology Determinism) ซึ่ง Marshall McLuhan (1911-1980) ที่สนใจวิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารต่อสังคมระดับจุลภาคนั้น ได้สรุปมุมมองของการกำหนดผ่านสื่อเอาไว้คือ

1. ผลกระทบของสื่อต่อมิติเรื่อง เวลา (Time) เช่น สื่อหลายชนิดที่สามารถบันทึกสารข้ามเวลา หรือย้อนระยะเวลาในการสื่อสาร โดยในกรณีนี้ก็สามารถใช้ได้กับ SMS ข่าวสั้นที่สามารถบันทึกข่าวไว้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่หลายวัน หลายข้อความ ขึ้นอยู่กับศักยภาพของเครื่องรุ่นต่าง ๆ รวมถึงโปรแกรม IES ซึ่งเป็นระบบ Infrastructure ที่ทำให้ผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสาร ได้จากข่าวเก่า ๆ ที่เก็บไว้ได้เป็นเดือน ๆ

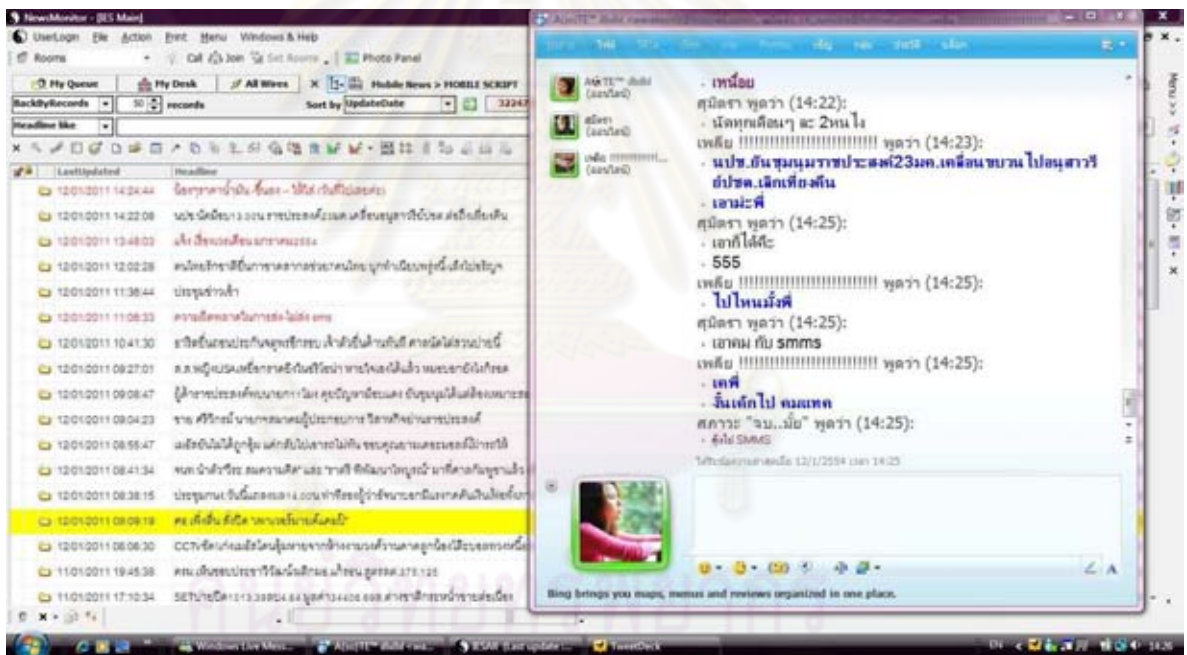
2. ผลกระทบของสื่อต่อมิติเรื่อง พื้นที่ (Space) เช่น สื่อต่างๆ ที่พยายามเอาชนะพื้นที่ซึ่งในกรณีนี้ก็คือ SMS ข่าวสั้น สามารถส่งข่าวเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นแม้ผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) จะอยู่ที่ใดก็สามารถกดอ่านข่าวได้ รวมถึงโปรแกรม MSN chat ที่ผู้เข้ารหัสใช้ในการสื่อสารต่อกัน เหมือนเป็นการประชุมปรึกษางานกันตลอดเวลาการทำงาน โดยที่ไม่ต้องนั่งอยู่ต่อในที่เดียวกันตลอดเวลา และโปรแกรม IES ซึ่งเป็นระบบ Infrastructure ที่ทำให้ผู้เข้ารหัสสามารถมองเห็นข่าวของนักข่าวในทุกโต๊ะทุกสื่อในเครื่องเนชั่น เพื่อสะดวกในการคัดเลือกข่าว และนำมาเป็นข้อมูลในการส่ง SMS ข่าว รวมถึงสามารถมองเห็นการ

เขียน SMS ข่าวก่อนและกันในกลุ่มผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) เองด้วย และเมื่อเขียนข่าวเสร็จแล้ว ด้วยโปรแกรม IES นี้เองก็สามารถส่งข่าวออกไปได้ทันที

สำหรับระบบที่ใช้ในการพูดคุยปรึกษากันตลอดกระบวนการเขียนข่าว SMS นั้นผู้เข้ารหัสไม่จำเป็นต้องอยู่กันต่อหน้าเพื่อพูดคุยกันตลอด เนื่องจากบางวัน หรือบางเวลา มีผู้เข้ารหัสบางคนทำงานจากที่บ้านหรือสถานที่อื่น ๆ ไม่ได้มาอยู่รวมตัวกันในบริษัททุก ๆ วัน เนื่องจากการเข้าเวรทำงานเริ่มตั้งแต่ 6.00 น. และเวลาเลิกงานของการเข้าเวรสุดท้ายคือ 23.00 น. อาจทำให้ผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) ไม่สะดวกในการเดินทางไป-กลับ ประกอบกับการใช้โปรแกรม IES ในการหาข้อมูลและส่งข่าว ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ใช้งานผ่าน Internet ดังนั้นจึงสามารถใช้งานที่ใดก็ได้ โดยเข้ารหัส User password ของนักข่าวแต่ละคนในเนชั่น ก็สามารถทำงานได้เลย

ภาพที่ 16

แสดงการพูดคุยปรึกษางาน ผ่านโปรแกรม MSN Chat



จากภาพที่ 16 โปรแกรมที่ใช้ในการพูดคุยปรึกษา สื่อสารกันตลอดเวลาคือ โปรแกรม MSN Chat ของ Window live ซึ่งเป็นโปรแกรมพื้นฐานที่มีอยู่ในคอมพิวเตอร์เพื่อเป็นตัวกลางในการสื่อสารกันทั้งวัน ตลอดเวลาการทำงาน เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่สะดวกและสามารถ Chat Group หรือสนทนากลุ่มได้ ดังนั้นในการทำงานของแผนก Nation Mobile News ก็เหมือนกับการได้นั่งประชุมข่าวกันตลอดเวลานั่นเอง

พิชชาพัทธ์ อาจพงษา Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“พอเลือกข่าวได้แล้ว 1 ข่าว ก็มาเขียนสรุปให้สั้น ๆ 70 ตัวอักษรให้ได้ประเด็น ทีนี้มันจะมีหลายถึงข่าวที่เราต้องส่ง มีถึงทันข่าว คมชัดลึก บางครั้งก็มีข่าวธุรกิจ แล้วแต่ละถึงต้องส่งทั้ง 4 เจ้า (AIS , DTAC , TRUE , HUTCH) หมายถึงทุกข่าวต้องส่งทั้งหมด 4 ข้อความเป็นอย่างน้อย แต่ข่าว SMS เป็นข่าวด่วน เลยต้องมีการแบ่งกันส่งคนนั้นไปส่ง AIS นะ คนนี้ไปส่ง DTAC สาเหตุที่ต้องแบ่งกันไปคนละเครือข่ายเพราะต้องเขียนให้ไม่เหมือนกัน เพราะเคยมีลูกค้าโวย คือเค้ามีทั้ง AIS , DTAC แล้วรับข่าวเนชั่นทั้ง 2 เครือข่าย ก็โวยว่า อ้าวข่าวมันเหมือนกันปะ ๆ เลย ทีนี้พอแยกกันส่งก็ต้องบอกกันด้วย ต้องสื่อสารกันตลอด ไม่งั้นอาจจะมีการส่งซ้ำกันได้ เช่นคนนี้ส่งของ AIS แล้ว อีกคนมาส่งซ้ำ กลายเป็นข่าวขึ้นมือถือลูกค้า 2 รอบ และเขียนไม่เหมือนกันด้วย”

ข. ผู้เข้ารหัสเลือกประเภทข่าวในการส่ง SMS ข่าวสั้น

หลังจากที่ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) ผ่านขั้นตอนการเข้ารหัสและปรึกษากันเรียบร้อยแล้วพร้อมที่จะส่ง SMS ข่าวสั้นไปยังผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) แล้ว จากนั้นจะต้องเลือกว่า SMS ข่าวสั้นข้อความนั้น ๆ จะส่งไปเป็น SMS ข่าวประเภทใด ซึ่งจากการสังเกตและจดบันทึกพบว่า ในช่วงที่มีเหตุการณ์สำคัญหรือเป็นเรื่องสำคัญ ข่าวสั้น ๆ จะได้รับการคัดเลือกให้ส่ง SMS มากกว่า 1 ประเภท โดยจากการสุ่มตัวอย่างเก็บ SMS ข่าวสั้น ทั้งหมด 224 ข้อความ ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง 20 พฤษภาคม พ.ศ.2553 ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดเหตุความวุ่นวายจากการชุมนุมประท้วงของกลุ่มคนเสื้อแดง และการสลายการชุมนุมของเจ้าหน้าที่รัฐ พบว่ามีการส่งข่าวส่วนใหญ่มากกว่า 1 ประเภทข่าว โดยการแยกความแตกต่างระหว่างข่าวทั้ง 6 ประเภทก็คือ การเลือกใช้ภาษา และเลือกประเด็นในการส่งข่าวให้เหมาะสมกับประเภท SMS ข่าวสั้น ๆ

ธนิตา ทองแจ่ม Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“เราส่งหลายรูปแบบทั้ง การเมือง ธุรกิจ บันเทิง อาชญากรรม ในกรณีที่แหล่งข่าวคนเดียวกันพูดถึงหลายประเด็น ก็จะจับประเด็นว่าอยู่ในประเภทไหน แล้วส่งไปในข่าวประเภทนั้น ถ้ากระทบคนจำนวนมากอาจต้องส่งหลายประเภท เพราะคนรับข่าวเค้าอาจรับบริการ SMS ข่าวเนชั่นแค่ประเภทเดียว กลุ่มเป้าหมายต่างกัน เพราะฉะนั้นต้องให้รับรู้รับทราบกันให้ทั่วถึง แล้วเราก็มายืนยันให้แตกต่างกันในรายละเอียด”

สำหรับการนิข่าวที่เป็นเหตุการณ์สำคัญ เป็นที่สนใจ ผู้เข้ารหัส จะเลือกส่งข่าว 2 ประเภทข่าวขึ้นไป คือประเภททันข่าว และคมชัดลึก ในบางครั้งข่าวที่สำคัญจริง ๆ ก็จะมีการส่งข่าวประเภท

ธุรกิจด้วย เนื่องจากเป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อคนส่วนมาก จึงต้องมีการสร้างความแตกต่างด้วยการเลือกใช้คำ ใช้ภาษาที่แตกต่างกัน รวมถึงการเปลี่ยนรูปประโยค สลับประเด็นหน้าหลัง เพื่อสร้างความแตกต่าง ซึ่งข้อค้นพบนี้สามารถตอบโจทย์ข้อค้นพบรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นได้ ที่พบว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมีการใช้ชุดของสัญลักษณ์ประธานและกรรมในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการใช้ชุดของสัญลักษณ์ประธานคำกริยาเพื่อสร้างความแตกต่าง และแม้จะมีการสลับประเด็น หรือเปลี่ยนลำดับชั้นการเรียงประโยคการตีความหมายของ SMS ข่าวสั้นข้อความนั้น ๆ ก็ไม่เปลี่ยนไป

ตัวอย่างเช่น SMS ข่าวเรื่องการประกาศเคอร์ฟิวส์ ซึ่งมีผลกระทบเป็นวงกว้าง

SMS ทันท่วงที *สอฉ.ประกาศเคอร์ฟิวส์กทม.ห้ามปชช.ออกนอกบ้าน20.00น.-6.00น.พรุ่งนี้*

SMS คมชัดลึก *สอฉ.ประกาศเคอร์ฟิวจว.ที่ออกพรก.ฉุกเฉิน-ห้ามออกบ้านหลัง2ทุ่ม*

SMS ธุรกิจ *สอฉ.ประกาศเคอร์ฟิวคนกทม.ห้ามออกนอกบ้าน2ทุ่มคืนนี้-6 โมงเช้าพรุ่งนี้*

เป็นการใช้ Law of Selection คือการเลือกใช้ความหมายแบบ Paradigmatic โดยใช้รหัสที่มีความหมายเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ทำให้แม้จะเปลี่ยนคำที่ใช้แต่ความหมายยังคงเดิม แล้วใช้ Law of Combination คือการนำสัญลักษณ์ (รหัส) มารวมกันโดยการเล่าเรื่องแบบ Syntagmatic เพื่อนำรหัสที่คัดเลือกแล้วมาผสมรวมเขียนเป็น SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นออกมาในมุมมองที่หลากหลาย

ในเรื่องนี้ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) อธิบายว่า ข่าวแต่ละข่าวอาจมีการแตกประเด็นออกไปได้หลายด้าน ซึ่งผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) สามารถนำแต่ประเด็นมาส่งเป็น SMS ข่าวสั้นได้หลายประเภท ซึ่งสามารถสร้างความแตกต่างได้ด้วยการเลือกใช้ภาษาหรือมุมมองที่ต่างออกไป

“การแยกประเภทข่าว มีความแตกต่างกันในการใช้ภาษา คำพูด การเลือกประเด็น อาจจะเป็นข่าวนายกรัฐมนตรีไปพูดที่ไหนสักที่เรื่องเดียวกัน พูดเรื่อง นโยบายเศรษฐกิจ เราก็ส่งเป็น SMS ธุรกิจไปเพียว ๆ ส่วนประเด็นอื่น ๆ ที่เป็นการเมืองก็เน้นให้ส่งเป็น SMS ทันท่วงทีแทน

ในกรณีที่เป็นข่าวสำคัญมาก อย่างนายกฯยุบสภา เราต้องเลือกส่งทั้ง SMS ทันท่วงที และ SMS ธุรกิจ เพราะเกี่ยวข้องกับคนมาก ๆ หรือแม้แต่วิวทัศน์มีอุปนิสัยธรรมชาติที่ร้ายแรง ก็ต้องส่งทุกประเภทข่าวเพราะกระทบกับคนจำนวนมาก ๆ ก็ใส่รายละเอียด ให้มันแตกต่าง เพิ่มเนื้อหาให้มากขึ้นเพราะแต่ละเหตุการณ์ที่ได้ยิน มอนิเตอร์มามันมีมุมมองเพิ่มขึ้น ก็มีรายละเอียดมากขึ้น ก็สามารส่งให้แตกต่างกันได้”

พิชชาพัทธ์ อาจพงษา Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน)

ข่าวยุบสภา ถือว่าเป็นข่าวรวมของสังคมทั้งหมด เราก็ต้องส่งทุกประเภท ทั้งการเมือง และเศรษฐกิจ แต่จะไม่ถึงขนาดส่งบันเทิงด้วย เพราะบันเทิงเรานั้นบันเทิงจริง ๆ ก็ใช้วิธีเขียนสำนวนในการเขียนให้แตกต่างกันไป ปรับให้ต่างกันเล็กน้อย”

ติยากร วงศ์เลิศวาทิก Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน)

“สมมุติเช่น ข่าวธุรกิจ อาจจะเป็น ภาคเอกชนขานรับยุบสภาดูดีहरुนแรง แต่ทันข่าวเราอาจจะส่งเป็น นายกขยุบสภาหลังมือปล้อมหนัก ส่วนข่าวคมชัดลึกก็อาจส่งอารมณ์แบบ ค่วน! ยุบสภาแล้ว ใส่เครื่องหมายแสดงอารมณ์ หรืออาจเปลี่ยนชื่อประธานในข่าว อย่างเช่น นายกข มาร์ค อภิสิทธิ์ เป็นระดับภาษาหรือการเขียนที่ต่างกัน”

ขั้นที่ 3 ส่ง SMS เผยแพร่ (Text 2)

ในขั้นตอนนี้เป็นกรส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นจากผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก. Mobile News) ผ่านไปเข้าระบบ IES เพื่อส่งออกไปยังเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่(Operator) แล้วส่งต่อไปยังผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น)

เนื่องจากการทำงานของระบบ IES ซึ่งเป็นระบบ Infrastructure โดยหลังจากขั้นตอนการเลือก SMS ส่งไปตามประเภทข่าวและเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว ก็จะกดส่งข่าวได้ในระบบ IES ซึ่งจะมี Status เป็นตัวเลข ให้เราได้ทราบสถานะว่าข่าวที่เราส่งไปนั้น ได้ออกไปสู่ระบบแล้วถูกส่งไปยังผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) แล้วหรือยัง

ภาพที่ 17

แสดง Status แจ้งสถานะการส่ง SMS ข่าวสั้น

SMSยังไม่ส่งไปนอกระบบ

| Headerline | Status | UpdateTime | CreateTime | ExportCode |
|--|--------|------------|-----------------------|------------------------|
| พจน.เลิกใช้ศาลปกครอง 1 ปี ใช้ระบบ 3 ปี เป็นสิ่งส่งจากกึ่งนี้ | 0 | 0.453" | | |
| ลูกทูนสหประชาชาติพบ มีคน 23กท. เสด็จคืนบรรณารทูนทูน-โธมัส | 2 | 0.433" | | |
| มวช. ศีลธรรมของบรรณารทูน 1.8.85คน ขอรับมวช.กับไปส่งทำบ้านใหม่ | 2 | 0.467" | Supapun Thitassanta | Supapun Thitassanta |
| รม.แถลงส่งมอบงานบรรณารทูน 1.8.85คน ขอรับมวช.กับไปส่งทำบ้านใหม่ | 2 | 0.46" | Itapat Pinarod | Itapat Pinarod |
| มวช.ขยายบ้านบรรณารทูน 1.8.85คน ขอรับมวช.กับไปส่งทำบ้านใหม่ | 2 | 0.48" | Pitchaphat Archpongsa | Pitchaphat Archpong... |
| พจน.เลิกใช้ศาลปกครอง 1 ปี ใช้ระบบ 3 ปี เป็นสิ่งส่งจากกึ่งนี้ | 2 | 0.467" | Itapat Pinarod | Itapat Pinarod |
| มวช. ศีลธรรมของบรรณารทูน 1.8.85คน ขอรับมวช.กับไปส่งทำบ้านใหม่ | 2 | 0.467" | Pitchaphat Archpongsa | Pitchaphat Archpong... |
| มวช.ขยายบ้านบรรณารทูน 1.8.85คน ขอรับมวช.กับไปส่งทำบ้านใหม่ | 2 | 0.467" | Pitchaphat Archpongsa | Pitchaphat Archpong... |
| พจน.เลิกใช้ศาลปกครอง 1 ปี ใช้ระบบ 3 ปี เป็นสิ่งส่งจากกึ่งนี้ | 2 | 0.447" | Supapun Thitassanta | Supapun Thitassanta |
| มวช. ศีลธรรมของบรรณารทูน 1.8.85คน ขอรับมวช.กับไปส่งทำบ้านใหม่ | 2 | 0.452" | Supapun Thitassanta | Supapun Thitassanta |

SMSส่งผ่านระบบออกไปแล้ว

ข่าวที่ยังไม่ได้ถูกส่งออกไปยังระบบ จะแจ้ง status 0 แต่ถ้าผู้เข้ารหัสได้กดส่ง sent SMS ข่าวออกไป และ SMS ข้อความนั้นได้ผ่านเข้าระบบ ส่งไปยังผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้น ของสำนักข่าวเนชั่น) เรียบร้อยแล้ว จะแจ้ง status เปลี่ยนเป็น 2 , 3 แล้วแต่ช่องทางที่ส่งออกไป (Gateway) ซึ่งในขั้นตอนนี้จะใช้เวลาไม่เกิน 5 วินาทีเพื่อที่ status ของ SMS ข่าวจะเปลี่ยนไปจาก เลข 0 เป็นเลขอื่น ๆ

ดังนั้นจึงหมายความว่า หากผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) รู้ตัวว่าได้ส่งข้อความผิดพลาดหรือส่งข่าวผิดประเภท ก็มีเวลา 5 วินาทีที่จะเข้าไปล็อกข้อความและแก้ไขใหม่ให้ถูกต้องเหมาะสม หรือตรงประเภทข่าวมากขึ้น ก่อนที่ SMS ข่าวสั้นข้อความนั้นจะถูกส่งเข้าระบบ IES

นอกจากนี้ยังสามารถเกิดปัญหาทางเทคนิคในการทำงานได้ เนื่องจากผู้เข้ารหัสทำงานกับระบบไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ และระบบอินเทอร์เน็ต(internet) ดังนั้นจึงสามารถเกิดเหตุฉุกเฉินได้ตลอดเวลา โดยสามารถสรุปปัญหาทางเทคนิคขณะทำงานได้ ดังนี้

1. ไฟฟ้าดับ ทำให้ไม่สามารถใช้ได้ทั้งคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต
2. คอมพิวเตอร์มีปัญหา เช่น ไวรัสลงเครื่อง หรือคอมพิวเตอร์ชำรุด
3. อินเทอร์เน็ตไม่มีสัญญาณ ไม่สามารถส่งข่าวได้

ปัญหาทางเทคนิคทั้ง 3 ประการล้วนเป็นเหตุทำให้ไม่สามารถส่ง SMS ข่าวสั้นได้ เนื่องจากระบบ IES ที่ใช้ในการเขียนและส่งข่าว SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นระบบที่ต้องใช้งานในคอมพิวเตอร์และต้องเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต ดังนั้นจึงต้องมีวิธีแก้ไขตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

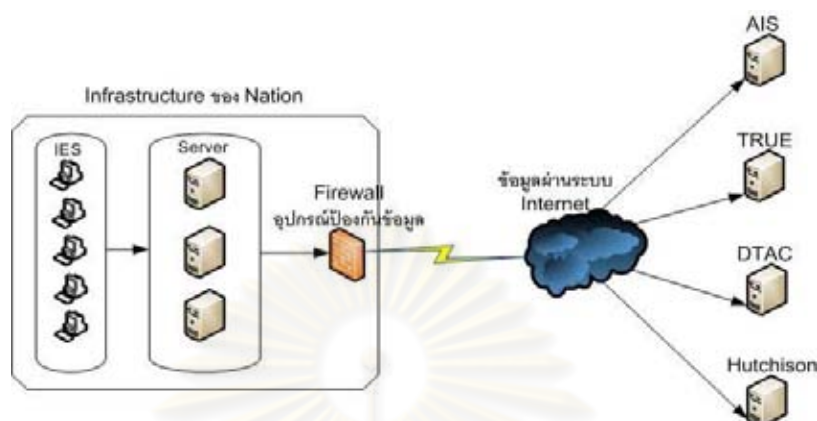
1) แจ้งผู้เข้ารหัสคนอื่น ๆ ให้รับทราบถึงปัญหาและเข้าทำงานแทน เนื่องจากผู้เข้ารหัสทุกคนถูกฝึกฝนมาให้เรียนรู้งานที่ทำอยู่ห้ครบทุกอย่าง เพื่อให้สามารถทำงานแทนกันได้ เนื่องจากงานข่าวไม่มีวันหยุด ต้องมีการรายงานข่าวตลอดเวลา

2) หากไม่มีใครทำงานแทนกันได้ (ตกข่าว) เนื่องจากผู้เข้ารหัสคนอื่น ๆ เกิดปัญหา เช่นเดียวกัน หรือคิดธุระยังไม่สามารถเข้ามาทำงานแทนได้ในทันที ต้องใช้เวลาเดินทาง 1-2 ชั่วโมง กรณีนี้หากสามารถกลับเข้าทำงานได้เมื่อใด ผู้เข้ารหัสจะต้องไปสำรวจข่าวช่วงที่ผ่านมา หากมีข่าวสำคัญให้ส่งเป็นความลับหน้าล่าสุดของเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย

โดยเส้นทางของ SMS ข่าวสั้นทุกข้อความที่ถูกส่งเข้าระบบไปเขียนเป็นแผนผังได้ ดังนี้

ภาพที่ 18

แสดงเส้นทาง SMS ข่าวสั้นที่ออกจากผู้เข้ารหัสไปถึงเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่



จากภาพที่ 18 สุวัชร อ้วนศิริ System Administrator (เจ้าหน้าที่ดูแลระบบ IES) แผนก Infrastructure ฝ่าย IT เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป อธิบายว่า

“หลังจากที่ส่งผ่าน server ของระบบแล้ว ก็จะถูกส่งต่อผ่านเครือข่าย Internet ที่เชื่อมต่อกันอยู่กับ operator (เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS DTAC TRUE HUTCH) ส่งไปถึง operator แต่ละเจ้าตามที่นักข่าว (ผู้เข้ารหัส) จะส่ง SMS ข่าวประเภทไหนไปที่เจ้าไหนบ้าง

ถ้าเกิดมีปัญหา SMS ไม่ไป status ไม่เปลี่ยนจาก 0 เป็นเลขอื่น ก็แสดงว่ามีปัญหาที่ server เราที่ต้องไปแก้ดูว่ามันเป็นอะไร แต่ถ้าออกจากเรา(เนชั่น)ไปแล้ว status เปลี่ยนจาก 0 เป็นเลขอื่นแล้ว ก็เป็นปัญหาที่เครือข่าย Internet ของ operator แต่ละเจ้าแล้ว เพราะว่าในช่วงที่เราส่ง Internet เนี่ยมันก็ไม่ได้มีแค่เนชั่นเจ้าเดียวที่ส่ง SMS ข่าว เข้าไปที่ operator มันยังมีคนอื่นอีกเช่น ไทยรัฐ INN อสมท เยอะแยะไปหมด”

ชฎาภรณ์ เต่าบำรุง System Engineer (วิศวกรระบบ) ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน)

“ถ้าส่ง SMS แล้วไปจากระบบ IES แล้ว แต่ไม่ขึ้นที่มีมือถือลูกค้า (ทุกคนที่เกี่ยวข้องกับงาน SMS จะสมัครรับ SMS ข่าวเองด้วยเพื่อเช็คคุณภาพและรับรู้ได้ทันทีหากเกิดปัญหา) เราที่ต้องไปดู log file (ไฟล์ที่ถูกสร้างขึ้นอัตโนมัติโดย โปรแกรม ใช้ในการเก็บข้อมูลสถานะต่าง ๆ) ว่าเรายัง SMS ไปถึง server ฝั่ง operator ของเครือข่ายมือถือนั้น ๆ หรือไม่ เพราะเวลาเราส่งข้อมูลไปที่ server ฝั่ง operator เครือข่ายนั้น ๆ มันจะมี auto response ตอบกลับมาเป็นตัวเลขสถานะ ซึ่งเราก็จะเอาตัวเลขที่ได้นี้ไปส่งให้กับ operator เครือข่ายที่มีปัญหา ทางนู้นเค้าก็จะไปหาสาเหตุ แล้วส่งอีเมลล์กลับมาแจ้งเราว่าปัญหาเกิดจากอะไร อาจเป็น สัญญาณมือถือในที่ที่ลูกค้าอยู่ไม่สม่ำเสมอ หรือ อยู่ในที่อับสัญญาณ หรือ มือถือลูกค้าไม่รองรับ เช่น firmware มีปัญหา หรือลูกค้า block

