

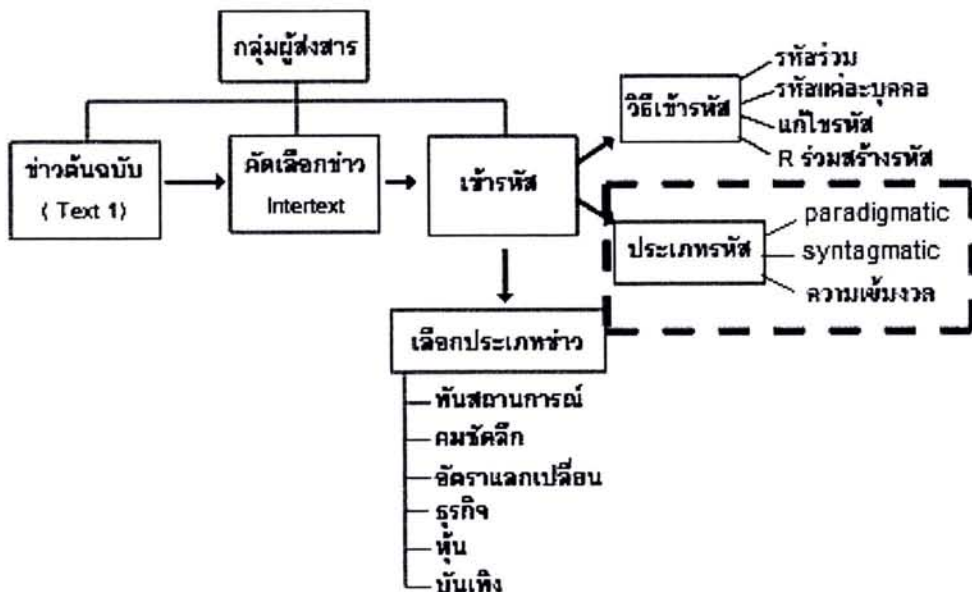
บทที่ 4

การวิเคราะห์รหัสใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

การวิจัย เรื่อง “รหัสและกระบวนการสร้างรหัสข่าวในบริการข้อความสั้นของสำนักข่าวเนชั่น” ในครั้งนี้ ได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการรายงานผลการวิจัยในบทนี้ เป็นการรายงานผลการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวในบริการข้อความสั้น (Textual Analysis) เพื่อศึกษารหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ในการตอบโจทย์การวิจัยข้อ 1 ว่ารหัสที่อยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นนั้นเป็นอย่างไรและมีอะไรบ้าง ดังแผนผัง

ภาพที่ 9

แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวในบริการข้อความสั้น (Textual Analysis)



สำหรับการรายงานผลการวิจัยจะนำเสนอในรูปแบบของตารางแสดงจำนวน SMS ข่าวตามข้อค้นพบ โดยเปรียบเทียบกับข่าวทั้ง 6 ประเภทคือทันข่าว คมชัดลึก บันเทิง ธุรกิจ หุ้น และอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แยกส่วนเป็นหัวข้อดังนี้

1) วิเคราะห์รหัสแบบ syntagmatic เป็นการวิเคราะห์รหัสโดยภาพรวมของ SMS ข่าวสั้นทั้งข้อความ เพื่อศึกษารูปแบบการเรียบเรียงประโยค ประเด็น ลำดับชั้นของเนื้อหาข่าวว่าจะมีผลต่อความตีความหมายของข่าวแต่ละข่าวหรือไม่อย่างไร โดยการวิเคราะห์รหัสแบบ syntagmatic

มีดังนี้ 1.1 วิเคราะห์ SMS ข่าวสั้นแบบประเด็นเดียวและหลายประเด็น

1.2 วิเคราะห์การเรียงประโยค สลับประเด็นอันจะมีผลต่อความหมายของ SMS ข่าว

1.3 วิเคราะห์รูปแบบประโยคที่นำเสนอใน SMS ข่าวนำและการสลับตำแหน่งคำ

2) วิเคราะห์รหัสแบบ paradigmatic วิเคราะห์หาชุดของสัญญาณ (set of sign) เป็นการวิเคราะห์รหัสโดยการแยกส่วน SMS ข่าวสั้นออกเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อศึกษารูปแบบของรหัสภาษาที่มีอยู่ใน SMS ข่าวว่าการเลือกใช้รหัสแต่ละส่วนมีผลต่อการตีความหมาย และสามารถสื่อความหมายออกไปได้ครบถ้วนหรือไม่ อย่างไร โดยการวิเคราะห์รหัสแบบ paradigmatic

มีดังนี้ 2.1 วิเคราะห์ชุดของสัญญาณสำหรับประธานและกรรม

2.2 วิเคราะห์ชุดของสัญญาณสำหรับคำกริยา

2.3 วิเคราะห์การใช้รหัส (code) ใน SMS ข่าวสั้น แบ่งการรายงานผลเป็น

- ก. การใช้คำและภาษา
- ข. การใช้เครื่องหมาย

3) วิเคราะห์ความเข้มงวดของรหัส เพื่อศึกษาความผิดพลาดของรหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นว่าจะก่อให้เกิดผลเสียหายในการตีความหมาย ประเด็น และเนื้อหาข่าวใน SMS ข่าวสั้น ๆ หรือไม่ อย่างไร

ข้อมูลเบื้องต้น : ปริมาณ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา

ในขั้นแรกนี้ก่อนที่จะเข้าสู่การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวในบริการข้อความสั้น (Textual Analysis) ในรูปแบบต่าง ๆ ผู้วิจัยจะทำการอธิบายถึงจำนวนประชากรและการสุ่มตัวอย่างของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่นำมาศึกษา ดังนี้

(ก) ประชากรของปริมาณ SMS ข่าวสั้น

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สำหรับการรายงานผลการศึกษาเนื้อหา SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น เป็นจำนวน 6 ประเภท คือ ท้นข่าว คมชัดลึก บันเทิง ธุรกิจ หุ่น และอัตราแลกเปลี่ยน โดยใช้ช่วงเวลาในการเก็บกลุ่มตัวอย่างของข่าวสั้น เป็นเวลา 50 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2553 ถึง 20 พฤษภาคม ซึ่งมีจำนวนข่าวที่นำเสนอทั้งหมด 2,278 ข้อความ และในจำนวนนี้มีการสุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาศึกษาทั้งหมด 224 ข้อความ โดยมีการแยกจำนวน SMS ข่าวทั้งหมด และจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน SMS ข่าวสั้นที่ใช้ในการศึกษา

ประเภทข่าว	จำนวนSMSข่าว(ข่าว)	จำนวนSMSข่าวเฉลี่ย/วัน
ทันข่าว	877	17.54
คมชัดลึก	736	14.72
บันเทิง	209	4.18
ธุรกิจ	315	6.3
หุ้น	72	1.44
อัตราแลกเปลี่ยน	69	1.38
รวม	2,278	7.59

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่าจำนวน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นในแต่ละประเภทมีจำนวนไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารจะนำเสนอข่าวมากน้อยเพียงใดในแต่ละประเภทและแต่ละวัน จากตารางข้างต้นพบว่า **ทันข่าว**เป็นประเภทข่าวที่มีการนำเสนอข่าวเป็นจำนวนมากที่สุด คือ 877 ข้อความ และมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 17.54 ข้อความ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นประเภทข่าวที่นำเสนอข่าวเด่นในแต่ละวันโดยไม่จำกัดว่าจะเป็นข่าวการเมือง กีฬา เศรษฐกิจ หรืออื่น ๆ แต่เน้นข่าวที่สำคัญเปรียบเสมือนข่าวที่จะลงพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์หน้า 1 จึงทำให้มีปริมาณข่าวที่ต้องส่งมากกว่าข่าวสั้นประเภทอื่น

อันดับสอง คือ ข่าวคมชัดลึกมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 14.72 ข้อความ **อันดับสาม**คือ ข่าวธุรกิจมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 6.3 ข้อความ **อันดับสี่** คือ ข่าวบันเทิงมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 4.18 ข้อความ **อันดับห้า**คือข่าวหุ้นมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 1.44 ข้อความ และประเภทข่าวที่มีการนำเสนอขำน้อยที่สุด คือข่าวอัตราแลกเปลี่ยนซึ่งมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 1.38 ข้อความ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นข่าวที่มีเนื้อหาตายตัว และข้อมูลของข่าวก็คืออัตราแลกเปลี่ยนจะมีการนำเสนอเพียง 1 ครั้งต่อวันเท่านั้น

รวมจำนวน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 2,278 ข้อความ และมีจำนวน SMS ข่าวเฉลี่ยต่อวัน 7.59 ข้อความ ซึ่งจากจำนวนทั้งหมดจะมีการสุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุม SMS ข่าว ทั้ง 6 ประเภท โดยจะแบ่งแยกลักษณะของ SMS ข่าวสั้นได้ 2 แบบคือ

1. แบบเปลี่ยนแปลงหลากหลาย (dynamic) คือ ประเภท ทันข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ

2. แบบตายตัว (static) คือ ประเภท ข่าวหุ้น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งจากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ประเภทข่าวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนในการนำเสนอน้อยกว่ากลุ่มแรก

(ข) กลุ่มตัวอย่างของปริมาณ SMS ข่าวสั้น

จากลักษณะประเภทของข่าว ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการสุ่มตัวอย่าง โดยการแบ่ง SMS ข่าวทั้ง 6 ประเภทออกเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 มี 4 ประเภทคือ ทันข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ จะสุ่มวันละ 1 ข่าวต่อ 1 ประเภทข่าว จะได้จำนวนข่าวดังนี้ $50 + 50 + 50 + 50 = 200$ ข้อความ

กลุ่มที่ 2 มี 2 ประเภทข่าวคือ ข่าวหุ้น ข่าวอัตราแลกเปลี่ยน จะสุ่มมาประเภทละ 12 ข้อความ เนื่องจากเป็นข่าวที่มีรูปแบบตายตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลงการใช้คำหรือภาษา ดังนั้นจำนวนรวมเป็นดังนี้ $12 + 12 = 24$ ข้อความ

รวมสุ่มตัวอย่างจากทั้ง 2 กลุ่ม $200 + 24 = 224$ ข้อความ

เมื่อแยกกลุ่มประเภทข่าวแล้ว สามารถนำ SMS ข่าวประเภทต่าง ๆ มาวิเคราะห์ได้ โดยใช้ตัวแปรประเภทข่าวในการวิเคราะห์ผลความแตกต่างในการสร้างรหัสของข่าวแต่ละประเภท

1) การวิเคราะห์รหัสแบบ Syntagmatic

สำหรับการวิเคราะห์รหัสแบบ Syntagmatic คือการวิเคราะห์หาระบบสัญญาณโดยเน้นลำดับขั้นตอน(sequence) หรือช่วงระยะเวลาของเหตุการณ์ หรือการปรากฏของสัญญาณ เนื่องจากลำดับขั้นหรือการเรียบเรียงประโยคและประเด็นใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น อาจมีส่วนทำให้ความหมายของเนื้อหาเปลี่ยนแปลงไป

1.1 วิเคราะห์ SMS ข่าวสั้นแบบประเด็นเดียวและหลายประเด็น

ในเบื้องต้นนี้ ผู้ศึกษาจะแสดงข้อมูลจำนวนประเด็นในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นต่อ 1 ข้อความ เนื่องจากจำนวนประเด็นเป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเรียงลำดับ เป็นการวิเคราะห์ให้เห็นความแตกต่างของการนำเสนอข่าวประเด็นเดียวและหลายประเด็น

ตัวอย่างเช่น

ข่าวประเด็นเดียว “พลอยจิตจันทร์แถลงแต่งตั้งเจียบหนุ่มจีนเกือบปีท้องลูกชาย7ด.ตั้งชื่อทาชโน”

ข่าวสองประเด็น “จตุพรอัคพรม.ขีดเส้น7วันขู่รัฐหวังทหารปฏิบัติ/ ลั่น20เมษาปิดก.ยาวถึงสี่

เพื่อศึกษาว่าการส่ง SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นแต่ละประเภทมีการนำเสนอจำนวนประเด็นแตกต่างกันอย่างไร ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนประเด็นในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นต่อ 1 ข้อความ

จำนวนประเด็น	ทันข่าว	คมชัดลึก	บันเทิง	ธุรกิจ	หุ้น	อัตราแลกเปลี่ยน	รวมทุกประเภทข่าว
1) ประเด็นเดียว	19 (38%)	20 (40%)	39 (78%)	31 (62%)	-	12 (100%)	<u>121</u> (54%)
2) สองประเด็น	31 (62%)	30 (60%)	11 (22%)	19 (38%)	12 (100%)	-	103 (46%)
2.1 ทิศทางเดียวกัน	20 (40%)	18 (36%)	11 (22%)	18 (36%)	12 (100%)	-	79 (35.25%)
2.2 คนละทิศทาง	11 (22%)	12 (24%)	-	1 (2%)	-	-	24 (10.75%)
รวม	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	12 (100%)	12 (100%)	224 (100%)

จากตารางที่ 2 พบว่าจำนวนประเด็นในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นต่อ 1 ข้อความนั้นไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับประเภทข่าวและเนื้อหาข่าวที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อในข้อความนั้น ๆ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างประเด็นเดียวกับสองประเด็น พบว่า เป็นการนำเสนอข่าวประเด็นเดียวนมากที่สุดคือ 121 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54 โดยข่าวอัตราแลกเปลี่ยนเสนอข่าวประเด็นเดียวทั้งหมด 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวนตัวอย่างทั้ง 12 ข้อความที่นำมาศึกษา ข่าวบันเทิงนำเสนอ 39 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 78 ของจำนวนตัวอย่างที่นำมาศึกษา ข่าวธุรกิจนำเสนอ 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 20 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40 และทันข่าวนำเสนอ 19 จาก 50 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 38 ขณะที่ข่าวหุ้นไม่มีการนำเสนอข่าวประเด็นเดียวเลย

สำหรับข่าวหุ้นที่ไม่มีการนำเสนอข่าวประเด็นเดียว อันเนื่องมาจากการนำเสนอข่าวจะมีลักษณะตายตัวและต้องมีย่ออย่างน้อยสองประเด็น คือ การนำเสนอตัวเลขสภาวะหุ้น ณ ขณะนั้น (ประเด็นที่ 1) และ 5 อันดับการซื้อขายสูงสุด (ประเด็นที่ 2)

ตัวอย่างเช่น

“SET บ่ายปิด 761.18 +3.33 วอลุ่ม 22,574.98 ต. TOP5 PTT, PTTEP, IVL, PTTCH, BBL”

สาเหตุที่ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนเสนอข่าวประเด็นเดียวทั้งหมด เนื่องจากข่าวประเภทดังกล่าว มีรูปแบบตายตัวเช่นกัน คือต้องรายงานประเด็นเดียวกันทุกวัน ซึ่งเป็นข้อมูลเฉพาะที่ไม่สามารถ คัดแปลง เปลี่ยนคำหรือใส่หลาย ๆ ประเด็นได้ เนื่องจากหากนำเสนอข่าวในลักษณะคำย่อหรือสั้น ห้วนมากเกินไปอาจมีผลต่อความเข้าใจที่ไม่สมบูรณ์ ทั้งยังเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง(fact) เพียง อย่างเดียว โดยไม่มีข้อมูลประเภทความคิดเห็น(opinion)

ตัวอย่างข่าวประเด็นเดียว คือประเด็นบอกอัตราแลกเปลี่ยน

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

อันดับสอง พบว่า เป็นการนำเสนอข่าวสองประเด็น 103 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 โดยข่าวประเภทหนึ่งมีการนำเสนอมากที่สุดคือ 12 ข้อความจากจำนวนตัวอย่างทั้ง 12 ข้อความที่ นำมาศึกษาคิดเป็นร้อยละ 100 ทันท่วงทีนำเสนอ 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 คมชัดลึก นำเสนอ 30 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 60 ธุรกิจนำเสนอ 19 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 38 บันเทิงนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22 ขณะที่ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการนำเสนอ ในลักษณะนี้

ในกลุ่มการนำเสนอข่าวสองประเด็นแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ การนำเสนอข่าวสอง ประเด็นในทิศทางเดียวกัน และ การนำเสนอข่าวสองประเด็นแบบคนละทิศทาง

สำหรับการนำเสนอข่าวสองประเด็นในทิศทางเดียวกันมีการนำเสนอมากกว่า โดยนำเสนอ 79 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 35.35 โดยข่าวหุ้นเป็นประเภทข่าวที่มีการนำเสนอมากที่สุดคือ 12 ข้อความจากจำนวนตัวอย่างทั้ง 12 ข้อความที่นำมาศึกษา คิดเป็นร้อยละ 100 ประเภททันท่วงที นำเสนอ 20 จาก 50 ข้อความที่นำมาศึกษาคิดเป็นร้อยละ 40 ประเภทข่าวคมชัดลึกและข่าวธุรกิจ นำเสนอ 18 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 36 และข่าวบันเทิงนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็น ร้อยละ 22

ตัวอย่างข่าว 2 ประเด็นในทิศทางเดียวกัน

“SETIเช้าปิด800.07 -1.25 วอลุ่ม13,502.60ล.TOP5PTTEP,PTT,BANPU,PTTAR,CPF”

(ประเด็น1) SETIเช้าปิด800.07 -1.25 วอลุ่ม13,502.60ล.

