

การจัดวารสารและการเล่าเรื่องข้ามสื่อของเพจโหนดกระแส กรณีศึกษาดีไอคอน¹

ปาณิสสา เพ็ชรหล้า² และบัณฑิต ชูร พานแก้ว³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การจัดวารสารและการเล่าเรื่องข้ามสื่อของเพจโหนดกระแส กรณีศึกษาดีไอคอน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งศึกษาการจัดวารสารในรายงานข่าวของเพจโหนดกระแส และศึกษาการเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจและรายการ โดยใช้วิธีการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง แบ่งเป็นข่าวที่รายงานในเพจ 406 ชิ้น และรายการ 10 ตอน ระหว่างวันที่ 1–31 ตุลาคม พ.ศ. 2567 ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

การจัดวารสารในรายงานข่าวของเพจโหนดกระแส พบว่า รูปแบบเนื้อหาที่เผยแพร่เป็นหลัก คือ ภาพพร้อมข้อความ พาดหัวข่าวแบบสรุปความ ให้ข้อมูล เนื้อหาข่าวแบบพีระมิดหัวกลับ ส่วนการจัดวารสาร ในช่วงก่อนการจับกุมยึดหลักคุณค่าด้านความสำคัญและความเด่น รองลงมาคือด้านผลกระทบ โดยเพจเน้นรายงานเคลื่อนไหวของบุคคลที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานและผลกระทบที่เกิดขึ้น ส่วนช่วงหลังการจับกุม รายงานโดยใช้หลักคุณค่าด้านความสำคัญ

¹ วันที่รับบทความ 29 มิถุนายน 2568/วันที่ตอบรับบทความ 14 กรกฎาคม 2568

² นักศึกษาระดับปริญญาโท, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., ประจำคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

และความเด่น เน้นรายงานความคืบหน้าทางคดี การขยายผลและเปิดประเด็นใหม่ จัดกรอบสารโดยใช้กรอบการตั้งสมมติฐานสาเหตุและกรอบการเสนอแนวทางแก้ไข โดยอัดฉีดสารผ่านการรายงานซ้ำ สำหรับการเล่าเรื่องข้ามสื่อ มีลักษณะเกี่ยวพันกัน โดยเพจทำหน้าที่จุดประเด็น ขณะที่รายการขยายเนื้อหาเชิงลึก ทั้งสองสื่อทำงานร่วมกันผ่านองค์ประกอบการแพร่กระจายและการชุดค้น ความต่อเนื่องและความหลากหลาย ซึ่งช่วยส่งเสริมให้เรื่องราวมีความชัดเจนและรักษาความสนใจของสาธารณชน

คำสำคัญ: การจัดวาระสาร, การเล่าเรื่องข้ามสื่อ, เพจโหนดกระแส, ดีไอคอน, การวิเคราะห์เนื้อหา

**AGENDA SETTING AND TRANSMEDIA STORYTELLING
OF THE HONE KRASAE FACEBOOK PAGE:
A CASE STUDY OF ‘THE ICON’**

Panisa phetlar⁴ and Banthoon Phankaew⁵

ABSTRACT

This qualitative research, titled “Agenda Setting and Transmedia Storytelling of the Hone Krasae Page: A Case Study of The Icon”, investigates how the Facebook page “Hone Krasae” sets the news agenda and engages in transmedia storytelling in conjunction with its television program. Using content analysis of 406 Facebook posts and 10 television episodes from October 1–31, 2024.

Findings show that the page primarily presented content through images with concise headlines and inverted pyramid writing. During the pre-arrest period, the page emphasized importance and prominence, focusing on key individuals and institutional responses. After the arrest, it shifted toward updates, investigations, and new angles, using causal and solution-based frames. Strategies such as

⁴ Master’s Student, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

⁵ Assistant Professor, Ph.D., Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

repeated reporting, headline modification, and hashtag use were employed to sustain audience attention. The transmedia storytelling between the page and the TV program was mutually reinforcing. While the page sparked and framed the issues, the program expanded on them in greater depth. Together, they exhibited spreadability, drillability, continuity, and multiplicity.

Keywords: Agenda Setting, Transmedia Storytelling, Hone Krasae, The ICON, Content Analysis

ที่มาและความสำคัญ

ในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและไร้ขอบเขต พฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน จากเดิมที่เคยพึ่งพาสื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือวิทยุ เปลี่ยนมาเป็นการบริโภคเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ สื่อสังคมจึงกลายเป็นแหล่งข้อมูลหลักที่ผู้คนใช้ในการติดตามข่าวสารและประเด็นต่างๆ ในสังคม ทั้งนี้ ข้อมูลจาก We Are Social (2568) พบว่า ในปี 2567 จนถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2568 คนไทยใช้โซเชียลมีเดียอยู่ที่ 88.3% แสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง โดยเฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุด มีผู้ใช้งานเป็นประจำทุกเดือนถึง 90.7% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้สื่อมวลชนต้องปรับตัวอย่างจริงจัง เพราะผู้รับสารในยุคนี้ไม่ได้เป็นเพียงผู้เสพข่าว แต่ยังสามารถผลิตเนื้อหาและเผยแพร่เองได้ ทำให้ใครๆ ก็สามารถเป็นสื่อได้ อย่างไรก็ตาม แม้สื่อใหม่จะมีบทบาทเพิ่มขึ้น แต่สื่อกระแสหลักยังคงมีความสำคัญในฐานะแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากมีการกลั่นกรองข่าวสาร ตรวจสอบข้อเท็จจริง และยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนอย่างเคร่งครัด ซึ่งเป็นสิ่งที่แตกต่างจากการเผยแพร่ข้อมูลทั่วไปในโลกออนไลน์ สถานการณ์ในปัจจุบันถือเป็นความท้าทายครั้งสำคัญสำหรับองค์กรสื่อ หนทางรอดเดียว คือ การปรับเปลี่ยนเข้าสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) อย่างจริงจังและเป็นระบบ เพื่อให้สามารถแข่งขันในโลกสื่อใหม่ และตอบสนองความต้องการของผู้รับสารในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น สื่อหลักจำเป็นต้องขยายช่องทางการนำเสนอข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มสื่อใหม่ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างกว้างขวาง และตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้รับสาร (สุทธีวิญญู แสงดาซดา, 2557) ด้วยเหตุนี้ รายการโทรทัศน์จำนวนมากต้องปรับกลยุทธ์และวิธีการนำเสนอให้

สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคใหม่ โดยโหนดกระแสถือเป็นตัวอย่างที่สะท้อนการปรับตัวของสื่อดั้งเดิมได้อย่างโดดเด่น จากรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศประจำได้ขยายบทบาทเข้าสู่พื้นที่ออนไลน์ โดยเฉพาะเพจเฟซบุ๊ก โหนดกระแส ที่กลายเป็นแพลตฟอร์มสำคัญในการรายงานข่าวและขยายประเด็นทางสังคมอย่างต่อเนื่อง

จากบริบทดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาบทบาทของเพจโหนดกระแส ซึ่งมีจุดเด่นในการรายงานข่าวและประเด็นที่อยู่ในความสนใจของสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนผู้ติดตามสูงถึง 8.6 ล้านคน และมียอดการกดถูกใจมากกว่า 3.6 ล้านครั้ง (โหนดกระแส, 2568) ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2568 ซึ่งเพจดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอประเด็นที่ได้รับความสนใจในสังคมผ่านรูปแบบที่เข้าถึงง่ายและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้รับสารในยุคดิจิทัล งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการจัดวาระสารของเพจโหนดกระแส โดยเลือกกรณีศึกษาดีไอคอน ซึ่งเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจในระดับสูงในช่วงเวลานั้น โดยอ้างอิงข้อมูลจาก Media Alert และบริษัท Wiselight ที่ได้จัดทำรายงานการสื่อสารในโลกออนไลน์ผ่าน 5 แพลตฟอร์มหลัก ในเดือนตุลาคม 2567 พบว่า ประเด็นดีไอคอน เป็นประเด็นอันดับหนึ่งที่มีสัดส่วนการมีส่วนร่วม (Engagement) สูงถึง 26.48% สอดคล้องกับการเก็บข้อมูลเบื้องต้นของผู้วิจัยที่พบว่า เพจโหนดแสรายงานข่าวเกี่ยวกับกรณีนี้มากถึง 406 ข่าว ภายในเดือนเดียว ผู้วิจัยจึงตั้งคำถามวิจัยว่า การจัดวาระสารในรายงานข่าวกรณีดีไอคอนของเพจโหนดกระแสเป็นอย่างไร

