

ลักษณะและเนื้อหาในการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

Strategies for using language style and content to deliver clickbait news on Facebook pages

ชนันพร โนชัย¹ / ภาคภูมิ ทรรรณา²
Chananporn Nochai¹ / Pakpoom Hannapa²

^{1,2} สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาสารคาม 44150, ประเทศไทย

^{1,2} Department of Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University, Maha Sarakham 44150, Thailand.

Corresponding author. Email: goongchanan@npu.ac.th29,

Received: July 7, 2023

Revised: July 28, 2023

Accepted: August 29, 2023

Abstract

The purpose of this article was to study the nature and content of the presentation of clickbait news on Facebook pages by collecting data from 5 Facebook pages with more than 1 million followers. This research used a conceptual framework of news elements by means of descriptive analysis. The results of the study can be divided into two areas: the characteristics of clickbait news and clickbait news content. In terms of the nature of clickbait news, there were 11 aspects: 1) freshness, 2) impact, 3) imminent, 4) important or celebrity, 5) conflict, 6) emotion. 7) Clue 8) Bizarre 9) Sexual 10) Change 11) Natural interest. There are 4 types of clickbait news content: 1) headlines that were not relevant to the news content 2) headlines that corresponded to some of the main points of the news, 3) The headline matched the point of the news content that was not important, 4) The headline matched the point of the news content but did not contain the details of the news. Clickbait was one of the strategies to analyze news to stay abreast of the social world and not to fall victim to online news. One was able to analyze and evaluate the credibility of information and how the news was objective and able to distinguish facts from the opinions of those who wrote suggestive news, so that one did not fall victim to clickbait news.

Key words: clickbait, Facebook page, nature of clickbait news, clickbait news content

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะและเนื้อหาในการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 6 เพจ ที่มียอดผู้ติดตาม 1 ล้านคนขึ้นไป การวิจัยครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดองค์ประกอบของข่าวและเนื้อหาของข่าวเชิงคลิกเบต โดยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการศึกษาด้านลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตพบว่า มีลักษณะอยู่ 11 ด้าน เรียงตามลำดับ ดังนี้ 1) ด้านบุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียง 2) ด้านความสดใหม่ 3) ด้านความสะเทือนอารมณ์ 4) ด้านความขัดแย้ง 5) ด้านปลุขง 6) ด้านผลกระทบกระเทือน 7) ด้านแปลกประหลาด 8) ด้านเป็นเรื่องใกล้ตัว 9) ด้านความมีเจองงำ 10) ด้านความเปลี่ยนแปลง 11) ด้านเรื่องเกี่ยวกับเพศ และผลการศึกษาด้านเนื้อหาของข่าวเชิงคลิกเบตพบอยู่ 4 ประเภทเรียงตามลำดับ ดังนี้ 1) พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน 2) พาดหัวข่าวไม่ตรงประเด็นกับเนื้อหา 3) พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่สำคัญ 4) พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวแต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว จากลักษณะและเนื้อหาของข่าวเชิงคลิกเบตเป็นกลวิธีอย่างหนึ่งในการวิเคราะห์ข่าวเพื่อให้รู้เท่าทันโลกโซเชียลและไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวออนไลน์ สามารถวิเคราะห์และประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารว่าข่าวนั้นมีวัตถุประสงค์อย่างไร แยกแยะข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นของผู้ที่เขียนข่าวที่มีการขึ้นำได้ เพื่อจะได้ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวเชิงคลิกเบต

คำสำคัญ: คลิกเบต, เพจเฟซบุ๊ก, ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบต, เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบต

บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านสารสนเทศที่มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังมีบทบาทและมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของผู้คนในสังคมเป็นอย่างมากทำให้วิถีชีวิตของผู้คนต้องการความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา การติดตามข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งที่ง่ายเพราะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผู้บริโภคข่าวสารมีวัตถุประสงค์ เพื่อรับทราบความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ อย่างสูง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในแต่ละวันมีเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นมากมายจึงเป็นผลให้แต่ละบุคคลจำเป็นต้องมีการติดตามหรืออ่านข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ซึ่งมีความรวดเร็วในการรายงานข่าวอันจะทำให้บุคคลต่างๆ สามารถรับทราบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทั่วทั้งที่ (Meksrihong, 2014) และจากการที่คนไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมากนั้นย่อมส่งผลให้เกิดความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบหากมีการแพร่กระจายของข่าวปลอมได้มากเช่นกัน จากผลสำรวจของโครงการ Connected Life โดยบริษัท Kantar TNS ได้เผยข้อมูลที่น่าสนใจว่า ในยุคที่มีข่าวปลอมแพร่กระจายเป็นจำนวนมากนั้นคนไทยกลับเชื่อข้อมูลที่รับมาจากสื่อสังคมออนไลน์มากถึงร้อยละ 40 ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงกว่าหลาย ประเทศที่ทำการสำรวจ (Nusom, 2017) ซึ่งเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อออนไลน์อาจจะมั่วทั้งข่าวที่เป็นจริงและข่าวปลอม โดยข่าวปลอมคือ “ข่าวที่ไม่จริง” เนื้อหาของข่าวปลอมอาจมีข้อเท็จจริงเพียงเล็กน้อยหรือเพียงบางส่วนแต่ขาดบริบทของรายละเอียดหรืออาจเป็นข่าวที่ไม่มีมูลความจริงเลย เนื้อหาของข่าวเป็นเรื่องที่สร้างขึ้นมาหรือไม่มีข้อเท็จจริง ไม่มีแหล่งข่าวหรือคำพูดที่ตรวจสอบได้ (Inthanon, 2019)