(ประเด็น2) TOP5PTTEP,PTT,BANPU,PTTAR,CPF

ทั้ง 2 ประเด็นเป็นข่าวความเคลื่อนไหวของตลาดหุ้นจึงถือว่าเป็นข่าวในทิศทางเดียวกัน แต่ ก็แยกได้เป็น 2 ประเด็นคือ 1.ประเด็นตัวเลขหุ้นปิดตลาดภาคเช้า



2.ประเด็นการจัดลำดับหุ้่นที่มีการซื้อขายกันมากที่สุดในภาคเช้า

สำหรับการเสนอข่าวแบบ ข่าวสองประเด็นคนละทิศทางการนำเสนอ 24 จาก 224 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 10.75 ประเภทข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 12 จากตัวอย่างที่นำมาศึกษาจาก 50 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 24 ท้นข่าวนำเสนอ 11 จาก 50 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 22 ข่าวธุรกิจนำเสนอ 1 ข่าวจาก ตัวอย่างที่นำมาศึกษา 12 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 2 ขณะที่ข่าวบันเทิง หุ้่น และอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการ นำเสนอในรูปแบบดังกล่าวเลย

ตัวอย่างข่าว 2 ประเด็นคนละทิศทาง

“สอ.แถลงรวบมือขวาเสธแดงสอบภาค1-ปณิธานยันรัฐเจรจาก้านปช.หยุดก่อจราจล”

(ประเด็น1) สอ.แถลงรวบมือขวาเสธแดงสอบภาค1

(ประเด็น2) ปณิธานยันรัฐเจรจาก้านปช.หยุดก่อจราจล

นอกจากนี้ หากพิจารณาในแง่ของประเภทข่าว ด้วยการเปรียบเทียบการนำเสนอประเด็น ข่าว 1 ประเด็นและ 2 ประเด็นแล้ว จะพบว่า ข่าวบันเทิงและธุรกิจมีการใส่ประเด็นข่าวแบบประเด็น เดียวมากกว่า 2 ประเด็น โดยข่าวบันเทิงนำเสนอข่าวประเด็นเดียว 39 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อย ละ 78 ของตัวอย่างที่นำมาศึกษา ขณะที่นำเสนอข่าว 2 ประเด็นรวม 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อย ละ 22 และข่าวธุรกิจนำเสนอข่าวประเด็นเดียว 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 ขณะที่ นำเสนอข่าว 2 ประเด็นรวม 19 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 38 เนื่องจากข่าวทั้ง 2 ประเภทนี้เป็น การนำเสนอข่าวแบบเฉพาะด้าน โดยข่าวบันเทิงมีการนำเสนอเฉพาะข่าวที่เกี่ยวกับดารา นักร้อง และเหตุการณ์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงเท่านั้น ในขณะที่ข่าวธุรกิจเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการเงินและเศรษฐกิจ ซึ่งในแต่ละวันจำนวนข่าวที่เข้ามาไม่มากนัก สามารถนำเสนอได้พอดีกับ จำนวนข้อความที่ถูกจำกัดให้ส่งได้วันละ 8-10 ข้อความ ประกอบกับความเป็นข้อมูลข่าวสารที่ เฉพาะด้าน ดังนั้นในการใช้คำบางคำอาจต้องมีการอธิบายหรือใช้คำเต็ม เพื่อความสะดวกในการ เข้าใจเนื้อหา เช่น

ข่าวธุรกิจ

“ศูนย์วิจัยกสิกรฯคาดเงินเพื่อQ2ไม่เกินร้อยละ3.4 ครึ่งปีหลังมีโอกาสเพิ่ม 6 พค. 53”

จาก SMS ข่าวข้างต้นเห็นได้ว่ามีคำว่า Q2 ซึ่งย่อมาจากคำว่า ไตรมาสที่สองของปี อยู่แล้ว ดังนั้นหากใส่ข่าว 2 ประเด็นจะทำให้ต้องตัดคำหรือเพิ่มคำย่ออื่น ๆ อีก ซึ่งอาจทำให้ผู้รับ SMS ข่าว ไม่เข้าใจความหมายของเนื้อหาหรือเข้าใจผิดไปได้

ข่าวบันเทิง

“ยุบปีทมวรรณสุดปลื้มกลอดลูกสาวสุขภาพแข็งแรงทั้งแม่ลูกตั้งชื่อน้องพริม”

หากมีการใส่ 2 ประเด็นข่าวอาจต้องย่อคำ หรือตัดคำ จาก “ขุ้ยปทมวรรณ” เหลือเพียง “ขุ้ย” ซึ่งอาจทำให้ผู้รับ SMS ขว่สับสน เนื่องจากในวงการบันเทิงมีนักแสดงชื่อขุ้ยมากกว่า 1 คน

ดังคำสัมภาษณ์ของ พิชชาพัชร อาจพงษา Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“บันเทิงก็มี 2 ประเด็นนะบางข่าว แต่ส่วนใหญ่ที่มีประเด็นเดียวเพราะเนื้อที่ไม่พอ และถ้าใส่ชื่อเล่นคนรับบางคนก็รู้ว่าป็นใคร พอเราใส่ชื่อจริงด้วยทำให้เนื้อที่เหลือน้อย ก็เลยอาจเหลือประเด็นเดียว แต่จริง ๆ แล้วควรเป็นชื่อเล่นมากกว่าถ้าเป็น mood ขว่ แต่เรากลัวคนรับไม่รู้ เพราะชื่อเล่นบางทีมันซ้ำ เช่น เมย์ ก็ต้องใช้ เมย์เพื่อง เมย์พิชญ์ แอนทองๆ แอนอลิษา แอนสิริยม”

นอกจากนี้ ยังพบว่า แม้จำนวนเฉลี่ยรวม SMS ขว่สั้นทุกประเภทของสำนักข่าวเนชั่นในการนำเสนอข่าว 2 ประเด็นทั้งแบบทิศทางเดียวกันและแบบคนละทิศทางรวมกันแล้ว มีการนำเสนอน้อยกว่าแบบประเด็นเดียว กล่าวคือ การนำเสนอข่าวประเด็นเดียวมีการนำเสนอเฉลี่ยรวม 121 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54 ขณะที่มีการนำเสนอข่าว 2 ประเด็นรวมกัน 103 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 แต่จากตารางที่ 2 พบว่า ขว่ประเภททันข่าวและคมชัดลึกมีการนำเสนอข่าว 2 ประเด็นมากกว่าข่าวประเด็นเดียว กล่าวคือ SMS ทันข่าว มีการเสนอข่าว 2 ประเด็นรวม 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 ขณะที่นำเสนอข่าวประเด็นเดียวย่อยละ 38 และ SMS คมชัดลึกนำเสนอข่าว 2 ประเด็นรวมร้อยละ 60 ขณะที่นำเสนอข่าวประเด็นเดียวย่อยละ 40

เนื่องจากทั้ง 2 ประเภทข่าวเป็นข่าวรายงานสถานการณ์โดย SMS ทันข่าวเป็นการรวมข่าวสำคัญที่อาจจะขึ้นหน้า 1 ในหน้าหนังสือพิมพ์ในวันถัดไปโดยเน้นนำเสนอข่าวการเมือง และข่าวคมชัดลึกเป็นการรายงานข่าวสำคัญโดยเน้นข่าวอาชญากรรมและข่าวบันเทิง ดังนั้นในแต่ละวันจึงมีข่าวที่ต้องคัดเลือกมานำเสนอเป็น SMS ขว่มากมาย แต่ด้วยจำนวน SMS ที่ถูกจำกัดโดยเจ้าของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ส่งข้อความ SMS ขว่ในแต่ละวันได้ไม่เกิน 8-10 ขว่เท่านั้น ทำให้ผู้เข้ารหัส(นักข่าวและบก.Mobile News) จำเป็นต้องใช้พื้นที่ SMS ให้ได้ประโยชน์มากที่สุด เช่น

ทันข่าว

“กอ.รมน.ยื่นฟ้องศาลสั่งแดงออกราชประสงค์แล้ว-ทนายแดงยื่นคัดค้านทันที”

(ประเด็น1) กอ.รมน.ยื่นฟ้องศาลสั่งแดงออกราชประสงค์แล้ว

(ประเด็น2) ทนายแดงยื่นคัดค้านทันที

คมชัดลึก

“ศูนย์เอร์ว่าณรายงานยอดตายจากเหตุปะทะ52คนแล้ว เจ็บ399/กทม.เผยไฟไหม้36จุด”

(ประเด็น1) ศูนย์เอร์ว่าณรายงานยอดตายจากเหตุปะทะ52คนแล้ว เจ็บ399

(ประเด็น2) กทม.เผยไฟไหม้36จุด

ดังกล่าวสัมภาษณ์ของ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“เป็นเพราะอยากให้ประโยชน์สูงสุดของคนรับ เป็นความแตกต่างของบริการเราด้วย เท่าที่เห็นหลัง ๆ นี้ เจ้าอื่น ๆ ก็เริ่มทำเหมือนกัน แต่เรานั้น 2-3 ประเด็นในเรื่องคล้ายคลึง ไม่ใช่ 2 ประเด็นที่แตกต่าง อย่างของบางเจ้าส่งแบบผลึกพิภพกับการเมืองมาด้วยกัน

การส่งข่าวประเด็นเดียว เหมือนให้คนรู้เรื่องเดียว แต่การส่งข่าว 2 ประเด็นเท่ากับว่าให้คนรู้เรื่องมากขึ้น คือเป็นการต่อยอดของข่าวนั้น เช่น ข่าวว่าคนร้ายจะไปยังขอประกันตัวแล้ว ก็มีคำถามต่อว่าแล้วได้ประกันมั้ย มันก็คือเป็นอีกข่าวหนึ่งซึ่งเราต้องรอผล ไอ้คนนั้นโดนเสาไฟฟ้า คือรายงานบอกว่าโดนลงมาแล้วยังไฉไล ก็ต้องมีคนถามต่อว่าโดนแล้วตายมั้ย มันเป็นภาษาปกติที่คนเราใช้สื่อสารกันแบบนี้ เราก็เลยให้มันจบไปในข่าว การส่งข่าว 2 ประเด็นคือการให้รายละเอียดข่าวมากที่สุด 2 ประเด็นของเรานั้นคือทางเดียวกัน ข่าวเดียวกัน แต่เป็นการเพิ่มความเคลื่อนไหว เราก็คือสรุปข่าว ก็เป็นแบบนี้”

จากผลการวิจัยในตารางที่ 2 ทำให้ทราบว่า ในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นนั้นสามารถใส่ประเด็นเข้าไปในข้อความข่าวได้หลากหลาย แต่ด้วยข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่เพียง 70 ตัวอักษร ดังนั้นการใส่ประเด็นข่าวและเรียบเรียงลำดับชั้นของเนื้อหา จึงต้องทำตามความเหมาะสมของประเภทข่าว และเนื้อหาโดยรวมของข้อความข่าวนั้น ๆ เนื่องจากหากการเรียบเรียงประเด็นข่าวไม่ถูกต้องเหมาะสม หรือมีการสลับสับเปลี่ยนลำดับชั้นไป จะมีผลต่อการตีความหมายของข่าวได้

ตัวแปร คือ พื้นที่อันจำกัดเพียง 70 ตัวอักษร หากนำเสนอจำนวนประเด็นมากเท่าไรก็ยิ่งทำให้กินพื้นที่ ดังนั้นจึงมีการนำเสนอแบบประเด็นเดียวมากกว่าสองประเด็น โดยเฉพาะข่าวบันเทิงและข่าวธุรกิจ

สำหรับการนำเสนอข่าวสองประเด็นในส่วนของข่าวแบบตายตัว(static) คือ ข่าวหุ้น ในส่วนของข่าวแบบเปลี่ยนแปลงหลากหลาย(dynamic) คือ ทันข่าวและคมชัดลึก สำหรับทิศทางการนำเสนอข่าวจะเป็นการเสนอข่าวสองประเด็นในทิศทางเดียวกันขณะที่การนำเสนอข่าวสองประเด็นแบบคนละทิศทางมีน้อยมาก

ดังเช่นทฤษฎีการวิเคราะห์ระบบสัญลักษณ์ Syntagmatic ซึ่งจะเน้นลำดับชั้นหรือช่วงของระยะเวลาของเหตุการณ์ หรือการปรากฏของสัญลักษณ์โดยการวิเคราะห์วากยสัมพันธ์ (Syntax) ของโครงสร้างภาษา หากลำดับชั้นเปลี่ยนไป ความหมายจะเปลี่ยนแปลง โดยการวิเคราะห์แบบ Syntagmatic จะพบมากในการเล่าเรื่อง เนื่องจากโครงสร้างของการเล่าเรื่องจะต้องกำหนดลำดับชั้นของเหตุการณ์ไว้อย่างแน่ชัด หากสลับชั้นตอนกัน จะทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลง ซึ่งการเล่าเรื่อง

ดังที่กล่าวมา ก็เป็นแบบแผนของรูปแบบการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการรายงานข่าวผ่าน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นด้วย

1.2 วิเคราะห์การเรียงประโยค สลับประเด็นอันจะมีผลต่อความหมายของ SMS ข่าว

หลังจากที่ได้ข้อค้นพบจากตารางที่ 2 ดังที่กล่าวไปแล้วขึ้นต้นว่า ในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้นมีการนำเสนอข่าวทั้งแบบ 1 ประเด็นใน 1 ข้อความและมากกว่า 1 ประเด็นใน 1 ข้อความ ดังนั้นผู้วิจัยจะได้นำการวิเคราะห์ระบบสัทัญญะแบบ Syntagmatic มาใช้วิเคราะห์การนำเสนอ SMS ข่าวสั้นเฉพาะในส่วนที่มีการนำเสนอมากกว่า 1 ประเด็นเป็นจำนวน 103 ข้อความจากข้อความที่นำมาศึกษาทั้งหมด 224 ข้อความ เพื่อศึกษาว่าเมื่อใน SMS ข่าวสั้น 1 ข้อความมีมากกว่า 1 ประเด็น ดังนั้นหากมีการสลับประเด็นหรือสลับการเรียงประโยคแล้ว จะมีผลต่อการตีความหมายของข่าวหรือไม่ อย่างไร ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงการเรียงประโยค สลับประเด็นอันจะมีผลต่อความหมายของ SMS ข่าวสั้น

การตีความหมาย	ต้นข่าว	กมชัดลึก	บันเทิง	ธุรกิจ	หุ้น	อัตราแลกเปลี่ยน	รวมทุกประเภทข่าว
ความหมายคงเดิม	26 (83.90%)	27 (90%)	10 (90.90%)	17 (89.54%)	12 (100%)	-	92 (89.32%)
ความหมายเปลี่ยนไป	5 (16.10%)	3 (10%)	1 (9.01%)	2 (10.60%)	-	-	11 (10.70%)
รวม	31 (100%)	30 (100%)	11 (100%)	19 (100%)	12 (100%)	0 (0%)	103 (100%)

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่มีการนำเสนอมากกว่า 1 ประเด็นใน 1 ข้อความ เมื่อมีการสลับประเด็น หรือสลับที่การเรียงประโยค ก็ยังสามารถคงความหมายเดิมได้มากกว่าจะทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลงไปโดยมี 92 จาก 103 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 89.32 ประเภทข่าวที่จะมีความหมายคงเดิมทุกข่าวแม้จะสลับประเด็น คือ ประเภทข่าวหุ้น ซึ่งจะมีความหมายคงเดิมทั้ง 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 100 จากข้อความที่นำมาศึกษา ข่าวบันเทิงจะมีความหมายเดิม 10 จาก 11 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 90.90 ข่าวคมชัดลึกมีความหมายคงเดิม 27 จาก 30 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 90 ข่าวธุรกิจมีความหมายคงเดิม 17 จาก 19 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 89.54 และต้นข่าวมีความหมายคงเดิม 26 จาก 31 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 83.90

จากข้อค้นพบดังกล่าวข้างต้น แสดงว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นส่วนใหญ่ที่มีการใส่ประเด็นข่าวมากกว่า 1 ประเด็นต่อ 1 ข้อความไม่ได้เป็นไปตามหลักการวิเคราะห์แบบ Syntagmatic แต่กลับยังสามารถคงความหมายของเนื้อหา SMS ข่าวที่ต้องการสื่อออกมาได้ครบ

สมบูรณ์ดั้งเดิม แม้จะมีการเปลี่ยนลำดับชั้นของประโยคก็ตาม เนื่องจาก SMS ข่าวดังกล่าวเป็นการนำเสนอแต่ละประโยคเป็นวลีสั้น ๆ ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยเฉพาะข่าวหุ้นที่มีตัวเลขเป็นองค์ประกอบใหญ่ ไม่มีการใช้คำหรือภาษามากนัก ขณะที่ประเภทข่าวอื่น ๆ เน้นการใช้ภาษาที่ไม่มีคำเชื่อม คำขยาย คำวิเศษ ที่จะมีผลต่อความหมายของประโยค ทำให้สามารถสลับที่หรือเปลี่ยนการวางรูปประโยคได้ โดยที่ความหมายยังคงเดิม

ตัวอย่างเช่น

“ณัฐวุฒิประกาศ คินพท.ผ่านฟ้ารวมทัพใหญ่ราชประสงค์กันสลาย / วันนี้ไม่ไปราบ11”

“ณัฐวุฒิประกาศ วันนี้ไม่ไปราบ11 / คินพท.ผ่านฟ้ารวมทัพใหญ่ราชประสงค์กันสลาย”

จะเห็นได้ว่าแม้จะมีการสลับตำแหน่งประเด็น แต่ก็ไม่ทำให้ความหมายเปลี่ยนไป

อย่างไรก็ตาม จากข้อค้นพบตามตารางที่ 3 ยังแสดงว่า มี SMS ข่าวสั้นบางส่วนที่มีความหมายเปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการสลับประเด็น หรือสลับการเรียงประโยค มีการนำเสนอ 11 จาก 103 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10.70 โดยข่าวบันเทิงจะมีความหมายคงเปลี่ยนไป 1 จาก 11 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 9.01 คมชัดลึกจะมีความหมายเปลี่ยนไป 3 จาก 30 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10 รุริกจะมีความหมายเปลี่ยนไป 2 จาก 19 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10.60 และทันข่าวจะมีความหมายเปลี่ยนไป 5 จาก 31 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 16.10

เมื่อมองในแง่การวิเคราะห์แบบ Syntagmatic จะเห็นว่า SMS ข่าวสั้นทั้ง 11 ข้อความนี้เป็นไปตามกฎของลำดับชั้นในการเรียงประโยค เพราะเมื่อมีการสลับสับเปลี่ยนลำดับชั้น ก็ทำให้ความหมายเปลี่ยนไป บางครั้งอาจเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย แต่บางครั้งอาจเปลี่ยนไปในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบทแวดล้อมและความหมายโดยรวมของประโยค

ตัวอย่างเช่น

“สุเทพบอกกรม.7เม.ย.นี้ / อาจประชุมทำเนียบ / มีลูน์เจรจารอบ3ภายใต้กรอบ90วัน”

สลับเป็น

“สุเทพบอกกรม.7เม.ย.นี้ / มีลูน์เจรจารอบ3ภายใต้กรอบ90วัน / อาจประชุมทำเนียบ”