นอกจากการรายงานประเด็นดีไอคอนผ่านเพจโหนดกระแสแล้ว รายการโทรทัศน์โหนดแสรยังได้ติดตามและนำเสนอประเด็นดังกล่าวอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาเดียวกัน รายการโหนดแสรจัดอยู่ในประเภทสนทนาเชิงข่าวที่นำเสนอเหตุการณ์ปัจจุบันซึ่งอยู่ในความสนใจของสังคม โดยมีคุณกรรชัย

กำเนิดพลอยเป็นผู้ดำเนินรายการ ซึ่งมีจุดเด่นในการเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่เป็นกระแส ไม่ว่าจะเป็นผู้เสียหาย คู่กรณี ผู้เชี่ยวชาญ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมพูดคุย แสดงความคิดเห็น และถกเถียงกันในหลากหลายแง่มุม รายการดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างสูงและถือเป็นหนึ่งในรายการที่มีเรตติ้งสูงอย่างต่อเนื่อง

ในการนำเสนอประเด็นดีไอคอน รายการโหนกระแสใช้ชื่อตอนหลักว่าติดกับดัก...รักษอสตว์ร้าย โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็นตอนย่อยจำนวนทั้งสิ้น 10 ตอน ซึ่งมีการเล่าเรื่องอย่างต่อเนื่องและเจาะลึก ผ่านการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในหลายมิติ เพื่อสร้างความเข้าใจที่รอบด้านยิ่งขึ้น

จากลักษณะการนำเสนอของทั้งเพจและรายการที่ดำเนินควบคู่กันในช่วงเวลาเดียวกัน ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสังเกตถึงความสัมพันธ์ของเนื้อหาระหว่างสองแพลตฟอร์มว่า มีลักษณะของการขยายประเด็นหรือเชื่อมโยงกันอย่างไร อีกทั้งการนำเสนอที่สอดประสานกันเช่นนี้สามารถสะท้อนรูปแบบของการเล่าเรื่องข้ามสื่อได้หรือไม่ จึงนำไปสู่คำถามการวิจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจโหนกระแสและรายการโหนกระแสมีลักษณะเป็นอย่างไร นอกจากนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดวารสารและการเล่าเรื่องข้ามสื่อ พบว่างานของนนทพร วงษ์เชษฐา (2565) เรื่องการจัดวารสารและการรายงานข่าวข้ามสื่อของสำนักข่าวออนไลน์เดอะสแตนดาร์ด: กรณีการเคลื่อนไหวทางการเมืองของเยาวชนไทยในปี พ.ศ. 2563 เป็นหนึ่งในงานวิจัยที่มีความใกล้เคียง โดยเน้นการศึกษาการจัดวารสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางการเมือง และวิเคราะห์รูปแบบการรายงานข่าวข้ามสื่อระหว่างเว็บไซต์ข่าวออนไลน์กับอินสตาแกรม ซึ่งล้วนเป็นแพลตฟอร์มที่อยู่ในกลุ่มสื่อสังคม ขณะที่งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการจัดวารสารของเพจโหนกระแสซึ่งเป็นสื่อสังคม และวิเคราะห์การเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจและรายการ

ซึ่งถือเป็นการเชื่อมโยงระหว่างสองสื่อที่มีบริบทการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

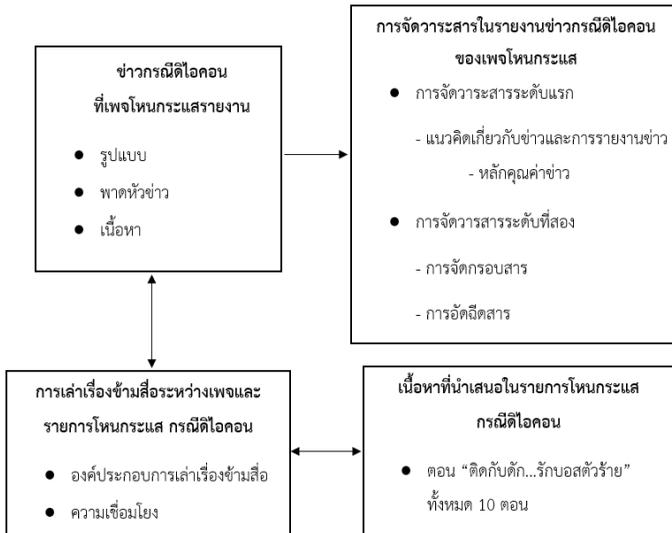
การศึกษานี้จึงมีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจการจัตวาระสารของเพลงตลอดจนการเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพลงและรายการ โดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีการจัตวาระสารร่วมกับแนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ เพื่อวิเคราะห์อย่างเป็นระบบจากมุมมองของผู้ผลิตสื่อ โดยไม่เน้นผลกระทบหรือความคิดเห็นของผู้รับสารโดยตรง

แต่มุ่งเน้นการทำความเข้าใจรูปแบบการจัตวาระสาร และการออกแบบการเล่าเรื่องผ่านหลายแพลตฟอร์ม เพื่อสะท้อนให้เห็นบทบาทของสื่อในยุคดิจิทัลที่สามารถประสานการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัตวาระสารในรายงานข่าวกรณีดีไอคอนของเพลงโน้ทกระแส
2. เพื่อศึกษาการเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพลงและรายการโน้ทกระแสกรณีดีไอคอน

กรอบแนวคิด



แนวคิดเกี่ยวกับข่าวและการรายงานข่าว

ข่าว คือ เรื่องราวบางอย่างที่ประชาชนกล่าวถึงในวงกว้าง โดยเฉพาะหากเป็นเรื่องที่กระตุ้นให้เกิดความคิดเห็นที่หลากหลายก็จะมีคุณค่ามากขึ้น ต้องเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดใหม่ ซึ่งมีสาระและมีผลกระทบต่อผู้รับสารในระดับที่แตกต่างกัน และเป็นข้อเท็จจริงหรือสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้ได้รับความสนใจจากสาธารณชน เนื่องจากมีผลกระทบต่ออิทธิพลต่อผู้คนในวงกว้าง (สุภา ศิริมานนท์, 2536) ขณะที่มาลี บุญศิริพันธ์ (2537) ได้อธิบายว่า ข่าว คือ เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงที่ประชาชนสนใจใคร่รู้ ซึ่งสื่อมวลชนมีหน้าที่นำเสนออย่างถูกต้อง เทียงตรง ทันต่อเหตุการณ์ และกระชับ โดยข่าวต้องผ่านการพิจารณาและคัดเลือกโดยบรรณาธิการก่อนนำเสนอแก่ผู้รับสาร โดยพิจารณาจากสำคัญของ

เหตุการณ์และระดับความสนใจของประชาชนในช่วงเวลานั้น อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่ทุกเหตุการณ์จะได้รับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบของข่าว ทั้งนี้ การรายงานข่าวจึงต้องผ่านกระบวนการพิจารณาอย่างเป็นระบบ โดยยึดหลักคุณค่าข่าว ประกอบด้วย 1) ความรวดเร็วหรือความทันเหตุการณ์ 2) ความใกล้ชิด

3) ความสำคัญหรือความเด่น 4) ผลกระทบ 5) ความแปลก ความผิดปกติ 6) ความมีเงื่อนงำ 7) ความขัดแย้ง 8) ความน่าสนใจหรือความเร้าอารมณ์ 9) เพศ 10) ความก้าวหน้า ทั้งนี้ สื่อมวลชนไม่จำเป็นต้องเลือกเหตุการณ์ที่มีคุณค่าครบถ้วนทุกข้อ เพียงแต่เหตุการณ์นั้นต้องมีคุณค่าข่าวในบางประการที่เด่นชัด เพียงพอต่อการตัดสินใจนำเสนอ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้รับสารและสังคมโดยรวม