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้วยังมีข่าวปลอมประเภท “คลิกเบต” ที่เป็นการพาดหัวข่าวสร้างความรู้สึกให้ผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านข่าวเพราะความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่าน ซึ่งรูปแบบลักษณะของเว็บไซต์ประเภทนี้คือการล่อลวง ด้วยพาดหัวที่ชวนให้อยากรู้และคลิกเข้าไปดูโดยมักใช้คำพูด ดังที่ Susan Adams (2014) ได้กล่าวถึง การพาดหัวข่าวที่เรียกว่าคลิกเบต (Click-bait) มีลักษณะรูปประโยคที่จับสายตาเพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านเกิดความอยากรู้ ความสงสัย ด้วยการพาดหัวข่าวหลอกล่อ ปกปิด ซ่อนเร้น เนื้อหาสาระใจความของข่าว เมื่อผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านจะพบว่า “ไม่มีเนื้อหาสาระอะไร” เป็นเพียงเนื้อหาของข่าวสั้น ๆ ทำให้ผู้อ่านต้องคลิกเข้าไปดู เพราะเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ต้องการเพิ่มยอดการคลิกในเว็บไซต์เพื่อนำไปเพิ่มยอดการเข้าอ่านและสามารถนำไปอ้างอิงสู่การซื้อขายยอควิว และมีเม็ดเงินของการโฆษณาในเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ได้

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจ การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตผ่านสื่อออนไลน์ โดยศึกษาลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตและความสอดคล้องระหว่างพาดหัวข่าวกับเนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตในสื่อออนไลน์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongsuk (2016) ในเรื่องการวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์ เพราะในปัจจุบันการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตมีรูปแบบที่หลากหลาย กระตุ้นให้ผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านมีข้อความชวนให้สนใจ ทั้งนี้การพาดหัวข่าวและเนื้อหาของข่าวจะมีความสอดคล้องกันหรือไม่หรือมีลักษณะเป็นอย่างไร มีข้อมูลบิดเบือนจากความเป็นจริงมากน้อยเพียงใดผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาในประเด็นนี้

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตและเนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

ทบทวนวรรณกรรม

วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับลักษณะและเนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตดังนี้

Chai Wang (2017) กล่าวว่า หัวข่าวหรือพาดหัวข่าวถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดของข่าวเสมือนดั่งแม่เหล็กที่ดึงดูดให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในข่าวเป็นสิ่งที่สร้างความสนใจให้ผู้อ่าน หัวข่าวจะบอกข้อเท็จจริงเบื้องต้นให้ผู้อ่านที่ไม่ค่อยมีเวลากับการอ่านข่าวก็จะอาศัยอ่านจากหัวข่าว การพาดหัวข่าวถือได้ว่ามีความสำคัญต่อโครงสร้างข่าวมาก ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของภาษาที่ใช้ในการพาดหัวข่าวที่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด เพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมผู้อ่านที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย

Dolors Palau-Sampio (2015) กล่าวว่า การใช้รูปแบบและกลยุทธ์คลิกเบตในการพาดหัวข่าวสามารถสรุปได้ว่า การพาดหัวข่าวในสื่อออนไลน์ส่วนมากใช้คำเร้าอารมณ์ทำให้ผู้อ่านรู้สึกถึงอารมณ์คล้อยตามเพื่อให้เกิดเข้าไปอ่านรายละเอียดข่าว บางครั้งการพาดหัวข่าวก็จะพาดหัวข่าวแบบตรง ๆ สรุปความให้แก่ผู้อ่าน บางครั้งก็พบว่ามีการพาดหัวข่าวแบบคลุมเครือเพื่อให้ผู้อ่านอยากรู้

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังต่อไปนี้

Wanwohan (2019) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์และวิธีการในการนำเสนอเนื้อหาบนสื่อออนไลน์เป็นไปตามลักษณะของสื่อใหม่ที่มีความรวดเร็ว ความหลากหลาย และความไม่จำกัดของข้อมูล ส่วนรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาด้วยความมีคัลติมีเดียของสื่อออนไลน์ทำให้สามารถผลิตเนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลายได้ แต่ในการผลิตเนื้อหาแต่ละรูปแบบต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีความแตกต่างกัน ส่วนกระบวนการผลิตเนื้อหาเพื่อสื่อออนไลน์มีความรวดเร็วและคล่องตัวเพื่อเป็นไปตามคุณลักษณะของสื่อใหม่นั้นเอง

Thongsuk (2016) ศึกษาเรื่องการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์ ผลการศึกษาพบว่า มีคุณลักษณะการพาดหัวข่าวที่ใช้รูปแบบของวลีที่น่ามาเรียง ๆ กัน เพื่อใช้ในการพาดหัวข่าวมากที่สุด ในส่วนของภาษาที่ใช้การพาดหัวข่าวใช้คำเรียกชื่อจริง/ชื่อเล่น มากที่สุด ประกอบกับการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) คำสแลง และภาษาต่างประเทศ เพื่อเป็นการกระตุ้นความอยากรู้ให้กับผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านข่าว ส่วนเนื้อหาข่าวของเว็บไซต์ที่นำเสนอเป็นข้อความสั้น ๆ ประกอบกับภาพนิ่งมากที่สุด และการวิเคราะห์ความสอดคล้องเนื้อหาข่าวและพาดหัวข่าวของ เว็บไซต์ พบว่า ส่วนใหญ่ยังมีความสอดคล้องต้องกันอยู่

จากแนวคิดและงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตเป็นกลวิธี การนำเสนอข่าวประเภทหนึ่งที่มี รูปภาพ ข้อความ ภาพเคลื่อนไหว ขวนให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ มีอารมณ์ คล้อยตามกับการพาดหัวข่าว อยากรู้ อยากรู้อีก พกกดเข้าไปอ่านปรากฏว่าพาดหัวข่าวกับเนื้อหาข่าว มีความบิดเบือนไม่ตรงประเด็น โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดและงานวิจัยข้างต้น มาสรุปลักษณะและเนื้อหาของข่าวเชิงคลิกเบตได้ดังต่อไปนี้

ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบต หมายถึง ข่าวที่มีพาดหัวข่าว รูปภาพ หรือคำบรรยายที่มีลักษณะ เร้าอารมณ์ดึงดูดให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ และไม่ได้เชื่อมโยงกับเนื้อหาหรือเชื่อมโยงเพียงเล็กน้อยข่าวหรือ ข้อมูลข่าวมีความบิดเบือนจากพาดหัวซึ่งมีลักษณะของข่าว ดังต่อไปนี้

1. **ด้านความสดใหม่** คือ ความสดใหม่ของเหตุการณ์ หรือเป็นเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้น
2. **ด้านผลกระทบกระเทือน** เหตุการณ์เรื่องราวที่เกิดขึ้น ผลกระทบกระเทือน สร้างความเสียหาย ทั้งร่างกายและจิตใจต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนจำนวนมาก
3. **ด้านเรื่องที่ใกล้ตัว** ความสัมพันธ์ระหว่างที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารทั้งทางตรงและทางอ้อม
4. **ด้านบุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียง** โดยธรรมชาติของมนุษย์จะให้ความสนใจต่อสิ่งที่มีความสำคัญ ความเด่น ความมีชื่อเสียง
5. **ด้านความขัดแย้ง** เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่แสดงถึงความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในความสัมพันธ์ ระหว่างคนในสังคม ความขัดแย้งอาจเกิดขึ้นจากคนสองคน จากบุคคลสองกลุ่ม
6. **ด้านความสะเทือนอารมณ์** เรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้คนรับข่าวสารสนใจอย่างมาก และเนื้อหาในเหตุการณ์มีการสร้างความสะเทือนใจหรือสะเทือนอารมณ์ให้แก่ผู้รับสารอย่างรุนแรง
7. **ด้านความมีเงื่อนงำ** เป็นองค์ประกอบของข่าวที่สามารถดึงดูดความสนใจของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี นั่นคือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วไม่มีข้อยุติ หรือมีเบื้องหลังที่ซับซ้อน มีความจริงบางอย่างที่ไม่ได้เปิดเผย
8. **ด้านความแปลกประหลาด** คือเรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นผิดไปจากธรรมดา แปลกประหลาด
9. **ด้านเรื่องเกี่ยวกับเพศ** คือเหตุการณ์อะไรก็ตามที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างชายหญิง
10. **ด้านความก้าวหน้าทางวิทยาการต่าง ๆ** คือเหตุการณ์ที่แสดงถึงความก้าวหน้าทาง

เทคโนโลยี

11.ด้านความเปลี่ยนแปลงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีและไม่ดี

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

เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก คือ เนื้อหาข่าวที่มีเจตนาให้ข้อมูลที่บิดเบือนหรือปิดความจริง มีข้อมูลเท็จ ไม่ว่าจะมั่วหรือเท็จจริงเพียงบางส่วนของเนื้อหาก็ตาม โดยเนื้อหาข่าวนั้นอาจมีการล้อเลียนเสียดสี เนื้อหาขี้หน้า เนื้อหาขี้ขี้มา ทั้งนี้จะมีการใช้คำ และรูปภาพในพาดหัวข่าว เพื่อกระตุ้นและเข้าอารมณ์ผู้อ่าน เพื่อให้เกิดเข้าไปอ่านในรายละเอียดของเนื้อหาข่าว โดยผู้วิจัยได้จำแนกเนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตได้ ดังต่อไปนี้

1.พาดหัวข่าวไม่ตรงประเด็นกับเนื้อหาข่าว คือ เนื้อหาข่าวเขียนขึ้นมาใหม่หรือไม่สามารถตรวจสอบแหล่งข้อมูลได้

2. พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน คือ พาดหัวข่าวมีความตรงประเด็นหลักของเนื้อหาข่าวแต่ไม่ใช่ทั้งหมดของเนื้อหาข่าว

3.พาดหัวข่าวตรงประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ คือ ประเด็นหลักที่สำคัญของเนื้อหาข่าวไม่ตรงกับพาดหัวข่าวแต่ตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ

4. พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวแต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว คือ เนื้อหาข่าวมีเพียงประเด็นเดียวที่ตรงกับพาดหัวข่าว ในส่วนรายละเอียดของข่าวมีความไม่ตรงกับพาดหัวข่าว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาเพจเฟซบุ๊กที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารเชิงคลิกเบต จำนวน 6 เพจเฟซบุ๊ก เพจละ 10 ข่าว รวมเป็น 60 ข่าว และมีจำนวนผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก 1 ล้านคนขึ้นไป โดยมีเพจเฟซบุ๊ก ดังนี้ 1) เพจข่าวไทย 2) เพจอ่อนแอก็แพ้ไป 3) เพจสถานะ 4) เพจเพชรมายา 5) เพจสยามวาไรตี้ 6) เพจหยุดเมื่อไม่ได้จริง ๆ

2. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเพจเฟซบุ๊กที่มีลักษณะข่าวเชิงคลิกเบตจำนวน 60 ข่าว

3. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีในเรื่องเกี่ยวกับคลิกเบตและการเขียนข่าว

4. วิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของงานวิจัย

5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ

6. เสนอผลการศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ลักษณะ และเนื้อหาข่าวในการนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก” ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ลักษณะเนื้อหาจากการพาดหัวข่าวและเนื้อหาข่าวในเพจเฟซบุ๊กที่นำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตที่มียอดผู้ติดตาม 1 ล้านคนขึ้นไป ผู้วิจัยพบว่า มีลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตจำนวน 11 ลักษณะ และพบเนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตจำนวน 4 เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบต โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ลักษณะเนื้อหา

จากการพาดหัวข่าวและเนื้อหาข่าวซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก โดยสรุปผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