ข้อความแรก มีความหมายว่า นายสุเทพ เทือกสุบรรณ รองนายกรัฐมนตรี กล่าวว่าการประชุมคณะรัฐมนตรีในวันที่ 7 เมษายนจะไปประชุมที่ทำเนียบรัฐบาล และนายสุเทพยังกล่าวถึงการเจรจากับกลุ่มคนเสื้อแดง ว่า มีลูน์ว่าอาจมีการเจรจารอบที่ 3 เกิดขึ้นภายในเวลา 90 วัน

ข้อความที่ 2 เมื่อสลับประเด็นกัน กลับมีความหมายว่า นายสุเทพ เทือกสุบรรณ รองนายกรัฐมนตรี กล่าวว่าการประชุมคณะรัฐมนตรีในวันที่ 7 เมษายน มีลูน์ที่จะเจรจากันรอบที่ 3 ภายในเวลา 90 วันและอาจจะเป็นการประชุมที่ทำเนียบ

สาเหตุที่ทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลง ก็เนื่องจากประโยคเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นการใช้ภาษา ไม่ใช่การใช้ตัวเลขเป็นส่วนใหญ่ ดังเช่น SMS ข่าว 3 ประเภทแรก และยังมีการใส่คำขยาย คำวิเศษ คำเชื่อม ทำให้เมื่อเปลี่ยนลำดับชั้นแล้ว ความหมายก็เปลี่ยนไปด้วยดังคำที่ว่า “ภาษาคืนได้”

จากข้อค้นพบในการวิเคราะห์การเรียงประโยค สลับประเด็นอันจะมีผลต่อความหมายของ SMS ข่าว ที่กล่าวมา ทำให้ได้ข้อสรุปผลการวิจัยในส่วนนี้ว่ารูปแบบการเรียงประโยค ประเด็นของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมี 2 รูปแบบ คือ

- 1) ประโยคย่อย ๆ ที่เป็นอิสระต่อกัน ซึ่งทำให้ความหมายยังคงเดิมแม้มีการสลับที่กัน ซึ่งรูปแบบนี้มีการนำเสนอมากกว่า
- 2) ประโยคย่อย ๆ ที่ขึ้นต่อกัน อันจะมีผลต่อความหมายที่เปลี่ยนไปหากมีการสลับที่

1.3 วิเคราะห์รูปแบบประโยคที่นำเสนอใน SMS ข่าวและการสลับตำแหน่งคำ

นอกจากการสลับประเด็น และสลับการเรียงประโยคจะมีผลต่อการตีความหมายแล้ว เมื่อลดหน่วยการวิเคราะห์ลงมาที่ระดับของโครงสร้างประโยคและการใช้คำในแต่ละประเด็นที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นแล้ว จะสังเกตได้ว่าในการนำเสนอข่าวแต่ละประเภทและแต่ละข้อความนั้น มีการนำเสนอรูปแบบของประโยคที่แตกต่างกันออกไป ด้วยการเรียงลำดับประธาน กริยา และ กรรม ที่แตกต่างกันไป ดังแนวคิดสำหรับการเขียนข่าว ในส่วนรูปประโยคของข่าวดังนี้ (เสริมศิริ นิลคำ, 2541)

รูปประโยคของภาษาไทยประกอบด้วย

ประธาน + กริยา + กรรม “ฉัน กิน ข้าว”

หรือรูปประโยคไม่มี กรรม “ขโมย วังหนี่”

ลักษณะประโยคเช่นนี้เข้าใจง่าย สื่อความหมายได้ดีใช้กันทั่วไปในหนังสือพิมพ์ แต่ในบางโอกาสเพื่อผลพิเศษอันจะพึงมีต่อผู้อ่าน (ภาษาหนังสือพิมพ์เรียกว่า Special effect) นักข่าวอาจเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้บ้าง เช่น

ประโยคปกติ “ชาย 20 คนถูกฆ่าโดยวิธีการฝังทั้งเป็น”

เพื่อเน้นส่วนสำคัญของเหตุการณ์ จึงอาจพบรูปประโยคที่นำคำกริยามาขึ้นหน้าประโยค กลายเป็น “ฆ่าโหด 20 ศพ ฝังทั้งเป็น”

ลักษณะรูปประโยคดังที่กล่าวไปข้างต้นตามแนวคิดสำหรับการเขียนข่าว ล้วนแล้วแต่มีการนำเสนอใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นทั้งสิ้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้นำ SMS ข่าวสั้นมาวิเคราะห์ถึงการเรียงลำดับเหล่านี้ว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงลำดับชั้นแล้ว จะทำให้การตีความหมาย

เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไร เพื่อวิเคราะห์ระบบรหัสที่มีอยู่ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ตามที่แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงรูปแบบประโยคที่นำเสนอใน SMS ข่าวสั้นและการสลับตำแหน่งคำ

รูปแบบประโยค	ทันท่วง	คมชัดลึก	บันเทิง	ธุรกิจ	หุ้น	อัตราแลกเปลี่ยน	รวมทุกประเภทข่าว
ประธาน+กริยา+กรรม	29 (58%)	28 (56%)	34 (68%)	18 (36%)	-	3 (25%)	112 (50%)
ประธาน+กริยา	13 (26%)	12 (24%)	11 (22%)	30 (60%)	12 (100%)	4 (33.3%)	82 (36.50%)
กริยา+กรรม	8 (16%)	10 (20%)	3 (6%)	2 (4%)	-	5 (41.6%)	28 (12.50%)
คำขยาย+คำเชื่อม	-	-	2 (4%)	-	-	-	2 (0.90%)
รวม	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	12 (100%)	12 (100%)	224 (100%)

จากตารางที่ 4 สามารถนำรูปแบบประโยคของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมาเปรียบเทียบกันตามหลักแนวคิดสำหรับการเขียนข่าวใน 2 รูปแบบก็คือ

1. ประโยคบอกเล่าปกติ คือรูปแบบ ประธาน+กริยา+กรรม และ ประธาน+กริยา
2. ประโยคเพื่อผลพิเศษ(Special effect) คือรูปแบบ กริยา+กรรม และ คำขยาย+คำเชื่อม

จากรูปแบบประโยคดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ในการนำเสนอ SMS ข่าวสั้นต้องทำตามหลัก SWIH คือ ใคร(Who) ทำอะไร(What) ที่ไหน(Where) เมื่อไหร่(when) ทำไม(why) อย่างไร(How) และในกรณีที่มีพื้นที่อันจำกัดอย่างน้อยต้องบอกว่าใคร(Who)+ทำอะไร(What) โดยเลือกที่จะไม่ลดรูปประโยคยังคงไว้ซึ่ง ประธาน+กริยา แต่เลือกที่จะลดพื้นที่โดยการย่อคำหรือเลือกใช้คำที่สั้นกว่าแทน เช่นคำว่า ระเบิด เขียนให้สั้นลงเป็น บีม

ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบประโยคที่มีการนำเสนอใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมากที่สุด คือ ประโยคบอกเล่าปกติมีการนำเสนอมากที่สุดคือ 194 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 86.6 โดยข่าวหุ้นมีการนำเสนอมากที่สุดทั้ง 12 ข้อความจากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100 ธุรกิจนำเสนอ 48 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 96 บันเทิงนำเสนอ 45 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 90 ทันท่วงนำเสนอ 42 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 84 และคมชัดลึกนำเสนอ 40 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 80

อันดับสอง คือ ประโยคเพื่อผลพิเศษ(Special effect) มีการนำเสนอ 30 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 13.4 โดยข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอมากที่สุด 5 จาก 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 41.6 คมชัดลึกลำเสนอ 10 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 20 ท้นข่าวนำเสนอ 8 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 16 บันเทิงนำเสนอ 5 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10 และธุรกิจนำเสนอ 4 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 ขณะที่ข่าวหุ้นไม่มีการนำเสนอในลักษณะนี้เลย

หากมองในกลุ่มประโยคบอกเล่าปกติ **รูปประโยคที่มีการนำเสนอมากที่สุดคือ แบบ ประธาน+กริยา+กรรม** มีการนำเสนอ 112 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 50 โดยข่าวบันเทิงมีการนำเสนอมากที่สุด 34 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 68 ประเภทท้นข่าวนำเสนอ 29 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 58 ข่าวคมชัดลึกลำเสนอ 28 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 56 ข่าวธุรกิจมีการนำเสนอ 18 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 36 และข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 25 ขณะที่ข่าวหุ้นไม่มีการนำเสนอข่าวในรูปแบบนี้เลย

ตัวอย่างเช่น

“ก็(ประธาน) นำ(กริยา) แดง(กรรม) พังประตูบุกเข้าสภาแล้ว ประกาศปิดล้อมทุกประตู-ผู้การแค้นเจรจา”

อันดับสอง คือ รูปประโยคแบบประธาน+กริยา มีการนำเสนอ 82 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 36.60 โดยข่าวหุ้นมีการนำเสนอรูปประโยคแบบนี้ทั้งหมด 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 100 ของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นที่นำมาศึกษา ข่าวธุรกิจมีการนำเสนอ 30 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 60 ข่าวท้นข่าวมีการนำเสนอ 13 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 26 ข่าวคมชัดลึกมีการนำเสนอ 12 จาก 50 ข้อความ ข่าวบันเทิงนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22 และข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 4 จาก 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 41.6

สำหรับ SMS ข่าวหุ้นที่มีการนำเสนอในรูปประโยคแบบประธาน+กริยา ทุกข้อความเนื่องจาก SMS ข่าวหุ้น เป็นรูปแบบการนำเสนอข่าวที่ตายตัวในการรายงานข่าวเปิด ปิดหุ้นประจำวัน ทุกวันที่ตลาดหลักทรัพย์เปิดทำการก็คือ วันจันทร์-ศุกร์ ภาคเช้าเวลา 10.00น. - 12.30น. ภาคบ่ายเวลา 14.30 - 16.30น. ดังนั้นการรายงานข่าว SMS จึงต้องถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ชำนาญและรอบรู้ในสายข่าวนี้อีกคือ ฝ่ายข่าวเศรษฐกิจของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เพื่อให้การรายงานข้อมูลครบถ้วนตรงตามความต้องการของผู้สมัครรหัส (ผู้รับบริการ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น) ที่จะนำข่าวสารนี้ไปเป็นข้อมูลสำคัญในการประกอบธุรกิจได้

ตัวอย่างเช่น

“SETIเข้าปิด800.07 -1.25 วอลุ่ม13,502.60ล.TOP5PTTEP,PTT,BANPU,PTTAR,CPF”

หากมองในกลุ่มประโยคเพื่อผลพิเศษ(Special effect) พบว่า มีการนำเสนอ SMS ข่าวล้นในรูปประโยคแบบกริยา+กรรมมากที่สุด 28 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 12.5 โดยประเภทข่าวอัตราแลกเปลี่ยนมีการนำเสนอมากที่สุด 5 จาก 12 ข้อความที่นำมาศึกษาคิดเป็นร้อยละ 41.6 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 10 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 20 ประเภททันข่าวนำเสนอ 8 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 16 ข่าวบันเทิงนำเสนอ 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6 และข่าวธุรกิจนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 ในขณะที่ข่าวหุ้นไม่มีการนำเสนอในรูปแบบนี้

อันดับสอง คือ การใส่คำขยายและคำเชื่อมใน SMS ข่าวล้น มีการนำเสนอ 2 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 0.90 ซึ่งจากตารางที่ 4 แสดงว่าการนำเสนอ SMS ข่าวล้นในลักษณะนี้ไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากพื้นที่ในการเขียนข่าวจำกัด 70 ตัวอักษร ไม่มีเนื้อที่มากพอที่จะใส่คำขยายหรือคำเชื่อม พบว่า มี SMS ข่าวประเภทเดียวที่นำเสนอคือข่าวบันเทิง ซึ่งมีการนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4

ตัวอย่างเช่น

“กบขอมรับใจหาย และ(คำเชื่อม) เสียดยป้อลาจอจันทร์พันดาวหลังทำงาน มา(คำขยาย)ด้วยกัน4ปีเต็ม”

ดังคำสัมภาษณ์ของ อิทธิพัฑฒ ปิ่นละโรจน์ Rewriter แผนกMobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับวิธีเขียน SMS ข่าวซึ่งจำกัดเพียง 70 ตัวอักษร ว่า

“เขียน SMS ให้พอ ส่วนใหญ่ต้องตัดคำฟุ่มเฟือย คำเชื่อมหรือ ใช้คำย่อ แต่ต้องย่อแล้วให้ผู้รับสารเข้าใจได้ด้วย”

จากข้อค้นพบข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ข่าวเชิงเศรษฐกิจอีก 3 ประเภทข่าวคือ ธุรกิจ หุ้น และอัตราแลกเปลี่ยนนั้นนิยมนำเสนอไม่เต็มรูปแบบประโยคแบบประธาน+กริยา และ กริยา+กรรม มากกว่าแบบเต็มรูปแบบประโยค ประธาน+กริยา+กรรม เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการรายงานข้อมูลและตัวเลขซึ่งมีรูปแบบเฉพาะตายตัว ไม่ได้เป็นการรายงานเหตุการณ์เท่าไรนัก จึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับรูปแบบประโยคที่สวยงาม แต่เน้นความเข้มงวดในการให้ข้อมูลตัวเลขที่ห้ามผิดพลาดมากกว่า

ขณะที่ข่าวทั้ง 3 ประเภทคือ ทันข่าว คมชัดลึก และบันเทิง มีการนำเสนอในรูปแบบประโยคประธาน+กริยา+กรรม มากกว่า 2 แบบหลังรวมกันคือ ประธาน+กริยา และ กริยา+กรรม สรุปได้ว่าข่าวทั้ง 3 ประเภทข้างต้นนั้นนิยมนำเสนอข้อความ SMS ข่าวแบบเต็มรูปแบบมากกว่า เนื่องจากเป็นการรายงานข่าวเหตุการณ์ ดังนั้นจึงต้องนำเสนอในรูปแบบครบถ้วนเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจได้

เนื้อหาง่ายและครบถ้วนตามหลักการเขียนข่าว 5W1H คือ Who(ใคร) What(ทำอะไร) When(เมื่อไหร่) Where(ที่ไหน) Why(ทำไม) และ How(อย่างไร)

นอกจากนี้ ตารางที่ 4 ยังพบว่า ในการนำเสนอข่าว 3 ประเภทคือ ท้นข่าว คมชัดลึก และ บันเทิงก็ยังคงมีการนำเสนอรูปประโยคแบบไม่เต็มประโยคอยู่ด้วย ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเนื้อหา

ตัวอย่างเช่น

“บ๊ม(กริยา)สกรรณด์พม่า(กรรม) 3หนซ้อนในสวนสาธารณะนครย่างกุ้งขณะคนเล่นน้ำ ดับ9เจ็บ62”

เมื่อมองในแง่ของหลักการเขียนข่าวก็สามารถเปรียบเทียบกับกรนำเสนอ SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นได้ ในส่วนการเขียนรูปประโยคของข่าว ดังนี้

รูปประโยคของภาษาไทยประกอบด้วย

ประธาน + กริยา + กรรม “ ฉันทน์ กิน ข้าว ”

ตรงกับ SMS

“ก็(ประธาน) นำ(กริยา) แดง(กรรม) พังประตูบุกเข้าสภาแล้ว ประกาศปิดล้อมทุกประตู-ผู้การแค้นเจรจา”

หรือรูปประโยคไม่มี กรรม “ ขโมย วังหนี่ ”

ตรงกับ SMS

“SETเข้าปีด800.07 -1.25วอลุ่ม13,502.60ล.TOP5PTTEP,PTT,BANPU,PTTAR,CPF”

ขณะที่ในส่วนของการเรียงรูปประโยคเพื่อผลพิเศษอันจะพึงมีต่อผู้อ่าน หรือ Special effect ซึ่งเป็นการเขียนโดยการปรับเปลี่ยนรูปประโยคใหม่ เพื่อเน้นส่วนสำคัญของเหตุการณ์ หรือให้ความสำคัญของกรรมมากกว่าประธาน เช่น

ประโยคปกติ “ ชาย 20 คนถูกฆ่าโดยวิธีการฝังทั้งเป็น ”

ตรงกับ SMS

“บ๊ม(กริยา) สกรรณด์พม่า(กรรม) 3หนซ้อนในสวนสาธารณะนครย่างกุ้งขณะคนเล่นน้ำ ดับ9เจ็บ62”

ในเรื่องนี้ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) อธิบายว่า

“ คำว่าประธาน+กริยา+กรรม กับ ประธาน+กริยา เน้นรูปประโยครู้เรื่อง แต่ถ้า กริยา+กรรม บางทีอาจไม่รู้เรื่อง SMS คมชัดลึกเราก็ใช้ชน ไฟไหม้ที่ไหน ไฟไหม้บ้านใคร ก็คือว่าเราจะส่งข่าวที่เป็น กริยา+กรรม ในกรณีที่ คนเค้ารู้เรื่องแล้วว่าเกิดอะไร แล้วเราเอาข่าว กริยา+กรรม มาต่อ ก็โอเคก็รู้เรื่อง เช่นข่าว 7 คนไทย เราส่งแบบประธาน+กริยา+กรรมไปก่อนว่า กัมพูชาจับ 7 คนไทยข้อหาฆ่าคน ข่าวนั้นต่อเนื่องหลายวันเราก็ส่งทีหลังได้ว่า จับ 7 คนไทย ไม่ต้องเขียนว่าเขมรจับ เพราะคนรู้แล้ว คือใช้กับข่าวต่อเนื่องเป็นความคืบหน้า ”

2) การวิเคราะห์รหัสแบบ Paradigmatic

การวิเคราะห์รหัสแบบ Paradigmatic เป็นการวิเคราะห์ชุดของสัญญาณ (set of sign) โดยการแสวงหาชุดของสัญญาณชุดหนึ่ง ๆ (signifier) ที่อยู่ในระบบทักส์เดียวกัน และสามารถนำมาใช้แปรเปลี่ยนกันได้ โดยยังคงรักษาความหมายเดิมเอาไว้ (signified)

