

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกการสื่อสารกว้างไกลมากขึ้น ด้วยเทคโนโลยีที่รวดเร็วและสะดวกสบายยิ่งขึ้นทุกวัน ความตื่นตัวในเรื่องการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารขยายตัวออกไปได้อย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทอย่างสูงในวิถีชีวิต โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากในการสื่อสารระหว่างกันได้ทั่วประเทศ เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลสะดวกมากขึ้น

จากข้อมูลของสำนักสถิติแห่งชาติ ได้มีการสำรวจ จำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้ทั่วราชอาณาจักร ปีพ.ศ.2550 พบว่า มีผู้ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้ 28,293,381 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมดในขณะนั้น 59,973,698 คน

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

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

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

1. Intrapersonal เป็นการสื่อสารของตนเองกับความเข้าใจ การระลึกจดจำ การตีความข้อมูล ซึ่งมักใช้ในการศึกษาเรื่องการรับรู้ข่าวสาร ดังนั้นผู้ส่งสารและผู้รับสารจึงมี 1 คนคือตัวเองเท่านั้น

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

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

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

สื่อสารมวลชน โดยผู้ส่งข่าวได้คัดเลือกข่าวเพื่อส่งถึงผู้รับสาร ผ่านวิธีการส่งข้อความสั้น SMS ด้วย เรียกว่า SMS ข่าวสั้น

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

ตัวอย่างเช่น

SMS คุณชดลิก เมื่อวันที่ 7 เม.ย.53

“สื่อนอกมอ.ร.บ.ไทยใช้แนวทางสุภาพรับมือสื่อแดง-ร.ร.ร้องสูญแล้วกว่าพันล้าน”

SMS ข่าวข้อความนี้มาจากเนื้อหาข่าวที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสาร คือ “สื่อมวลชน ต่างประเทศมองรัฐบาลไทยว่าใช้แนวทางสุภาพในการรับมือการชุมนุมของกลุ่มคนเสื้อแดง ขณะที่ผู้ประกอบการโรงแรมร้องเรียนว่าสูญเสียชีวิตได้ไปแล้วกว่า 1,000 ล้านบาท”

เมื่อผู้รับสารได้รับ SMS ข่าวข้อความนี้ไปแล้ว ก็อาจเกิดความเข้าใจที่แตกต่างกันไปได้ เช่น

คำว่า “ร.บ.” อาจเข้าใจได้ว่าเป็น ร.บ. และ “ร.ร.” อาจเข้าใจว่าเป็น โรงเรียน ก็ได้ ดังนั้นเมื่อ รวมกับคำแวดล้อม อาจทำให้เข้าใจได้ว่าเป็น สื่อมวลชนต่างประเทศมองว่าการร.บ.กับไทยให้ใช้ แนวทางสุภาพเพื่อรับมือกับกลุ่มคนเสื้อแดง ขณะที่โรงเรียนร้องเรียนว่าเสียหายไปแล้วกว่า 1,000 ล้านบาท

ด้วยการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภค เปลี่ยนไปด้วย สังคมเข้าสู่ยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ต้องการ รับรู้ได้ตลอดเวลาผ่านหลากหลายช่องทาง รวมถึงบริการรับข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก

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

โพลชี้คนไทยบริโภคข่าวผ่าน “เอสเอ็มเอส” มากขึ้น

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

ส่วนผู้ที่ไม่เคยรับข่าวสารจากข้อความสั้นเลย ส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นเพราะเสียค่าใช้จ่าย ร้อยละ 34.34 ขณะที่ร้อยละ 18.73 เห็นว่าข่าวที่ได้รับไม่ละเอียด/ไม่เพียงพอต่อการบริโภค

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

จินตวิทย์ เกษมสุข หัวหน้าสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กล่าวว่า

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

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

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

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

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

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

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

ภาพที่ 1

แสดงตารางโฆษณาการรับสมัครสมาชิกรับข่าว SMS

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

บริการ	รูปแบบ	ราคา/เดือน	มือถือระบบ			
			AIS	DTAC	TRUE	HUTCH
เนชั่นทันข่าว	รับข่าวร้อน ทันเหตุการณ์ ไม่พลาดทุกข่าวที่เกิดขึ้นในรอบวัน	49 บาท	สมัคร *424000111 ส่ง SMS ไปที่	สมัคร *751111	สมัคร ทีมพ R ส่ง SMS ไปที่ 4240001	สมัคร ทีมพ R ส่ง SMS ไปที่ 4240001
Nation English breaking news	ข่าวและความเคลื่อนไหวภาษาอังกฤษ จากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น	49 บาท	สมัคร *424000211 ส่ง SMS ไปที่	สมัคร *751121	สมัคร ทีมพ ER ส่ง SMS ไปที่ 4240001	สมัคร ทีมพ ER ส่ง SMS ไปที่ 4240001
Thaivisa	ข่าวความเคลื่อนไหวภาษาอังกฤษ จากThaivisa และ The Nation	49 บาท	สมัคร *424010011	สมัคร *424010011	สมัคร *424010011	-
ข่าวด่วนกรุงเทพธุรกิจ	ข่าวและความเคลื่อนไหวด้านเศรษฐกิจ, การเงิน	49 บาท	สมัคร *424000311	สมัคร *76111	สมัคร ทีมพ SR ส่ง SMS ไปที่ 4240001	สมัคร ทีมพ SR ส่ง SMS ไปที่ 4240001
ข่าวด่วนคมชัดลึก	เกาะติดทุกสถานการณ์ คมทุกประเด็น	29 บาท	สมัคร *424000611	สมัคร *75191	สมัคร *424000611	-
ข่าวด่วนคมชัดลึกบันเทิง	บันเทิง ดารา วาไรตี้ ครบทุกรส อัดแน่นทุกที	29 บาท	-	สมัคร *424000071	-	-
Nation Oil Alert	บริการแจ้งราคาน้ำมัน ขึ้น-ลง ทันทีที่มีการเปลี่ยนแปลง (คิดค่าบริการตามจำนวนครั้งที่ส่ง)	ครั้งละ 1 บาท	-	สมัคร *19114201	-	-