ชื่อเพจเฟซบุ๊ก	ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบต												
	ด้านความสดใหม่	ด้านผลกระทบกระเทือน	ด้านเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว	ด้านมีบุคคลสำคัญหรือ	มีชื่อเสียง	ด้านความขัดแย้ง	ด้านความสะเทือนอารมณ์	ด้านความมีเงื่อนงำ	ด้านแปลกประหลาด	ด้านเรื่องเกี่ยวกับเพศ	ด้านความก้าวหน้าที่ทางวิชาการต่าง ๆ	ด้านความเปลี่ยนแปลง	ด้านปฏิกชนสนใจ
ข่าวไทย	6	2		7	3	1	1	1					6
อ่อนแอก็แพ้ไป	4			8	2	9	2						
สถานะ	9	2		7	4	6	1					1	
เพชรมายา	3			5	2	4		3				1	2
สยามวาไรตี้	8	2	4	3	2	7							
หยุดเผือกไม่ได้จริง	3			5	2	4		2	1			1	2
รวม	33	6	4	35	15	31	4	6	1			3	10

จากตารางที่ 1 พบว่า ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตของเพจเฟซบุ๊กจำนวน 6 เพจ พบลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบต ด้านบุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียงพบมากที่สุด จำนวน 35 ข่าว รองลงมาด้านความสดใหม่จำนวน 33 ข่าว ด้านความสะเทือนอารมณ์จำนวน 31 ข่าว ด้านความขัดแย้งจำนวน 15 ข่าว ด้านปฏิกชนสนใจจำนวน 10 ข่าว ด้านผลกระทบกระเทือนจำนวน 6 ข่าว ด้านแปลกประหลาดจำนวน 6 ข่าว ด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวจำนวน 4 ข่าว ด้านความมีเงื่อนงำจำนวน 4 ข่าว ด้านความเปลี่ยนแปลงจำนวน 3 ข่าว และด้านเรื่องเกี่ยวกับเพศจำนวน 1 ข่าว เรียงตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

เพจเฟซบุ๊ก	พาดหัวข่าว ไม่ตรงประเด็น กับเนื้อหาข่าว	พาดหัวข่าว ตรงประเด็น หลักของข่าว	พาดหัวข่าว ตรงประเด็น ของเนื้อหาข่าว ที่ไม่สำคัญ	พาดหัวข่าว ตรงประเด็นของ เนื้อหาข่าว แต่ ไม่มีรายละเอียด ของข่าว	รวม
ข่าวไทย	4	4	2	0	10
อ่อนแอก็แพ้ไป	5	1	3	1	10
สถานะ	4	4	1	1	10
เพชรมาया	2	5	2	1	10
สยามวาไรตี้	2	2	6	0	10
หยุดเผือกไม่ได้จริง ๆ	4	5	0	1	10
รวม	21	21	14	4	60

จากตารางที่ 2 พบว่า เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตของเพจเฟซบุ๊ก พบพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วนพบมากที่สุด จำนวน 21 เนื้อหา รองลงมาพาดหัวข่าวไม่ตรงประเด็นกับเนื้อหาจำนวน 20 เนื้อหา พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญจำนวน 15 เนื้อหา และพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวแต่ไม่มีรายละเอียดของข่าวจำนวน 4 เนื้อหา เรียงตามลำดับ ในที่นี้จะขอยกตัวอย่างข่าว ดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1 พาดหัวข่าว “ฮัลโหล อย่าโง่”



ภาพที่ 1 : พาดหัวข่าว “ฮัลโหล อย่าโง่”

เนื้อหาข่าว

จากกรณีจะ อารีสยาม ที่เจ้าตัวนั้นได้ไปเช่ารถมอเตอร์ี่ 2 แฉง โดยรวมแล้วประมาณ 101 ใบแต่กลับถูกขวนเน็ตรายหนึ่งนั้น แะะอวดรวย จนทำเอาเจ้าตัว

นั้นต้องมาตอกกลับ โดย จี๊ นงผณี ได้ทำการ โหล่สัดในเฟซบุ๊ก หลังกลับไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งผู้นำท้องถิ่นที่บ้านเกิด หลังจากเลือกตั้งเสร็จก็โชว์ทักษะวิชาคณิตคิดเร็วไป 1 แมทซ์ ด้วยการเหมาลอตเตอรี่ 2 แผงเรียบ นับได้จำนวน 101 ใบ เจ้าตัวบอก งานนี้ต้องมีถูกกันบ้าง แต่สุดท้ายเจ้าตัวนั้นขานเน็ตเข้ามาคอมเมนต์แซะอวดรวย คนไม่ม่จะกินก็เยอะ...ขอให้ไม่ถูกเจ้าตัวถึงกับแคปรูปมาโพสต์ในคอมเมนต์โหล่ดังกล่าว เราซื้อลอตเตอรี่ช่วยคนพิการ บอกว่า อวดรวย งบกับตกรกะที่เค้าจ้ง ทำเอาบรรดาแฟน ๆ นั้นเข้ามาให้กำลังใจและอวดพรให้ถูกรางวัล

(Siamtopic, 2022, March 30)