หลังจากจำแนกรูปแบบของประโยคที่แตกต่างกันแล้ว เมื่อนำข้อมูล SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมาวิเคราะห์แยกส่วนเจาะลึกลงไปในประโยคเหล่านั้น จะพบว่ามียระบบของภาษาที่ประกอบเป็น ชุดของสัญญาณ ซึ่งผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) นำมาประกอบสร้างให้เกิดความหมายแทนเรื่องราวของข่าว โดยผู้ศึกษาจะได้ นำ SMS ข่าวสั้นมาวิเคราะห์เพื่อศึกษารูปแบบของรหัสภาษาที่มีอยู่ใน SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น ว่าการเลือกใช้รหัสแต่ละส่วนมีผลต่อการตีความหมาย และสามารถสื่อความหมายออกไปได้ครบถ้วนหรือไม่ อย่างไร

2.1 วิเคราะห์รหัสแบบ paradigmatic สำหรับประธานและกรรม

ในรูปแบบประโยคของไทยที่สมบูรณ์นั้นประกอบไปด้วย ประธาน + กริยา + กรรม ดังที่กล่าวไปแล้ว เมื่อนำมาแยกส่วนวิเคราะห์ จะสามารถแบ่งออกเป็นส่วย่อยได้ 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นประธานและกรรม และส่วนที่เป็นกริยา เนื่องจากประธานและกรรมมีสถานะเป็นบุคคลในข่าว ซึ่งเป็นคำนามและคำสรรพนาม ดังนั้นในส่วนแรก ผู้ศึกษาจะรายงานผลของการวิเคราะห์ประธานและกรรม ว่าใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้นมีการใช้ชุดของสัญญาณหรือไม่ อย่างไรบ้าง ตามตารางที่ 5



ตารางที่ 5 แสดงการใช้รหัส แบบ paradidmatic สำหรับประธานและกรรม(คำนาม/สรรพนาม)

รูปแบบ ชุดสัญญาะ	ท้นข้าว	กมชดเล็ก	บันเทิง	ธุรกิจ	หู้น	อัตรา แลกเปลี่ยน	รวมทุก ประเภทข้าว
ฉายา	-	-	-	-	-	-	0 (0%)
ชื่อเล่น	2 (4%)	1 (2%)	22 (44%)				25 (11.16%)
ชื่อจริง	13 (26%)	10 (20%)	7 (14%)	2 (4%)			32 (14.29%)
ตำแหน่ง	5 (10%)	9 (18%)		2 (4%)			16 (7.14%)
ภาพรวม องค์กร,สถาบัน	23 (46%)	19 (38%)		37 (74%)	12 (100%)	8 (66.66%)	99 (44.20%)
สถานภาพ	7 (14%)	11 (22%)		9 (18%)		4 (33.33%)	31 (13.84%)
ชื่อเล่น+ชื่อจริง			16 (32%)				16 (7.14%)
ชื่อเล่น+ องค์กร,สถาบัน			5 (10%)				5 (2.23%)
รวม	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	12 (100%)	12 (100%)	224 (100%)

จากตารางที่ 5 พบว่า รหัสแบบ paradidmatic สำหรับประธานและกรรมใน SMS ข้าวของ
สำนักข่าวเนชั่น มีอยู่ 6 รูปแบบ คือ การใช้ฉายา การใช้ชื่อเล่น การใช้ชื่อจริง การใช้ตำแหน่ง การใช้
ภาพรวม และการใช้สถานภาพ เนื่องจากในการนำเสนอข่าวต้องมีการเลือกใช้รหัสให้เหมาะสมกับ
ข่าวแต่ละประเด็น รวมถึงการเลือกใส่รหัสตามเงื่อนไขของข่าวแต่ละประเภท

ตัวอย่างเช่น	
ชื่อเล่น	“โหน่ง ปิดข่าวเกาหลีหมา หมา ถึงขั้นต้องออกจากเวิร์คพอยท์ฯยันต่อสัญญาแน่นอน”
ชื่อจริง	“จตุพร อัดพรม.ขีดเส้น7วันขู่รัฐหวังทหารปฏิวัติ ลั่น20เมษาปิดถ.ยาวถึงสี่ม”
ตำแหน่ง	“ผบ.ทบ. เรียก ผู้บังคับหน่วยที่พบก ประชุมด่วน19เมษา-เล็งแจ้งข่าวขัดแย้งรัฐ”
องค์กร	“ศูนย์วิจัยกสิกรฯ คาดเงินเพื่อQ2ไม่เกินร้อยละ3.4 ครึ่งปีหลังมีโอกาสเพิ่ม”
สถานภาพ	“คนร้าย กราดยิงอาคารไซเบอร์เวสต์รัชดา-กระจกร้าว ตรวจภาพวงจรปิดเข้านี้”

อันดับหนึ่ง ของรหัสแบบ **paradigmatic** สำหรับประธานและกรรม ที่มีการนำเสนอมากที่สุดคือ แบบภาพรวม องค์กร หรือสถาบัน มีการนำเสนอ 99 จาก 224 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 44.20 เนื่องจากรหัสในรูปแบบนี้เป็นการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประเด็นข่าวมากกว่ารหัสประเภทอื่น ๆ

ข่าวหุ่นนำเสนอทั้งหมด 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 100 จากตัวอย่างที่นำมาศึกษา ข่าวธุรกิจ มีการนำเสนอ 37 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 74 ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 8 จาก 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 66.6 ประเภททันข่าวนำเสนอ 23 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 19 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 38 ขณะที่ข่าวบันเทิงไม่มีการนำเสนอชุดของสัญญาณในรูปแบบนี้เลย

จากข้อค้นพบนี้จะเห็นว่ามี SMS ข่าวถึง 5 ประเภทคือ ทันข่าว คมชัดลึก ธุรกิจ หุ่น และอัตราแลกเปลี่ยน ที่เลือกใช้แบบภาพรวม องค์กร หรือสถาบัน มากกว่าชุดของสัญญาณอื่น ๆ เนื่องจาก SMS ข่าว 5 ประเภทข้างต้น เป็นการรายงานข่าวสำคัญที่มีผลต่อคนส่วนใหญ่ เป็นการรายงานเหตุการณ์หรือรายงานข้อมูลซึ่งมีแหล่งข่าวหรือเนื้อหาข่าวเกี่ยวข้องกับสถาบัน และองค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะข่าวสายเศรษฐกิจ คือ SMS ข่าวประเภทธุรกิจ หุ่น และอัตราแลกเปลี่ยนที่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือจากแหล่งข่าวเป็นหลัก บุคคลที่ให้ข่าวหรือแหล่งข่าวส่วนใหญ่จะแสดงความเห็นหรือแถลงออกมาในลักษณะภาพรวม ฐานะที่เป็นตัวแทนขององค์กรหรือสถาบันอยู่แล้ว

ตัวอย่างเช่น

“**คตท.**(สถาบันตลาดหลักทรัพย์) / **ปธ.คตท.** / **สมพล** บอกพ่วงนี้ตลาดหุ้นเปิดปกติ-
ประสานตร.นครบาล สน.อุ้มพินิจ คุ่มเข้ม”

จากตัวอย่างสามารถเลือกใช้รหัสได้ 3 รูปแบบคือ

- 1) ภาพรวม องค์กรและสถาบัน คือ คตท.
- 2) ตำแหน่ง คือ ปธ.คตท.
- 3) ชื่อจริง คือ สมพล

จากตัวอย่างเลือกใช้รหัสแบบภาพรวม องค์กรและสถาบันเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์

ขณะที่ SMS ประเภทข่าวบันเทิงนั้นไม่ได้มีการใช้ชุดของสัญญาณประเภทนี้เลย เนื่องจากข่าวบันเทิงที่อยู่ในความสนใจของผู้รับสารในปัจจุบันจะเป็นข่าวของบุคคลที่เรียกว่า “คนบันเทิง” ดังนั้นจึงกลายเป็นเรื่องส่วนตัว หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลเหล่านั้นมากกว่าผลงานหรือเรื่องราวเหตุการณ์ในสังกัดหรือองค์กรที่คนบันเทิงเหล่านั้นสังกัดอยู่ จะเน้นไป

ที่การใช้ชื่อเล่นของบุคคลนั้น ๆ เสียเลยมากกว่า เนื่องจากคนบันเทิงที่เป็นจุดสนใจจนสามารถเป็นข่าวได้ จะต้องมียี่ห้อเสียงที่ประชาชนทั่วไปรู้จักในระดับหนึ่งอยู่แล้ว

อันดับสอง คือ รหัสแบบ paradigmatic แบบใช้ชื่อจริง การนำเสนอ 32 จาก 224 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 14.29 ประเภทต้นข่าวนำเสนอ 13 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 26 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 10 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 20 ข่าวกันต์นำเสนอ 7 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 14 และข่าวธุรกิจนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 4 ขณะที่ข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้รหัสรูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“**อริสมันต์** แดงพาริเตอร์ มาแค่ให้ส่งถึงเวทีปล่อยตัวแล้ว ประกาศทำสงครามกับรัฐ”

อันดับสาม คือ รหัสแบบ paradigmatic แบบสถานภาพ มีการนำเสนอ 31 จาก 224 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 13.84 โดยประเภทข่าวที่มีการนำเสนอ คืออัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 4 จาก 12 ข้อคิดเป็นร้อยละ 33.3 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 22 ข่าวธุรกิจนำเสนอ 9 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 18 และประเภทต้นข่าวนำเสนอ 7 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 14

เนื่องจากข่าวในประเภทคมชัดลึก นอกจากจะเป็นการรายงานเหตุการณ์สำคัญแล้ว ส่วนใหญ่นำเสนอข่าวอาชญากรรม ดังนั้นประธานและกรรม ในที่นี้จะหมายถึงผู้ก่อเหตุและเหยื่อ ซึ่งในบางกรณีกฎหมายกำหนดให้ไม่สามารถเอ่ยชื่อจริงได้ รวมถึงบุคคลในข่าวก็ไม่ใช่คนสำคัญหรือคนดังที่ประชาชนส่วนใหญ่รู้จักหรือสนใจ แต่ประชาชนจะให้ความสนใจกับลักษณะของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมากกว่า ดังนั้นจึงเลือกใช้ชุดของสัญลักษณ์แบบสถานภาพ

ตัวอย่างเช่น

“**รวบ โจ้วปี** จีร้านทองคาร์ฟูร์แจ้งวัฒนะสารภาพเลียนแบบคนจี้ก่อนหน้า”

อันดับสี่ คือ รหัสแบบ paradigmatic แบบการใช้ชื่อเล่น มีการนำเสนอ 25 จาก 224 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 11.16 โดยประเภทข่าวกันต์มีการนำเสนอ 22 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 44 ประเภทต้นข่าวนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 4 และข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 1 จาก 50 ข้อคิดเป็นร้อยละ 2 ในขณะที่ประเภทข่าวธุรกิจ หุ้น และอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้ชุดของสัญลักษณ์รูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“**นัท** ปิดตอบข่าว **อัม** ชวนร่วมธุรกิจให้ฝ่ายชายพูดเอง-สงกรานต์ขอยูกับแม่”

อันดับห้า ปรากฏว่ามีการนำเสนอในจำนวนรวมที่เท่ากัน โดยมีการนำเสนอรวมแล้ว 16 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 7.14 คือ **แบบใช้ตำแหน่ง และ ชุดของสัญลักษณ์ใช้ชื่อเล่นกับชื่อจริง**

สำหรับรหัสแบบ paradigmatic แบบใช้ตำแหน่ง ประเภทข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 9 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 18 ประเภททันข่าวนำเสนอ 5 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10 และข่าวธุรกิจนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 ขณะที่ข่าวบันเทิง ข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยน ไม่มีการใช้ชุดของสัญลักษณ์รูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“มทก.2-รองผวจ.ขอนแก่น ชี้คุยนปช. ไม่ยุติ เสนอใช้พรก.ฉุกเฉินเคลียร์อีอีอีรถไฟ”

ในส่วนรหัสแบบ paradigmatic แบบใช้ชื่อเล่นกับชื่อจริง ข่าวบันเทิง เป็นข่าวประเภทเดียวที่ใช้ชุดของสัญลักษณ์นี้ โดยมีการนำเสนอ 16 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 32

ตัวอย่างเช่น

“ต้องสาวตรี โคนแม่บ้านพาผู้ชายบุกเข้าบ้านขโมยรถวีไอเอส ร้องสื่อช่วย”

อันดับหก คือ รหัสแบบ paradigmatic แบบชื่อเล่นและภาพรวมองค์กรสถาบัน มีการนำเสนอ 5 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2.23 โดยข่าวบันเทิงเป็นประเภทข่าวเดียวที่นำเสนอ 5 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10

ตัวอย่างเช่น

“น้อย วงพรู รับบทพระในหลวงที่เพิ่ง3-ไนต์ไม่โกรธแค่น้อยใจเพิ่งทำหนังกษัตริย์”

เป็นที่สังเกตว่า รหัสแบบ paradigmatic ในลักษณะการใช้ฉายาไม่เป็นที่นิยมและไม่มีการนำมาใช้เลยจากตัวอย่าง SMS ข่าวที่สุ่มเลือกมา เนื่องจากในการเขียน SMS ข่าวนั้น มีผู้รับข่าวสารที่มากมายหลากหลาย รวมถึงความรู้พื้นฐานในการติดตามข่าวก็แตกต่างกันด้วยเช่นกัน ในการนำเสนอข่าวของสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์มักจะมีการใช้ฉายาเรียกแทนบุคคลในข่าว เช่น “สามเกลอ” ใช้เรียกแทน นายจุฑาพร พรหมพันธ์ นายวีระ มุสิกพงษ์ และนายณัฐวุฒิ ใสยเกื้อ 3 แกนนำกลุ่มคนเสื้อแดง แต่ในการเขียน SMS จะไม่เลือกใช้ฉายาหากไม่จำเป็น เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่เพียง 70 ตัวอักษรทำให้การสื่อความหมายทำได้ยากกว่าปกติอยู่แล้ว ดังนั้นข้อความที่จะถูกส่งออกไปจะต้องทำให้ชัดเจนที่สุด เข้าใจง่ายที่สุด เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

โดย สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ จำกัด (มหาชน) อธิบายว่า

“ถามพี่น้องที่ว่ามันก็เพลน ๆ นะ คือจะมาใช้ฉายาทำไม แค่ชื่อจริงบางทีคนยังไม่รู้จักเลยจะมาฉายา ฉายามันก็เป็นแค่สิ่งที่คนพูด ใช้ชื่อเลียดีกว่า อย่างสมมุติว่าเนี่ย พี่บอก เดี่ยวจะเอาของไปให้ยัยสาวก่อน งงไหม สวยไหนละ ”

จากข้อค้นพบข้างต้นทั้งหมดที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์การใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับประธานและกรรมสามารถสรุปได้ว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นแต่ละประเภทมีธรรมชาติของข่าวที่แตกต่างกันไป โดยแบ่งได้เป็น 4 กรณี คือ

1. ข่าวที่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวหุ้น และ อัตราแลกเปลี่ยน โดยมีการเลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic เพียง 2 ประเภทคือ ภาพรวมองค์กร สถาบัน มากที่สุด รองลงมาเป็นแบบสถานภาพ เนื่องจากข่าวทั้ง 2 ประเภท เป็นข่าวที่มีเนื้อหาข้อมูลที่เป็นทางการต้องอาศัยความน่าเชื่อถือ รวมถึงบุคคลที่ให้ข่าวส่วนใหญ่จะแสดงความเห็นในฐานะที่เป็นตัวแทนองค์กรหรือสถาบันต่าง ๆ อยู่แล้ว สำหรับการใช้รหัสแบบ paradigmatic แบบสถานภาพเป็นการรายงาน ราคาทองคำ และอัตราแลกเปลี่ยน เน้นรายงานข้อเท็จจริง ซึ่งเป็นการรายงานข่าวแบบรูทีนเป็นประจำทุกวันอยู่แล้ว

2. ข่าวค่อนข้างเป็นทางการ ได้แก่ ข่าวธุรกิจ มีการใช้รหัสแบบ paradigmatic แบบภาพรวมองค์กร สถาบัน เหมือนกันข่าวที่เป็นทางการ (หุ้นและอัตราแลกเปลี่ยน) ถึงร้อยละ 74 แต่ก็มีการใช้รหัสแบบ paradigmatic แบบสถานภาพ ชื่อจริง ตำแหน่ง ร่วมด้วย เนื่องจากเนื้อหาข่าวธุรกิจจะมีทั้งการส่งข่าวที่เป็นทางการ เช่น ตัวเลขทางเศรษฐกิจ และข่าวที่ค่อนข้างไม่เป็นทางการ เช่น การรายงานสถานการณ์บ้านเมือง และการแสดงความคิดเห็นของบุคคลสำคัญที่มีผลทางเศรษฐกิจ แต่ก็ยังคงต้องอาศัยความน่าเชื่อถือด้วย จึงยังต้องใช้ภาษาที่เป็นทางการบ้าง

3. ข่าวค่อนข้างไม่เป็นทางการ ได้แก่ ทันข่าว และ คมชัดลึก มีการใช้รหัสแบบ paradigmatic แบบภาพรวมองค์กร สถาบันมากที่สุด เนื่องจาก แม้จะไม่ได้เป็นการรายงานข้อมูลตัวเลขทางเศรษฐกิจ แต่ข่าวทั้ง 2 ประเภทก็เป็นการรายงานข่าวด่วน เหตุการณ์สำคัญ ดังนั้นความน่าเชื่อถือก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน เพียงแต่อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้ภาษาในระดับที่เป็นทางการมากเท่ากับ 2 กลุ่มข้างต้น ดังนั้นจึงมีการใช้ทั้งชื่อเล่น ชื่อจริง ตำแหน่ง และสถานภาพ กับแหล่งข่าวหรือบุคคลในข่าวด้วย

4. ข่าวที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวบันเทิง ซึ่งมีการใช้รหัสแบบ paradigmatic ที่ต่างจากข่าวประเภทอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัดโดยมีการใช้ชื่อเล่นมากที่สุดถึงร้อยละ 44 เนื่องจากเนื้อหาข่าวเป็นข่าวบันเทิงที่ไม่ต้องการการใช้ภาษาที่เป็นทางการ ไม่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือจากองค์กร สถาบัน ใดมารองรับ เนื่องจากการนำเสนอข่าวจะเป็นข่าวส่วนตัวของคนในวงการบันเทิงที่อยู่ในความสนใจของประชาชน

