วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2569)

[สุพรรณ พัชนี หน้า 50 - 62]

กลยุทธ์การนำเสนอและการจัดการข่าวสารผ่าน Facebook Pages สื่อมวลชนและเพจข่าวออนไลน์ ในยุคดิจิทัล

Strategies for News Presentation and Management through Facebook Pages of Mass Media Outlets and Online News Pages in the Digital Era

สุพรรณี สมศรี. *คณะนิเทศศาสตร์นวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*
พัชนี เชยจรรยา. *คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*
Supannee Somsri. *School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration.*
Patchanee Cheyjunya. *School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration.*
Email: Supanneesomsri.s@gmail.com, patchaneec@hotmail.com
Received: 16 May 2025; Revised: 1 July 2025; Accepted: 14 July 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การนำเสนอและการจัดการข่าวสารผ่าน Facebook Pages สื่อมวลชนและเพจข่าวออนไลน์ ในยุคดิจิทัล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องในกลยุทธ์การนำเสนอและการจัดการข่าวสารผ่าน Facebook Pages ของสื่อมวลชนและเพจข่าวออนไลน์ในยุคดิจิทัล จำนวน 4 Facebook Pages โดยเลือกจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง Facebook Pages สื่อมวลชน 2 แห่ง และ Facebook Pages เพจข่าวออนไลน์ 2 แห่ง ประกอบไปด้วยผู้ให้ข้อมูล ดังนี้ 1) Facebook Pages Thairath - ไทยรัฐออนไลน์ จำนวน 2 คน 2) Facebook page Nation TV จำนวน 2 คน 3) Facebook Pages อีจัน จำนวน 2 คน และ 4) Facebook Pagese Poetry of Bitch จำนวน 1 คน ผลการวิจัยพบว่า

Facebook Pages ทั้ง 4 แห่ง มีการใช้กลยุทธ์การนำเสนอข่าว ได้แก่ กลยุทธ์ภาพจำ กลยุทธ์การสื่อสารด้วยภาพ กลยุทธ์การใช้ Storytelling กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูล กลยุทธ์ในด้านความเป็น Specialist กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วม กลยุทธ์การสร้างสรรค์สาร กลยุทธ์ความดึงดูดใจ และกลยุทธ์ในการจัดการความคิดเห็น ตามบริบทของแต่ละองค์กรที่แตกต่างกันเพื่อดึงดูดผู้รับสาร ควบคู่ไปกับการจัดการข่าวสารผ่าน Facebook Pages ทั้ง การรวบรวมข้อมูล การเรียบเรียงข้อมูล และการเผยแพร่ข้อมูล

คำสำคัญ : กลยุทธ์การนำเสนอข่าว,การจัดการข่าวสาร, Facebook Page, สื่อมวลชน, เพจข่าวออนไลน์

Abstract

This study aims to investigate the strategies for news presentation and management through Facebook Pages of mass media and online news pages in the digital era.

Using qualitative research methods, the study conducted document analysis and in-depth interviews with individuals involved in news presentation and management through Facebook pages of two mass media outlets and two online news sources. The study focuses on four Facebook pages included: (1) two representatives from the Thairath Online Facebook page, (2) two from the Nation TV Facebook page, (3) two from the E-Jan Facebook page, and (4) one from the Poetry of Bitch Facebook page. The findings reveal that all four Facebook pages employ various news presentation strategies including brand image strategy, visual communication strategy, storytelling strategy, technology utilization for data analysis, specialist strategy, engagement-building strategy, creative content strategy, attraction strategy, and comment management strategy. These strategies are implemented in accordance with each organization's unique context to attract audiences while concurrently managing news content through the Facebook pages by collecting, organizing, and disseminating information.

Keywords : News presentation strategies, News management, Facebook Pages, Mass media, Online news page

บทนำ

ในปัจจุบันบทบาทของนักข่าววิชาชีพสื่อสารมวลชนได้เปลี่ยนแปลงไป จากแต่เดิมที่ผู้ส่งสาร คือ ผู้สื่อข่าววิชาชีพที่มีความรู้ความน่าเชื่อถือ ทำหน้าที่คัดกรองและส่งสาร แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดสื่อพลเมือง และเพจข่าวออนไลน์ขึ้นเป็นจำนวนมาก อีกทั้ง แพลตฟอร์ม Facebook ยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมสูง และสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ในปัจจุบันมีทั้ง Facebook Pages ขององค์กรสื่อเอง และยังมี Facebook Pages ที่บุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นสื่อมวลชน แต่สนใจในการนำเสนอรายงานข่าว สรุปข่าว ทำเพจข่าวออนไลน์ขึ้นมาเป็นของตัวเอง จนมียอดผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก จึงเป็นผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ที่มักจะนำเสนอเนื้อหาที่กำลังเป็นกระแส หรือเป็นเรื่องราวที่หลาย ๆ คนให้ความสนใจ โดยหลังจากที่เนื้อหาได้เริ่มเผยแพร่ออกไป ก็จะเริ่มเกิดเป็นกระแสการบอกต่อของกลุ่มผู้ติดตาม ส่งผลถึงพฤติกรรมการตัดสินใจของกลุ่มผู้ติดตามได้ (รัฐญา มหาสมุทร, 2559) โดย Andrew Beers (2023) ได้ศึกษาผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Influencers) ซึ่งกำลังเข้ามาแทนที่ช่องทางข่าวสารแบบดั้งเดิมในฐานะแหล่งข้อมูลที่ได้รับความไว้วางใจเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง พบว่า ผู้ทรงอิทธิพลเหล่านี้มีการโพสต์หรือสื่อสารกับผู้ติดตามเป็นประจำ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร และยังสามารถสร้าง "ความจริง" ที่แตกต่างกันให้กับผู้รับสารแต่ละกลุ่ม ซึ่งจากการที่ผู้รับสารสามารถเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารได้ ทำให้ทุกคนสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้โดยไม่ต้องผ่านกระบวนการกลั่นกรองจากบรรณาธิการ ข้อมูลจึงถูกสร้างขึ้นเพื่อดึงดูดและแย่งชิงความสนใจจากผู้รับสารที่สนใจตามความต้องการของตนเอง (อรุโณทัย วรรณถาวร,2565)

ด้วยเหตุนี้กลยุทธ์การนำเสนอและการจัดการข่าวสารผ่าน Facebook Pages ระหว่างสื่อมวลชนที่นับว่าเป็นตะเกียงส่องนำทางให้สังคม และเพจข่าวออนไลน์ที่ได้รับความสนใจจากผู้รับสารอย่างมากในปัจจุบัน จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจศึกษาเป็นอย่างยิ่ง เพื่อที่จะได้ทราบถึงวิธีการดำเนินงานตลอดจนกลยุทธ์การนำเสนอและการจัดการข่าวสารผ่าน Facebook Pages ที่มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การนำเสนอข่าวของ Facebook Page สื่อมวลชนและเพจข่าวออนไลน์ ที่มีลักษณะการใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันในยุคดิจิทัล

2. เพื่อศึกษาการจัดการข่าวสารผ่าน Facebook Pages สื่อมวลชนและเพจข่าวออนไลน์ ที่มีลักษณะการดำเนินงานและแนวทางการจัดการข่าวสารที่แตกต่างกันในยุคดิจิทัล

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลและการรายงานข่าว บทบาทและความสัมพันธ์ในการทำงานที่เปลี่ยนแปลงของผู้สื่อข่าวในยุคดิจิทัล โดย Mitchelstein&Boczkowski (2009) กล่าวว่า เครื่องมือบนโลกออนไลน์ทำให้ผู้สื่อข่าวต้องทำงานหลาย ๆ อย่างมากขึ้น มีการผสมผสานเครื่องมือในการรวบรวมข่าว และเทคนิคในการเล่าเรื่องผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ ให้ได้อย่างเหมาะสม จากเดิมที่แต่ละคนไม่ว่าจะเป็นผู้สื่อข่าว ช่างภาพ บรรณาธิการ ฯลฯ จะมีหน้าที่เฉพาะของตนเอง ปัจจุบันกลับกลายเป็นว่าทุกคนต้องสามารถทำทุกอย่างได้ด้วยตัวเอง หรือที่เรียกว่า Multi-skill journalist (Alejandro, 2010)