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบลักษณะของข่าวดังต่อไปนี้

- 1. ด้านความสดใหม่** เนื่องจากการนำเสนอข่าว “ฮัลโหล อย่าโง่” มีความรวดเร็วต่อเหตุการณ์ ซึ่งเนื้อหาข่าวเป็นการนำเสนอโดยผู้ใช้เฟซบุ๊กชื่อ นงผณี มหาไทย ซึ่งเป็นเฟซบุ๊กของ นักร้องสาวจี๊อาร์สยามซึ่งได้นำเสนอข้อมูลในวันที่ 28 มีนาคม 2564 หลังจากนั้นเพจ สถานะ ได้นำเสนอข่าวนี้ในวันที่ 30 มีนาคม 2564 การนำเสนอเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการนำเสนอข่าวที่มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ยังได้รับความน่าสนใจต่อผู้อ่านเป็นอย่างมากอีกทั้งยังเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง
- 2. ด้านมีบุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียง** จากพาดหัวข่าวที่มีรูปนักร้องจี๊ อาร์สยาม ซึ่งเป็นนักร้องที่แจ้งเกิดและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในคลิปเพลง คันทู ทำให้นักร้องสาวจี๊อาร์สยามเป็นที่รู้จักในชั่วข้ามคืน ต่อมาก็ได้มาเป็นนักร้องในสังกัดอาร์สยามมีผลงานเพลงมากมายที่โด่งดังจนหนือจากนี้นักร้องสาวยังมีผลงานการแสดงและภาพยนตร์อีกด้วยนับว่าความสามารถเหลือล้น มีแฟนคลับที่ติดตามผลงานและให้กำลังใจทางอินสตราแกรม ถึง 2.9 ล้านคน และทางเฟซบุ๊กส่วนตัว จำนวน 1.9 ล้านคน นับว่าเป็นนักร้องสาวลูกทุ่งที่หีบจับอะไรก็ได้ได้รับความสนใจอย่างล้นหลามจากแฟนคลับอยู่เสมอ
- 3. ความขัดแย้ง** จากพาดหัวข่าวที่มีรูปจี๊ อาร์สยามและมีข้อความพาดหัวว่า “ฮัลโหล อย่าโง่” ซึ่งเป็นข้อความที่แสดงถึงความรุนแรงและความไม่พอใจ ระหว่างจี๊ อาร์สยามกับบุคคลอื่นผู้อ่านพาดหัวข่าวสามารถตีความได้ว่ามีสถานการณ์ที่ไม่ดีบางอย่างที่เกิดขึ้นกับนักร้องสาวจี๊อาร์สยาม จึงเป็นข่าวที่ได้รับความน่าสนใจเพราะเนื่องด้วยเป็นคนที่มีชื่อเสียงและเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่
- 4. ด้านบุคลิกสนสนใจ** จากพาดหัวข่าว “ฮัลโหล อย่าโง่” และมีรูปภาพประกอบเป็นนักร้องลูกทุ่ง จี๊ อาร์สยาม ผู้รับข้อมูลข่าวสารสามารถตีความได้ว่าเกิดเหตุการณ์บางอย่างที่ไม่ดีกับนักร้องดังกล่าว เนื่องจากการใช้คำพาดหัวข่าวที่เป็นเชิงลบประกอบกับบุคคลที่เป็นข่าวเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงต่อสังคมเป็นวงกว้าง ข่าวนี้จึงได้รับความสนใจของผู้ที่รับข้อมูลข่าวสาร ว่าเนื้อหาข่าวที่แท้จริงเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

จากการวิเคราะห์ข่าว พบว่าพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของข่าวบางส่วน ซึ่งประเด็นหลักของข่าวของนักร้องสาวจี๊ อาร์สยาม เพียงแค่ชื่อสลากกินแบ่งรัฐบาลแล้วนำเสนอข้อมูลลงเฟซบุ๊กส่วนตัวแล้วมีผู้มาแสดงความคิดเห็นในเฟซบุ๊กส่วนตัวว่าอวดรวย ซึ่งจี๊ อาร์สยาม ได้ชี้แจงแล้วว่าการซื้อลอตเตอรี่จำนวนมากนั้นมิจุดประสงค์หลักเพื่อช่วยเหลือคนพิการ ซึ่งการตอบได้กับความความคิดเห็นดังกล่าวเกิดขึ้นจาก

ผู้ที่มาแสดงความคิดเห็นเป็นไปเนืองแน่นเอง หากไม่เข้าไปอ่านรายละเอียดอาจทำให้ตีความได้ว่า จี๊ อารสยาม คำผู้อ่านแบบไม่มีเหตุผล และจากข่าวข้างต้นพบว่า เป็น “ข่าวเบา” เป็นข่าวที่ผู้อ่านรู้สึกตอบสนอง ได้ทันที แต่เป็นการตอบสนองในระยะสั้นๆ เนื่องจากเนื้อหาข่าวส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่าน เป็นหลัก ทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารจึงเกิดความอยากรู้อยากเห็นของข่าว

ตัวอย่างที่ 2 พาดหัวข่าว “ปีที่แล้วใครนอนไม่หลับ เตรียมตัว!!”



ภาพที่ 2 : พาดหัวข่าว “ปีที่แล้วใครนอนไม่หลับ เตรียมตัว!!”

เนื้อหาข่าว

เรียกได้ว่าติดตามกันมายาวนานพอสมควรสำหรับคดีน้องชมพู ต้องเรียกได้ว่า เป็นคดีที่สังคมยังคงคอยคำตอบกันอย่างมีความหวัง เพราะจากคดีน้องชมพู พบว่า ทำให้หมู่บ้านเล็กๆกลายเป็นที่รู้จักไปทั่วประเทศ และกลายเป็นหมู่บ้าน ที่สร้างรายได้ให้หลายๆคน แต่ยังหาตัวคนทำผิดไม่ได้ แต่ล่าสุดเหมือนจะมีความหวังขึ้นมาอีกครั้งเมื่อเพจ Nobita Lawyer หรือที่เรารู้จักกันในนามของ ทนาย โนบิ ได้โพสต์ข้อความระบุว่า “ปีที่แล้วใครนอนไม่หลับ แสดงว่าอาจจะ เป็นคนร้ายนะ ส่วนคนร้าย #อาจนอนฉวาทั้งปี แต่ปีนี้คงหลับสบายแน่ ๆ เพราะ อาจต้องเปลี่ยนที่นอน โพสต์ดังกล่าวเป็น ของทนาย โนบิ ซึ่งก่อนหน้านี้ เรา จะเห็นทนายเดินทางไปหมู่บ้านกอกกอยู่บ่อยๆ พร้อมทั้งหมอปลา และ คุณน้ำฟ้าด้วยและโพสต์ต่อมายิ่งทำให้ลุ้นหนักมาก

(Mumkhao, 2022, Jan 2)