หนึ่งในหลักการพื้นฐานที่จำเป็นต้องยึดถือในการรายงานข่าว คือ องค์ประกอบข่าวที่เรียกว่า 5W 1H ได้แก่ ใคร (Who) ทำอะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไร (When) ทำไม (Why) และอย่างไร (How) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการถ่ายทอดเนื้อหาให้มีความครบถ้วน ชัดเจน และครอบคลุมประเด็นสำคัญ การเขียนข่าวมีโครงสร้างประกอบด้วยสามส่วนหลัก ได้แก่ (ภาคภูมิ วรรณภา, 2554) พาดหัวข่าว ทำหน้าที่สะท้อนประเด็นหลักของข่าว ด้วยประโยคสั้น กระชับ และชัดเจน เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร โดยการพาดหัวข่าวสามารถแบ่งรูปแบบได้ดังนี้ (นนท์วิรัช ไชยวิง, 2560) 1) การพาดหัวข่าวที่ใช้คำสแลง 2) การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงคำพูด 3) การพาดหัวข่าวเรียกชื่อคนดัง เรียกชื่อจริง ชื่อเล่นหรือฉายาเฉพาะ 4) การพาดหัวข่าวแบบใช้อักษรย่อ 5) การพาดหัวข่าวแบบเรียกอาชีพ 6) การพาดหัวข่าวแบบเรียกชื่อหน่วยงาน 7) การพาดหัวข่าวใช้ทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ 8) การพาดหัวข่าวที่ใช้คำรุนแรง 9) การพาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล 10) การพาด

หัวข้อคลุมเครือ 11) การพาดหัวข่าวแบบใช้คำเร้าอารมณ์ 12) การพาดหัวข่าวแบบใช้เครื่องหมาย 13) การพาดหัวข่าวโดยระบุว่า (ชมภาพ) (ชมคลิป) (ภาพชุด) 14) การพาดหัวข่าวโดยระบุคำเกี่ยวกับเพศ 15) การพาดหัวข่าวแบบสุภาพดี สำนวน 16) การพาดหัวข่าวเน้นความขัดแย้ง 17) การพาดหัวข่าวแบบอ้างอิงตัวเลข 18) การพาดหัวข่าวแบบหัวข่าวไม่ตรงกับเนื้อหา

ความนำข่าว เป็นส่วนที่ต่อจากพาดหัวข่าว โดยสรุปสาระสำคัญของเหตุการณ์ตามหลัก 5W 1H ภายในย่อหน้าแรก เพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้น ส่วนเนื้อข่าวเป็นส่วนขยายรายละเอียดของเหตุการณ์ โดยเรียงลำดับจากข้อมูลสำคัญที่สุดไปยังข้อมูลรอง ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบการเขียนแบบพีระมิดหัวกลับ สามารถแบ่งออกเป็น 5 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) แบบถือความสำคัญเป็นหลัก 2) แบบถือเวลาที่เกิดเหตุการณ์เป็นหลัก 3) แบบเล่าเรื่อง 4) แบบวิเคราะห์ 5) แบบให้บริบท

ซึ่งผู้วิจัยจะนำแนวคิดเกี่ยวกับข่าวและการรายงานข่าว โดยเฉพาะเรื่องหลักคุณค่าข่าว และโครงสร้างการเขียนข่าวไปใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์การจัดวารสารของเพจโทรทัศน์ โดยประกอบด้วยหัวข้อพาดหัวข่าว เนื้อหา และการจัดวารสารระดับแรก

ทฤษฎีการจัดวารสาร

ทฤษฎีนี้มีจุดเริ่มต้นจากงานของ Walter Lippmann (1922) ที่เสนอว่าสื่อมีบทบาทในการสร้างภาพแทนของความเป็นจริงให้แก่ผู้รับสาร โดยผ่านกระบวนการจัดลำดับความสำคัญและการวางกรอบของข่าวสาร ทำให้ผู้คนรับรู้โลกผ่านภาพที่สื่อเลือกนำเสนอ มากกว่าประสบการณ์ตรงของตนเอง ต่อมา McCombs และ Shaw (1972) ได้ศึกษาบทบาทของสื่อในกระบวนการขึ้นนำวาระข่าวสารของสาธารณชน โดยพบว่าสื่อไม่ได้เป็นเพียงผู้สะท้อนความสนใจของสังคม แต่มีอิทธิพลในการกำหนดว่าสาธารณชนควรคิดถึงเรื่องใด

(What to think about) และแนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมโดย McCombs (2004) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสื่อสามารถจัดลำดับความสำคัญของข่าวสารจนส่งผลกระทบต่อรับรู้ร่วมกันในสังคม กล่าวคือ สื่อมีบทบาทสำคัญในการชี้นำกรอบความคิดและการสนทนาในพื้นที่สาธารณะผ่านการนำเสนอเนื้อหาอย่างมีนัยสำคัญและต่อเนื่อง

ในการอธิบายกลไกของการจัดวารสาร McCombs และ Valenzuela (2021) ได้เสนอการแบ่งวารสารออกเป็นสองระดับ ได้แก่ การจัดวารสารระดับแรก ซึ่งหมายถึงการที่สื่อกำหนดว่าเรื่องใดควรเป็นประเด็นสาธารณะที่สังคมควรให้ความสนใจ โดยเน้นการนำเสนอประเด็นซ้ำๆ จนกลายเป็นสิ่งที่ผู้รับสารรับรู้ว่าสำคัญ ขณะที่การจัดวารสารระดับที่สอง คือการที่สื่อกำหนดว่าเรื่องนั้นควรถูกมองหรือเข้าใจอย่างไร ผ่านการเลือกใช้ภาษา ภาพประกอบ และกรอบความคิดที่แฝงอยู่ในการนำเสนอ ซึ่งส่งผลกระทบต่อตีความของผู้รับสารทั้งในระดับความรู้สึก ทศนคติ และการตอบสนองเชิงพฤติกรรม ทั้งนี้ องค์ประกอบสำคัญของการจัดวารสารระดับที่สอง ได้แก่ การจัดกรอบสาร (Framing) และการอัดฉีดสาร (Priming) โดยการจัดกรอบสาร คือกระบวนการเลือกและนำเสนอข้อมูลในลักษณะที่ชี้นำให้ผู้รับสารรับรู้ประเด็นในกรอบที่สื่อกำหนด เช่น การนิยามปัญหา การตั้งสมมติฐานสาเหตุ การตัดสินเชิงศีลธรรม และการเสนอแนวทางแก้ไข (Entman, 1993) ทั้งนี้ กรอบข่าวเป็นเครื่องมือสำคัญในการตีความประเด็นต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ไม่ได้สะท้อนความจริงแบบเป็นกลาง แต่เป็นผลลัพธ์จากการเลือกและตีความของผู้ผลิตสาร (Scheufele, 1999)

ในขณะที่การอัดฉีดสารคือการนำเสนอประเด็นบางประเด็นซ้ำๆ อย่างมีนัยสำคัญ จนกระทั่งส่งผลให้ผู้รับสารใช้ข้อมูลเหล่านั้นเป็นกรอบในการประเมินสถานการณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นกลไกหนึ่งที่มีสื่อสามารถใช้ในการ

ส่งเสริมหรือขับเคลื่อนประเด็นให้กลายเป็นวาระของสังคม (Perloff, 2022) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่ผู้รับสารยังไม่มีข้อมูลเดิม หรือมีความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นนั้นน้อย การอัดฉีดสารจะมีผลอย่างลึกซึ้งต่อการรับรู้และทัศนคติของสาธารณชน

สรุปได้ว่า การจัดวาระสาร คือ กระบวนการที่สื่อมวลชนทำหน้าที่คัดเลือกและนำเสนอประเด็นที่พิจารณาว่ามีความสำคัญ เพื่อกระตุ้นให้สาธารณชนรับรู้และให้ความสนใจกับประเด็นเหล่านั้น กระบวนการนี้มีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางความสนใจของสังคมต่อประเด็นต่างๆ ที่สื่อนำเสนอโดยทั่วไป ประเด็นที่ได้รับความสำคัญจากสาธารณชน มักเกิดจากการคัดกรองและประเมินโดยสื่อผ่านหลักของคุณค่าข่าว แม้สื่อจะไม่สามารถชี้นำความคิดเห็นของผู้รับสารได้โดยตรง แต่สามารถชี้แนะว่าเรื่องใดควรได้รับความสนใจเป็นลำดับแรก ผ่านปัจจัยต่างๆ เช่น ความถี่ในการรายงานข่าว ปริมาณข้อมูลที่สื่อเสนอ และตำแหน่งที่ข่าวถูกจัดวางในสื่อ ซึ่งล้วนส่งผลต่อการรับรู้และการตีความความสำคัญของประเด็นนั้นจากมุมมองของสาธารณชน ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดนี้มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์การจัดวาระสารของเพจโหนดกระแสแนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ

แนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) คือ กระบวนการถ่ายทอดเรื่องราวหลักผ่านเรื่องรายย่อยที่เชื่อมโยงกันอย่างมีเจตนา โดยที่เรื่องย่อยแต่ละเรื่องสามารถดำรงอยู่ได้อย่างสมบูรณ์ และมีบทบาทในการขยายความหมายของเรื่องหลักให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้นผ่านสื่อที่มีลักษณะเฉพาะของตนเอง (Jenkins, 2009) ลักษณะสำคัญของการเล่าเรื่องข้ามสื่อคือ ไม่ใช่การทำซ้ำเนื้อหาเดิมในหลายช่องทาง แต่เป็นการออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสมกับบริบท รูปแบบการสื่อสาร พฤติกรรมของผู้บริโภค และเทคนิคเฉพาะของแต่ละสื่อ พร้อมเปิดพื้นที่ให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในการ

ตีความ ขยาย และสร้างเรื่องเล่าขึ้นใหม่ผ่านประสบการณ์และจินตนาการของตนเอง

Jenkins (2007) ได้นำเสนอหลักการสำคัญของการเล่าเรื่องข้ามสื่อที่ประสบความสำเร็จไว้ 7 ประการ ได้แก่ การแพร่กระจายและการขุดค้น หมายถึงการออกแบบเนื้อหาให้สามารถแพร่กระจายสู่ผู้รับสารในวงกว้าง พร้อมเปิดโอกาสให้ขุดลึกเรื่องราวในรายละเอียดตามความสนใจส่วนบุคคล ความต่อเนื่องและความหลากหลาย ช่วยให้เรื่องเล่าดำเนินไปอย่างไม่สะดุด และเปิดมิติใหม่ผ่านสื่อที่หลากหลาย การมีส่วนร่วมและการสกัดเนื้อหา ทำให้ผู้รับสารสามารถมีส่วนร่วมในเรื่องเล่าอย่างลึกซึ้ง และเชื่อมโยงกับชีวิตจริงได้อย่างแนบเนียน การสร้างโลกของเรื่องเล่า เป็นการเปิดให้ผู้ชมสำรวจและจินตนาการเสริมเติมโลกของเนื้อหาให้มีชีวิตในหลายมิติ การเล่าเรื่องแบบเป็นตอน ช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้จากจุดใดก็ได้โดยไม่ต้องลำดับตามเวลา การมองผ่านมุมมองที่หลากหลาย ซึ่งนำเสนอเรื่องเดียวกันจากมุมมองตัวละครหรือบริบทที่ต่างกัน และสุดท้ายคือ การปฏิบัติและการมีส่วนร่วมที่กระตุ้นให้ผู้ชมกลายเป็นผู้ร่วมสร้างเรื่องเล่า ไม่เพียงแต่ในฐานะผู้ผลิตที่มีอิทธิพลต่อทิศทางของเนื้อหา

แนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อในยุคดิจิทัลจึงต้องพิจารณาทั้งในมิติของแพลตฟอร์ม เนื้อหา และผู้รับสาร โดย Pratten (2016) เปรียบเทียบการเล่าเรื่องในยุคสื่อดั้งเดิมว่าเป็นการเล่าแบบแยกส่วน ขณะที่ในยุคสื่อใหม่ การเล่าเรื่องมีลักษณะเชื่อมโยงข้ามแพลตฟอร์มเสมือนการประกอบจิ๊กซอว์ที่เมื่อรวมกันแล้วเผยให้เห็นภาพรวมของเรื่องราวที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น การเล่าเรื่องลักษณะนี้ช่วยเสริมประสบการณ์ของผู้รับสารทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้ และการมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง นอกจากนี้ Stackelberg (2011) ยังเสนอรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างแพลตฟอร์มใน 3 ลักษณะ ได้แก่ รูปแบบโลกเปิด (Open

Worlds) ซึ่งเปิดให้ผู้รับสารเลือกเข้าถึงเรื่องย่อยใดก่อนก็ได้ตามความสนใจ เรื่องเล่าที่แตกสาขา (Branching Narratives) ที่ผู้รับสารสามารถเลือกติดตามจากจุดใดก็ได้ตามการตัดสินใจของตน และการเล่าเรื่องแบบคู่ขนาน (Parallel Narratives) ที่เสริมเรื่องหลักด้วยเรื่องรองในสื่ออื่นๆ เพื่อเพิ่มมิติของประสบการณ์ให้หลากหลายยิ่งขึ้น

ขณะที่ ฮาม เชื้อสถาปนศิริ (2557) ได้เสนอหลักการ 7 ประการของกลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ ความต่อเนื่องของเรื่องราว ความหลากหลายของช่องทาง การสร้างประสบการณ์ ความเหมาะสมกับแพลตฟอร์ม การสร้างโลกแห่งเรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้ชม และการนำเสนอนวัตกรรม โดยทั้งหมดนี้มีเป้าหมายเพื่อให้เนื้อหาไม่เพียงแต่มีความน่าสนใจ แต่ยังสามารถสร้างความผูกพันเชิงอารมณ์กับผู้ชมได้ โดยสรุปการเล่าเรื่องข้ามสื่อคือกระบวนการเล่าที่เชื่อมโยงและขยายเนื้อหาอย่างมีเจตนา เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ต่อเนื่อง หลากหลาย และมีส่วนร่วม โดยผู้รับสารไม่เพียงแต่รับเนื้อหาแต่ยังเป็นผู้ร่วมสร้างและขับเคลื่อนเรื่องราว ผ่านการตีความและการมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อมาใช้ในการวิเคราะห์การเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจและรายการโทรทัศน์ โดยศึกษาการปรับตัวของการรายงานข่าวทั้งจากเพจไปสู่รายการ พร้อมทั้งพิจารณาถึงความเชื่อมโยงที่สื่อใหม่มีอิทธิพลต่อสื่อดั้งเดิม การวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นไปที่การเล่าเรื่อง การขยายประเด็น การสร้างความต่อเนื่อง และความเชื่อมโยง โดยเน้นการปรับเนื้อหาข่าวให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละแพลตฟอร์ม ทั้งในแง่ของการขยายเรื่องราว และการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับสารผ่านการใช้ลิตมีเดียและกลยุทธ์ต่างๆ ที่ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ร่วมของผู้รับสารในแต่ละสื่อ

วิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การจัดวารสารและการเล่าเรื่องข้ามสื่อของเพจโนนกระแส กรณีศึกษาดีไอคอน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คัดเลือกข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. วิเคราะห์การจัดวารสารในรายงานข่าวของเพจโนนกระแส ผู้วิจัยรวบรวมข่าวที่รายงานในเพจโนนกระแส เฉพาะที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกรณีดีไอคอน ในช่วงระหว่างวันที่ 1–31 ตุลาคม 2567 รวมทั้งสิ้น จำนวน 406 ชิ้น จากนั้นแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ช่วงเวลาตามลำดับเหตุการณ์สำคัญ คือ ช่วงก่อนการจับกุมและช่วงหลังการจับกุม ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดเรื่องการจัดวารสารเป็นหลัก

โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ รูปแบบของเนื้อหาที่เผยแพร่ พาดหัวข่าว เนื้อหาข่าว การจัดวารสารระดับแรก และการจัดวารสารระดับที่สอง

2. วิเคราะห์การเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจและรายการโนนกระแส ผู้วิจัยได้รวบรวมข่าวที่รายงานในเพจโนนกระแส เฉพาะที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกรณีดีไอคอน รวมถึงศึกษาเนื้อหาจากรายการโนนกระแส โดยเลือกเฉพาะตอนที่น่าสนใจกรณีดีไอคอน โดยพิจารณาองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอ เนื้อหา องค์ประกอบของการเล่าเรื่องข้ามสื่อ และความเชื่อมโยงสำหรับเนื้อหารายการโนนกระแสที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ ใช้ชื่อตอนหลักว่า “ติดกับดัก...รักบอสตัวร้าย” ซึ่งประกอบด้วยตอนย่อยจำนวน 10 ตอน

โดยได้จัดทำตารางลงรหัส (Coding Sheet) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนาและรูปแบบตาราง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอเป็นสองส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง นำเสนอการจัดวารสารในรายงานข่าวของเพจโทนกระแส และส่วนที่สอง นำเสนอการเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจและรายการโทนกระแส โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 การจัดวารสารในรายงานข่าวของเพจโทนกระแส