เนื่องจากเทคโนโลยีทำให้การสื่อสารผ่าน SMS ทำได้ในชั่วพริบตา ผู้รับสารต้องการความรวดเร็ว ทันสถานการณ์ จึงมีผลทำให้การส่งข่าว SMS ต้องทำในเวลาอันรวดเร็ว ทันสถานการณ์ และในแง่ใจสำคัญ คือ พื้นที่อันจำกัดเพียง 70 ตัวอักษรในส่วนของภาษาไทยและ 140 ตัวอักษรในส่วนของภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นไปตามกำหนดมาตรฐานขององค์กร ETSI (European Telecommunications Standards Institute) เพื่อให้ข้อมูลมีความรวดเร็วในการส่งผ่านทางชุมสายไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ปลายทาง (สุธาสิณี นิรัตติมานนท์ ,2550 : 4) ทำให้ต้องมีการใช้คำย่อ คำใหม่ เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

เนื่องจากข้อความสั้น SMS ที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีพื้นที่ในการใช้ส่งข้อความค่อนข้างน้อยและต้องใช้ประโยคสั้น ๆ จึงเกิดกระบวนการในการสร้างสัญลักษณ์และรหัสภาษาขึ้นจากการ

ดัดแปลง เพื่อให้การสื่อสารสมบูรณ์แบบ (กมลวรรณ พรหมพิทักษ์ ,2545 : 5) การใช้สัญลักษณ์ในส่วน of ข้อความ ซึ่งยังคงเป็นการใช้สื่อสารในระดับระหว่างบุคคล สรุปได้ 3 แบบดังนี้

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

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

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

รูปแบบการใช้สัญลักษณ์ทั้ง 3 รูปแบบ มีความน่าสนใจตรงที่การคิดค้นของผู้ใช้เพื่อที่จะสามารถสื่อความหมายได้อย่างสมบูรณ์ ภายใต้อำนาจของโทรศัพท์เคลื่อนที่ แม้ข้อความบางส่วนจะหายไปด้วยข้อจำกัดของพื้นที่ แต่ข้อความ SMS ข่าวนั้นที่ส่งไปก็ยังสามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายตามที่ต้องการได้

ขณะเดียวกันข้อความ SMS ข่าวนั้นต่างกับการรับส่ง SMS โดยทั่วไปที่ใช้เพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล กล่าวคือ SMS ข่าวเป็นการสื่อสารในระดับสังคมที่มีผู้รับสารมากมายหลากหลาย ทำให้เกิดการต่อรองความหมาย และยากต่อการเข้าใจ เนื่องจากรูปสัญลักษณ์ (Signifier) เดียวกัน อาจมีหลายความหมายสัญลักษณ์ (Signified) เช่น ตัวย่อ พท. หมายถึง พื้นที่ หรือ พรรคเพื่อไทย เป็นต้น

หรือในทางตรงข้าม คือ อาจมีการใช้หลายรูปสัญลักษณ์แต่มีความหมายสัญลักษณ์เดียวกัน (พวกคำกริยา) เช่น คำว่า เผย กล่าว แจง บอก ชี้ ระบุ ลั่น ประกาศ ทั้งหมดนี้ล้วนมีความหมายว่า บอก กล่าว ทั้งสิ้น

ดังตัวอย่างที่ยกมาข้างต้น จึงเป็นปัญหาว่า ผู้เข้ารหัสจะเลือกเข้ารหัสอย่างไรให้ผู้รับสารถอดรหัสความหมายเดียวกับผู้เข้ารหัส ซึ่งมี SMS ข่าวบางข้อความที่ส่งไปไม่ได้คุณภาพ เกิดปัญหาในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่เกิดความเข้าใจไม่ตรงกัน เนื่องจากพื้นฐานความเข้าใจในคำแต่ละคำต่างกัน

เนื่องจากข้อความข่าวนั้นเป็นการใช้ภาษา ถ้อยคำที่แตกต่างไปจากภาษาทั่ว ๆ ไป ที่ใช้ในการส่ง SMS เพื่อสื่อสารกัน โดยอาจมีการใช้รหัสเพื่อสร้างภาษาเฉพาะขึ้นมา เช่นการใช้ ฉายา ชื่อเล่นของแหล่งข่าว ใช้ตัวย่อของหน่วยงานต่างๆ รวมถึงการใช้คำกริยาที่คล้ายกับการพาดหัวข่าว ซึ่ง

เลือกใช้คำที่สั้นที่สุด เนื่องจากมีพื้นที่จำกัดเพียง 70 ตัวอักษร แต่ต้องสรุปข่าวทั้งข่าวให้อยู่ในประเด็นที่เข้าใจได้ ตัวอย่างเช่น