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบลักษณะของข่าว ดังต่อไปนี้

1. ด้านความสะเทือนอารมณ์ จากพาดหัวข่าว “ปีที่แล้วใครนอนไม่หลับ เตรียมตัว!!” สามารถวิเคราะห์ได้ว่า เป็นข่าวที่ต้องการนำเสนอความสะเทือนอารมณ์ ผู้ได้รับข่าวสารต้องการทราบว่าจะมีอะไร เกิดขึ้นต่อจากนี้จะสามารถจับคนร้ายที่ทำร้ายน้องชมพูได้หรือไม่ แล้วคนร้ายเป็นคนที่สังคมจับตามองอยู่ หรือเปล่า โดยการนำเสนอพาดหัวข่าวดังกล่าวมีการใช้ถ้อยคำที่เร้าอารมณ์ ทำให้ผู้อ่านเกิดความอยากรู้ ในรายละเอียดของเนื้อหาข่าว จึงสร้างความน่าสนใจทำให้ต้องกดเข้าไปอ่าน

2. **ด้านความมีผลกระทบกระเทือน** จากพาดหัวข่าว “ปีที่แล้วไครนอนไม่หลับ เตรียมตัว!!” สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ข้อความพาดหัวข่าวดังกล่าวและรูปภาพประกอบอาจส่งผลกระทบต่อจิตใจในด้านดีและไม่ดีต่อบุคคลในรูปหรือบุคคลอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับข่าวของน้องชมพูซึ่งเป็นกระแสสังคม ขณะนั้น

3. **ด้านความมีเจตนา** จากพาดหัวข่าว “ปีที่แล้วไครนอนไม่หลับ เตรียมตัว!!” สามารถวิเคราะห์ได้ว่ารายละเอียดของข่าวอาจมีเจตนาโจมตีความลับซ่อนอยู่ เพราะอาจมีผู้กระทำความผิดหรือสิ่งไม่ดีจนนำไปสู่ความน่าสงสัยว่าอาจจะถูกค้นพบความจริงในเร็ววัน อีกทั้งข่าวนี้ผู้คนจำนวนมากให้ความสนใจเพราะยังจับตัวคนร้ายไม่ได้ในคดีของน้องชมพู ซึ่งมีผู้คนกลุ่มหนึ่งเพิ่งเล็งคนร้ายไปทางลุงของน้องชมพู คือลุงพล ที่เป็นคนร้าย ขาวนี้จึงมีความเจตนาโจมตีซ่อนเร้นและคนส่วนมากให้ความสนใจอีกทั้งยังลุ้นกันว่าคนร้ายเป็นคนที่ตนเองได้คิดไว้หรือไม่

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

จากการวิเคราะห์ข่าวผู้วิจัยสรุปได้ว่า พาดหัวข่าว “ปีที่แล้วไครนอนไม่หลับ เตรียมตัว!!” เป็นพาดหัวข่าวไม่ตรงประเด็นเนื้อหาข่าว เนื่องจากทั้งรูปภาพและเนื้อหาข่าวไม่ตรงกับพาดหัวเพราะเมื่อเข้าไปอ่านรายละเอียดแล้วจะพบว่าเนื้อหาข่าวเป็นของทนายโนบิต่อออกมาโพสต์ทางเพจบุ๊กส่วนตัว ไม่ใช่บุคคลที่อยู่ในรูปพาดหัวข่าวแต่อย่างใดและพบว่าเป็น ขาวเบา ซึ่งเน้นผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านเป็นหลัก ทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารจึงเกิดความอยากรู้อยากเห็นรายละเอียดของข่าวซึ่งภายในรายละเอียดข่าว และรูปที่ใช้พาดหัวข่าวมีความกระตุ้นความเร้าอารมณ์ของผู้รับข่าวสาร ทำให้มีผู้เข้าไปอ่านรายละเอียดของข่าวเป็นจำนวนมาก

ตัวอย่างที่ 3 พาดหัวข่าว “ครั้งแรกของหาดกะตะ”



ภาพที่ 3 : พาดหัวข่าว “ครั้งแรกของหาดกะตะ”

เนื้อหาข่าว

ข่าวที่รับต้นปีจำ เมื่อวานนี้ (1 มกราคม 2564) ผู้ใช้เฟซบุ๊ก “Thon Thamrong nawasawat” ได้โพสต์ข้อความผ่านเฟซบุ๊ก บอก ดีใจสุดฯ หลังแม่เต่ามาเพื่องขึ้นวางไข่ครั้งที่ 13 ประมาณตี 1 ครั้ง ในคืนวันที่ 1 มกราคม 2564 ที่ผ่านมา บริเวณกลางหาดกะตะ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังของเกาะภูเก็ต ทั้งนี้ ดร.ธรรณียังขอบคุณคนที่ไปเจอแม่เต่าวางไข่ครั้งนี้ด้วย ที่ไม่เอะอะโวยวาย จนแม่เต่าวางไข่

ได้สำเร็จปกติแต่จะวางไข่หลายหน ประมาณ 3-5 หน นี่น่าจะเป็นครั้งแรก
ยังมีลูกครั้งต่อไป ซึ่งหากแม่ตัววางอีกหนจะเป็นรังที่ 14 ทำลายสถิติซีซั่นก่อน

(Ejan, 2022, January 2)

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบลักษณะของข่าว
ดังต่อไปนี้

1. **ด้านความแปลกประหลาด** เนื่องจากการนำเสนอข่าว “ครั้งแรกของหาคะตะ” เป็นการนำเสนอพาดหัวข่าวที่สามารถตีความได้ถึงความแปลกประหลาดที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ซึ่งเป็นเรื่องที่ผิดไปจากปกติธรรมดาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้เหตุการณ์มีคุณค่าของข่าวสูง ประกอบกับการใช้คำพาดหัวข่าวยิ่งทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในเนื้อหาข่าวมากยิ่งขึ้น