กรณีนี้เคยมีลูกค้าโทรไปแจ้งกับ Call Center ของเครือข่ายมือถือที่เค้าใช้อยู่ว่าขอไม่รับข่าวสารใด ๆ เพราะได้รับ SMS โฆษณาเยอะ ระบบก็จะจัดเบอร์พวกนั้นอยู่ในกลุ่ม block list จะไม่ได้ข่าวสาร ซึ่ง SMS ของเราก็ออกไปด้วย เพราะ SMS ข่าว ต่างจาก SMS ที่ลูกค้าส่งหาลูกค้าด้วยกันอันนั้นจะเป็นแบบ phone to phone แต่ SMS ข่าวจะเป็นแบบ operator to phone ก็ต้องแจ้งลูกค้าให้โทรบอกเครือข่ายเค้าเองว่าขอรับข่าวสาร เลิก block”

ขั้นที่ 4 การถอดรหัส

ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการส่ง SMS ทั้งระบบ จากการสังเกตและจดบันทึก รวมถึงสัมภาษณ์ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบค.Mobile News) พบว่า หลังจากที่ได้ออก SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเผยแพร่ไปยังผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) แล้ว รหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นที่ส่งออกไป ไม่ได้มีแต่รหัสที่สามารถสื่อสารประเด็นเนื้อหาข่าวได้อย่างสมบูรณ์เท่านั้น แต่ในบางครั้งยังเกิดการใส่รหัสที่ผิดพลาด อาจทำให้เกิดการตีความหมายที่ผิดไป ซึ่งสามารถสรุปรหัสที่ถูกส่งออกไปได้ดังนี้

4.1 รหัสที่ใช้ได้ จะกำหนดให้เป็นมาตรฐาน ให้ใช้เหมือน ๆ กันต่อไป

4.2 รหัสที่ใช้ไม่ได้ แบ่งเป็น 2 รูปแบบย่อย ๆ ดังนี้

ก. รหัสไม่เข้มงวด หมายถึงผิดพลาดแล้วความหมายยังคงเดิม จะเก็บข้อมูลไว้ปรับปรุงในครั้งต่อไป

ข. รหัสเข้มงวด หมายถึงผิดพลาดแล้วตีความหมาย ต้องส่ง SMS ข่าวสั้น ข้อความใหม่ เป็นข้อความแก้ไขทันที

จากคำอธิบายรูปแบบของรหัสที่ถูกส่งเผยแพร่ออกไปแล้ว สามารถสรุปเป็นแผนผังได้ดังนี้

ภาพที่ 19

แสดงผู้รับสารได้รับ SMS ข่าวสั้นและถอดรหัส



4.1 รหัสที่ใช้ได้

เมื่อได้ทำการส่ง SMS ข่าวสั้นออกไปจากสำนักข่าวเนชั่นแล้ว โดยส่วนมากแทบทุกข้อความที่ส่งไปจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารความหมายของประเด็นข่าวนั้น ๆ ออกไปได้ อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ด้วยการเข้ารหัส SMS ที่ถูกต้อง โดยเฉพาะการใช้คำย่อในบางคำที่อาจไม่ได้มีในพจนานุกรม รวมถึงคำภาษาอังกฤษที่ไม่มีกำหนดคำแปลภาษาไทยไว้ในราชบัณฑิตยสถาน ก็ต้องใช้การทับศัพท์

ตัวอย่างเช่น

“แผ่นดินไหว 4.7 ริกเตอร์ ที่ลาวกลางดึก หลายจว. ในไทยรู้สึกได้-ไม่มีเสียหาย”

คำว่า “ริกเตอร์” เป็นหน่วยวัดความรุนแรงการสั่นสะเทือนจากแผ่นดินไหว ซึ่งไม่มีคำแปลในภาษาไทย ซึ่งมักมีการใช้ตัวสะกดทั้ง “ริกเตอร์” และ “ริคเตอร์” แต่เนื่องจากคำนี้เป็นที่รับรู้ รับทราบถึงความหมายได้โดยทั่วไปอยู่แล้ว ดังนั้นไม่ว่าจะเลือกใช้ตัวสะกดแบบใดก็ไม่มีผลต่อการศึกษาความหมายที่เปลี่ยนไป

ดังนั้นทางผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก. Mobile News) จึงมีการปรึกษารื้อกันผ่านโปรแกรม MSN chat และสุดท้ายบก.เป็นผู้ตัดสินใจว่าให้ใช้ “ริกเตอร์” ดังตัวอย่างข้างต้น เนื่องจากสื่ออื่น ๆ ในเครือเนชั่นใช้ตัวสะกดแบบนี้ จึงกำหนดให้ใช้เป็นมาตรฐานเหมือน ๆ กัน เพื่อความเป็นเอกภาพ

แต่เนื่องจาก SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมีจำนวนผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) นับแสนราย ซึ่งแต่ละคนย่อมมีความต้องการข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจในเนื้อหาของ SMS ข่าวแตกต่างกันไป ซึ่งในส่วนนี้ทางเนชั่นได้มีการจัดตั้งแผนก Call Center บริการลูกค้าเพื่อรับทราบความต้องการของผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) และนำมาปรับปรุงข้อมูลข่าวสารและบริการต่าง ๆ ให้มีคุณภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

พิชชาพัทธ อัจพงษ์ Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“เคยเจอแต่บอกว่า บางคำย่อเขาไม่เข้าใจ เราก็พยายามเลี่ยง หรือถ้ามีคนไม่ยอมรับข่าวบางข่าวของเรา เราก็ต้องรับพิจารณา แต่ไม่ได้หมายความว่าต้องทำตามทั้งหมด เราทำงานเพื่อลูกค้าเป็นแสน ๆ คน คือความเห็นทุกความเห็นเรารับฟังทั้งหมด แต่จะปรับเพื่อคนคนเดียวมันไม่ได้”

ธนิตา ทองเงิน Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“คนที่เค้าไม่พอใจก็มี เค้าจะแจ้งไปทาง Call Center ของเรา หรืออาจจะแจ้งมาทางเพื่อนร่วมงาน และจะมีที่บอกว่าไม่ยอมรับข่าวเยอะ เพราะเสียง SMS มันดังตลอดเวลา ราคาถูก เรายังรับฟังในข้อเท็จจริง แต่จะทำตามแบบที่เราคิดว่ามีประสิทธิภาพต่องานของเรา”

ติยากร วงศ์เลิศวาทิก Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“จะมีกรณีบ่นว่าส่งมาทำไม ไม่อยากรู้ บางครั้งเรารู้สึกว่าสำคัญแต่ส่งข่าวไปตอนกลางคืนเหมือนเป็นเวลาพักผ่อน ลูกค้าก็บอกไม่อยากรู้ข่าวแล้ว มีโทรมาต่อว่าที่ Call Center บ้าง ส่วนข่าวที่เขาอยากจะได้ ก็จะโทรมาถาม ไม่ส่งหรือทำไมไม่มี เราก็ต้องรับฟังบ้าง พื้นฐานคนที่ต้องการรับข่าว อาจเป็นความต้องการที่ไม่เหมือนกัน เราต้องจับประเด็นว่าความเห็นของเขาเรานำมาปรับปรุงได้แค่ไหน แต่ไม่ใช่เสนอข่าวตามใจเขา การเลือกข่าวตามหลักการมันก็มีอยู่ ไม่ใช่ใครอยากรู้ข่าวอะไรแล้วจะต้องได้ตามใจ เราเสนอข่าวครั้งเดียวแต่คนรับเป็นหมื่นเป็นแสน ก็อาจไม่ถูกใจคนทั้งหมด”

อิทธิพัทธ์ ปิ่นละโรจน์ Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“ส่วนใหญ่เขาไม่ได้แจ้งกับเราโดยตรง เขาโทรไปที่ส่วนกลาง ส่วนกลางก็จะรับสายแล้วเอามารายงานเราบ้างไม่รายงานบ้าง และก็แก้ไขปัญหาเองบ้าง เราก็ฟังหูไว้หู ถ้าประเด็นที่เรานำเสนอ เรารู้สึกว่ามันถูกต้องเป็นเรื่องจริง เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกันหมด ก็ไม่จำเป็นต้องปรับอะไร แต่ที่รับฟังความเห็นไว้พิจารณา หรือถ้ามีโอกาสได้คุยกับคนที่รับข่าวเราก็แลกเปลี่ยนความเห็นกันนำมาพัฒนาปรับปรุงงานของเรา”

สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“ทุกเรื่องราวเป็นข่าวที่ถูกตัดสินว่าควรรู้ เบื้องต้นเราส่งไปแต่อาจจะไม่โดนใจคนรับ เราก็ต้องฟังประเภทข่าวที่เขาต้องการ ทุกความเห็น เพราะเราแยกประเภทข่าว ที่เราส่งตามรูปแบบ SMS ที่ขาย ทำให้แตกต่างกันออกไป บันเทิงก็เน้นส่งบันเทิง ไม่ค่อยไปส่งเป็นข่าวเศรษฐกิจหรือข่าวทั่วไป เพราะถ้าคนรับข่าวบันเทิงเค้าก็คงไม่ได้อยากรับรู้เรื่องข่าวเศรษฐกิจหรืออาชญากรรม แต่ถ้าอยากรู้เราก็มีข่าวธุรกิจและคมชัดลึกไว้ให้สมัครเพิ่มอยู่แล้ว

แต่ถ้าเป็นข่าวที่ผู้รับข่าวอยากรู้แล้วก็รู้เวลาของข่าวด้วย อย่างเช่น ข่าวห่วยออก คนรับเค้ารู้อยู่แล้วว่าห่วยออกเวลาไหน แต่ข่าวไม่ดังหรือดั่งช้า เขาก็จะโทรมาถาม”

4.2 รหัสที่ใช้ไม่ได้

นอกจากรหัสที่ถูกต้องสมบูรณ์ตามที่กล่าวไปแล้ว รหัสที่ถูกใส่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่ถูกส่งเผยแพร่ออกไปยังมีในส่วนของรหัสที่ผิดพลาด เนื่องจากผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) ต้องส่งข่าวหลายข่าว หลายประเภท และหลายเครือข่ายในแต่ละวัน หากรวมกันแล้วเกือบ 100 ข้อความ ดังนั้นก็อาจเกิดข้อผิดพลาดขึ้นได้บ้างในบางครั้ง

ในส่วนนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ในเรื่องความเข้มงวดของรหัส ว่า รหัสใน SMS ข่าวสั้นมีทั้งรหัสไม่เข้มงวด หมายถึง เมื่อเกิดความผิดพลาดขึ้นแต่ก็ยังสามารถคงความหมายเดิมได้ และแบบที่มีความเข้มงวด หมายถึง เมื่อเกิดความผิดพลาดแล้วทำให้ความหมายเปลี่ยนไป ซึ่งในส่วนที่เข้มงวดนี้จะมีสัดส่วนที่น้อยกว่า จากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารหัส ก็พบว่าในส่วนของรหัสที่ใช้ไม่ได้ก็สามารถแบ่งเป็น

ก. รหัสไม่เข้มงวด

ข. รหัสเข้มงวด

ก. รหัสไม่เข้มงวด

รหัสไม่เข้มงวดจะเป็นความผิดพลาดในเรื่องการใช้ภาษา หรือ การสะกดคำผิดไม่ว่าจะเป็นการสะกดคำผิด เช่น “ศรีสะเกษ เขียนเป็น ศรีสระเกศ” หรือการสะกดชื่อบุคคลในข่าวผิด เช่น “สุเทพ กลายเป็น สุเทพ” การใส่ตำแหน่งบุคคลในข่าวผิด เช่น “พ.อ.(พันเอก)สรรเสริญ เขียนเป็น พล.อ.(พลเอก)สรรเสริญ” หากความผิดพลาดนั้นไม่ได้ทำให้เกิดความเข้าใจผิดคิดว่าเป็นบุคคลอื่นก็ไม่จำเป็นต้องส่ง SMS ข่าวแก้ไขไปใหม่ เนื่องจากเนื้อหาและประเด็นข่าวยังสามารถสื่อสารได้ครบตามความหมายเดิม ไม่ผิดความหมาย

ข. รหัสเข้มงวด

รหัสเข้มงวด จะเน้นในส่วนของตัวเลข ซึ่งหากเขียนผิดพลาดจะทำให้ความหมายเปลี่ยนทันที เช่น “ราคาทองรูปพรรณขาย 20500 แต่เขียนผิดเป็น ขาย 25000” รวมถึงการใส่คำผิด หรือ การตกคำ เช่น “นายกฯ ปิดเสื้อแดงข่มขู่ เขียนผิดเป็น นายกฯ ชัดเสื้อแดงข่มขู่” การสะกดชื่อบุคคลในข่าวผิดจนทำให้เกิดความเข้าใจผิดไปว่าเป็นคนอื่น เช่น “สุรยุทธ์ เขียนผิดเป็น สรยุทธ์” หรือ แม้แต่การส่งข่าวไปผิดประเภท เช่น ข่าวเปิดหุ้นภาคเช้า แต่ไปส่งในประเภทของข่าวบันเทิง สิ่งเหล่านี้เป็นความผิดพลาดที่จำเป็นต้องแก้ไข โดยการส่ง SMS ข่าวที่ถูกต้องไปใหม่ โดยวงเล็บไว้ด้วยว่าเป็นข้อความแก้ไข เช่น “(แก้ไข)นายกฯ ปิดเสื้อแดงข่มขู่.....”

ในส่วนนี้ หากผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ที่ได้รับ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นแล้วเห็นข้อผิดพลาดดังที่กล่าวมาข้างต้น ก็สามารถโทรกลับมาทักท้วง หรือให้คำแนะนำได้ด้วยตัวเองทาง Call Center ของทางเนชั่นเบอร์ 0-2325-3333

ชฎาภรณ์ เต่าบำรุง System Engineer (วิศวกรระบบ) ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“เรื่องเนื้อหา SMS ข่าว เนชั่นจะมี call center รับเรื่องอยู่แล้ว เขาก็จะรับเรื่องจากลูกค้าที่โทรมาแล้วส่งมาให้เรา(ตัวเอง) แล้วเราก็จะส่งให้พี่เนี่ยว(สุมิตรา บก. New Media) เพื่อให้ทางนั้นพิจารณาเอาเองว่าจะแก้ไขไหม เพราะลูกค้า complain คน 2 คนไม่เยอะมาก ส่วนใหญ่จะพวกเนื้อหาผิด อย่างวันก่อนเรื่องหุ้น คือหุ้นบวกแต่ SMS ข่าวเราส่งผิดว่าลบ อะไรแบบนี้ ก็ต้องให้ทางกองบก. แก้ไขแล้วส่งไปใหม่”

อิทธิพัทธ์ ปิ่นละโรจน์ Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“ถ้าผิดแบบเนื้อหาข่าวผิด ก็ต้องแก้ไข คือส่งข่าวใหม่แก้ไขไปเลย วงเล็บไว้หน้าข่าวด้วยว่า (แก้ไข) แต่ถ้าผิดด้วยตัวอักษร ด้วยไวยากรณ์ วรรณยุกต์ ก็ถือว่าเป็นบทเรียน ในคราวหน้าก็ให้ตรวจสอบให้รอบคอบมากขึ้น”

สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“พยายาม เขียนไม่ให้ผิด เป็นพื้นฐานของสื่อ แต่บางครั้งผิดโดยประมาท พลาดโดยไม่ตั้งใจก็เข้าใจ เพราะข้อจำกัดด้วยเวลา แต่ถ้าเขียนผิดจาก จริง เป็น จิง จิงไม่ได้ แล้วก็เน้นไปถึงการเขียนชื่อเฉพาะให้ถูกต้องด้วย ถ้าผิดที่ประโยค ผิดที่ประเด็นก็ต้องส่งแก้ไข แต่ถ้าผิดตัวสะกดก็ผ่านไป แต่การสะกดผิดหรือตั้งใจผิดไม่ค่อยเกิดขึ้น เพราะช่วยกันดู”

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

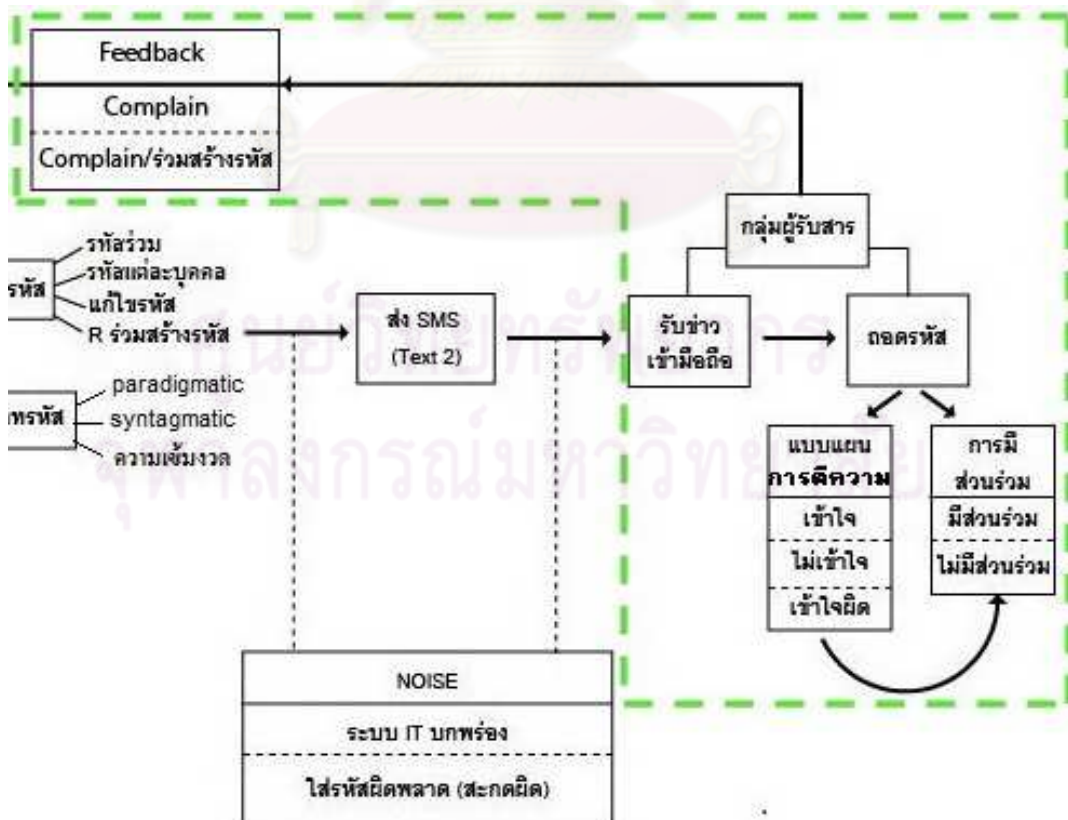
การวิเคราะห์ประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสาร

สำหรับการสื่อสารสิ่งที่สำคัญมากที่สุดก็คือ“ประสิทธิผล”ในการสื่อสารว่าสารที่ได้ส่งออกไปนั้นจะประสบความสำเร็จสามารถสื่อสารได้ตรงตามความต้องการของผู้ส่งสารมากน้อยเพียงใด สำนักข่าวเนชั่นก็ให้ความสำคัญในส่วนนี้มากเช่นกัน โดยทางเนชั่นได้จัดให้มีแผนก Call Center เป็นศูนย์บริการข้อมูล รวมถึงตอบรับความต้องการของผู้รับสารของเนชั่นในด้านต่าง ๆ รวมถึงการแสดงความคิดเห็น ดิชมหรือให้คำแนะนำในส่วนของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นด้วย ซึ่งผู้รับสารก็คือผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น)นั่นเอง

ในบทนี้เป็นการรายงานผลเพื่ออธิบายการถอดรหัสตัวสาร ซึ่งหมายถึง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ว่า เมื่อผู้ถอดรหัสได้อ่าน SMS ข่าวสั้นแล้วเกิดความเข้าใจหรือไม่อย่างไร และอะไรคือปัจจัยที่ทำให้เกิดความเข้าใจหรือไม่เข้าใจตัวสารในการถอดรหัสตัวสาร เพื่อตอบโจทย์การวิจัยข้อที่ 3 ว่าการถอดรหัสตัวสารมีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสารมากน้อยแค่ไหน อย่างไร สามารถแสดงเป็นแผนผังได้ดังนี้

ภาพที่ 20

แสดงการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสาร



จากการสัมภาษณ์ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) จำนวน 12 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน คือ กลุ่มที่มีส่วนร่วมสร้างรหัส และกลุ่มที่ไม่มีส่วนร่วมในการสร้างรหัส สามารถแบ่งได้เป็น 2 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. แบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส

ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนเริ่มแรกหลังจากที่ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ได้รับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นและเปิดอ่านแล้ว จะเกิดกระบวนการตีความรหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้น โดยในหัวข้อนี้จะเป็นการวิเคราะห์เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการถอดรหัสถอดรหัสตัวสารคือ SMS ข่าวสั้น ว่าผู้ถอดรหัสเมื่อถอดรหัสแล้วมีความเข้าใจต่อตัวสารอย่างไร รวมถึงศึกษาประสิทธิภาพของตัวสารเองว่าสามารถสื่อสารได้ตรงตามความตั้งใจของผู้เข้ารหัสมากน้อยเพียงใด

จากการศึกษา พบว่า สามารถแบ่งแบบแผนการตีความหมายออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1.1 เข้าใจ

1.2 ไม่เข้าใจ

1.3 เข้าใจผิด

2. การมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส

ในส่วนนี้จะเป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากแบบแผนการตีความหมาย โดยขั้นตอนนี้เป็นการวิเคราะห์ว่าหลังจากที่ผู้ถอดรหัสเกิดความเข้าใจ ไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิดในตัวรหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นแล้ว จะมีปฏิกิริยาตอบกลับ(Feedback) รวมถึงการมีส่วนร่วมต่อรหัสนั้น ๆ หรือไม่ อย่างไร

จากการศึกษา พบว่า ผู้ถอดรหัสมีปฏิกิริยา 2 ระดับ คือ

1.1 ระดับดีชม แต่ไม่มีส่วนร่วมสร้างรหัส

1.2 ระดับดีชม และมีส่วนร่วมสร้างรหัส

จากคำอธิบายดังกล่าวข้างต้น สามารถแสดงเป็นแผนผังกระบวนการถอดรหัสได้ ดังนี้

ภาพที่ 21

แสดงกระบวนการถอดรหัส



เมื่อผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวล้นของสำนักข่าวเนชั่น) ได้รับ SMS ข่าวล้นแล้วเกิดความเข้าใจหรือไม่เข้าใจไม่อย่างไร รวมถึงต้องการแสดงความคิดเห็นหรือให้คำแนะนำก็สามารถโทรติดต่อได้ทาง Call Center ของเนชั่นเบอร์ 0-2325-3333 ซึ่งข้อมูลทั้งหมดที่ผู้ถอดรหัสฝากไว้ก็จะได้รับการประสานส่งต่อมายังผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) เพื่อรับรู้รับทราบถึงความต้องการแล้วทำการแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ SMS ข่าวล้นของสำนักข่าวเนชั่นมีประสิทธิภาพในการสื่อสารที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

1. แบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส

จากการสัมภาษณ์ผู้ถอดรหัสทางโทรศัพท์จำนวน 12 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีส่วนร่วมสร้างรหัส และกลุ่มที่ไม่มีส่วนร่วมในการสร้างรหัส พบว่า พฤติกรรมในการใช้สื่อของผู้ถอดรหัสส่วนใหญ่จะใช้การรับ SMS ข่าวล้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นสื่อรอง เนื่องจากข้อจำกัดของเนื้อหาที่มีเพียง 70 ตัวอักษรซึ่งอาจไม่เพียงพอ ทำให้ต้องไปติดตามข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ เพิ่มเติมในช่องทางที่แตกต่างกันไปตามแต่ความสะดวกของแต่ละบุคคล ซึ่งความแตกต่างในการรับสื่อช่องทางอื่นนี้เองถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อเข้าใจในการถอดรหัส SMS ข่าวล้นของสำนักข่าวเนชั่นด้วย

นอกจากนี้จากการศึกษา ยังพบว่า ภูมิหลังของผู้ถอดรหัสเป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อความเข้าใจรหัสใน SMS ข่าวล้น โดยเฉพาะผู้ที่มีหน้าที่การทำงาน หรือความสนใจอยู่กับประเภทข่าว SMS ข่าวล้นที่รับบริการอยู่แล้วนอกจากจะใช้สื่อช่องทางอื่นเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมแล้ว ยังจะใช้เพื่อตรวจเช็คความถูกต้องของ SMS ข่าวล้นด้วย

หากมองในแง่แนวคิดเรื่องผู้รับสารและระบบของรหัสแห่งความหมาย (Audience and Coding System) ของ Stuart Hall(1993) ที่อธิบายว่า ระบบรหัส (Coding System) ของผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเป็นรหัสการสื่อสารชุดเดียวกันเสมอไป โดยการถอดรหัสมิ 3 ลักษณะคือ

1. ถอดรหัสด้วยจุดยืนแบบที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา เรียกว่า Dominant preferred reading
2. ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต้องต่อรองความหมายเสียใหม่ ที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่ไม่ได้คัดค้านโดยตรง เรียกว่า negotiated reading
3. ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อต้าน หรือ ขัดแย้ง กับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา เรียกว่า oppositional reading (กาญจนา แก้วเทพ , 2541)

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาปรับประยุกต์ใช้กับข้อค้นพบในเรื่องการถอดรหัสตัวสารคือ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น โดยผู้ส่งสาร ในที่นี้ก็คือ ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) และผู้รับสาร ที่นี้คือ ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น)

จากการศึกษา พบว่าแบบแผนความเข้าใจต่อการตีความหมาย แบ่งได้ 3 รูปแบบ คือ

- 1.1 เข้าใจรหัส
- 1.2 ไม่เข้าใจรหัส
- 1.3 เข้าใจผิด

1.1 เข้าใจ

จากการสัมภาษณ์ผู้ถอดรหัส พบว่า ผู้ถอดรหัสทั้ง 12 คนมีความรู้และเข้าใจในรหัสในระดับที่ต่างกัน โดยในข้อแรกนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องผู้รับสารและระบบของรหัสแห่งความหมาย ในกรณีการถอดรหัสด้วยจุดยืนแบบที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา เมื่อผู้ส่งสาร ซึ่งก็คือผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) ส่งสารตีความมาอย่างไร ผู้รับสาร ซึ่งก็คือผู้ถอดรหัสก็ตีความตรงตามนั้น เกิดความเข้าใจที่ตรงกันทั้ง 2 ฝ่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น)จำนวน 7 คนจากกลุ่มตัวอย่าง 12 คน ที่มีความเข้าใจในตัวรหัสเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) มีการติดตามข่าวสารจากช่องทางอื่นอย่างสม่ำเสมอ ได้แก่ โทรศัพท์ วิทยุ Website รวมถึงรับ SMS ข่าวสั้นจากสำนักข่าวอื่นด้วย ทำให้สามารถเข้าใจสำนวนภาษา ตัวย่อ หรือความหมายของเครื่องหมายที่ใช้ใน SMS ข่าวสั้นได้เป็นอย่างดี

ศุภวิทย์ บุญยืน อาชีพ พนักงานบริษัท (SMS ทันท่วง) กล่าวว่า

“อ่าน SMS แล้วเข้าใจนะ รู้เรื่องหมด เพราะปกติก็จะอ่านหนังสือพิมพ์ ดูข่าวอยู่แล้ว เพราะทำงานเป็นเวลาก็เลยมีเวลาฟังข่าว เข้าก็ฟังวิทยุในรถ อยู่ออฟฟิศก็อ่านหนังสือพิมพ์ พอกลับบ้านก็ดูข่าวทางโทรทัศน์ และเคยรับ SMS ฟรีของ ไอเอ็นเอ็น 1 เดือน แต่ตอนหลังก็รับของเนชั่นอย่างเดียว เพราะรู้สึกที่ไอเอ็นเอ็น ส่งข่าวถี่ไป และเนื้อหาเหมือน ๆ กับเนชั่น”