พอลกเมย จากคูไบ แมว ตั้ง จิว เป็น ผบ. กองทัพ ปชช. แห่งชาติเพื่อประชาธิปไตย

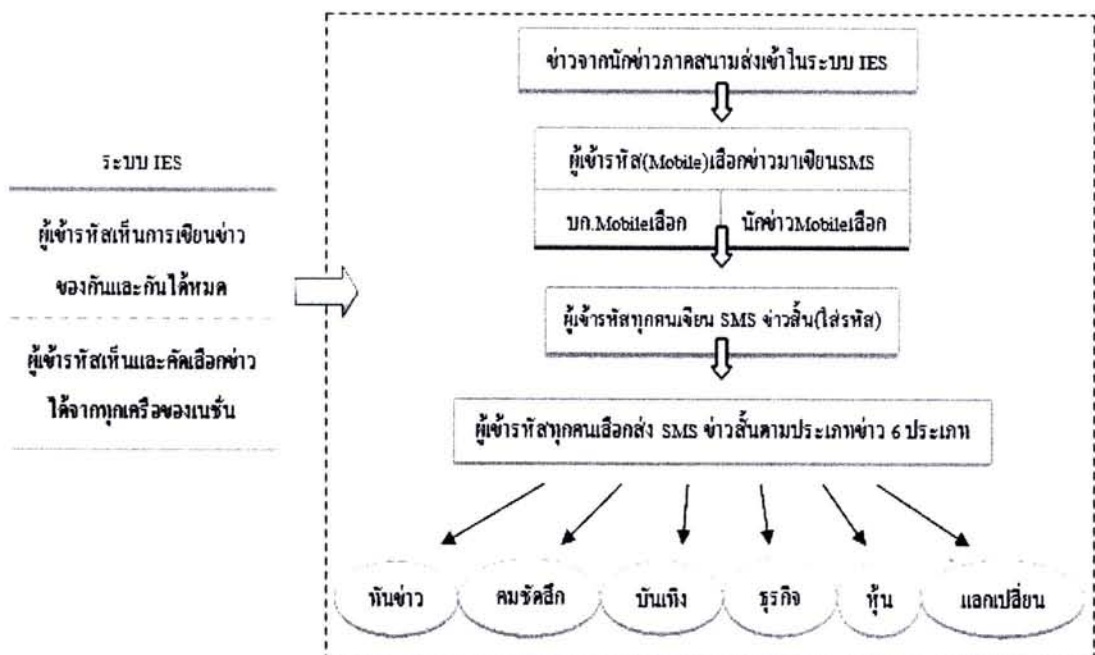
หากเป็นถ้อยคำปกติที่ใช้กันโดยทั่วไป ประโยค SMS ข่าวสั้นนี้จะมีข้อความเต็มประโยคว่า

พลเอกพอลก ปิ่นมณี เปิดเมย จากประเทศคูไบว่า พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร ได้แต่งตั้ง พลเอกชวลิต ยงใจยุทธ เป็น ผู้บัญชาการ กองทัพประชาชนแห่งชาติเพื่อประชาธิปไตย

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

ภาพที่ 2

แสดงกระบวนการเขียน SMS ของสำนักข่าวเนชั่น



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

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

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

อาจถือได้ว่าการเขียน SMS ข่าวสั้นเป็นการเขียนข่าวในพื้นที่และเวลาอันจำกัด โดยนำเสนอสารในรูปแบบสรุปข่าวสั้นๆ เน้นเฉพาะใจความสำคัญเท่านั้น ดังนั้นเมื่อดูแลเฉพาะรูปแบบแล้ว ลักษณะจึงคล้ายกับการพาดหัวข่าว (Head line) ในหน้าหนังสือพิมพ์เช่นกัน โดยบรรณาธิการข่าวทำหน้าที่เลือกสรรประเด็นที่เป็นจริง นำมาตกแต่งตัดย่อให้สั้นที่สุดเท่าที่พื้นที่มีอยู่ตรงข้อจำกัดด้านพื้นที่นั้นเอง จึงเหมือนรายงานความจริงเพียงส่วนหนึ่งในข้อเท็จจริงส่วนใหญ่ที่มีมากมายหลายประเด็น (ทแก้ว ภูกล้า, 2534 : 17)

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

การนำเสนอพาดหัวข่าวเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งในการเขียนข่าว ซึ่งบรรณาธิการจะต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวแต่ละคน “ในการตัดสินใจเลือกถ่ายทอดหรือไม่ถ่ายทอดข่าวสารใด คุณสมบัติทางด้านวิชาการและความสามารถในการพิจารณาข่าวของบรรณาธิการย่อมจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เพราะบรรณาธิการหรือผู้เฝ้าประตูสารจะเป็นผู้กำหนดข่าวสารให้ผู้รับสาร จึงเปรียบเสมือนผู้ที่ช่วยตกแต่งความคิดเห็นให้กับสังคมด้วย” (Schramm, 1972 : 176)

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

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

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

เมื่อมองในแง่ผู้ส่งสาร สำหรับกระบวนการบรรณาธิการ ผู้ส่งสารก็ได้มีการนำเอาหลักการคำย่อที่ใช้ในแวดวง SMS ที่ใช้สื่อสารกันระหว่างบุคคล มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการใช้คำย่อในสื่อสารมวลชนที่มาจากพาดหัวข่าว

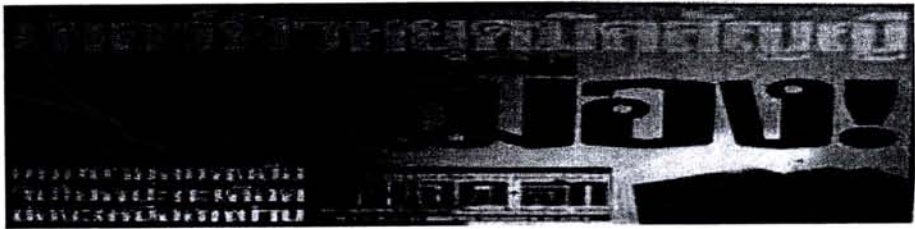
เมื่อมองในแง่ของผู้รับสาร เนื่องจากในการอ่านพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์นั้น ผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจข่าวเพิ่มเติมได้จาก Lead ข่าว และหากผู้รับสารต้องการทราบรายละเอียดก็สามารถเปิดเข้าไปอ่านข่าวเต็มได้ทั้งหมด ในขณะที่ SMS ข่าว มีพื้นที่เพียง 70 ตัวอักษร โดยนับรวมสระ วรรณยุกต์ เครื่องหมายและการเว้นวรรคทั้งหมด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