จุดที่น่าสังเกต ก็คือ ข่าวนั้นทั้งเป็นข่าวประเภทเดียวที่มีการใช้ชุดของสำนวน 2 ชุดร่วมกัน คือ แบบชื่อเล่น+ชื่อจริง และ ชื่อเล่น+องค์กรสถาบัน เนื่องจากบุคคลในวงการมีค่อนข้างเยอะและ หากใช้เพียงชื่อเล่น ซึ่งบางคนมีชื่อเล่นที่ซ้ำกันก็ทำให้สับสนได้ จึงต้องเพิ่มชื่อจริงหรือ องค์กร สถาบัน ค่ายสังกัดที่ บุคคลนั้นสังกัดอยู่ เพื่อไม่ให้เกิดความสับสน เข้าใจผิด และในการนำเสนอ ข่าวนั้นทั้งก็เป็นการนำเสนอข่าวบุคคลเพียง 1 คนหรือ 1 คู่ต่อ SMS ข่าวสั้น 1 ข้อความ ดังนั้นจึงมี เนื้อที่มากพอที่จะใช้รหัสแบบ paradigmatic ร่วมกัน 2 ชุดได้

2.2 วิเคราะห์รหัสแบบ paradigmatic สำหรับคำกริยา

เนื่องจากคำกริยาเป็นคำที่ใช้แสดงอาการ กริยาทำทาง หรือแสดงอารมณ์ ซึ่งในภาษาไทย คำกริยาเป็นคำที่สามารถใช้ภาษาได้หลากหลาย ในคำกริยาที่มีความหมาย 1 อย่างอาจมีคำให้ เลือกใช้ได้มากมาย เช่น คำว่า “กล่าว เผย ระบุ ชี้” คำเหล่านี้ล้วนหมายถึงคำกริยาที่แสดงการบอก เล่าทั้งสิ้น พบว่า มีการใช้คำกริยาใน SMS ข่าวสั้นเพื่อเหตุผล 4 ประการ คือ

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

จากเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น สามารถแสดงการเลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับกริยา ได้ ตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงการเลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับกริยา

เหตุผลในการ เลือกใช้รหัส	ทันข่าว	คมชัดลึก	บันเทิง	ธุรกิจ	หุ้น	อัตรา แลกเปลี่ยน	รวมทุก ประเภทข่าว
ประหยัดพื้นที่	11 (22%)	7 (14%)	1 (2%)	13 (26%)	6 (50%)	6 (50%)	44 (19.64%)
เข้ากับประเด็นข่าว	29 (58%)	31 (62%)	32 (64%)	24 (48%)	6 (50%)	6 (50%)	<u>128</u> <u>(57.14%)</u>
ให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน	8 (16%)	10 (20%)	17 (34%)	4 (8%)			39 (17.41%)
เลี่ยงความซ้ำซาก	2 (4%)	2 (4%)		9 (18%)			13 (5.80%)
รวม	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	12 (100%)	12 (100%)	224 (100%)

จากตารางที่ 6 แสดงว่า SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนิยมเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกริยา เพื่อให้เข้ากับประเด็นมากที่สุด(relevancy) โดยมีการนำเสนอ 128 จาก 224 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 57.14 โดยข่าวบันเทิงมีการนำเสนอมากที่สุด 32 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 64 รองมาคือ คมชัดลึกมีการนำเสนอ 31 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 62 ทันข่าวนำเสนอ 29 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 58 ข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอเท่ากัน 6 จาก 12 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 50 และข่าวธุรกิจนำเสนอ 24 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 48 เมื่อเปรียบเทียบกันทุกประเภทข่าวแล้วจะพบว่ามีความถี่ในการนำเสนอไม่แตกต่างกันมาก เนื่องจากรายงาน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นเน้นรายงานแบบสรุปข่าวว่าเกิดอะไรขึ้น ที่ไหน อย่างไร ดังนั้นจึงต้องเลือกใช้รหัสให้เข้ากับประเด็นเพื่อสร้างความเข้าใจเป็นหลัก

ตัวอย่างเช่น

“**อริสมันต์ แดง พว3ตร. มาแค่ให้ส่งถึงเวทีปล่อยตัวแล้ว ประกาศ ทำสงครามกับรัฐ**”

จากตัวอย่างจะเห็นว่า คำว่า “แดง” และ “ประกาศ” เป็นการเลือกใช้รหัสเพื่อให้เข้ากับประเด็นข่าวเท่านั้น โดยไม่ได้เน้นการให้อารมณ์หรือคำที่หือหาวมีสีสัน โดยเป็นการรายงานข่าวเพื่อให้ได้รับทราบข้อเท็จจริงเป็นหลัก

อันดับสอง คือ การเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกริยา เพื่อประหยัดพื้นที่(economy of space) โดยมีการนำเสนอ 44 จาก 224 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 19.64 โดยข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนมีการนำเสนอในลักษณะนี้มากที่สุด 6 จาก 12 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 50 รองมาคือข่าวธุรกิจมีการนำเสนอ 13 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 26 ทันข่าวนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 22 คมชัดลึกนำเสนอ 7 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 14 และบันเทิงนำเสนอ 1 จาก 50 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 2 เนื่องจากข้อจำกัดของการส่ง SMS ข่าวสั้นต้องใส่เนื้อหาข่าวทั้งหมดลงไปภายใน 70 ตัวอักษร ดังนั้นการเลือกใช้รหัสให้ประหยัดพื้นที่ที่สุดก็เป็นสิ่งสำคัญมากเช่นกัน

ตัวอย่างเช่น

“**ชมรมนักธุรกิจ ค้าน แดง จ่อ ปิดสืลม หวัน สก. พัง เล็ง ถก แนวทางเคลื่อนไหวตอบ**”

จากตัวอย่างจะเห็นว่า คำว่า “ค้าน แดง จ่อ หวัน สก. พัง เล็ง ถก” ล้วนเป็นรหัสที่พยายามเลือกใช้คำที่สั้นที่สุดทั้งการลดคำ ย่อคำ และเลือกใช้คำที่สั้นที่สุดเพื่อประหยัดพื้นที่ โดยความจริงแล้วคำเหล่านี้มาจากคำเต็ม ดังนี้

ค้าน ลดคำมาจาก คัดค้าน

แดง ลดคำมาจาก กลุ่มคนเสื้อแดง

ห้วน ลดคำมาจาก หวาดห้วน หรือ ห้วนกลัว

ศก. ย่อคำมาจาก เศรษฐกิจ

จ้อ, เล้ง มาจากความหมาย เดริยม

พัง มาจากความหมาย เสียหาย

ถก มาจากความหมาย พุดคุย ประชุม เจริญ

จากข้อค้นพบจะเห็นได้ว่าใน SMS ข่าวสั้น 1 ข้อความสามารถเลือกรหัสเพื่อประหยัดพื้นที่ได้เป็นจำนวนมากโดยที่เนื้อหาสามารถคงความหมายได้ดังเดิม

อันดับสาม คือ การเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกริยา เพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน (degree of mood) โดยมีการนำเสนอ 39 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 17.41 ข่าวบันเทิงนำเสนอมากที่สุด 17 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 34 รองมาคือคมชัดลึกนำเสนอ 10 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 20 ทันข่าวนำเสนอ 8 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 16 และธุรกิจนำเสนอ 4 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 8 ขณะที่ข่าวหุ้นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการนำเสนอในลักษณะนี้ เนื่องจากการรายงานข่าวนอกจากจะเป็นการรายงานสถานการณ์หรือสรุปข่าวแล้ว ในการรายงานข่าวบางข่าวจำเป็นต้องเลือกใช้คำเพื่อแสดงให้เห็นภาพของอารมณ์ข่าวนั้น ๆ ผ่านตัวหนังสือได้ชัดเจนขึ้น

ตัวอย่างเช่น

“เนปเปอร์ทโทรสเปค **เอิร์ทจัด** เลิกคาเอ็น โครฟีน- อั้ง ฝ่ายหญิงแอบคบคิเจบุดค้า”

จากตัวอย่างจะเห็นว่า คำว่า “เอิร์ทจัด” เป็นการแสดงให้เห็นถึงอารมณ์เสียใจอย่างหนัก และคำว่า “อั้ง” เป็นการแสดงให้เห็นถึงอารมณ์ที่คิดไม่ถึงและพูดไม่ออก ซึ่งมีความหมายว่า เนปเปอร์ทโทรสเปค มีความเสียใจอย่างหนักในการเลิกคบกับคาเอ็น โครฟีน และยังคงคิดถึงกับข่าวที่ว่า ฝ่ายหญิงแอบคบกับคิเจบุดค้า

นอกจากนี้ จากตารางที่ 6 ยังพบข้อสังเกตว่า ในการเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกริยาระหว่างการเลือกใช้เพื่อประหยัดพื้นที่ ที่มีการนำเสนอ 44 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 19.64 และการเลือกใช้เพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน ที่มีการนำเสนอ 39 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 17.41 นั้นเมื่อเปรียบเทียบกันแล้วจะเห็นว่ามีความถี่ของการนำเสนอที่ไม่แตกต่างกันมาก

อันดับสี่ คือ การเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกริยา เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก (avoidance of redundancy) โดยมีการนำเสนอ 13 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 5.80 ข่าวธุรกิจมีการนำเสนอมากที่สุด 9 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 18 รองมาคือ ทันข่าวและคมชัดลึกนำเสนอ

เท่ากัน 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 50 ในขณะที่ ข่าวบันเทิง หุ่นและอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการนำเสนอในลักษณะนี้ เนื่องจากในการส่ง SMS ข่าวสั้น นอกจากข่าวที่มีการเปลี่ยนแปลงตามประเด็นข่าวทุกวันแล้ว ยังมีในส่วนที่จะต้องรายงานข่าวความเคลื่อนไหวในประเด็นเดิมทุก ๆ วัน ดังนั้นจึงต้องมีการเลือกใช้รหัสเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากด้วย

ตัวอย่างเช่น

“ดาวโจนส์ **ลบ** 50.79จุดสู่10,856.63 Nymex **บวก** 1.39ดอลลาร์ที่83.76ดอลลาร์/บาร์เรล”

“ดาวโจนส์ **พุ่ง** 148.65จุดปิด10,896.91Nymex **ดิ่ง** 72เซ็นต์ปิด75.65ดอลลาร์/บาร์เรล”

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า คำว่า “ลบ” และ “ดิ่ง” เป็นคำที่มีความหมายเดียวกัน เพียงแต่เป็นการเลือกใช้รหัสเพื่อให้หลีกเลี่ยงความซ้ำซาก เช่นเดียวกับคำว่า “พุ่ง” และ “บวก” ที่มีความหมายเดียวกันแต่เมื่อเป็นการรายงานข่าวในประเด็นเดียวกันทุกวัน ดังนั้นจึงต้องมีการเลือกใช้รหัสที่แตกต่างกันเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก

จากข้อค้นพบสามารถสรุปได้ว่า ข่าวทั้ง 6 ประเภทมีการเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกิริยา เพื่อให้เข้ากับประเด็นและเพื่อให้ประหยัดพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากทั้ง 2 ประการเป็นเหตุผลจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้ในการรายงาน SMS ข่าวสั้น โดยการเลือกรหัสให้เข้ากับประเด็นเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากการเลือกรหัสให้เข้ากับประเด็นจะทำให้เนื้อหาข่าวและประเด็นข่าวที่ถูกนำเสนอ นั้น ๆ ชัดเจนมากขึ้น ในขณะที่การเลือกรหัสเพื่อประหยัดพื้นที่เป็นสิ่งสำคัญภายใต้ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่มีเพียง 70 ตัวอักษร โดยเหตุผลในการเลือกใช้รหัส paradigmatic สำหรับกิริยาเพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกันและเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก เป็นเหตุผลที่ถูกพิจารณารองลงมา เนื่องจากการรายงาน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นจะเน้นไปที่การรายงานเหตุการณ์มากกว่าการสร้างสีสันให้กับข่าว

นอกจากนี้ ในบางกรณี ข่าวที่เกิดขึ้นเป็นเหตุการณ์สำคัญจนทำให้ต้องรายงานข่าวประเด็นเดียวกันนั้นใน SMS ข่าวหลาย ๆ ประเภท การเลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic สำหรับคำกิริยา ก็เป็นวิธีหนึ่งในการสร้างความแตกต่างให้ข่าวแต่ละประเภทมีอารมณ์ที่ต่างกันออกไป

ศุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า

“มุมมองเพิ่มขึ้น ก็มีรายละเอียดมากขึ้นก็สามารถส่งให้แตกต่างกันได้ละ เน้นย้ำ เพราะทีมที่ทำงาน ผ่านเรื่องใหญ่ ๆ เหตุการณ์สำคัญ ๆ มาแล้ว การมีประสบการณ์ ความรู้ภาษาไทยดี ทำให้เขียนแตกต่างได้สบาย ๆ รู้จักใช้ภาษาที่ง่ายและตรงประเด็น ได้ความรู้สึกด้วย”

2.3 วิเคราะห์การใช้รหัสเฉพาะ ใน SMS ข่าวสั้น

เนื่องจากการเขียน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมีพื้นที่อันจำกัดเพียง 70 ตัวอักษร และต้องใส่ประเด็นข่าวลงไปให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ทันที ดังนั้น นอกจากการใช้รูปประโยค ใส่ประเด็น และการใช้ชุดของสัญลักษณ์ดังกล่าวแล้ว ยังมีสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญอย่างมาก คือการเข้ารหัสเฉพาะ จากการศึกษาพบว่า ผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก. Mobile News) มีการเข้ารหัสเฉพาะ 4 ประเภท คือ เครื่องหมาย คำย่อ ภาษาข่าว และคำใหม่

(ก) เครื่องหมาย

สำหรับแนวคิดเรื่องการเขียนข่าว (เสริมศิริ นิลคำ, 2541) นอกจากจะมีหลักการใช้ภาษาในแง่ของการใช้รูปประโยคดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ยังมีหลักการในเรื่องการใช้เครื่องหมาย ซึ่งแนวคิดนี้น่าเสนอว่า หนังสือพิมพ์มีวิธีการใช้เครื่องหมายในรูปแบบของคนเพื่อความเข้าใจง่ายและความสวยงาม ดังนี้

1) เครื่องหมายมหัพภาค (.) ที่นิยมใช้ในสื่อ ซึ่งอาจไม่เหมือนที่ใช้กันทั่วไป ได้แก่

ใช้ตัวย่อ เช่น กรม. รมค. ตร. เป็นต้น

ใช้กับเวลา เช่น 10.00 น. เป็นต้น

2) เครื่องหมายจุลภาค (,) ที่ใช้กันมากคือ ใช้ในการแยกตัวเลข เช่น 5,000 นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ยังอาจใช้เครื่องหมายจุลภาคในการแยกคำ แยกประโยค เพื่อให้อ่านง่ายขึ้น

3) เครื่องหมายอัญประกาศ (“ ”) มักใช้ในกรณีต่อไปนี้

ใช้กับประโยคคำพูด ใช้กับชื่อคนที่ไม่มีการตั้งฉายา เช่น “เสี่ยโกศล” หรือใช้กับวลีที่ต้องการเน้นให้เด่นเด่น เช่น “ตายสยอง”

4 เครื่องหมายอื่นๆ เช่น / ใช้สำหรับแยกชื่อ

(ข) คำย่อ

การใช้ คำย่อ ผู้เขียนข่าวจะต้องจดจำคำย่อที่ใช้กันจนเป็นที่คุ้นตา เช่น UN พ.ร.บ. เพราะการใช้คำย่อมีความสำคัญมากในการเขียนข่าวสั้น คำบางคำแทนที่จะใช้ตัวย่อ กลับตัดส่วนของคำออกไปเพื่อให้สั้นเข้า เช่น จุฬาฯ ม.รามฯ ในบางกรณีอาจเป็นการย่อด้วยการเปลี่ยนรูปคำเดิม เช่น จินแดง ย่อมาจาก สาธารณรัฐประชาชนจีน หรือ ญวน ย่อมาจาก เวียดนาม



(ค) ภาษาข่าว

สำหรับการใช้ ภาษาข่าว ก็เป็นไปตามการใช้ภาษาลักษณะทั่วไปของภาษาหนังสือพิมพ์ ที่เป็นดังนี้ (สิริวรรณ นันทจินทุล ,2543)

1. ใช้ถ้อยคำภาษาแปลกใหม่ เพื่อสะดุดตาสะดุดใจผู้อ่าน และให้จดจำได้ง่าย โดยเฉพาะใน ส่วนของพาดหัวข่าวทั้งข่าวหน้า 1 และข่าวหน้าใน หรือแม้แต่ข่าววรรคเดียวก็ตาม

2. ใช้ภาษาในระดับภาษาปากมากที่สุด กล่าวคือ มีการใช้คำง่าย ๆ คำเฉพาะกลุ่ม คำตลาด คำคนอง คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อการสื่อความหมายในคนทุกระดับการศึกษาเข้าใจ ได้ง่าย นอกจากนี้ยังใช้ภาษาระดับกึ่งแบบแผน และภาษาแบบแผนบ้างในข่าวบางประเภท เช่น ข่าว เศรษฐกิจ ข่าวในพระราชสำนัก ประกาศแจ้งความ เป็นต้น

(ง) คำใหม่

ในส่วนของ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น ต้องมีการใช้ภาษาแปลกใหม่ เป็นคำง่าย ๆ ที่ ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ แต่จะมีความแตกต่างเล็กน้อยกับภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ ไม่ใช้คำที่คนองปาก คำตลาด หรือเป็นคำที่แสดงอารมณ์มากเกินไป เพื่อยังให้เกิดความ เป็นกลางในการรายงานข้อเท็จจริง มากกว่าการรายงานข่าวแบบแต่งเติมสีสัน ดังที่เคยกล่าวไว้แล้ว สำหรับภาษาข่าว ที่มีการใช้ใน SMS ข่าวสั้น เช่น

“ปัด ,ได้”	หมายถึง การพูดปฏิเสธ
“ซัด ,ตึง ,จวก”	หมายถึง การพูดถึงอีกฝ่ายในทางลบ
“ผุด”	หมายถึง การมีความคิดใหม่ ๆ หรือ โครงการใหม่ ๆ
“คอด”	หมายถึง การแอบกระทำการสิ่งใด โดยไม่ให้สื่อมวลชนรู้
“กวง”	หมายถึง การนำพาไปด้วย อาจหมายถึงบุคคล หรือ อาวุธ
“เชือด ,ฟัน ,ลงดาบ”	หมายถึง การลงโทษหรือการจัดการอย่างเด็ดขาด
“ชี้ ,เผย , ลั่น”	หมายถึง การบอกกล่าว
“โอด , พ้อ”	หมายถึง บ่นด้วยความน้อยใจ หรือ ต่อว่าด้วยว่าน้อยใจ
“จ่อ , เล็ง”	หมายถึง เตรียมกระทำการบางอย่างในเวลาอันใกล้
“จี , บี”	หมายถึง กดดันหรือบังคับให้ทำ