กัญญภัทร์ เพ็ญคารา อาชีพ Sale Marketing (SMS ทันท่วง) กล่าวว่า

“อ่านข่าวจาก SMS ก็รู้เรื่องนะ เพราะปกติก็จะอ่านหนังสือพิมพ์ ดูข่าวโทรทัศน์อยู่แล้ว เพราะงานที่ทำก็มีความจำเป็นต้องรู้ข้อมูลข่าวสารรอบ ๆ ตัว ก็ต้องรับข่าวเพื่อเอามาใช้ในการทำงานด้วย นอกจากของเนชั่นก็รับของ INN กับของช่อง 5 ด้วย”

จากการศึกษา ยังพบว่า ผู้ตอบรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ที่มีความเข้าใจรหัสดี นอกจากติดตามข่าวสารช่องอื่นอย่างสม่ำเสมอแล้ว ยังมีชีวิตแวดล้อมที่อยู่ในวงการข่าวสารที่ได้รับบริหาร SMS ข่าวสั้นประเภทนั้น ๆ ด้วย เช่น เป็นนักข่าวบันเทิง จึงรับ SMS ข่าวสั้นประเภทบันเทิง บางรายรับ SMS ข่าวสั้นประเภทหุ้น เพื่อจะไปใช้ในการเล่นหุ้น เนื่องจากครอบครัวและคนใกล้ชิดอยู่ในแวดวงธุรกิจการลงทุน

ชนพงศ์ ภูอากาศ อาชีพ ผู้สื่อข่าวบันเทิง (SMS บันเทิง) กล่าวว่า

“ที่รับ SMS เนชั่นก็อ่านเข้าใจเรื่องอยู่แล้ว เพราะทำงานด้านนี้อยู่และติดตามข่าวบันเทิงจากสื่ออื่น ๆ ตลอดเวลาเพื่อเช็คข่าว และใช้สำหรับทำงานต่อ ก็ต้องรับ SMS จากหลาย ๆ ที่ เพื่อเช็คความแม่นยำถูกต้อง ก่อนที่เราจะเล่นข่าวนั้นต่อ และเช็คประเด็นว่าสื่อไหน เจ้าไหนเค้าเล่นประเด็นไหนไปแล้วบ้าง”

พรชัย ชานาวิก อาชีพ ผู้ช่วยช่างภาพ (SMS ธุรกิจ) กล่าวว่า

“รับ SMS ธุรกิจ ก็อ่านรู้เรื่องอยู่แล้ว เพราะเราเป็นช่างภาพข่าวสายเศรษฐกิจ แต่เราไม่ใช่ นักข่าว ก็ต้องรับข่าวด้านนี้เอาไว้เพื่อใช้งาน”

ปริญญ์ ภูมณีน อาชีพ ผู้สื่อข่าวสายเศรษฐกิจ (SMS อัตรแลกเปลี่ยน) กล่าวว่า

“อ่านแล้วก็รู้ เข้าใจหมดนะ เพราะทำงานอยู่ในแวดวง ก็เป็นผู้สื่อข่าวสายเศรษฐกิจประจำธนาคารแห่งประเทศไทย ก็เลยต้องมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนอยู่แล้ว การตามข่าวต่าง ๆ จาก SMS ก็จำเป็น เพราะต้องอัปเดตข้อมูลตลอดเพื่อใช้ในการทำงาน เท่าที่รับข่าวมาก็อ่านเข้าใจทุกครั้ง เพราะอยู่ในวงการที่คุ้นกับการใช้ภาษาหรือตัวย่อแบบนี้อยู่แล้ว”

เพ็ญจันทร์ แสงพิสิทธิ์ อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว (SMS หุ่น) กล่าวว่า

“รับข่าวหุ่น ก็ดูเข้าใจหมด เราสนใจเรื่องการลงทุนด้วยการเล่นหุ่นอยู่แล้ว ติดตามจากสื่อตลอด ทั้งอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ตลาดหุ้น ทีวี หนังสือพิมพ์ธุรกิจ และเราก็เช็คความถูกต้องจากเว็บ และจากโบรกเกอร์หรือตัวแทนทั่วไปด้วย”

พิมพ์วิภา ชัยอ่อน อาชีพ พนักงานบริษัท (SMS หุ่น) กล่าวว่า

“ติดตามข่าวเรื่องเล่นหุ้น และมีพอร์ตการลงทุนอยู่แล้ว ครอบครัวยุคใหม่และคนใกล้ตัวก็เล่นหุ้นกันหมด การรับ SMS index (ประเภทหุ้น) มีประโยชน์มาก เพราะสามารถเช็คราคาหุ้นในภาพรวมได้ แต่ไม่ละเอียดมาก ทำให้รู้ความเคลื่อนไหวของตลาดหุ้นในช่วงต่าง ๆ แต่ถ้าจะลึกจริง ๆ ก็ต้องคุยกับโบรกเกอร์อยู่ดี”

1.1 ไม่เข้าใจ

ในข้อนี้ตรงกับแนวคิดเรื่องผู้รับสารและระบบของรหัสแห่งความหมาย ในกรณีถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต้องต่อรองความหมายเสียใหม่ ที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่ไม่ได้คัดค้านโดยตรง เมื่อผู้ส่งสาร ซึ่งก็คือ ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) ส่งสารตีความมาแล้ว ผู้รับสารก็มีความเข้าใจแต่ไม่ทั้งหมด อาจจะมีบางส่วนที่ดีความไม่ตรงกัน

จากการศึกษา พบว่า ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น)จำนวน 4 ใน 12 คน ที่ถอดรหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นแล้วไม่เข้าใจ จะมีความไม่เข้าใจในรหัสเพียงบางตัวอักษร แต่จะมีความเข้าใจในเนื้อหาโดยรวมและประเด็นหลักของ SMS ข่าวสั้น เนื่องจากมีการติดตามข่าวสารจากสื่อช่องทางอื่นบ้างเฉพาะในเวลาที่เหมาะสม

ในส่วนของรหัสที่ถูกใส่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่ผู้ถอดรหัสส่วนใหญ่เกิดความไม่เข้าใจก็คือ ตัวย่อ ภาษาย่อ สัญลักษณ์และศัพท์เฉพาะทางเทคนิค แต่เมื่อผู้ถอดรหัสได้อ่านข้อความทั้งข้อความและมีความเข้าใจในบริบทแวดล้อม ก็ทำให้ตีความประเด็นและเนื้อหาโดยรวมของ SMS ข่าวสั้นได้อย่างถูกต้อง

ยุพเรศ คุกร อาชีพ พนักงานการเงิน (SMS บันทึง) กล่าวว่า

“อ่าน SMS ก็รู้เรื่อง บ้างไม่รู้บ้าง ที่รู้เรื่องเพราะปกติก็ดูทีวี บางเวลาที่ว่าง อ่านจากอินเทอร์เน็ตทั่วไป ส่วนคำที่อ่านแล้วไม่รู้เรื่องจะเป็นพวก ชื่อเล่นคารา ซึ่งอาจมีหลายคน เช่น เมย์เล็กกับแฟน แต่แบบเมย์ไหน หรือบางทีมาสั้นเกิน ก็ว่าห้วน ๆ เลย แต่ก็เข้าใจ เวลาเอาไปเม้าท์ต่อกับเพื่อน”

บัณฑิต เตือคขุนทด อาชีพ ช่างเทคนิคช่างยนต์ (SMS คมชัดลึก) กล่าวว่า

“อ่าน SMS แล้วก็เข้าใจบ้างไม่เข้าใจบ้าง ก็มีตามข่าวนอกจาก SMS ก็จะมีฟังวิทยุ เพราะเวลาทำงานไม่ค่อยได้ดูทีวี หนังสือพิมพ์ก็จะอ่านแต่หนังสือบอลอย่างซอกเกอร์ บางทีเราถึงจะไปถามเพื่อนก็กลัวโดนด่าว่าโง่”

วสุ กลิ่นเกษร อาชีพ พนักงานส่งเอกสาร (SMS คมชัดลึก) กล่าวว่า

“โดยรวมแล้วก็รู้เรื่องนะ เพราะติดตามข่าวจากวิทยุหรือโทรทัศน์บ้าง แต่ว่าจะมีด้วยอย่างบางตัวเราก็ไม่รู้เป็นพวกตัวที่เราไม่คุ้นเคยเราก็จะเดาไม่ถูกว่ามันคืออะไร คือบางทีด้วยอย่างเบา ๆ เรา ก็จะเดาออกว่ามันแปลว่าอะไร แต่ถ้าเป็นตัวเกี่ยวกับศัพท์ทางภาษาข่าวเราก็ไม่ค่อยเข้าใจ อย่างตำแหน่งของบุคคลต่าง ๆ ก็มีปัญหาเหมือนกัน”

สิทธิศักดิ์ จรรยาอังกูร อาชีพ พนักงานบริษัท (SMS ธุรกิจ) กล่าวว่า

“อย่างข่าวทั่วไปจะเข้าใจ แต่บางข่าวที่เป็นตัวเลขเศรษฐกิจก็จะไม่ค่อยเข้าใจ พวกตัวเลขเศรษฐกิจและด้วยและสัญลักษณ์จะไม่เข้าใจเลย เช่น เงินเพื่อ Q2 ก็จะมีง ก็คือปกติดูข่าวจากโทรทัศน์เฉพาะเมื่อมีโอกาสเท่านั้น วิทยุไม่ได้ฟัง หนังสือพิมพ์ก็ไม่ได้รับ”

ชปิตตา หงษ์จักรเพชร อาชีพ พนักงานฝ่ายบุคคล (SMS อัตราแลกเปลี่ยน) กล่าวว่า

“ก็จะอ่านรู้ในเรื่องของน้ำมันกับราคาทอง แต่เรื่องแลกเปลี่ยนคือสัญลักษณ์บางสกุลเงินก็ไม่เข้าใจ แต่ก็เคยเห็นลักษณะการเขียนแบบนี้ในข่าวโทรทัศน์บ้าง ก็พอจำได้ ก็จะมีปัญหาเกี่ยวกับเฉพาะด้วยอัตราเงิน อย่าง GBP49.59 ก็ไปหาข้อมูลเพิ่มก็เข้าใจ”

1.3 เข้าใจผิด

ในส่วนของการถอดรหัสที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด เป็นจุดที่แตกต่างกับแนวคิดเรื่องผู้รับสารและระบบของรหัสแห่งความหมาย ในกรณีถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อต้าน หรือ ขัดแย้ง กับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมาอยู่เล็กน้อย กล่าวคือ เมื่อผู้ส่งสารซึ่งก็คือผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก. Mobile News) ตีความมาอย่างไร แต่ผู้รับสารซึ่งก็คือผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น)กลับตีความไปคนละแบบ ทำให้เกิดการเข้าใจที่ไม่ตรงกัน คือเข้าใจผิดไปเป็นอีกอย่างหนึ่งได้ แต่ก็อาจจะไม่ถึงกับก่อให้เกิดการต่อต้านหรือขัดแย้ง เป็นเพียงเข้าใจรหัสผิดจึงถอดรหัสตีความหมายผิดเพี้ยนไปเท่านั้น

จากการศึกษา พบว่า กรณีนี้จะเกิดขึ้นเพียง 1 คนจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 12 คน เนื่องจากผู้ถอดรหัสจะเกิดความเข้าใจผิดต่อรหัสก็ต่อเมื่อผู้เข้ารหัสทำการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นผิดพลาดไปจนถึงขั้นทำให้เข้าใจรหัสตัวนั้นผิดไปเป็นคำอื่น หรือในกรณีที่เป็นการเว้นวรรคผิดวรรคตอน ก็ทำให้ผู้ถอดรหัสเกิดความเข้าใจในเนื้อหาหรือประเด็นผิดไปได้

สิทธิศักดิ์ จรรยาอังกูร อาชีพ พนักงานบริษัท (SMS ธุรกิจ) กล่าวว่า

“คือถ้าส่งข่าวผิดมาบางที มันไม่มีผลต่องาน แต่จะมีผลต่อความเข้าใจเนื้อหาสาระของข่าวที่ผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง อย่างการเว้นวรรคเนี่ย ในบางคำถ้าวรรคผิด วรรคไม่เหมือนกันมันก็ทำให้สับสนได้”

จากข้อค้นพบในการศึกษาประสิทธิภาพของการถอดรหัสตัวสารที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร พบว่า มีผู้ถอดรหัสที่เข้าใจรหัส 7 คน ไม่เข้าใจรหัส 4 คน และเข้าใจรหัสผิด 3 คน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า การเข้ารหัสของสำนักข่าวเนชั่นที่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดประสิทธิผลที่ดีต่อการถอดรหัสตัวสาร เนื่องจากในส่วนของผู้ถอดรหัสที่ไม่เข้าใจรหัสก็เป็นเพียงความไม่เข้าใจในรหัสบางตัวใน SMS ข่าวสั้นเท่านั้น แต่ยังสามารถเข้าใจเนื้อหาโดยรวมของ SMS ข่าวสั้นได้อย่างถูกต้อง โดยสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดความเข้าใจรหัสที่ต่างกันก็คือ “ความคุ้นเคยในรหัสภาษา” ที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้น ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. มีความคุ้นเคยกับรหัส โดยผู้ถอดรหัสที่มีความคุ้นเคย เคยเห็นการใช้รหัสภาษาในลักษณะเดียวกับรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้นก็ทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย
2. ไม่มีความคุ้นเคย สำหรับผู้ถอดรหัสที่ไม่มีความคุ้นเคย ไม่เคยเห็นการใช้รหัสภาษาในลักษณะเดียวกับรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้น ทำให้ไม่เข้าใจรหัสตัวนั้น และไม่สามารถคาดเดาความหมายได้ของรหัสตัวนั้นได้ โดยรหัสที่เกิดความไม่คุ้นเคยมี 3 ประเภท คือ
 - ก. ตัวย่อ ตำแหน่ง องค์กร
 - ข. ภาษาข่าว
 - ค. ชื่อเล่น (ไม่รู้ว่าเป็นใครกันแน่)

จากข้อค้นพบดังที่กล่าวมา ทำให้เกิดข้อสังเกตขึ้นในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อความเข้าใจในตัวสาร(SMSข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) โดยสามารถเห็นได้ชัดเจนว่าปัจจัยที่มีผลต่อแบบแผนการถอดรหัสทำให้เกิดความเข้าใจ ไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิดนั้นมี 2 ประการ คือ

- ก. ความสนใจติดตามข้อมูลข่าวสาร
- ข. ภูมิหลังของผู้ถอดรหัส

พิมพ์วิภา ชัยอ่อน อาชีพพนักงานบริษัท (SMS หุ่น) กล่าวว่า

“คิดว่าคนที่รับข่าวนี้น่าจะเป็นเรื่องที่น่าสนใจมาก ๆ น่าจะเป็นคนที่มีความรู้เรื่องนี้พอสมควร น่าจะเข้าใจกับตัวเลขหรือตัวย่อที่ส่งมา เรื่องไม่เข้าใจไม่มีปัญหา แต่ที่เคย Complain ก็อยากให้ระวังเรื่องความถูกต้องแม่นยำของตัวเลขที่ส่งมามากกว่านี้ นอกจากนี้ต้องเร็วด้วย เพราะในการลงทุนเกี่ยวกับหุ้นเวลาสำคัญมาก ยิ่งได้ข้อมูลเร็วก็ยิ่งได้เปรียบ”

ก. ปริมาณการติดตามข้อมูลข่าวสาร

สำหรับปัจจัยข้อนี้ จากข้อค้นพบข้างต้น สรุปได้ว่า นอกจากการเข้ารหัสที่มีประสิทธิภาพแล้ว ปริมาณความสนใจและความถี่ในการติดตามข่าวสารที่มากขึ้นแตกต่างกันก็มีผลต่อแบบแผนการถอดรหัสที่ทำให้เกิดความเข้าใจที่ต่างกันด้วย ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น)ที่มีความสนใจในข่าวสารประเภทเดียวกับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่รับบริการ รวมถึงมีความถี่ในการติดตามข่าวสารทางช่องทางอื่นตลอดเวลา มีส่วนทำให้การถอดรหัสตัวสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ถอดรหัสมีความเข้าใจในตัวสารเป็นอย่างดี

ขณะที่ผู้ถอดรหัสที่มีความถี่ในการติดตามข่าวสารจากช่องทางอื่น ๆ น้อยกว่า อันเนื่องมาจากความไม่สะดวกในการเปิดรับสื่อช่องทางต่าง ๆ หรือเลือกติดตามข่าวสารทางสื่อช่องทางอื่น ๆ เฉพาะเวลาที่ว่างจริง ๆ จะทำให้การถอดรหัสตัวสารอาจจะไม่มีประสิทธิภาพมากเท่าที่ควร จนอาจเกิดความไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิดในตัวสารที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น แต่อย่างไรก็ตาม แม้จะมีความไม่เข้าใจในตัวสารบางตัว แต่กลับพบว่า เมื่อผู้ถอดรหัสได้อ่านบริบทแวดล้อมแล้วก็สามารถทำความเข้าใจกับประเด็นหลักหรือเนื้อหาโดยรวมของ SMS ข่าวสั้นข่าวสั้น ๆ ได้

ข. ภูมิหลังของผู้ถอดรหัส

ในส่วนของปัจจัยนี้ก็เช่นเดียวกัน จากข้อค้นพบข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ภูมิหลังอันได้แก่ครอบครัว คนใกล้ชิด การดำเนินชีวิต รวมถึงหน้าที่การงาน ที่แตกต่างกันไปของผู้ถอดรหัสแต่ละบุคคล ก็มีผลต่อแบบแผนการถอดรหัสทำให้เกิดความเข้าใจ ไม่เข้าใจ และเข้าใจผิดที่แตกต่างกันไป โดยผู้ถอดรหัสที่สามารถเข้าใจรหัสทุกตัวที่อยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นได้ดีล้วนมีภูมิหลังที่เกี่ยวข้องกับ SMS ข่าวสั้นประเภทนั้น ๆ ตามที่ได้รับบริการทั้งสิ้น ซึ่งเมื่อผู้ถอดรหัสอยู่ในแวดวงการทำงาน หรือมีการดำเนินชีวิตส่วนใดส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับ SMS ข่าวสั้นประเภทนั้น ๆ ก็ย่อมทำให้เกิดความสนใจในการติดตามข่าวสารในช่องทางอื่น ๆ มากขึ้นไปจนถึงติดตามข่าวสารตลอดเวลา ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจในตัวสาร SMS ข่าวสั้นที่รับบริการเป็นอย่างดี

สำหรับผู้ถอดรหัสที่มีความไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดในตัวสาร คือ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้น ล้วนแต่มีภูมิหลังที่ไม่ได้เกี่ยวข้องหรืออาจมีความเกี่ยวข้องกับ SMS ข่าวสั้นประเภทที่รับบริการนั้น ๆ เพียงส่วนน้อย แต่ที่ต้องการที่จะรับข่าวสารเนื่องจากมีความสนใจอยากรับรู้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แต่เนื่องจากไม่ได้มีภูมิหลังที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารด้านนั้น ๆ หรืออาจจะเกี่ยวข้องในส่วนน้อย ทำให้ความสนใจในการติดตามข่าวสารด้านนั้น ๆ ก็มีน้อย และเมื่อมา

อ่าน SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น ก็มีผลต่อการถอดรหัสทำให้เกิดความไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้

หากมองในแง่ของประเภทข่าวที่ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น) เลือกรับบริการแล้ว จะพบข้อสังเกตอีกข้อหนึ่งว่า การแยกประเภท SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้น ๆ สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ด้วย กล่าวคือ เมื่อเราลองแยกประเภทข่าวตามคุณลักษณะของข่าวประเภทนั้น ๆ แล้วจะแยกได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่รายงานข่าวเหตุการณ์ทั่วไป และกลุ่มที่รายงานข่าวสารเฉพาะด้าน

สำหรับกลุ่มที่รายงานข่าวเหตุการณ์ทั่ว ๆ ไป ได้แก่ ประเภททันข่าวและคมชัดลึก ผู้ถอดรหัสก็จะเป็นบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจข่าวสารบ้านเมืองที่สำคัญ ๆ ต้องการรับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์และมีการติดตามข่าวสารในช่องทางอื่น ๆ ด้วยตามแต่สะดวก

ขณะที่กลุ่มที่รายงานข่าวเฉพาะด้าน ได้แก่ ประเภทข่าวบันเทิง ธุรกิจ หุ่นและอัตรากลับเปลี่ยน ผู้ถอดรหัสก็จะเป็นบุคคลที่มีความสนใจข่าวสารเฉพาะด้านนั้น ๆ และมีการติดตามข่าวสารตลอดเวลาจากสื่ออื่น ๆ ในหลายช่องทาง เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของ SMS ข่าวนั้นที่ได้รับด้วย เนื่องจากผู้ถอดรหัสของ SMS ข่าวนั้นประเภทหุ่นและอัตรากลับเปลี่ยน จะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จาก SMS ข่าวนั้นไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์ ดังนั้นหากได้รับข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาดจะมีผลกระทบต่อการทำงานหรือการลงทุนเป็นอย่างมาก

ข้อสังเกตดังกล่าว สามารถตอบโจทย์ตามข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ด้วยท(Textual Analysis) จากบทที่ 4 ได้ในเรื่องความเข้มงวดของรหัส ที่ค้นพบไว้ว่า ข่าวประเภทหุ่นและอัตรากลับเปลี่ยน เป็นประเภทข่าวที่มีรหัสเข้มงวดในส่วนของตัวเลขร้อยละ 100 ของข้อความที่ใช้ศึกษา โดยไม่อนุญาตให้มีความผิดพลาดในการเข้ารหัสเกิดขึ้นได้เลย ซึ่งข้อสังเกตนี้ยังตรงกับข้อค้นพบจากการวิเคราะห์กระบวนการเข้ารหัสในบทที่ 5 เรื่องรหัสผิดพลาดอีกด้วย โดยหากในการเข้ารหัสนั้นได้พบข้อผิดพลาดในตัวเลขที่ถูกลบออกไป หากเป็นรหัสที่เข้มงวด ก็จะต้องส่ง SMS ข่าวนั้นแก้ไขไปใหม่ทันที

เพ็ญจันทร์ แสงพิลิตี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว (SMS หุ่น) กล่าวว่า

“เรื่องหุ่นนี้ ถ้าข่าวส่งมาช้าหรือตัวเลขผิดพลาด มันกระทบมาก ๆ เพราะตัวเลขในตลาดหลักทรัพย์มีความสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการซื้อขายของเรา เพราะฉะนั้นคนส่งข่าวควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็วด้วย ส่วนเราเองได้ข่าวมาแล้วก็ต้องเช็คความถูกต้องทุกครั้ง”

พิมพ์วิภา ชัยอ่อน อาชีพ พนักงานบริษัท (SMS หุ่น) กล่าวว่า

“ถ้าส่งข่าวผิดมา หรือส่งเปิดปิดหุ้มซ้ำ ก็ต้องมีผลกระทบอยู่แล้ว เพราะเรื่องแบบนี้ข้อมูลผิดไปเพียงตัวเดียว ก็มีผลกระทบ แต่ยังไงคนที่เล่นหุ้มนี่ก็ต้องเช็คข้อมูลจากหลายแหล่งก่อนตัดสินใจ แต่ความผิดพลาดก็ยังสามารถเกิดขึ้นได้ในกรณีที่รีบตัดสินใจ”

ปรียาลักษณ์ บุญมัน อาชีพ ผู้สื่อข่าว (SMS อัตรแลกเปลี่ยน) กล่าวว่า

“ ถ้าได้รับข้อมูลจาก SMS มาผิดพลาด แล้วเอาข้อมูลนั้นไปใช้งาน ก็ต้องกระทบกับงานแน่นอน เพราะเราใช้อ้างอิงข้อมูลที่ผิด จึงต้องเช็คให้แน่ใจก่อนนำข้อมูลไปใช้”

2. การมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส

ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อรหัสและกระบวนการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เนื่องจากความคิดเห็น ดี ชม และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) มีความสำคัญอย่างยิ่งในการร่วมพัฒนา ปรับปรุงรหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเพื่อให้ SMS ข่าวสั้นสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในส่วนของผู้รับสารสามารถแบ่งระดับปฏิกิริยาตอบกลับ(Feedback) ของผู้รับสารออกเป็น 2 ระดับ คือ

2.1 ระดับดีชม แต่ไม่มีส่วนร่วมสร้างรหัส

2.2 ระดับดีชม และมีส่วนร่วมสร้างรหัส

2.1 ระดับดีชม แต่ไม่มีส่วนร่วมสร้างรหัส

สำหรับปฏิกิริยาตอบกลับ(feedback)ในระดับนี้ หมายถึง ตัวผู้ถอดรหัสเมื่อได้ทำการถอดรหัสตัวสาร คือ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นอันจะมีผลต่อความเข้าใจ ไม่เข้าใจ หรือเข้าใจ ผิดดังที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว หลังจากนั้นผู้ถอดรหัสได้มีปฏิกิริยาตอบกลับโดยโทรติดต่อกลับไปยัง Call Center ของสำนักข่าวเนชั่นในการแสดงความคิดเห็น ดีชม เกี่ยวกับรหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น แต่ก็ไม่ได้มีการเสนอแนะว่าควรแก้ไขเป็นอย่างไร

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ถอดรหัสพบว่า ผู้ถอดรหัสส่วนใหญ่ที่มีปฏิกิริยาตอบกลับจะมีการแสดงความคิดเห็นไปในทางที่ดี มากกว่าชม โดยเรื่องที่มีการติเข้ามาจะเป็นการใช้รหัสด้วยย่อบางคำที่ไม่เป็นที่รับรู้รับทราบโดยทั่วไป การเว้นวรรคตอนผิดทำให้สับสน การใช้ศัพท์เทคนิคที่เฉพาะด้านมากเกินไป รวมถึงการส่งข่าวที่ล่าช้าและมีการสะกดคำผิด

กัญญาภัทร์ เพ็ญคารา อาชีพ Sale Marketing (SMS ท้นข่าว) กล่าวว่า

“คือเรื่องตัวอย่างแบบตำแหน่งคน องค์กรต่าง ๆ มีบ้างบางครั้งก็สับสน แต่กลับไปอ่านอีกทีก็จะเข้าใจเอง สิ่งที่ยากให้ปรับปรุงคือเรื่องความเร็วมากกว่า วิตจาก INN ข่าวเดียวกัน INN จะส่งมาก่อนเสมอ และบางครั้งเรื่องของความผิดพลาดทางภาษาที่เคยเจอ การส่งข่าวทางมือถือก็เหมือนลือทั่วไป เรื่องความเร็วและความถูกต้องเราว่ามันน่าจะสำคัญเหมือน ๆ กัน”

สิทธิศักดิ์ จรรยาอังกูร อาชีพ พนักงานออฟฟิศ (SMS ธุรกิจ) กล่าวว่า

“สิ่งที่ยากให้ปรับปรุงคือการเว้นวรรคมากกว่า ในบางคำมันก็ทำให้สับสนได้ แต่เรื่องอื่นเกี่ยวกับเลขทางเศรษฐกิจ คิดว่าคนที่อยู่ในแวดวงแล้วรับข่าวประเภทนี้ก็ต้องเข้าใจอยู่แล้ว”