จากการวิเคราะห์การจัดวารสารในรายงานข่าวกรณีดีไอคอนของเพจโทนกระแส จำนวน 406 ชิ้น พบว่า รูปแบบของเนื้อหาที่เผยแพร่มากที่สุด คือ ภาพพร้อมข้อความ รองลงมา คือ ลิงก์ และข้อความ ส่วนพาดหัวข่าวที่ใช้มากที่สุด คือ แบบสรุปความให้ข้อมูล เช่น “นายเดชาบรรณผู้เสียหาย 40 คน เตรียมเข้าแจ้งความที่ บก.ปคบ. พรุ่งนี้ ตั้งคำถามบริษัทขายตรงกลายพันธุ์เป็นแชร์ลูกโซ่หรือไม่?” “ผู้เสียหายดีไอคอน เข้าแจ้งความ เครียดถึงขั้นแท้งลูก ไม่อยากมีชีวิตอยู่เผยเสียความรู้สึกที่เป็นแฟนคลับด้วย ‘กันต์’ มากกว่า 10 ปี” ตามด้วยแบบเรียกชื่อคนดัง เช่น “บอสกันต์’ ประกาศยุติบทบาทพิธีกรทอล์กรายการจนกว่าทุกอย่างจะกระจ่าง พร้อมให้ข้อมูลทุกหน่วยงานเพื่อความถูกต้องในกระบวนการยุติธรรม” “มิน พิษญา แจงเป็นแค่ลูกจ้าง คำว่าบอสเขาแค่เรียกให้เกียรติ ไม่มีหุ้น ไม่ใช่ผู้ลงทุน” และแบบอ้างอิงคำพูด เช่น “บอยปกรณ์รับสภาพแบบจุกในใจ แฟนคลับที่รักผม เขาหลงเชื่อธุรกิจนี้เพราะผมเหมือนยิ้มมือเราไปทำร้ายคนที่รักเรา”

“ครูกะปิโดนชูปีกแล้ว อาจจะเดียงก็ได้เนะงานนี้ เจ้าตัวตอบสั้นๆ จัดมาครับ บอสคุณผมยังไม่กลัวเลย”

ในส่วนของเนื้อหา เพจโทนกระแสใช้รูปแบบการเขียนแบบพีระมิดหัวกลับในแบบสื่อความสำคัญเป็นหลัก เป็นลักษณะการเขียนที่นำเสนอข้อมูลสำคัญที่สุด ได้แก่ ข้อมูลที่ตอบคำถาม 5W 1H ในย่อหน้าแรกของข่าว ก่อนจะให้รายละเอียดเพิ่มเติมในย่อหน้าถัดไป ซึ่งถือเป็นโครงสร้างมาตรฐานของการ

เขียนข่าวแบบพีระมิดหัวกลับ แม้ว่าเนื้อหาในเพจส่วนใหญ่จะใช้รูปแบบถือความสำคัญเป็นหลัก แต่ยังพบการใช้รูปแบบการเล่าเรื่องในบางชิ้นข่าว ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการเขียนข่าวทั่วไป โดยยังคงการนำเสนอข้อมูลสำคัญไว้ตอนต้นเช่นเดิม แต่เพิ่มกลวิธีการบรรยาย เช่น การเล่าเรื่องอย่างต่อเนื่อง การสร้างบรรยากาศ และการสะท้อนปฏิกิริยาของผู้เกี่ยวข้องหรือผู้รับสาร อีกทั้งยังมีการใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ และแทรกคำเรียกเฉพาะกลุ่ม เช่น การอ้างถึงความคิดเห็นของผู้รับสาร หรือการใช้คำอย่าง “ครูกะปิ” และ “นักเรียนโหนกระแส” ที่กลายเป็นคำใช้เฉพาะในพื้นที่ของเพจ

นอกจากนี้ จุดเด่นสำคัญของเพจโหนกระแส คือ การปรับรูปแบบการรายงานข่าวให้แตกต่างจากโครงสร้างการเขียนข่าวแบบดั้งเดิมอย่างชัดเจน โดยเพจมักเลือกเปิดเรื่องด้วยพาดหัวข่าวที่แบบสรุปความให้ข้อมูล จากนั้นจึงเข้าสู่เนื้อหาข่าวทันที ลักษณะการรายงานข่าวเช่นนี้แตกต่างจากโครงสร้างข่าวมาตรฐานซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ได้แก่ พาดหัวข่าว ความนำข่าว และเนื้อหา การตัดตอนหรือละเว้นความนำข่าวสะท้อนแนวทางการสื่อสารแบบใหม่ที่เน้นความกระชับ ฉับไว และตรงประเด็น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัล ซึ่งมักต้องการเข้าถึงสาระสำคัญอย่างรวดเร็ว โดยไม่ผ่านขั้นตอนการอ่านแบบลำดับขั้นตามแบบแผนดั้งเดิม

ส่วนการจัดวารสารระดับแรก พบว่า เพจยึดหลักคุณค่าข่าวด้านความสำคัญและความเด่นอย่างชัดเจน โดยสามารถแบ่งการรายงานข่าวออกเป็นสองช่วงตามลำดับเหตุการณ์คือ ช่วงก่อนการจับกุมและช่วงหลังการจับกุม โดยในช่วงก่อนการจับกุม ระหว่างวันที่ 8-16 ตุลาคม 2567 เพจเริ่มรายงานข่าวประเด็น

ดีไอคอนในลักษณะการปูพื้นของเรื่องราว ผ่านการหยิบยกคำพูดของหนุ่ม กรรชัย พิธีกรรายการโหนกระแส ซึ่งได้โพสต์ข้อความในเพจส่วนตัว

เกี่ยวกับธุรกิจที่ยังไม่เปิดเผยชื่ออย่างชัดเจน และถ้อยคำเหล่านี้ถูกนำมาเรียบเรียงใหม่เป็นเนื้อหาข่าวในเพจโหนดกระแส โดยแสดงนัยในการบอกใบ้และกระตุ้นความสงสัยของผู้รับสาร ส่งผลให้ประเด็นเริ่มถูกพูดถึงในวงกว้าง และกลายเป็นที่สนใจของสาธารณชน โดยเฉพาะเมื่อสื่อกระแสหลักเริ่มเปิดเผยชื่อธุรกิจและบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพจจึงรายงานข่าวในลักษณะเจาะลึกและเปิดเผยมากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับดีไอคอน พร้อมทั้งรายงานความเคลื่อนไหวของหน่วยงานที่เข้ามาตรวจสอบ ส่วนคุณค่าข่าวอีกประการที่เพจโหนดกระแสยึดเป็นหลักในการรายงานข่าว คือ ด้านผลกระทบ

โดยเพจรายงานเรื่องราวของผู้เสียหาย เพื่อช่วยเน้นย้ำว่าประเด็นนี้ส่งผลกระทบต่อคนในสังคม

การจัดวาระสารระดับที่สอง พบว่า เพจโหนดกระแสมีการจัดกรอบสารโดยแบ่งออกเป็น 2 กรอบหลัก คือ กรอบการตั้งสมมติฐานสาเหตุของปัญหา โดยการรายงานข่าวความเคลื่อนไหว หรือคำชี้แจงของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับดีไอคอน เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจถึงลักษณะของปัญหา สาเหตุที่นำไปสู่ความเสียหาย ตลอดจนพฤติกรรมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และกรอบที่สอง คือ การเสนอแนวทางแก้ไข โดยรายงานบทบาทของหน่วยงานรัฐในการสอบสวนและดำเนินคดี ซึ่งช่วยสร้างภาพให้ผู้รับสารเข้าใจว่าสังคมกำลังดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งยังสะท้อนบทบาทของรัฐในการคุ้มครองประชาชน นอกจากนี้ เพจยังมีการอัดฉีดสารอย่างต่อเนื่อง โดยการรายงานประเด็นเดิมซ้ำๆ ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การเปลี่ยนพาดหัว การใช้โควตาคำพูดที่โดดเด่น การสรุปใจความในรูปแบบแคปชั่น รวมถึงการใช้แฮชแท็กหลักที่เหมือนกัน เพื่อกระตุ้นการจดจำของผู้รับสาร

ในช่วงหลังการจับกุม ระหว่างวันที่ 17-31 ตุลาคม 2567 เพจโหนดกระแสยังคงรายงานข่าวอย่างต่อเนื่อง โดยการจัดวาระสารระดับแรกยึดหลัก