ในส่วนของ คำใหม่ นั้น จากการเก็บข้อมูล SMS ชาวที่สุมตัวอย่างมา พบว่ามีการใช้คำใหม่หลายคำในช่วงที่เก็บตัวอย่าง เนื่องจากเป็นช่วงที่สถานการณ์บ้านเมืองที่ไม่ปกติ เกิดการชุมนุมทางการเมืองและการก่อจลาจล ทางรัฐบาลได้จัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้น เพื่อดูแลและควบคุมสถานการณ์ จึงเกิดการบัญญัติคำใหม่ขึ้นโดยรัฐบาล ดังนี้

เสื้อแดง หมายถึง กลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ ด้วยย่อ นปช. เป็นกลุ่มที่ให้การสนับสนุนอดีตนายกรัฐมนตรี พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร และต่อต้านขับไล่รัฐบาลของนายกรัฐมนตรี อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ โดยใส่เสื้อสีแดงเป็นสัญลักษณ์

“เสื้อหลากสี” หมายถึง กลุ่มประชาชนเพื่อพิทักษ์ ชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ เป็นการรวมตัวของกลุ่มคนใน Facebook เพื่อดำเนินการชุมนุมของกลุ่มคนเสื้อแดง เนื่องจากได้รับความเดือดร้อนจากการชุมนุม และเรียกร้องให้รัฐบาลดำเนินการกับกลุ่มคนเสื้อแดง

“สอจ.” หมายถึง ศูนย์อำนวยการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน ตั้งขึ้นโดยรัฐบาลนายกรัฐมนตรี อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มีหน้าที่ควบคุมและติดตามสถานการณ์การชุมนุมของกลุ่มคนเสื้อแดงและกลุ่มที่มีการเคลื่อนไหวทางการเมืองต่าง ๆ ในช่วงเวลาสถานการณ์ไม่ปกติ

“กระชับพื้นที่” หมายถึง การปฏิบัติการของทหารและตำรวจเพื่อโอบกระชับวงล้อม ปิดล้อมกลุ่มที่มีการชุมนุมเคลื่อนไหวทางการเมือง (ในที่นี้คือกลุ่มเสื้อแดง) เพื่อควบคุมสถานการณ์ให้อยู่ในความสงบและรอคำสั่งการปฏิบัติการขั้นเด็ดขาด

“ขอคืนพื้นที่” หมายถึง การปฏิบัติการของทหารและตำรวจในการเข้าสลายการชุมนุมของกลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง เพื่อขอคืนพื้นที่การชุมนุมให้ประชาชนสามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติ โดยกระทำการตามหลักสากล 7 ขั้นตอนจากเบาไปหาหนัก

“ยกระดับการชุมนุม” หมายถึง การเพิ่มระดับการก่อความวุ่นวายในการชุมนุมประท้วงของกลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง (ในที่นี้คือกลุ่มเสื้อแดง) โดยเพิ่มการป่วนตั้งแต่การเคลื่อนไหวขบวนไปตามสถานที่สำคัญต่าง ๆ จนถึงการใช้ความรุนแรง

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำ SMS ชาวสันของสำนักข่าวเนชั่นมาวิเคราะห์การเข้ารหัส 4 ประเภท คือ การใช้คำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว และเครื่องหมาย เพื่อศึกษาว่าชาวแต่ละประเภทมีการเข้ารหัสที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งในการรายงานผลเรื่องการเข้ารหัสนี้ สามารถแบ่งเป็น 2 ตาราง คือ ตาราง 7 การใช้รหัสเฉพาะ(ภาษา) และตาราง 8 การใช้เฉพาะ(เครื่องหมาย) เริ่มจากตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงการใช้รหัสเฉพาะ(ภาษา) ใน SMS ข่าวสั้น คำย่อ คำใหม่ ภาษาข่าว

ลักษณะ รหัส	ทันข่าว	คมชัดลึก	บันเทิง	ธุรกิจ	หุ้น	อัตราแลกเปลี่ยน	รวมทุกประเภทข่าว
คำย่อ	12 (24%)	11 (22%)	3 (6%)	27 (54%)	12 (100%)	12 (100%)	77 (34.4%)
คำใหม่	2 (4%)	4 (8%)	1 (2%)	1 (2%)	-	-	8 (3.60%)
ภาษาข่าว	5 (10%)	6 (12%)	35 (70%)	5 (10%)	-	-	51 (22.80%)
คำย่อ+คำใหม่	11 (22%)	9 (18%)	-	3 (6%)	-	-	23 (10.30%)
คำย่อ+ภาษาข่าว	20 (40%)	20 (40%)	-	14 (28%)	-	-	54 (24.10%)
ไม่ใช้รหัส			11 (22%)				11 (5.01%)
รวม	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	12 (100%)	12 (100%)	224 (100%)

จากตารางที่ 7 แสดงว่า ในการใช้รหัสเฉพาะใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้น นอกจากการเลือกใช้รหัสเฉพาะ 1 รูปแบบใน 1 ข้อความ ยังพบว่าใน SMS ข่าวสั้น มีการใช้รหัสเฉพาะ 2 รูปแบบร่วมกันใน 1 ข้อความ รวมถึงในบางข้อความข่าวก็ไม่ได้มีการใช้รหัสเฉพาะเลย

หากมองในภาพรวม พบว่า การใช้รหัสเฉพาะ 1 รูปแบบใน 1 ข้อความ ได้รับการนำเสนอมากที่สุด คือ 136 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 60.71 โดยข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนมีการนำเสนอทั้ง 12 ข้อความจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่นำมาศึกษาคิดเป็นร้อยละ 100 ข่าวบันเทิงมีการนำเสนอ 39 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 78 ข่าวธุรกิจนำเสนอ 33 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 66 คมชัดลึกนำเสนอ 21 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 42 และทันข่าวนำเสนอ 19 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 38

สาเหตุที่ข่าวประเภทหุ้นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยน ไม่มีการใช้รหัสแบบอื่นเลย เนื่องจากข่าว 2 ประเภทนี้มีรูปแบบการนำเสนอที่ตายตัวอยู่แล้ว เนื้อหาข่าวเป็นเพียงการรายงานข่าวสั้น ๆ มีเหตุการณ์เล็กน้อย ต้องรายงานข้อมูลซ้ำเดิมเหมือนเดิมทุกวันในรูปแบบของตัวเลข ที่มีผลทางเศรษฐกิจ ซึ่งข้อความที่ส่ง SMS ไปดังตัวอย่างข้างต้นก็เป็นเพียงการรายงานความเคลื่อนไหวล่าสุดอย่างเดียวเท่านั้น ไม่จำเป็นที่ต้องมีคำอื่น ๆ ใส่เข้ามาในข้อความอีก ดังนั้นจึงไม่มีการใช้รหัสแบบอื่น

ตัวอย่างเช่น SMS อัตราแลกเปลี่ยน

“แลกเปลี่ยนวันนี้บาท(ค่าเงินบาท) ต่อUSD(ดอลลาร์สหรัฐ)32.35 /GBP(ปอนด์สเตอร์ลิง)50.01/ EUR(ยูโร)44.24/ JPY(เยน)(100)34.87/ HKD(ดอลลาร์ฮ่องกง)4.17”

อันดับสอง คือ การใช้รหัสเฉพาะ 2 รูปแบบร่วมกันใน 1 ข้อความ มีการนำเสนอ 77 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 34.4 โดยพบว่ามีการนำเสนอมากที่สุด 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 กมชัดลึกลงนำเสนอ 29 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 58 และบันทึกนำเสนอ 17 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 34

อันดับสาม คือ การไม่ใช้รหัสเฉพาะเลย พบว่า มี 11 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 5.01 โดยพบว่าบันทึกเป็นข่าวประเภทเดียวที่มีการนำเสนอในรูปแบบนี้ โดยนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22

หากมองในกลุ่มการใช้รหัสเฉพาะ 1 รูปแบบใน 1 ข้อความ พบว่า รหัสเฉพาะที่มีการใช้ใน SMS ข่าวมากที่สุด คือ คำย่อ มีการนำเสนอ 77 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 34.40 ข่าวหุ่นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอทั้งหมด 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนตัวอย่างที่นำมาศึกษา และข่าว 2 ประเภทนี้ก็ไม่มีการใช้รหัสแบบอื่นเลย ข่าวธุรกิจมีการนำเสนอ 27 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54 ประเภทบันทึกนำเสนอ 12 จาก 50 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 24 ข่าวคมชัดลึกลงนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22 และข่าวบันทึกนำเสนอ 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6

เมื่อมองในแง่ แนวคิดการเขียนข่าว ในเรื่องหลักการใช้คำย่อ แล้ว จะพบว่า นอกจากในการเขียนพาดหัวข่าวแล้ว การใช้คำย่อใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นก็เป็นที่ยอมรับเช่นกัน เนื่องจากการใช้คำย่อมีความสำคัญมากในการเขียนข่าวสั้น

ตัวอย่างเช่น SMS บันทึกข่าว

“BTS (รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร) บริการทุกสถานี6-20น.(6.00-20.00นาฬิกา)/รถไฟฟ้าใต้ดินวิ่งทุกสถานี6-24น. (6.00-20.00นาฬิกา) เว้นสัปดาห์ถึง1ทุ่ม (19.00นาฬิกา)”

นอกจากนี้ ตามแนวคิดการเขียนข่าวยังมีหลักการเรื่องการคัดส่วนของคำออกไป เพื่อให้สั้นเข้า แทนการใช้คำย่อ เช่น นายกฯ ม.รณฯ ซึ่งในตัวอย่างข้างต้นก็ใช้คำว่า จุฬาฯ แทนคำว่า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นั่นเอง

ในแนวคิดการเขียนข่าวยังมีหลักการใช้การย่อคำด้วยการเปลี่ยนรูปคำเดิม เช่น จินแดง ย่อมาจาก สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งในตัวอย่างข้างต้นดังกล่าวก็มีคำว่า บี้ม แทนคำว่า ระเบิด เพื่อการประหยัดเนื้อที่ด้วย

ตัวอย่างเช่น

“พบบี้มแสวงเครื่องริมรั้วจุฬาฯจนท.กู้ทัน อีกลูกขว้างM67ใส่บ้านคนช.พหลฯ44”

อันดับสอง คือ การใช้รหัสภาษาข่าว โดยข่าวบันเทิงนำเสนอ 35 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 70 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 6 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 12 ข่าวธุรกิจและทันข่าวนำเสนอ 5 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10 ขณะที่ ข่าวหุ้นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้รหัสในรูปแบบนี้ เมื่อเฉลี่ยรวม SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่นทุกประเภทข่าว พบว่า การใช้รหัสภาษาข่าวมีการนำเสนอ 51 จาก 225 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22.80

ตัวอย่างเช่น

“แอนดริว รับ อยากมีแฟน แจง หายหน้าเพราะทำเบื้องหลัง ปิด เรื่องมากเลื่องงาน”

อันดับสาม คือ การใช้คำใหม่ มีการนำเสนอ 8 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 3.60 โดยข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 4 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ ประเภททันข่าวนำเสนอ 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 ข่าวบันเทิงและข่าวธุรกิจนำเสนอ 1 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2 ขณะที่ข่าวบันเทิงข่าวหุ้นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้รหัสในรูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“สุเทพจ่อ ขอคืนพื้นที่ ไม่รับรองจับตายแกนนำออกหมายจับก่อการร้ายสัปดาห์นี้”

หากมองในกลุ่มการใช้รหัส 2 รูปแบบใน 1 ข้อความ พบว่า การใช้คำย่อและภาษาข่าวมีการนำเสนอมากที่สุด 54 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 24.11 โดยข่าวประเภทคมชัดลึกและทันข่าวมีการนำเสนอ 20 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40 ข่าวธุรกิจนำเสนอ 14 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 28 ขณะที่ข่าวบันเทิง ข่าวหุ้น และข่าวอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้รหัสในรูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“ป่วน!(ภาษาข่าว) ยิงถล่มศาลาแดง ดร.(คำย่อ)ตาย1 /บี้ม(ภาษาข่าว) M79ถล่มตรวจหน้าสวนลุมฯ(คำย่อ) เจ็บ8 ดร.(คำย่อ) ดับ1(ภาษาข่าว)”

อันดับสอง คือ การใช้คำย่อและคำใหม่ร่วมกัน มีการนำเสนอ 23 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10.27 โดยประเภทต้นขำนำเสนอ 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22 ขำคมชัดลึกลำเสนอ 9 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 18 และขำวรุทกจินำเสนอ 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6 ขณะที่ขำบันเทิง ขำหุ่่น และขำอัคราแลกเปลี่ยน ไม่มีการใช้รหัสในรูปแบบนี้

ตัวอย่างเช่น

“สอน.(คำย่อ) แดลงพรงนี้ขอคืนพื้นที่(คำใหม่) รพ.(คำย่อ) จุฬา(คำย่อ) ให้ผู้ป่วย-บุคลากรแพทย์ทำงานสะดวก”

ข้อค้นพบที่เห็นได้ชัดจากตารางที่ 7 คือ SMS ขำบันเทิงที่มีการใช้รหัสใน SMS ขำสั้น แตกต่างจากขำประเภทอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง เนื่องจากขำบันเทิงมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับบุคคลที่ประชาชนให้ความสนใจ การรายงานขำเน้นไปทางการรายงานความรู้สึกหรือเรื่องส่วนตัวของบุคคลบันเทิงมากกว่ารายงานสถานการณ์ ดังนั้นจึงเน้นการใช้ภาษาขำเพื่อเพิ่มสีสันและโน้มน้าวผู้รับสารให้มีส่วนร่วมไปด้วย เช่นการใช้คำว่า ปลื้ม ปัด เกาเหลา เป็นต้น ไม่เน้นภาษาทางการมากเกินไป และเนื่องจากส่วนใหญ่จะเน้นส่งขำเพียงประเด็นเดียว จึงไม่จำเป็นต้องใช้คำย่อเพื่อประหยัดพื้นที่

นอกจากนี้ยังเป็นที่น่าสนใจได้ว่า SMS ขำบันเทิง ไม่ได้มีการใช้รหัสตามรูปแบบดังกล่าวในทุก ๆ ข้อความ โดยมีการใช้รหัสต่าง ๆ 39 ข้อความจากทั้งหมด 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 78 และมีอีก 11 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 22 ที่ไม่มีการใช้รหัสในรูปแบบต่าง ๆ เลย จากรูปแบบดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า SMS บันเทิงมีการนำเสนอขำที่ใกล้เคียงกับการพาดหัวขำในประเภทเดียวคือขำบันเทิงมากที่สุด ดังตัวอย่าง

SMS บันเทิง 3 พค.53

“ณเดชน์เครียดภาพนัวเนี่ยสาวหลุด ปัดแค่ถ่ายภาพเล่นสมัยเรียน ไม่ใช่แฟน”

พาดหัวขำ คมชัดลึกลับเทิง 5 พค.53

“เครียดภาพนัวเนี่ยสาว”ณเดชน์”ได้แค่เพื่อนสมัยเรียน”

Leadขำ ณเดชน์ คุกิมิยะ รับเครียดภาพนัวเนี่ยสาว ปัดเป็นแค่ภาพถ่ายเล่น แง่ภาพดังกล่าวเป็นเพื่อนสมัยเรียน ม.2 ไม่ใช่แฟน ไม่หวั่นหากโดนขุดคุ้ยเรื่องในอดีต เพราะดังรับกับขำแ่งลบไว้แล้ว

นอกจากการใช้รหัสทางภาษา ดังข้อค้นพบข้างต้นแล้ว ในการเขียน SMS ขำสั้นของสำนักขำเนชั่นยังมีการใช้รหัสที่สำคัญอีกประเภทหนึ่งนั่นก็คือการใช้เครื่องหมาย

ตามแนวคิดเรื่องการเขียนขำ ตามข้อเสนอของ สิริวรรณ นันทจันทุล (2543) ได้กล่าวถึงลักษณะทั่วไปของภาษาหนังสือพิมพ์ ไว้ ซึ่งลักษณะข้อหนึ่งก็คือ การใช้เครื่องหมาย เช่น ประศินัย

อัศเจรีย์ อัญประกาศ ทับ สัญลักษณ์ เป็นต้น ทั้งนี้มีหลายจุดประสงค์ เช่น เพื่อแบ่งแยกข้อความ เพื่อเน้นข้อความให้เห็นเป็นสำคัญ เพื่อแสดงว่าเป็นคำเฉพาะ เพื่อแสดงการขึ้นหัวข้อใหม่ ซึ่งบางครั้งการใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายต่าง ๆ ก็ได้เป็นไปตามหลักเกณฑ์เท่าใดนัก

สำหรับ SMS ข้อความของสำนักข่าวเนชั่นก็มีการใช้เครื่องหมายใส่ลงใน SMS ข้อความมากพอสมควร เนื่องจากข้อจำกัดของ SMS ข้อความที่มีพื้นที่เพียง 70 ตัวอักษร ดังนั้นนอกจากจะการใช้การย่อคำหรือเลือกใช้คำที่สั้นที่สุดเพื่อประหยัดเนื้อที่แล้ว ยังสามารถใช้เครื่องหมายต่าง ๆ เพื่อแสดงความหมายได้โดยไม่ต้องบรรยายให้เปลืองพื้นที่ตัวอักษร

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิเคราะห์การใช้เครื่องหมาย เพื่อศึกษาว่า SMS ข้อความประเภทต่าง ๆ มีการใช้เครื่องหมายใดบ้างและใช้อย่างไรบ้าง ซึ่งถือเป็นรหัสรูปแบบหนึ่งของ SMS ข้อความของสำนักข่าวเนชั่น ดังที่ได้แบ่งการรายงานผลออกเป็น 2 ตารางคือ ตาราง 7 การใช้รหัสเฉพาะ (ภาษา) และตาราง 8 การใช้เฉพาะ(เครื่องหมาย)