เมื่อมองในแง่ของตัวสารแล้ว SMS ข่าวแต่ละข้อความที่ส่งไป จะเป็นข่าวด่วนหรือข่าวสำคัญ ที่ได้มีการพิจารณาคัดเลือกแล้วว่า อาจจะเป็นข่าวที่ได้ขึ้นพาดหัวข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ในวันนั้นๆต่อไป

ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมาแล้ว ทำให้การเขียน SMS ข่าว จำเป็นต้องใช้คำย่อหรือคำย่อ เพื่อประหยัดพื้นที่ โดยการเขียน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น จะเป็นการใช้คำย่อที่แตกต่างจากการ

พาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ที่จะเน้นการตัดคำหรือเลือกใช้คำที่สั้นที่สุด เพื่อประหยัดพื้นที่กรอบข่าวหน้า 1 ดังตัวอย่าง

พาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก 20 พ.ค. 53



SMS คมชัดลึก 19 พ.ค. 53

“กทท.เผยเผาป่วนกรุง12จุด สอฉ.ประกาศเคอร์ฟิวรวมจว.ที่ออกพรก.ฉุกเฉิน”

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

ภาพที่ 3

แสดงความเหมือนและแตกต่างของพาดหัวข่าวกับ SMS ข่าวสั้น

ข้อเหมือน	ข้อแตกต่าง	
	พาดหัวข่าว	SMS ข่าว
พื้นที่จำกัด	ขึ้นอยู่กับขนาดตัวอักษรและความสำคัญของข่าว ไม่ต้องครอบคลุม มีข่าวเต็มให้อ่าน	70 ตัวอักษร ต้องบอกเล่าให้ครอบคลุมประเด็น
ใช้ภาษาพูด	ใช้คำมีสีสัน ดึงดูด คำแสดง	ใช้คำเข้าใจง่าย ไม่หวือหวา
ใช้ภาษาข่าว	เขียนเน้นอารมณ์ความรู้สึก	ขึ้นอยู่กับประเภทข่าว
ใช้ถ้อยคำ	ตามพจนานุกรม/สร้างใหม่	ตามพจนานุกรม/สร้างใหม่
มีบรรณาธิการข่าว(บก.)	บก.ตัดสินใจคนเดียว	บก.-นักข่าวตัดสินใจ
	มีเวลาเลือกข่าว จัดทำหลายชั่วโมง ปิดเล่มเวลาเที่ยงคืน	มีเวลาเลือกข่าว จัดทำข่าวน้อย ต้องจัดทำไม่เกิน10นาที
	เป้าหมายเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้รับสารให้ซื้อ	เป้าหมายเพื่อสรุปเนื้อหา-ประเด็นข่าวให้กับผู้รับสาร

ด้วยวิธีการเขียนข่าวโดยใช้ตัวย่อหรือคำย่อนี้เอง ในด้านประโยชน์ก็เพื่อการประหยัดพื้นที่ แต่ก็ทำให้เกิดความผิดพลาดในการสื่อสารได้ด้วย จากประสบการณ์ทำงานของผู้วิจัยที่ได้ดำเนินงานในตำแหน่ง รีไรเตอร์ (Rewriter) แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดแคสติ้ง เป็นเวลา 5 ปี ได้เกิดปัญหาการสื่อสารข่าวที่ส่งออกไปไม่มีประสิทธิภาพขึ้นบ่อยครั้ง กล่าวคือ ผู้ส่งสารกับผู้รับสารเกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน อันเนื่องมาจากหลายปัจจัย โดยเฉพาะข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่ต้องสรุปประเด็นความภายใน 70 ตัวอักษร ทำให้ต้องใช้คำย่อใส่ลงใน SMS ข่าวส่วนใหญ่ เนื่องจากคำย่อบางคำ อาจยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะเมื่อมีคำย่อใหม่ๆ ที่อาจทำให้ผู้รับสารไม่เข้าใจ หรือเข้าใจเนื้อหาข่าวผิดไป

เนื่องจาก SMS ข่าวสั้นเป็นบริการส่งข่าวจากสำนักข่าวไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารสามารถรู้ถึงที่มาของข้อความข่าวนั้น ๆ ได้ ว่ามาจากสำนักข่าวใด สามารถโทรหรือติดต่อกลับมาแสดงความเห็นชื่นชมได้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้เกิดการสื่อสารสองทางขึ้น จึงทำให้การสร้างรหัสตัวย่อหรือคำย่อในข่าวเหล่านี้ มิได้เป็นเพียงการสร้างรหัสโดยฝ่ายของผู้เขียนข่าว (Sender) ฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่ยังเกิดการมีส่วนร่วมของผู้รับสารในการร่วมสร้างรหัสในข่าวนั้น ๆ ในหลาย ๆ ระดับและหลายรูปแบบ

ในส่วนของผู้รับสารสามารถแบ่งระดับปฏิกิริยาตอบกลับ หรือ Feedback ของผู้รับสารออกเป็น 2 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 เมื่อรับสารแล้ว แสดงความเห็นชื่นชมเพียงอย่างเดียว

ตัวอย่างเช่น

กรณีการชื่นชม(Comment) ของ SMS ข่าวธุรกิจ

“คนที่เพิ่งเริ่มสนใจเรื่องนี้ อาจจะยังไม่ค่อยเข้าใจศัพท์เทคนิคหรือตัวย่อต่าง ๆ ในบางข่าวที่ส่งมา ควรจะใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายมากกว่านี้”