พรชัย ชวานาวิก อาชีพ ผู้ช่วยช่างภาพ (SMS ธุรกิจ) กล่าวว่า

“ที่เคยบอกจะเป็นเรื่องศัพท์เทคนิคมากกว่า คือสำหรับคนที่เพิ่งเริ่มสนใจเรื่องนี้อาจจะยังไม่ค่อยเข้าใจศัพท์เทคนิคหรือตัวอย่างต่าง ๆ ในบางข่าวที่ส่งมา เพราะจริง ๆ แล้วข่าวธุรกิจมันเป็นเรื่องที่เราจะรู้ไว้เพราะเกี่ยวข้องกับชีวิตเรา ถ้ารู้ไว้จะได้เตรียมรับมือถูก เช่น เชื้อราคาน้ำมัน น้ำมันปาล์มขาดตลาด”

พิมพ์วิภา ชัยอุ่น อาชีพพนักงานบริษัท (SMS หุ่น) กล่าวว่า

“คิดว่าคนที่รับข่าวนี้นั้นซึ่งเป็นเรื่องที่เฉพาะมาก ๆ น่าจะเป็นคนที่มีความรู้เรื่องนี้พอสมควร น่าจะเข้าใจกับตัวเลขหรือตัวอย่างที่ส่งมา เรื่องไม่เข้าใจไม่มีปัญหา แต่ที่เคย Complain คืออยากให้ระวังเรื่องความถูกต้องแม่นยำของตัวเลขที่ส่งมามากกว่านี้ นอกจากนี้ต้องเร็วด้วย เพราะในการลงทุนเกี่ยวกับหุ้นเวลาสำคัญมาก ยิ่งได้ข้อมูลเร็วก็ยิ่งได้เปรียบ”

ชปทิตตา หงษ์จักรเพชร อาชีพ พนักงานฝ่ายบุคคล (SMS อัตราแลกเปลี่ยน) กล่าวว่า

“ตามข่าวที่อ่านก็เข้าใจดีแล้ว ในเรื่องทั่วไป ทอง น้ำมัน แต่เรื่องตัวอย่างค่าเงินของอัตราแลกเปลี่ยนถ้าจะปรับได้ก็ดี อ่านแล้วก็จะได้ข้อมูลความรู้เพิ่ม แต่เข้าใจว่า SMS ก็ต้องใช้คำย่อเพราะส่งได้น้อยคำ”

ปริญญ์ ภูณมัย ผู้สื่อข่าว (SMS อัตราแลกเปลี่ยน) กล่าวว่า

“คือคนที่ตัดสินใจรับข่าวแบบนี้ก็ต้องมีความเข้าใจในเรื่องนี้ในระดับหนึ่ง ก็ต้องคุ้นกับการใช้ภาษาหรือตัวอย่างแบบนี้อยู่แล้ว แต่ที่อยากจะทำให้ปรับก็ต้องปรับเรื่องความเร็ว และความถูกต้องมากกว่า”

2.2 ระดับติชม และมีส่วนร่วมสร้างรหัส

สำหรับปฏิกิริยาตอบกลับ(feedback)ในระดับนี้ หมายถึง เมื่อผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ได้ทำการอ่าน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นแล้วจนเกิดความเข้าใจ ไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิดต่อรหัสที่อยู่ในตัวสาร คือ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นแล้ว ก็มีโทรติดต่อกลับไปยัง Call Center ของสำนักข่าวเนชั่น รวมถึงบอกผ่านกันมาในกรณีารู้จักผู้เข้ารหัส หรือพนักงานที่รับเรื่องอีกต่อหนึ่ง โดยมีการแสดงความคิดเห็น ติชม เกี่ยวกับรหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น และยังได้มีข้อเสนอแนะว่า รหัสที่ได้ดำเนินไปนั้นควรจะแก้ไขปรับปรุงให้เป็นอย่างไ

จากการสัมภาษณ์ผู้ถอดรหัสที่มีส่วนร่วมในการสร้างรหัส สามารถแบ่งได้ตามแบบแผนการถอดรหัสที่มีผลต่อความเข้าใจในตัวรหัส ดังนี้

- ก. ผู้มีส่วนร่วมสร้างรหัสที่เข้าใจรหัส
- ข. ผู้มีส่วนร่วมสร้างรหัสที่ไม่เข้าใจรหัส

ก. ผู้มีส่วนร่วมสร้างรหัสที่เข้าใจรหัส

จากการศึกษา พบว่า สำหรับผู้ถอดรหัสกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความเข้าใจในตัวรหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นได้เป็นอย่างดี เข้าใจประเด็นเนื้อหาของ SMS ข่าวสั้นได้ทุกข้อความ ไม่มีปัญหาในการตีความใด ๆ เกี่ยวกับตัวรหัส ดังนั้นข้อเสนอแนะในการมีส่วนร่วมสร้างรหัสของ SMS ข่าวสั้นจึงเป็นการแนะนำในเรื่องของรูปแบบการนำเสนอตัว SMS ข่าวสั้น ได้แก่ มุมมองข่าวที่หลากหลาย ความเป็นกลาง รวมถึงการเปลี่ยนภาษาที่ใช้เพื่อแยกแยะตัวเลข

ศุภวิทย์ บุญยืน อาชีพ พนักงานบริษัท (SMS ทันข่าว) กล่าวว่า

“ผมรู้สึกว่ เนชั่นจะเอียงไปทาง เหลือง มากนะ บางทีเราก็อากรับแบบกลาง ๆ แต่ก็ไม่มากหรอก แต่เรารับข่าวสารเยอะ เลยแบบอ่านแล้วรู้สึกว่าเหลือง ยิ่งช่วงการประชุมจะรู้เลย แต่ก็ยังชอบแนวของเนชั่นนะ แค่อายทำให้เป็นกลาง และเพิ่มเติมอีกเรื่องซึ่งผมเจอบ่อยมาก คือส่งข้อความมาซ้ำกัน ข่าวเดิมคำเดิม ส่งมาซ้ำ เคยเจอแบบ ซ้ำ 3 -4 ครั้ง ก็มี บางทีก็มีจี๋เกียจเปิดอ่าน เคยโทรบอก call center เรื่องส่งข่าวซ้ำ และเสนอมุมมองเดียว เขาก็รับฟัง ค่ะ ๆ”

ธนพงศ์ ภูอากาศ อาชีพ ผู้สื่อข่าว (SMS บันเทิง) กล่าวว่า

“ที่อยากให้อีกคือเรื่องประเด็นต่าง ๆ เพราะส่วนใหญ่จะเหมือน ๆ กันทุกสื่อ อยากให้แตกประเด็นแปลก ๆ ออกไปอีก เพราะคนที่รับข่าวประเภทนี้ย่อมอยากรู้ อยากให้เรื่องของวงการบันเทิงอยู่แล้ว จึงน่าจะมึประเด็นที่หลากหลาย”

เพ็ญจันทร์ แสงพิสิทธิ์ อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว (SMS หุ่น) กล่าวว่า
 “คืออยู่แล้ว แต่ถ้าให้แนะนำ คำว่า”วอลุ่ม” ควรใช้เป็นภาษาอังกฤษเพื่อต่อการแยกแยะ”

ข. ผู้มีส่วนร่วมสร้างรหัสที่ไม่เข้าใจรหัส

สำหรับผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความไม่เข้าใจและเข้าใจผิดอยู่บ้างในการถอดรหัสจาก SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น โดยสิ่งที่มีปัญหาคือความไม่เข้าใจและเข้าใจผิดในตัวรหัสต่าง ๆ ดังนั้นในการ ดิชม และเสนอแนะให้ปรับปรุง ก็จะเป็นเรื่องรหัส ที่อยู่ใน SMS ข่าวสั้น ได้แก่ ตัวย่อที่มีมากเกินไป หรือตัวย่อที่ไม่เป็นที่รู้จัก รวมถึงการใช้ภาษาข่าวมากเกินไปทำให้ไม่เข้าใจความหมาย

ยุทธศ ดุจร อาชีพ พนักงานการเงิน (SMS บันทึกลง) กล่าวว่า

“ก็บางข่าวก็อยากให้ส่งมาให้เคลียร์หน่อย บางข่าวก็ใช้ภาษาแปลก อาจจะอยากให้ดูแรง แต่เราว่ามันแปลก เช่น พจน์ จวก แอนนี่ จวก มันยังงไม่รู้ว่า ก็ควรจะใช้ว่า พจน์บอกแอนนี่ เอาแบบธรรมดา ๆ แล้วก็ยังมีแบบ ส่ง ซ้ำมา บางข่าวส่งมา 3 รอบ แต่ก็ไม่ใช่เรียดคิดว่าระบบคงมีปัญหา”

บัณฑิต เตือดขุนทด อาชีพ ช่างเทคนิคช่างยนต์ (SMS คมชัดลึก)

“ตัวย่อทั่วไปก็พอรู้ แต่พวกย่อองค์กร สถาบัน กลุ่ม อะไรอย่างนี้จะไม่ค่อยรู้ น่าจะแก้ไข ตัวย่อพวกนี้ให้ส่งมาแบบรู้เรื่องหน่อย เขียนเต็มไปเลย แล้วก็อยากให้มี ข่าวกีฬาเยอะ ๆ เพราะข่าวกีฬาเนี่ยเยอะ ๆ ”

วสุ กลิ่นเกษร อาชีพ พนักงานส่งเอกสาร (SMS คมชัดลึก)

“อยากให้ใช้คำเต็มมากกว่าคำย่อ เพราะคนที่รับ SMS จะได้เข้าใจข่าวสาร ได้ดีมาก ขึ้น บางทีคำย่อมาก ๆ บางข่าวก็ไม่รู้เรื่องไปเลย ส่วนคำย่อง่าย ๆ ก็ควรที่จะคงไว้ ส่วนคำย่อยาก ๆ อย่างตำแหน่งคน น่าจะแก้เป็นคำเต็มมากกว่า”

หากมองในแง่ของ แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วม (Participation) ซึ่งเมื่อนำมาผูกกับแนวคิดเรื่องการสื่อสาร ในแง่ที่เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสาร ที่เรียกว่า “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (participatory communication) (กาญจนา แก้วเทพ ,2552)

สำหรับข้อค้ำนึ่งเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ดังนี้

1) ข้อค้ำนึ่งประการแรกเกี่ยวกับคำถามที่ว่า การสื่อสารแบบไหนที่จะเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมได้มาก โดยทั่วไปวงการนิเทศศาสตร์จะแบ่งประเภทของการสื่อสารออกเป็น 2 แบบจำลองใหญ่ๆ คือแบบจำลองเชิงถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission) และแบบจำลองเชิงพิธีกรรม(Ritualistic)

2) ความสำคัญของบริบทการสื่อสารและการมีส่วนร่วม ซึ่งวงการนิเทศศาสตร์ยุคใหม่มองว่าบริบทของการสื่อสาร (communication context) เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการรับรู้ ทัศนคติ และปฏิกิริยาต่อเนื้อหาข่าวสารทั้งในด้านความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึกและการกระทำ

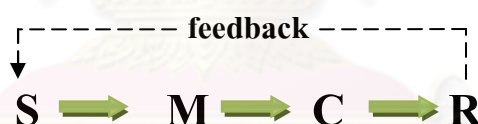
ในส่วนของผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ก็มีกระบวนการมีส่วนร่วมเช่นกัน ซึ่งจะมีทั้งข้อที่เหมือนและแตกต่างจากข้อคำนึงของสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ดังนี้

1) ข้อคำนึงเกี่ยวกับการสื่อสารที่จะเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม

สำหรับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้น ถือว่าเป็นการสื่อสารที่ไปตามแบบจำลองการสื่อสารเชิงถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission Model) คือ

S → M → C → R

แต่เนื่องจาก กระบวนการสื่อสารของสำนักข่าวเนชั่นแม้จะเป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งสาร ในที่นี้คือ ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) ไปยังผู้รับสาร ในที่นี้คือ ผู้ถอดรหัสแต่เมื่อถึงขั้นตอนที่ผู้รับสารมีการถอดรหัสตัวสารแล้ว ก็สามารถมีปฏิกิริยาตอบกลับ(Feedback) มายังผู้ส่งสารได้ทันที ด้วยระบบ Call Center ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารนี้ได้ คือ



ดังนั้นเมื่อเพิ่มการมีปฏิกิริยาตอบกลับ(Feedback) เข้ามาในแบบจำลอง ก็ถือได้ว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมีระบบการสื่อสารที่ “สร้างการมีส่วนร่วม” ได้มากขึ้น

2) ความสำคัญของบริบทการสื่อสารและการมีส่วนร่วม (communication context)

หากกล่าวถึงบริบททางการสื่อสารในแง่ของผู้ถอดรหัสก็หมายถึงหน้าที่การทำงาน การดำเนินชีวิตประจำวัน ครอบครัวยุคใหม่ รวมถึงคนใกล้ชิดที่ทำให้มีผลต่อแบบแผนการถอดรหัสตัวสาร คือ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นได้อย่างเข้าใจเป็นอย่างดี จนสามารถมีปฏิกิริยาตอบกลับ(Feedback) มายัง Call Center สร้างการมีส่วนร่วมกับกระบวนการสื่อสารของ SMS ข่าวสั้นได้

หากมองในมิติของความรู้ความเข้าใจก็เช่นกัน เมื่อผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) เป็นผู้ที่มีการติดตามข่าวสารตลอดเวลา ย่อมทำให้เกิดมีความรู้ความเข้าใจในข่าวมากยิ่งขึ้น ดังนั้นในการร่วมสร้างรหัสก็สามารถทำได้ในระดับที่เป็นการเสนอแนะรูปแบบการ

นำเสนอ เช่น ควรเพิ่มเติมให้หลากหลาย เนื่องจากผู้ถอดรหัสเป็นนักข่าวบันเทิงมีความรู้ความเข้าใจในข่าวบันเทิงเป็นอย่างดี

ต่างกับผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ในกลุ่มที่ติดตามข่าวสารน้อยกว่า ดังนั้นความรู้ความเข้าใจในข่าวสารย่อมมีน้อยกว่า เมื่อมีการร่วมสร้างรหัสโดยการแนะนำกับทาง Call Center จึงเป็นการแนะนำให้ปรับปรุงเฉพาะในส่วนที่ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) เองไม่เข้าใจ เช่น การแนะนำให้ใช้คำเต็มแทนคำย่อที่ยาก ๆ เป็นต้น

หากกล่าวโดยสรุปแล้ว ในบทที่ 6 นี้เป็นการรายงานประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสารที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร ซึ่งก็คือผู้ถอดรหัสนั่นเอง ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อแบบแผนการถอดรหัสก็คือปริมาณการติดตามข่าวสารและภูมิหลังของผู้ถอดรหัสที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสร้างรหัสในระดับที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม สิ่งที่สำคัญที่สุดของกระบวนการสื่อสาร SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นก็คือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่ช่วยให้ประสิทธิภาพในการสื่อสารมีคุณภาพ ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ดังนั้นที่มีผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) โทรเข้ามายัง Call Center ของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อแสดงข้อคิดเห็นและเสนอแนะ ในการนำเสนอข่าวการปรับขึ้นลงของราคาน้ำมันว่า ควรจะให้เปลี่ยนจาก พุ่งนี้ เป็น ลงวันที่แทน

ตัวอย่างเช่น

“บางจากลดเบนซิน/GSH80สต.ออกเทน91ขาย36.84 โฆษอล์95ขาย33.04มีผลพุ่งนี้”
เปลี่ยนเป็น

“บางจากลดเบนซิน/GSH80สต.ออกเทน91ขาย36.84 โฆษอล์95ขาย33.04มี10พค.53”

ในเรื่องนี้ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) อธิบายว่า

“ลูกค้าอะ บางที่เขาได้รับข่าวบอกว่า พุ่งนี้ๆๆ แต่ข้อความมันอาจมีปัญหาที่ระบบ ไปถึงช้า หรือว่าไม่เปิดอ่านวันนั้น มาเปิดทีหลัง เขาเลยบอกว่า ระบุวันได้ไหม พี่ก็คิดว่าไม่น่าจะเป็นปัญหา เขาบอกเพราะเขารัก แบบว่าไปเปิด SMS อ่านพุ่งนี้ นึกว่าเป็นพุ่งนี้อีกวัน ซึ่งมันคือมะรีน อันนี้ก็เลยรับฟังได้ ก็ช่วยทำตามเขาหน่อย

คือเราเอาพฤติกรรมคนรับมาลองทำ คือเราก็รับ SMS ที่เราเขียนเองด้วย เราก็เคยไม่อ่าน SMS ช่วงวันหยุด แล้วมานั่งไล่อ่านทีหลัง เออ..เลยรู้ว่า ถ้า SMS ส่งมาแล้วไม่อ่านตอนนั้น มาอ่านทีหลัง ทำไมเขาไม่เข้าใจ เพราะเราเองก็ งง เหมือนกัน อย่างน้ำมันขึ้นพุ่งนี้ แล้วพุ่งนี้ไหน แบบนี้ดีนะ ใช้ประโยชน์ได้”

บทที่ 7

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง “รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น” ในครั้งนี้ มุ่งศึกษาการใช้รหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ในฐานะที่สำนักข่าวเนชั่นเป็นสำนักข่าวแรกที่มีการส่งข้อมูลข่าวสารแบบ SMS ข้อความสั้น โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นไปเพื่อตอบวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษารหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น 2) เพื่อศึกษากระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น และ 3) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสารที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร ซึ่งจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งในส่วนของการวิเคราะห์ตัวบท(Text) การวิเคราะห์ผู้ส่งสาร(Sender) และการวิเคราะห์ผู้รับสาร(Receiver) สามารถสรุปผลการวิจัยได้โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนได้ดังนี้

1. รหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น
2. กระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น
3. ประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสารที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

รหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

จากผลการวิจัยในส่วนของการวิเคราะห์ตัวบท(Textual Analysis) คือ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น โดยสุ่มตัวอย่าง 224 ข้อความจากข่าว 6 ประเภท ได้แก่ ทันข่าว มขฉดลิก บันเทิงธุรกิจ หุ่น อัตรากลเปลี่ยนแปลง สรุปได้ว่า ทันข่าวเป็นประเภทข่าวที่มีการนำเสนอข่าวจำนวนมากที่สุดคือ 877 ข้อความ และมีจำนวน SMS ข่าวสั้นเฉลี่ยต่อวัน 17.54 ข้อความ เนื่องจากเป็นประเภทข่าวที่นำเสนอข่าวเด่นในแต่ละวันโดยไม่จำกัดว่าจะเป็นข่าวการเมือง กีฬา เศรษฐกิจ หรืออื่น ๆ แต่เน้นข่าวที่สำคัญและน่าจะลงพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์หน้า 1 ในวันรุ่งขึ้น จึงมีปริมาณข่าวที่ต้องส่งมากกว่าข่าวสั้นประเภทอื่น

สามารถสรุปผลการวิจัยได้ตามรูปแบบการวิเคราะห์ โดยแยกเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. การวิเคราะห์รหัสแบบ Syntagmatic

เป็นการวิเคราะห์รหัสโดยภาพรวมของ SMS ข่าวสั้นทั้งข้อความ เพื่อศึกษารูปแบบการเรียบเรียงประโยค ประเด็น ลำดับชั้นของเนื้อหาข่าวที่จะมีผลต่อการตีความหมายของข่าว

ในเรื่องของจำนวนประเด็นในการนำเสนอข่าวใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นต่อ 1 ข้อความ พบว่า มีการนำเสนอข่าวประเด็นเดียวมากที่สุดร้อยละ 54 โดยประเภทข่าวที่มีการนำเสนอข่าวประเด็นเดียวมากที่สุดก็คือ ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากเป็นข้อมูลเฉพาะที่ไม่อาจตัดแปลงคำหรือใส่หลายประเด็นได้ เพราะอาจมีผลต่อความเข้าใจ

อย่างไรก็ตามยังพบว่ามีการนำเสนอข่าว 2 ประเด็นใน 1 ข้อความโดยเป็นการนำเสนอในทิศทางเดียวกันคิดเป็นร้อยละ 35.35 เนื่องจาก SMS ข่าวสั้นถูกจำกัดจำนวนจากเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่(operator)ที่ให้ส่งได้ไม่เกิน 8-10 ข้อความต่อวัน ดังนั้นจึงต้องใช้พื้นที่ SMS ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ขณะที่การนำเสนอข่าว 2 ประเด็นแบบคนละทิศทางมีการนำเสนอเพียงร้อยละ 10.75 สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ สุรชาติ นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า การเขียนข่าว 2 ประเด็นหรือมากกว่าและไม่ใช้ทิศทางเดียวกันมีเพียงร้อยละ 0.11 เท่านั้น เนื่องจากแม้การใส่ประเด็นหลากหลายจะช่วยลดจำนวนในการส่งข่าวได้ แต่การเขียนข่าวที่นำเสนอประเด็นไปกันคนละทิศทางนั้น อาจสร้างความสับสนและทำให้การถอดรหัสผิดพลาดไปได้

ในเรื่องการเรียงประโยคสลับประเด็นอันจะมีผลต่อความหมายของ SMS ข่าวสั้นนั้น พบว่า ในการส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมากกว่า 1 ประเด็นต่อ 1 ข้อความ แม้ว่าจะมีการสลับประเด็นหรือสลับที่การเรียงประโยค สรุปได้ว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมีรูปแบบการเรียงประโยค ประเด็น 2 รูปแบบ คือ

- 1) ประโยคย่อย ๆ ที่เป็นอิสระต่อกัน ซึ่งทำให้ความหมายยังคงเดิมแม้มีการสลับที่กัน ซึ่งรูปแบบนี้มีการนำเสนอมากกว่า
- 2) ประโยคย่อย ๆ ที่ขึ้นต่อกัน อันจะมีผลต่อความหมายที่เปลี่ยนไปหากมีการสลับที่

ข้อค้นพบดังกล่าวไม่ได้เป็นไปตามหลักวิเคราะห์แบบ Syntagmatic ที่มีหลักแนวคิดว่า โครงสร้างทางภาษาต้องเป็นไปตามลำดับขั้นตอนหากมีการสลับสับเปลี่ยนลำดับขั้นจะทำให้ความหมายเปลี่ยนไป เนื่องจาก SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นการนำเสนอแต่ละประเด็นเป็นประโยควลีสั้น ๆ ที่เป็นอิสระต่อกันมากกว่า

นอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตที่เกี่ยวกับหลักการไวยากรณ์ คือ ประโยค SMS ข่าวสั้นที่เป็นรูปแบบ ประธาน+กริยา+กรรม จะไม่สามารถสลับสับเปลี่ยนลำดับขั้นได้ เนื่องจากความหมายจะเปลี่ยนไปทันที

ตัวอย่างเช่น

“คนร้าย กราดยิงอาคารไซเบอร์เวสต์รัชดา / ตรวจสภาพวงจรปิดเข้านี้”

สลับเป็น “คนร้าย ตรวจสภาพวงจรปิดเข้านี้ / กราดยิงอาคารไซเบอร์เวสต์รัชดา”

แต่หากประโยค SMS ข่าวนั้นที่เป็นวลีสั้น ๆ รูปแบบ ประธาน+วลี+วลี จะสามารถสลับเปลี่ยนลำดับขั้นได้โดยไม่ทำให้ความหมายเปลี่ยนไป

ตัวอย่างเช่น

“ฉัฐวุฒิประกาศ ก็นพท.ผ่านฟ้ารวมทัพใหญ่ราชประสงค์ / วันนี้ไม่ไปราบ11”

สลับเป็น “ฉัฐวุฒิประกาศ วันนี้ไม่ไปราบ11 / ก็นพท.ผ่านฟ้ารวมทัพใหญ่ราชประสงค์”

ในเรื่องการวิเคราะห์รูปแบบประโยคที่นำเสนอใน SMS ข่าวและการสลับตำแหน่งคำพบว่า รูปแบบประโยคที่มีการนำเสนอใน SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นมากที่สุด คือ ประธาน+กริยา+กรรม ร้อยละ 50 ขณะที่การนำเสนอรูปแบบประโยคแบบ ประธาน+กริยา มีร้อยละ 36.60 ส่วนการนำเสนอรูปแบบประโยคแบบ กริยา+กรรม มีเพียงร้อยละ 12.50

เป็นที่น่าสังเกตว่า รูปแบบการนำเสนอของรูปแบบประธานขึ้นต้นประโยชนั้นหากนับรวมทั้ง รูปแบบประธาน+กริยา+กรรม และรูปแบบประธาน+กริยา จะมีการนำเสนอมากถึง 86.60 แสดงว่า SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นนิยมใช้รูปแบบการนำเสนอ SMS ข่าวนั้นแบบประธานขึ้นต้น โดยเป็นไปตามหลักการ 5W1H คือ Who(ใคร) What(ทำอะไร) When(เมื่อไหร่) Where(ที่ไหน) Why(ทำไม) และ How(อย่างไร) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของสุธาสิณี นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า สถานีข่าวสั้นของไทยนิยมการเขียนข่าวแบบ Who lead มากที่สุดร้อยละ 82.26

ขณะที่การใส่คำขยายและคำเชื่อมใน SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นไม่เป็นที่นิยม โดยมีการนำเสนอเพียงร้อยละ 0.90 เนื่องจากพื้นที่อันจำกัดเพียง 70 ตัวอักษร ดังนั้นคำขยายและคำเชื่อมจึงถือเป็นคำฟุ่มเฟือย จึงทำให้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของสุธาสิณี นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า โดยปกติของข่าวสั้น นักข่าวพยายามใช้คำที่สั้นที่สุดเพื่อใช้ในการเขียนข่าว ไม่ใช้คำฟุ่มเฟือย และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การนำเสนอหัวข้อข่าวของหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์” ของ เกรือวัลย์ ชัยกุล(2535) ที่พบว่า ในการเขียนข้อความพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ จะเขียนด้วยภาษาที่สั้น กระชับรัด

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การนำเสนอประเด็นข่าวใน SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นไม่ควรใส่ 2 ประเด็นแบบคนละเรื่อง เพราะจะทำให้อาจเกิดปัญหาในการถอดรหัส แต่ถ้าหากต้องการใส่ 2

ประเด็นเพื่อลดจำนวนข้อความ ก็ควรต้องเป็น 2 ประเด็นที่เป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งคุณลักษณะพิเศษของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นก็คือ ถึงแม้ว่าจะมีการสลับประเด็นหรือสลับลำดับการเรียงประโยคก็ไม่ทำให้ความหมายเปลี่ยนไป เนื่องจากแต่ละประโยคหรือประเด็นเป็นวลีสั้น ๆ ไม่นิยมใส่คำขยายและคำเชื่อม นอกจากนี้การรายงานในรูปแบบประโยคแบบ Who lead ทำให้ผู้ออกรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) มีความเข้าใจใน SMS ข่าวสั้นได้เป็นอย่างดี

2. วิเคราะห์รหัสแบบ Paradigmatic

เป็นการวิเคราะห์ เป็นการวิเคราะห์รหัสแบบ Paradigmatic ที่อยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อศึกษารหัสแต่ละส่วนที่มีผลต่อการตีความและการสื่อความหมาย

ในเรื่องการวิเคราะห์รหัสแบบ Paradigmatic สำหรับประธานและกรรม พบว่า รหัสสำหรับประธานและกรรมที่มีการนำเสนอมากที่สุด คือ ภาพรวมองค์กร สถาบันคิดเป็นร้อยละ 44.20 โดยประเภทข่าวที่นำเสนอมากที่สุด คือ ประเภทธุรกิจ หุ่นและอัตราแลกเปลี่ยน ขณะที่รหัสใช้ชื่อจริงมีการนำเสนอร้อยละ 14.29 โดย SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นประเภททันข่าวนำเสนอมากที่สุด ส่วนชุดของสัญลักษณ์แบบสถานภาพมีการนำเสนอร้อยละ 13.84