ตารางที่ 8 แสดงการใช้รหัส (Code) ใน SMS ข้อความการใช้เครื่องหมาย

เครื่องหมาย สัญลักษณ์	ทันท่วง	กมลฉัตร	บันเทิง	ธุรกิจ	หุ้น	อัตรา แลกเปลี่ยน	รวมทุก ประเภทข่าว
/ ทับ	1 (2%)	1 (2%)	2 (4%)	-	-	-	4 (1.90%)
, จุลภาค	-	-	5 (10%)	-	-	-	5 (2.23%)
. มหัพภาค	13 (26%)	15 (30%)	-	15 (30%)	-	3 (6%)	46 (20.53%)
- ขีดทึบ	5 (10%)	4 (8%)	16 (32%)	3 (6%)	-	-	28 (12.5%)
! อัศเจรีย์	-	-	-	1 (2%)	-	-	1 (0.45%)
+ บวก	-	-	-	-	-	-	0 (0%)
" _" อัญประกาศคู่	-	-	-	-	-	-	0 (0%)
๑ ไปยาลน้อย	-	1 (2%)	-	-	-	-	1 (0.45%)
2 เครื่องหมาย ขึ้นไป	27 (54%)	20 (40%)	-	27 (54%)	12 (100%)	9 (18%)	95 (42.41%)
ไม่ใช้ เครื่องหมาย	4 (8%)	9 (18%)	27 (54%)	4 (8%)	-	-	44 (19.64%)
รวม	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	12 (100%)	12 (100%)	224 (100%)

จากตารางที่ 8 สามารถสรุปได้ว่า หลักในการเลือกใช้รหัสเครื่องหมายใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมี 3 ข้อ คือ

1. มีการใช้เครื่องหมายมากกว่าไม่ใช้ โดยพบว่าข่าวที่ไม่ใช้จะเป็นข่าวบันเทิง
2. มีการใช้บริบทเครื่องหมายค่อนข้างมากคือ 2 เครื่องหมายขึ้นไปต่อ SMS ข่าวสั้น 1 ข้อความ
3. ประเภทเครื่องหมายที่มีการใช้มากที่สุดคือ . มหัพภาค เนื่องจากเป็นเครื่องหมายที่ใช้กับคำย่อและใช้เป็นจุดทศนิยมในการบอกจำนวน

ในการใช้เครื่องหมายใน SMS ข่าวสั้นนั้น การใช้เครื่องหมายส่วนใหญ่จะนิยมใช้ 2 เครื่องหมายขึ้นไป โดยมีการนำเสนอ 95 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 42.41 โดยข่าวประเภทหุ้่นมีการใช้เครื่องหมาย 2 เครื่องหมายทั้งหมด 12 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนตัวอย่างที่นำมาศึกษา ข่าวอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 9 จาก 12 คิดเป็นร้อยละ 18 ข่าวธุรกิจและทันข่าวนำเสนอ 27 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54 ข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 30 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40 ขณะที่ข่าวบันเทิงไม่มีการใช้เครื่องหมายในลักษณะนี้

เนื่องจากรูปแบบในการนำเสนอด้วยตัว ที่ต้องมีการใช้เครื่องหมายบอกจุดทศนิยมหรือจำนวนนับของตัวเลขทางเศรษฐกิจ และเนื่องจากเนื้อหาที่ต้องใส่ค่อนข้างเยอะ จึงมีการใช้เครื่องหมายบางอย่างแทนคำ ดังตัวอย่างที่ใช้เครื่องหมาย /(ทับ) แทนคำว่า ต่อ

ตัวอย่างเช่น

“ดาวโจนส์บวก70.44จุดสู่10,927.07Nymexพุ่ง1.11ดอลลาร์ปิด84.87ดอลลาร์/บาร์เรล”

อันดับสอง คือ การใช้ 1 เครื่องหมายต่อ 1 ข้อความ มีการนำเสนอ 85 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 37.95 โดยข่าวบันเทิงนำเสนอมากที่สุด 23 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 คมชัดลึกนำเสนอ 20 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40 และทันข่าวกับธุรกิจนำเสนอในจำนวนที่เท่ากันคือ 19 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 38

อันดับสาม คือ การไม่ใช้เครื่องหมาย มีการนำเสนอ 44 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 19.64 โดยข่าวบันเทิงมีมากที่สุด 27 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54 คมชัดลึกมี 9 จาก 50 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 18 และทันข่าวกับธุรกิจมีจำนวนเท่ากันคือ 4 จาก 50 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 8

หากมองในกลุ่มของ การใช้ 1 เครื่องหมายต่อ 1 ข้อความ พบว่า เครื่องหมาย . มหัพภาค มีการนำเสนอมากที่สุดคือ 46 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 20.53 ข่าวคมชัดลึกและธุรกิจ

นำเสนอ 15 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 30 ประเภทต้นขำนำเสนอ 13 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 26 และอัตราแลกเปลี่ยนนำเสนอ 3 จาก 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 25 ขณะที่ขำบันเทิงและขำหุ่นไม่มีการใช้เครื่องหมายนี้

เนื่องจากเครื่องหมาย . มหัพภาค ใช้สำหรับตัวย่อ ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่ SMS ขำจำเป็นต้องใช้เครื่องหมายนี้ในข้อความส่วนใหญ่ เพื่อประหยัดพื้นที่ให้สามารถใส่รายละเอียดของขำให้ได้มากที่สุดในพื้นที่จำกัด 70 ตัวอักษร

หากมองในแง่ แนวคิดเรื่องการเขียนขำ (เสริมศิริ นิลคำ, 2541) เรื่องหลักการใช้เครื่องหมายแล้ว ข้อค้นพบการใช้เครื่องหมายใน SMS ขำสั้นของสำนักขำเนชั่นดังกล่าวนี้ ตรงกับการใช้เครื่องหมายมหัพภาค (.) ที่นิยมใช้ในสื่อ ซึ่งอาจไม่เหมือนที่ใช้กันทั่วไป ได้แก่

ใช้ตัวย่อ เช่น ครม. รมต. ตร. เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น

“จตุพรอดิพรหม.ขีดเส้น7วันขู่รัฐหวังทหารปฏิวัติ ลั่น20เมษาปิด.ยาวถึงสีลม”

จาก SMS ขำสั้นในตัวอย่าง คำว่า พรหม. ย่อมาจาก พันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย และ คำว่า ถ. ย่อมาจาก ถนน นั่นเอง

อันดับสอง คือ เครื่องหมาย - ยัติภังค์ มีการนำเสนอ 28 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 12.5 โดยขำบันเทิงมีการนำเสนอ 16 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 32 ประเภทต้นขำนำเสนอ 5 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10 ขำคมชัดลึกนำเสนอ 4 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 8 และ ขำธุรกิจนำเสนอ 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6

สำหรับเครื่องหมายนี้ส่วนใหญ่ใช้เพื่อเป็นการแบ่งประเด็น เนื่องจากข้อค้นพบจากที่ตารางที่ 2 พบว่ามีนำเสนอขำ SMS ขำสั้นที่ใส่ประเด็นมากกว่า 1 ประเด็นต่อ 1 ข้อความขำ

ตัวอย่างเช่น

“ธัญญาเย็นรักHappy ได้สามีซั่ม-ไม่หวั่นหากฟังก์ก์ฟื่องที่ไม่ยอมหยุดพูด”

อันดับสาม คือ เครื่องหมาย , จุลภาค มีการนำเสนอ 5 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2.23 มีเพียงขำประเภทเดียวที่ใช้คือขำบันเทิงนำเสนอ 5 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 10

หากมองในแง่ แนวคิดเรื่องการเขียนขำ (เสริมศิริ นิลคำ, 2541) เรื่องหลักการใช้เครื่องหมายแล้ว ข้อค้นพบการใช้เครื่องหมายใน SMS ขำสั้นของสำนักขำเนชั่นดังกล่าวนี้ ตรง

กับหลักการใช้เครื่องหมายจุลภาค (,) ซึ่งแนวคิดนี้กล่าวว่า เครื่องหมายจุลภาค (,) ที่นิยมใช้กันมาก คือ ใช้ในการแยกตัวเลข เช่น 5,000 นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังอาจใช้เครื่องหมายจุลภาคในการแยกคำ แยกประโยค เพื่อให้อ่านง่ายขึ้น

ตัวอย่างเช่น

“คลท.เผย วันนี้นักลงทุนต่างชาติขายสุทธิ 4,715.46 ล้านบาท”

จาก SMS ข่าวนั้นในตัวอย่าง 4,715.46 ล้านบาท สามารถอ่านเป็นจำนวนนับได้ว่า สี่พันเจ็ดร้อยสิบห้าล้านสี่แสนหกหมื่นบาท

อันดับสี่ คือ เครื่องหมาย / ทับ มีการนำเสนอ 4 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 1.90% โดยข่าวบันเทิงใช้มากที่สุดร้อยละ 4 รองมาคือข่าวคมชัดลึกและทันข่าวร้อยละ 2 ส่วนข่าวธุรกิจ หุ่น และอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีการใช้เครื่องหมายในลักษณะนี้

หากมองในแง่ แนวคิดเรื่องการเขียนข่าว (เสริมศิริ นิลดำ, 2541) เรื่องหลักการใช้เครื่องหมายแล้ว ข้อค้นพบการใช้เครื่องหมายใน SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นดังกล่าวนี้ ตรงกับหลักการใช้เครื่องหมายอื่น ๆ เช่น เครื่องหมาย / ทับ ใช้สำหรับแยกชื่อ ตรงตาม SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่นดังที่ยกตัวอย่างนี้ คือ

ตัวอย่างเช่น

“สรุปบทอิแพนในดวงดาวสรรค์เป็นของแถมอิงลิช-โหม/จอย วิลลณี พระนาง”

อันดับห้า คือ เครื่องหมาย ! อักเจรีย และเครื่องหมาย ฯ ไปยาลน้อย มีการนำเสนอเท่ากัน คือประเภทละ 1 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 0.45

โดยข่าวธุรกิจนำเสนอ 1 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2 เครื่องหมาย ฯ ไปยาลน้อย โดยข่าวคมชัดลึกนำเสนอ 1 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2 เช่นกัน ขณะที่ไม่มีประเภทข่าวอื่นใช้เครื่องหมาย 2 เครื่องหมายนี้เลย

ตัวอย่างเช่น

“ราคาทองพุ่ง300บาท!วิกฤตปัญหาหนี้กรีซ ทองแท่งขาย18700 รูปพรรณขาย19100”

ขณะที่เครื่องหมาย + บวกและ “_” อัฒประกาศุ์ ไม่มีการใช้ใน SMS ข่าวนั้นของสำนักข่าวเนชั่น ซึ่งข้อค้นพบนี้ไม่เป็นไปตามหลักแนวคิดการเขียนข่าว ในเรื่องหลักการใช้เครื่องหมาย ซึ่งอธิบายไว้ว่า การใช้เครื่องหมายอัฒประกาศุ์ (“_”) มักใช้ในกรณีต่อไปนี้ คือ



ใช้กับประโยคคำพูด

ใช้กับชื่อคนที่ไม่มีการตั้งฉายา เช่น “เสี่ยโกศล”

หรือใช้กับวลีที่ต้องการเน้นให้ตื่นเต้น เช่น “ตายสยอง”

เนื่องจากระบบการส่งข่าวไม่เอื้ออำนวยให้ใช้ 2 เครื่องหมายนี้ได้ ดังคำอธิบายของ สุมิ ตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ดิ้ง จำกัด (มหาชน) ว่า

“เรื่องเครื่องหมาย ที่ไม่มีการใช้ + กับ “...” เพราะระบบส่งไม่ได้ เป็นเรื่องของทางไอทีในการสร้างโปรแกรมที่ไว้ใช้เขียนส่งข่าว ก็กลายเป็นว่าตัวเครื่องหมายนี้มันไปติดกลายเป็นคำสั่งของระบบ เราก็ัดปัญหา SMS เราส่ง 4 เจ้า (AIS TRUE DTAC HUTCH) แต่เครื่องหมาย 2 อันนี้ไม่ขึ้นอยู่เจ้าเดียว เราก็แก้ปัญหาด้วยตัวของเราเองว่า ก็ไม่ส่งมันซะเลยใช้ตัวอักษรแทน เพราะว่าบางทีส่งได้ แต่ ใช้ + 2 ตัวใน 1 ข้อความก็ไม่ขึ้น”

นอกจากนั้นหากสรุปที่จำนวนรวมของ SMS ข่าวที่มีการใช้เครื่องหมาย จะเห็นได้ว่าข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนมีการใช้เครื่องหมายมากที่สุดทั้งหมด 12 ข่าวคิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวนตัวอย่างที่นำมาศึกษา รองมาเป็นประเภททันข่าวและข่าวธุรกิจมีการใช้เครื่องหมาย 46 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 92 ข่าวคมชัดลึกมีการใช้เครื่องหมาย 14 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 82 และข่าวบันเทิงใช้เครื่องหมาย 23 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 เมื่อเฉลี่ยรวมทุกประเภท SMS ข่าวของสำนักข่าวเนชั่น พบว่า มีการใช้เครื่องหมาย 180 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 80.40

3) การวิเคราะห์ความเข้มงวดของรหัส

ในส่วนของการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นนั้น เมื่อเป็นรายงานข่าวจากสื่อสารมวลชนไปยังผู้รับ ย่อมจะเกิดความผิดพลาดไม่ได้หรืออาจจะทำได้แต่น้อยมาก เนื่องจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้น อาจทำให้การตีความหมายคลาดเคลื่อนหรือเข้าใจผิดได้ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มีเวลาในการเข้ารหัสสั้นๆ ทำให้มีโอกาสเกิดความผิดพลาดได้สูง ซึ่งความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับความเข้มงวดของรหัส ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำ SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่นมาวิเคราะห์ความเข้มงวดของรหัสเพื่อศึกษาความผิดพลาดของรหัสที่ถูกใส่ไว้ใน SMS ข่าวสั้นของสำนักข่าวเนชั่น

อย่างไรก็ตาม ในการส่ง SMS ข่าวสั้นแต่ละประเภทก็ยังมีเข้มงวดของรหัสที่แตกต่างกันไปตามประเภทและความเหมาะสมของเนื้อหาข่าว โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1.รหัสที่ไม่เข้มงวด หมายถึงการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นที่อนุญาตให้มีข้อผิดพลาดได้บ้าง เมื่อเกิดการใส่รหัสผิดเล็กน้อย SMS ข่าวสั้นข้อความนั้น ๆ ยังสามารถคงความหมายเดิมไว้ได้อย่างสมบูรณ์ ไม่เกิดการตีความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่จำเป็นต้องส่ง SMS ข่าวสั้นแก้ไขไปใหม่ เช่น การสะกดคำผิดเล็กน้อย การใช้วรรณยุกต์ผิด การสะกดคำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศผิด

2.รหัสที่เข้มงวด หมายถึงการเข้ารหัส SMS ข่าวสั้นที่ไม่อนุญาตให้มีข้อผิดพลาดได้เลย เนื่องจากหากมีการใส่รหัสผิดไปเพียงตัวเดียว ก็สามารถก่อให้เกิดการตีความหมายที่เปลี่ยนไป หรือ ทำให้กลายเป็นความหมายที่ตรงกันข้ามได้ ซึ่งความผิดพลาดลักษณะนี้จำเป็นต้องส่ง SMS ข่าวสั้นแก้ไขไปใหม่ เพื่อความเข้าใจและการตีความหมายที่ถูกต้อง โดยรหัสที่เข้มงวดมี 3 รูปแบบ คือ

- 2.1 รหัสตัวเลข หากเกิดข้อผิดพลาด หมายถึงจำนวนที่แตกต่างไปทันที
- 2.2 รหัสชื่อบุคคล หากเกิดข้อผิดพลาด อาจหมายถึงบุคคลอีกคนหนึ่งไปเลย
- 2.3 รหัสราชาศัพท์ รหัสรูปแบบนี้มักไม่อนุญาตให้เกิดความผิดพลาด

สำหรับวิธีการวัดผล เนื่องจากในการส่ง SMS ข่าวสั้นนั้นเกิดข้อผิดพลาดในการเข้ารหัสค่อนข้างน้อย ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใช้ตัวอย่าง SMS ข่าวสั้นที่มีอยู่ทั้งหมด 224 ข้อความมาทดลองเปลี่ยนรหัสให้เกิดความผิดพลาด เพื่อวัดผลว่า SMS ข่าวสั้นข้อความนั้น ๆ หากเกิดการเข้ารหัสผิดพลาดแล้วจะยังสามารถคงความหมายเดิมอยู่ได้หรือไม่

ตัวอย่างเช่น

ทหารเสริมกำลังคุมเชิงพท. สීමກ່ອນຮຸ່ງສາງ ແດງວາງດັງແກ້ສັກ້ນຮອບ ຈຣາຈຣໜີບ

เปลี่ยนรหัสเป็น

ทหารเสริมกำลัง คุย เชิงพท. สීමກ່ອນຮຸ່ງສາງ ແດງວາງດັງແກ້ສັກ້ນຮອບ ຈຣາຈຣໜີບ

ตารางที่ 9 แสดงความเข้มงวดของรหัส

ความเข้มงวด	ทันข่าว	กมขัดลึก	บันเทิง	ธุรกิจ	หุ้น	อัตราแลกเปลี่ยน	รวมทุกประเภทข่าว
1)รหัสไม่เข้มงวด	27 (54%)	30 (60%)	47 (94%)	17 (34%)	-	-	121 (54.02%)
2)รหัส เข้มงวด	23 (46%)	17 (40%)	3 (6%)	33 (66%)	12 (100%)	12 (100%)	103 45.98%
2.1เข้มงวดตัวเลข	20 (40%)	17 (34%)	3 (6%)	31 (62%)	12 (100%)	12 (100%)	95 (42.41%)
2.2เข้มงวดชื่อบุคคล	1 (2%)	3 (6%)	-	2 (4%)	-	-	6 (2.80%)
2.3 เข้มงวดราชาศัพท์	2 (4%)	-	-	-	-	-	2 (0.90%)
รวม	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	50 (100%)	12 (100%)	12 (100%)	224 (100%)