2. **ด้านความเปลี่ยนแปลง** จากพาดหัวข่าว “ครั้งแรกของหาคะตะ” จากเนื้อหาของข่าวได้นำเสนอแม่เต่ามะเฟืองขึ้นวางไข่ซึ่งเมื่อก่อนเต่ามะเฟืองขึ้นวางไข่แถวพังงา แต่ในปัจจุบันได้ขึ้นวางรังไข่บริเวณกลางหาคะตะ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังของเกาะภูเก็ตซึ่งเป็นจุดได้สุดที่เต่ามะเฟืองเคยวางไข่เพราะที่ผ่านมาในรอบ 10-20 ปี แสดงให้เห็นว่ามีการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้นและชาวหาดมีความเจียมสงบกว่าทุกปีที่ผ่านมา

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

จากการวิเคราะห์ข่าวผู้วิจัยพบว่า พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน เนื่องจากในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวในส่วนอื่น ๆ ได้กล่าวถึงการวางไข่ของแม่เต่ามะเฟืองที่ขึ้นมาวางไข่ในหาดตะกะครั้งแรกในรอบ 20 ปี โดยรูปพาดหัวข่าวและข้อความพาดหัวข่าวเป็นสิ่งดึงดูดใจให้กดเข้าอ่าน หากไม่กดเข้าไปอ่านรายละเอียดจะไม่ทราบว่าคุณค่าที่เกิดขึ้นแท้จริงเป็นอย่างไร ซึ่งการวิเคราะห์พาดหัวข่าวดังกล่าวพบว่าเป็น ข่าวเบา ซึ่งเน้นผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านเป็นหลัก ทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารจึงเกิดความอยากรู้อยากเห็นของข่าวซึ่งภายในรายละเอียดข่าว และรูปที่ใช้พาดหัวข่าวมีความกระตุ้นความเร้าอารมณ์ของผู้รับข่าวสาร ทำให้มีผู้เข้าไปอ่านรายละเอียดของข่าวเป็นจำนวนมาก

ตัวอย่างที่ 4 พาดหัวข่าว “เรียกสามี เต็มปาก เต็มคำ”



ภาพที่ 4 : พาดหัวข่าว “เรียกสามี เต็มปาก เต็มคำ”

เนื้อหาข่าว

ชวนดู รายการผู้หญิงทำมาหากิน กับแซ่บรับเชิญเธอคนนี้ แอน จักรพงษ์ จักรจุฑาธิบดิ์ ผู้บริหารข้ามเพศคนสวย บริษัท เจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน) เจ้าของฉายาข้ามเพศหมิ่นล้าน ซีอีโอคนสวยและรวยมาก ที่ไม่เคยเว้นว่างห่างผู้ชายสวยผอเคียงกาย รอบนี้เห็นจะเป็นที่ของ น้องหมี เคิร์ก บอนแดด ที่น่าจะมาแรงแข่งอีก 3 คนที่กำลังอดิฉันอยู่ เพราะคงออกสื่อถี่เหลือเกิน และเจ้าตัวเองก็ออกปากชดกลางรายการเรียก เคิร์ก ว่า “สามี” และย้ำชัด เคิร์ก คะแนนนำโด่งสุด พิธีกรอย่าง หนูหม่อม สุริวิภา, ตัก ศิริพร, สุ สุณารี และ ฮาย อภาพร ไม่พลาดจัดเต็มทุกประเด็น ในวันพฤหัสบดีที่ 21 มกราคม 2564 เวลาบ่ายโมงตรง ช่องวัน 31 รับรองสนุกแซ่บนั่นเอง!!

(Ejan, 2022, January 20)

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบลักษณะของข่าวดังต่อไปนี้

1. **ด้านองค์ประกอบทางเพศ** จากพาดหัวข่าวที่มีรูปแอน จักรพงษ์ จักรจุฑาธิบดิ์ ผู้บริหารข้ามเพศคนสวย บริษัท เจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน) ถือได้ว่าเรื่องเพศเป็นองค์ประกอบของข่าวที่น่าสนใจเป็นอย่างมากและมีคุณค่าของข่าวค่อนข้างสูงเพราะด้วยความแปลกประหลาด ผิดธรรมชาติจึงทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารเกิดความสนใจในเนื้อหาข่าวประกอบกับการใช้คำพาดหัวข่าวยังชวนให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก

จากการวิเคราะห์ข่าวผู้วิจัยพบว่าพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน เนื่องจากรูปพาดหัวข่าวเป็นรูปแอน จักรพงษ์ จักรจุฑาธิบดิ์ กับผู้ชายคนหนึ่งที่เป็นบุคคลเข้าร่วมเข้าแข่งขันในรายการที่มีคะแนนนำสูงกว่าผู้อื่นเท่านั้น ไม่ได้เป็นคู่รักแอน จักรพงษ์แต่อย่างใด เป็นเพียงการหยอกล้อ สนุกสนานกันในรายการ ในส่วนประเภทของข่าวพบว่าเป็นข่าวเบา ที่เน้น ผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านเป็นหลัก ทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารจึงเกิดความอยากรู้อยากเห็นของข่าวซึ่งภายในรายละเอียดข่าวและรูปที่ใช้พาดหัวข่าวมีความกระตุ้นความเร้าอารมณ์ของผู้รับข่าวสาร ทำให้มีผู้เข้าไปอ่านรายละเอียดของข่าวเป็นจำนวนมาก

สรุปผลและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาลักษณะและเนื้อหาข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก ผลการศึกษาพบว่า มีลักษณะของข่าวเชิงคลิกเบต 11 ลักษณะข่าว ได้แก่ ด้านมีบุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียง ด้านความสดใหม่ ด้านความสะเทือนอารมณ์ ด้านความขัดแย้ง ด้านปลุณชนใจ ด้านผลกระทบกระเทือน ด้านแปลกประหลาด ด้านเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว ด้านความมีเงื่อนงำ ด้านความเปลี่ยนแปลง และด้านเรื่องเกี่ยวกับเพศ เรียงตามลำดับ จะเห็นได้ว่าด้านมีบุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียงพบมากที่สุด เนื่องจากว่าเป็นลักษณะของข่าวที่มีความน่าสนใจและข่าวนั้นก็จะมีคุณค่ามากขึ้น เนื่องจากเป็นบุคคลหรือสถานที่ที่มีชื่อเสียงจึงได้รับความ