หากมองในแง่ประเภทข่าว พบว่า ข่าวสายเศรษฐกิจใช้รหัสแบบองค์กรสถาบัน เนื่องจากต้องการความน่าเชื่อถือ และบุคคลที่ให้ข่าวส่วนใหญ่จะเป็นการแถลงในนามของสถาบันการเงิน องค์กรภาครัฐและเอกชน ขณะที่รหัสแบบใช้ชื่อจริงถูกนำเสนอใน SMS ข่าวสั้นประเภททันข่าว เนื่องจากส่วนใหญ่บุคคลในข่าวจะเป็นบุคคลสำคัญที่เป็นที่รู้จักกันอยู่แล้ว ส่วนการใช้รหัสแบบสถานภาพถูกนำเสนอในประเภทข่าวคมชัดลึก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข่าวอาชญากรรม ดังนั้นบุคคลในข่าวจะเป็นผู้ก่อเหตุหรือผู้เสียหายซึ่งไม่สามารถเอ่ยชื่อได้ หรือบางครั้งเป็นบุคคลที่ไม่เป็นที่รู้จัก สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ สุธาสิณี นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า การใช้คำเรียกบุคคลในข่าวสั้นหากเป็นบุคคลมีชื่อเสียง ข้าราชการ นักการเมืองหรือบุคคลที่เป็นที่รู้จักกันดี นักข่าวนิยมใช้คำเรียกบุคคลด้วยชื่อจริง แต่หากเป็นบุคคลที่ไม่มีชื่อเสียงนักข่าวนิยมใช้ตำแหน่ง-ยศ หรือสถานภาพทางสังคม อาชีพ หรือตั้งตามสมญานามทางภูมิศาสตร์ ตามวัยวุฒิและเชื้อชาติ เพื่อช่วยในการเขียนข่าว

จากข้อค้นพบข้างต้นทั้งหมดที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์การใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับประธานและกรรมสามารถสรุปได้ว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นแต่ละประเภทมีธรรมชาติของข่าวที่แตกต่างกันไป โดยแบ่งได้เป็น 4 กรณี คือ

1. ข่าวที่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวหุ้่น และ อัตรแลกเปลี่ยน เป็นข่าวที่มีเนื้อหาข้อมูลที่เป็นทางการต้องอาศัยความน่าเชื่อถือจากแหล่งข่าว รวมถึงบุคคลที่ให้ข่าวส่วนใหญ่จะแสดงความเห็นในฐานะที่เป็นตัวแทนองค์กรหรือสถาบันต่าง ๆ อยู่แล้ว

2. ข่าวค่อนข้างเป็นทางการ ได้แก่ ข่าวธุรกิจ เนื่องจากเนื้อหาข่าวธุรกิจจะมีทั้งการส่งข่าวที่เป็นทางการ เช่น ตัวเลขทางเศรษฐกิจ และข่าวที่ค่อนข้างไม่เป็นทางการ เช่น การรายงานสถานการณ์บ้านเมือง แต่ก็ยังคงต้องอาศัยความน่าเชื่อถือด้วย

3. ข่าวค่อนข้างไม่เป็นทางการ ได้แก่ ทินข่าว และ คมชัดลึก แม้จะไม่ได้เป็นการรายงานข้อมูลตัวเลขทางเศรษฐกิจ แต่ข่าวทั้ง 2 ประเภทก็เป็นการรายงานข่าวคว่น เหตุการณ์สำคัญ ดังนั้นความน่าเชื่อถือก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน เพียงแต่อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้ภาษาในระดับที่เป็นทางการมากเท่ากับ 2 กลุ่มข้างต้น

4. ข่าวที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวบันเทิง ซึ่งต่างจากข่าวประเภทอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัดเนื่องจากเนื้อหาข่าวเป็นการนำเสนอชีวิตหรือการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของคนในวงการบันเทิงที่อยู่ในความสนใจของประชาชน ไม่ต้องการภาษาที่เป็นทางการ และไม่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือจากองค์กรสถาบันใดมารองรับ

สำหรับข้อค้นพบที่แตกต่างกัน คือ การชี้รหัสแบบฉายา ซึ่งงานวิจัยเรื่อง “ การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ สุราลีณี นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า มีการใช้ฉายาหรือตั้งสมญานามในข่าวสั้นหลายสำนักข่าว แต่ในส่วนของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นไม่มีการใช้รหัสแบบฉายาอยู่เลย เนื่องจากไม่ต้องการให้ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) เกิดความสับสน

ในเรื่องการวิเคราะห์รหัสแบบ paradigmatic สำหรับคำกริยา พบว่า เหตุผลในการเลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับคำกริยา มีดังนี้

- 1.เลือกใช้เพื่อให้ประหยัดพื้นที่ (economy of space)
- 2.เลือกใช้เพื่อให้เข้ากับประเด็นข่าว (relevancy)
- 3.เลือกใช้เพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน (degree of mood)
- 4.หลีกเลี่ยงความซ้ำซาก (avoidance of redundancy)

ใช้รหัสสองอันดับแรก คือ การเลือกใช้รหัสเพื่อให้เข้ากับประเด็นข่าว(relevancy) และ การเลือกใช้รหัสเพื่อให้ประหยัดพื้นที่(economy of space) ซึ่งมีการนำเสนอมากกว่าการเลือกใช้รหัสเพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน(degree of mood) และการเลือกใช้รหัสเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก

(avoidance of redundancy) เนื่องจากการรายงาน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเน้นการรายงาน เหตุการณ์แบบสรุปข่าวตามข้อเท็จจริงมากกว่าการใช้คำเพื่อเพิ่มสีสันลงในข่าว ตรงกับงานวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ สุธาสนี นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า ข่าวสั้นควรเน้นการรายงานข้อเท็จจริง(facts) เนื่องจากพื้นที่ในการเขียนข่าวไม่อำนวย และไม่เอาความคิดเห็นส่วนตัวของนักข่าวมาปะปนด้วย

สำหรับข้อค้นพบที่ต่างจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ ข้อค้นพบเรื่องการใช้รหัสแบบ paradigmatic ในแง่ประเภทข่าวอาชญากรรม ซึ่งงานวิจัยเรื่อง “ชุดของสัญญาณในการสร้างความหมายของข่าวอาชญากรรม ที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อทางโทรทัศน์” ของ วันเพ็ญ ภัทป์ศิริไพศาล(2545) พบว่า การนำเสนอข่าวอาชญากรรมในประเทศไทย ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์แนวประชานิยม มีการใช้ชุดของสัญญาณที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าข่าวอาชญากรรม ในแง่ของการขยายความหมาย และความรุนแรงด้วยการขยายวิธีกระทำอาชญากรรม ซึ่งต่างจากการใช้รหัสแบบ paradigmatic ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นประเภทข่าวคดีที่มีการนำเสนอข่าวอาชญากรรม โดยมีการใช้รหัสเพื่อให้เข้ากับประเด็นข่าวร้อยละ 62 ซึ่งมากกว่าการใช้รหัสเพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน

ในเรื่องการวิเคราะห์การใช้รหัสเฉพาะ พบว่า สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

1. การเลือกใช้รหัสตามไวยากรณ์ที่มีอยู่แล้ว เช่น กรณี รหัสเครื่องหมาย
2. การสร้างรหัสขึ้นใหม่เอง เช่น รหัส คำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว

สำหรับการใช้รหัสเฉพาะ(ภาษา)ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ยังพบว่า รหัสที่ใช้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมากที่สุดก็คือตัวย่อร้อยละ 34.40 นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาษาข่าวด้วย แต่ละนิยมนำมาใช้ร่วมกับคำย่อใน SMS ข่าวสั้นข้อความเดียวกันโดยมีการนำเสนอร้อยละ 24.11 เนื่องจาก SMS ข่าวสั้นมีพื้นที่อันจำกัดเพียง 70 ตัวอักษรจึงจำเป็นต้องใช้คำย่อ ส่วนภาษาข่าวเป็นการสร้างสีสัน สำหรับรหัสที่มีการนิยมนำมาใช้มากที่สุดใน SMS ข่าวสั้นก็คือ รหัส “คำย่อ” ซึ่งหากมองในแง่ของแนวคิดการใช้คำย่อในสังคมคอมพิวเตอร์ (Acronyms used in the Computer Community) จะสามารถนำมาเปรียบเทียบได้ โดยมีทั้งการสร้างรหัสสัญญาณและรหัสภาษาที่เหมือนและต่างกัน ดังนี้

แนวคิดการใช้คำย่อในสังคมคอมพิวเตอร์ (Acronyms used in the Computer Community)

1. การใช้คำย่อ (Acronyms) เกิดขึ้นจากข้อจำกัดของการแสดงผล ที่มีพื้นที่ให้ใช้น้อย จึงจำเป็นต้องมีคำย่อที่ใช้เช่น HBD หมายถึง Happy Birth Day

2. การใช้สัญลักษณ์ (Emoticons) เกิดขึ้นจากความต้องการของผู้ส่งสารที่ต้องการให้ผู้รับเข้าใจจากปฏิกิริยา อารมณ์และสีหน้าของตน จึงได้นำภาพอารมณ์มาใช้ประกอบ เพื่อสื่อความหมาย เช่น :-) หมายถึงยิ้มอย่างมีความสุข หรือ -_-' หมายถึง เครียดจนเหงื่อตก

3. การใช้ภาษาคาราโอเกะ เกิดขึ้นจากความต้องการของผู้ส่งในการที่จะใช้คำพูดที่มีลักษณะเป็นกันเอง และมีลักษณะการใช้ภาษาเฉพาะของคนไทย เช่น การพูดแบบมีหางเสียง “ค่ะ” “จ๊ะ” เช่น I miss you ka

เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการวิจัย พบว่า ส่วนที่สอดคล้องกับแนวคิด คือการใช้คำย่อ เนื่องจากมีข้อจำกัดเพียง 70 ตัวอักษร ทำให้การเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ต้องมีการใช้คำย่อเพื่อประหยัดพื้นที่ แต่เนื่องจากการส่ง SMS ข่าวสั้น มีผู้รับสารที่หลากหลาย ดังนั้นในการใส่รหัสตัวย่อ จึงเน้นการใช้ตัวย่อที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป มากกว่าตัวย่อที่ไม่เป็นที่รู้จักหรือตัวย่อที่ผู้เข้ารหัสสร้างขึ้นใหม่เอง สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ สุธาสิณี นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า สถานีข่าวสั้นของไทยนิยมใช้อักษรย่อในการเขียนข่าวสั้นร้อยละ 57.71 เพื่อช่วยประหยัดพื้นที่

สำหรับข้อค้นพบที่แตกต่างจากแนวคิดการใช้คำย่อในสังคมคอมพิวเตอร์ คือ ในการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น จะไม่มีการใช้สัญลักษณ์ (emotions) และภาษาคาราโอเกะ เนื่องจากเป็นการรายงานข่าวสาร ข้อเท็จจริง ไม่สามารถใส่สีหน้า อารมณ์ หรือใช้ภาษาที่ไม่ถูกต้องตามหลักภาษาไทยได้ แต่จะมีการนำเอาเครื่องหมายต่าง ๆ ที่มีตามไวยากรณ์อยู่แล้ว มาใช้เพื่อสื่อความหมายในพื้นที่อันจำกัดแทน

ส่วนการใช้รหัสเฉพาะ(เครื่องหมาย)ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น พบว่า SMS ข่าวสั้นส่วนใหญ่นิยมใช้ 2 เครื่องหมายขึ้นไปใน 1 ข้อความร้อยละ 42.41 โดยเครื่องหมายที่มีการนำมาเสนอมากที่สุด 2 อันดับแรกก็คือ เครื่องหมาย . มหัพภาค เนื่องจากต้องใช้กับตัวย่อ และ เครื่องหมาย - ยัติพังค์ เพื่อใช้ในการแยกประเด็นข่าวในกรณีที่มีการใส่ประเด็นข่าว 2 ประเด็นใน SMS ข่าวสั้น 1 ข้อความ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ สุธาสิณี นิรัตติมานนท์(2550) ที่พบว่า สถานีข่าวสั้นของไทยนิยมใช้ เครื่องหมาย - ยัติพังค์ ในการแยกวลี อนุประโยคหรือประโยค โดยเฉพาะใช้เพื่อคั่นแต่ละประเด็นให้เห็นชัดเจนขึ้น ขณะที่เครื่องหมาย + บวกและ “_” เนื่องจากระบบในการส่งข่าวไม่อนุญาตให้ใช้ 2 เครื่องหมายนี้

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ในการใช้รหัสแบบประธานและกรรมต้องดูตามความเหมาะสม และสถานภาพของบุคคลในข่าว หากเป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จักจะใช้รหัสแบบชื่อจริง และหากเป็น

บุคคลที่ไม่เป็นที่รู้จักจะใช้รหัสโดยตั้งตามสถานภาพ ส่วนคำกริยาจะเน้นการใช้เพื่อรายงาน เหตุการณ์มากกว่า แม้จะมีการใช้รหัสภาษาข่าวเพื่อเพิ่มสีสันบ้าง แต่ก็เป็นส่วนน้อย เนื่องจากรายงาน SMS ข่าวสั้นให้ความสำคัญกับการรายงานข้อเท็จจริงมากกว่า รวมทั้งการใช้เครื่องหมายก็ต้องการให้เหมาะสมกับบริบทของข้อความที่ต้องการสื่อสาร และยังคงคำนึงถึงข้อจำกัดของระบบที่ใช้ในการส่งข่าวด้วย

3. วิเคราะห์ความเข้มงวดของรหัส

เป็นการศึกษาความผิดพลาดของรหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น อันจะมีผลก่อให้เกิดผลเสียหายในการตีความหมาย ประเด็น และเนื้อหาข่าวใน SMS ข่าวนั้น โดยสามารถสรุปได้ตามแผนผังดังนี้



จากการศึกษา พบว่า รหัส SMS ส่วนใหญ่จะไม่เข้มงวดร้อยละ 54.02 โดยเป็นข่าวประเภท ท้นข่าว คมชัดลึก บันเทิงและธุรกิจ ที่อนุญาตให้มีข้อผิดพลาดได้ไม่ต้องส่ง SMS ข่าวสั้นแก้ไขไปใหม่ ในขณะที่ข่าวประเภทหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนมีความเข้มงวดในรหัสตัวเลขทั้งหมดร้อยละ 100 หากเกิดความผิดพลาดต้องส่ง SMS ข่าวสั้นแก้ไขไปใหม่ทันที เนื่องจากรหัสเหล่านั้นเป็นตัวเลขทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อความเสียหายทางธุรกิจของผู้สมัครรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น)

ในส่วนของความเข้มงวดในการใช้ราชาศัพท์ก็ไม่อนุญาตให้เกิดความผิดพลาดเช่นกัน แต่มีการนำเสนอในรูปแบบนี้เพียงร้อยละ 4 เนื่องจาก SMS ท้นข่าวเป็น SMS ข่าวสั้นประเภทเดียวที่มีการนำเสนอข่าวในพระราชสำนัก

สำหรับข้อความที่เป็นรหัสที่มีความเข้มงวดเช่นกันหากมีการสะกดชื่อผิดจนทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่าบุคคลในข่าวเป็นอีกคนไป ก็ต้องส่ง SMS แก้ไขไปใหม่ แต่หากเป็นการสะกดผิดแล้วไม่ทำให้ความหมายเปลี่ยนก็ถือว่าไม่ต้องแก้ไข เช่นเดียวกับรหัสที่ไม่เข้มงวดเนื่องจากยังสามารถคงความหมายเดิมได้ ไม่ทำให้การตีความหมายเปลี่ยนแปลงไป

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ในการทำงานย่อมเกิดข้อผิดพลาดได้ แต่ต้องดูตามความร้ายแรงของข้อผิดพลาดนั้น ๆ หากการเข้ารหัสผิดแล้วยังสามารถคงความหมายเดิมได้ก็ไม่ต้องแก้ไข แต่หากการเข้ารหัสผิดนั้นส่งผลทำให้การตีความหมายเปลี่ยนไปก็ต้องส่ง SMS ข่าวด่วนแก้ไขไปใหม่ทันที อย่างไรก็ตามการไม่มีความผิดพลาดเลยย่อมเป็นสิ่งที่ดีที่สุด

หากมองในแง่ แนวคิดเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism) ซึ่ง Marshall McLuhan (1911-1980) ให้คำนิยามของสื่อ ว่าเป็นกระบวนการขยายศักยภาพของมนุษย์ออกไป (the extensions of man) หรืออีกนัยหนึ่ง เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือขยายสัมผัสทางหูให้ได้ยินเสียงจากระยะไกล หรือโทรทัศน์ก็คือช่องทางของสื่อสัมผัสทางตาให้เราได้เห็นสิ่งที่แพร่ภาพมาจากแดนไกล (กาญจนา แก้วเทพ, สมสุข หินวิมาน ,2551 :141-142)

จากจุดยืนของ McLuhan ที่สนใจวิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารต่อสังคมระดับจุลภาคนั้น ได้สรุปมมของการกำหนดผ่านสื่อเอาไว้ 3 มิติ คือ

- 1.ผลกระทบของสื่อต่อมิติเรื่อง เวลา (Time) เช่น สื่อหลายชนิดที่สามารถบันทึกสารข้ามเวลา หรือย่อระยะเวลาในการสื่อสาร
- 2.ผลกระทบของสื่อต่อมิติเรื่อง พื้นที่ (Space) เช่น สื่อต่าง ๆ ที่พยายามเอาชนะพื้นที่ แม้จะอยู่ที่ใดในโลกก็สามารถสื่อสารกันได้
- 3.ผลกระทบของสื่อต่อมิติเรื่องประสบการณ์ของมนุษย์ (Human experience) ทำให้เราได้เห็นในสิ่งที่ไม่เคยเห็นมาก่อน หรือจัดระเบียบประสบการณ์ที่เราจะไปสัมผัสโลกรอบตัวแบบใหม่

ในส่วนของเนื้อหา SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ก็เป็นสื่อที่มีผลกระทบของสื่อต่อมิติเรื่องเวลา(time) และพื้นที่ (space) เนื่องจาก SMS ข่าวสั้นเป็นข้อมูลข่าวสารที่ถูกส่งเข้าไปบันทึกไว้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้รับบริการ ดังนั้นไม่ว่าผู้รับบริการจะอยู่ที่ใดของโลกและเปิดข้อความข่าวอ่านในเวลาใดก็สามารถรับรู้ข่าวสารได้ตลอดเวลา ยังเก็บข้อความข่าวไว้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้เพื่อสามารถกลับมาอ่านย้อนหลังได้อีกด้วย และแน่นอนข่าวบางข่าวก็เป็นสิ่งที่เปิดประสบการณ์ของมนุษย์ ทำให้ได้รับรู้ในสิ่งที่ไม่เคยพบเคยเห็นมาก่อน เช่นข่าวพายุหิมะถล่ม หรือแผ่นดินไหว

ภูเขาไฟระเบิดในต่างประเทศ ซึ่งไม่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทย แต่ก็ทำให้เราได้รับรู้ว่าสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นเป็นอย่างไรและมีผลกระทบอย่างไร

สิ่งที่น่าสังเกตก็คือ ในส่วนตัวข้อมูลข่าวสาร(content)นั้น ทางสำนักข่าวเนชั่นมีการบริหารจัดการที่คุ้มค่าเป็นอย่างมาก เนื่องจากประโยชน์จากเทคโนโลยีนั่นเองที่จัดซื้อจำกัดในเรื่องของมิติด้านเวลาและสถานที่ ทำให้ข้อมูลข่าวสาร 1 ชิ้นสามารถนำไปออกสื่อในเครื่องเนชั่นได้ทุกสื่อเรียงตามลำดับความเร็วในการรายงานข่าว ดังนี้

ภาพที่ 23

แสดงการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสาร(Content)



ในส่วนของผู้เข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น โดยผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก. Mobile News) ต้องใช้ความรู้ความสามารถเฉพาะตัวจากประสบการณ์ที่สั่งสมมา โดยไม่มีคู่มือให้ทำตาม สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์” ของ เครือวัลย์ ชัชกุล(2535) พบว่า การมีประสบการณ์ทางด้านงานข่าวเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุด เกิดขึ้นเองโดยการหยั่งรู้ ไม่มีหลักสูตรเล่าเรียนในสถาบันใดโดยเฉพาะ ไม่มีหลักเกณฑ์ของศาสตร์หรือสถิติยึดถือ งานบรรณาธิการเป็นงานศิลปอันเกิดจากการรอบรู้ ซึ่งได้พัฒนาเป็นประสบการณ์ความสามารถเฉพาะตัว ซึ่งในส่วนของผู้เข้ารหัสนั้นจะอาศัยการพูดคุยสื่อสารกันตลอดเวลา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องซึ่งกันและกันและเพื่อความเป็นเอกภาพ ซึ่งเทคโนโลยีที่ไร้พรมแดนเช่นกันที่สามารถจัดมิติในด้านของเวลา(Time) ที่ย่นระยะเวลาในการสื่อสาร และสถานที่(Space) ที่แม้ผู้เข้ารหัสจะอยู่คนละสถานที่ ไม่ได้นั่งอยู่ด้วยกันตลอดเวลา แต่ก็สามารถประชุมข่าวได้ตลอดเวลาผ่านโปรแกรมแชท MSN

สิ่งที่น่าสังเกตก็คือ ความสะดวกรวดเร็วในการหาข้อมูลข่าวสารของผู้เข้ารหัส เนื่องด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวเข้าสู่ยุคไร้พรมแดนและไร้กาลเวลาอย่างแท้จริง ทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทำได้อย่างรวดเร็วแบบไม่มีขีดจำกัด โดยใช้เครื่องมือสื่อสารในยุค Digital ที่เรียกว่า Social Media ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้โลกแห่งการสื่อสารมวลชนกำลังเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง การเป็นนักข่าวไม่ได้จำกัดว่าเป็นเพียงหน้าที่ในวิชาชีพนักข่าวอย่างเดียวเท่านั้น แต่ในยุคปัจจุบันประชาชนทุกคนสามารถเป็นนักข่าวเองได้ และแน่นอนก็สามารถสร้างข่าวเองได้เช่นกัน ดังนั้นความสามารถทางเทคโนโลยีก็ย่อมจะมีทั้งข้อดีและข้อเสียต่อระบบสื่อสารมวลชน ดังนี้

ข้อดี

1. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสะดวกรวดเร็ว ทำได้หลายช่องทางและไม่มีขีดจำกัด
2. การเข้าถึงตัวแหล่งข่าวเพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงทำให้สะดวกมากขึ้น
3. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทำได้อย่างรวดเร็วแบบนาทีต่อนาที รวมถึงการรายงานสด ๆ ขณะที่เกิดเหตุการณ์กำลังดำเนินอยู่ด้วย

ข้อเสีย

1. ข่าวสารข้อมูลที่ได้มาง่าย แต่บางครั้งก็ตรวจสอบต้นตอที่มาได้ยากมาก
2. การเผยแพร่ข่าวสารที่รวดเร็วเกินไป ทำให้กระบวนการกลั่นกรองข้อมูลหายไป เมื่อได้ข่าวมาแล้วก็ส่งต่อออกไปทันที โดยบางครั้งลืมนึกถึงความเหมาะสมในการเผยแพร่ ในขณะที่คนรับข้อมูลข่าวสารนั้นก็เชื่อและส่งต่อไปอีกทันทีเช่นกัน

ในส่วนของ ผู้ถอดรหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้น ตัวผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ในปัจจุบันก็มีพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน อันเป็นผลพวงจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ช่วยขจัดมิติในด้านของเวลา(time) และสถานที่(space) ทั้งยังช่วยเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับผู้รับบริการข่าวสาร สิ่งที่เห็นได้ชัดก็คือมีความเป็น Active มากขึ้น ไม่ได้เป็นเพียง Passive อีกต่อไป โดยหลังจากที่ได้รับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นและทำการถอดรหัสแล้ว ด้วยเทคโนโลยีที่ทำให้ผู้ถอดรหัสรู้จักทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารหรือแสวงหารายละเอียดเพิ่มเติมได้อีก และ ด้วยเทคโนโลยีอีกเช่นกันยังทำให้ผู้ถอดรหัสสามารถมีปฏิริยาตอบกลับโดยการโทรติดต่อเข้ามายัง Call Center ของสำนักข่าวเนชั่นแล้วแสดงความคิดเห็น ดิชม รวมถึงการเสนอแนะให้ปรับปรุงแก้ไขรหัส ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นเพราะคุณสมบัติของเทคโนโลยีตามแนวคิดเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด ที่สร้าง

การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นให้มากยิ่งขึ้น เพื่อการพัฒนาคุณภาพของตัวสารให้ได้ดียิ่งขึ้นต่อไป

กระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เข้ารหัส SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ทั้ง 5 คน ได้แก่ บรรณาธิการ และนักข่าว แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาว่ากระบวนการในการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้น โดยสามารถสรุปการทำงานได้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

- 1.แหล่งข่าว
- 2.คัดเลือกข่าวและเข้ารหัส
- 3.เผยแพร่
- 4.ถอดรหัส

ข้อค้นพบดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง“การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ สุธาณี นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า ในกระบวนการรายงานข่าวสั้นมีขั้นตอนคือ

- 1.แหล่งที่มาของข่าว
- 2.คัดเลือกและเขียนข่าว
- 3.เผยแพร่สู่ผู้อ่าน
- 4.ผลตอบกลับ

เนื่องจากการศึกษากระบวนการของข่าวสั้นเช่นเดียวกัน แต่มีความแตกต่างกันในรายละเอียด เนื่องจากงานวิจัยเรื่อง“การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ สุธาณี นิรัตติมานนท์(2550) ศึกษาเพียงกระบวนการรายงานข่าวสั้นอย่างคร่าว ๆ ว่ามีขั้นตอนใดบ้าง ในขณะที่การศึกษาวิจัยเรื่อง“รหัสและกระบวนการสร้างรหัสในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น” เป็นการศึกษาวิเคราะห์หลังถึงกระบวนการสร้างรหัส เข้ารหัสและการถอดรหัสซึ่งมีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร

นอกจากนี้ยังพบว่า ข้อค้นพบเรื่องกระบวนการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นมีความแตกต่างจากข้อค้นพบของงานวิจัยเรื่อง “การให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร” ของ นภัสสร เดชสุวรรณ(2550) ที่พบว่า กระบวนการทำงานของการรายงานข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มี 4 ขั้นตอน ได้แก่

- 1.รับข้อมูลจากแหล่งข่าว
- 2.พิจารณาคัดเลือกข่าว
- 3.เรียบเรียงข่าว
- 4.การจัดส่งข่าว

สิ่งที่แตกต่างกันคือ งานวิจัยดังกล่าวข้างต้นนี้ได้แบ่งขั้นตอนที่ 2 ออกเป็น 2 ส่วนคือการคัดเลือกข่าวและเขียนข่าวแยกกัน และไม่มีขั้นตอนผลตอบรับของผู้รับสารอยู่ในส่วนนี้ เนื่องจาก

งานวิจัยเน้นศึกษาความพึงพอใจของผู้รับสารเป็นหลัก จึงแยกศึกษาเฉพาะส่วนของผู้รับสารออกไปอีก 1 บท โดยในส่วนของกระบวนการข่าวสั้นเป็นเพียงการศึกษาข้อมูลคร่าว ๆ ที่เสริมมาเท่านั้น