คุณค่าข่าวด้านความสำคัญและความเด่น โดยเนื้อหาครอบคลุมทั้งความคืบหน้าทางคดี การอายัดทรัพย์สิน การตั้งข้อหาเพิ่มเติม และการขยายผลไปยังบุคคลหรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ส่วนการจัดวารสารระดับที่สอง มีการสร้างกรอบสารที่มุ่งเน้นการเสนอแนวทางแก้ไข โดยเนื้อหาที่รายงานจะเน้นเรื่องบทบาทและกระบวนการทำงานของหน่วยงาน การรายงานข่าวในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่ทำให้ผู้รับสารรับทราบถึงขั้นตอนของกระบวนการยุติธรรม แต่ยังสร้างความเข้าใจในเชิงระบบและกระตุ้นความรู้สึกร่วมของสังคมให้เกิดการจับตามองและคาดหวังความยุติธรรมอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ยังมีการเปิดประเด็นใหม่ รายงานความเคลื่อนไหวของผู้ต้องหา โดยเฉพาะการแสดงออกถึงความมุ่งมั่นที่จะขยายผลไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรายอื่น ผ่านการสั่งการทนายความในการดำเนินคดีต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้วลีอย่าง “พอละจะไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” ได้รับการกล่าวถึงอย่างแพร่หลายในสังคม ส่วนการอัดฉีดสารเพื่อคงวารสารในพื้นที่ของเพจและกระตุ้นการมีส่วนร่วม มีลักษณะคล้ายกับช่วงก่อนการจับกุม แต่เนื้อหาที่รายงานในช่วงนี้จะเน้นย้ำเรื่องการขยายผลทางคดี เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ว่าคุณดียังไม่สิ้นสุดและยังคงมีความเคลื่อนไหวที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิดต่อเนื่อง

ส่วนที่ 2 การเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจและรายการโทรทัศน์กระแส

การเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจและรายการโทรทัศน์กระแส มีลักษณะเป็นความสัมพันธ์แบบเกื้อหนุนกัน โดยทั้งสองแพลตฟอร์มทำหน้าที่ต่างกันแต่ประสานกันอย่างเป็นระบบ เพจโทรทัศน์แสมักเริ่มต้นด้วยการจุดประเด็นหรือกระตุ้นกระแสความสนใจผ่านการรายงานข่าวหรือข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับตอนของรายการที่กำลังจะออกอากาศ โดยเนื้อหา มักประกอบด้วย การเกริ่นนำ การเปิดเผยข้อแค้นรับเชิญ หรือการระบุประเด็นหลักที่จะถูกพูดถึงในรายการ เพจใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เป็นกันเอง และกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม

เช่น การใช้คำเฉพาะและสรรพนามที่สร้างความรู้สึกเป็นกลุ่มก้อนในหมู่ผู้ติดตาม ซึ่งช่วยสร้างความผูกพันระหว่างผู้รับสารกับเนื้อหา พร้อมกันนี้เพียงยกรายงานความเคลื่อนไหวหรือข้อมูลล่าสุดอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความสนใจของสาธารณชนตลอดเวลา

ขณะเดียวกัน รายการโทรทัศน์กระแสมีบทบาทในการขยายความและเจาะลึกประเด็นที่เพจได้เกริ่นนำไว้ โดยการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้เสียหาย ทนายความ หรือเจ้าหน้าที่รัฐ เพื่อเปิดเผยข้อมูลหรือหลักฐานใหม่ที่ยังไม่เคยปรากฏมาก่อน ลักษณะการนำเสนอของรายการมีความเข้มข้น ทั้งในแง่เนื้อหาและอารมณ์ ผ่านการตั้งคำถาม การโต้ตอบ และการสนทนาอย่างตรงไปตรงมา ซึ่งช่วยให้ผู้ชมเข้าใจประเด็นในเชิงลึกและเกิดความรู้สึกร่วมหลังจากรายการออกอากาศ เพจโทรทัศน์จะสรุปสาระสำคัญจากรายการในรูปแบบที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม เช่น โพสต์ภาพพร้อมข้อความ โควตคำพูดของแขกรับเชิญในรายการ หรือคลิปที่ตัดจากรายการ โดยมักจะเลือกช่วงที่มีความเร้าอารมณ์หรือมีประเด็นสำคัญ เช่น ฉากร้องไห้ของผู้เกี่ยวข้อง หรือฉากเผชิญหน้าระหว่างคู่กรณี ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้ช่วยให้ผู้ที่ไม่ได้รับชมรายการเต็มสามารถเข้าถึงประเด็นหลักได้อย่างรวดเร็ว และยังส่งเสริมให้เกิดการแชร์แสดงความคิดเห็น และการติดตามประเด็นต่อไปอย่างต่อเนื่อง

การเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจกับรายการจึงไม่ใช่การนำเสนอเนื้อหาเดียวกันในหลายช่องทาง แต่เป็นกระบวนการปรับเปลี่ยนและต่อยอดเนื้อหาให้เหมาะสมกับธรรมชาติของแต่ละแพลตฟอร์ม โดยเพจทำหน้าที่ในการแพร่กระจายเนื้อหาเบื้องต้นอย่างรวดเร็วและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของสาธารณชน ส่วนรายการทำหน้าที่ขุดค้นข้อมูลเชิงลึกเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในระดับที่ลึกซึ้ง โดยองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้การเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างสองแพลตฟอร์มนี้ประสบความสำเร็จ คือ ความต่อเนื่องและความหลากหลาย

ในการนำเสนอ เพจมักเริ่มต้นด้วยการเกริ่นนำก่อนรายการ จากนั้นรายการนำเสนอเชิงลึกในช่วงเวลาออกอากาศ และตามด้วยเพจที่ย่อและรายงานเนื้อหาสำคัญซ้ำอีกครั้งในภายหลัง ทำให้ผู้รับสารสามารถติดตามประเด็นได้อย่างไม่ขาดตอน และสร้างความจดจำในเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การเล่าเรื่องในรูปแบบที่หลากหลายยังสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้รับสารที่แตกต่างกันได้อย่างครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ติดตามเฉพาะเพจ ผู้ชมรายการสด หรือผู้ที่รับชมเนื้อหาย้อนหลังผ่านคลิปหรือโพสต์ ความเชื่อมโยงระหว่างแพลตฟอร์มที่ออกแบบมาอย่างเป็นระบบนี้ ทำให้ผู้รับสารสามารถติดตามประเด็นได้อย่างไม่สะดุด เสริมสร้างการจดจำเนื้อหา ก่อให้เกิดความผูกพันกับเรื่องราว และเปิดโอกาสให้เกิดการติดตามอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

การอภิปรายผลจากผลการวิจัย จะนำเสนอการอภิปรายผลเป็นสองส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง การจัดวางสาระในรายงานข่าวของเพจโหนดกระแส และส่วนที่สอง การเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจและรายการโหนดกระแส โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 การจัดวางสาระในรายงานข่าวของเพจโหนดกระแส

เพจโหนดกระแสจัดวางสาระผ่านการรายงานข่าวในรูปแบบภาพพร้อมข้อความเป็นหลัก รองลงมา คือ ลิงก์ และข้อความ โดยรูปแบบภาพพร้อมข้อความที่ปรากฏบนเพจนั้น มักเลือกใช้ภาพที่สอดคล้องกับเนื้อหาหลักของข่าว และมีลักษณะกระตุ้นอารมณ์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม ส่วนข้อความที่ปรากฏในภาพมักเป็นข้อความที่ตัดทอนหรือย่อมาจากพาดหัวข่าวหลัก มีลักษณะสั้น กระชับ แต่ยังคงสื่อสารเนื้อหาสำคัญได้อย่างชัดเจน แนวทางการใช้มัลติมีเดียในลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Bradshaw และ Rohumaa (2017) ที่เสนอว่า องค์ประกอบสำคัญในการเพิ่มศักยภาพและ

ประสิทธิภาพของข่าวออนไลน์ คือการใช้สื่อหลากหลายรูปแบบ (Multimedia) เพื่อส่งเสริมประสบการณ์การรับรู้ของผู้รับสาร และเพิ่มความน่าสนใจในการรายงานข่าวในยุคดิจิทัล ในส่วนของพาดหัวข่าว เพจไหนกระแสใช้แบบสรุปความให้ข้อมูลมากที่สุด ตามด้วยแบบเรียกชื่อคนดัง และแบบอ้างอิงคำพูด ซึ่งพาดหัวเหล่านี้มีลักษณะเชิญชวนให้อ่าน และชี้ข่าวสารสำคัญของข่าวได้ทันที สำหรับเนื้อหาข่าว เพจไหนกระแสใช้รูปแบบการเขียนแบบพีระมิดหัวกลับในแบบถือความสำคัญเป็นหลัก รูปแบบนี้เน้นความกระชับและเข้าถึงสาระหลักอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ยังพบว่าในบางชิ้นข่าว เพจใช้รูปแบบการเล่าเรื่อง ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการเขียนข่าวทั่วไป โดยยังคงการนำเสนอข้อมูลสำคัญไว้ตอนต้นเช่นเดิม แต่เพิ่มกลวิธีการบรรยาย อีกทั้งยังมีการใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ และแทรกคำเรียกเฉพาะกลุ่ม ซึ่งช่วยสร้างความใกล้ชิดและความเป็นกันเองระหว่างเพจกับผู้ติดตาม