2.แนวคิดการกำหนดวาระข่าวสาร Rogers and Dearing (1987) กล่าวถึง แนวคิดการจัดการวาระข่าวสารว่าเป็นกระบวนการที่มีองค์ประกอบสำคัญ อยู่ทั้งหมด 3 ประการ คือ 1) ประเด็นที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญ (Media Agenda) เป็นประเด็นเหตุการณ์หรือสถานการณ์ เรื่องราวต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญกับการที่จะนำเสนอไปยังผู้รับสาร 2) ประเด็นที่สาธารณชนให้ความสำคัญ (Public Agenda) คือ ประเด็นเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่สาธารณชน ประชาชน และคนในสังคมนั้น ๆ ต่างให้ความสำคัญ 3) ประเด็นที่ผู้กำหนดนโยบายให้ความสำคัญ (Policy Agenda) คือ ผู้ที่มีอำนาจจะทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายการนำเสนอ หรือทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายการจัดวาระการนำเสนอของสื่อ

3.แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร ระวีวรรณ ประกอบผล (2540) ระบุถึงคุณลักษณะในตัวสารที่จะส่งผลต่อการสื่อสาร ได้แก่ 1) เนื้อหาของสาร คือ สิ่งที่เป็นเรื่องราวถ่ายทอดความคิด และความต้องการของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร 2) รหัสของสาร คือ สัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ถ่ายทอดความคิด ข่าวสาร เช่น ภาษา ฯลฯ การเลือกใช้รหัสสารนั้น มีส่วนสำคัญต่อผลของการสื่อสารเป็นอย่างมาก เพราะการใช้รหัสสารที่ผิดไปอาจทำให้ความหมายที่ต้องการสื่อสารผิดไปด้วย 3) การจัดสาร คือ การตัดสินใจของผู้ส่งสารในการเลือกเรียบเรียงรหัสและเนื้อหาของสารให้อยู่ในรูปแบบที่ผู้ส่งสารต้องการ โดยที่ลีลาในการจัดเรียงสารจะแตกต่างกันไปตามผู้ส่งสารแต่ละคน ทั้งนี้การจัดสารจะส่งผลต่อความชัดเจนของสาร และการออกแบบเนื้อหาสาร

4.แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด McLuhan นักทฤษฎีกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism) ให้ความสนใจผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปในการปรับตัวของสื่อตามรูปแบบของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย เมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนระบบการสื่อสารทางสังคมก็จะถูกปรับเปลี่ยนเข้าสู่เทคโนโลยีสารสนเทศไปด้วย หากแต่ยังทำบทบาทหน้าที่หลักของตนเอง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารได้ช่วยขยายประสบการณ์อันจำกัดของปัจเจกบุคคลให้กว้างขวางออกไป สิ่งเหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม และวิถีชีวิตของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไป (กาญจนา แก้วเทพ, 2556)

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการศึกษากลยุทธ์การนำเสนอและการจัดการข่าวสารผ่าน Facebook Pages ขององค์กรทั้งสี่แห่ง โดยผู้วิจัยใช้วิธีการการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) Facebook Pages ที่มีจำนวนผู้ติดตามที่มากกว่า 100,000 คนขึ้นไป ได้แก่ 1) Facebook Page Thairath – ไทยรัฐออนไลน์ 2) Facebook page Nation TV 3) Facebook Page อีจัน และ 4) Facebook page Poetry of Bitch โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 7 คน ได้แก่ 1) รองบรรณาธิการบริหารงานข่าวและโซเชียลมีเดีย ไทยรัฐออนไลน์ 2) บรรณาธิการข่าวโซเชียลมีเดีย ไทยรัฐออนไลน์ 3) บรรณาธิการบริหาร Nation TV และ Nation Online 4) ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารฝ่ายการเมือง Nation TV และ Nation Online 5) บรรณาธิการ Facebook Page อีจัน 6) ผู้อำนวยการฝ่ายเนื้อหา Facebook Pagesอีจัน 7) เจ้าของเพจ Facebook Pages Poetry of Bitch โดยพิจารณาจากบทบาทหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดกลยุทธ์การนำเสนอ และการจัดการข่าวสารผ่าน Facebook Pages ไม่น้อยกว่า 3 ปี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) และมีการกำหนดแนวคำถาม (Interview) เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อทราบถึงการใช้กลยุทธ์การนำเสนอและการจัดการข่าวสารผ่าน Facebook Pages ของแต่ละแห่ง ก่อนจะลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม 2567 และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์และตีความในรูปแบบของการพรรณนา

สรุปผลการวิจัย

1.กลยุทธ์การนำเสนอข่าวของ Facebook Pages

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การนำเสนอข่าวของ Facebook pages ทั้ง 4 แห่ง มีการทำกลยุทธ์ที่หลากหลาย แต่ผู้วิจัยนำมาสรุปภาพรวมของกลยุทธ์ที่เด่นชัดของแต่ละแห่ง ดังนี้

1) กลยุทธ์การนำเสนอข่าวของ Facebook Page Thairath – ไทยรัฐออนไลน์ Facebook Page Thairath – **ไทยรัฐออนไลน์** ได้ถูกสร้างขึ้นภายหลัง Website ไทยรัฐ ปัจจุบันมีจำนวนผู้ติดตาม 18,914,337 คน (สำรวจวันที่ 1 พฤษภาคม 2568) โดยผู้รับสารส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย มีนำเสนอข่าวอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้ใช้โซเชียลมีเดีย โดยมีกองบรรณาธิการ จำนวน 40 คน ทีม social media 15 คน Facebook Page Thairath – ไทยรัฐออนไลน์ ใช้กลยุทธ์การนำเสนอที่หลากหลายเสมือนซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีข้อมูลจำนวนมาก เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของการกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย อีกทั้งยังเพิ่มฐานผู้รับสารใหม่ ๆ โดยมีกลยุทธ์ภาพจำ ในการนำเสนอข้อมูล คือ การเป็น Branding ของชื่อสื่อมวลชนที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาเป็นระยะเวลานาน ผู้รับสารจึงให้การยอมรับ และภาพจำในด้านมีความน่าเชื่อถือในข่าวที่ผ่านการตรวจสอบ ดังนั้น เมื่อผู้รับสารทำการ Share ข่าวจาก Facebook Page Thairath - ไทยรัฐออนไลน์ออกไป ก็จะสร้างความน่าเชื่อถือจากคนอื่น ๆ ได้ นอกจากนี้ยังมี กลยุทธ์การสื่อสารด้วยภาพ ที่นำข้อมูลข่าวสารที่เป็นตัวเลข หรือรายละเอียดข้อมูลที่มีความซับซ้อนมาสรุปในรูปแบบของอินโฟกราฟิก เพื่อให้ผู้รับสารสามารถ เข้าใจง่ายขึ้นภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เข้าถึงพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยการดูถึงความสนใจของผู้รับสารและนำข้อมูลที่นำเสนอออกไปมาวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ อีกทั้งยังมีเครื่องมือที่สามารถมอนิเตอร์การนำเสนอของคู่แข่ง เพื่อนำมาวิเคราะห์ปรับกลยุทธ์ต่อไป กลยุทธ์การใช้ Storytelling พบว่า ผู้บริหารเห็นความสำคัญของการอบรมเทรนนิ่ง ในการเสริมทักษะต่าง ๆ ให้กับผู้สื่อข่าว ซึ่งกลยุทธ์ Storytelling นั้นได้ถูกนำมาใช้ในการเล่าเรื่องผ่านการนำเสนอข้อมูล เพื่อดึงดูดความน่าสนใจจากการชมคลิปวิดีโอจากผู้รับสารที่มากขึ้น