สนใจมากเป็นพิเศษ ประกอบกับการใช้ภาษาพูดหัวข่าวมักมีการใช้คำล้อเลียนเสียดสีหรือต้องการให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจผิด หลงเชื่อ จึงทำให้ผู้ที่รับข้อมูลข่าวสารให้ความสนใจในเนื้อหาของข่าวมากกว่าข่าวที่มีลักษณะอื่น ๆ

ด้านเนื้อหาของข่าวเชิงคลิกเบตพบ 4 ส่วน ได้แก่ พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วน พาดหัวข่าวไม่ตรงประเด็นกับเนื้อหาข่าว พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวที่ไม่สำคัญ และ พาดหัวข่าวตรงกับประเด็นของเนื้อหาข่าวแต่ไม่มีรายละเอียดของข่าว เรียงตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ในส่วนพาดหัวข่าวตรงกับประเด็นหลักของข่าวบางส่วนพบมากที่สุด เนื่องจากการพาดหัวข่าวจะมีรูปภาพหรือคำบรรยายที่มีการเชื่อมโยงกับเนื้อหาเพียงบางส่วนเท่านั้นและเป็นส่วนที่เล็กน้อยของเนื้อหาข่าว เมื่อผู้รับข้อมูลข่าวสารพบเห็นพาดหัวข่าวที่มีการใช้รูปภาพหรือข้อความที่ชวนให้สงสัยจึงเกิดความสนใจและเข้าไปอ่านในรายละเอียดของเนื้อหาข่าวแต่พบข้อมูลไม่ถูกต้องหรือข้อมูลไม่ตรงกับพาดหัวข่าว ซึ่งผู้สร้างข่าวอาศัยประโยชน์จากความสงสัยโดยให้ข้อมูลที่ชวนให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและสงสัยโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพหรือความถูกต้องของข้อมูล แต่เป็นวิธีการหนึ่งเพื่อให้ผู้ที่สนใจในเนื้อหาข่าวหลงกลเข้าไปอ่านเพื่อเรียกยอดวิวนั่นเอง

ในการศึกษาคำครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ Thongsuk (2016) ที่ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์” ผลการศึกษาของ Nusom (2017) ที่ศึกษาเรื่อง “ลักษณะของข่าวปลอมในประเทศไทยและระดับความรู้เท่าทันข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาของ Rattanaphong (2020) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษา ลักษณะของข่าวปลอมที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศไทยและแนวทางการรับมือ ผลการศึกษาของ Chaiwang (2017) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์” ผู้วิจัยพบว่าผลการศึกษาในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Thongsuk (2016) มากที่สุด โดยมีความสอดคล้องในด้านเนื้อหาข่าวกับพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 แบบดังนี้ 1) ความสอดคล้องเนื้อหาตรงกับการพาดหัวข่าว 2) ความสอดคล้องเนื้อหาข่าวค่อนข้างตรงกับพาดหัวข่าว 3) ความสอดคล้องเนื้อหาไม่ค่อยตรงกับพาดหัวข่าว 4) ความสอดคล้องเนื้อหาบิดเบือนความจริงกับพาดหัวข่าว ซึ่งผลที่สอดคล้องดังกล่าวเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวกับพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตของเว็บไซต์ในลักษณะเหมือนกัน

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า ลักษณะและเนื้อหาของข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก เป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารไม่เป็นเป็นเหยื่อของข่าวเชิงคลิกเบต สามารถรู้เท่าทันข่าวในโลกปัจจุบันมากยิ่งขึ้น และสามารถประเมินได้ว่าข่าวไหนมีข้อเท็จจริง ข่าวไหนมีข้อมูลที่บิดเบือน สามารถวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารในโลกออนไลน์ได้และรู้จักตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับมาจากหลาย ๆ แหล่ง เพื่อที่จะได้กลิ่นกรองข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือและหลากหลายในการประกอบการคิด การตัดสินใจ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษากลวิธีกรใช้ภาษาพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบตในเพจเฟซบุ๊ก
2. ควรศึกษา การเปรียบเทียบกลวิธีกรใช้ภาษาจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่นๆ

References

- Chaiwong, N. (2017). **Headline format on Thai newspaper website (Master's thesis)**. Dhurakij Pundit University.
- Ejan. (2022, January 20). Hello, don't be crazy. **Ejan.com**.
<https://www.ejan.co/entertain/6008069d96e9f>
- Ejan. (2022, January 2). Last Year who could not get sleep get ready. **Ejan.com**.
<https://www.ejan.co/environment/5feff7ae68542>
- Kongsungnoen, B. (1999). **Analysis of the use of language in the headlines in Bangkok Post and The Nation newspapers in terms of meaning of words, structure of sentences and phrases (Master's thesis)**. Thaksin University.
- Marasee, C. (2018). **Factors influencing individuals to believe or share false articles on social media (Master's thesis)**. Thammasart University.
- Mumkhao. (2022, January 2). First time of Kata Beach. **Mumkhao.com**.
<https://www.mumkhao.com/view-8541.html>
- Wuttigumraksa, C. (1993). **Principles of News Reporting**. Bangkok : Prakaipreuk
- Wanwohan, C. (2019). **Content presentation strategies on online news media: a case study of news agencies (Master's thesis)**. Thammasat University.
- Satrai, C. (2013). **Front page news language in newspaper distribution M2F (Master's thesis)**. Silpakorn University.
- Siamtopic. (2022, March 30). Call him my Husband. **Siamtopic.com**.
<https://www.siamtopic.com/news/view-9880.html>