นอกจากนี้ จุดเด่นที่สำคัญของเพจไหนกระแส คือ การรายงานข่าวในรูปแบบที่แตกต่างจากสื่อดั้งเดิมอย่างชัดเจน โดยปกติแล้วข่าวทั่วไปจะมี 3 ส่วน คือ พาดหัวข่าว ความนำข่าว และเนื้อหา แต่เพจไหนกระแสมีลักษณะเว้นส่วนของความนำข่าว และใช้พาดหัวข่าวแบบสรุปความให้ข้อมูล ทำให้ผู้รับสารเข้าใจประเด็นหลักได้ตั้งแต่ต้น โดยไม่ต้องไล่อ่านตามลำดับเหมือนข่าวรูปแบบเดิม วิธีการนี้ช่วยให้การสื่อสารมีความกระชับ เข้าประเด็น และเหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคปัจจุบันที่ต้องการข้อมูลรวดเร็วและตรงจุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฐิติมา ศิริบุษงค์ (2561) ที่กล่าวว่าลักษณะการใช้ภาษาและโครงสร้างของข่าวในยุคของการสื่อสารดิจิทัล เริ่มพัฒนาและปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอให้กระชับและตรงประเด็นยิ่งขึ้น โดยเลือกนำเสนอเพียงบางประเด็นที่สำคัญของข่าวและสื่อสารอย่างรวดเร็ว เพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมผู้อ่านที่ต้องการข้อมูลสั้น กระชับ และเข้าใจง่าย แม้จะมีการ

เปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบการนำเสนอ แต่โครงสร้างหลักของข่าวในสื่อออนไลน์จำนวนมาก ยังคงอ้างอิงรูปแบบพีระมิดหัวกลับ ใช้ภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย ประกอบด้วยพาดหัวข่าว ความนำ และเนื้อข่าว แต่ในบางกรณี สื่อออนไลน์อาจตัดส่วนของความนำออก โครงสร้างเช่นนี้เป็นตัวอย่างของการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมกระเสพข่าวที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล

ทั้งนี้ เพจโหนดกระแสจัดวารสารผ่านการรายงานข่าวที่ยึดหลักคุณค่าข่าวด้านความสำคัญและความเด่น รองลงมา คือ ด้านผลกระทบ ซึ่งการรายงานข่าวของเพจโหนดกระแสลักษณะนี้สอดคล้องกับแนวคิดของมาลี บุญศิริพันธ์ (2556) ที่ระบุว่า ในแต่ละวันมีเหตุการณ์จำนวนมากเกิดขึ้น แต่ไม่ใช่ทุกเหตุการณ์จะได้รับการรายงานเป็นข่าว สื่อจึงจำเป็นต้องคัดเลือกเฉพาะเหตุการณ์ที่มีความสำคัญ มีคุณค่า และเกี่ยวข้องกับสาธารณชนเพื่อเผยแพร่ต่อสังคม โดยหลักคุณค่าข่าวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพิจารณาว่าประเด็นใดควรได้รับการนำเสนอต่อสาธารณะ ทั้งนี้ เพจโหนดกระแสทำหน้าที่ในการกำหนดประเด็นที่ควรได้รับความสนใจจากสาธารณชน โดยการรายงานข่าวดิไอคอนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการรายงานทั้งช่วงก่อนและหลังการจับกุม ทางเพจให้พื้นที่ข่าวดิไอคอนมากกว่าข่าวอื่น สอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs และ Shaw (1972) ที่อธิบายว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการกำหนดว่าสาธารณชนควรให้ความสำคัญกับเรื่องใด (what to think about) ไม่ใช่เพียงแค่สะท้อนความเป็นจริงหรือรายงานว่าเกิดอะไรขึ้นเท่านั้น แต่ยังมีส่วนในการกำหนดลำดับความสำคัญของประเด็นในสังคมผ่านการจัดพื้นที่ข่าว และสอดคล้องกับผลการศึกษาของนันทพร วงษ์เชษฐา (2565) ที่พบว่าแนวทางการจัดวารสารของสำนักข่าวออนไลน์มีส่วนสำคัญในการผลักดันประเด็นให้กลายเป็นเรื่องเด่นในสังคม โดยใช้หลักคุณค่าข่าวเป็นหลักในการคัดเลือกและเสนอข่าว นอกจากนี้การจัดวารสารของเพจยังสอดคล้องกับ Perloff (2022) ที่ระบุว่า สิ่งที่ได้รับ

สารรับรู้นั้นเกิดจากการเลือกและจัดวางของสื่อ เช่นเดียวกับแนวคิดของ McCombs และ Valenzuela (2021) ที่อธิบายว่า การจัดวางสาระเป็นกระบวนการที่อาศัยหลักการคัดเลือกประเด็นข่าวโดยอิงจากหลักคุณค่าข่าว เพื่อชี้แนะว่าสาธารณชนควรให้ความสนใจหรือควรตีความประเด็นใดอย่างไร

เพจโทนคระแอสยังแสดงบทบาทของการจัดวางสาระทั้งในระดับแรก คือ การเลือกประเด็นและให้พื้นที่นำเสนอ และระดับที่สอง คือ การจัดกรอบสารและอัดฉีดสาร โดยใช้การตั้งสมมติฐานของปัญหา และกรอบการเสนอแนวทางแก้ไข ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Entman (1993) ที่ระบุว่า การจัดกรอบสารคือการคัดเลือกมุมมองของเหตุการณ์หรือประเด็น เพื่อชี้แนะความสนใจและตีความของผู้รับสาร ซึ่งการจัดกรอบดังกล่าวไม่เพียงเป็นการคัดเลือกข้อมูลเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการกำหนดโครงสร้าง บริบท และสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร ซึ่งเพจโทนคระแอสมีการเลือกใช้ภาษาที่สะท้อนอารมณ์ การพาดหัวข่าว และการเชื่อมโยงประเด็นต่างๆ อย่างมีเป้าหมาย ทั้งนี้ยังมีการอัดฉีดสารซ้ำหลายรูปแบบเพื่อสร้างการจดจำและกระตุ้นการมีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Baran และ Davis (2021) ที่อธิบายว่า การอัดฉีดสารคือการเน้นย้ำประเด็นบางประการผ่านความถี่และการจัดวางสารในรูปแบบที่มีผลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้รับสาร โดยเฉพาะในประเด็นที่สาธารณชนยังไม่มีข้อมูลมาก่อน การอัดฉีดสารจะสามารถกำหนดกรอบความเข้าใจของผู้รับสารได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Perloff (2022) ที่อธิบายว่า การอัดฉีดสารไม่เพียงช่วยให้ผู้รับสารจดจำประเด็นได้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อความรู้สึกและทัศนคติของผู้รับสาร โดยเฉพาะในบริบทยุคดิจิทัลที่ข้อมูลไหลเร็วและหลากหลาย การอัดฉีดสารจึงกลายเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ประเด็นคงอยู่ในความสนใจของสังคมอย่างยาวนาน ซึ่งเพจโทนคระแอสในฐานะสื่อออนไลน์มีลักษณะการอัดฉีดสารที่เด่นชัด เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้

กรณีดีไอคอนได้รับความสนใจจากสังคมในระยะยาวและมีการขยายประเด็นต่อเนื่องอีกหลายเดือน

ส่วนที่ 2 การเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจและรายการโทรทัศน์กระแส