ขั้นที่ 1 แหล่งข่าว (Text1)

เป็นขั้นตอนก่อนที่จะนำไปสู่การเข้ารหัส โดยแหล่งข่าวที่จะสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมีทั้งหมด 4 แหล่งใหญ่ ๆ ก็คือข่าวที่นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ Nation Integrated Editorial Database System หรือ IES ข่าวจากแหล่งข่าวโดยตรง ข่าวจากการมอนิเตอร์สื่อมวลชนสำนักอื่น โดยได้จากโทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ และข่าวจากเครือข่ายสังคม หรือ Social Network ได้แก่ Facebook Twitter

ในส่วนของข่าวที่นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES พบว่า หากเป็นข่าวในประเทศจะนิยมใช้ข่าวที่มาจากนักข่าวของสำนักข่าวเนชั่นเองที่ลงพื้นที่ตามหมายข่าวที่กำหนด แล้วหาข้อมูลมาเขียนข่าวลงในศูนย์ข่าวผ่านระบบ IES แต่หากเป็นข่าวต่างประเทศจะใช้ข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศที่ได้ตกลงทำสัญญาซื้อขายข่าวกันได้

ในส่วนของข่าวจากแหล่งข่าวโดยตรง พบว่า จะเกิดขึ้นในกรณีที่เป็นข่าวที่อาจมีผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจของแหล่งข่าว หรือเมื่อแหล่งข่าว(ซึ่งเป็นบุคคลในข่าว)ได้เห็นข้อความ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่ส่งออกไปแล้ว อาจจะชี้แจงเพิ่มเติมหรือแก้ไขข้อมูล ก็จะติดต่อมายังสำนักข่าวเนชั่น ซึ่งผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) ซึ่งเป็นผู้ส่งข่าวนั้น ๆ จะได้พูดคุยกับแหล่งข่าวโดยตรง

ในส่วนของข่าวจากการมอนิเตอร์สื่อมวลชนสำนักอื่น พบว่า ผู้เข้ารหัสจะจัดเวรทำงานในการมอนิเตอร์ข่าวจากสำนักข่าวอื่น ๆ ในทุกช่องทาง ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ เพื่อหาข้อมูลนำมาเขียนข่าว SMS ให้ได้รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ที่สุด และจะได้ทราบว่าสำนักข่าวอื่นนำเสนอข่าวใด และมีข่าวใดที่กำลังเป็นกระแสอยู่บ้าง

ในส่วนของข่าวจาก Social Network พบว่า แหล่งข่าวนี้นี้เป็นช่องทางที่ผู้เข้ารหัสใช้ในการหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุดและรวดเร็วที่สุด เนื่องจากประสิทธิภาพของ Social Network สามารถรวมเอาแหล่งข่าวขึ้นต้นทั้ง 3 แหล่ง อันได้แก่ นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES แหล่งข่าวโดยตรง และมอนิเตอร์สื่อสำนักอื่น มาไว้ใน Facebook และ Twitter ได้ในคราวเดียว แต่หากเป็นกรณีที่ได้ทราบข่าวสารจากสำนักข่าวอื่น ๆ หรือบุคคลที่ไม่สามารถหาที่มาแน่ชัดได้ จะต้องนำข้อมูลมาตรวจสอบ

กับนักข่าวของสำนักข่าวเนชั่นเสียก่อน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้จากสำนักข่าวเนชั่นเองไปเขียน SMS ส่งข่าว

จากแหล่งข่าวทั้ง 4 แหล่ง SMS ข่าวสั้นที่ถูกส่งออกไปจะมาจากข้อมูลของ 2 ช่องทางมากที่สุด คือ นักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES และ ข่าวใน Social Media เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากช่องทางนักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES เป็นช่องทางที่ได้ข้อมูลข่าวแต่ละข่าวนั้นแบบเนื้อหาครบ เมื่ออ่านข่าวแล้วสามารถนำมาเลือกประเด็นในการเข้ารหัสได้หลากหลาย ส่วนช่องทางข่าวใน Social Media ก็เป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็วกว่าช่องทางที่ต้องรอนักข่าวส่งข่าวเข้าระบบ IES แต่ก็ก็เป็นเพียงประเด็นสั้น ๆ โดยส่วนใหญ่แล้วผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) จึงใช้วิธีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารร่วมกันจากหลาย ๆ ช่องทาง เพื่อเป็นการตรวจสอบ ตรวจสอบเช็คที่มาของแหล่งข่าวและความถูกต้องของเนื้อหาข่าวไปในตัว

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า เนื่องจากการรายงาน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นการรายงานข่าวด่วน ข่าวสำคัญและทันต่อเหตุการณ์ ดังนั้นทีมผู้เข้ารหัสจึงจำเป็นต้องหาข้อมูลข่าวสารให้ได้จากทุกช่องทาง ไม่เพียงแต่รอข่าวจากสำนักข่าวของตนเองเท่านั้นแต่ยังต้องมอนิเตอร์การนำเสนอข่าวของสำนักข่าวอื่นๆ เพื่อให้รู้ความคืบหน้าของข้อมูลและข่าวที่อยู่ในกระแสในช่วงนั้น

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือความถูกต้องของข้อมูลข่าว ดังนั้นหากข้อมูลนั้นได้มาจากแหล่งข่าวที่ไม่แน่ชัดหรือไม่น่าเชื่อถือ ก็ต้องนำข้อมูลมาตรวจสอบกับนักข่าวในสำนักข่าวเนชั่นเองก่อน จึงจะนำข้อมูลนั้นมาส่งเป็น SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นได้

ขั้นที่ 2 คัดเลือกข่าวและเข้ารหัส

หลังจากที่ผู้เข้ารหัสได้คัดเลือกข่าวที่น่าสนใจแล้ว ก็จะนำข่าวนั้น ๆ มานำเสนอกันในแผนก และแยกย้ายกันไปเข้ารหัสโดยการเขียน SMS ข่าวสั้นขนาด 70 ตัวอักษร แล้วจึงนำมาปรึกษาเพื่อปรับปรุงแก้ไขและกำหนดประเภทข่าวที่จะส่ง ก่อนเผยแพร่

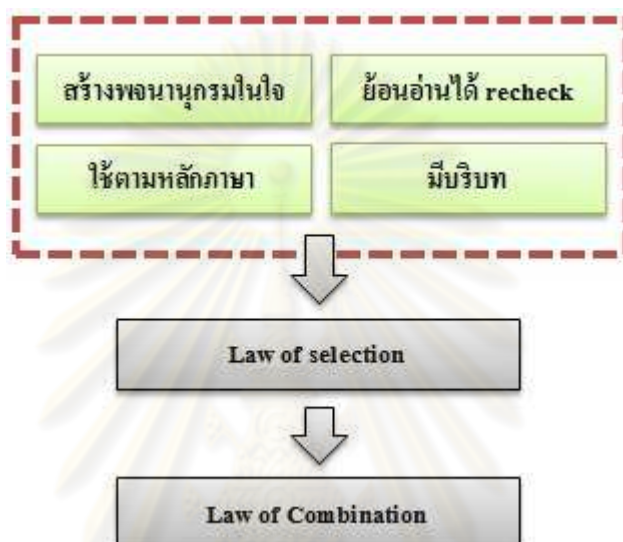
หากมองในแง่บทบาทหน้าที่ของผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) แล้ว การทำงานในตำแหน่ง Rewriter ในแผนก Mobile ต่างจากการเป็นrewriterทั่วไป กล่าวคือ ไม่ได้มีบทบาทเพียงแค่ผู้เขียนข่าวและนายประตูข่าวสาร(gatekeeper) คัดเลือกคัดกรองข้อมูลข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่ยังทำหน้าที่เป็นผู้แปลงรหัสสัญญาณ(sign transformer)ด้วย

หลักสำคัญสำหรับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมี 2 สิ่งก็คือ ความรวดเร็วและความถูกต้อง ซึ่งทั้ง 2 สิ่งนี้มีความขัดแย้งกัน เนื่องจากหากต้องทำงานด้วยความรวดเร็วอย่างเดียวก็มีโอกาสเกิดข้อผิดพลาดได้สูง และหากเน้นทำงานเพื่อตรวจสอบความถูกต้องมากเกินไป ตรวจสอบซ้ำไปซ้ำมาก็จะเกิดความล่าช้า ส่งข่าวไม่ทันการณ์ แต่ในการส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

กลับต้องใช้ทั้ง 2 อย่าง ดังนั้นเป็นหน้าที่ของผู้เข้ารหัสที่จะต้องประสานหลักการที่ขัดแย้งนี้ คือ ต้องสร้างสมดุลระหว่างความเร็วและความถูกต้องไม่ให้เอียงไปข้างใดข้างหนึ่งจนเสียสมดุล และประเภทข่าวอาจเข้ามาเป็นตัวแปร เช่น ข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยน จะเน้นที่ความถูกต้องมากกว่า โดยสามารถสรุปเป็นแผนผังในการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ดังนี้

ภาพที่ 24

แสดงการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น



ผู้เข้ารหัสไม่ได้มีคู่มือในการเข้ารหัสอย่างเป็นรูปธรรม แต่ต้องใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมมา ประกอบกับการประชุมข่าวสื่อสารกันตลอดเวลา เพื่อให้การเข้ารหัส SMS ข่าวเป็นเอกภาพและมีประสิทธิภาพ โดยมีหลักการในการเข้ารหัส ดังนี้

1. สร้างพจนานุกรมในใจ(Mental Dictionary) เนื่องจากผู้เข้ารหัส(ผู้รับบริการ SMSข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) มีบทบาทหน้าที่เป็น rewriter ต้องอ่านข่าวจำนวนมากในการทำงาน จึงสั่งสมประสบการณ์ในการเข้ารหัสได้ว่า คำใดที่ควรใช้ และคำใดไม่ควร โดยไม่จำเป็นต้องมีคู่มือในการเข้ารหัสอย่างเป็นรูปธรรม
2. ย้อนกลับไปอ่านรหัสที่เคยใช้ ด้วยความสามารถของระบบ IES ที่ทำให้ผู้เข้ารหัสสามารถย้อนกลับไปดูข้อความเก่า ๆ และรหัสเก่า ๆ ที่เคยใช้ได้ว่า คำใดเคยใช้อย่างไร สะกดอย่างไร คำใดไม่นิยมใช้ รวมถึงเป็นการตรวจสอบซ้ำ(recheck)ได้ด้วย
3. ใช้รหัสตามหลักภาษาไทย ตามแบบเรียนภาษาไทย ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์การใช้คำ การใช้ภาษาที่คนรับรู้โดยทั่วไปอยู่แล้ว และจะไม่ย่อคำตามอำเภอใจของผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) เนื่องจากการใช้คำตามหลักภาษาไทยจะสามารถสร้างความเข้าใจได้ดีกว่า

4. มีบริบท(Context)ช่วยสร้างความเข้าใจ หากในกรณีที่ต้องใช้คำย่อ คำใหม่ หรือ ภาษาข่าวที่ผู้เข้ารหัสสร้างขึ้นมาก็ยังมีบริบท(Context)แวดล้อมตัวหัสนั้น ๆ ซึ่งมีส่วนช่วยให้ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) สามารถถอดรหัสความหมายของรหัสตัวนั้นและเข้าใจเนื้อหา SMS ข่าวสั้นโดยรวมได้

ในส่วนของการเข้ารหัส ผลการวิจัยพบว่า สามารถแบ่งขั้นตอนในการเข้ารหัสออกได้เป็น 2 ขั้นตอนหลัก ๆ คือ

2.1 การเข้ารหัสของแต่ละบุคคล

2.2 การเข้ารหัสรวม

2.1 การเข้ารหัสของแต่ละบุคคล การเข้ารหัสของแต่ละบุคคลในแผนกนั้นจะยึดเอาตามประสบการณ์ของตนเองที่สั่งสมมาจากการส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น โดยไม่มีคู่มือหลักการเข้ารหัสอย่างเป็นทางการแต่อย่างใด แต่จะอาศัยการพูดคุยประชุมข่าว ทำให้เข้าใจทิศทางการเข้ารหัสไปในทางเดียวกัน โดยมี 2 ขั้นตอนย่อย คือผู้เข้ารหัสคัดเลือกข่าวจากแหล่งข่าวและผู้เข้ารหัสทำการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้น

ขั้นตอนผู้เข้ารหัสคัดเลือกข่าวจากแหล่งข่าว พบว่า ผู้เข้ารหัสจะนำข้อมูลจากข่าวทุกประเภทมาคัดเลือก โดยหลักในการคัดเลือกคือ จะเลือกข่าวสำคัญ ข่าวใหญ่ที่มีผลกระทบต่อคนหมู่มาก รวมถึงข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนมาเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์” ของ เกรือวัลย์ ชัชกุล(2535) พบว่า บรรณาธิการข่าวจะคัดเลือกข่าวจากผู้สื่อข่าวและข่าวเด่น ข่าวสำคัญจากหัวหน้าข่าวแผนกอื่นๆ โดยหัวหน้าข่าวที่สำคัญมากที่สุดของหนังสือพิมพ์ ซึ่งนำมาพาดหัวยักษ์ได้แก่ ข่าวประเภทที่ผู้คนให้ความสนใจ

จากข้อค้นพบในขั้นตอนนี้ ยังสามารถสรุปได้ว่า บทบาทหน้าที่ของนักข่าวในตำแหน่งบรรณาธิการและrewriterนั้น ในกรณีของผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้น ไม่ได้มีบทบาทเหมือนนักข่าว(journalist/reporter)ในตำแหน่งบรรณาธิการและrewriteทั่วไป ที่เป็นเพียงนายประตูข่าวสาร(Gatekeeper)ที่ต้องคัดเลือก คัดกรองข้อมูลข่าวสารเท่านั้น แต่ยังมีหน้าที่เป็นผู้แปลงสาร(transformer)อีกด้วย โดยขั้นตอนผู้เข้ารหัสทำการเข้ารหัสพบว่า ผู้เข้ารหัสมีขั้นตอนในการเข้ารหัสดังนี้

1. อ่านข่าวเต็ม(text1)ทั้งข่าวให้เข้าใจ
2. สรุปเป็นคำพูดของตัวเองให้อยู่ใน 70 ตัวอักษร
3. อ่านออกเสียง ตรวจสอบเรื่องการใช้ภาษา

4. ทบทวนประเด็นว่านำเสนอประเด็นที่ถูกต้องหรือไม่
5. ในกรณีที่ยังเกิน 70 ตัวอักษร ให้เปลี่ยนคำให้สั้นลง

นอกจากนี้ยังพบว่า การส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมีการจำกัดจำนวนให้ส่งได้เพียง 8-10 ข้อความต่อวัน ดังนั้นจึงมีการใส่ 2 ประเด็นข่าวใน 1 ข้อความและใช้เครื่องหมายคั่นประเด็น รวมถึงใช้ตัวย่อเพื่อประหยัดพื้นที่ แต่จะเน้นใช้เฉพาะตัวย่อที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายเท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของสุชาติ นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า ผู้ใช้บางส่วนพบปัญหาจากการใช้อักษรย่อ เนื่องจากผู้เขียนข่าวอาจจะกำหนดขึ้นมาใช้เองหรือเป็นอักษรย่อทางการที่ผู้อ่านยังไม่คุ้นเคย จึงไม่สามารถคาดเดาความหมายได้

สิ่งที่สังเกตได้ก็คือการใช้รหัสคำย่อ นั้น ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก. Mobile News) จะเลือกใช้เฉพาะคำที่เลือกใช้บ่อย ๆ เท่านั้น เช่น คำว่า “พท.” ย่อมาจาก พื้นที่ หรือ “รบ.” ย่อมาจาก รัฐบาล คำเหล่านี้ล้วนเป็นคำสำคัญที่มักจะปรากฏในข่าวบ่อย ๆ ผู้เข้ารหัสจึงเลือกใช้คำย่อ เนื่องจากเมื่อส่งข้อความ SMS ข่าวสั้นออกไปแล้ว ผู้ถอดรหัสที่ได้รับรหัสนี้บ่อย ๆ จะมีความคุ้นเคยและเข้าใจความหมายได้อย่างถูกต้อง

เมื่อเปรียบเทียบกับ SMS ข่าวสั้นของ จส.100 ที่ส่งข่าวเกี่ยวกับการจราจร โดยมีการใช้ตัวย่อเช่น “สพล.” ย่อมาจาก สะพานลอย หรือ “ตรค.” ย่อมาจาก ต่างระดับ หากเป็นบุคคลทั่วไปจะไม่เข้าใจความหมายเนื่องจากไม่ใช่คำย่อที่ใช้กันโดยทั่วไป แต่กับผู้ถอดรหัสที่รับบริการ SMS ของจส.100 จะสามารถเข้าใจความหมายได้ เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับรหัสภาษาของทางวิทยุจส.100 ที่ใช้ในการรายงานการจราจรอยู่บ่อย ๆ

2.2 การเข้ารหัสร่วม การเข้ารหัสร่วมในการเขียน SMS ข่าวเนชั่น พบว่า เกิดขึ้นเนื่องจากการใช้รหัสบางตัวหรือคำบางคำ ที่อาจไม่ได้มีในพจนานุกรมกำหนดว่า จะต้องสะกดอย่างไรจึงถูกต้อง รวมถึงการใช้คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศด้วย ดังนั้นผู้เข้ารหัสจึงมีการตกลงกันในการใช้รหัสให้เหมือน ๆ กัน แล้วกำหนดให้เป็นมาตรฐานต่อไป โดยจะเน้นใช้คำที่เรียบง่าย เป็นภาษาระดับภาษาเขียนแต่เข้าใจง่าย รวมถึงการเลือกใช้คำให้เห็นภาพ คล้ายกับการสรุปข่าวใน 1 ข้อความ เพื่อรายงานข้อเท็จจริง มากกว่าคำที่สร้างสีสันเพื่อแสดงอารมณ์หรือความคิดเห็น สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของสุชาติ นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า ผู้เขียนข่าวใช้ภาษาเรียบง่าย กะทัดรัด ชัดเจน และต้องเป็นที่ยอมรับยอมทำให้ผู้อ่านข่าวสามารถทำความเข้าใจเนื้อหาข่าวสั้นได้อย่างรวดเร็ว และตรงกับวัตถุประสงค์ที่นักข่าวต้องการ โดยมี 2 ขั้นตอนย่อย คือ ผู้เข้ารหัสปรึกษา ปรับปรุงแก้ไข SMS ข่าวสั้น และผู้เข้ารหัสเลือกประเภทข่าวในการส่ง SMS ข่าวสั้น

นอกจากนี้จากข้อค้นพบดังกล่าว ยังสามารถนำ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมา เปรียบเทียบกับการเขียนพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ ดังภาพที่ 3 ในหน้า 10 ของบทที่ 1 ดังนี้

ภาพที่ 3

แสดงความเหมือนและแตกต่างของพาดหัวข่าวกับ SMS ข่าวสั้น

| ชื่อเหมือน | ชื่อแตกต่าง | |
|-----------------------|--|---|
| | พาดหัวข่าว | SMS ข่าว |
| พื้นที่จำกัด | ขึ้นอยู่กับขนาดตัวอักษรและความสำคัญของข่าว ไม่ต้องครอบคลุม มีข่าวเต็มให้อ่าน | 70 ตัวอักษร ต้องบอกเล่าให้ครอบคลุมประเด็น |
| ใช้ภาษาพูด | ใช้คำมีสีสัน ตื่นเต้น คำแสดง | ใช้คำเข้าใจง่าย ไม่หวือหวา |
| ใช้ภาษาข่าว | เขียนเน้นอารมณ์ ความรู้สึก | ขึ้นอยู่กับประเภทข่าว |
| ใช้คำย่อ | ตามพจนานุกรม/สร้างใหม่ | ตามพจนานุกรม/สร้างใหม่ |
| มีบรรณาธิการข่าว(บก.) | บก.ตัดสินใจคนเดียว | บก.-นักข่าวตัดสินใจ |
| | มีเวลาเลือกข่าว จัดทำหลายชั่วโมง ปิดเล่มเวลาเที่ยงคืน | มีเวลาเลือกข่าว จัดทำข่าวน้อย ต้องทำไม่เกิน 10 นาที |
| | เป้าหมายเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้รับสารให้ซื้อ | เป้าหมายเพื่อสรุปเนื้อหาประเด็นข่าวให้กับผู้รับสาร |

จากภาพจะพบว่าเป้าหมายในการใช้รหัสสัญลักษณ์ที่แตกต่างกัน โดยพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ จะมีเป้าหมายเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้รับสารให้ซื้อหนังสือพิมพ์ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์” ของ เกรือวัลย์ ชัชกุล(2535) ในขณะที่เป้าหมายในการใช้รหัสสัญลักษณ์ของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นใช้เพื่อสรุปเนื้อหาประเด็นข่าวให้กับผู้รับสาร

ขั้นตอนเข้ารับการศึกษา ปรับปรุงแก้ไข SMS ข่าวสั้น พบว่า หลังจากผู้เข้ารหัส(นักข่าวและ บก.Mobile News) แยกย้ายกันเขียน SMS ข่าวสั้นเสร็จแล้ว ก็จะนำมาเสนอกันในแผนกอีกครั้ง เป็นกระบวนการrecheck เพื่อปรึกษา ปรับแก้ภาษา การใช้คำ หรือแก้คำผิด เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาด

เนื่องจากผู้เข้ารหัสจะทำงานกับรหัสที่ตัวเองเขียนจนเกิดความคุ้นเคย(familiarity) จนทำให้เห็นถึงความผิดพลาด(error)ของตัวเอง จึงต้องมีการนำข้อความ SMS ข่าวสั้นที่เข้ารหัสแล้วนำมาปรึกษากันกับผู้เข้ารหัสคนอื่น ๆ อีกครั้งเพื่อเป็นการตรวจสอบซ้ำ(recheck) ซึ่งการทำงานขั้นตอนนี้จะมีการพูดคุยปรึกษากันตลอดเวลาโดยผ่านโปรแกรมแชท MSN ของ Window live ดังนั้นในการทำงานของแผนก Nation Mobile News จึงเหมือนกับการได้นั่งประชุมข่าวกันตลอดเวลา

ขั้นตอนผู้เข้ารหัสเลือกประเภทข่าวในการส่ง SMS ข่าวสั้น พบว่า หลังจากที่ผู้เข้ารหัสปรึกษากันในขั้นตอนสุดท้ายแล้ว จะต้องเลือกว่า SMS ข่าวสั้นข้อความนั้น ๆ จะส่งไปเป็น SMS ข่าวประเภทใดใน 6 ประเภทคือ ท้นข่าว คมชัดลึก บันเทิง ธุรกิจ หุ้น อตราแลกเปลี่ยน ซึ่งในบางครั้งจะมีกรณีที่เป็นข่าวสำคัญ ๆ จะมีการส่งข่าวมากกว่า 1 ประเภทข่าว ซึ่งผู้เข้ารหัสสามารถแยกความแตกต่างในการส่งข่าวแต่ละประเภท โดยการเลือกใช้ภาษา และเลือกประเด็นในการส่งข่าวให้เหมาะสมกับประเภท SMS ข่าวนั้น ๆ

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ในขั้นตอนการคัดเลือกข่าวและเข้ารหัสนั้น ผู้เข้ารหัสได้แยกย้ายกันไปเข้ารหัสตามของแต่ละบุคคลแล้ว จำเป็นจะต้องนำ SMS ข่าวสั้นนั้นมาปรึกษา แก่ใจกันในกลุ่ม ก่อนที่จะเลือกประเภทข่าวในการส่งต่อไป โดยการเข้ารหัสจะยึดหลักการใช้ภาษาเรียบง่าย แม้แต่การใช้คำย่อก็จะเน้นใช้เฉพาะคำที่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปเท่านั้น และในกรณีที่เป็นข่าวใหญ่ ข่าวสำคัญ อาจจะต้องส่ง SMS ข่าวสั้นนั้น ๆ ออกไปมากกว่า 1 ประเภท โดยใช้หลักการ Law of Selection คือการเลือกใช้ความหมายแบบ Paradigmatic โดยใช้รหัสที่มีความหมายเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ทำให้แม้จะเปลี่ยนคำที่ใช้แต่ความหมายยังคงเดิม แล้วใช้ Law of Combination คือการนำสัญลักษณ์ (รหัส) มารวมกันโดยการเล่าเรื่องแบบ Syntagmatic เพื่อนำรหัสที่คัดเลือกแล้วมาผสมรวมเขียนเป็น SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นออกมาในมุมมองที่หลากหลาย อย่างไรก็ตามในการทำงานจะต้องพูดคุยสื่อสารกันผ่านทาง MSN เพื่อเป็นการประชุมข่าวตลอดเวลา

ขั้นที่ 3 ส่ง SMS เผยแพร่

ในขั้นตอนนี้เป็นการส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นจากผู้เข้ารหัสผ่านไปยังระบบ IES เพื่อส่งออกไปยังเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่(Operator) แล้วส่งต่อไปยังผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น)

ขั้นตอนนี้การส่ง SMS เผยแพร่ พบว่า ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) จะกดส่งข่าวได้ในระบบ IES ซึ่งจะขึ้น Status เป็นตัวเลข 0 อยู่ประมาณ 5 วินาที ก่อนที่จะเปลี่ยนเป็นเลข

อื่น ๆ ซึ่งแปลว่า SMS ข่าวนั้นนั้นได้ถูกส่งออกไปสู่ระบบแล้ว ดังนั้นจึงหมายความว่า หากผู้เข้ารหัสรู้ว่าได้ส่งข้อความผิดพลาด ก็มีเวลา 5 วินาทีที่จะเข้าไปล็อกข้อความและแก้ไข

แต่นอกจากนี้ก็ยังมีส่วนของระบบที่ควบคุมไม่ได้ กล่าวคือเมื่อส่ง SMS ข่าวนั้นเข้า IES ไปแล้ว Status เปลี่ยนเป็นเลขอื่น SMS ข่าวนั้นจะถูกส่งผ่าน seaver ไปยัง Operator ของเครือข่ายโทรศัพท์ที่เข้าต่าง ๆ (AIS , DTAC , TRUE , HUTCH) ซึ่งหากทางระบบของเครือข่ายโทรศัพท์มีปัญหา SMS ข่าวนั้นที่ถูกส่งไปข้อความนั้น ๆ ก็จะไม่ถึงมือผู้ถอดรหัส

การขัดข้องทางเทคโนโลยียังส่งเป็นอุปสรรคต่อการทำงานของผู้เข้ารหัสได้อีกด้วย ซึ่งเป็นกรณีที่สามารถเกิดขึ้นได้เสมอ เนื่องจากการส่ง SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นงานที่ต้องทำงานกับระบบและคอมพิวเตอร์ โดยปัญหาที่เกิดขึ้นได้ มีดังนี้

1. ไฟฟ้าดับ ทำให้ไม่สามารถใช้ได้ทั้งคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต
2. คอมพิวเตอร์มีปัญหา เช่น ไวรัสลงเครื่อง หรือคอมพิวเตอร์ชำรุด
3. อินเทอร์เน็ตไม่มีสัญญาณ ไม่สามารถส่งข่าวได้

ปัญหาทางเทคนิคทั้ง 3 ประการล้วนเป็นเหตุทำให้ไม่สามารถส่ง SMS ข่าวนั้นได้ เนื่องจากระบบ IES ที่ใช้ในการเขียนและส่งข่าว SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นระบบที่ต้องใช้งานในคอมพิวเตอร์และต้องเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต ดังนั้นจึงต้องมีวิธีแก้ไขตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) แจ้งผู้เข้ารหัสคนอื่น ๆ ให้รับทราบถึงปัญหาและเข้าทำงานแทน เนื่องจากผู้เข้ารหัสทุกคนถูกฝึกฝนมาให้เรียนรู้งานที่ทำอยู่ห้ครบทุกอย่าง เพื่อให้สามารถทำงานแทนกันได้ เนื่องจากงานข่าวไม่มีวันหยุด ต้องมีการรายงานข่าวตลอดเวลา