โดยคลิปวิดีโอส่วนใหญ่ที่นำเสนอจะอยู่ที่เวลาประมาณ 3 นาที ซึ่งก่อนการผลิตออกมาจะมีการดูจากระบบ Data ประกอบ พบว่า ผู้รับสารมักจะสนใจในการนำเสนอคลิปวิดีโอใน 10 วินาทีแรก ดังนั้น กลยุทธ์การใช้ Storytelling จะต้องสามารถดึงดูดผู้รับสารให้อยู่นานที่สุดกับคลิปวิดีโอนั้น ๆ ซึ่งปัจจุบัน Facebook Page Thairath – ไทยรัฐออนไลน์ให้ความสำคัญกับการนำเสนอผ่านคลิปวิดีโอเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นช่องทางการหารายได้

2) **กลยุทธ์การนำเสนอข่าวของ Facebook Page Nation TV** พบว่า Facebook Page Nation TV มีจำนวนผู้ติดตาม 4,677,529 คน (สำรวจวันที่ 1 พฤษภาคม 2568) โดยเป็นการต่อยอดมาจากสื่อโทรทัศน์ Nation TV ที่มีการปรับโครงสร้างในการดำเนินงานในส่วนของออนไลน์ควบคู่ไปด้วย ลักษณะของการทำงานจึงเป็นลักษณะของการปฏิบัติงานด้านงานข่าวที่ออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์ และเชื่อมโยงมาสู่สื่อออนไลน์ ผู้รับสารส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่อายุ 50 ปีขึ้นไป และมีบุคลากรในการดำเนินงาน จำนวนประมาณ 100 คน แม้ว่า Nation TV จะเป็นสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน แต่หากภาพรวมในการนำเสนอในปัจจุบันท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงทั้งสื่อมวลชนดั้งเดิมด้วยกันเอง รวมถึงการเข้ามาของเพจข่าวออนไลน์หน้าใหม่และผู้รับสารที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของสื่อดั้งเดิม Nation TV จึงต้องพยายามปรับตัวแต่ก็ยังต้องเผชิญกับความท้าทายที่สูงมาก เนื่องจากมีปัจจัยในเรื่องของกำลังบุคลากร และงบประมาณที่จำกัด ดังนั้น กลยุทธ์ของ Facebook Pages Nation TV จึงใช้ กลยุทธ์ในการปรับตัวเลือกใช้ข้อมูลตามความเหมาะสม ในกลยุทธ์ภาพจำจึงมุ่งเน้นไปที่การทำเฉพาะเจาะจงในข่าวตามแนวทางที่ถนัดและเชี่ยวชาญ คือ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เป็นหลัก ที่สำคัญจะต้องตอบให้ได้รวดเร็ว และครบถ้วนกว่าที่อื่นในเรื่องของข่าวการเมือง และยังเน้นไปที่กลยุทธ์ในด้านความเป็น Specialist ที่มีผู้เชี่ยวชาญทางด้านคิดวิเคราะห์การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม มาเป็นผู้นำเสนอข้อมูลเชิงลึกในด้านการเมือง อีกทั้งในด้านกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เข้าถึงพฤติกรรมของผู้รับสาร หากแต่เป็นเครื่องมือเบื้องต้นที่สามารถวิเคราะห์ในขั้นพื้นฐานได้ เนื่องจากมีเรื่องของงบประมาณและบุคลากรที่จำกัด

3) **กลยุทธ์การนำเสนอข่าวของ Facebook page อีจัน** พบว่า จุดเริ่มต้นเกิดจากเจ้าของเพจอีจันเป็นอดีตนักข่าวสายอาชญากรรม จึงมีความเชี่ยวชาญในการทำข่าวอาชญากรรมเชิงลึก ประกอบกับมีข้อมูลเชิงลึกจำนวนมากจึงได้นำข้อมูลมาทำเป็นคลิปวิดีโอเผยแพร่ใน YouTube และเปิด Facebook Pages เป็นหน้าบ้านเพื่อดึงผู้รับสารไปยัง Youtube แต่กลับพบว่า Facebook Pages ได้รับความนิยมที่มากกว่าจึงได้เกิด Facebook Page อีจันอย่างเป็นทางการ ปัจจุบันมีบุคลากรในการดำเนินงาน Facebook Pages อีจันจำนวน 80 คน มีจำนวนผู้ติดตาม 15,393,181 คน (สำรวจวันที่ 1 พฤษภาคม 2568) กลยุทธ์ภาพจำ ของ Facebook Page อีจัน จึงมีความโดดเด่นในเรื่องของข่าวสืบสวน ข่าวอาชญกรรม แต่ใน Facebook Pages นั้นได้มีการนำเสนอข่าวอื่น ๆ ที่หลากหลาย ทั้งในเรื่องของปากท้องความเป็นอยู่ ข่าวเตือนภัยต่าง ๆ โดยเน้นเรื่องที่ผู้รับสารให้ความสนใจ นอกจากนี้ พบว่า Facebook Page อีจัน ได้มีการใช้กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วม ที่ใช้สไตล์การเขียนข่าวที่ดึงดูดให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมกับการนำเสนอ โดยเป็นการหยิบยกคำ กระตุ้นให้ผู้รับสารแสดงความรู้สึก ไม่ว่าจะเป็นการแสดงถึงความเห็นอกเห็นใจ หรือการขึ้นสเตตัสเพื่อแจ้งให้ทราบและตั้งคำถามปลายเปิดให้ผู้รับสารแสดงความคิดเห็นกับประเด็นนั้น ๆ Facebook Page อีจัน ยังเน้นการใช้กลยุทธ์การสร้างสรรค์สาร ที่มีวิธีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของตัวเอง เช่น การนำเสนอผ่านนิทานอีจัน ในลักษณะของการหยิบยกเหตุการณ์ที่น่าสนใจมาทำการร้อยเรียงเขียนถ่ายทอดผ่านความรู้สึกในรูปแบบของนิทาน เสมือนเป็นตัวแทนความรู้สึกของผู้ที่อยู่ในข่าว มากไปกว่านั้น Facebook Pages อีจัน มีการเน้นย้ำในเชิงนโยบายถึงการหลีกเลี่ยงการทำ Clickbait แต่จะใช้กลยุทธ์ความดึงดูดใจ ในวิธีการเขียนข่าวโปรยหัวเกริ่นนำ ที่ใช้ลีลาลูกเล่นชวนให้ผู้รับสารเข้ามาอ่าน โดยจะไม่ใช้ภาษาที่เป็นทางการ แต่จะใช้ภาษาพูดเหมือนเล่าเรื่องให้เพื่อนฟัง

4) กลยุทธ์การนำเสนอข่าวของ Facebook Page Poetry of Bitch พบว่า การเกิดขึ้นของ Facebook Page Poetry of Bitch เริ่มต้นมาจากเจ้าของเพจเป็นผู้มีใจชื่นชอบในด้านการเขียน และมีความสนใจในการศึกษาเรื่องข่าวรอบตัว จึงนำเนื้อหามานำเสนอผ่าน Facebook Pages โดยเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการสรุปข่าวที่น่าสนใจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ข่าวบันเทิง ดราม่า ไวรัล เรื่องราวต่าง ๆ ที่สร้างแรงบันดาลใจ หรือให้กำลังใจผู้คน ผู้รับสารส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่รักการอ่านและสนใจข่าวสารทั่วโลก มีบุคลากรในการดำเนินงานภายใน Facebook Pages ทั้งหมด 1 คน คือ เจ้าของเพจ ปัจจุบันมีจำนวนผู้ติดตาม Facebook Page Poetry of Bitch 2,003,583 คน (สำรวจวันที่ 1 พฤษภาคม 2568) โดยการนำเสนอเนื้อหาของ Facebook Page Poetry of Bitch จะมีลักษณะที่ไม่ใช่ข่าวที่กำลังเป็นประเด็นร้อน แต่เป็นข่าวที่เกิดขึ้นแล้วในระยะเวลาหนึ่ง หรือมีบทสรุปของเหตุการณ์นั้นแล้วเจ้าของเพจจึงทำการนำเสนอ ซึ่งจากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย พบว่า Facebook Page Poetry of Bitch นั้น ใช้กลยุทธ์การสร้างสรรค์สาร ที่มีลักษณะของการหยิบยกประเด็นข่าวที่น่าสนใจมาสรุปเนื้อหาแบบกระชับอย่างเป็นขั้นตอน โดยไล่เรียงไทม์ไลน์ตั้งแต่ต้นจนจบ ทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจได้ง่าย จึงเกิดกลยุทธ์ภาพจำที่ผู้รับสารจดจำได้ว่า เมื่อเกิดเหตุการณ์เรื่องราวต่าง ๆ สามารถติดตามอ่านเรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างสรุปความทั้งหมดได้ครบจากที่นี่ จากการศึกษายังพบว่า เจ้าของเพจ Poetry of Bitch มีกลยุทธ์ในการจัดการความคิดเห็น โดยเจ้าของเพจจะทำการจัดการซ่อน หรือทำการบล็อกความคิดเห็นของผู้รับสารที่ไม่เหมาะสม อันนำไปสู่การสร้างความเกลียดชังได้