การเล่าเรื่องข้ามสื่อระหว่างเพจและรายการโทรทัศน์กระแส พบว่ามีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ โดยเพจทำหน้าที่กระตุ้นความสนใจและเกริ่นนำประเด็น ส่วนรายการขยายความด้วยข้อมูลเชิงลึกผ่านการสัมภาษณ์และนำเสนอเชิงโต้ตอบ สอดคล้องกับแนวคิดของ Jenkins (2009) ที่อธิบายว่าการเล่าเรื่องข้ามสื่อ คือการเล่าเรื่องที่กระจายไปในหลายแพลตฟอร์ม โดยแต่ละแพลตฟอร์มมีบทบาทเฉพาะและเสริมซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ ไม่ใช่เพียงการเผยแพร่เนื้อหาเดียวกันซ้ำในหลายช่องทาง แต่เป็นการปรับเปลี่ยนมุมมองวิธีการเล่า และรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสมกับลักษณะของสื่อ ส่วนองค์ประกอบสำคัญในการเล่าเรื่องข้ามสื่อที่พบในเพจและรายการ คือ การแพร่กระจายและการจุดค้น โดยเพจมีบทบาทชัดเจนในการเผยแพร่เนื้อหาเบื้องต้นในรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งเอื้อต่อการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร ส่วนรายการมีบทบาทในการจุดค้นข้อมูลเชิงลึก ซึ่งช่วยเติมเต็มและต่อยอดจากเนื้อหาเบื้องต้นในเพจได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น อีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญคือ ความต่อเนื่องและความหลากหลาย โดยเพจรายงานข่าวล่วงหน้าก่อนรายการออกอากาศเพื่อดึงดูดความสนใจ ช่วงเวลาที่รายการออกอากาศจะเป็นช่วงที่เนื้อหาเข้าสู่แก่นของเรื่อง และหลังจากรายการสิ้นสุด เพจจะกลับมาทำหน้าที่ย่อยและสรุปเนื้อหาอีกครั้งในรูปแบบที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม แนวทางนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Jenkins (2007) ที่กล่าวถึงความสำคัญของความต่อเนื่องในกระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อ และแนวคิดของ Pavlik (2022) ที่ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับแพลตฟอร์มและพฤติกรรมการเสพสื่อของผู้รับสารในยุคดิจิทัล

นอกจากนี้ รูปแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อในกรณีของเพลงและรายการโทรทัศน์ ยังสะท้อนลักษณะของ การเล่าเรื่องแบบคู่ขนาน (Parallel narratives) ตามแนวคิดของ Stackelberg (2011) ซึ่งหมายถึงการเล่าเรื่องแบบคู่ขนาน โดยมีเนื้อหาในแต่ละแพลตฟอร์มที่สามารถรับชมได้อย่างอิสระ ไม่จำเป็นต้องตามลำดับ ผู้รับสารสามารถเริ่มต้นจากเพลงหรือรายการก็ได้ แล้วค่อยเชื่อมโยงเรื่องราวกลับไปอีกแพลตฟอร์มหนึ่ง ทั้งนี้ ลักษณะการเล่าเรื่องข้ามสื่อ สอดคล้องกับการศึกษาของ Moloney (2012) ที่ค้นพบว่าการนำเสนอเรื่องราวในเชิงข่าวผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย สามารถช่วยให้เข้าถึงผู้รับสารที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยแต่ละแพลตฟอร์มมีหน้าที่ในการเสริมสร้างความเข้าใจของเนื้อหาในมุมมองที่แตกต่างกันโดยไม่ซ้ำซ้อน และการใช้แฮชแท็ก การดึงจุดเด่นของแต่ละแพลตฟอร์มมาใช้ให้เหมาะกับลักษณะของสื่อ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนันทพร วงษ์เชษฐา (2565) ที่พบว่าสำนักข่าวเดอะสแตนด์การ์ดประสบความสำเร็จจากการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเสพข่าวของผู้รับสารในแต่ละแพลตฟอร์ม รวมถึงการใช้แฮชแท็กและการออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสมกับคุณลักษณะเด่นของแต่ละสื่อ โดยสรุป เพลงและรายการเล่าเรื่องข้ามสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้จุดแข็งของแต่ละแพลตฟอร์มให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้รับสาร

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการเล่าเรื่องข้ามสื่อ โดยควรกำหนดบทบาทของแต่ละแพลตฟอร์มให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกัน การวางบทบาทที่แตกต่างแต่สนับสนุนกันของ

แต่ละแพลตฟอร์มจะช่วยเพิ่มพลังในการเล่าเรื่อง และขยายขอบเขตการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายยิ่งขึ้น

2. ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นแนวทางในการจัดวาระสารที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับเพจข่าวอื่นๆ ได้ โดยเฉพาะในบริบทของสื่อยุคดิจิทัลที่มีลักษณะของการแข่งขันสูงและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเลือกและนำเสนอประเด็นข่าวให้สอดคล้องกับความสนใจของสาธารณชนในช่วงเวลาที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญ

3. งานวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตจำกัดอยู่ที่กรณีศึกษาเพจโทรกระแสรายการโทรกระแสร ในประเด็นดีไอคอนเท่านั้น ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรพิจารณาขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกรณีอื่น เพื่อเปรียบเทียบการจัดวาระสารและการเล่าเรื่องข้ามสื่อในบริบทที่หลากหลาย

4. ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างเพจข่าวหรือรายการอื่นๆ ที่ใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อในลักษณะคล้ายกัน เพื่อเปรียบเทียบแนวทาง กลยุทธ์ และความแตกต่างในการดึงดูดความสนใจจากผู้รับสาร รวมถึงกลวิธีในการสร้างประสบการณ์การรับสารบนแต่ละแพลตฟอร์ม

5. งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาบทบาทของผู้ส่งสารเป็นหลัก จึงเสนอให้การวิจัยในอนาคตให้ความสำคัญกับการศึกษาผู้รับสาร เพื่อทำความเข้าใจผลลัพธ์ที่เกิดจากการจัดวาระสารของสื่อ โดยเฉพาะผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรม ทศนคติ และกระบวนการคิดของผู้รับสาร

รายการอ้างอิง

- ฐิติมา ศิริบุษงค์ (2561). *การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวการเมืองออนไลน์ของหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2557). เล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling). *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร*, 2(1), 59–83.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2560). *การปรับตัวของสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล*. ใน รายงานประจำปี 2560 (หน้า 122–138). สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย.
- ภาคภูมิ วรรณภา. (2554). *การเขียนข่าวเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งแรก 2511). มหาสารคาม: อินทนิล.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2537). *หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 4, ฉบับปรับปรุงใหม่). ประกายพริก.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2556). *วารสารศาสตร์เบื้องต้น: ปรัชญาและแนวคิด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นนท์ธวัช ไชยวัง. (2560). *รูปแบบการพาดหัวข่าวในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นันทพร วงษ์เชษฐา. (2565). *การจัดวารสารและการรายงานข่าวข้ามสื่อของสำนักข่าวออนไลน์เดอะสแตนด์การ์ด: การเคลื่อนไหวทางการเมืองของเยาวชนในประเทศไทย พ.ศ. 2563*. รายงานวิจัย, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุทธิวิชญ์ แสงดาชดา. (2557). *ดิจิทัลเปลี่ยนโลก*. บริษัท โปสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน).

สุภา ศิริमानนท์. (2536). *นักรับหนังสือพิมพ์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: กองทุน
สุภา ศิริमानนท์.

โหนดกระแส. (18 มีนาคม 2568). *เพจโหนดกระแส (หน้าเฟซบุ๊ก)*.

<https://www.facebook.com/HKS2017/>

Bradshaw, P., & Rohumaa, L. (2017). *The online journalism handbook: Skills to survive and thrive in the digital age*. 2nd ed., London: Routledge.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.

Jenkins, H. (2007). *Transmedia storytelling 101* (Blog post).https://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html

Jenkins, H. (2009). *The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling* (Well, two actually, five more on Friday).

https://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

Jenkins, H. (2011). *Transmedia 202: Further reflections*.

https://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html?utm_source

Lippmann, W. (1922). *Public opinion*, New York: Harcourt, Brace & Co.

McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda setting function of mass media. *Public Relations Review*, 3, 176–187.

<https://doi.org/10.1086/267990>

- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Cambridge, UK: Polity Press.
- McCombs, M., & Valenzuela, S. (2021). *Setting the agenda: Mass media and public opinion*, 3rd ed., Cambridge: Polity Press.
- Moloney, K. (2012). *Transmedia journalism as a post-digital narrative*. ATLAS Technical Report, 2012(11), 1–18.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13630.95045>
- Pavlik, J. (2022). *Disruption and digital journalism: Assessing news media innovation in a time of dramatic change*, New York: Routledge.
- Perloff, R. (2022). *The dynamics of political communication: Media and politics in a digital age*, 4th ed., London: Routledge.
- Pratten, R. (2016). *Transmedia storytelling: Getting started*.
<https://talkingobjects.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/08/book-2-robert-pratten.pdf>
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103–122.
- Stackelberg, P. (2011). *Creating transmedia narrative: The structure and design of stories told across multiple media* (Master's thesis), University of New York Institute of Technology). School of Information Design Technology.

We Are Social. (2568). *Digital 2025: Thailand*.

<https://wearesocial.com/th/blog/2025/02/digital-2025/>