ระดับที่ 2 เมื่อรับสารแล้ว แสดงความเห็นชื่นชม พร้อมร่วมสร้างรหัสด้วย

ตัวอย่างเช่น

กรณีการชื่นชม(Comment)พร้อมร่วมสร้างรหัสใน SMS ข่าวธุรกิจ โดยผู้อยู่ในแวดวงข่าวเศรษฐกิจอยู่แล้ว ได้แสดงความเห็นชื่นชมการเขียนข่าว SMS ของสำนักข่าวเนชั่น มาดังนี้

“ข่าวเมื่อวันที่ 3/1/2010 พณ.วางกลยุทธ์แบบ Hard Sale เเจาะตลาดสหรัฐปี53 มั่นใจสินค้าไทยมีศักยภาพพอ และ พณ.เผยเงินเฟ้อรค.52เพิ่มร้อยละ3.5ต่อเนื่อง3ค.ทั้งปีลบ0.9พันเงินผิดแล้ว จาก 2 ข่าวนี้ถ้าจะใช้ศัพท์ภาษีไปเลย ก็จะได้ดีกว่าคะ หรือนายกฯ ก็นายกฯไปเลย ไม่ควรใช้ฯลฯคะ”

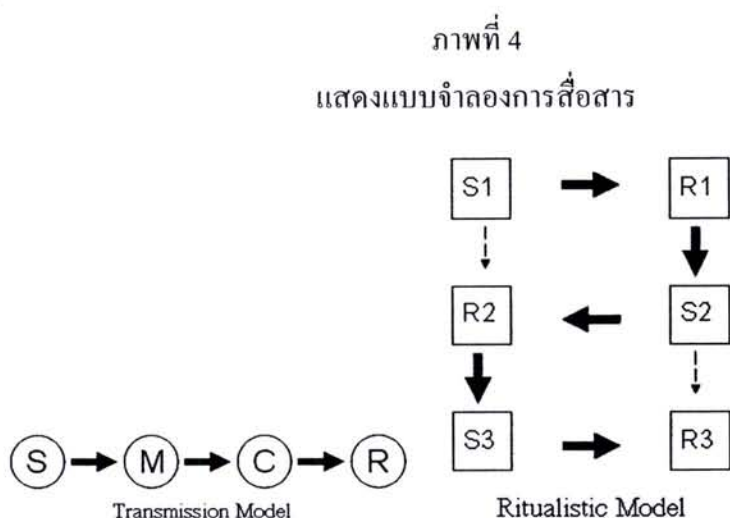
คังแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วม (Participation) โดยกาญจนา แก้วเทพ (2552) กล่าวว่า ในแวดวงการพัฒนาทั้งของไทยและทั่วโลกนั้น หลักการ “มีส่วนร่วมของประชาชน” คือเครื่องรับประกันอย่างดีที่สุดของการพัฒนา การยอมรับดังกล่าว มิได้เกิดจากข้อโต้แย้งอภิปรายทางทฤษฎีเท่านั้น หากแต่เกิดจากสภาพข้อเท็จจริงในความเป็นจริงด้วย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

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

ในส่วนของระบบการสื่อสารของ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นก็เช่นกันก็ได้มีช่องทาง Call Center ของทางสำนักข่าวเพื่อเปิดให้ผู้รับสารได้เข้ามามีส่วนร่วมในการติชม แสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อใด ๆ ก็ตามในสำนักข่าวเนชั่นได้

เมื่อนำกระบวนการสื่อสารของ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นมาเปรียบเทียบกับมุมมองของข้อคำนึงเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สามารถอธิบายได้ ดังนี้

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



สำหรับกระบวนการสื่อสารของ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้นจะเป็นการผสมผสานระหว่าง แบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร(Transmission Model) กับ แบบจำลองเชิงพิธีกรรม(Ritualistic Model) กล่าวคือ การส่ง SMS ข่าวนั้นถือว่าการถ่ายทอดข่าวสารตามแบบ

one-way communication แต่เนื่องจากทางสำนักข่าวเนชั่นได้เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถมีปฏิกิริยาตอบกลับได้ด้วย จึงถือว่าเป็นการสื่อสารแบบสองทิศทาง two-way communication ด้วยแม้จะไม่ใช้การสื่อสารกันต่อหน้าก็ตาม

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

สำหรับ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นในกรณีนี้อาจหมายถึง การรับรู้และการตีความของผู้รับสารที่อาจมีการรับรู้และเข้าใจได้แตกต่างกัน เนื่องจากมีบริบทของทางการสื่อสารที่แตกต่างกันไป และหากเป็นผู้รับสารที่มีบริบทเกี่ยวกับข่าวสารที่ได้รับ ก็ย่อมสร้างการมีส่วนร่วมได้มากขึ้น

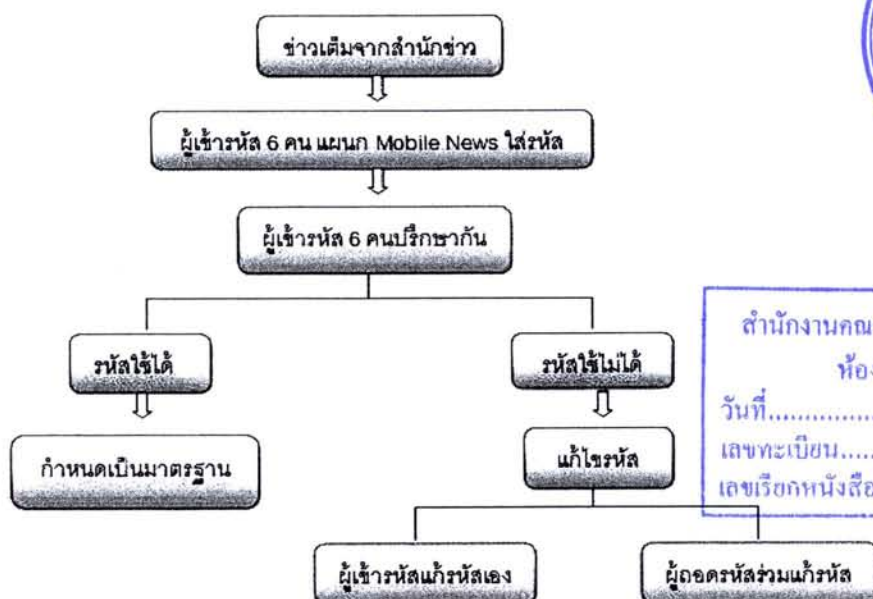
ตัวอย่างเช่น

ผู้สื่อข่าว นิติสารบันเทิง รับ SMS ข่าวสั้นประเภทข่าวบันเทิง และติดตามข่าวบันเทิงจากสื่ออื่น ๆ ตลอดเวลา ได้มีการแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมให้คำแนะนำมา ดังนี้

“ประเด็นต่างๆ ส่วนใหญ่จะเหมือน ๆ กันทุกสื่อ อยากให้แตกประเด็นแปลก ๆ ออกไปอีก น่าจะมีประเด็นที่หลากหลาย”

ภาพที่ 5

แสดงแผนผัง กระบวนการใส่รหัส คำย่อ คำใหม่



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดงานวิจัย
วันที่... 05 ต.ค. 2555
เลขทะเบียน... 249037
เลขเรียกหนังสือ...

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

1. Preferred reading ผู้ส่งสารใส่รหัสตีความมาอย่างไร ผู้รับสารก็ตีความถอดรหัสได้เข้าใจตามนั้น เกิดความเข้าใจที่ตรงกันทั้ง 2 ฝ่าย
2. Negotiated reading ผู้ส่งสารตีความมาแล้วผู้รับสารก็เข้าใจ แต่อาจจะมียะไรเพิ่มเติมเข้ามาอีก ไม่ได้เข้าใจตรงตามนั้นเลยเสียทีเดียว
3. Oppositional reading ผู้ส่งสารตีความมาอย่างไร ผู้รับสารกลับตีความไปคนละแบบ ทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน

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

หากมองในแง่ของการใช้รหัสสัญญาณใน SMS ขว้างสั้นของสำนักข่าวเนชั่น จะต่างจากกรณีอื่นๆ ที่เป็นการเลือกใช้รหัสที่มีอยู่แล้วให้ถูกต้อง แต่ในกรณีของ SMS ขว้างสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ต้องใช้รหัสถึง 2 รูปแบบ คือ

- 1.การเลือกใช้รหัสตามไวยากรณ์ที่มีอยู่แล้ว เช่น กรณี รหัสเครื่องหมาย

ตัวอย่างเช่น

“คนร้ายกราดยิงอาคารไซเบอร์เวิลด์รัชดา / ตรวจภาพวงจรปิดเช้านี้”

- 2.การสร้างรหัสขึ้นใหม่เอง เช่น รหัส คำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว

ตัวอย่างเช่น

“ฉัฐวุฒิประกาศคิน พท. ผ่านฟ้ารวมทัพใหญ่ราชประสงค์ วันนี้ไม่ไปราบ11”

สำหรับการเลือกใช้รหัสตามไวยากรณ์ในข้อ 1 มักไม่เกิดปัญหาในการเข้ารหัส เนื่องจากเป็นรหัสที่คนรับรู้โดยทั่วไปอยู่แล้ว แต่จะเกิดปัญหากับรหัสที่สร้างขึ้นใหม่เองในข้อ 2 เนื่องจากรหัสบางรหัสคนส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับรู้ ไม่คุ้นเคย ทำให้ไม่เข้าใจหรือคาดเดาความหมายไม่ถูก

ดังนั้นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากในการที่จะทำให้ผู้ส่ง SMS ขว่สน สามารถสื่อข่าวต่าง ๆ ให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจที่ตรงกับสิ่งที่ผู้ส่งต้องการสื่อได้ ต้องมีการสร้างรหัสสัญญาะในกระบวนการสร้างความหมาย เพื่อช่วยให้สื่อสารได้อย่างเป็นระบบ และเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ซึ่งในส่วนนี้ Stuart Hall ได้อธิบายเรื่องสื่อเป็นระบบของสัญญาะไว้ (อ้างจาก วันเพ็ญ กัลป์ศิริไพศาล ,2545 : 4)

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

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

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

หากเปรียบเทียบกับงานวิจัยชิ้นนี้ ในส่วนของ SMS ขว่สนของสำนักข่าวเนชั่น ก็เป็นวิธีการการเข้ารหัสและถอดรหัสด้วยการจัดระบบของสัญญาะ (Organization of sign) ตามกฎเกณฑ์การเลือกใช้ความหมาย(Law of Selection) และการผสมผสานความหมาย(Law of Combination)

1) Law of Selection คือการเลือกใช้ความหมาย แบบ Paradigmatic ใช้ชุดของสัญญาะ set of signs ที่อยู่ในระบบทัศนเดียวกัน โดยเลือกใช้คำที่มีความหมายในแนวทางเดียวกัน แม้จะเปลี่ยนคำที่ใช้แต่ความหมายยังคงเดิม เนื่องจากในการเขียน SMS ขว่มีข้อจำกัดเพียง 70 ตัวอักษร ดังนั้น

การเลือกใช้คำให้ประหยัดพื้นที่ เข้ากับประเด็นข่าวนั้นๆ แสดงอารมณ์ หรือหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก
 ย่อมเป็นสิ่งจำเป็นมาก ตัวอย่างเช่น

“โคลเซ/โพลอสกี้/มุลเลอร์จากเยอรมันทุบอังกฤษเตะ4-1ลอยลำเข้ารอบ8ทีม”

“อาร์เจนตินาชนะเม็กซิโก3-1เข้ารอบ8ทีมนัดหน้าเจอเยอรมนีที่ถล่มอังกฤษ4-1”

“บอลโลกJapanโค่นโคมม3-1เข้าพบปารากวัยฮอลแลนด์ชนะแคเมอรูน2-1รอเจอสโลวัก”

จาก SMS ข่าวรายงานผลฟุตบอลโลก ทั้ง 2 ข่าวนี โดยความหมายแล้วก็คือ การรายงานว่า
 ฝ่ายใดชนะแพ้ด้วยคะแนนเท่าใด แต่ต่างตรงพื้นที่ข่าวที่ใช้และคำที่เลือกใช้ ซึ่งทั้งคำว่า ทุบ-และ
ชนะ ถล่มและโค่น ต่างก็มีความหมายเดียวกัน คือการทำคะแนนนำชนะทีมฝ่ายตรงข้าม เนื่องจาก
 เป็นการรายงานผลการแข่งขันที่มีอยู่ทุกวันในช่วงเวลาเดียวกัน ภายในระยะเวลาการแข่งขัน 1 เดือน
 ทำให้การนำเสนอข่าวเป็นประโยชน์ตายตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก จึงจำเป็นต้องเลือกใช้คำที่
 แตกต่างกันไป ในความหมายเดียวกัน เพื่อแสดงถึงอารมณ์ข่าว(mood)ที่ต่างกัน ให้ผู้รับสารได้รับรู้
 ถึงอารมณ์ของเกมสการการแข่งขันได้ด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ถึงเหตุผลในการเลือกใช้ความหมาย แบบ
 Paradigmatic ออกมาได้ดังนี้

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

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

“ก่อนแค้นนั่งรถดูจากคุกไปสมัครส.ส.-พนิชถึงเขตคลองสามวา ตร.180นายคุมเข้ม”

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

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

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

หากเปลี่ยนตำแหน่งประเด็นข่าวเป็น

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

ในแบบที่ 1 จะทำให้ลดความสำคัญของประเด็นนายก่อแก้วลงไป โดยเน้นให้ความสำคัญกับประเด็นนายพนิชที่เป็นผู้สมัครจากพรรคประชาธิปัตย์แทน รวมถึงผู้รับสารอาจสับสนกับอักษรย่อ ส.ส.และดร.ที่เขียนอยู่ติดกัน และอาจทำให้ผู้รับสารเข้าใจผิดได้ว่า ดร.180นายนั้นมาคุมตัวนายก่อแก้ว ซึ่งความจริงแล้วดร.180นายมาทำหน้าที่คุมเข้มรักษาความปลอดภัยสถานที่รับสมัครผู้ลงเลือกตั้ง เนื่องจากเกรงว่าจะเกิดเหตุวุ่นวาย หรือในแบบที่ 2 หากนำประเด็นนายก่อแก้วไปไว้ท้ายสุด ยิ่งทำให้อารมณ์ของข่าวเปลี่ยนไป ทำให้ข้อความ SMS ข่าวนี้ ดูเบาไปจากการจัดเรียงประเด็นแบบแรกอย่างชัดเจน ช้ำยังทำให้เกิดความเข้าใจผิดไปได้ว่า ดร.นั้นมาทำหน้าที่คุมเข้มคุณพนิช ซึ่งในความเป็นจริงเนื้อหาข่าวต้องการสื่อสาร ดร.มาคุมเข้มสถานที่รับสมัครผู้ลงเลือกตั้ง

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

ที่ขาดไม่ได้คือ จะต้องผ่านกระบวนการใช้ชุดของสัญญาณ เพื่อสื่อความหมายของเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตามความต้องการของสื่อ นั้น ๆ

ดังนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับการสื่อสารก็คือ ประสิทธิภาพในการสื่อสารว่าสารที่ได้ถูกส่งออกไปนั้น สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามความต้องการหรือไม่ ดังนั้นกลไกสำคัญที่จะบอกได้ถึงประสิทธิภาพของตัวสารก็คือ ผู้รับสารนั่นเองที่จะบอกได้ว่า SMS ข้อความของสำนักข่าวเนชั่นที่ได้ถูกส่งออกไปนั้นจะมีประสิทธิภาพในการถอดรหัส และทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจได้มากน้อยเพียงใด

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

ปัญหานำวิจัย

1. รหัสที่อยู่ใน SMS ข้อความของสำนักข่าวเนชั่น เป็นอย่างไร มีอะไรบ้าง
2. ผู้เข้ารหัสในสำนักข่าวเนชั่นมีกระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข้อความ อย่างไร
3. การถอดรหัสตัวสารมีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร มากน้อยแค่ไหน อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารหัสที่อยู่ใน SMS ข้อความของสำนักข่าวเนชั่น
2. เพื่อศึกษากระบวนการเข้ารหัสใน SMS ข้อความ ของสำนักข่าวเนชั่น
3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการถอดรหัสตัวสาร ที่มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษารูปแบบการใช้สัญลักษณ์และรหัสในการสื่อความหมายของบริการข้อความสั้น SMS เพื่อส่งข่าวประเภทต่าง ๆ 6 ประเภท ได้แก่ ท้นข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ ข่าวหุ้น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน เฉพาะที่เป็นภาษาไทย ของสำนักข่าวเนชั่น

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

ข้อสันนิษฐานงานวิจัย

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

2.ปริมาณการติดตามข่าวสารที่แตกต่างกันของผู้รับสาร มีผลต่อความเข้าใจในข่าวสารที่แตกต่างกัน ผู้รับสารจะต้องมีพื้นฐานการติดตามข่าวสารในระดับหนึ่ง เนื่องจากภาษาข่าวเป็นรหัสเฉพาะ นอกเหนือจากการใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อการถอดรหัสที่เข้าใจตรงกันตามความประสงค์ของผู้ส่งสาร

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง อุปกรณ์โทรศัพท์ที่ใช้กับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยที่ผู้ใช้สามารถนำโทรศัพท์นี้ เคลื่อนที่ได้อย่างอิสระในขณะที่ติดต่อสนทนาภายในขอบเขตพื้นที่ให้บริการ

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

ได้แก่

1. ท้นข่าว (Local news) ข่าวคว้นท้นเหตุการณ์ทัวไป ข่าวการเมือง ข่าวบุคคลสำคัญ ข่าวเหตุการณ์สำคัญระดับชาติหรือข่าวที่กระทบคนหมู่มาก

ตัวอย่างเช่น

“ศอ.รศ.ประกาศ3ทุ่มราชประสงค์ต้องสลายโทษคุก1ปี-ปณิธานบอกยังไม่มีเคอร์ฟิว”

2. ข่าวคมชัดลึก ข่าวชาวบ้าน อาชญากรรม คารา หรือข่าวในส่วนภูมิภาค (ต่างจังหวัด) โดยแนวทางการนำเสนอจะเป็นแนวทางเดียวกับการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก

ตัวอย่างเช่น

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

3. ข่าวบันเทิง (Entertain) ข่าวที่เกี่ยวกับบุคคลหรือเหตุการณ์ในวงการบันเทิงทั้งในไทยและต่างประเทศ

ตัวอย่างเช่น

“ธัญญ์อัยันรักHappy ได้สามีซอม-ไม่หวั่นหากฟังก์ก์ฟื่องที่ไม่ยอมหยุดพูด”

4. ข่าวธุรกิจ เกี่ยวกับธุรกิจ เชนนโยบาย ภาครัฐ และภาคเอกชน โดยแนวทางการนำเสนอจะเป็นแนวทางเดียวกับการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

ตัวอย่างเช่น

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

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

ตัวอย่างเช่น

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

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

ตัวอย่างเช่น

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

เนื้อหา หมายถึง ตัวเนื้อหาข่าวที่ผู้ส่งสารใส่ลงไปใน SMS ข่าว ที่กำหนดไว้ไม่เกิน 70 ตัวอักษร

บริบท หมายถึง เหตุการณ์ สถานการณ์ ข่าว คำอื่นๆที่แวดล้อม ในข่าวนั้นๆ ซึ่งมีผลกับการใส่รหัส และการถอดรหัสสัญญาณในข่าว SMS

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

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

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

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



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

รหัส หมายถึง สิ่งที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เพื่อใช้ในการสื่อสารการรายงานข่าวให้ตรงตามความต้องการของผู้ส่งสาร โดยรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ได้แก่ รูปประโยค ประธาน กริยา กรรม คำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว เครื่องหมาย

การวิเคราะห์รหัส หมายถึง การจำแนกวิธีที่จะนำเอาสัญญาณมาจัดระบบ สำหรับงานวิจัยขึ้นนี้จะมี การวิเคราะห์รหัส 3 รูปแบบ ได้แก่

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

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

3. ความเข้มงวดของรหัส เป็นการหาความผิดพลาดของรหัสเมื่อถูกนำส่งออกไปแล้ว ว่าเมื่อเข้ารหัสผิดพลาดแล้ว SMS ข่าวนั้นข้อความนั้นจะยังคงความหมายเดิมได้อยู่หรือไม่

การถอดรหัสนี้ของรับสาร หมายถึง การตีความถอดรหัสนี้ของรับสารที่มีต่อรหัสใน SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น

โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบคือ

1. ผู้รับสารถอดรหัสนี้แล้วเข้าใจ
2. ผู้รับสารถอดรหัสนี้แล้วไม่เข้าใจ
3. ผู้รับสารเข้าใจรหัสผิด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ แบ่งเป็น 3 มุมมอง ได้แก่

ประโยชน์ทางวิชาการ

1. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่เน้นการศึกษาเรื่องรหัสโดยตรง จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางแก่งานวิจัยที่เกี่ยวกับการสื่อสารด้วยการใช้รหัส โดยเฉพาะข้อค้นพบที่ในเรื่องความสำคัญของรหัสคือความเข้มงวดของรหัส
2. เพื่อชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของบริบทในการสื่อสารข่าวในขณะนั้น กรณีนั้น ๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรหัสและความเข้าใจในเนื้อหาสาร หรือตัวสาร
3. เป็นแนวทางในการสร้างความเข้าใจรูปแบบและวิธีการนำเสนอรหัสความหมายของ SMS ข่าวที่เป็นการใช้รหัสเฉพาะ หรือชุดของสัญลักษณ์ในรูปแบบต่าง ๆ ยังผลให้เกิดประสิทธิภาพการสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ประโยชน์ทางวิชาชีพ

1. การวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อไป ในการสร้างสรรค์เนื้อหาสาร หรือตัวสาร (text) เพื่อตอบสนองความสนใจของผู้รับสาร ได้อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพยิ่งขึ้น ในสังคมยุคข่าวสาร
2. ได้ทราบถึงปัญหาของรหัสและการเข้ารหัสของ SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น รวมถึงแนวทางการปรับปรุงแก้ไข และได้มีการทำงานที่เป็นระบบมากขึ้น

ประโยชน์ทางโลกความเป็นจริง

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