จากตารางที่ 9 สรุปได้ว่า รหัส SMS ข่าวสั้นมีรหัสที่ไม่เข้มงวดมากที่สุด เป็นรหัสที่อนุญาตให้มีข้อผิดพลาดได้บ้างขณะที่ยังคงความหมายเดิมได้อยู่ จำนวน 121 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54.02

ตัวอย่างเช่น

“ตุ๊กก็บอกตอนนี้ขอโกยเงินก่อนค่อยแต่ง วางแผนเดินตามรอยหมาทำให้ดีที่สุด”

“ตุ๊กก็บอก ตอนนี้ ขอโกยเงินก่อนค่อยแต่ง วางแผน เดิม ตามรอยหมาทำให้ดีที่สุด”

จะเห็นได้ว่าแม้จะมีการใส่รหัสผิดพลาดด้วยการสะกดผิดจาก ตอนนี้ เป็น ตอนนี้ และจาก เดิน เป็น เดิม แต่ก็ยังสามารถคงความหมายเดิมไว้ได้โดยสมบูรณ์ ดังนั้นจึงถือว่าเป็นรหัสที่ไม่เข้มงวด

อันดับสอง รหัสแบบเข้มงวด เป็นรหัสที่ไม่อนุญาตให้เกิดความผิดพลาดได้เลย เนื่องจากจะทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งมีการนำเสนอ 103 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 45.98

ตัวอย่างเช่น

“บางจาก-ปตท.ขึ้นราคาทุกประเภท60สต.พรงนี้ เบนซิน91ขาย37.34 ดีเซล29.39”

“บางจาก-ปตท.ขึ้นราคาทุกประเภท 6 สต.พรงนี้ เบนซิน91ขาย37.34 ดีเซล 293.9”

จะเห็นได้ว่าการใส่รหัสที่ผิดพลาดด้วยการสะกดผิดจาก 60 เป็น 6 และจาก 29.39 เป็น 293.9 ทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลงไปทันที ดังนั้นจึงถือว่าเป็นรหัสที่เข้มงวด

นอกจากนี้ จากตารางที่ 9 ยังพบข้อสังเกตว่าหากเปรียบเทียบระหว่างจำนวนข้อความ SMS ข่าวสั้นของรหัสไม่เข้มงวด 121 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54.02 กับรหัสเข้มงวด 103 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 45.98 จะพบว่าเป็นจำนวนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก

หากมองในแง่ รหัสไม่เข้มงวด พบว่า ข่าวสั้นเทมมีจำนวน 47 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 94 ข่าวคมชัดลึกมีจำนวน 30 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 60 ประเภททันข่าวมีจำนวน 27 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 54

สาเหตุที่ข่าวสั้นเทมไม่มีความเข้มงวดในการเข้ารหัสมากถึงร้อยละ 94 เนื่องจากธรรมชาติของข่าวประเภทนี้ไม่ค่อยมีการใส่ตัวเลขหรือการใช้ราชาศัพท์อยู่แล้ว ส่วนใหญ่มีเพียงการใช้ชื่อบุคคลในวงการบันเทิงซึ่งจะมีการใส่ทั้งชื่อจริงและชื่อเล่น จึงทำให้ผิดความหมายหรือเกิดการเข้าใจผิดได้น้อย แม้จะมีการสะกดผิดไปบ้างแต่ก็ไม่ทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นบุคคลอื่น

ในเรื่องนี้ สุมิตรา หาญปัญญาพิชิต บรรณาธิการข่าว New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสต์ดิ้ง จำกัด (มหาชน) อธิบายว่า

“อย่างข่าวบันเทิงเนี่ย เช่น ชิตคอมเนื่อกู๋อยากรู้ว่าใครเตรียมจัดกิจกรรมแฟนคลับ เขียนเป็น ชิตคอมเนื่อกู๋อยากรู้ว่าใครเตรียมจัดกิจกรรมแฟนคลับ ก็อ่านแล้วมันก็ยังรู้เรื่อง เนื้อหาประเด็นยังอยู่”

หากมองในแง่รหัสแบบเข้มงวด ซึ่งมีการนำเสนอ 103 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 45.98 โดยข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนเป็นรหัสที่มีความเข้มงวดทุกข้อความคิดคือทั้ง 12 ข้อความที่นำมาเป็นตัวอย่างในการศึกษาคิดเป็นร้อยละ 100 ข่าวธุรกิจนำเสนอ 33 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 ทันข่าวนำเสนอ 23 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 46 คมชัดลึก 20 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40

ในกลุ่มของ รหัสแบบเข้มงวด พบว่า รหัสเข้มงวดรูปแบบตัวเลขมีจำนวนมากที่สุดคือ 95 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 42.41 โดยข่าวหุ้นและข่าวอัตราแลกเปลี่ยนมีทั้งหมด 12 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 100 จากตัวอย่างที่นำมาศึกษา ข่าวธุรกิจมีจำนวน 31 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 62 ประเภททันข่าวมีจำนวน 20 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 40 ข่าวคมชัดลึกมีจำนวน 17 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 34 และข่าวบันเทิงมีจำนวน 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6

จากข้อค้นพบข้างต้นแสดงว่า การเข้ารหัส SMS ข่าวสั้น 2 ประเภtdังกล่าวไม่อนุญาตให้มีความผิดพลาดเลย หากเข้ารหัสผิดจะต้องส่ง SMS ข่าวสั้นแก้ไขไปใหม่ทันที เนื่องจากเป็นข่าวที่รายงานตัวเลขเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งเป็นตัวเลขที่มีผลในทางเศรษฐกิจตัวเลขที่ผิดพลาดเพียงเล็กน้อยก็สามารถก่อความเสียหายทางธุรกิจได้

ตัวอย่างเช่น

“แลกเปลี่ยนวันนี้บาท/USD32.27-GBP49.90-EUR43.29-JPY(100)34.44-HKD4.165”

อันดับสอง คือ รหัสเข้มงวดรูปแบบชื่อบุคคล มีจำนวน 6 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2.79 โดยเฉพาะบุคคลสำคัญ หากมีการสะกดชื่อผิด อาจทำให้เข้าใจผิดไปเป็นอีกคนหนึ่งเลยและผู้ที่อยู่ในข่าวซึ่งเป็นเจ้าของชื่อนั้นจะเกิดความไม่พอใจได้ โดยข่าวคมชัดลึกมีจำนวน 3 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 6 ข่าวธุรกิจมีจำนวน 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 และทันข่าวมีจำนวน 1 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 2 ขณะที่ข่าวบันเทิง หุ้นและอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีความเข้มงวดของรหัสในลักษณะนี้

อันดับสาม คือ รหัสเชิงงวรูปแบบราชาศัพท์ มีจำนวน 2 จาก 224 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 0.90 โดยประเภททันท่วงเป็นประเภทเดียวที่มีความเชิงงวของรหัสในลักษณะนี้ โดยมีจำนวน 2 จาก 50 ข้อความคิดเป็นร้อยละ 4 เนื่องจากเป็น SMS ท่วงประเภทเดียวที่ส่งท่วงในพระราชสำนัก

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างท่วงหุ้และอตราและเปลี่ยน กับท่วงอีก 4 ประเภท เห็นได้ชัดว่าในการส่ง SMS ท่วง 4 ประเภทนั้นส่วนใหญ่ไม่มีความเชิงงวในการเข้ารหัส ขณะที่ท่วงหุ้และอตราแลกเปลี่ยน การเข้ารหัสมีความเชิงงวทุกข้อความ ไม่อนุญาตให้ผิดพลาดเลย

สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหา(Textual Analysis)

จากผลการวิเคราะห์เนื้อหา (text) SMS ท่วงสั้นของสำนักท่วงเนชันดังที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปได้ว่า ลักษณะของ SMS ท่วงสั้นของสำนักท่วงเนชันที่แตกต่างกันทั้ง 2 กลุ่มคือ

1. แบบตายตัว (static) คือ ประเภท ท่วงหุ้ ท่วงอตราแลกเปลี่ยน
2. แบบเปลี่ยนแปลงหลากหลาย (dynamic) คือ ประเภท ทันท่วง ท่วงคมชัดลึก ท่วงบันเทิง ท่วงธุรกิจ

หากมองในแง่ของการคงความหมายใน SMS ท่วงสั้น กลุ่มท่วงแบบตายตัว คือ ท่วงหุ้ สามารถคงความหมายเดิมของ เนื้อหา ประเด็น ที่ต้องการสื่อสารได้มากที่สุด แม้จะมีการสลับที่หรือสลับการเรียงประโยคใหม่ก็ตาม เนื่องจาก แต่ละประเด็นเป็นประโยควลีที่เป็นอิสระต่อกัน ในขณะที่ท่วงอตราแลกเปลี่ยนไม่มีผลต่อการตีความที่เปลี่ยนไปแน่นอน เนื่องจากการนำเสนอท่วงประเด็นเดียวทั้งหมด

ขณะที่กลุ่มท่วงแบบเปลี่ยนแปลงหลากหลาย คือ ทันท่วง คมชัดลึก บันเทิง ธุรกิจ หากมีการเปลี่ยนลำดับการเรียงประโยค หรือสลับที่ประเด็น ก็ยังสามารถคงความหมายเดิมได้มากกว่าที่จะทำให้เกิดความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงความหมายนี้ เนื่องจากการเป็นประโยคที่มีลักษณะเป็นประโยคย่อย ๆ ที่ขึ้นต่อกัน

หากมองในแง่ เหตุผลที่เลือกใช้รหัสแบบ paradigmatic แล้ว จะพบว่า กลุ่มท่วงแบบตายตัว คือ ท่วงหุ้และอตราแลกเปลี่ยน ล้วนมีเหตุผลในการเลือกใช้รหัสเพื่อให้ประหยัดพื้นที่ (economy of space) และเพื่อให้เข้ากับประเด็นท่วง (relevancy) เนื่องจากการเป็นท่วงรู้ที่ตรงรายงานข้อมูลเดิมทุกวัน เปลี่ยนเพียงตัวเลข จึงต้องเลือกใช้รหัสเพื่อรายงานข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง(fact)เป็นหลัก

ขณะที่กลุ่มข่าวแบบเปลี่ยนแปลงหลากหลาย คือ ทันข่าว คมชัดลึก บันเทิง ธุรกิจ มีเหตุผลในการเลือกใช้รหัสเพื่อให้ประหยัดพื้นที่ (economy of space) และเพื่อให้เข้ากับประเด็นข่าว (relevancy) เช่นกัน แต่ก็มีการใช้รหัสเพื่อให้อารมณ์ข่าวที่ต่างกัน (degree of mood) และเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก (avoidance of redundancy) ด้วย แต่ก็มีคำแนะนำที่น้อยกว่า 2 เหตุผลแรกอยู่มาก เนื่องจากสิ่งสำคัญที่เน้นคือ การรายงานข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง(fact) มากกว่าการรายงานความคิดเห็น(opinion)

หากมองในแง่ของความเข้มงวดของรหัส ข่าวประเภทข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยน เป็นการนำเสนอข่าวแบบตายตัว เป็นข่าวประจำวันหรือที่เรียกว่าข่าวروتิน เนื้อหาในการนำเสนอมีประเด็นเดียวกันทุกวันเพียงแต่เป็นการรายงานความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของตัวเลขเท่านั้น ดังนั้นจึงมีการใช้รูปแบบประโยค ชุดของสำนวนรวมถึงการใช้รหัสที่เหมือน ๆ กันในการรายงานข่าวทุกวัน เนื่องจากเป็นการรายงานข่าวตามเหตุการณ์ปกติ ไม่จำเป็นต้องเพิ่มเติมสีสันหรือใช้ภาษาข่าวในการดึงดูดผู้รับสาร ผู้รับจำเป็นต้องรับรู้ความเคลื่อนไหวจากข่าวสารนี้ทุกวัน ดังนั้นจึงมีผลถึงความเข้มงวดของรหัสที่ไม่สามารถจะผิดพลาดได้ เนื่องจากจะก่อความเสียหายทางธุรกิจ

สำหรับข่าวประเภท ทันข่าว ข่าวคมชัดลึก ข่าวบันเทิง ข่าวธุรกิจ เป็นการรายงานข่าวที่มีหลายประเด็นแตกต่างกันไปในแต่ละวัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและขึ้นอยู่กับผู้เข้ารหัส (นักข่าวและบก.Mobile News) ที่จะคัดเลือกประเด็นใดมารายงาน SMS ข่าวสั้น ดังนั้นจึงมีการใช้รูปแบบประโยค ชุดของสำนวน และรหัสที่หลากหลายแตกต่างกันไป จึงมีผลให้ความเข้มงวดของรหัสมีไม่มากนัก เนื่องจากการตีความหมายจะต้องใช้ภาพรวมของข้อความ SMS ทั้งข้อความ เพื่อให้เข้าใจประเด็นข่าวที่ผู้เข้ารหัสต้องการสื่อสาร ดังนั้นหากมีข้อผิดพลาดในตัวละครเล็กน้อย ก็สามารถทำความเข้าใจกับรหัสตัวอื่นในข้อความข่าวนั้น ๆ ได้

นอกจากนี้ สำหรับประเภทข่าวธุรกิจนั้น เป็นที่น่าสังเกตว่า เป็นประเภทข่าวที่มีทั้ง 2 รูปแบบ กล่าวคือ มีทั้งข่าวที่ต้องรายงานข่าวแบบตายตัว รายงานทุกวัน และต้องมีความเข้มงวดของรหัสเหมือนข่าวหุ้นและอัตราแลกเปลี่ยน

ตัวอย่างเช่น

“หุ้นเข้าปิด 791.69 - 20.94 วอลุ่ม 20,348 ล. Sentiment ไม่ดี หลังประกาศพรก. 1”

รวมถึงข่าวที่มีประเด็นหลากหลาย ไม่จำเป็นต้องรายงานความเคลื่อนไหวทุกวัน แต่เป็นการรายงานตามสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น และไม่จำเป็นต้องมีความเข้มงวดของรหัสมากนัก

ตัวอย่างเช่น

“ชมรมนักธุรกิจค้านแดงจ่อปิดสืมหวันสภ. พัง เล็งถกแนวทางเคลื่อนไหวตอบโต้”

เนื่องจากปัจจุบัน โครงสร้างสังคมของไทยนั้นเน้นการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจและการเมืองเป็นหลัก ดังนั้นความเคลื่อนไหวของสถานการณ์บ้านเมือง โดยเฉพาะความเคลื่อนไหวทางการเมืองย่อมมีผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ข้อมูลข่าวสารของสถานการณ์ปัจจุบันที่สำคัญมาก ผู้ที่ต้องการรับรู้ข่าวสารภาคเศรษฐกิจ จึงมีความสนใจที่จะต้องรับรู้ความเคลื่อนไหวในภาคสังคมและการเมืองเช่นกัน

ดิยากร วงศ์เลิศวาทิก Rewriter แผนก Mobile News ฝ่าย New Media บริษัทเนชั่นบรอดคาสติ้ง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

“ข่าว SMS กระชับ จับใจทันเวลา อาจจะไม่มียละเอียดมาก แต่เป็นสาระสำคัญที่สุดของเหตุการณ์นั้น ๆ คือข่าวที่เข้าถึงผู้รับสารได้ง่ายที่สุดตอนนี้ เพราะมือถือคืออุปกรณ์ที่เกือบทุกคนมีอยู่แล้ว ไม่ต้องใช้ Internet ไม่ต้องแะซื้อหนังสือพิมพ์จากร้าน เป็นอุปกรณ์พกพาง่ายกว่าโทรทัศน์หรือวิทยุ เราส่งข่าวทุกประเภทที่สำคัญหรือกระทบต่อประชาชนผู้รับสาร หรือน่าสนใจในช่วงเวลานั้น”

นอกจากนี้หากวิเคราะห์ตาม SMS ข่าวสั้นแต่ละประเภท จะพบว่า ข่าวสั้นแต่ละประเภทมีธรรมชาติของข่าวที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถแยกออกได้เป็น 4 กรณีคือ

1. ข่าวที่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวหุ้น และ อัตราแลกเปลี่ยน โดยมีการเลือกใช้รหัสเพียง 2 ประเภทคือ ภาพรวมองค์กร สถาบัน มากที่สุด รองลงมาเป็นแบบสถานภาพ เนื่องจากเป็นข่าวที่มีเนื้อหาข้อมูลที่เป็นทางการ ข้อมูลตายตัว และต้องอาศัยความน่าเชื่อถือจากแหล่งข่าว

2. ข่าวค่อนข้างเป็นทางการ ได้แก่ ข่าวธุรกิจ มีการใช้ชุดของสัญลักษณ์แบบภาพรวม องค์กรสถาบัน เหมือนกับข่าวที่เป็นทางการ (หุ้นละอัตราแลกเปลี่ยน) ถึงร้อยละ 74 แต่มีการใช้รหัสแบบสถานภาพ ชื่อจริง ตำแหน่ง ร่วมด้วยบ้าง เนื่องจากเนื้อหาข่าวธุรกิจจะมีทั้งการส่งข่าวที่เป็นข่าวตายตัว และข่าวเปลี่ยนแปลงหลากหลาย

3. ข่าวค่อนข้างไม่เป็นทางการ ได้แก่ ทันข่าว และ คมชัดลึก มีการใช้รหัสแบบภาพรวม องค์กรสถาบันมากที่สุด แม้จะไม่ได้เป็นการรายงานข้อมูลตัวเลขทางเศรษฐกิจ อย่างเป็นทางการ แต่ก็เป็ข่าวสำคัญที่มีผลต่อคนส่วนใหญ่ ดังนั้นความน่าเชื่อถือก็เป็สิ่งสำคัญ เพียงแต่อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้ภาษาในระดับที่เป็นทางการมากเท่ากับ 2 กลุ่มข้างต้น

4. ข่าวที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ข่าวบันเทิง ซึ่งมีการใช้รหัสต่างจากข่าวประเภทอื่น ๆ โดยมีการใช้ชื่อเล่นมากที่สุดถึงร้อยละ 44 เนื่องจากเนื้อหาข่าวเป็นข่าวบันเทิงที่ไม่ต้องการภาษาที่เป็นทางการ ไม่ต้องอาศัยองค์กรสถาบันใดมารองรับ เนื่องจากการนำเสนอข่าวส่วนตัวของคนในวงการบันเทิงที่อยู่ในความสนใจของประชาชนอยู่แล้ว