2) หากไม่มีใครทำงานแทนกันได้ (ตกข่าว) เนื่องจากผู้เข้ารหัสคนอื่น ๆ เกิดปัญหา เช่นเดียวกัน หรือติดธุระยังไม่สามารถเข้ามาทำงานแทนได้ในทันที ต้องใช้เวลาเดินทาง 1-2 ชั่วโมง กรณีนี้หากสามารถกลับเข้าทำงานได้เมื่อใด ผู้เข้ารหัสจะต้องไปสำรวจข่าวช่วงที่ผ่านมา หากมีข่าวสำคัญให้ส่งเป็นความลับหน้าล่าสุดของเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า แม้จะมีการปรับปรุงแก้ไขรหัสอย่างละเอียดรอบคอบเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการส่ง SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นแล้ว แต่ระบบในการส่งข่าวก็ยังเป็นอุปสรรคในการสื่อสารได้ หากในช่วงที่ส่งข่าวออกไปนั้นระบบเกิดมีปัญหาที่ใดที่หนึ่งไม่ว่าจะเป็นจากระบบจากเนชั่นเองหรือจากระบบของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีปัญหา ซึ่งในส่วนระบบของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นก็คือว่าเป็นส่วนที่ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) ไม่สามารถควบคุมได้

ขั้นที่ 4 การถอดรหัส

หลังจากที่ได้ส่ง SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเผยแพร่ไปยังผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น)แล้ว รหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นที่ส่งออกไป ไม่ได้มีแค่รหัส ที่ถูกต้องสมบูรณ์เท่านั้น แต่บางครั้งยังมีกรณีการใส่รหัสผิดพลาด อาจทำให้เกิดการตีความหมายที่ ผิดเพี้ยนไปได้ ซึ่งสามารถสรุปรหัสที่ถูกส่งออกไปได้ดังนี้

4.1 รหัสที่ใช้ได้

4.2 รหัสที่ใช้ไม่ได้

4.1 รหัสที่ใช้ได้ พบว่า จะเป็น SMS ข่าวสั้นส่วนใหญ่ที่แทบทุกข้อความที่ส่งเผยแพร่ ออกไปจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารความหมายของประเด็นข่าวได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ด้วยการเข้ารหัสที่ถูกต้อง โดยเฉพาะการใช้คำย่อในบางคำที่อาจไม่ได้มีในพจนานุกรม รวมถึงคำ ทับศัพท์ภาษาอังกฤษ แต่หากทำให้สามารถเข้าใจความหมายได้ถูกต้องก็จะมีการตกลงกันในกลุ่มผู้ เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) เองให้กำหนดรหัสตัวนั้นให้เป็นมาตรฐานและใช้ให้ เหมือนๆ กันทุกคนเพื่อความเป็นเอกภาพ

4.2 รหัสที่ใช้ไม่ได้ พบว่า เป็น SMS ข่าวสั้นส่วนที่เกิดจากความผิดพลาดในการเข้ารหัส ของผู้เข้ารหัสเองแล้วถูกส่งผ่านระบบเผยแพร่ออกไป ซึ่งรหัสในส่วนที่ใช้ไม่ได้นี้ถือว่ามีสัดส่วนที่ น้อยกว่ารหัสที่ใช้ได้อยู่มาก สามารถแบ่งรหัสที่ใช้ไม่ได้ออกเป็น 2 ส่วนคือ รหัสไม่เข้มงวด กับ รหัสที่เข้มงวด

ในส่วนของรหัสที่ไม่เข้มงวด พบว่า เป็นรหัสที่เมื่อส่งออกไปแล้ว มีการสะกดผิด หรือเกิด ความผิดพลาดในตัวรหัสเล็กน้อย แต่ยังสามารถคงความหมายโดยรวมได้อยู่ ไม่ถึงกับทำให้การ ตีความหมายของเนื้อหา หรือประเด็นหลักเปลี่ยนไป ดังนั้นในส่วนนี้ผู้เข้ารหัสก็จะเก็บความ ผิดพลาดนี้ไว้เป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงไว้ใช้ในครั้งหน้า

ในส่วนของรหัสที่เข้มงวด พบว่า เป็นรหัสที่มีความผิดพลาดในการเข้ารหัสอาจจะเป็นการ ใส่ตัวเลขผิด สะกดคำผิด แต่เป็นความผิดที่ร้ายแรงกว่า เนื่องจากทำให้การตีความหมายของ ประเด็นเนื้อหาของ SMS ข่าวสั้นเปลี่ยนไป ซึ่งในส่วนนี้ หากผู้ถอดรหัส ที่ได้รับ SMS ข่าวของ สำนักข่าวเนชั่นแล้วเห็นข้อผิดพลาด ก็สามารถโทรกลับมาทักท้วงได้ทาง Call Center ของสำนัก ข่าวเนชั่น

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าการเข้ารหัส SMS ข่าวด่วนของสำนักข่าวเนชั่นจะมีทั้งการเข้ารหัสของแต่ละบุคคลก่อน แล้วจึงนำรหัสนั้นมาปริกษาหาหรือ ปรับปรุงแก้ไขทำให้กลายเป็นรหัสร่วม ซึ่งในการทำงานแต่ละขั้นตอนนั้นผู้เข้ารหัสไม่ได้มีหลักเกณฑ์หรือคู่มือตายตัว แต่จะใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมมา นอกจากนั้นในระหว่างการทำงานจะต้องมีการสื่อสารกันเองในทีมตลอด เพื่อให้ SMS ต้นที่ออกมามีคุณภาพและมีความเป็นเอกภาพ อย่างไรก็ตามยังคงมีอุปสรรคที่จะทำให้การสื่อสารไม่สมบูรณ์ก็คือการเข้ารหัสที่ผิดพลาด และปัญหาทางเทคโนโลยีของระบบที่ใช้ในการส่ง SMS ข่าวด่วน

จากกระบวนการทั้งหมดของการสร้างรหัส SMS ข่าวด่วนของสำนักข่าวเนชั่น พบว่า หลักสำคัญคือความรวดเร็วและความถูกต้องโดยผู้เข้ารหัสจะต้องทำให้ทั้งสองสิ่งสมดุลกัน ซึ่งผู้เข้ารหัสไม่ได้มีคู่มือในการทำงานอย่างเป็นรูปธรรม แต่อาศัยการทำงานจากประสบการณ์ที่สั่งสมมาจนกลายเป็นความสามารถเฉพาะตัว ซึ่งสามารถสรุปออกเป็นคุณสมบัติของผู้เข้ารหัส SMS ข่าวด่วนของสำนักข่าวเนชั่นได้ดังนี้

1. ต้องเขียน SMS ข่าวด่วนให้เสร็จทันในเวลาไม่เกิน 10 นาที หากเกินจากนั้นให้เป็นเหตุผลในการตรวจสอบข้อมูลข่าวจากนักข่าวในสำนักข่าวเนชั่นเท่านั้น
2. ต้องอ่านข่าวทุกข่าว(text)ให้ได้ใจความและทำความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากข่าวที่อ่านเป็นเพียงข้อมูล(information) เพื่อให้ได้รับรู้ข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ว่า ใคร(Who) ทำอะไร(What) เมื่อไหร่(When) ที่ไหน(Where) ทำไม(Why) และอย่างไร(How) ซึ่งเป็นเพียงการอ่านเพื่อรับรู้และสรุปใจความเท่านั้น ไม่ต้องใช้การตีความหมายที่ต้องใช้เวลาในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ต้องมีการมองประเด็นข่าวที่แหลมคม รู้ว่าในข่าว 1 ข่าวมีส่วนใดที่เป็นประเด็นสำคัญสามารถดึงมาไว้ใน 70 ตัวอักษรแล้วทำให้ผู้ออกรหัสเข้าใจใจความสำคัญของข่าวได้
4. ต้องอาศัยเวลาในการฝึกฝน ทำงานจริง เพื่อสั่งสมประสบการณ์จนกลายเป็นความสามารถเฉพาะตัว ซึ่งใช้เวลาอย่างน้อย 3 เดือนจึงจะสามารถเข้าเวรทำข่าวคนเดียวได้ และใช้เวลาอย่างน้อย 1 ปีจึงจะทำงานได้คล่องแคล่ว สามารถเขียน SMS ข่าวด่วนที่มีประสิทธิภาพด้วยความเร็วแล้วและถูกต้องได้

ประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสารที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร

จากการสัมภาษณ์ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) จำนวน 12 คน พบว่า จะมีทั้งผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ที่อ่านแล้วเข้าใจเนื้อหาประเด็นใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นอย่างดี และส่วนที่ไม่เข้าใจ หรือเข้าใจความหมายผิดไป และหลังจากที่เกิดผลในความเข้าใจหลังจากถอดรหัสแล้ว ก็ยังมีบางส่วนที่มีการดิชมกลับมา ยังสำนักข่าวเนชั่นอีกด้วย โดยขั้นตอนในการถอดรหัสสามารถแบ่งได้เป็น 2 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. แบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส
2. การมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส

1. แบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส

ในขั้นตอนนี้ พบว่า พฤติกรรมในการใช้สื่อของผู้ถอดรหัสส่วนใหญ่จะใช้การรับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นสื่อรอง เนื่องจากข้อจำกัดของเนื้อหาที่มีเพียง 70 ตัวอักษรซึ่งอาจไม่เพียงพอ ทำให้ต้องไปติดตามข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ เพิ่มเติม ซึ่งความแตกต่างในการรับสื่อช่องทางอื่นนี้เองถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อเข้าใจในการถอดรหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ สุชาติ นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า ผู้อ่านข่าวสั้นส่วนใหญ่ใช้เป็นสื่อรอง เนื่องจากข้อจำกัดของเนื้อหาข่าวในบางครั้งไม่สามารถเติมเต็มความอยากรู้ในข่าวสารนั้นแก่ผู้อ่านได้ ดังนั้นจึงนิยมใช้เป็นสื่อรอง โดยแบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส แบ่งเป็น 3 รูปแบบคือ เข้าใจ ไม่เข้าใจและเข้าใจผิด

ในส่วนของผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ที่มีความเข้าใจในตัวรหัสของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเป็นอย่างดี พบว่า ผู้ถอดรหัสมีการติดตามข่าวสารจากช่องทางอื่นอย่างสม่ำเสมอ ได้แก่ โทรศัพท์ วิทยุ Website รวมถึงรับ SMS ข่าวสั้นจากสำนักข่าวอื่นด้วย ทำให้สามารถเข้าใจสำนวนภาษา คำย่อ หรือความหมายของเครื่องหมายที่ใช้ใน SMS ข่าวสั้นได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับบริการ” ของ นภัสสร เดชสุวรรณ(2550) ที่พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่มีความเข้าใจในเนื้อหาข่าวที่ได้รับผ่านทาง SMS ได้เป็นอย่างดี ล้วนแล้วแต่มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ถึงแม้เนื้อหาข่าวจะมีลักษณะที่สั้น กระชับ แต่ก็ได้ใจความก่อนให้เกิดความเข้าใจในข่าวที่รับได้ไม่ยาก

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ที่มีความเข้าใจดีนั้น ส่วนใหญ่จะมีวิถีชีวิต คนใกล้ชิด ครอบครัว หรือหน้าที่การงานที่เกี่ยวข้องอยู่ในแวดวงของข่าวที่รับบริการประเภทนั้น ๆ

ในส่วนของผู้ถอดรหัส(ที่ไม่เข้าใจในตัวรหัสของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น พบว่า จะมีความไม่เข้าใจในรหัสเพียงบางตัว แต่จะยังคงมีความเข้าใจในเนื้อหาโดยรวมและประเด็นหลักของ SMS ข่าวสั้น เนื่องจากการติดตามข่าวสารจากสื่อช่องทางอื่นด้วยในเวลาที่เหมาะสม ซึ่งรหัสที่ผู้ถอดรหัสไม่เข้าใจก็คือ ตัวย่อ ภาษาข่าว สัญลักษณ์และศัพท์เฉพาะทางเทคนิค สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ สุธาสินี นิรัตติมานนท์(2550) พบว่า ปัญหาเรื่องตัวย่อ พบมากในการรายงานข่าวสั้น นักข่าวใช้คำย่อที่ไม่รู้จักอย่างแพร่หลายเป็นปัญหาการเข้ารหัสและถอดรหัส ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การใช้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร” ของ นกัสนธร เดชสุวรรณ(2550) พบว่า ข่าวที่มีเนื้อหา รายละเอียดค่อนข้างมาก ทำให้ผู้ให้บริการต้องใช้อักษรย่อในเนื้อหาเป็นจำนวนมาก จะส่งผลให้เกิดความไม่เข้าใจในข่าวนั้นได้

ในส่วนของผู้ถอดรหัสที่มีความเข้าใจผิดในตัวรหัสของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น พบว่า กรณีนี้จะเกิดขึ้นเป็นส่วนน้อย ผู้ถอดรหัสจะเกิดความเข้าใจผิดต่อรหัสก็ต่อเมื่อผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News)ทำการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นผิดพลาดไปจนถึงขั้นทำให้เข้าใจรหัสตัวนั้นผิดไปเป็นคำอื่น หรือในกรณีที่เป็นการเว้นวรรคผิดวรรคตอน ก็ทำให้ผู้ถอดรหัสเกิดความเข้าใจผิดได้

ในส่วนของการข้อค้นพบเกี่ยวกับแบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัสในเรื่องความเข้าใจรหัสผิด ยังพบว่า แตกต่างกับงานวิจัยเรื่อง “การถอดรหัสของผู้รับสารต่อการเสนอข่าวของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรณีกรือเซะและตากใบ” ของ สมัชชา นิลปัทม์(2549) ที่พบว่า ผู้รับสารส่วนใหญ่ปฏิเสธความหมายมากกว่าที่จะคล้อยตามการรายงานข่าวของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ซึ่งหากนำมาเปรียบเทียบกับแบบแผนความเข้าใจในการถอดรหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เรื่องเข้าใจรหัสผิด จะพบว่ามีความแตกต่างกัน คือ ในการเข้าใจรหัสผิด เมื่อผู้ส่งสารซึ่งก็คือผู้เข้ารหัสตีความมาอย่างไร แต่ผู้รับสารซึ่งก็คือผู้ถอดรหัสกลับตีความไปคนละแบบ ทำให้เกิดการเข้าใจที่ไม่ตรงกัน คือเข้าใจผิดไปเป็นอีกอย่างหนึ่งได้ แต่ก็

อาจจะไม่ถึงกับก่อให้เกิดการต่อต้านหรือขัดแย้งเหมือนกับการปฏิเสธความหมาย แต่เป็นเพียงเข้าใจรหัสผิดจึงถอดรหัสตีความหมายผิดเพี้ยนไปเท่านั้น

หากมองในแง่ความเข้าใจในตัวสาร ถือว่า SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นมีประสิทธิผลที่ดีต่อการถอดรหัสตัวสาร เนื่องจากผู้ถอดรหัสแม้จะไม่เข้าใจรหัสบ้างแต่ยังสามารถเข้าใจเนื้อหาโดยรวมของ SMS ข่าวนั้นได้อย่างถูกต้อง โดยสาเหตุที่ทำให้เกิดความเข้าใจรหัสที่ต่างกันก็คือ “ความคุ้นเคยในรหัสภาษา” ที่มีอยู่ใน SMS ข่าวนั้น ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. มีความคุ้นเคยกับรหัส โดยผู้ถอดรหัสที่มีความคุ้นเคย เคยเห็นการใช้รหัสภาษาในลักษณะเดียวกับรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวนั้นก็ทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย
2. ไม่มีความคุ้นเคย สำหรับผู้ถอดรหัสที่ไม่มีความคุ้นเคย ไม่เคยเห็นการใช้รหัสภาษาในลักษณะเดียวกับรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวนั้น ทำให้ไม่เข้าใจรหัสตัวนั้น และไม่สามารถคาดเดาความหมายได้ของรหัสตัวนั้นได้โดยรหัสที่เกิดความไม่คุ้นเคยมี 3 ประเภท คือ
 - ตัวย่อ ตำแหน่ง องค์กร
 - ภาษาข่าว
 - ชื่อเล่น (ไม่รู้ว่าเป็นใครกันแน่)

สำหรับปัจจัยที่มีผลสนับสนุนให้เกิดประสิทธิผลที่ดีต่อการถอดรหัสตัวสารมี 3 ประการ

1. การเข้ารหัสที่มีประสิทธิภาพ โดยดูได้จากผู้ถอดรหัสที่แม้ว่าจะมีรหัสบางตัวที่ไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิด แต่ยังสามารถทำความเข้าใจกับ SMS ข่าวนั้นทั้งข้อความได้ โดยดูจากบริบทที่แวดล้อมรหัสตัวนั้น
2. ปริมาณการติดตามข่าวสาร ผู้ถอดรหัสเนชั่นทั้งหมดไม่ได้เสพข้อมูลข่าวสารจาก SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นเพียงช่องทางเดียว แต่ยังสามารถติดตามข่าวสารจากช่องทางอื่นด้วยทำให้เข้าใจประเด็นข่าวต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น
3. ภูมิหลัง จะเห็นได้ว่าผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น)ที่มีภูมิหลัง วิถีชีวิต หรือสิ่งแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องกับ SMS ข่าวประเภทที่ได้รับบริการนั้น ๆ ย่อมมีความคุ้นเคยกับรหัสของข่าวในประเด็นนั้น ๆ ได้มากกว่าผู้ถอดรหัสที่ไม่ได้มีความเกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ยัง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อแบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส ก็คือ ความสนใจในการติดตามข่าวสาร และภูมิหลังของผู้ถอดรหัสโดยพบว่า ผู้ถอดรหัสที่มีความเข้าใจในตัวรหัสเป็นอย่างดีจะมีการติดตามข่าวสารในช่องทางอื่น ๆ อยู่อย่างสม่ำเสมอ และมีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารประเภทที่ได้รับบริการ ไม่ว่าจะเป็นหน้าที่การงาน ครอบครัว คนใกล้ชิด และความสนใจ

ส่วนตัว ในขณะที่ผู้ที่ไม่เข้าใจหรือเกิดความเข้าใจผิดในตัวสารจะมีการติดตามข่าวสารที่น้อยกว่าและไม่ค่อยมีความเกี่ยวข้องในแวดวงของข่าวสารที่ได้รับบริการ

หากมองในแง่ แนวคิดเรื่องการเข้ารหัสและการถอดรหัส (Encoding and Decoding) โดย Stuart Hall นำเสนอว่า “การบิดเบือน” และ “เข้าใจผิด” เกิดได้จากการแลกเปลี่ยนในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ที่มีการให้ความหมายในเรื่องต่าง ๆ ที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละคน รวมถึงภูมิหลังและสถานะของผู้เข้ารหัสและถอดรหัสที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งในกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการ SMS ข่าวข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่นสามารถนำมาเทียบกับแบบจำลองได้ดัง ภาพที่ 7 หน้า 29 ในบทที่ 2 ดังนี้



จากขั้นตอนตาม Model ดังภาพ เป็นไปตาม กระบวนการรายงานข่าว SMS ของสำนักข่าวเนชั่น โดยเริ่มจากการนำข้อมูลข่าวจากในระบบ IES มาคัดเลือกและเขียนข่าว โดยเนื้อหา SMS ข่าวที่นำเสนออย่างไรก็ขึ้นอยู่กับสถานะของผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) ว่า มีอำนาจในการพิจารณาเนื้อหาข่าว ณ ขณะนั้นมากน้อยเพียงใด เนื่องจากผู้เข้ารหัสมี 2 ระดับ คือ บรรณาธิการ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต ที่มีประสบการณ์คร่ำหวอดอยู่ในสนามข่าวมากกว่า 20 ปี และ นักข่าวทั้ง 4 คนที่มีประสบการณ์ในการทำข่าวตั้งแต่ 3-10 ปี ดังนั้นในกระบวนการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ตั้งแต่การคัดเลือกข่าว การเข้ารหัส รวมถึงการเลือกประเภทข่าวที่จะส่ง SMS ข่าวสั้นออกไป ถ้าหากบรรณาธิการอยู่ ก็จะเป็นผู้ตัดสินใจเองทั้งหมด ซึ่งจะทำได้

SMS ข่าวสั้นที่มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ แต่หาก บรรณาธิการไม่อยู่ นักข่าวทั้ง 4 คนซึ่งมีประสบการณ์น้อยกว่าบรรณาธิการจะต้องเป็นผู้นำเสนอ เข้ารหัส ตัดสินใจเสมือนเป็นบรรณาธิการเอง รวมถึงในเวลาเช้าวันหยุดจะแบ่งเวลาทำงานโดยในแต่ละช่วงของวันจะมีนักข่าวปฏิบัติงานอยู่เพียงคนเดียวแต่ต้องส่งข่าวมากมายต่อวัน อาจทำให้ประสิทธิภาพของ SMS ข่าวสั้นนั้น ๆ ลดลงหรือบางครั้งอาจเกิดความผิดพลาดขึ้นได้

“คือเน้นย้ำเพราะทีมที่ทำงาน ผ่านเรื่องใหญ่ ๆ เหตุการณ์สำคัญ ๆ มาแล้ว ก็สามารถแบ่งประเภท และมีพื้นฐานข้อมูล มีความเข้าใจข่าวอยู่แล้ว ทำให้การแบ่งประเภท หรือการเขียนข่าว หนึ่งให้แตกต่างกัน เป็นมุมมอง SMS คมชัดลึก ทันท่วงที หรือบันเทิง ก็ยังได้ มีประสบการณ์ มีความรู้ภาษาไทยดี ทำให้เขียนแตกต่างได้สบาย ๆ รู้จักใช้ภาษาที่ง่ายและตรงประเด็นได้ความรู้สึกด้วย” สุมิตรรา บรรณาธิการข่าว New Media กล่าว

หลังจากนั้น เมื่อผู้ถอดรหัส (ผู้รับสาร) ได้รับ SMS ข่าวแล้วก็จะถอดรหัสเพื่อความหรือประเด็นข่าวได้แตกต่างกันไป ตามภูมิหลังหรือประสบการณ์ของแต่ละคนรวมถึงด้านการติดตามข่าวในชีวิตปกติว่าได้ติดตามข่าวมากหรือน้อย โดยเฉพาะในการรับ SMS ข่าวธุรกิจ หุ้น และอัตราแลกเปลี่ยน ผู้ถอดรหัสที่มีประสบการณ์หรือภูมิหลังชีวิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวงการธุรกิจการเงิน การลงทุนย่อมสามารถถอดรหัสจาก SMS ข่าวประเภทนั้นๆ ได้เข้าใจมากกว่า รวมถึงความสามารถของ Infrastructure ของผู้ถอดรหัสซึ่งก็คือโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ถอดรหัสนั่นเอง เช่น เครื่องบางรุ่นอาจจะรับข้อความโดยอ่านได้แค่ทีละบรรทัดในหน้าเดียว หรือบางรุ่นอาจรับข้อความแบบที่อ่านได้ทั้งข้อความภายในหน้าเดียว ความแตกต่างกันเช่นนี้ก็อาจทำให้ผู้ถอดรหัสเกิดความเข้าใจที่แตกต่างกันได้

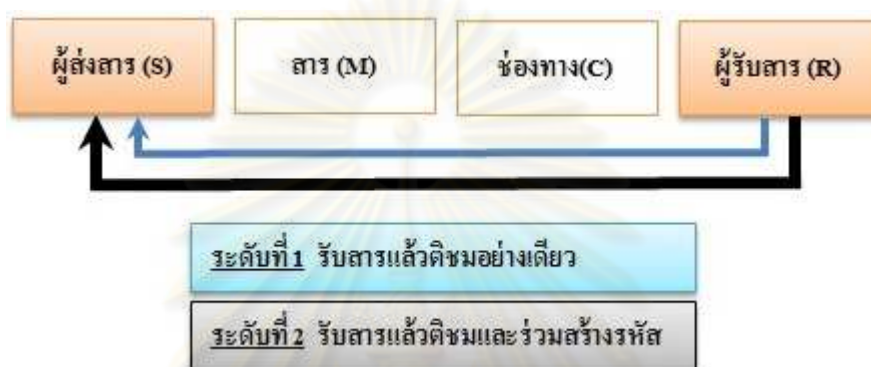
ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าความเข้าใจในการถอดรหัสจะเกิดขึ้นได้หรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) ที่เข้ารหัสได้อย่างถูกต้อง ละเอียดรอบคอบ รวมถึงความสนใจในการติดตามข่าวสารช่องทางอื่น ๆ และภูมิหลังของผู้ถอดรหัสด้วย อย่างไรก็ตามแม้ว่าผู้ถอดรหัสจะไม่มี ความเข้าใจหรือเข้าใจผิดก็เป็นในตัวรหัสบางตัวเท่านั้น ซึ่งทำให้ยังสามารถเข้าใจเนื้อหาข่าวสารนั้น ๆ ในประเด็นหลัก ๆ ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับบริการ” ของ นภัสสร เดชสุวรรณ(2550) พบว่า การใช้อักษรย่อในเนื้อหาจำนวนมาก จะส่งผลให้เกิดความไม่เข้าใจในข่าวนั้น ๆ ได้ แต่ถึงแม้ว่าข้อความข่าวจะก่อให้เกิดความไม่เข้าใจในเนื้อหาข่าวนั้น ๆ อย่างไร ผู้รับบริการส่วนใหญ่ก็ไม่วิตกกังวล เนื่องจากสามารถแสวงหารายละเอียดของข่าวนั้น ๆ จากสื่ออื่น ๆ ได้อีกต่อไป

2. การมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส

ในส่วนของการมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส พบว่า ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) หลังจากที่เกิดความเข้าใจ ไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิดใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นข้อความนั้น ๆ แล้วยังมีปฏิกิริยาตอบกลับเป็นการ ดิชม หรือให้ข้อเสนอแนะผ่านทาง Call Center ของสำนักข่าวเนชั่นด้วย สามารถแสดงเป็นแผนผังได้ดังนี้

ภาพที่ 25

แสดงการมีส่วนร่วมสร้างรหัส



การมีส่วนร่วมของผู้ถอดรหัส สามารถแบ่งระดับปฏิกิริยาตอบกลับ(Feedback) ของผู้รับสารออกเป็น 2 ระดับ คือ

2.1 ระดับดิชม แต่ไม่มีส่วนร่วมสร้างรหัส

2.2 ระดับดิชม และมีส่วนร่วมสร้างรหัส

2.1 ระดับดิชมแต่ไม่มีส่วนร่วมสร้างรหัส พบว่า ผู้ถอดรหัส(ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) จะมีปฏิกิริยาตอบกลับโดยโทรติดต่อกลับไปยัง Call Center ของสำนักข่าวเนชั่นในการแสดงความคิดเห็น ดิชม เกี่ยวกับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น แต่ไม่ได้มีการเสนอแนะว่าควรแก้ไขอย่างไร โดยผู้ถอดรหัสส่วนใหญ่จะติชมมากกว่าชม ซึ่งเรื่องที่มีการติเข้ามาส่วนใหญ่มักจะเป็นการใช้รหัสตัวย่อที่ไม่เป็นที่รู้จัก การเว้นวรรคตอนผิดทำให้สับสน การใช้ศัพท์เฉพาะด้านมากเกินไป รวมถึงการส่งข่าวที่ล่าช้า และการสะกดคำผิด