ทั้งนี้ผลการวิจัย พบว่า Facebook Pages ทั้ง 4 แห่ง มีกลยุทธ์ที่เน้นย้ำความสำคัญเหมือนกัน คือ กลยุทธ์การตรวจสอบข้อมูลและแหล่งที่มาของสาร ที่ต้องมีความน่าเชื่อถือของการตรวจสอบแหล่งข่าวเสมอ อีกทั้งยังเน้นทักษะ Multi-skills ที่ผู้สื่อข่าวทุกคนต้องสามารถทำงานอย่างหลากหลายได้ในเวลาเดียวกัน สำหรับข้อจำกัดอุปสรรคในการนำเสนอข้อมูล พบว่า Facebook Pages ทั้ง 4 แห่ง มีข้อจำกัดที่คล้ายคลึงกัน คือ ระบบ Facebook ที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา จึงส่งผลกระทบต่อการหารายได้ แต่ Facebook Page Nation TV พบว่า จะมีข้อจำกัดในเรื่องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร ปรับเปลี่ยนบุคลากรเข้ามาเกี่ยวข้องเพิ่มเติม ยิ่งไปกว่านั้น Facebook Page Poetry of Bitch ยังพบข้อจำกัดที่เกี่ยวกับในระยะหลังมีการฟ้องปิดปาก (SLAPP: Strategic Lawsuit Against Public Participation) บุคคลที่เห็นต่างมากขึ้น จึงเป็นข้อจำกัดอุปสรรคในการนำเสนอที่มากขึ้น

2.การจัดการข่าวสารของ Facebook Pages

ผลการศึกษาในประเด็นนี้ พบว่า การจัดการข่าวสารของ Facebook Pages ทั้ง 4 แห่ง จะเป็นไปในลักษณะของการรวบรวมข้อมูล การเรียบเรียงข้อมูล และการเผยแพร่ข้อมูล ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1) การจัดการข่าวสารของ Facebook Page Thairath – ไทยรัฐออนไลน์

การรวบรวมข้อมูล Facebook Page Thairath – ไทยรัฐออนไลน์ เริ่มต้นจากการวางแผนการประชุมในช่วงเช้า 10.00 น. ของทุกวัน เพื่อคัดเลือกหาข้อสรุปถึงประเด็น และรูปแบบการนำเสนอในแต่ละวัน โดยการรวบรวมข้อมูล จะมาจากการส่งนักข่าวลงพื้นที่หมายของภาครัฐ แหล่งข้อมูลจากต่างประเทศ สถานการณ์ทั่วไปที่ผ่านการแจ้งเข้ามาเฉพาะ ข่าวจากแหล่งข้อมูลนักข่าวภูมิภาคต่าง ๆ การนำมาจากพื้นที่ออนไลน์ที่คนในสังคมกำลังสนใจ โดยมีบรรณาธิการคอยมอบหมายลงมาที่หัวหน้าโต๊ะข่าวแต่ละโต๊ะ และหลังจากนั้นหัวหน้าโต๊ะก็จะทำการกระจายไปให้ผู้สื่อข่าวประจำโต๊ะ ซึ่งการรวบรวมข้อมูลที่นำเสนอ จะต้องทำการติดต่อปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่ถูกกล่าวถึงให้ได้มากที่สุด เพื่อเป็นการนำเสนอข้อมูลทั้งสองฝ่าย

การเรียบเรียงข้อมูล ผู้สื่อข่าวต้องรับผิดชอบตั้งแต่ต้นจนจบในด้านการเขียนข่าวรวมถึงการหาภาพ แต่หากกรณีที่ภาพนั้นต้องการความสวยงามมากขึ้น จะมีการส่งไปให้ทีมกราฟิกทำเพิ่มเติม ก่อนที่จะถูกส่งไปยังพิสูจน์อักษร

การเผยแพร่ข้อมูล จะมีรูปแบบการนำเสนอผ่านภาพนิ่ง อินโฟกราฟิก คลิปวิดีโอ การไลฟ์สด การขึ้นสเตตัสสั้น ๆ เพื่อแจ้งข้อมูล รวมถึงการแชร์ลิ้งก์เพื่อเชื่อมโยงไปยัง Website ซึ่งการเผยแพร่ข้อมูลหากข่าวนั้นได้รับความสนใจก็จะมีการแตกประเด็นต่อยอดเนื้อหาจนกว่ากระแสนั้นหมดไป จำนวนข่าวที่เผยแพร่ไปทาง Facebook Page Thairath - ไทยรัฐออนไลน์นั้น จะมีประมาณ 200 โพสต์ต่อวัน โดยหลังจากที่มีการเผยแพร่ข้อมูลไปแล้วนั้น จะมีทีม Social Media คอยดูทิศทางของเนื้อหาที่ถูกเผยแพร่ออกไปแบบเรียลไทม์ หากได้รับความสนใจและตอบสนองจากผู้รับสารจำนวนมาก ก็จะนำประเด็นมาต่อยอดเพื่อนำเสนอต่อไปทันที

2) การจัดการข่าวสารของ Facebook Page Nation TV

การรวบรวมข้อมูล เนื่องจาก Facebook Page Nation TV จะมีความเชื่อมโยงการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ แต่จะมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้สอดคล้องกับรูปแบบออนไลน์ ดังนั้น การรวบรวมข้อมูลจึงมีทั้งหมายของภาครัฐ แหล่งข้อมูลจากต่างประเทศ สถานการณ์ทั่วไปที่ผ่านการแจ้งเข้ามาเฉพาะ ข่าวจากแหล่งข้อมูลนักข่าวภูมิภาคต่าง ๆ การนำมาจากพื้นที่ออนไลน์ ตลอดจนการส่งนักข่าวลงพื้นที่ โดยหัวหน้าโต๊ะข่าวจะนำมาเสนอต่อหัวหน้าบรรณาธิการใหญ่ ผ่านการประชุมร่วมกัน เพื่อคัดเลือกประเด็นที่น่าสนใจ โดยเฉพาะงานการเมืองกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจอันส่งผลกระทบต่อสังคม

การเรียบเรียงข้อมูล เมื่อนักข่าวได้ข้อมูล มาจะทำการเรียบเรียงเนื้อหา และหารูปภาพประกอบแล้วส่งเข้าสู่ระบบ ทั้งนี้ในกรณีที่เป็นข่าวเร่งด่วน จะมีส่วนทีมออนไลน์เข้ามาช่วยสนับสนุนนักข่าวในการนำข้อมูลเข้าสู่ระบบ จากนั้นจะมีทีมงานคอยตรวจดูความถูกต้องของรายละเอียดต่าง ๆ รวมถึงพิสูจน์อักษรก่อนการนำเสนอ

การเผยแพร่ข้อมูล จะมีลักษณะที่เชื่อมโยงกับสื่อโทรทัศน์ โดยมีการนำข้อมูลไปทำการปรับเนื้อหาและภาษาให้ตรงกับลักษณะของสื่อออนไลน์ และนำเสนอต่อไปยัง Facebook Page Nation TV ต่อไป ซึ่งจากการสังเกตของผู้วิจัย พบว่า รูปแบบการนำเสนอจะมีลักษณะที่เป็นการนำเนื้อหาที่ออกอากาศผ่าน Nation TV มาเผยแพร่ในรูปแบบออนไลน์ และมีภาพนิ่ง คลิปวิดีโอ การไลฟ์สด รวมถึงการแชร์ลิ้งก์เพื่อเชื่อมโยงไปยัง Website และยังพบข่าวที่สำคัญเรื่องอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบในสังคมเช่นเดียวกัน หากแต่เป็นการเน้นไปที่ข่าวการเมืองเป็นหลัก หลังจากการเผยแพร่ข้อมูลจะทำการดูทิศทางของเนื้อหาที่ถูกเผยแพร่ออกไป และนำประเด็นมาต่อยอดในการนำเสนอ ซึ่งในจุดนี้ทาง Facebook Page Nation TV จะเป็นการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลขั้นเบื้องต้นเนื่องจากบุคลากรที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลรวมถึงคอยดูแลกฎกติกาต่าง ๆ นั้นมีจำกัด

3) การจัดการข่าวสารของ Facebook Page อีจัน

การรวบรวมข้อมูล เนื่องจากขนาดขององค์กรที่เป็นเพจออนไลน์ การทำงานจึงค่อนข้างยืดหยุ่นปรับตัวได้ การรวบรวมข้อมูล จะมีการประชุมในช่วงเช้าที่ออฟฟิศ โดยมีผู้อำนวยการฝ่ายข่าวและเจ้าของเพจอีจันคุยปรึกษาประเด็น และรวบรวมประเด็นกับบรรณาธิการ เพื่อวางแผนและมอบหมายงานให้กับแต่ละส่วนที่รับผิดชอบ โดยการรวบรวมจะมีทั้งหมายของรัฐ แหล่งข้อมูลจากต่างประเทศ ข่าวจากแหล่งข้อมูลนักข่าวภูมิภาคต่าง ๆ เครือข่ายแหล่งข่าวที่รู้จัก สถานการณ์ทั่วไปที่คนแจ้งหรือร้องเรียนเข้ามาเฉพาะ การนำข่าวมาจากพื้นที่ออนไลน์ ตลอดจนการส่งนักข่าวลงพื้นที่

การเรียบเรียงข้อมูล นักข่าวอีจันทุกคนสามารถเขียนข่าวหารูปภาพและทำการโพสต์ได้ หากเป็นข่าวที่ลงพื้นที่ นักข่าวภาคสนามจะทำการส่งข้อมูลเข้ามา โดยการโทรรายงานหรือส่งทาง LINE ซึ่งมีทีมงานข้างในออฟฟิศคอยดำเนินการเก็บข้อมูลเขียนข่าวขึ้น Facebook Pages

การเผยแพร่ข้อมูล จะมีรูปแบบการนำเสนอผ่านภาพนิ่งเป็นสกู๊ป คลิปวิดีโอ รูปแบบการขึ้นสเตตัสสั้น ๆ เพื่อแจ้งให้ทราบ รวมถึงการไลฟ์สด โดยภาพนิ่งจะเป็นรูปแบบที่นำเสนอมากที่สุด ซึ่งจำนวนข่าวที่เผยแพร่ไปทาง Facebook Page อีจัน จะมีประมาณ 70 - 80 โพสต์ต่อวัน โดยการโพสต์จะโพสต์ทุก ๆ 15 นาที ตั้งแต่ 6.00 น. จนถึง 00.00 น. หลักจากการเผยแพร่ Facebook Page อีจันนั้น มีทีม Social Media ที่คอยมอนิเตอร์ข่าวสาร ติดตามยอด Like ยอด Share ทิศทางของผู้รับสาร เพื่อนำข้อมูลไปพิจารณาการนำเสนอข่าวที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ต่อไป

4) **การจัดการข่าวสารของ** Facebook Page Poetry of Bitch

การรวบรวมข้อมูล การคัดเลือกข่าว ใน Facebook PagePoetry of Bitch ที่เจ้าของเพจเลือกมาเขียนนั้น พบว่า เจ้าของเพจไม่ได้อิงหลักการใด ๆ โดยเฉพาะ และเขียนประเด็นที่เจ้าของเพจให้ความสนใจในขณะนั้น แต่บางครั้งก็หาข้อมูล และเขียนตามประเด็นที่ผู้รับสารเสนอประเด็นที่ต้องการอ่าน ซึ่งการรวบรวมจะต้องหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่งข้อมูล และมีการนำเสนอมุมมองทั้ง 2 ด้าน โดยในบางข่าวใช้วิธี Inbox ไปถามจากแหล่งข้อมูล เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการชั่งน้ำหนักความคิดเห็นที่รอบด้าน

การเรียบเรียงข้อมูล เจ้าของเพจจะทำการหาข้อมูล และภาพประกอบจากสื่อต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำมาประกอบการเขียน โดยส่วนใหญ่จะทำควบคู่ไปกับการรวบรวมข้อมูล เพราะจะทำให้ทราบว่าเนื้อหาต้องการจุดไหนเพิ่มเติม และหากเขียนไปแล้วเกิดคำถามเจ้าของเพจ จะต้องหาข้อมูลที่สมเหตุสมผลมาตอบคำถามนั้นอย่างครบถ้วน ก่อนที่จะนำเสนอออกไป

การเผยแพร่ข้อมูล จะมีรูปแบบการนำเสนอส่วนใหญ่ที่เขียนเป็นลักษณะของเรื่องราวผ่านบทความและมีภาพนิ่งประกอบ รวมถึงการแชร์ลิ้งก์จากแหล่งข้อมูลที่มา อีกทั้งหากเป็นประเด็นที่มีคลิปวิดีโอประกอบเจ้าของเพจจะมีการแปะคลิปวิดีโอ เพื่อสร้างความเข้าใจเพิ่มเติมให้กับผู้รับสาร หลังจากการเผยแพร่ข้อมูลออกไปแล้วนั้น พบว่า เจ้าของเพจจะติดตามการดูทิศทางของเนื้อหาที่ถูกเผยแพร่ออกไปในระยะแรก หากแต่ไม่ได้เป็นการดูทิศทางเพื่อนำประเด็นมาต่อยอดในการนำเสนอต่อ แต่กลับพบว่า เป็นการอ่านความคิดเห็นเพื่อคอยชี้แจงตอบคำถามหากผู้รับสารเกิดข้อสงสัย และหากเกิดความคิดเห็นที่ไม่เหมาะสม เช่น เหยียดเพศ สร้างความเกลียดชัง ฯลฯ เจ้าของเพจจะทำการกดซ่อน หรือทำการบล็อกทันที ทั้งนี้การตรวจสอบนั้นไม่สามารถทำได้ทั้งหมด ด้วยระบบของ Facebook ที่ยังมีหลายความคิดเห็นที่ไม่สามารถมองเห็นได้

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบข้อแตกต่างการจัดการข่าวสาร Facebook Pages ทั้ง 4 แห่ง

ประเด็น	Thairath – ไทยรัฐออนไลน์	Nation TV	อีจัน	Poetry of Bitch
จำนวนผู้ติดตาม	18,914,337 คน	4,677,529 คน	15,393,181 คน	2,003,583 คน
จำนวนทีมงาน	ประมาณ 40 คน (ทีม social media 15 คน)	ประมาณ 100 คน	ประมาณ 80 คน	เจ้าของเพจ 1 คน
กลุ่มผู้รับสาร	หลากหลาย	กลุ่มเป้าหมายหลัก 50 ปีขึ้นไป	หลากหลาย	หลากหลาย และชอบการอ่าน
บทบาทนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper)	ตัดสินใจผ่านกองบรรณาธิการ	ตัดสินใจผ่านกองบรรณาธิการ	ตัดสินใจผ่านกองบรรณาธิการ	ตัดสินใจโดยเจ้าของเพจแต่เพียงผู้เดียว

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบข้อแตกต่างการจัดการข่าวสาร Facebook Pages ทั้ง 4 แห่ง (ต่อ)

การลงพื้นที่จริง	- มีการใช้ข้อมูลร่วมกับส่วนกลาง ได้แก่ ไทยรัฐทีวี หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ - และมีการส่งผู้สื่อข่าวออนไลน์ลงพื้นที่ภาคสนามเอง	- สื่อโทรทัศน์ส่งผู้สื่อข่าวลงพื้นที่ภาคสนาม สื่อออนไลน์ปรับใช้ข้อมูลร่วมกับสื่อโทรทัศน์	- ส่งผู้สื่อข่าวลงพื้นที่ภาคสนาม	- ไม่มีการลงพื้นที่ภาคสนาม จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ไม่ลงข่าวด่วน เนื่องจากพยายามไม่แย่งเอนเกจเมนต์จากสื่อ
จำนวนการเผยแพร่	ประมาณ 200 โพสต์ต่อวัน	ประมาณ 80 โพสต์ต่อวัน	ประมาณ 80 โพสต์ต่อวัน	1–2 โพสต์ต่อวัน หรือบางวันไม่มีการเผยแพร่เลย
หลังการเผยแพร่	ทีมงานติดตามดูทิศทางของเนื้อหาเพื่อนำประเด็นมาต่อยอดในการนำเสนอต่อไป	ทีมงานติดตามดูทิศทางของเนื้อหาเพื่อนำประเด็นมาต่อยอดในการนำเสนอต่อไป	ทีมงานติดตามดูทิศทางของเนื้อหาเพื่อนำประเด็นมาต่อยอดในการนำเสนอต่อไป	เจ้าของเพจติดตามดูทิศทางของเนื้อหาเพื่อตอบคำถามหากผู้รับสารเกิดข้อสงสัย
การจัดการความคิดเห็น	เบื้องต้นจะไม่ทำการลบหรือซ่อนความคิดเห็นของผู้รับสาร นอกจากความคิดเห็นที่เข้าขั้นรุนแรง	เบื้องต้นจะไม่ทำการลบหรือซ่อนความคิดเห็นของผู้รับสาร นอกจากความคิดเห็นที่เข้าขั้นรุนแรง	เบื้องต้นจะไม่ทำการลบหรือซ่อนความคิดเห็นของผู้รับสาร นอกจากความคิดเห็นที่เข้าขั้นรุนแรง	หากพบความคิดเห็นที่เหยียดเพศ สร้างความเกลียดชัง จะทำการซ่อนหรือบล็อกความคิดเห็นทันที

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลจำแนกหัวข้อตามประเด็นการวิจัยได้ ดังนี้

1.กลยุทธ์การนำเสนอข่าวของ Facebook pages

Facebook Pages ทั้ง 4 แห่ง มีการทำกลยุทธ์ที่หลากหลายแต่ภาพรวมของกลยุทธ์ที่เด่นชัด ได้แก่ กลยุทธ์ภาพจำ Facebook Pages ทั้ง 4 แห่ง มีการใช้กลยุทธ์ภาพจำจุดเด่นในการนำเสนอข้อมูลผ่าน Facebook Page โดย Facebook Page Thairath – ไทยรัฐออนไลน์ คือ ภาพจำการเป็น Branding ของชื่อสื่อมวลชนที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาเป็นระยะเวลานาน ผู้รับสารจึงให้การยอมรับ เช่นเดียวกับ Facebook Page Nation TV เป็นสื่อมวลชนที่อยู่มานานเช่นเดียวกัน ภาพทางการจดจำในการเป็นข่าวการเมืองจึงยังคงอยู่ ส่วน Facebook Pageอีจันสืบเนื่องจากเจ้าของเพจนั้นเป็นอดีตนักข่าวสายอาชญากรรมมาก่อน จึงมีภาพจำที่โดดเด่นในเรื่องของข่าวสืบสวนข่าวอาชญากรรม และ Facebook Page Poetry of Bitch นั้นเป็นลักษณะของภาพจำที่ผู้รับสารจดจำได้ว่า เป็นเพจข่าวออนไลน์ที่สรุปความทั้งหมดอ่านได้ครบในที่เดียว สอดคล้องกับที่ Bonachristus Umeogu (2012) ในด้านปัจจัยที่สร้างความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ความเชี่ยวชาญ (Expertise) ที่ได้มาจากความรอบรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่จริงของแหล่งสารและความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ที่แหล่งสารได้แสดงออกมาให้ผู้รับสารรู้สึก

นอกจากนี้ Facebook Page Thairath– ไทยรัฐออนไลน์ ยังมีกลยุทธ์การสื่อสารด้วยภาพ ที่นำข้อมูลข่าวสารที่เป็นตัวเลขมาสรุปในรูปแบบของอินโฟกราฟิก เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจง่ายในระยะเวลาอันรวดเร็ว กลยุทธ์การใช้ Storytelling ในการเล่าเรื่องผ่านคลิปวิดีโอ โดยได้ให้ความสำคัญกับการนำเสนอในรูปแบบที่เป็นการเล่าเรื่องด้วยการทำคลิปวิดีโอมากขึ้น และผู้สื่อข่าวนั้นต้องสามารถทำหน้าที่ได้หลากหลายขึ้น สอดคล้องกับที่ Mitchelstein&Boczkowski (2009) กล่าวไว้ว่า เครื่องมือบนโลกออนไลน์ทำให้ผู้สื่อข่าวต้องทำงานหลาย ๆ อย่างมากขึ้น มีการผสมผสานเทคนิคในการเล่าเรื่องผ่านสื่อ และช่องทางต่าง ๆ ให้ได้อย่างเหมาะสม สะท้อนถึงการปรับตัวในแต่ละช่องทาง

สำหรับ Facebook Page Nation TV ในสถานการณ์ที่การแข่งขันของสื่อที่สูงทำให้ต้องพยายามปรับตัว อีกทั้งยังต้องเผชิญกับความท้าทายภายในองค์กรทั้งกำลังบุคลากร และงบประมาณที่จำกัด ดังนั้น Facebook Page Nation TV จึงใช้กลยุทธ์ในการปรับตัวเลือกใช้ข้อมูลตามความเหมาะสม ที่มุ่งเน้นไปที่ กลยุทธ์ในด้านความเป็น Specialist ที่ดึงผู้เชี่ยวชาญทางด้านคิดวิเคราะห์การเมือง เศรษฐกิจ และสังคมมาเป็นผู้นำเสนอข้อมูลเชิงลึกในด้านการเมือง เพื่อตอกย้ำกลยุทธ์ภาพจำที่เป็นจุดเด่นในด้านข่าวการเมือง สอดคล้องกับ เอกพล เธียรถาวรและปาจารีย์ ปุรินทวรกุล (2566) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กรข่าวเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ พบว่า การมีจุดยืนในการนำเสนอประเด็น และมีเทคนิคการนำเสนอที่เป็นเอกลักษณ์อย่างชัดเจน จะทำให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงได้มากที่สุด นำไปสู่การเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรที่ผู้รับสารไม่สามารถหาได้จากสื่ออื่น

ในด้าน Facebook Page อีจัน พบว่า มีการใช้กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วม โดยการขึ้นสเตตัสเพื่อแจ้งให้ทราบ และตั้งคำถามปลายเปิดเพื่อชวนสนทนาให้ผู้รับสารแสดงความคิดเห็นกับประเด็น และเน้นการใช้กลยุทธ์การสร้างสรรค์สาร ที่มีวิธีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของตัวเอง เช่น การนำเสนอผ่านนิทานอีจัน รวมถึงใช้กลยุทธ์ความดึงดูดใจ ในวิธีการนำเสนอโดยการเขียนโปรยหัวเกริ่นนำที่ใช้ลีลาลูกเล่น สอดคล้องกับหลักการสร้างสรรค์สารของ Pettersson (2012) ในด้านความงาม ที่ระบุว่าสารควรต้องมีความสวยงาม สร้างสุนทรียะและดึงดูดใจ ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากการแข่งขันที่สูงในปัจจุบันและระยะเวลาในการที่ผู้รับสารเห็นโพสต์นั้นเกิดขึ้นในระยะเวลาอันสั้น จึงต้องดึงดูดใจให้ผู้รับสารเกิดการมีส่วนร่วมได้

ส่วน Facebook Pages Poetry of Bitch นั้น ผลวิจัยพบว่า มีการใช้กลยุทธ์การสร้างสรรค์สาร ที่หยิบยกประเด็นที่น่าสนใจของข่าวมาสรุปเนื้อหาแบบกระชับ และเขียนเล่าเรื่องราวอย่างเป็นขั้นตอน โดยไล่เรียงไทม์ไลน์ตั้งแต่ต้นจนจบ ส่งผลให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจได้ง่าย สอดคล้องกับที่วรัชญ์ ครุจิต (2562) กล่าวว่า ปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจและสังคมที่เร่งรีบทำให้การดำเนินชีวิตของผู้คนต้องแข่งขันกับเวลา คนในสังคมไม่มีเวลาในการอ่านเนื้อหา จึงเชื่อผู้นำความคิด หรือผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์เพื่อผ่อนคลายภาระในการคิด และยังมีกลยุทธ์ในการจัดการความคิดเห็น โดยเจ้าของเพจจะทำการจัดการซ่อนหรือทำการบล็อกความคิดเห็นของผู้รับสารที่ไม่เหมาะสม อันนำไปสู่การสร้างความเกลียดชังได้ จึงแสดงให้เห็นว่า การเข้าสังเกตการณ์ และการเตรียมความพร้อมรับมือต่อกระแสเชิงลบเป็นสิ่งที่จำเป็น โดยเฉพาะในช่วงต้นของกระแส ปัณวรรธณ์ ชัยพรรถพานิช (2557)

ทั้งนี้ผลการวิจัย พบว่า Facebook Pages ทั้ง 4 แห่ง มีกลยุทธ์ที่เน้นย้ำความสำคัญเป็นอย่างมาก คือ กลยุทธ์การตรวจสอบข้อมูลและแหล่งที่มาของสาร ในการนำเสนอที่ต้องมีความน่าเชื่อถือของการตรวจสอบแหล่งข่าวเสมอ และในปัจจุบันผู้สื่อข่าวสามารถทำทุกอย่างได้ด้วยตัวเอง หรือที่เรียกว่า Multi-skill journalist (Alejandro, 2010) ในส่วนกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า Facebook Page Thairath – ไทยรัฐออนไลน์ Facebook Pages Nation TV และ Facebook Page อีจัน มีการใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เข้าถึงพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Thairath – ไทยรัฐออนไลน์มีการใช้เครื่องมืออย่างหลากหลายตามแต่วัตถุประสงค์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลวรรณ โกวิทวงศา (2562) ที่พบว่า ความพร้อมของเทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบที่ไม่ควรมองข้าม เพราะจะเอื้ออำนวยในการทำงานที่โดดเด่นในภาวะการแข่งขันที่สูง สำหรับข้อจำกัดอุปสรรคในการนำเสนอข้อมูล Facebook Pages ทั้ง 4 แห่ง มีข้อจำกัดที่คล้ายคลึงกันในเรื่องของระบบ Facebook ที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา จึงส่งผลกระทบต่อการหารายได้ สอดคล้องกับที่ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2565) ที่กล่าวว่าจุดอ่อนในการเผยแพร่และการนำเสนอข่าวของสื่อใหม่ คือ ไม่สามารถมีอำนาจหรือควบคุมช่องทางในการนำเสนอได้ เช่น Facebook ที่มีอำนาจในการกำหนดการมองเห็นเนื้อหาต่าง ๆ ทำให้องค์กรสื่อแต่ละแห่งต้องคอยเรียนรู้และปรับตัวให้ทัน

อีกทั้ง Facebook page Nation TV พบว่า มีข้อจำกัดในเรื่องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร ปรับเปลี่ยนบุคลากรเข้ามาเกี่ยวข้องเพิ่มเติม สอดคล้องกับแนวคิด Kotter (1980) ที่กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงการบริหารองค์กรที่เป็นขั้นตอนสู่ความสำเร็จ โดยต้องคำนึงถึงองค์ประกอบในด้านบริหารคน (People) (อ้างถึงใน John Hayaes, 2002, pp. 94-99) ยิ่งไปกว่านั้น Facebook Page Poetry of Bitch ยังพบข้อจำกัดในระยะหลังมีการฟ้องปิดปาก (SLAPP: Strategic Lawsuit Against Public Participation) บุคคลที่เห็นต่างมากขึ้นเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นข้อจำกัดอุปสรรคในการนำเสนอ ผลวิจัยดังกล่าว นับว่าเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงภัยคุกคามต่อการทำงาน และจำกัดเสรีภาพในการแสดงออก ที่ถึงแม้ว่าเจ้าของเพจ Poetry of Bitch จะเป็นบุคคลธรรมดาในการทำเพจข่าวออนไลน์ แต่มีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน ซึ่งเสรีภาพหาได้รับการคุ้มครองอย่างที่ควรจะเป็น

2.การจัดการข่าวสารของ Facebook pages

การรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า การคัดเลือกประเด็นข่าวและการรวบรวมข้อมูล โดย Facebook page Thairath – ไทยรัฐออนไลน์ Facebook Page Nation TV และ Facebook Page อีจัน จะมีวิธีการรวบรวมข้อมูลที่คล้ายคลึงกัน คือ จะมีการรวบรวมคัดเลือกประเด็นกับกองบรรณาธิการ ตามกระบวนการสื่อข่าว รวมถึงการนำข้อมูลมาจากพื้นที่ออนไลน์ในประเด็นที่สังคมกำลังให้ความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการวาระข่าวสาร ที่ Rogers and Dearing (1987) กล่าวถึง องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ 1) ประเด็นที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญ 2) ประเด็นที่สาธารณชนให้ความสำคัญ 3) ประเด็นที่ผู้กำหนดนโยบายให้ความสำคัญ ซึ่งแตกต่างจาก Facebook Pages Poetry of Bitch ที่วิธีการรวบรวมข้อมูลนั้นจะคัดเลือกประเด็นเป็นไปตามที่เจ้าของเพจให้ความสนใจเป็นหลัก หรือคัดเลือกจากประเด็นที่ผู้รับสารมีความประสงค์ที่จะอ่านโดยเป็นการเสนอเข้ามาในช่องแสดงความคิดเห็น และเจ้าของเพจจะทำการหาข้อมูลเพื่อรวบรวมต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐญา มหาสมุทร (2559) ที่พบว่า ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดการคล้อยตามได้ โดยหลังจากที่เนื้อหาเหล่านั้นได้เริ่มเผยแพร่ออกไปทางสื่อออนไลน์ ก็จะเริ่มเกิดเป็นกระแสการบอกต่อของกลุ่มผู้ติดตาม

การเรียบเรียงข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า Facebook Page Thairath – ไทยรัฐออนไลน์ Facebook page Nation TV และ Facebook Page อีจัน จะมีวิธีการเรียบเรียงข้อมูลที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ผู้สื่อข่าวต้องรับผิดชอบตั้งแต่ต้นจนจบในด้านการเขียนข่าวรวมถึงการหาภาพ หากเป็นข่าวที่ลงพื้นที่นักข่าวภาคสนามจะทำการส่งข้อมูลเข้ามา โดยมีทีมงานข้างในออฟฟิตคอยดำเนินการสนับสนุนนำเข้าระบบขึ้น Facebook Pageส่วน Facebook Page Poetry of Bitch นั้นการเรียบเรียงข้อมูล พบว่า มีความแตกต่างออกไปเนื่องจากเป็นเพจออนไลน์การเรียบเรียงจะเป็นเจ้าของเพจดำเนินงานเพียงคนเดียว และไม่มีนักข่าวภาคสนามลงพื้นที่ ดังนั้น เจ้าของเพจจะเรียบเรียงจากการหาข้อมูล และภาพประกอบจากสื่อต่าง ๆ ให้ได้มากที่สุดก่อนการนำเสนอทั้งสื่อในประเทศและสื่อต่างประเทศ

การเผยแพร่ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า Facebook Page Thairath – ไทยรัฐออนไลน์ และ Facebook Page อีจัน จะมีวิธีเผยแพร่ข้อมูลที่คล้ายคลึงกัน ทั้งในรูปแบบการนำเสนอผ่าน ภาพนิ่ง อินโฟกราฟิก คลิปวิดีโอ การไลฟ์สด การขึ้นสเตตัสสั้น ๆ เพื่อแจ้งข้อมูล อีกทั้งหากข่าวที่เผยแพร่ออกไปนั้นได้รับความสนใจจากผู้รับสารมาก ก็จะมีการแตกประเด็นต่อยอดเนื้อหานั้นออกไปอีก ในขณะที่ Facebook Page Nation TV มีรูปแบบที่แตกต่าง คือ จะมีลักษณะที่เชื่อมโยงกับสื่อโทรทัศน์ด้วย ทำให้มีการนำข้อมูลไปทำการปรับให้ตรงกับลักษณะของ Facebook Page Nation TV ก่อนเผยแพร่ ส่วน Facebook Page Poetry of Bitch จะมีรูปแบบการนำเสนอส่วนใหญ่เป็นลักษณะของการเขียนเรื่องราวผ่านบทความ และมีภาพนิ่งหรือคลิปวิดีโอประกอบ สอดคล้องกับแนวคิดการจัดสารที่ ระวีวรรณ ประกอบผล (2540) ชี้ว่า ผู้ส่งสารจะต้องตัดสินใจในการเลือกเรียบเรียงรหัส และเนื้อหาของสารให้อยู่ในรูปแบบที่ผู้ส่งสารต้องการ

ตามลีลาในการจัดเรียงสาร ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละคน ทั้งนี้ผลการศึกษา ยังพบว่า Facebook Page อีจันให้คำนิยามตัวตนว่าเป็นเพจข่าวออนไลน์ที่กล้าเปิดหน้าในการนำเสนอ เนื่องจากยังไม่ได้เข้าร่วมอยู่ในสมาคมสื่อมวลขน หากแต่ในการจัดการข่าวสารกลับพบว่า มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับการทำงานของสื่อมวลชน ในขณะที่ Facebook Page Poetry of Bitch เป็นเพจข่าวออนไลน์ที่แม้ไม่ได้เปิดหน้าในการนำเสนอ แต่เจ้าของเพจ Poetry of Bitch ได้ดำเนินการจัดการข่าวสารทุกขั้นตอนใน Facebook Page เพียงคนเดียวตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งจบการเผยแพร่ ดังนั้น จึงนับว่าเป็นความท้าทายของสื่อมวลชนในปัจจุบันเป็นอย่างยิ่งที่ไม่ได้มีเพียงคู่แข่งจากสื่อมวลชนด้วยกันเองในการช่วงชิงผู้รับสารอีกต่อไป หากแต่จะต้องแข่งขันกลยุทธ์ในการนำเสนอ และการจัดการข่าวสารอย่างไร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในยุคดิจิทัล ที่ผู้รับสารมีตัวเลือกในการเข้าถึงข่าวสารได้อย่างไร้ขีดจำกัด

ข้อเสนอแนะ

1) ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงในการดำเนินงาน แต่ละองค์กรควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่โดยเฉพาะเครื่องมือการวิเคราะห์ Data เข้ามาพัฒนาในองค์กร เพื่อเสริมความได้เปรียบเชิงธุรกิจ รวมถึงพัฒนาบุคลากรให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

2) ในปัจจุบันกลยุทธ์การสร้างสรรค์สารมีบทบาทความสำคัญต่อการนำเสนอเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารที่ไม่มีเวลาในการติดตามข่าวสารตลอดเวลาได้ โดยผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนและเพจข่าวออนไลน์ ควรใช้เทคนิคการสร้างสรรค์สารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อดึงดูดให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข่าวสารอย่างเข้าใจง่าย จะช่วยเพิ่มจำนวนผู้รับสารที่มากขึ้น

3) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ เป็น Facebook Pages ของเพจข่าวออนไลน์ที่มีลักษณะเป็นเพจข่าวออนไลน์ที่ได้รับการยอมรับจากผู้รับสาร การศึกษาครั้งต่อไป อาจขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังเพจข่าวออนไลน์ที่เป็นเพจสายดาร์ก จะทำให้เกิดองค์ความรู้ในการศึกษาที่หลากหลายมากขึ้น

4) การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษากลยุทธ์ในการนำเสนอ และการจัดการข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มอื่นด้วย เช่น Tiktok Instagram และ X จะทำให้ทราบถึงองค์ความรู้ และข้อจำกัดของแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

กมลวรรณ โกวิทวงศา. (2562). *แนวทางพัฒนาสื่อมวลชนไทยในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤต กรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยถ้ำหลวง.* [วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์].

กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา.* กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

ปัณวรรธณ์ ชัยพรรถพานิช (2557). *การศึกษาพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นแบบตรรกะวิบัติ ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติต่อธุรกิจ ตราสินค้าหรือภาพลักษณ์องค์กรบนสังคมออนไลน์.* [การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

ระวีวรรณ ประกอบผล. (2540). *"องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร".* [ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1 – 8]. (พิมพ์ครั้งที่ 13), นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

รัฐญา มหาสมุทร. (2559). *กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ที่มีผลต่อทัศนคติของกลุ่มผู้ติดตาม.* [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์].

วรัชญ์ ครุจิต. (2562, 20 สิงหาคม). จี้*ให้ชัดเจตนารมณ์ 'ดีอี' ตั้งศูนย์ใหม่ต่อต้านเฟคนิวส์.* เดลินิวส์, น.2.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2565). *การบริหารจัดการข้ามสื่อ จากสื่อมวลชนไปสู่สื่อออนไลน์.* กรุงเทพฯ: บริษัทจามจุรีโปรดักส์ จำกัด.

อรุโณทัย วรรณถาวร. (2565). ข้อถกเถียงว่าด้วยลักษณะพ้นความจริงในยุคสมัยสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารศาสตร์,* 15(1), 40-78.

เอกพล เธียรถาวรและปาจารีย์ ปุรินทวรกุล. (2566). การปรับตัวขององค์กรข่าวเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจและบทบาทหน้าที่ต่อสังคม: กรณีศึกษาองค์กรสื่อออนไลน์. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร. พระนคร,* 8(1), 9-18.

Alejandro, J. (2010). *Journalism in the age of social media* (Reuters Institute Fellowship Paper). Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/201711/Journalism%20in%20the%20Age%20of%20Social%20Media.pdf

Beers, A. (2023). Influencer publics and the divergent construction of social media realities. *In Companion publication of the 2023 conference on computer supported cooperative work and social computing* (pp. 448–451). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3584931.3608928

Hayes, J. (2002). *The theory and practice of change management.* U.K.: Palgrave Macmillan.

Michelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change: A review of recent research in online news production. *Journalism,* 10(4), 562–578. https://doi.org/10.1177/1464884909106483

Pettersson, R. (2012). Introduction to message design. *Journal of Visual Literacy*, 31(2), 2–8. https://doi.org/10.1080/1051144X.2012.11510583

Rogers, E. M., & Dearing, J. W. (1987). Agenda-setting research. In J. Anderson (ed.) Communication yearbook (Vol. 11, pp. 55–94). California: Sage Publications.

Umeogu, B. (2012). Source credibility: A philosophical analysis. *Open Journal of Philosophy,* 2(2), 112–115.