

Strategies for Naming Episodes of the Hone- Krasae Program (2025)

Butsakon Kaeo-am^{1*} and Pakpoom Sookcharoen²

Received: December 1, 2025 Revised: February 21, 2026 Accepted: March 2, 2026

Abstract

This article examines the strategies used in naming episodes of the program “Hon Krasae” from January to August 2025, analyzing 172-episode titles published on the YouTube channel. The research employs content analysis to categorize the episode titles based on the strategies utilized, such as significant character names and content identification. The findings reveal that these strategies play a crucial role in attracting viewers' attention and reflect the adaptability of content creators in the digital age, effectively fostering interaction and audience engagement. Therefore, this research is significant in expanding the understanding of the dynamics of online news naming and the strategies employed to capture attention in dramatic news media.

Keywords: Naming strategy, The Hone- Krasae Program (2025)

¹ Master of Arts Program in Thai Language, Faculty of Humanities, Naresuan University

² Faculty of Humanities, Naresuan University.

*Corresponding author. E-mail: butsakonka67@nu.ac.th

กลวิธีการตั้งชื่อตอน รายการโนนกระแส ปี 2568

บุษกร แก้วอ่ำ^{1*} และ ภาควงมิ สุขเจริญ²

วันรับบทความ: December 1, 2025 วันแก้ไขบทความ February 21, 2026 วันตอบรับบทความ: March 2, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาวิธีการตั้งชื่อตอนในรายการโนนกระแส ระหว่าง มกราคม ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2568 โดยวิเคราะห์ชื่อตอน 172 ตอนที่เผยแพร่ในช่อง YouTube การวิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อจัดกลุ่มชื่อตอนตามกลวิธีที่ใช้ เช่น ชื่อตัวละครสำคัญและการระบุเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดความสนใจของผู้ชม และสะท้อนถึงการปรับตัวของผู้ผลิตเนื้อหาในยุคดิจิทัล ซึ่งช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการขยายความเข้าใจเกี่ยวกับพลวัตของการตั้งชื่อข่าวออนไลน์ และกลยุทธ์การดึงดูดความสนใจในสื่อข่าวเชิงดราม่า

คำสำคัญ: กลวิธีการตั้งชื่อ รายการโนนกระแส ปี 2568

¹ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

² คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

*Corresponding author. E-mail: butsakonka67@nu.ac.th

บทนำ

การตั้งชื่อตอนในรายการข่าวเป็นศิลปะที่สำคัญในการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน เช่นเดียวกับการพาดหัวข่าวที่ดีจะต้องมีความกระชับ ชัดเจน และน่าสนใจ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความอยากรู้ อยากเห็น และคลิกอ่านเนื้อหาต่อไป ตัวอย่างกลวิธีการตั้งชื่อข่าวที่นิยมใช้ได้แก่ การใช้คำถามที่กระตุ้นความสนใจการเล่นคำ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ หรือการใช้ตัวเลขเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และความเชื่อถือได้ รายการข่าวออนไลน์เป็นหนึ่งในช่องทางสื่อสารที่สำคัญในยุคดิจิทัล ซึ่งมีข้อดี หลายประการ เช่น การเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็วและสะดวกสบาย ผู้คนสามารถติดตามข่าวสารได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่านอุปกรณ์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ การพาดหัวข้อตั้งชื่อหัวข่าวถือได้ว่าเป็นโครงสร้างแรกของการสร้างข่าว แต่ในรายการข่าวออนไลน์ที่มีการนำเสนอข่าว ก็จะทำให้การตั้งชื่อแต่ละตอน (EP) ที่มีความน่าสนใจใช้ภาษาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้เข้าชม ดังที่ Phanitch (1985) กล่าวว่า การตั้งชื่อข่าวเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของข่าว เป็นจุดเด่น หรือสาระสำคัญของข่าว

รายการข่าวออนไลน์มีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ข่าววิดีโอ บทความข่าว หรือพอดแคสต์ เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลือกชมตามความชอบและสะดวก ส่วนใหญ่ข้อมูลได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องตามเวลาที่เกิดขึ้นจริง เพื่อให้สะท้อนข้อเท็จจริงในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างถูกต้อง ทำให้ผู้ชมไม่พลาดข่าวสำคัญ นอกจากนี้รายการข่าวออนไลน์เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมผ่านสื่อเครือข่ายสังคม โดยการแสดงความเห็น การเผยแพร่เนื้อหาข่าวต่อไปยังผู้อื่น และการลงความเห็นในประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้รับสารในพื้นที่สื่อดิจิทัล

รายการข่าวออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน คือ “โนนกระแส” ซึ่งมีผู้ติดตามจำนวนมาก เนื่องจากพิธีกรเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง จึงส่งอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ชม ทั้งในด้านภาพลักษณ์และการใช้ภาษา พิธีกรใช้ถ้อยคำที่เป็นกันเอง เข้าใจง่าย และสอดคล้องกับภาษาพูดในชีวิตประจำวัน ลักษณะดังกล่าวสะท้อนกลวิธีการใช้ภาษา เช่น การใช้คำสแลงหรือสำนวนดัดแปลง ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับบทตั้งชื่อตอนของรายการตามแนวคิดของ Kaewthep (2005) ซึ่งอธิบายว่าสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่เป็นกระจกสะท้อนสังคม โดยสื่อจะนำเสนอเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมผ่านกระบวนการเลือกสรร การตีความ และการใช้ภาษาในการถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านั้น ภาพสะท้อนที่เกิดขึ้นในสื่อจึงเปรียบเสมือน “กระจก” ที่ไม่ได้ราบเรียบ และตรงไปตรงมา แต่เป็นกระจกที่มีการปรับแต่ง ขัดเกลา หรือเน้นย้ำบางประเด็นให้เด่นชัดขึ้น และมองข้ามบางประเด็นตามมุมมอง ผลประโยชน์ของสื่อ และบริบททางสังคม ณ ขณะนั้น กรอบแนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายการทำงานของรายการข่าวออนไลน์ เช่น รายการโนนกระแส ซึ่งมีการตั้งชื่อตอนที่ใช้ภาษาสะท้อนภาพทางสังคม วัฒนธรรม และอารมณ์ร่วมของสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ

งานวิจัยก่อนหน้านี้เกี่ยวกับการใช้ภาษา และการตั้งชื่อในสื่อมีความหลากหลาย และชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญหลายด้าน เช่น การพาดหัวข่าวออนไลน์ และพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ (Khabune, 2014; Chaiwang, 2017; Netcharoen, 2019; Sangin, 2019; Itrat, 2021) พบว่าผู้ผลิตข่าวเลือกใช้คำ และโครงสร้างประโยคอย่างมีกลวิธีเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นการเลือกคำที่รุนแรง หรือสร้างความขัดแย้ง การใช้คำทับศัพท์หรือคำสแลง การใช้ภาพพจน์และโวหาร รวมถึงการจัดวางคำ ในลักษณะเฉพาะ ซึ่งสะท้อนถึงเจตนาและอคติเชิงภาษาของผู้ผลิตข่าว

ในด้านสื่อบันเทิงและสารคดี งานวิจัยของ Rueangsri (2004) ชี้ให้เห็นว่าการตั้งชื่อรายการโทรทัศน์ไม่เพียงสื่อสารเนื้อหาโดยตรง แต่ยังสะท้อนเอกลักษณ์และค่านิยมทางสังคมของสื่อ เช่น การบอกลักษณะพิเศษ การระบุประเภทของรายการ หรือการใช้โวหารเพื่อสร้างอารมณ์ และภาพพจน์

นอกจากนี้ การศึกษากลวิธีการตั้งชื่อตอนของรายการบันเทิงและสารคดี (Khwansai et al. (2020); Sangsri et al. (2020) พบว่าการตั้งชื่อมีทั้งการระบุสถานที่ การใช้สัญลักษณ์แทนคำเชื่อม การตั้งชื่อในรูปแบบปฏิบัติ และการขยายความส่งผลให้ผู้ชมสามารถเข้าใจแนวคิด และเอกลักษณ์ของรายการได้ตั้งแต่ชื่อการใช้ภาษาในชื่อตอนยังเป็นตัวสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของสังคม และภาษาในยุคปัจจุบัน เช่น การใช้ภาษาปาก คำสแลง หรือคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ

การตั้งชื่อตอนในรายการข่าวเป็นศิลปะที่สำคัญในการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพาดหัวข่าวที่ดีต้องมีความกระชับ ชัดเจน และน่าสนใจ เพื่อกระตุ้นความอยากรู้ของผู้อ่าน ตัวอย่างกลวิธีที่นิยมใช้ได้แก่ การตั้งคำถาม การเล่นคำ และการใช้ตัวเลขเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ รายการข่าวออนไลน์เป็นช่องทางสื่อสารที่สำคัญ ซึ่งให้ข้อดีในการเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็วและสะดวกสบาย อย่างไรก็ตาม การตั้งชื่อตอนของรายการข่าวออนไลน์ยังขาดการศึกษาในลักษณะที่ครอบคลุมถึงกลวิธีที่ใช้ในยุคปัจจุบัน

การศึกษากลวิธีการตั้งชื่อตอนของรายการ “โหนกระแส” ในปี 2568 จะช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการในด้านนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่ภาษาและการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผลการศึกษานี้ไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ต่อการผลิตสื่อข่าว แต่ยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการเรียนการสอนด้านการใช้ภาษาไทยในสื่อมวลชนและนิเทศศาสตร์ในอนาคตได้

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง “กลวิธีการตั้งชื่อตอน รายการโหนกระแส ปี 2568” เพื่อทำความเข้าใจถึงเทคนิคที่ผู้ผลิตรายการใช้ในการดึงดูดความสนใจของผู้ชม และเพื่อให้ผลการวิจัยสามารถเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาการตั้งชื่อข่าวออนไลน์ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากลวิธีการตั้งชื่อตอนในรายการโหนกระแส ปี 2568

วิธีการศึกษา

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อศึกษากลวิธีการตั้งชื่อตอน รายการโหนกระแส ปี 2568 ซึ่งเป็นรายการข่าวออนไลน์ที่เผยแพร่ผ่านช่อง YouTube โดยมุ่งเน้นที่การเลือกใช้ คำและการจัดเรียงคำเพื่อสร้างความสนใจของผู้ชม ขอบเขตการศึกษาจะรวมถึงการวิเคราะห์ชื่อของตอน ทั้งหมดในปีดังกล่าว เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการที่ใช้ในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมในบริบทของสื่อโทรทัศน์

การศึกษาในครั้งนี้จะไม่รวมถึงการวิเคราะห์เนื้อหาหรือกลวิธีการใช้ภาษาในรายการ ซึ่งหมายความว่า การวิจัยจะมุ่งเน้นไปที่การตั้งชื่อเป็นหลัก โดยจะสำรวจว่ากลวิธีการตั้งชื่อตอนมีผลต่อการสร้างความน่าสนใจและการสื่อสารกับผู้ชมอย่างไร

2. ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ “ชื่อตอนข่าว” (Episode titles) ของรายการ โหนกระแส ที่เผยแพร่ผ่านช่อง YouTube กลุ่มตัวอย่าง คือชื่อตอนทั้งหมดที่ออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 สิงหาคม พ.ศ. 2568 ซึ่งออกอากาศเป็นประจำทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ รวมทั้งสิ้น 172 ตอน ระยะเวลา เก็บข้อมูล 8 เดือน (1 มกราคม – 31 สิงหาคม 2568) ช่วยให้การวิจัยมองเห็นทั้งความต่อเนื่องของกระแสข่าว ภาพรวมของกลวิธีการตั้งชื่อ รายการโหนกระแส ปี 2568 ตลอดจนความนิยมของรายการในช่วงเวลาศึกษา อีกทั้งยังสอดคล้องกับกรอบเวลาการทำวิทยานิพนธ์ ทำให้สามารถเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครบถ้วน และสะท้อนบริบทการสื่อสารได้อย่างแท้จริง

3. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้ไม่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แต่เป็นการเก็บข้อมูลแบบ ครอบคลุม ทั้งหมด โดยรวบรวมชื่อตอนข่าวทุกตอนที่เผยแพร่ในช่อง YouTube ของรายการโหนกระแสในช่วงเวลาที่กำหนด งานวิจัยนี้ไม่ได้นำเสนอนวัตกรรมด้านเทคนิคใหม่ ๆ แต่ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบ Census ในช่วงเวลา 8 เดือน โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือสูง

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล บันทึก “ชื่อตอนข่าว” ทุกตอน จากช่อง YouTube: โหนกระแส www.youtube.com/@honekrasaeofficial บันทึกวันที่ออกอากาศ และข้อมูลเบื้องต้น เช่น จำนวนคำในชื่อ ข่าว จัดทำฐานข้อมูล โดยเรียงลำดับตามวัน เวลา และจัดหมวดหมู่ตามประเด็นเบื้องต้น

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ โดยอิงจากกรอบแนวคิด ดังนี้ กลวิธีการตั้งชื่อ วิเคราะห์และจำแนกวิธีการตั้งชื่อที่โดดเด่น ได้แก่ 8 กลวิธี

1. การบอกเนื้อหาหลักโดยตรง
2. การเน้นอารมณ์

3. การระบุตัวละคร
4. การระบุสถานที่
5. การระบุประเด็นปัญหา
6. การใช้ตัวเลข
7. การตั้งคำถาม
8. การตั้งชื่อแบบสืบเนื่อง

การทดสอบความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจะทบทวนโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความน่าเชื่อถือของระเบียบวิธีวิจัยและผลการวิเคราะห์ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญในด้านการวิเคราะห์เนื้อหาหรือวิจัยเชิงคุณภาพเข้ามาตรวจสอบระเบียบวิธีวิจัย โดยการให้ข้อเสนอแนะแก่การปรับปรุงกระบวนการวิเคราะห์และการตีความ

6. การนำเสนอข้อมูล อภิปรายผลแบบพรรณนาวิเคราะห์ สรุปและอภิปรายว่าการศึกษาพบกลวิธีการตั้งชื่อแบบใดบ้างในการตั้งชื่อตอนของรายการโทรทัศน์กระแส ปี 2568 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะสรุปสาระสำคัญที่ค้นพบจากการวิจัย และให้ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

บทความนี้นำเสนอประเด็นใหม่เกี่ยวกับการตั้งชื่อรายการโทรทัศน์กระแส ปี 2568 ในบริบทของ YouTube ซึ่งยังไม่เคยมีการศึกษาในลักษณะนี้มาก่อน โดยใช้วิธีวิจัยที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและพลวัตของภาษาในสื่อดิจิทัล ผลการค้นพบมีคุณค่าในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารสำหรับผู้ผลิตเนื้อหาบนแพลตฟอร์มดิจิทัล การปรับปรุงวิธีการนำเสนอข่าวเพื่อดึงดูดผู้ชม และการสร้างเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การศึกษานี้จึงสำคัญทั้งในทางทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในวงการสื่อและการสื่อสารในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การตั้งชื่อเรื่องเป็นองค์ประกอบสำคัญของงานเขียนและสื่อสาร เนื่องจากเป็นจุดแรกที่เผยโฉมเนื้อหาต่อผู้รับสารและเป็นปัจจัยดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ดังที่ Khwansai et al. (2020) เห็นว่า หัวข้อเรื่องถือเป็นกุญแจสำคัญของงานเขียนทุกแขนง ไม่ว่าจะเป็นงานเชิงข้อเท็จจริงหรือวรรณกรรม รวมถึงสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งภาพและตัวอักษร เนื่องด้วยเป็นปรากฏการณ์แรกที่ปะทะกับสายตาผู้รับสาร ชื่อเรื่องจึงทำหน้าที่กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นและจูงใจให้ติดตามเนื้อหาภายใน ด้วยเหตุนี้ กลวิธีในการตั้งชื่อจึงไม่มีกฎเกณฑ์ที่จำกัดตายตัว แต่ขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์และสไตล์เฉพาะตัวของผู้เขียนที่ต้องการสร้างเอกลักษณ์ผ่านการเลือกใช้คำหรือเทคนิคที่แปลกใหม่

ในทัศนะของ A. Boontip (1992) การตั้งชื่อเรื่องไม่เพียงช่วยให้ผู้เขียนกำหนดขอบเขตของเรื่องได้อย่างรัดกุม แต่ยังมีบทบาทในการจูงใจให้ผู้อ่านติดตามเรื่องราว การตั้งชื่อจึงควรพิจารณาเนื้อหาเป็นหลัก อาจใช้คำคม คำพังเพย หรือข้อความที่มีความขัดแย้งเพื่อสร้างความสนใจ นอกจากนี้สามารถอ้างอิงตัวละครหรือ

สถานที่สำคัญ รวมถึงสะท้อนแนวคิดและแกนเรื่องหลักได้ โดยเฉพาะในรายการข่าวออนไลน์ที่มีการแข่งขันสูง การตั้งชื่อที่ดึงดูดจะทำให้ผู้ชมมีแนวโน้มที่จะคลิกอ่านเนื้อหาต่อไป

Inthraphon (2002) ได้ขยายความเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการตั้งชื่อเรื่องว่า สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การตั้งชื่อแบบตรงไปตรงมา การใช้เปรียบเทียบเพื่อสื่อสารสาระสำคัญ การสร้างความขัดแย้งเพื่อดึงดูดความสนใจ การอ้างอิงคำประพันธ์หรือคำกล่าวที่มีอยู่แล้ว การตั้งชื่อเป็นคำถาม รวมถึงการเลือกตัวละครหรือสถานที่สำคัญเป็นจุดตั้งต้น ซึ่งสามารถเห็นได้ในชื่อรายการ “โนนกระแด่” ที่ใช้การตั้งคำถามหรือการเล่นคำเพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ชม

B. Boontip (2000) อธิบายว่า ชื่อเรื่องที่ดีควรสัมพันธ์กับเนื้อหาหลัก มีความแปลกและโดดเด่น ใช้ภาษาง่ายต่อการเข้าใจ ไม่ยาวเกินไป และควรหลีกเลี่ยงการซ้ำกับงานอื่น ในขณะเดียวกัน Phanitch (1985) มองว่าการตั้งชื่อเรื่องเป็นกระบวนการที่สรุปสาระสำคัญและแนวคิดหลักของเรื่อง สะท้อนวัฒนธรรม ความเชื่อ และการใช้ภาษาที่กลมกลืน ซึ่งในบริบทของรายการข่าวออนไลน์ การตั้งชื่อตอนสามารถสะท้อนวัฒนธรรม และความเชื่อที่มีอยู่ในสังคมปัจจุบันได้

Sangin (2019) ชี้แจงด้านเวลาและพื้นที่ในการนำเสนอข่าว ส่งผลให้การสื่อความต้องมีความชัดเจน กระชับ และได้ใจความสมบูรณ์ในตัวเอง ขณะเดียวกันผู้เขียนจำเป็นต้องใช้ศิลปะทางภาษาที่แตกต่างจากภาษามาตรฐานทั่วไป เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้ผู้อ่านสนใจติดตามเนื้อหา โดยเฉพาะในส่วนพาดหัวที่ต้องทำหน้าที่เป็นจุดเด่นเพื่อสรุปประเด็นสำคัญและกระตุ้นการรับรู้

Rueangsri (2004) ได้ศึกษา กลวิธีการตั้งชื่อรายการโทรทัศน์ ผลการศึกษาพบว่า ชื่อรายการโทรทัศน์ประเภทข่าว โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาวิธีการตั้งชื่อรายการโทรทัศน์ 2. เพื่อวิเคราะห์การใช้ภาษาในการตั้งชื่อรายการโทรทัศน์ 3. เพื่อวิเคราะห์ภาพสะท้อนทางสังคม จากชื่อรายการโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า วิธีการตั้งชื่อที่ใช้คือ การตั้งชื่อโดยระบุคำว่า “ข่าว” การบอกเนื้อหา การบอกลักษณะพิเศษ และการระบุเวลา ส่วนการใช้ภาษาในชื่อรายการข่าวมีการใช้สัมผัส การใช้คำที่มีความหมายตรง การใช้คำที่มีความหมายโดยนัย การใช้คำที่แสดงถึงลักษณะสำคัญของข่าว ในเรื่องของภาพสะท้อนทางสังคมจากชื่อรายการข่าวสามารถสะท้อนภาพการให้ความสำคัญกับข่าว ความสนใจเรื่องเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น และสังคมโลกาภิวัตน์ ชื่อรายการโทรทัศน์ประเภทความรู้และสารคดี พบว่า วิธีการตั้งชื่อรายการความรู้และสารคดีที่ใช้คือ การบอกเนื้อหา และการระบุคำว่า “สารคดี” ส่วนการใช้ภาษาในชื่อรายการความรู้และสารคดีมีการใช้สัมผัส การซ้ำคำ การย่อคำ การใช้คำต่างประเทศ การใช้จำนวนการใช้คำเชื่อม การใช้คำเทคนิค และการใช้คำอุปลักษณ์ ในเรื่องของภาพสะท้อนทางสังคมจากชื่อรายการความรู้และสารคดีสามารถสะท้อนภาพ การประกอบอาชีพ เกษตรกรรม การยึดมั่นหลักคำสอนของศาสนา ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหาสังคม ความสำคัญของการศึกษา และวิถีชีวิตของคนไทยชื่อรายการโทรทัศน์บันเทิง พบว่า วิธีการตั้งชื่อรายการบันเทิงที่ใช้คือ การบอกเนื้อหา การบอกรูปแบบ การระบุคำว่า “บันเทิง” การบอกลักษณะพิเศษ การระบุเวลา และการบอก

สถานีออกอากาศ ส่วนการใช้ภาษาในชื่อรายการบันเทิงมี การใช้สัมผัส การใช้คำเลียนเสียงการใช้คำซ้อน การใช้คำต่างประเทศ การใช้สำนวน การใช้คำเชื่อม การใช้ภาษาถิ่น และการใช้คำอุปลักษณ์ ในเรื่องของภาพสะท้อนทางสังคมจากชื่อรายการบันเทิงสามารถสะท้อนภาพค่านิยมของการบริโภค ค่านิยมสังคมไทยเป็นสังคมการแข่งขัน และวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากแนวคิดของนักวิชาการทั้งหลาย สรุปได้ว่าการตั้งชื่อเรื่องเป็นทั้งศาสตร์ และศิลป์ของการสื่อสารที่ต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์กับเนื้อหา ความน่าสนใจ ความกระชับ และความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้เขียนและผู้อ่าน ชื่อเรื่องที่ดีจึงไม่เพียงดึงดูดความสนใจ แต่ยังสามารถถ่ายทอดสาระสำคัญของเรื่องได้อย่างชัดเจน

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์กรอบการวิเคราะห์หลักวิธีการตั้งชื่อตามงานวิจัยของ Rueangsri (2004) และได้ปรับให้สอดคล้องกับบริบทการศึกษาการตั้งชื่อตอน รายการโหนกระแส ปี 2568 โดยจำแนกกลวิธีออกเป็น 8 ประเภท ดังนี้

1. **การบอกเนื้อหาและเหตุการณ์สำคัญ** การนำเสนอเหตุการณ์หลักควรทำอย่างชัดเจนและตรงประเด็น เพื่อช่วยให้ผู้ชมเข้าใจแก่นของเรื่องได้ทันที
2. **การเน้นลักษณะเฉพาะและอารมณ์** ควรเน้นไปที่พฤติกรรมหรือความรู้สึกที่โดดเด่น หรือสร้างความน่าสนใจให้กับเรื่องราว เพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเชื่อมโยงได้ง่าย
3. **การระบุตัวละครสำคัญ** ควรมุ่งเน้นการระบุตัวบุคคลหรือกลุ่มที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเนื้อหา เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระดับบุคคลในเรื่อง
4. **การระบุประเด็นปัญหา** ให้ความสำคัญกับการกำหนดและเจาะจงประเด็นทางสังคม หรือสาระสำคัญที่เป็นแกนหลักของเนื้อหา ทำให้เรื่องราวมีทิศทางชัดเจน
5. **การระบุสถานที่** การอธิบายพื้นที่หรือสถานที่ที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้เรื่องมีบริบทที่สมบูรณ์และเพิ่มความเข้าใจในเหตุการณ์
6. **การใช้ตัวเลขและข้อมูล** การนำเสนอข้อมูลเชิงตัวเลขจะเพิ่มความสนใจและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเรื่อง เพื่อกระตุ้นความสนใจผู้ชม
7. **การตั้งคำถามและชวนคิด** การใช้คำถามที่กระตุ้นให้ผู้ชมตีความหรือพิจารณาเรื่องราวอย่างลึกซึ้ง จะช่วยเสริมสร้างความน่าสนใจของเนื้อหา
8. **การตั้งชื่อแบบสืบเนื่อง** ควรใช้ชื่อเรื่องที่เชื่อมโยงและต่อยอดจากเรื่องก่อนหน้า เพื่อทำให้ผู้ชมสามารถติดตามลำดับเหตุการณ์ได้อย่างต่อเนื่อง

การอ้างอิงทฤษฎีในงานวิจัยนี้ทำหน้าที่เป็นฉากหลังที่สำคัญ โดยไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อท้าทายกรอบแนวคิดเดิม แต่เป็นการนำกรอบแนวคิดที่มีอยู่มาทดสอบในบริบทใหม่ ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยเห็นถึงความสามารถในการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดในสถานการณ์ที่แตกต่างออกไป กรอบเหล่านี้เป็นแนวทางที่จะช่วยให้ผู้วิจัยวิเคราะห์และเปรียบเทียบกลวิธีที่ใช้ในการตั้งชื่อตอนของรายการโทรทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้อย่างชัดเจน

นิยามศัพท์เฉพาะ

กลวิธีการตั้งชื่อ หมายถึง การกำหนดชื่อตอนของรายการ ซึ่งมีจุดประสงค์หลักเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม สื่อสารประเด็นหลักของตอนนั้น ๆ อย่างกระชับ และกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น โดยจะวิเคราะห์ประเภทของกลวิธีที่โดดเด่น เช่น การบอกเนื้อหาหลัก, การเน้นอารมณ์, การระบุตัวละคร, การใช้ตัวเลข, การตั้งคำถาม และการตั้งชื่อแบบสืบเนื่อง

กลยุทธ์ หมายถึง แผนหรือแนวทางหลักที่รายการโทรทัศน์ใช้เป็นกรอบในการตัดสินใจเลือกและกำหนดทิศทางการตั้งชื่อตอน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายสำคัญคือการดึงดูดความสนใจจากผู้ชม สร้างกระแสการพูดถึง และกระตุ้นให้เกิดการรับชมอย่างแพร่หลาย แนวทางดังกล่าวสะท้อนผ่านการเลือกใช้กลวิธีตั้งชื่อที่มุ่งสร้างความรู้สึกร่วม เน้นความขัดแย้งหรือดราม่า และใช้ถ้อยคำที่กระตุ้นอารมณ์หรือความอยากรู้อยากเห็นมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ชื่อรายการโดดเด่นและเป็นที่กล่าวถึงในพื้นที่สื่อออนไลน์

ผลการศึกษา

จากข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์การตั้งชื่อตอนของรายการโหมกระแสตั้งแต่เดือนมกราคมถึงสิงหาคม 2568 โดยเน้นเฉพาะกลวิธี เพื่อให้ครอบคลุมและละเอียดสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ชื่อตอนที่พบในกลวิธีดังต่อไปนี้ เรียงตามลำดับดังต่อไปนี้

จากข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์การตั้งชื่อตอนของรายการโหมกระแสตั้งแต่เดือนมกราคมถึงสิงหาคม 2568 โดยเน้นเฉพาะกลวิธี เพื่อให้ครอบคลุมและละเอียดสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ (EP) ที่พบในกลวิธีดังต่อไปนี้ เรียงตามลำดับดังนี้

1. การบอกเนื้อหา / เหตุการณ์หลัก

กลวิธีนี้ใช้คำหรือวลีที่สรุปเหตุการณ์หลักของเรื่องอย่างตรงไปตรงมา การบอกเนื้อหา/เหตุการณ์หลัก หมายถึง การตั้งชื่อตอนที่สรุปสาระสำคัญของเหตุการณ์โดยตรง เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจแก่นของข่าวได้ทันทีที่มีความสำคัญต่อการเข้าใจบริบทและผลลัพธ์ของเหตุการณ์นั้น และสามารถเชื่อมโยงเหตุการณ์ต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อสร้างความเข้าใจที่ครบถ้วน พบว่ามี 167 ตอนที่ใช้กลวิธี “การบอกเนื้อหา/เหตุการณ์หลัก” ขณะที่ไม่มีเพียง 5 ตอนที่ไม่มีเข้าข่าย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลวิธีนี้ถือเป็นแกนหลักในการสื่อสารกับผู้ชม รายการใช้คำและ

วลีที่สามารถสรุปเหตุการณ์หรือเนื้อหาหลักของข่าวได้อย่างชัดเจน โดยระบุงค์ประกอบสำคัญ เช่น ตัวละคร หรือผู้เกี่ยวข้อง การกระทำ เหตุการณ์ สถานที่ และสาเหตุ-ผลลัพธ์ ทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้สาระสำคัญของเรื่อง ได้ทันที

ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าในเดือนมกราคมมีเพียง 2 ตอนที่ไม่เข้าข่าย เนื่องจากชื่อเชิงกว้างหรือไม่ ระบุงค์เหตุการณ์อย่างชัดเจน แต่ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์เป็นต้นมา ชื่อตอนทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์เข้าข่าย ซึ่งสะท้อน ถึงการปรับกลยุทธ์ของทีมผลิตเนื้อหาให้สอดคล้องกับเนื้อหาข่าวมากขึ้น แม้ว่าชื่อตอนบางตอนจะมีคำอุทานหรือ คำปราย เช่น “งามใส!” หรือ “โคตรเจ็บ!” แต่ส่วนข้อความหลักที่ตามหลังยังให้ข้อมูลเนื้อหาข่าวครบถ้วน ทำให้ชื่อ ตอนเหล่านี้ยังคงเข้าข่ายตามเกณฑ์ที่กำหนด การวิเคราะห์เชิงลึกยังชี้ให้เห็นว่าทีมผลิตเนื้อหาได้ปรับตัวอย่าง รวดเร็ว หลังพบว่าชื่อตอนบางตอนในเดือนมกราคมไม่ตอบโจทย์ โดยตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์เป็นต้นมา ชื่อตอน ทุกตอนสามารถสื่อสารเนื้อหาข่าวได้ตรงประเด็นและมีโครงสร้างที่ชัดเจน ยกตัวอย่างเช่น

งามใส! โดนสาวตีกต๊อกแย่งผัว เมียบุกคอนโดเจอคาตา อีกฝ่ายลุยแจ้งบุกรุกยามวิกาล

(Hone - Krasae. (2025, January 16). EP.1847)

ชื่อดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบที่ครบถ้วนของข่าว ได้แก่ สาเหตุของเหตุการณ์ “โดนสาวตีก ต๊อกแย่งผัว” การกระทำที่ตามมา “เมียบุกคอนโดเจอคาตา” และการโต้ตอบ “อีกฝ่ายลุยแจ้งบุกรุกยามวิกาล” แม้จะใช้คำอย่าง “งามใส!” ที่เน้นน้ำเสียงความรู้สึก แต่อย่างไรก็ตาม ชื่อเรื่องยังสามารถสื่อถึงเหตุการณ์และ เนื้อหาหลักได้อย่างครบถ้วน

กล่าวโดยสรุป กลยุทธ์ในการตั้งชื่อรายการผ่านแนวทางการสื่อสารเนื้อหาหรือเหตุการณ์หลักถือเป็น เครื่องมือสำคัญในการสรุปและถ่ายทอดแก่นสารของเรื่องราวอย่างมีประสิทธิภาพ ชื่อตอนส่วนใหญ่มีความ เหมาะสมและสอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งสะท้อนถึงความตั้งใจและความรับผิดชอบของรายการในการ นำเสนอข่าวสารอย่างตรงไปตรงมาและเชื่อถือได้ต่อผู้ชม นอกจากนี้ ยังสามารถพิจารณาได้ว่าเป็นแนวทาง ปฏิบัติที่ดีสำหรับการผลิตข่าวและการสื่อสารข้อมูลในสื่อมวลชนอย่างมืออาชีพและมีระบบระเบียบ

2. การเน้นลักษณะพิเศษ / อารมณ์

กลวิธีนี้ใช้คำหรือวลีที่เน้นลักษณะพิเศษ หรืออารมณ์ความรู้สึกของการตั้งชื่อ การเน้นลักษณะ พิเศษ/อารมณ์ คือกระบวนการวิเคราะห์การใช้ภาษาและการนำเสนอข้อมูลในเรื่องเล่า ข่าว หรือสื่อใด ๆ เพื่อ เน้นคุณลักษณะเฉพาะของบุคคล เหตุการณ์ หรือปรากฏการณ์ และ/หรือเพื่อสร้างอารมณ์ความรู้สึกต่อ ผู้รับสาร ทั้งนี้อาจทำผ่านการเลือกใช้คำ วลี การเล่าเรื่อง หรือการเปรียบเทียบ เพื่อให้ลักษณะหรืออารมณ์ นั้นเด่นชัด

จากการวิเคราะห์ชื่อตอนของรายการโทรทัศน์จำนวน 172 ตอนที่ออกอากาศในช่วงเดือนมกราคม - สิงหาคม พ.ศ. 2568 พบว่ามี 163 ตอนที่เข้าข่ายกลวิธีการ “เน้นลักษณะพิเศษ/อารมณ์” ขณะที่ไม่มีเพียง 8 ตอนที่ไม่มีเข้าข่าย ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารายการมีแนวโน้มใช้ภาษาที่กระตุ้นอารมณ์และเน้นคุณลักษณะพิเศษของเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม กลวิธีเหล่านี้ปรากฏทั้งในรูปแบบของการใช้ถ้อยคำรุนแรงและกระตุ้นอารมณ์ เช่น คำว่า โหด, น่วม, สุดโหด! หรือ โคตรเจ็บ! ซึ่งสร้างความตื่นเต้น ความตกใจ และอารมณ์ร่วมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ รายการยังใช้สำนวนเปรียบเทียบและคำสแลงที่ทำให้เรื่องราวมีมิติและน่าสนใจมากขึ้น เช่น เพื่อนเราเผาเรือน, คีกรายเลือด, นี่ทองแท้หรือทองมั่ว? หรือคำสแลงที่เข้าถึงง่าย เช่น จั่วลม, โดนเท, หม่ายขันหมาก ซึ่งช่วยสร้างภาพลักษณ์และเน้นความพิเศษของเหตุการณ์

อีกทั้งกลวิธีการตั้งชื่อยังรวมถึงการใช้คำอุทานและคำถามเชิงวาทีศิลป์ เช่น งามไส้!, อ้าวเฮ้ย!, อึกแล้ว! รวมถึงคำถามเชิงอารมณ์ เช่น คุณคะ? ใจทำด้วยอะไร? หรือ เขาหาว่าฉันเป็นเมียร้อย ซึ่งทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจ สร้างความสงสัย และกระตุ้นอารมณ์ของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้ภาษาเช่นนี้ไม่เพียงแต่รายงานเหตุการณ์ แต่ยังสร้างอารมณ์ร่วม ความตื่นเต้น และความน่าติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการนำเสนอข่าวที่เน้นความขัดแย้ง ปัญหาสังคม และสถานการณ์ที่มีความรุนแรง ยกตัวอย่างเช่น

คีกรายเลือด!!! น้องสาวแจ้งจับพี่สาวกักขังพ่อแม่ หวังชิงมรดก 30 ล้าน

(Hone - Krasae. (2025, February 7). EP.1863)

ชื่อดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบที่ครบถ้วนของข่าว คือมีการใช้คำว่า “คีกรายเลือด!!!” ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบถึงความขัดแย้งภายในครอบครัวด้วยลักษณะที่เน้นความรุนแรงและความสะเทือนอารมณ์ เสมือนเป็นสงครามที่เกิดขึ้นในบริบทส่วนตัวของครอบครัว การตั้งชื่อนี้ยังทำหน้าที่สำคัญในการเน้นย้ำคุณลักษณะเฉพาะของเหตุการณ์ พร้อมทั้งสร้างกรอบความเข้าใจสำหรับผู้ชม เพื่อให้ง่ายต่อการตระหนักถึงประเด็นสำคัญ เช่น การใช้ถ้อยคำที่สะท้อนความรุนแรงหรือความผิดปกติในสถานการณ์ ทำให้สารในข่าวสามารถดึงดูดสายตาและจิตใจตั้งแต่แรกเห็น อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ชมตระหนักชัดถึงสาระสำคัญของปัญหาและความขัดแย้งที่เป็นแก่นของเรื่องราวกลวิธีนี้สามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้ด้วยการจัดประเภทคำและวลีตามลักษณะอารมณ์ เช่น ความโกรธ ความตื่นเต้น ความสะเทือนใจ หรือแนวเสียดสี เพื่อบ่งชี้แนวโน้มว่ารายการข่าวมุ่งเน้นสร้างอารมณ์ร่วมแบบใดมากที่สุดสำหรับผู้รับสาร นอกจากนี้ การเปรียบเทียบการใช้ถ้อยคำในแต่ละเดือนหรือช่วงเวลา ยังสามารถช่วยชี้ให้เห็นถึงรูปแบบการนำเสนอที่อาจเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทสังคมและเหตุการณ์สำคัญในช่วงเวลานั้น การศึกษาเชิงลึกในส่วนนี้อาจช่วยอธิบายว่าทำไมบางคำหรือกลวิธีจึงได้รับความนิยมในการใช้มากขึ้นในบางช่วงเวลา อันเนื่องจากปัจจัยทางสังคมหรือวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นว่ากลวิธีในการตั้งชื่อเรื่องอย่างมีลักษณะเฉพาะและดึงดูดอารมณ์ มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการสื่อสาร

เนื่องจากทำให้ประเด็นสำคัญและความขัดแย้งปรากฏชัดต่อผู้รับสาร นอกจากจะทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารแล้ว ยังส่งเสริมให้เกิดอารมณ์ร่วมและการติดตามต่อเนื่อง ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจถึงความสำคัญของเหตุการณ์และผลกระทบของปัญหา ทั้งในระดับส่วนบุคคล ครอบครัว และสังคมโดยรวม

3. การระบุตัวละครหลัก

กลวิธีนี้ใช้คำที่ระบุตัวละครหลักของการตั้งชื่อ การระบุตัวละครหลัก คือการวิเคราะห์และจำแนกบุคคล กลุ่มบุคคล อาชีพ หรือองค์ประกอบนามธรรมที่ถูกทำให้มีบทบาทในเรื่องเล่า ข่าว หรือสื่อใด ๆ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อเหตุการณ์และการพัฒนาเนื้อเรื่อง โดยอาจจะระบุได้โดยตรงด้วยชื่อ อาชีพ หรือบทบาทในโครงเรื่องจากการวิเคราะห์ชื่อตอนของรายการโทรทัศน์จำนวน 172 ตอนที่ออกอากาศในช่วงเดือน มกราคม ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2568 พบว่ามี 167 ตอนที่เข้าข่ายกลวิธีการ “การระบุตัวละครหลัก” ขณะที่มียี่สิบสี่ตอนที่ไม่มีเข้าข่าย แสดงให้เห็นว่าในเชิงสื่อสาร ชื่อตอนที่ระบุบุคคล กลุ่มบุคคล หรือความสัมพันธ์เฉพาะเจาะจงสามารถสร้าง ความชัดเจนของตัวละคร ให้ผู้ชมรับรู้ได้ทันทีว่าข่าวหรือเหตุการณ์เกี่ยวข้องกับใคร การระบุชื่อเฉพาะบุคคล เช่น “เอ๋ มิรา”, “สุน เชน”, หรือ “น้องเมย์” ช่วยให้เกิด ความคุ้นเคยและความใกล้ชิด กับตัวละครทั้งในแง่ของบุคลิกภาพและความสัมพันธ์ในสังคม ขณะที่การใช้ตำแหน่ง สถานะ หรืออาชีพ เช่น “เมียหลวง”, “พยาบาลสาว”, “ทนายดังภูเก็ต”, “พระเอกซีรีส์” จะช่วยสร้าง ภาพจำเชิงสัญลักษณ์ ให้ผู้ชมสามารถตีความบทบาทและบริบทของตัวละครได้ทันที

สาวร้องอดีตแฟนเก่า อ้างเป็นทนายรายการดัง ยืมเงินหลักล้าน ตามวังควาน แถมข่มขู่

(Hone - Krasae. (2025, March 17). EP.1889)

ชื่อดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบที่ครบถ้วนของข่าว คือชื่อตอนมีการกล่าวถึงตัวละครซึ่งเป็นบุคคล “สาว” และ “อดีตแฟนเก่า” โดยอธิบายบทบาทว่าเป็น “ทนายรายการดัง” รวมถึงสิ่งของ “เงิน” ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในเหตุการณ์

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่า ช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม ยังมีชื่อตอนบางส่วนที่ไม่ระบุตัวละครโดยตรง แต่เน้นเหตุการณ์หรือสิ่งของเป็นหลัก ทำให้ชื่อชื่อตอนไม่สามารถสร้าง จุดสนใจเชิงตัวละครได้เต็มที่ ขณะที่ตั้งแต่ เดือนเมษายน ถึง สิงหาคม พบว่าทุกตอนมีการระบุตัวละครอย่างชัดเจน ทั้งนี้ การระบุตัวละครไม่จำกัดเพียงชื่อเต็มหรือชื่อจริงเท่านั้น แต่รวมถึงชื่อเล่น ฉายา ความสัมพันธ์ในครอบครัว (“พ่อแท้ๆ”, “ลูกสาว”, “อดีตสามี”, “แม่ปุนา”) และกลุ่มบุคคลเฉพาะ (“สาว LGBTQ”, “แก๊งโอรส”, “พระชั้นผู้ใหญ่”) ซึ่งช่วยให้ผู้ชมเกิด ภาพบุคคลในใจ และทำให้เรื่องราวมีความน่าสนใจมากขึ้น

นอกจากนี้ การระบุตัวละครยังสัมพันธ์กับ ความต่อเนื่องของตอนต่อไป เช่น ชื่อตอน “นารีพิฆาต สงฆ์#...” ใช้ตัวละครเดิมเป็นแกนกลางในการเชื่อมโยง ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจติดตามอย่างต่อเนื่อง การวิเคราะห์เชิงคุณภาพยังพบว่าการระบุตัวละครมักถูกผสมผสานกับ กลวิธีอื่น เช่น การใช้คำกระตุ้นอารมณ์ หรือการบอกเนื้อหาข่าวตรง ๆ ในชื่อเดียวกัน ส่งผลให้ชื่อชื่อตอนมีทั้ง ความชัดเจนของตัวละคร ความดึงดูดทางอารมณ์ และความสามารถในการสื่อสารเนื้อหาหลักพร้อมกัน

แสดงให้เห็นว่าการระบุตัวละครในชื่อชื่อตอนทำหน้าที่เป็น เครื่องมือเชิงคุณภาพในการสร้างจุดสนใจของผู้ชม และเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การผลิตเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ ช่วยสร้างทั้ง การรับรู้ตัวละคร ความต่อเนื่องของเรื่อง และจดจำรายการของชื่อตอน

4. การระบุประเด็นปัญหา

กลวิธีนี้ใช้คำหรือวลีที่เน้นการระบุประเด็นปัญหา การระบุประเด็นปัญหา คือ กระบวนการวิเคราะห์ และชี้ให้เห็นปัญหา ปมขัดแย้ง หรือประเด็นที่เป็นข้อถกเถียงในเรื่องเล่า ข่าว หรือสื่อใด ๆ ซึ่งมีผลต่อการพัฒนา เนื้อเรื่อง เหตุการณ์ หรือความเข้าใจของผู้รับสาร จากการวิเคราะห์ชื่อตอนของรายการโทรทัศน์ จำนวนทั้งสิ้น 172 ตอน ที่ออกอากาศระหว่างเดือน มกราคม ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2568 พบว่ามี 156 ตอนที่สะท้อน ประเด็นปัญหาสังคมอย่างชัดเจน ขณะที่เพียง 14 ตอนที่ไม่เข้าข่าย การศึกษาเชิงคุณภาพครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าประเด็นปัญหาที่ปรากฏในรายการมีความหลากหลายและครอบคลุมหลายมิติ ตั้งแต่ความรุนแรง และการทำร้ายร่างกาย การฉ้อโกงและการหลอกลวง ความขัดแย้งในครอบครัวและความสัมพันธ์ ปัญหาทางกฎหมายและการทุจริต ประเด็นด้านศาสนา รวมถึงความมั่นคงของประเทศ โดยประเด็นความรุนแรงในครอบครัว การทะเลาะวิวาทบนท้องถนน การหลอกลวงอาทรัพย์สิน และความขัดแย้งเรื่องมรดก การนอกใจ หรือการทอดทิ้งภาระในครอบครัว ถือเป็นเรื่องที่พบได้บ่อยที่สุด สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความเปราะบาง ในระดับปัจเจกและครอบครัว ตลอดจนความท้าทายที่เกิดขึ้นในสังคมไทยในวงกว้าง ตัวอย่างเช่น

เพื่อนเราเผาเรือน สาวให้เพื่อนมาเลี้ยงแมว แต่กลับขโมยกระเป๋าแบรนด์เนมรวม 5 แสน

(Hone - Krasae. (2025, February 3). EP.1859)

ชื่อดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบที่ครบถ้วนของข่าวที่มีการระบุประเด็นปัญหา คือ การหักหลัง และลักทรัพย์ ซึ่งเป็นความขัดแย้งที่ทำลายความสัมพันธ์และความไว้วางใจ นอกจากนี้ การตั้งชื่อตอนบางครั้งยัง สะท้อนความต่อเนื่องและความซับซ้อนของประเด็นที่น่าเสนอ เช่น การใช้คำเชื่อมโยงระหว่างตอน โดยการ ใช้สัญลักษณ์ (#) ที่เป็นภาคต่อของปัญหาความขัดแย้งในแต่ละตอน ทำให้ผู้ชมรับรู้ว่ามีปัญหานั้นมีความยืดเยื้อ และไม่ได้เกิดขึ้นเพียงชั่วคราว กลวิธีนี้ยังแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของผู้ผลิตรายการในการสร้างการรับรู้ และความเข้าใจต่อปัญหาที่มีหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาส่วนบุคคล ครอบครัว หรือสังคมที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย ศาสนา และความมั่นคงของประเทศ

กล่าวโดยสรุป กลวิธีนี้ชี้ให้เห็นว่ารายการโทรทัศน์ไม่ได้เพียงรายงานเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริง แต่การตั้งชื่อตอนมีบทบาทสำคัญในการทำให้ประเด็นปัญหาปรากฏและเด่นชัดต่อผู้ชม เช่น ความรุนแรง การฉ้อโกง ความขัดแย้งในครอบครัว ปัญหาทางกฎหมาย และประเด็นทางศีลธรรม นอกจากนี้ กลวิธีการตั้งชื่อนี้ยังช่วยสร้างกรอบการตีความและเน้นย้ำผลกระทบของปัญหาต่อสังคมโดยรวม กลวิธีนี้จึงสะท้อนให้เห็นบทบาทของสื่อในการกำหนดกรอบความเข้าใจของผู้ชม และความสำคัญของการนำเสนอประเด็นสังคมที่หลากหลายและซับซ้อนอย่างมีวิจารณญาณ

5. การระบุสถานที่/จุดเกิดเหตุ/ตำแหน่ง

กลวิธีนี้ใช้คำหรือวลีที่การระบุสถานที่/จุดเกิดเหตุ/ตำแหน่งของการตั้งชื่อ การระบุสถานที่/จุดเกิดเหตุ/ตำแหน่ง คือกระบวนการวิเคราะห์และชี้ให้เห็นบริเวณ พื้นที่ หรือจุดที่เกิดเหตุการณ์ในเรื่องเล่าข่าวหรือสื่อใด ๆ เพื่อให้ผู้อ่านหรือผู้รับสารเข้าใจบริบทเชิงพื้นที่และความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์และตัวละครอย่างชัดเจน จากการวิเคราะห์ชื่อตอนของรายการโทรทัศน์จำนวน 172 ตอนที่ออกอากาศในช่วงเดือน มกราคม ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2568 พบว่ากลวิธี “การระบุสถานที่/จุดเกิดเหตุ/ตำแหน่ง” ถูกนำมาใช้ในการตั้งชื่อถึง 95 ตอน ในขณะที่ 76 ตอนไม่ได้ใช้กลวิธีนี้ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการระบุสถานที่มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมและสร้างบริบทเชิงพื้นที่ให้กับเนื้อหา การตั้งชื่อที่ระบุสถานที่ไม่ได้จำกัดเพียงการกล่าวถึงพื้นที่ทั่วไปเท่านั้น แต่ยังสะท้อนมิติที่หลากหลายของเรื่องราว ทั้งในระดับท้องถิ่น เช่น การระบุวัด ป่า หรือถนน ซึ่งช่วยให้ผู้ชมจินตนาการถึงเหตุการณ์ได้อย่างใกล้ชิดและเป็นรูปธรรม ไปจนถึงการกล่าวถึงพื้นที่ในระดับกว้าง เช่น ชายแดนไทย-กัมพูชา หรือประเทศต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนขอบเขตของเหตุการณ์ที่อาจเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ตัวอย่างเช่น

บานปลาย! ชายแดนระอุ ไทยพร้อมปกป้องอธิปไตย หลังถูกกัมพูชาระดมยิงฝั่งไทย

(Hone - Krasae. (2025, July 24). EP.1981)

ชื่อดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบที่ครบถ้วนของข่าวที่มีการระบุสถานที่เกิดเหตุคือ ชายแดน ซึ่งเป็นบริเวณที่มีการปะทะกัน แม้ไม่ได้ระบุจังหวัดหรืออำเภอ แต่ “ชายแดนฝั่งไทย” เป็น พื้นที่เกิดเหตุที่เข้าใจได้ ในระดับภูมิศาสตร์ นอกจากนี้ ยังพบว่าการระบุสถานที่เชิงสถาบันหรือองค์กร เช่น โรงพยาบาล เรือนจำ หรือบริษัท ทำให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับหน่วยงาน และสะท้อนประเด็นปัญหาในบริบทวิชาชีพหรือองค์กร ในบางกรณี รายการใช้สถานที่เชิงเปรียบเทียบหรือนามธรรม เช่น โลกหลายใบ หรือจักรวาล เพื่อสื่อถึงความซับซ้อน ความยิ่งใหญ่ หรือการเชื่อมโยงของเหตุการณ์ในมิติต่าง ๆ ซึ่งทำให้เรื่องราวมีความน่าสนใจและครอบคลุมกว่าที่ผู้ชมคาดคิด ขณะเดียวกัน การใช้สถานที่ในความเชื่อ เช่น ลานพญานาค หรือสวรรค์ แสดงให้เห็นว่าประเด็นทางศาสนาและความเชื่อยังเป็นที่น่าสนใจของผู้ชม และช่วยดึงดูดกลุ่มผู้ชมที่ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว

กล่าวโดยสรุป การใช้กลวิธี “การระบุสถานที่/จุดเกิดเหตุ/ตำแหน่ง” ในการตั้งชื่อตอนมีความหลากหลายและมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ของผู้ชม การระบุสถานที่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงมิติทางกายภาพ แต่ยังรวมถึงมิติสัญลักษณ์และนามธรรม การตั้งชื่อเช่นนี้ช่วยสร้างความชัดเจน ทำให้เรื่องราวมีความเป็นจริง และส่งผลให้ผู้ชมสามารถเข้าใจ เห็นภาพ และรู้สึกเชื่อมโยงกับเนื้อหาได้อย่างใกล้ชิด

6. การระบุจำนวน/ตัวเลข/มูลค่า/ปริมาณ

การระบุจำนวน/ตัวเลข/มูลค่า/ปริมาณ หมายถึง การให้ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับจำนวน สิ่งของ เหตุการณ์ บุคคล อายุ มูลค่า หรือขนาดของสิ่งต่าง ๆ ซึ่งสามารถระบุได้หลายลักษณะ เช่น

1. ตัวเลขเจาะจง ระบุจำนวนหรือมูลค่าแบบชัดเจน เช่น 3 คน, 5 ล้านบาท, อายุ 12 ปี
2. ตัวเลขไม่เจาะจง ปริมาณโดยประมาณหรือไม่ชัดเจน เช่น มาก, น้อย, หลาย, บางส่วน
3. ตัวเลขบอกลำดับ/ต่อเนื่อง ระบุลำดับหรือเวอร์ชัน เช่น ภาค 2, #2
4. ตัวเลขเชิงเวลา/อายุ ระบุช่วงเวลา ช่วงชีวิต หรืออายุ เช่น อายุ 18 ปี, ปีที่ 2568 หน้าที่หลัก

จากการวิเคราะห์ชื่อตอนของรายการโทรทัศน์จำนวน 172 ตอนที่ออกอากาศในช่วงเดือน มกราคม ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2568 พบว่ามี 97 ตอนที่ใช้กลวิธี “การระบุจำนวน/ตัวเลข/มูลค่า/ปริมาณ” ขณะที่ 75 ตอนไม่ได้ใช้กลวิธีนี้ (หมายเหตุ: จำนวนตอนทั้งหมดไม่ตรงกับผลรวม เนื่องจากมีชื่อตอนหนึ่งในเดือนมีนาคมที่ออกอากาศ 2 วันแต่มีเนื้อหาแตกต่างกัน) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการระบุข้อมูลเชิงปริมาณมีบทบาทสำคัญในการสร้างความน่าสนใจและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหาข่าว ตัวอย่างเช่น

เจ้าอาวาสวัดม่วง เงินหาย 10 ล้าน ทองอีก 250 บาท ด้านพระลูกวัดแฉกแค่แต่งนิทาน

(Hone - Krasae. (2025, July 3). EP.1966)

ชื่อดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบที่ครบถ้วนของข่าวที่มีการระบุการระบุจำนวน/ตัวเลข/มูลค่า/ปริมาณ คือคำว่า “10 ล้าน” และ “250 บาท” ระบุจำนวนเจาะจงของมูลค่า ซึ่งช่วยให้ข้อมูลชัดเจนและดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ทันที อีกทั้งยังพบว่าในตอนอื่นๆ ที่มีการใช้ ตัวเลขไม่เจาะจงหรือประมาณค่า เช่น “เพียบ”, “เป็นล้าน”, “หลักล้าน”, “นับร้อย”, “ยกพวก”, “เยอะ”, “ครึ่งล้าน” และ “นับแสนบาท” สร้างความรู้สึกว่าเหตุการณ์นั้นมีขนาดใหญ่หรือส่งผลกระทบในวงกว้าง ขณะที่ ตัวเลขบอกลำดับหรือต่อเนื่อง เช่น “ภาค 2”, “#2”, “#3”, “#4”, “#5” หรือ “มือที่สาม” ช่วยให้ผู้ชมติดตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหลายตอนได้อย่างต่อเนื่อง และ ตัวเลขเชิงเวลา/อายุ เช่น “2567”, “80 ปี”, “5 วัน”, “19 ปี”, “93”, “แปดปี” หรือ “สองเดือน” ช่วยให้ผู้ชมเข้าใจบริบทของเหตุการณ์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

แสดงให้เห็นว่าการใช้กลวิธี “การระบุจำนวน/ตัวเลข/มูลค่า/ปริมาณ” ในการตั้งชื่อตอนถือเป็นเครื่องมือสำคัญของรายการโทรทัศน์ ไม่เพียงแต่ช่วยให้ชื่อตอนมีความน่าสนใจและสื่อสารข้อมูลเชิงปริมาณได้ชัดเจน

แต่ยังสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมและความสำคัญต่อผู้ชม ทำให้เรื่องราวดูยิ่งใหญ่ มีน้ำหนัก และกระตุ้นให้ผู้ชมติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิด

7. การตั้งคำถามเชิงกระตุ้นและเชิงวาทศิลป์

การตั้งคำถาม / ชวนคิด และคำถามเชิงประชด/เชิงวาทศิลป์ หมายถึง กลวิธีที่ผู้ผลิตสื่อใช้เพื่อกระตุ้นความสนใจและความคิดของผู้รับสาร จากการวิเคราะห์ข้อตอนของรายการโทรทัศน์จำนวนทั้งสิ้น 172 ตอน ที่ออกอากาศระหว่างเดือนมกราคมถึงสิงหาคม พ.ศ. 2568 พบว่ามีเพียง 28 ตอนที่ใช้กลวิธี “การตั้งคำถามเชิงกระตุ้นและเชิงวาทศิลป์” ในขณะที่อีก 144 ตอนไม่เข้าข่าย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลวิธีนี้ถูกนำมาใช้อย่างจำกัดเมื่อเปรียบเทียบกับกลวิธีหลักอย่าง “การบอกเนื้อหา/เหตุการณ์หลัก” อย่างไรก็ตาม การใช้คำถามในชื่อเรื่องมีบทบาทเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ เพราะช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้ชม สร้างความอยากรู้อยากเห็น และเปิดพื้นที่ให้ผู้ชมตีความหรือมีส่วนร่วมทางความคิดมากกว่าการรับข้อมูลเพียงฝ่ายเดียว ตัวอย่างเช่น

ใครหว่า? หมอดูคนดังรอกีวของปราบฯ เชิญ วัดครึ่งหนึ่งกรรมการครึ่งหนึ่ง

(Hone - Krasae. (2025, August 6). EP.1990)

ชื่อดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบที่ครบถ้วนของข่าวที่มีการระบุการตั้งคำถามเชิงกระตุ้นและเชิงวาทศิลป์ คือ คำถาม ใครหว่า? เป็นเชิงประชด/วาทศิลป์ ไม่ได้ต้องการคำตอบจริง การวิเคราะห์เชิงลึกแสดงให้เห็นว่า แม้จำนวนตอนที่ใช้กลวิธีนี้จะไม่มาก แต่เมื่อถูกนำมาใช้แล้วกลับมีพลังในการสร้างความแตกต่างจากข้อตอนส่วนใหญ่ที่มุ่งรายงานข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมา การใช้คำถามไม่เพียงสร้างความอยากรู้อย่างยิ่งยังทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมกับเหตุการณ์ และมองประเด็นจากมุมมองเชิงสังคมหรือเชิงวิพากษ์มากยิ่งขึ้น การเลือกใช้กลวิธีนี้จึงสะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจของผู้ผลิตรายการที่จะสร้างการปฏิสัมพันธ์ในเชิงความคิดกับผู้ชม มากกว่าการสื่อสารเชิงข้อมูลแบบฝ่ายเดียว

แสดงให้เห็นว่ากลวิธี “การตั้งคำถามเชิงกระตุ้นและเชิงวาทศิลป์” แม้จะถูกนำมาใช้น้อยเมื่อเทียบกับกลวิธีอื่น แต่กลับมีบทบาทสำคัญในเชิงคุณภาพ เพราะช่วยสร้างการจดจำและเพิ่มมิติทางอารมณ์และการตีความให้กับข้อตอนของรายการโทรทัศน์ การใช้คำถามจึงถือเป็นกลยุทธ์เฉพาะที่ช่วยให้ชื่อเรื่องมีพลังในการสื่อสารมากขึ้น และยังสะท้อนถึงความหลากหลายของแนวทางการตั้งชื่อที่ทีมผลิตเลือกใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมและทำให้รายการแตกต่างอย่างชัดเจนจากการนำเสนอข่าวเชิงรายงานปกติ

8. การตั้งชื่อแบบสืบเนื่อง

การตั้งชื่อแบบสืบเนื่องหมายถึงกลวิธีในการกำหนดชื่อตอนหรือชื่องานที่มีความเชื่อมโยงกับตอนก่อนหน้า เพื่อแสดงให้เห็นผู้ชมรับรู้ถึงความสัมพันธ์และการต่อยอดของเหตุการณ์หรือประเด็นที่ปรากฏในเนื้อหา การเชื่อมโยงนี้อาจทำได้หลายรูปแบบ เช่น

1. การใช้คำสำคัญหรือถ้อยคำเดิมซ้ำ
2. การไม่มีคำซ้ำ (คีย์เวิร์ด) แต่เนื้อหายังคงเกี่ยวข้อง
3. การใช้ตัวเลขหรือตัวบ่งชี้ลำดับ

จากการวิเคราะห์ชื่อตอนของรายการโทรทัศน์จำนวน 172 ตอน ที่ออกอากาศในช่วงเดือน มกราคม ถึงสิงหาคม พ.ศ. 2568 พบว่ามี 55 ตอน ที่ใช้กลวิธี “การตั้งชื่อแบบสืบเนื่อง” ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนสำคัญที่แสดงถึงกลยุทธ์เชิงรุกในการจัดการนำเสนอข่าวสาร ตัวอย่างเช่น

#3 ใครหว่า? หมอดูคนดังรอคิวกองปราบฯ เชิญ วัดครึ่งหนึ่งกรรมการครั้งนี้

(Hone - Krasae. (2025, August 8). EP.1992)

ชื่อดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบที่ครบถ้วนของข่าวที่มีการระบุ การตั้งชื่อแบบสืบเนื่องคือพบว่าชื่อตอนดังกล่าวเข้าข่ายรูปแบบการใช้ตัวเลข/ตัวบ่งชี้ลำดับ และคำสำคัญเดิมซ้ำ มีการใช้ตัวบ่งชี้ “#3” และใช้ คำสำคัญซ้ำ ทั้งหมดของชื่อตอน เพื่อแสดงความต่อเนื่องและขยายผลของประเด็นหมอดูคนดัง จาก รายการโนนกระแสด EP. 1991วันที่ 7 ส.ค.2568 ชื่อตอนว่า #2 ใครหว่า? หมอดูคนดังรอคิวกองปราบฯ เชิญวัดครึ่งหนึ่งกรรมการครั้งนี้ กลวิธีนี้ถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์หลักในการ สร้างการรับรู้ถึงความต่อเนื่องของเหตุการณ์และประเด็น รวมถึง สร้างความจดจำของตัวละคร ในระยะยาว โดยมีการใช้งานอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1. การสืบเนื่องแบบชัดเจน รูปแบบที่โดดเด่นที่สุดคือการใช้ คำสำคัญเดิมซ้ำ ควบคู่ไปกับ ตัวบ่งชี้ลำดับ (เช่น “ภาค 2”, “#2”, “(3)”) เพื่อสร้างชุดเรื่องราวที่ยาวนานและมีขอบเขตชัดเจน เช่น ชุดข่าว “นารีพิฆาตสงฆ์” ที่สืบเนื่องกันถึง 7 ตอน หรือชุด “ชายแดนระอุ” ที่ต่อเนื่อง 6 ตอน การใช้ตัวเลขลำดับอย่างต่อเนื่องเช่นนี้แสดงถึงความตั้งใจของรายการในการติดตามสถานการณ์ที่กำลังดำเนินอยู่และย้ำให้ผู้ชมทราบว่าประเด็นดังกล่าวยังไม่สิ้นสุด

2. การสืบเนื่องเชิงเนื้อหาและการผูกปม กลวิธีนี้มีความซับซ้อนขึ้น โดยมุ่งเน้นการติดตามผลกระทบหรือมุมมองใหม่ของบุคคล/เหตุการณ์เดิม แม้ชื่อตอนจะเปลี่ยนไปทั้งหมด (เช่น การติดตามผลดราม่า “ดิว อริสรา” หรือผลกระทบจากคดี “ผู้กำกับใจ”) และที่สำคัญที่สุดคือการใช้การตั้งชื่อแบบสืบเนื่องเพื่อ ผูกโยงคดีที่แตกต่างกัน (เช่น การนำเรื่องราวของ “หมอดูคนดัง” และ “พระอลงกต” มารวมกันในตอนสรุป) เพื่อสร้างโครงสร้างเรื่องเล่าเชิงข่าวสารขนาดใหญ่ที่ตื้นตันและสรุปปมทั้งหมดเข้าด้วยกัน

กล่าวโดยสรุป การใช้กลวิธี “การตั้งชื่อแบบสืบเนื่อง” ไม่ใช่เพียงแค่การแจ้งลำดับตอน แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ ที่รายการโทรทัศน์ใช้ในการ กำหนดทิศทางเรื่องเล่า ในระยะยาว สร้างความรู้สึกผูกพันกับเนื้อหา และเพิ่มแรงจูงใจให้ผู้ชมต้องติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิดเพื่อทำความเข้าใจบทสรุปของ “มหากาพย์ข่าว” ที่ถูกวางโครงเรื่องไว้ล่วงหน้า

ผู้วิจัยจัดตารางสรุป กลวิธีการตั้งชื่อที่ถูกพบตั้งแต่ข้อที่ 1-8 ให้ครบทุกหมวด แยกตามเดือนและรวมทั้งหมดเพื่อสามารถดูภาพรวมได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปกลวิธีการตั้งชื่อที่ถูกพบตั้งแต่ข้อที่ 1 - 8 ให้ครบทุกหมวด

เดือน	1. เนื้อหา/ เหตุการณ์หลัก	2. ลักษณะ พิเศษ/ อารมณ์	3. ตัว ละครหลัก	4. ประเด็น ปัญหา	5. สถานที่/ จุดเกิด เหตุ	6. ตัวเลข/ มูลค่า/ จำนวน	7. คำถาม/ ชวนคิด	8. สืบเนื่อง
มกราคม	21 จาก 23	21 จาก 23	21 จาก 23	18 จาก 23	11 จาก 23	11 จาก 23	5 จาก 23	1 จาก 23
กุมภาพันธ์	20 ครบ	18 จาก 20	19 จาก 20	20 ครบ	14 จาก 20	12 จาก 20	0 จาก 20	2 จาก 20
มีนาคม	21 ครบ	17 จาก 21	21 ครบ	16 จาก 21	10 จาก 21	7 จาก 21	3 จาก 21	7 จาก 21
เมษายน	19 จาก 22	22 ครบ	22 ครบ	19 จาก 22	12 จาก 22	14 จาก 22	2 จาก 22	6 จาก 22
พฤษภาคม	22 ครบ	21 จาก 22	22 ครบ	22 ครบ	11 จาก 22	10 จาก 22	2 จาก 22	4 จาก 22
มิถุนายน	21 ครบ	21 ครบ	21 ครบ	21 ครบ	8 จาก 21	14 จาก 21	2 จาก 21	2 จาก 21
กรกฎาคม	22 ครบ	22 ครบ	22 ครบ	22 ครบ	11 จาก 22	16 จาก 22	2 จาก 22	14 จาก 22
สิงหาคม	21 ครบ	21 ครบ	20 จาก 21	21 ครบ	18 จาก 21	13 จาก 21	12 จาก 21	19 จาก 21
รวม	167	163	168	159	95	97	28	55

ที่มา : Analyzed and concluded by the author

หมายเหตุ : จากในตารางหรือคำอธิบายผลการเก็บข้อมูล มีการใช้รูปแบบตัวเลขในลักษณะ “X จาก Y” หรือ “X/Y” เพื่อแสดงระดับความสมบูรณ์ของข้อมูลในแต่ละหมวดหมู่ โดยมีความหมายดังนี้ตัวเลขหน้า “จาก” (X) = จำนวนครั้งที่พบข้อมูลในหมวดหมู่นั้น ๆ ภายในเดือนนั้นตัวเลขหลัง “จาก” (Y) = จำนวนตอนทั้งหมดที่มีการวิเคราะห์ในเดือนนั้น ดังนั้น ตัวเลข “X จาก Y” จึงหมายความว่า “พบข้อมูลจำนวน X ตอนจากตอนทั้งหมด Y ตอน ที่มีอยู่ในเดือนนั้น” ตัวอย่างเช่น 19 จาก 22 หมายถึง พบข้อมูล 19 ตอน จากจำนวนตอนทั้งหมด 22 ตอน 12 จาก 21 หมายถึง มีการบันทึกข้อมูลใน 12 ตอน จากตอนทั้งหมด 21 ตอน ในกรณีที่ใช้คำว่า “ครบ” หมายถึงมีการบันทึกข้อมูลในทุกตอนของเดือนนั้น หรือคิดเป็น 100% ของจำนวนตอนทั้งหมดเช่น “22 ครบ” = พบข้อมูลครบทั้ง 22/22 ตอน

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ความถี่ของกลวิธีในการนำเสนอเนื้อหาข้างต้นชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่โดดเด่นของสื่อมวลชนไทยคือการเน้นการดึงดูดความสนใจของผู้รับสารผ่านการสร้างความผูกพันทางอารมณ์และตัวบุคคลเป็นหลัก โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับการนำเสนอ ตัวละครหลักปรากฏ 168 ครั้ง และเนื้อหา/เหตุการณ์หลักปรากฏ 167 ครั้ง ซึ่งเป็นการยืนยันถึงภารกิจพื้นฐานในการรายงานข้อเท็จจริง ควบคู่ไปกับการใช้บุคคลเป็นศูนย์กลาง เพื่ออำนวยความสะดวกในการจดจำและการเข้าถึงทางอารมณ์ การใช้ลักษณะพิเศษ/อารมณ์ปรากฏ 163 ครั้ง และการขับเคลื่อนเรื่องราวด้วยประเด็นปัญหาปรากฏ 159 ครั้ง ในสัดส่วนที่สูงตามมา สะท้อนว่าสื่อให้คุณค่าแก่ความเร้าใจและความขัดแย้งในฐานะกลไกหลักในการกำหนดวาระและรักษาความสนใจ

การศึกษาของ Kolandai-Matchett and Armoudian (2020) พบว่า การวางกรอบสารมีหลายรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ทางทะเล ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์นี้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของ Emotional Frames ที่สื่อสารโดยเลือกใช้สื่อที่มีผลต่ออารมณ์ เช่น ความกลัวหรือความเห็นใจ ซึ่งสามารถเห็นได้จากการนำเสนอข่าวที่กระตุ้นความรู้สึกของผู้ชม เพื่อให้เกิดการตอบสนองที่เข้มข้น

การกำหนดกรอบข่าว (News Framing) เป็นวิธีการให้คำอธิบายต่อเรื่องราวทั้งหมด โดยเฉพาะในบริบทของการรายงานข่าวที่นักข่าวต้องพิจารณาว่าเหตุการณ์ใดมีคุณค่าพอที่จะเป็นข่าว (News value) การใช้กรอบข่าวช่วยให้นักข่าวสามารถจัดระเบียบและตีความเหตุการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ในขณะเดียวกันก็ทำลายหลักการทางวารสารศาสตร์ที่ยึดถือกันมานานว่า “ข่าวควรจะเป็นวัตถุวิสัย” (Objectivity) ทฤษฎีกรอบข่าว (News Framing Theory) ซึ่งได้รับการพัฒนาจากงานของ Goffman (1974) ชี้ให้เห็นว่า นักข่าวไม่สามารถหลีกเลี่ยงการใช้กรอบเพื่อทำความเข้าใจเหตุการณ์ได้ และสิ่งนี้ทำให้เกิดข้อจำกัดในความเป็นกลางของการรายงานข่าว เนื่องจากรอบที่เลือกใช้สามารถถูกครอบงำโดยสถาบันสังคมที่มีอำนาจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อวิธีการที่นักข่าวนำเสนอข่าวสาร การเลือกกรอบที่ส่งเสริมสถานภาพเดิม (Status quo) อาจทำให้เกิดการบิดเบือนความเป็นจริงและทำให้ผู้ชมไม่สามารถมองเห็นมุมมองที่หลากหลายได้

ในบริบทของการวิเคราะห์การตั้งชื่อตอนในรายการโนकरะแสด ผลการศึกษาในปี 2568 แสดงให้เห็นถึงการเน้นการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจของผู้รับสารผ่านการสร้างความผูกพันทางอารมณ์และตัวบุคคลเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการกำหนดกรอบข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ Emotional Frames ที่กระตุ้นอารมณ์ เช่น ความกลัวหรือความเห็นใจ เพื่อให้ผู้ชมมีปฏิกิริยาต่อข่าวอย่างเข้มข้น

การตั้งชื่อตอนข่าวในรายการโนकरะแสดมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดความสนใจของผู้ชม โดยการนำเสนอแนวคิดการสื่อสารที่มุ่งเน้นบุคคลจากงานวิจัยของ Riachi (2018) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของ

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ดูแลและผู้ป่วย ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการตั้งชื่อตอนข่าวได้ การตั้งชื่อตอนข่าวในรายการโหนกระแสสะท้อนถึงการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่มุ่งเน้นบุคคล โดยการสร้างความผูกพันทางอารมณ์ผ่านการใช้ตัวละครหลักและเหตุการณ์ที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้ชม

การนำแนวคิดจาก Riachi (2018) มาอภิปรายเกี่ยวกับการตั้งชื่อตอนในรายการโหนกระแส ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในกลยุทธ์การสื่อสารที่มุ่งเน้นบุคคล และเน้นถึงความสำคัญของการสร้างความผูกพันทางอารมณ์ในเนื้อหาข่าว เผยให้เห็นรูปแบบการใช้ภาษาของสื่อที่เน้นการจัดวางบุคคลเป็นศูนย์กลาง การกระตุ้นอารมณ์ และการเน้นความขัดแย้งมากกว่าการให้รายละเอียดเชิงปริมาณหรือการส่งเสริมการคิดวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของผู้รับสาร การสื่อสารที่มุ่งเน้นบุคคล (Person-Centered Communication) สร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของผู้ชมในกระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์เหล่านี้ช่วยให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมและเชื่อมโยงกับเนื้อหา ทำให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์ที่ผู้รับสารมีต่อข่าว

ในส่วนของกลวิธีที่มีความถี่ต่ำกว่า พบว่าการใช้ตัวเลขหรือมูลค่าปรากฏ 97 ครั้ง และการระบุสถานที่หรือจุดเกิดเหตุปรากฏ 95 ครั้ง ลดบทบาทลงอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับหมวดที่มุ่งเน้นความผูกพันกับตัวบุคคล ซึ่งสะท้อนข้อจำกัดด้านการให้ข้อมูลเชิงประจักษ์และรายละเอียดของบริบท ขณะที่กลวิธีที่เกี่ยวข้องกับมิติการติดตามผลและการคิดวิเคราะห์มีสัดส่วนน้อยที่สุด ได้แก่ การสืบเนื่องของเหตุการณ์ปรากฏ 55 ครั้ง และการตั้งคำถามหรือเชิญชวนให้คิดปรากฏ 28 ครั้ง กลุ่มข้อมูลนี้แสดงให้เห็นถึงความโน้มเอียงของสื่อในการเน้นประเด็นที่ทันต่อเหตุการณ์ โดยให้ความสำคัญน้อยต่อการขยายความหรือประเมินผลในเชิงลึก การวิเคราะห์ครั้งนี้เผยให้เห็นรูปแบบการใช้ภาษาของสื่อที่เน้นการจัดวางบุคคลเป็นศูนย์กลาง การกระตุ้นอารมณ์ และการเน้นความขัดแย้งมากกว่าการให้รายละเอียดเชิงปริมาณหรือการส่งเสริมการคิดวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของผู้รับสาร

ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานของ Chaiwang (2017) ที่ศึกษารูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ พบว่าสื่อออนไลน์ให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาเชิงอารมณ์ การเน้นบทบาทของตัวบุคคล การอ้างอิงตัวเลข และการใช้ศัพท์ทับศัพท์หรือถ้อยคำเร้าอารมณ์ เพื่อสร้างแรงดึงดูดในทันที งานวิจัยการตั้งชื่อตอนรายการโหนกระแส ปี 2568 แสดงลักษณะเดียวกันอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการใช้ ตัวละครหลัก และเหตุการณ์เป็นแกนกลาง การเน้นอารมณ์ในชื่อเรื่อง รวมถึงการลดบทบาทของรูปแบบชื่อที่ต้องอาศัยการตีความเชิงสำนวนหรือความหมายสองชั้น การเปรียบเทียบนี้ชี้ให้เห็นว่ากลวิธีการใช้ภาษาในสื่อออนไลน์ไทยมีทิศทางร่วมคือการให้ความสำคัญกับ “ความเร้าใจ ความชัดเจน และตัวบุคคล” มากกว่าการนำเสนอเชิงวิเคราะห์หรือสร้างพื้นที่ให้ผู้ชมตั้งคำถาม

แม้ว่างานของ Chaiwang (2017) และงานวิจัยฉบับนี้จะมีความสอดคล้องกันในด้านการเน้นอารมณ์ ตัวบุคคล และการใช้ถ้อยคำเร้าอารมณ์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสาร แต่ยังปรากฏความแตกต่างเชิงรูปแบบที่มีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนบริบทของแพลตฟอร์มและพฤติกรรมผู้ชมที่ต่างกันอย่างชัดเจน งานของ Chaiwang

(2017) พบรูปแบบเฉพาะหลายประการ เช่น การระบุเพศในหัวข่าว, การใช้เครื่องหมายเพื่อเรียกความสนใจอย่างเฉพาะทาง, การกำกับด้วยคำว่า (ชมคลิป), (ชมภาพ) หรือ (ภาพชุด) ตลอดจนการใช้อักษรย่อและคำย่อในชื่อเฉพาะ ซึ่งเป็นเทคนิคที่เน้นการเชื่อมโยงเนื้อหาข่าวกับวัตถุเชิงสื่อ (Media Object) ที่ปรากฏบนเว็บไซต์โดยตรง เช่น วิดีโอ ภาพนิ่ง หรือต้นฉบับข่าว อย่างไรก็ตาม รูปแบบเหล่านี้ไม่ปรากฏในการตั้งชื่อตอนรายการโนकरแสด ปี 2568 เนื่องจากการผลิตเนื้อหาอยู่บนแพลตฟอร์มวิดีโอเต็มรูปแบบซึ่งไม่จำเป็นต้องกำกับลักษณะสื่อเพิ่มเติมในชื่อเรื่อง อีกทั้งการตั้งชื่อตอนของรายการบน YouTube เน้นมิติของ “เหตุการณ์-ตัวละคร-ความขัดแย้ง” มากกว่าองค์ประกอบทางเทคนิคของการนำเสนอข่าว

นอกจากนี้ งานของ Chaiwang (2017) ยังพบการพาดหัวข่าวโดยระบุอาชีพ, การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ และการเน้นความขัดแย้งอย่างเป็นกลวิธีหลัก ขณะที่งานวิจัยฉบับนี้แม้พบองค์ประกอบใกล้เคียง เช่น การระบุสถานะของบุคคล (เช่น เมียหลวง, พระลูกวัด, ทนายดัง) และการใช้คำทับศัพท์บางส่วน แต่สัดส่วนและความชัดเจนของการใช้ไม่สูงเท่าในงานของ Chaiwang (2017) และไม่ได้ถูกจัดเป็นหมวดเฉพาะในกรอบวิเคราะห์ที่ผู้วิจัยเลือกใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ ทั้งยังไม่พบการใช้หัวข่าวแบบ Misleading หรือหัวข่าวที่ไม่ตรงกับเนื้อหา ซึ่งงานของ Chaiwang (2017) มองว่าเป็นหนึ่งในรูปแบบที่สื่อออนไลน์ใช้แม้จะมีความเสี่ยงด้านจริยธรรม แต่ในกรณีของโนकरแสด ปี 2568 ชื่อเรื่องมีการอิงข้อเท็จจริงโดยตรงเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของรายการสดที่มุ่งรายงานเหตุการณ์จริงแบบเร่งด่วน

กล่าวโดยสรุป ความแตกต่างระหว่างสองงานวิจัยจึงไม่ได้สะท้อนเพียงความหลากหลายของรูปแบบภาษาเท่านั้น แต่ยังชี้ให้เห็นว่าบริบทแพลตฟอร์มและรูปแบบสื่อนำไปสู่การเลือกใช้กลวิธีที่ไม่เหมือนกัน เว็บไซต์ข่าวเน้นเทคนิคการจัดวางตัวหนังสือและองค์ประกอบสื่อผสมเพื่อแข่งขันในพื้นที่ข่าวเชิงตัวอักษร ขณะที่รายการโนकरแสดมุ่งเน้นการสร้าง “โครงเรื่อง-ตัวละคร-ความขัดแย้ง” ในฐานะเครื่องมือหลักในการดึงดูดผู้ชมบนแพลตฟอร์มวิดีโอ ซึ่งเป็นลักษณะที่ไม่ถูกกล่าวถึงในงานของ Chaiwang (2017) มาก่อน และทำให้เห็นว่าการตั้งชื่อในสื่อออนไลน์ปัจจุบันไม่ได้อาศัยเพียงรูปแบบการดึงความสนใจแบบดั้งเดิมเท่านั้น แต่ยังพัฒนาไปสู่การสร้าง ‘โครงเรื่อง’ ที่เชื่อมโยงกันเป็นลำดับคล้ายการเล่าเรื่องระยะยาว ผู้ผลิตเนื้อหาจึงไม่ได้ใช้ชื่อเรื่องเพียงเพื่อสรุปเหตุการณ์ แต่ใช้เป็นเครื่องมือจัดวางโครงสร้างการรับรู้ของผู้ชมให้ติดตามต่อเนื่องซึ่งสะท้อนบทบาทใหม่ของการตั้งชื่อในบริบทสื่อดิจิทัลยุคนี้อย่างชัดเจน

โดยภาพรวม การศึกษาครั้งนี้ช่วยให้เห็นแนวโน้มสำคัญของารตั้งชื่อตอนในสื่อออนไลน์ร่วมสมัย ซึ่งให้ความสำคัญกับการนำเสนอเหตุการณ์ผ่านตัวละคร อารมณ์ และความขัดแย้งเป็นหลัก มากกว่ารูปแบบที่เน้นโครงสร้างข่าวตามแบบหนังสือพิมพ์ ในขณะเดียวกัน ความแตกต่างบางประการระหว่างผลการศึกษานี้กับงานวิจัยก่อนหน้าของ Chaiwang (2017) เช่น การไม่พบรูปแบบการกำกับลักษณะสื่อ (เช่น ชมคลิป/ชมภาพ) หรือการระบุเพศในชื่อเรื่อง สะท้อนให้เห็นว่าสื่อแต่ละประเภทมีเงื่อนไขการผลิตและกลยุทธการสื่อสารที่ต่างกัน ความหลากหลายของรูปแบบที่พบจึงไม่ได้เป็นเพียงข้อมูลเชิงปริมาณ แต่ชี้ให้เห็นทิศทางการใช้ภาษา

ในสื่อสังคมยุคปัจจุบันที่เน้นความกระชับ น่าสนใจ และสื่อสารอารมณ์อย่างเข้มข้น ทั้งยังสะท้อนพลวัตของภาษาไทยในบริบทดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. ควรขยายการศึกษาไปยังรายการข่าวหรือรายการสนทนาประเภทเดียวกันในแพลตฟอร์มอื่นเพื่อเปรียบเทียบว่ากลวิธีการตั้งชื่อใน YouTube มีความแตกต่างจากสื่อบนแพลตฟอร์มโทรทัศน์ดั้งเดิม เว็บไซต์ข่าว หรือสื่อสังคมอื่นเพียงใด การเปรียบเทียบนี้จะช่วยให้เห็นลักษณะเฉพาะของการใช้กลวิธีการตั้งชื่อในแต่ละสื่อได้ชัดเจนขึ้น

2. ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการตั้งชื่อกับพฤติกรรมการรับชมของผู้ใช้ เช่น จำนวนผู้เข้าชม หรือระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชม เพื่อให้เข้าใจว่ากลวิธีใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับชมมากที่สุด ซึ่งจะช่วยให้เสริมมุมมองด้านผลกระทบทางการสื่อสารของการตั้งชื่อในสื่อออนไลน์ร่วมสมัย

บรรณานุกรม

- Boontip, A. (1992). *Southern Thai dialect*. Sahamitr Offset Bang Lamphu, Bangkok. [in Thai]
- Boontip, B. (2000). *Writing*. Ramkhamhaeng University Press, Bangkok. [in Thai]
- Chaiwang, N. (2017). *Headline patterns on Thai newspaper websites* (Master's report). Dhurakij Pundit University, Bangkok. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Nontawat.Cha.pdf>. [in Thai]
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Hone-Krasae. (2025a, July 3). *Abbot of Muang Temple loses 10 million baht and 250 baht worth of gold, temple monk reveals it's just a fabricated story* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/Z4cCAs6mrd8?si=IWYgLtCsyNpcMWcl>
- Hone-Krasae. (2025b, February 7). *Blood feud!!! Younger sister reports elder sister for confinement, parents hope to seize inheritance of 30 million baht* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/T9Kg0xh16t8?si=ITwZJ341uhnOdz1a>

Hone-Krasae. (2025c, July 24). *Escalation! Border tensions, Thailand ready to defend sovereignty after Cambodia fires at Thai side* [Video]. YouTube.

<https://youtu.be/Vsqhp3aNFYM?si=OnG3HHWdA2tiZpwl>

Hone-Krasae. (2025d, February 3). *Our friend burned the house, a girl lets her friend take care of the cat but ends up stealing designer bags worth 500,000 baht* [Video]. YouTube.

<https://youtu.be/MgkFUfdD9zw?si=79A0Hrq7Zt70cNUc>

Hone-Krasae. (2025e, January 16). *Ugly scene! Girl on TikTok raids the wife in the condo and gets caught in an attack tonight* [Video]. YouTube.

<https://youtu.be/Y3uowMjrLoo?si=NUrbWnuQKz4IYvFP>

Hone-Krasae. (2025f, March 17). *Woman complains about ex-boyfriend claiming to be a lawyer from a famous program, borrows millions, harasses and threatens* [Video]. YouTube.

<https://youtu.be/Z35hOmaZ80o?si=zbTaN0hpBTdQWom9>

Hone-Krasae. (2025g, August 6). *Who is it? Famous fortune teller waits for the Crime Suppression Division, half to the temple, half to the committee* [Video]. YouTube.

<https://youtu.be/6ULvu3g2Cz0?si=zEenrEfjSgjUEQgN>

Hone-Krasae. (2025h, August 8). *#3 Who is it? Famous fortune teller waits for the Crime Suppression Division, half to the temple, half to the committee* [Video]. YouTube.

<https://youtu.be/0e42vaJcIIQ?si=TGhZO7tOsXbh0du4>

Inthraphon, W. (2002). *Writing skills*. Department of Information Studies, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University. [in Thai]

<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article/view/259164/174235>

Ittrat, K. (2021). *News Headlines and audience perception of COVID-19 news on the Facebook page Workpoint Today* (Master's report). Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University Press. [in Thai].

Kaewthep, K. (2005). *Summary of philosophy of communication and communication theory*. Sukhothai Thammathirat University Press. [in Thai].

- Kolandai-Matchett, K. & Armoudian, M. (2020). Message framing strategies for effective marine conservation communication. *Aquatic Conservation: Marine and Freshwater Ecosystems*, 13(12), 2441–2463. <https://doi.org/10.1002/aqc.3349>
- Khwansai, S. et al. (2020). Strategies in episode naming reflecting uniqueness: Tueruen Travel and Travel Around the World programs. *Dokkaew Paritthas Journal*, 1(2), 48–60. <https://www.human.nu.ac.th/wp-content/uploads/2024/10/DK-12-pp.-48-60.pdf> [in Thai]
- Khabune, T (2014). *An analysis of language use in headlines of Thairath newspaper*. (Master's thesis). Naresuan University Press. [in Thai]
- Netcharoen, N. (2019). *Linguistic strategies in clickbait headlines of online news*. Journal of the Faculty of Arts, Silpakorn University, 39(2), 237–263. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jasu/article/view/185178> [in Thai]
- Phanitch, A. (1985). *Headline language in contemporary newspapers*. Library Journal, 29(4), 46–57. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tla_bulletin/article/view/171588
- Rueangsri, P. (2004). *Strategies in naming television programs* (Master's thesis). University of the Thai Chamber of Commerce, Bangkok. <https://scholar.utcc.ac.th/server/api/core/bitstreams/870a17c8-67f0-4166-bacf-48e187ec440d/content> [in Thai]
- Riachi, R. (2018). *Person-centred communication in dementia care: A qualitative study of the use of SPECAL® by carers in the UK*. Journal of Social Work Practice, 32(3), 303–321. <https://doi.org/10.1080/02650533.2017.1381948>
- Sangin, T. (2019). *Linguistic strategies of online news headlines*. Journal of Letters, Silpakorn University, 41(2), 172–186. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jletters/article/view/211516>
- Sangsri, D., Meanpet, P., Khumkham, A., & Chookaew, P. (2020). *Language use in naming clips of Hone Krasae program*. Dokkaew Paritthas Journal, 2(1), 27–41. <https://www.human.nu.ac.th/wp-content/uploads/2024/10/DK-21-pp.-27-41.pdf>