2.2 ระดับดิชมและมีส่วนร่วมสร้างรหัส พบว่า ผู้ถอดรหัสนอกจากแสดงความคิดเห็น ดิชม SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นแล้ว ยังมีการเสนอแนะว่า รหัสที่ได้ดำเนินไปนั้นควรจะแก้ไขให้เป็นอย่างไร โดยสามารถแบ่งการมีส่วนร่วมสร้างรหัสได้ตามความเข้าใจในตัวรหัส คือ ผู้มีส่วนร่วมสร้างรหัสที่เข้าใจรหัส และผู้มีส่วนร่วมสร้างรหัสที่ไม่เข้าใจรหัส

ในส่วนของผู้มีส่วนร่วมสร้างรหัสที่เข้าใจรหัส พบว่า เนื่องจากผู้ถอดรหัสมีความเข้าใจในตัวรหัสเป็นอย่างดีแล้วไม่มีปัญหาการถอดรหัส ดังนั้นข้อเสนอแนะจึงเป็นการแนะนำเรื่องรูปแบบการนำเสนอตัว SMS ข่าวสั้น ได้แก่ ประเด็นข่าวที่ควรหลากหลาย ควรนำเสนอข่าวให้เป็น รวมถึงการเปลี่ยนภาษาที่ใช้เพื่อแยกแยะตัวเลข

ในส่วนของผู้มีส่วนร่วมสร้างรหัสที่ไม่เข้าใจรหัส พบว่า สิ่งที่มีปัญหาคือความไม่เข้าใจและเข้าใจผิดในตัวรหัสต่าง ๆ ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ดังนั้นในการตีพิมพ์และเสนอแนะให้ปรับปรุง ก็จะเป็นเรื่องของรหัส อันได้แก่ การใช้ตัวย่อที่มีมากเกินไป หรือตัวย่อที่ไม่เป็นที่รู้จัก โดยแนะนำว่าน่าจะใช้เป็นคำเต็มไปเลย แต่ในส่วนของตัวย่อที่เป็นที่รู้จักก็ให้คงไว้ได้ รวมถึงการใช้ภาษาข่าวมากเกินไปทำให้ไม่เข้าใจความหมาย โดยแนะนำว่าควรใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย ตามปกติมากกว่า

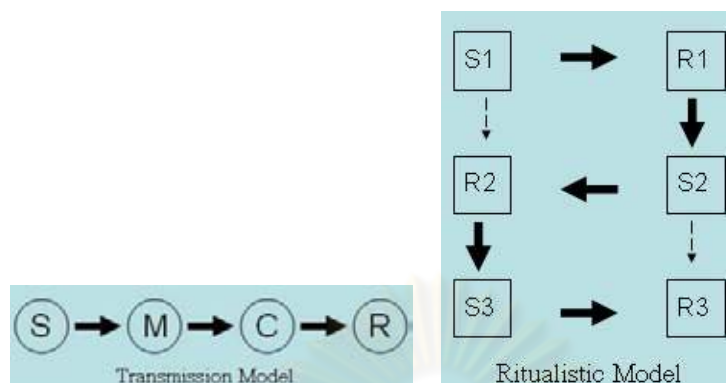
ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้ถอดรหัสสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างรหัส SMS ของสำนักข่าวเนชั่นได้ ไม่ว่าจะมีความเข้าใจ ไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิดในตัวรหัสก็ตาม แต่การมีส่วนร่วมสร้างรหัสนั้นจะมีการตีพิมพ์และให้ข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันไปโดยมีความสัมพันธ์กับแบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัสด้วย อย่างไรก็ตาม ทุกคำตีพิมพ์และข้อเสนอแนะก็มีประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไข SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ปัจจัยด้านปริมาณการติดตามข่าวสารและภูมิหลังของผู้ถอดรหัสที่แตกต่างกัน ยังมีส่วนในการมีส่วนร่วมสร้างรหัสในระดับที่แตกต่างกันด้วย ตามแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วม (Participation) ในรูปแบบที่เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสารที่เรียกว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication)

ในส่วนของระบบการสื่อสารของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นก็เช่นกันก็ได้มีช่องทาง Call Center ของทางสำนักข่าวเพื่อเปิดให้ผู้รับสารได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตีพิมพ์ แสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อใด ๆ ก็ตามในสำนักข่าวเนชั่นได้ เมื่อนำกระบวนการสื่อสารของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมาเปรียบเทียบกับมุมมองของข้อคำนึงเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สามารถอธิบายได้ ดังนี้

(1) ข้อคำนึงประการแรกเกี่ยวกับคำถามที่ว่า การสื่อสารแบบไหนที่จะเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมได้มาก โดยทั่วไปวงการนิเทศศาสตร์จะแบ่งประเภทของการสื่อสารออกเป็น 2 แบบจำลอง คือ แบบจำลองเชิงถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission Model) และแบบจำลองเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) ดังภาพที่ 4 ในหน้า 12 บทที่ 1 ดังนี้

ภาพที่ 4
แสดงแบบจำลองการสื่อสาร



สำหรับกระบวนการสื่อสารของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้นจะเป็นการผสมผสานระหว่าง แบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร(Transmission Model) กับ แบบจำลองเชิงพิธีกรรม(Ritualistic Model) กล่าวคือ การส่ง SMS ข่าวสั้นถือว่าการถ่ายทอดข่าวสารตามแบบ one-way communication แต่เนื่องจากทางสำนักข่าวเนชั่นได้เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาตอบกลับได้ด้วย จึงถือว่าการสื่อสารแบบ two-way communication ด้วยแม้จะไม่ใช่อการสื่อสารแบบเห็นหน้ากันก็ตาม

(2) ความสำคัญของบริบทการสื่อสารและการมีส่วนร่วม ในวงการนิเทศศาสตร์ยุคใหม่ มีความสนใจในเรื่องบริบทของการสื่อสาร (communication context) ในฐานะตัวแปรที่มีผลต่อการรับรู้ ทัศนคติ และปฏิริยาต่อเนื้อหาข่าวสารทั้งในด้านความเข้าใจ (cognition) อารมณ์ความรู้สึก (affection) และการกระทำ (behavior/performance) คำว่า “บริบทของการสื่อสาร” อาจหมายรวมถึงตั้งแต่เวลา (Time) สถานที่ (space/place) เหตุการณ์ (event) และผู้คนที่อยู่ด้วย รวมถึงมิติด้านความรู้ความเข้าใจด้วย

จากข้อค้นพบในการศึกษาทั้ง 3 ส่วน คือ รหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น กระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น และประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสาร เมื่อแยกเป็นประเภทข่าวทั้ง 6 ประเภทสามารถสรุปได้ว่า ข้อค้นพบใน 3 ส่วนนั้นสอดคล้องกันไป ตามธรรมชาติของข่าวแต่ละประเภท ที่มีผลต่อความเข้มงวดของรหัส มีผลไปถึงการกำหนดกลุ่มผู้ถอดรหัสที่จะสร้างความเข้าใจในตัวรหัสที่แตกต่างกัน

สามารถสรุปเป็นแผนผัง การเปรียบเทียบตามประเภทข่าวได้ ดังนี้

ภาพที่ 26

แสดงการเปรียบเทียบตามประเภทข่าว

| M (ตัวสาร) | หุ่น/แลกเปลี่ยน | ธุรกิจ | ทันข่าว/คมชัดลึก | บันเทิง |
|---------------|-----------------|----------------|-------------------|------------|
| ลักษณะ | static | Dynamic | Dynamic | Dynamic |
| ธรรมชาติ/รหัส | ทางการ | ค่อนข้างทางการ | ค่อนข้างไม่ทางการ | ไม่ทางการ |
| ความเข้มงวด | เข้มงวด | ไม่เข้มงวด | ไม่เข้มงวด | ไม่เข้มงวด |

| S (ผู้ส่งสาร) | ส่งแก้ไข | ส่ง/ไม่ส่งแก้ไข | ส่ง/ไม่ส่งแก้ไข | ส่ง/ไม่ส่งแก้ไข |
|---------------|----------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | | | |

| R (ผู้รับสาร) | เกี่ยวข้อง | เกี่ยวข้อง/ไม่เกี่ยวข้อง | เกี่ยวข้อง/ไม่เกี่ยวข้อง | เกี่ยวข้อง/ไม่เกี่ยวข้อง |
|----------------|------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ความเข้าใจรหัส | เข้าใจดี | เข้าใจ/ไม่เข้าใจ | เข้าใจ/ไม่เข้าใจ | เข้าใจ/ไม่เข้าใจ |
| สร้างรหัส | มีส่วนร่วม | มี/ไม่มีส่วนร่วม | มี/ไม่มีส่วนร่วม | มี/ไม่มีส่วนร่วม |

จากภาพที่ 26 สามารถแบ่งข้อแตกต่างในข้อค้นพบตามคุณลักษณะของข่าวแต่ละประเภทได้ดังนี้

1. แบบตายตัว (static) คือ ประเภท ข่าวหุ่น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน เป็นข่าวที่ต้องใช้ภาษาเป็นทางการ ทำให้ต้องมีความเข้มงวดของรหัส ดังนั้นเมื่อผู้ส่งสาร (ผู้เข้ารหัส) ทำการเข้ารหัสผิดพลาดจะต้องส่ง SMS ข่าวสั้นไปแก้ไขใหม่ทันที รวมถึงตัวผู้รับสาร (ผู้ถอดรหัส) และเนื่องจากเนื้อหาข่าวที่เฉพาะด้าน ทำให้กลุ่มผู้รับสารเป็นแบบเฉพาะกลุ่ม ต้องมีบริบทที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารด้านนี้ จึงทำให้สามารถเข้าใจในรหัสข่าวได้เป็นอย่างดี นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการสร้างรหัสได้ด้วย

2. แบบเปลี่ยนแปลงหลากหลาย (dynamic) คือ ประเภท ทันข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ เป็นข่าวที่เปลี่ยนแปลงเนื้อหาไปเรื่อย ๆ ไม่ตายตัว ดังนั้นจึงมีทั้งการใช้ภาษาที่ค่อนข้างเป็นทางการ ค่อนข้างไม่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ความเข้มงวดของรหัสขึ้นอยู่กับความร้ายแรงในการผิดพลาด หากผู้ส่งสารเข้ารหัสผิดพลาดแล้วยังสามารถคงความหมายเดิมของเนื้อหาข่าวไว้ได้ก็ไม่ต้องส่ง SMS ข่าวสั้นแก้ไขไปใหม่ ในส่วนของกลุ่มผู้รับสารก็จะหลากหลายตามเนื้อหาข่าว ซึ่งอาจทำให้มีทั้งผู้รับสารที่เข้าใจและไม่เข้าใจในตัวรหัส มีผลถึงการมีส่วนร่วมในระดับที่แตกต่างกันไป

สุดท้ายแล้ว หากกล่าวโดยสรุปในกระบวนการรายงานข่าว SMS ทั้งหมด กระบวนการสื่อสารในทุก ๆ ขั้นตอนเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกันระหว่างแหล่งข่าวกับผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) ที่จะต้องสื่อสารตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าว รวมถึงการสื่อสารกันเองระหว่าง ผู้เข้ารหัสทั้งหมด เพื่อการนำเสนอ SMS ข่าวที่มีเอกภาพ มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูงสุด และสุดท้ายเมื่อ SMS ข่าวได้ส่งผ่านระบบ IES ออกไปถึงมือผู้ถอดรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) การสื่อสารจากผู้ถอดรหัสที่มีการตอบกลับมายังผู้เข้ารหัสก็มีส่วนสำคัญที่จะเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนารูปแบบและเนื้อหาของ SMS ข่าวในอนาคตด้วย

สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“การสื่อสารกันตลอดเวลา สำคัญที่สุด เป็นความจำเป็นเพราะนั่งทำงานคนละมุม การสื่อสารพูดคุยกันได้จะได้เข้าใจประเด็นเพิ่มเติม อย่างที่ไม่ค่อยเข้าใจเรื่องข่าวบันเทิง ได้ออนเอ็ม (chat โปรแกรม MSN) คุยกับทีมก็รู้เรื่องมากขึ้น ถ้าหลุดการติดต่อกันจริง ๆ ก็โทรหากัน หรือบีบี (โปรแกรม chat ของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry) หรือฝากบอกกันได้ เพราะฉะนั้น การสื่อสารมันคือหัวใจการทำงาน

สำหรับการศึกษาวิจัย พบข้อสังเกตที่เกิดขึ้นในส่วนของผู้วิจัย ซึ่งเป็นความแตกต่างที่สามารถเปรียบเทียบได้ในช่วงเวลาก่อนและหลังการทำวิจัยโดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ในส่วนของผู้วิจัย เนื่องจากผู้วิจัยทำงานเป็น 1 ใน ผู้เข้ารหัสทีม Mobile News ของสำนักข่าวเนชั่นด้วย ดังนั้นจึงสามารถพบข้อแตกต่างในการทำงานดังนี้

ก่อนทำวิจัย : ทำงานเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นตามปกติ ไม่รู้ว่าปัญหาคืออะไร ใช้ประสบการณ์และความคุ้นเคยเป็นแนวทางในการทำงาน

หลังทำวิจัย : รู้และเข้าใจถึงปัญหาในการเข้ารหัสและถอดรหัส SMS ข่าวสั้น รู้ถึงขั้นตอนในการทำงาน ซึ่งทำให้การทำงานเป็นระบบมากขึ้นและนำไปสู่การแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด

2. ในส่วนผู้เข้ารหัส เป็นความแตกต่างในสามารถรับรู้ได้ในขั้นตอนการสัมภาษณ์การทำงานของทีม Mobile News ของสำนักข่าวเนชั่นทั้ง 5 คน ซึ่งพบข้อแตกต่างในช่วงต่าง ๆ ดังนี้

ก่อนสัมภาษณ์ : ทำงานกันตามปกติ โดยใช้ความคุ้นเคยและประสบการณ์เป็นแนวทางในการทำงาน

ขณะสัมภาษณ์ : มีการพยายามสร้างภาพในการตอบคำถาม จนทำให้ผู้วิจัยต้องแจ้งว่า ห้ามมีการสร้างภาพ ให้ตอบตามข้อมูลจริง ไม่เช่นนั้นข้อมูลที่ได้อาจไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ หลังจากนั้นผู้เข้ารหัสจึงตอบคำถามตามข้อเท็จจริง ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

หลังสัมภาษณ์ : มีการสื่อสารกันในการทำงานมากขึ้นเนื่องจากผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้เข้ารหัสด้วยการสัมภาษณ์กลุ่ม(group interview) ซึ่งมีบรรณาธิการเข้าร่วมเป็น 1 ใน 5 ในการสัมภาษณ์ด้วย ทำให้ผู้เข้ารหัสในทีมสามารถรับรู้และเข้าใจแนวทางในการทำงานจากบรรณาธิการข่าวได้ชัดเจนมากขึ้น

ตอบข้อสันนิษฐานงานวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น” จากข้อค้นพบทั้งหมด พบว่า ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อสันนิษฐาน โดยสามารถสรุปในแต่ละข้อได้ดังนี้

1.กระบวนการใส่รหัสใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น เป็นการกำหนดขึ้นจาก ข้อจำกัดด้านพื้นที่ จำนวนข่าว ประเภทของข่าว อารมณ์ของข่าว (Mood) โดยผู้ส่งสารทั้งหมดได้ร่วมกันสร้างรหัสขึ้นแล้วกำหนดเป็นมาตรฐาน เพื่อการสื่อความหมายถึงเนื้อหาข่าวทั้งหมดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจตรงกัน

ตรงกับผลการวิจัยในส่วนของกระบวนการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ที่พบว่า SMS ข่าวสั้นถูกจำกัดอยู่เพียง 70 ตัวอักษร ตามมาตรฐานขององค์กร ETSI (European Telecommunications Standards Institute) เพื่อให้ข้อมูลมีความรวดเร็วในการส่งต้นทางผ่านชุมสายไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ปลายทาง (สุชาติ นิรัตติมานนท์ ,2550 : 4) ทำให้ต้องมีการใช้คำย่อ คำใหม่ เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

นอกจากนี้ในแต่ละเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการกำหนดให้ส่งข่าวได้เพียงวันละ 8-10 ข่าวในแต่ละประเภทข่าว โดยในการเลือกใช้รหัสเพื่อเขียนส่ง SMS ข่าวสั้นจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมเพื่อให้เข้ากับประเด็น ประหยัดพื้นที่ ให้อารมณ์ข่าวที่แตกต่างและหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก โดยผู้เข้ารหัสเริ่มจากเข้ารหัสของแต่ละบุคคลก่อน จากนั้นจึงนำ SMS ข่าวสั้นข้อความนั้นมาเข้ารหัสร่วม เพื่อเป็นการตรวจสอบรหัสและกำหนดให้เป็นมาตรฐาน ทำให้การสื่อความหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.ปริมาณการติดตามข่าวสารที่แตกต่างกันของผู้รับสาร มีผลต่อความเข้าใจในตัวสารที่แตกต่างกัน ผู้รับสารจะต้องมีพื้นฐานการติดตามข่าวสารในระดับหนึ่ง เนื่องจากภาษาข่าวเป็น

รหัสเฉพาะ นอกเหนือจากการใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อการถอดรหัสที่เข้าใจตรงกันตามความประสงค์ของผู้ส่งสาร

ตรงกับผลการวิจัยในส่วนของประสิทธิผลของการถอดรหัสตัวสาร ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อแบบแผนความเข้าใจต่อการถอดรหัส ก็คือ ความสนใจในการติดตามข่าวสาร และภูมิหลังของผู้ถอดรหัสโดยพบว่า ผู้ถอดรหัสที่มีความเข้าใจในตัวรหัสเป็นอย่างดีจะมีการติดตามข่าวสารในช่องทางอื่น ๆ อยู่อย่างสม่ำเสมอ และมีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารประเภทที่ได้รับบริการ ไม่ว่าจะเป็นหน้าที่การงาน ครอบครัว คนใกล้ชิด และความสนใจส่วนตัว ซึ่งจะทำให้ผู้ถอดรหัสมีความคุ้นเคยกับรหัสเฉพาะต่าง ๆ ของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ทำให้สามารถตีความหมายในเนื้อหาข่าวข้อความนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้อง สร้างประสิทธิผลที่ดีในการถอดรหัส

แนวโน้มและทิศทางในการพัฒนา SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

เมื่อก้าวถึงแนวโน้มและทิศทางในการพัฒนา SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น พบว่า ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) มีความเห็นว่า อนาคตของ SMS ข่าวสั้นจะได้รับความนิยมต่อไปอีกได้อีกอย่างน้อย 3 ปี ถึงแม้ในปัจจุบันความนิยมในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารใน Social Media จะมาแรง เนื่องจากการรายงานข่าวที่รวดเร็ว ทันเหตุการณ์และไม่มีค่าบริการ แต่พบว่า ผู้เข้ารหัสก็มองว่า ยังมีประชาชนอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่สามารถเข้าถึง Social Media ได้หรือไม่สะดวกในการมานั่งหาข้อมูลข่าวสารทางหน้าจอบรรยากาศคอมพิวเตอร์ได้ตลอดทั้งวัน

อย่างไรก็ตาม ทางสำนักข่าวเนชั่นเองก็มีการคิดแผนการรองรับการพัฒนา SMS ข่าวสั้นต่อไปให้เข้ากับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วเช่นกัน

ในเรื่องนี้ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) อธิบายว่า

“อนาคต SMS ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการใช้มือถือและการต้องการรับรู้ข่าวสาร ตอนนี้คนยังรับข่าวสาร ข่าวสั้น ข่าวด่วน เพราะ รู้เรื่อง ด่วน แต่อนาคตไปสู่ 3จี SMS จะผันตัวเองกลายเป็นพาดหัวแล้วให้เข้าไปอ่านใน link อาจจะเป็นกลับไปทำหน้าที่เว็บ หรือในรูปแบบอื่น ๆ ที่กว้างขึ้นอนาคตรูปแบบนี้มีแล้ว แต่คนยังมีพฤติกรรมรับข่าวสั้น ๆ อยู่ สรุป SMS ยังมีอนาคตได้อีกระยะหนึ่ง ที่คุยกันก็ประมาณ 3 ปี

หลังจากนั้นจะนำไปสู่ รูปแบบลิงค์ข่าวเต็มรูปแบบ SMS + link ถ้ามี link ก็ทำให้คนรับข่าวสารได้มากขึ้น คือ SMS ไม่ตาย แต่ปรับเป็น MMS แบบที่เรียกว่า สรุปพาดหัว+link ที่เราทำสรุปข่าวนั้นแหละ และรูปแบบ จากเนื้อหาอย่างเดียว ก็จะเพิ่มเป็น เนื้อหา+รูป+คลิป ในอนาคตต่อไปอีก”

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

การวิจัยครั้งต่อไปในเรื่องนี้ อาจมีการพิจารณาศึกษาวิจัยเพิ่มเติมได้ในแง่ต่อไปนี้

1. ในงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะรหัสและกระบวนการสร้างใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเท่านั้น ดังนั้นหากเป็นไปได้ ก็ควรที่จะมีการศึกษารหัสและกระบวนการสร้างรหัสของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวอื่น ๆ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่หลากหลาย เพื่อการนำมาปรับปรุงพัฒนา SMS ข่าวสั้นให้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารได้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการขยายประเด็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ถอดรหัส ซึ่งก็คือ ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้น ของสำนักข่าวอื่น ๆ ในมุมมองต่าง ๆ ให้เจาะลึกและมีความละเอียดมากขึ้น ทั้งในขั้นตอนการถอดรหัสและการมีส่วนร่วม เพื่อให้รับทราบถึงความต้องการของผู้รับสารที่มีพฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารที่มีความ Active มากขึ้นในปัจจุบัน
3. เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในงานวิจัยครั้งต่อไปก็อาจมีการนำเสนอ รหัสและการบวนการสร้างรหัส รวมถึงการถอดรหัสใน MMS หรือ Wap push (เว็บไซต์ข่าวที่เปิดดูได้เฉพาะในโทรศัพท์เคลื่อนที่)บ้าง เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่เท่าทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้มากยิ่งขึ้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- กาญจนา แก้วเทพ. การสื่อสารสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ Critical Theory : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- กาญจนา แก้วเทพ. แนวพินิจใหม่ในการสื่อสารศึกษา : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.
- กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. สาขารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารการศึกษา : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- กัญญาภัทร์ เพ็ญดาร. สัมภาษณ์, 19 กุมภาพันธ์ 2553
- กมลวรรณ พรหมพิทักษ์. การใช้สัญญาณและรหัสในการสื่อความหมายของบริการข้อความสั้นจากโทรศัพท์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- เครือวัลย์ ชัชกุล. การวิเคราะห์การนำเสนอหัวข้อข่าวของหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- ชุตินธรา วัฒนกุล. ผู้อำนวยการแผนกพัฒนาสื่อใหม่ (New Media) เนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2552
- ชปิติตา หงษ์จักรเพชร. สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2553
- ดิยากร วงศ์เลิศวาทิก. Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553
- ทแก้ว ภูกล้า. กลิ่นไม่เข้าคายไม่ออก. ไทยรัฐ (21 สิงหาคม 2534) : 17.
- ไทยรัฐออนไลน์. โพลชี้คนไทยบริโภคข่าวผ่าน “เอสเอ็มเอส” มากขึ้น. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: www.thairath.co.th [2553, ตุลาคม 15]
- ชนพงศ์ ภูอากาศ. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553
- ธนิดา ทองเงิน. Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553
- เนชั่นชาแนล. บริการเนชั่นโมบายนิวส์. [ออนไลน์]. 2552 แหล่งที่มา: www.nationchannel.com

[2553, ตุลาคม 11]

นภัสสร เดชสุวรรณ. การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับบริการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

บัณฑิต เดือดขุนทด. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553

ปรียาลักษณ์ บุญมั่น. สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2553

พิชชาพัทธ์ อางพงษา. Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553

เพ็ญจันทร์ แสงพิลิตธิ์. สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2553

พิมพ์วิภา ชัยอ่อน. สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2553

พรชัย ชวานาวิก. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553

มาลี บุญศิริพันธ์. หลักการประเมินคุณค่าข่าว: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526.

ยุพเรศ คูกร. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553

วันเพ็ญ กัลป์ศิริไพศาล. ชุดของสัญญาณในการสร้างความหมายของข่าวอาชญากรรม ที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

วสุ กลิ่นเกษร. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553

วรัท พฤษยาคุณนันท์. การสื่อสารที่ด้อยประสิทธิภาพ (Communication Breakdown). [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา:

http://www.edtechno.com/2009/index.php?option=com_content&view=article&id=58:-communication-breakdown&catid=44:webmaster&Itemid=72 [2553, ธันวาคม 7]

รัชดา แดงจำรูญ. กลยุทธ์และเทคนิคในการสร้างข้อความชวนเชื่อ (Propaganda) กรณีศึกษา: กรณีพิพาทระหว่างไทยกับกัมพูชา 27 ม.ค. 2546. [ออนไลน์]. 2547. แหล่งที่มา:

<http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=ajarnmodabac&group=2> [2553, ตุลาคม 20]

ศุภวิทย์ บุญยี่น. สัมภาษณ์, 19 กุมภาพันธ์ 2553

สิริวรรณ นันทจันทุล. การเขียนเพื่อการสื่อสาร 2: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และ กรรณิการ์ สุขเกษม. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ: การวิจัยปัญหาปัจจุบันและการวิจัยอนาคตไกล. : หจก.สามลดา, 2547.

สิทธิศักดิ์ จรรยาอังกูร. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2553

สุชาติ นิรัตติมานนท์. การคัดเลือกและนำเสนอข่าวสั้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์

ปริญญาหมาบัณฑิต , ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
, 2550.

สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต. บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน).
สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553

สมัชชา นิลปัทม์. การถอดรหัสของผู้รับสารต่อการเสนอข่าวของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่ง
ประเทศไทยกรณีหรือเซและตากใบ. วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต , ภาควิชาการ
สื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

เสริมสิริ นิลดำ. ลีลาการเขียนข่าวกับการรับรู้ของผู้อ่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต, ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541

สิรินทร์ ปาลศรี. Steven Huter. Zita Wenzel. ประวัติอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. [ออนไลน์]. 1998
แหล่งที่มา: <http://learners.in.th/blog/yenz/267822> [2553, พฤศจิกายน 24] The Network
Startup Resource Center (NSRC) University of Oregon., 1998.

อิทธิพัทธ์ ปิ่นละโรจน์. Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง
จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553

ภาษาอังกฤษ

Baskette, Floy K., Sissors, Jack Z., Brooks, Brian S. The Art of Editing. McMillan Publishing
Co., 1982

Crump, Spencer. Fundamental of Journalism. McGraw-Hill Book Co., 1974

Gamble, Michel W., Terikwal. Introducing Mass Communication. McGraw-Hill Book Co., 1989

Pamela J. Shoemaker. Gatekeeping. Journalism & Mass Communication Quarterly, 1991

Schramm, Wilbur. Mass Communication. University of Illinois. Press, 1972.

Stuart Hall. Encoding and Decoding. Routledge Publishing Company, 1993.

Stuart Hall. Encoding and Decoding in the Television Discourse. Birmingham, 1973

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวสุภาพรรณ จูตะวสันต์ เกิดวันที่ 27 มีนาคม พศ.2524 ที่โรงพยาบาลศิริราช กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ในปีการศึกษา 2546 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2552

ทำงานเป็นนักข่าวในตำแหน่ง rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ 5 มกราคม พศ.2547 จนถึงปัจจุบัน



ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย